

第 2 次斜里町商工業振興計画

令和 6 年度 ～ 令和 1 5 年度
(2024 年度 ～ 2033 年度)

令和 7 年 3 月

斜 里 町

目 次

1. 計画の基本的事項	p. 1
－ 1. 計画策定の背景	2
－ 2. 計画の目的	2
－ 3. 計画の位置づけ	2
－ 4. 計画の期間	3
－ 5. 計画の策定経過	3
－ 6. 計画の進行管理	3
2. 商工業の現状と課題	p. 4
－ 1. 商工業の変遷	5
－ 2. 商工業の現況と見通し	6
－ 3. 商工業をとりまく課題	12
－ 4. 商工業の現状評価	15
3. 商工業振興の方向	p. 16
－ 1. 条例の目的や理念	17
－ 2. 条例の基本方針	18
－ 3. 施策の展開方向	19
4. 商工業振興施策	p. 27
施策 1. 総合的な経営基盤強化のサポート	p. 28
－ 1. 制度融資	28
－ 2. 設備投資促進・支援	30
－ 3. 経営の総合的なサポート	31
施策 2. 連携による地域価値の向上と地域活性化	p. 33
－ 1. 地域プラットフォーム事業の計画的な推進	33
－ 2. エリア・ブランディングと産業連携	35
－ 3. 食や特産品の高付加価値化とふるさと納税	37
－ 4. 「道の駅」を中心とする活性化	40
－ 5. 地域内循環・消費の拡大	42
施策 3. 郷土への誇りをもった人材の育成	p. 42
－ 1. 人材確保	42
－ 2. 人材育成	44
－ 3. 郷土愛の醸成	45
施策 4. 商工業を支える組織・施設の維持	p. 46
－ 1. 商工会支援	46
－ 2. 地域振興事業・イベント支援	47
－ 3. 施設管理	48
施策 5. 災害、感染症等緊急時対策	p. 49
－ 1. 災害、感染症等への対応	49
5. 参考資料	p. 50
－ 1. 斜里町商工業振興条例	51
－ 2. 斜里町商工業振興条例解説書	53
－ 3. 第 2 次斜里町商工業振興計画策定の経過	67

1. 計画の基本的事項

本計画の目的、位置づけ、計画期間等の基本的事項を示しています。

1－1．計画策定の趣旨

本町では、商工業振興の基本理念や方針などを定め、商工業事業者の成長発展及び地域経済の活性化を図り、持続的で住みよい町の形成に寄与することを目的に、平成 30 年 3 月に「斜里町商工業振興条例」を制定しました。また、条例第 9 条第 1 項に基づき、商工業等の振興に関する施策の計画的な推進を図るため「斜里町商工業振興計画（平成 31 年度～令和 5 年度）」を策定しました。

前回の「斜里町商工業振興計画」の策定から 5 年が経過し、町内の商工業を取り巻く環境も変化していることから、これまでの施策の課題整理を行うとともに、人口減少・少子高齢化の進行、情報通信技術の進歩によるデジタル化の急速な進展、気候変動問題など環境問題の深刻化やカーボンニュートラルの実現に向けた動き、新しい働き方への対応、協働による持続的なまちづくりの重要性など、本町の商工業を取り巻く社会・経済環境の目まぐるしい変化に対応するため「第 2 次斜里町商工業振興計画」を策定しました。

なお、本町では、本計画に関連する分野の推進に向けて、観光振興は「第 2 次斜里町観光振興計画（令和 6 年度～令和 15 年度）」等を策定しており、本計画と連携することで相乗効果の最大化を目指します。

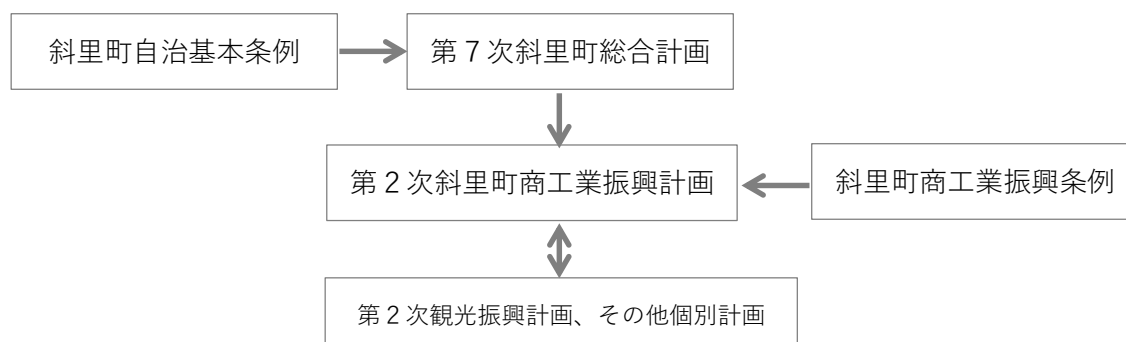
1－2．計画の目的

この計画は、斜里町商工業振興条例の第 9 条に基づき、「町が商工業振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進するため」に策定するものである。

1－3．計画の位置づけ

この計画は、「斜里町商工業振興計画（平成 31 年度～令和 5 年度）」の後継となる計画として位置付ける。そのため策定にあたっては、前回（平成 31 年度～令和 5 年度）の評価検証をもとに見直しを図りつつ、これまでの 5 年間の社会的変化にも着目して、商工業行政における重要な課題やニーズを明らかにし、振興施策を整理する。また、この計画は、斜里町の根幹である斜里町自治基本条例に基づいて策定された第 7 次斜里町総合計画の次層に位置する分野別の基本計画であり、一体的な推進を目指すものである。

行政計画ではあるが、行政のみが単独で実施するものではなく、商工業団体、関係機関、商工業事業者らがそれぞれの役割のもとで行うべきもの、連携しながら共通の利益のために実現するべきものなど、商工業振興に資する事項も記載した指針とも位置づける。



1－4．計画の期間

本計画の計画期間は、終期を総合計画に合わせ、令和6年度から令和15年度までの10年間とする（2024年度～2033年度）

令和9年度/令和12年度に中間点検作業を行い、必要に応じて見直しを行うことを予定する。

区 分	令和年度（西暦年度）									
	6 (2024)	7 (2025)	8 (2026)	9 (2027)	10 (2028)	11 (2029)	12 (2030)	13 (2031)	14 (2032)	15 (2033)
第7次 総合計画 R6－15					中間 点検					第8次計画策定
第2次商工 業振興計画 R6－15	←			中間 点検			中間 点検			第3次計画策定

1－5．計画の策定経過

本計画は、「斜里町商工業振興委員会（以下、振興委員会）」を中心に協議を重ね策定したものである。

振興委員会は、商工会推薦6名、金融機関推薦2名と町民公募2名、斜里町商工会1名、行政1名で構成する12名の委員と、オブザーバー、商工会事務局と役場商工観光課の共同事務局で構成・運営された。

令和6年7月の第1回会議以降、令和6年12月までに計6回開催され、精力的に協議が進められた。予め論点提示を行い、その論点に沿って協議を進め、本計画のとおりとりまとめたものである。

振興委員会の他に、庁内政策会議や関係部署協議を行ない、意見調整を進めたほか、令和6年12月開催の定例議会全員協議会において計画案協議を行い、意見反映を行っている。

また、令和7年1月17日から2月5日にかけてパブリックコメントを行ったうえで、令和7年3月の庁内政策会議において計画の確定をした。

1－6．計画の進行管理

本計画の進行管理は、5月及び11月に開催される振興委員会の場合を活用して行うものとする。

この委員会における進行管理は、各年度に取り組むべき施策・事業の検討や、取り組み結果の確認、検証、事業調整等（いわゆるPDCAサイクル）を行い、施策の計画的な推進と目標の達成に努めるものとする。

具体的には5月に開催する委員会では、前年度に実施した事業内容と当該年度に予定する事業内容の協議を行い、11月に開催する委員会では、当該年度の事業の進捗確認と次年度予定事業の協議を行うこととする。

2. 商工業の現状と課題

商工業の概況と課題等を示しています。

2-1. 商工業の変遷

斜里町の商工業は、明治中期の殖民地開放による定住者の増加にともなう、商店の必要が生じ始めたことに端を発するとされる。それ以前は、漁労や狩猟採集、若干の取引を別にすると、物資は主に漁場番屋や網走から調達されていた。

商店は、定住者数に比例して明治40年代から少しずつ増加し、特に第一次世界大戦特需や農業規模拡大などによる大正期の好景気により急増し、大正末年には450軒を越えるに至った。工業・製造業も、明治30年代以降、製軸・製材工場や水産加工（缶詰）工場、澱粉工場により、徐々に規模が大きくなっていった。

当初、下町に形成されていた市街地は、大正中期、特に大正14年の釧網線の開通によって、徐々に斜里駅周辺に移動し、商店街も形成されていった。また、鉄道開通により通年での安定的な物資調達・販売も可能となり、雑貨商から専門店化や会社組織化も進むことになった。

昭和に入ると、金融恐慌・経済不況や農業凶作のあおりを受けて商店数は一時激減し、さらに支那事変から第二次世界大戦に続く戦況の時代に入り、統制経済の下で食料品・生活物資の切符・通帳・配給制がとられ、転廃業を迫られた商業者も多く苦しい時代となった。

終戦後数年間、食糧難や物資不足、インフレによって経済は混乱し、商業の規制も続いたが、徐々に解消、緩和され、再び自由経済の時代に戻っていった。特に朝鮮動乱により好景気をもたらされて商業や製造業も活況を呈し、金融機関の開店や、戦前からの悲願だった製糖工場の誘致の成功、昭和33年の斜里ウトロ間の道路開通によるバス運行やトラック輸送の開始など、戦後10数年で、現在に続く商工業の基盤が作られ、大きく躍進した。

昭和35年には商工会法に基づく斜里町商工会も設立され（前身組織は大正6年に遡る）、昭和39年には産業会館、昭和40年代には水産加工団地や商工業従業員団地も建設され、商工事業者の中心組織と施設が整っていった。

インフラや街並みの整備とともに、自動車や電気の関連業も開業し、スーパー形式の大型店舗、映画館・大衆娯楽施設なども誕生していった。また、昭和39年の知床国立公園指定と昭和46年の知床ブームは、旅館業や飲食業など観光関連産業の勃興と躍進に繋がった。

昭和40年代に最盛期を迎えていた商店街であったが、昭和47年のバイパス（3号道路・現国道）完成や昭和50年代以降の急速なモータリゼーションによって、町内商店街から網走などへの消費流出が見られ始めるようになった。

一方、昭和55年の知床横断道路開通や航空路線整備、余暇・マストツーリズムの普及、冬期イベントの開催などによって、観光客も年々増加し、平成10年のピーク時には180万人もの人が訪れるまでになり、観光客によってもたらされる外貨・消費も急速に増加した。

低迷しつつあった斜里市街の商店街であったが、道道の再整備や道の駅と商業施設の建設が進められ、改めて商業の活性化がめざされている。同様にウトロ地区でも国道切り替えに伴う道の駅整備などの再開発が進められ、平成17年の遺産登録と相まって、毎年多くの旅行者を迎え入れている。

令和2年からは、新型コロナウイルス感染拡大への対応に翻弄される日々が続き、緊急事態宣言やまん延防止措置等重点措置が発出される中、感染流行の状況を鑑みながら、事業者支援と需要喚起策を並行して実施してまいり、令和5年5月に感染症法上「5類」となったが、今後もこの感染症と付き合いながら、社会経済活動を進めていかなければならない状況

となっている。

このような状況の中、基幹産業と商工業が連携し、長い年月をかけて力強い斜里町経済を築き上げてきた歴史を踏まえた上で、未来を見据えた振興策を進めていくことが求められている。

2－2．商工業の現況と見通し

(1) 斜里町の経済概況

斜里町の経済は、農業、漁業については堅調に推移しているが、生産資材や燃油の高騰、物流への影響など、先々の不安を助長している状況にある。

観光業については、新型コロナウイルス感染拡大により観光客数も激減し、過去に例をみない極めて厳しい状況が続いていたが、重症化リスクが低減しコロナ禍から回復傾向が見られていたところに海難事故が発生し、知床観光への影響は大きく響き全国的には国内需要の回復、インバウンドが爆発的な勢いで回復している傾向の中、2割から3割程度下回る傾向が年間を通して続き現在に至っている。

商工業においても、新型コロナウイルス感染症の影響により、小売業などのサービス業を中心に顧客数の減少や営業時間の短縮が事業者の収益に影響を与え、また、原材料費やエネルギーコストの上昇により、事業者の利益率に圧力がかかるなど、複合的に影響している状況が見られる。

農業（農業産出額）は全道で34位（R4年度）、漁業（生産高）は全道で15位（H30年度）、観光（宿泊者数）は全道で21位（R4年度）であり、農業は100億円を超え、漁業は約94億円、観光は約89億円の産業となっている。人口は、全道で62位（R2年度）であることを考慮しても、3つの基幹産業ともに上位につけていると言える。

商工業関連の経済指標は、製造品出荷額は全道25位（R2年度）、商業年間商品販売額は全道45位（R3年度）、付加価値額は全道44位（R3年度）、労働生産性は全道41位（R3年度）と、全般的に力があると言える。

(2) 類似自治体との産業・労働指標の比較

類似自治体とは、人口規模が近く（1～1.5万人）、産業構造が近い（第2次・第3次産業の就業人口比率が80%未満）自治体とされ、長沼町、栗山町、美瑛町、日高町、浦河町、厚岸町、清水町との比較を行ったものである。

この8自治体での産業指標の比較検討では、斜里町は、

- ① 農水産業の生産額が非常に高い。（農業産出額：4位、漁業生産額：2位）
- ② 製造品出荷額も非常に高い。（1位）
- ③ 観光入込数、宿泊観光客数とも高い水準。（入込数：2位、宿泊客数：1位）

- ④ 事業所の付加価値率が高く、従業員の労働生産性が非常に高い。(付加価値額:2位、労働生産性:1位)

の4点が「強み」となっている。

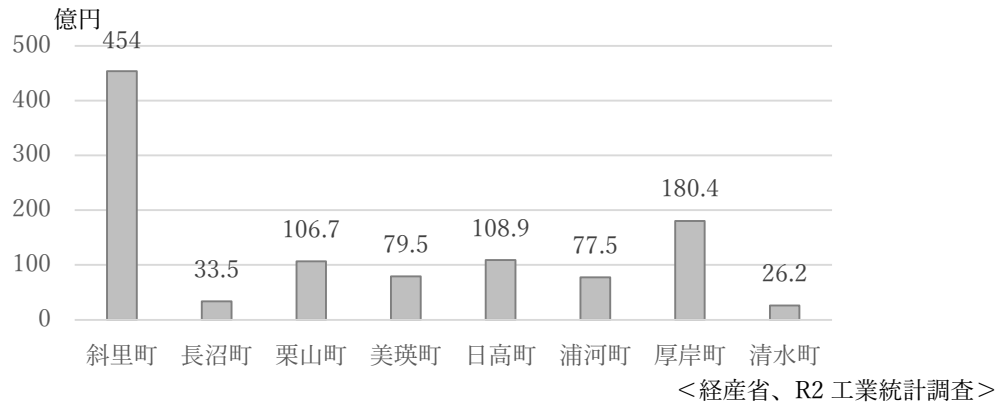
また、同様の雇用・労働指標の比較では、

- ① 納税義務者の所得水準が非常に高い。(1位)
 ② 就業率は全道平均以上。(6位)
 ③ 正規雇用率が低い。(4位)

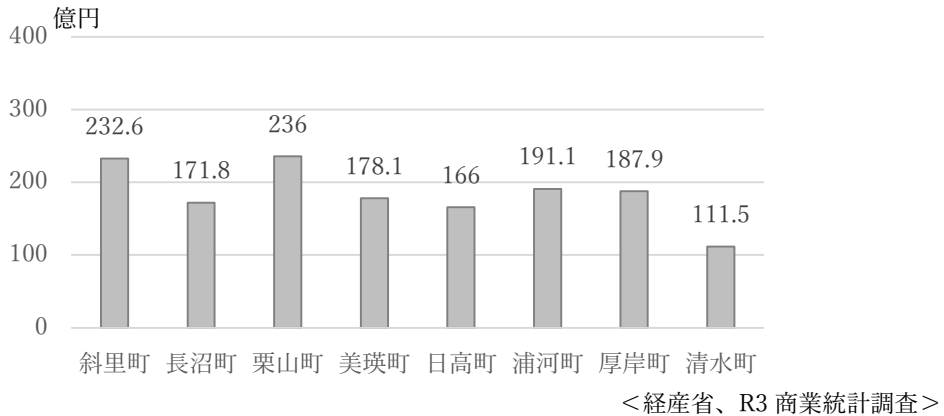
となっている。

これら8自治体による商工業関係の指標比較は、次のとおりとなっている。

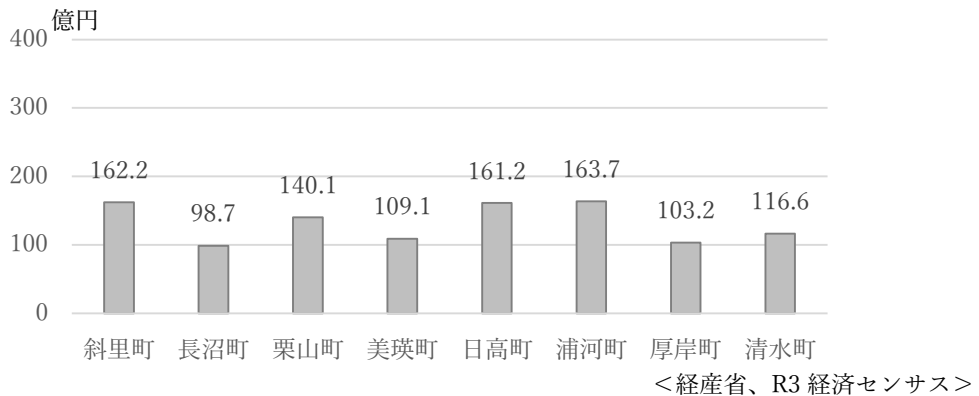
1) 製造品出荷額等



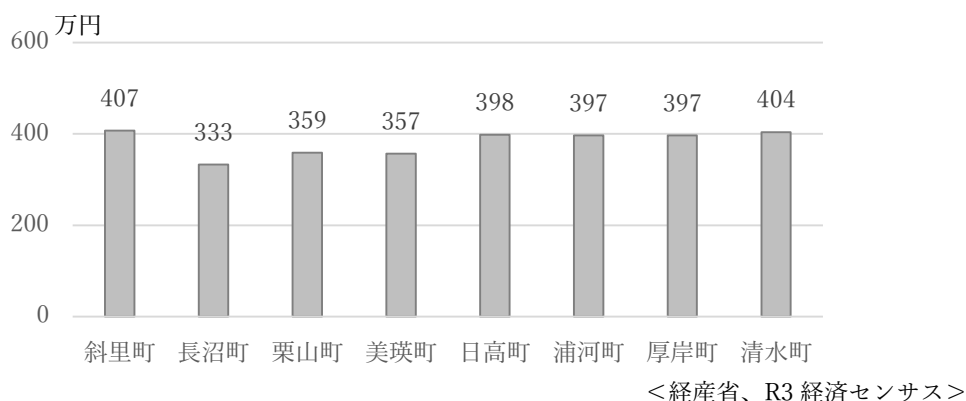
2) 商業年間商品販売額



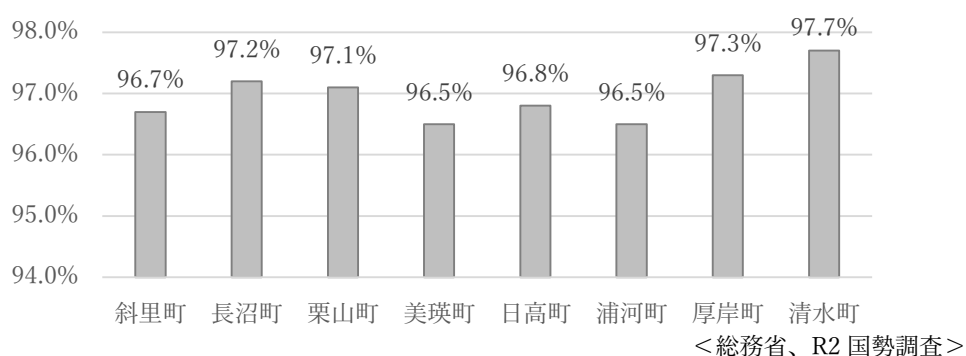
3) 付加価値額



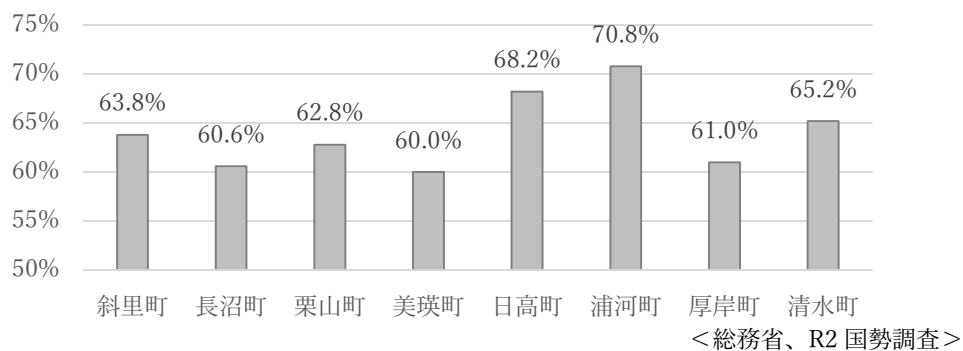
4) 労働生産性



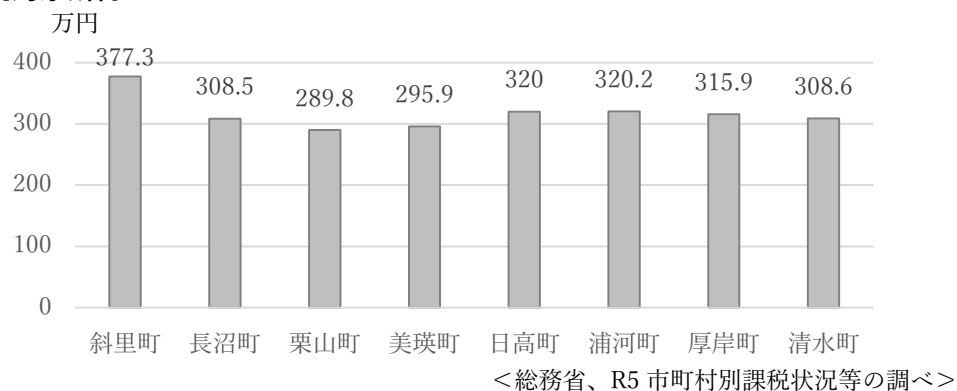
5) 就業率



6) 正規雇用比率



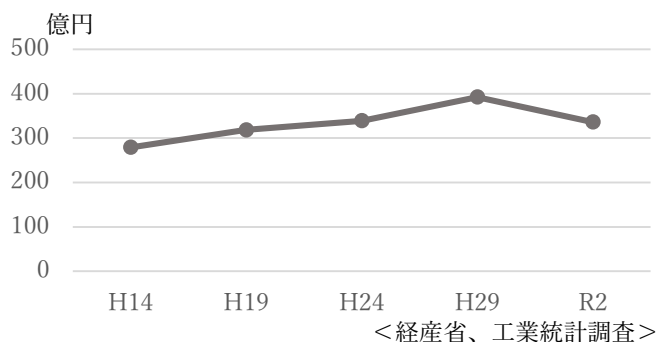
7) 課税対象所得



(3) 斜里町の商工関係指標

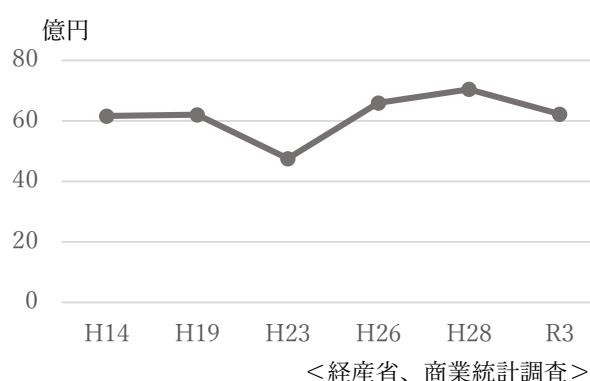
1) 製造品出荷額の推移

製造業での出荷額は、右図のとおり、全般的に順調に増加傾向から、直近では減少し、336億程度で推移している。



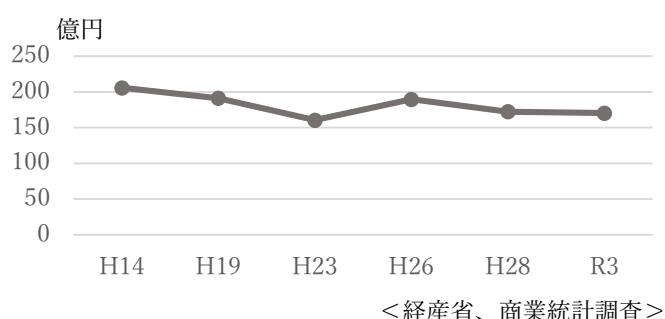
2) 斜里町の年間商品販売額（卸売り）の推移

卸売業としての販売額は、右図のとおり、微増傾向から直近では減少し、60億程度で推移している。



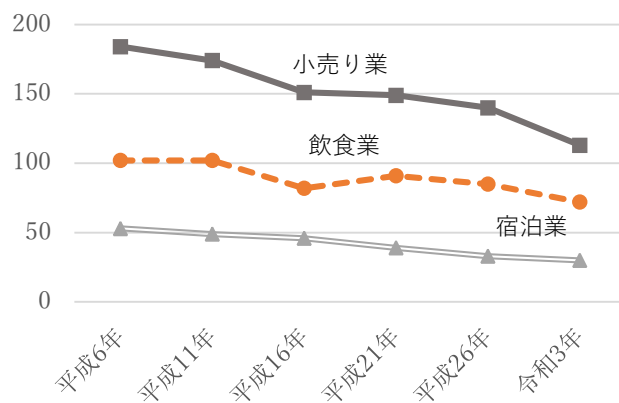
3) 斜里町の年間商品販売額（小売り）の推移

小売業としての販売額は、右図のとおり、減少傾向が認められ、直近では170億円で推移し、町外町外への流出が懸念される。



4) 斜里町の事業所数の推移

町内の事業所数の推移を業種区分別に見た場合、右図の3業種で減少傾向が認められる。その他の分野は概ね横ばいか、微減傾向となっている。



（４）全般的な社会経済情勢と斜里町への影響

一方で、斜里町の商工業をとりまく社会経済環境も急速に変化している。持続的に事業を営もうとする商工業事業者は、環境の変化を敏感に読み取り、適応し続けなければならない。環境の変化には次のようなものがあり、地域全体として対応すべき課題ともなっている。

－ １）消費行動・商圈の変化

道路網の整備や自動車の性能向上に伴って、商圈が年々拡大している。昭和 40 年代頃までであれば、生活物資のほとんどは町内の商店街で入手・調達されていたが、道路の整備や交通の発展に比例して、網走や北見、釧路が少しずつ近くなり、今では札幌に買い物に行くこともまれではなくなっている。斜里町民が町外へ、そしてより遠くへ行き、自分が欲しいと思う物を入手するようになっている。

一方、町内では、町外資本の小売店舗も多く見られるようになった。規模は小さいながらも、国道沿線には全国の都市部の郊外と同じ様なチェーン店が立ち並ぶ光景がみられ、街中には利便性が追求されたコンビニも立ち並び、日常的に多くの町民に利用されている。

さらに、インターネットの普及や情報技術・端末の進展によって、電子商取引（いわゆるネット通販など）も拡大の一途をたどっている。Amazon に象徴される大手グローバル企業などが、パソコンやスマートフォンを介して注文を受けて、ありとあらゆる商品を翌日ないし数日以内に配送するサービスを展開している。

交通と物流、IT の進展などによって、消費行動や商圈は劇的に変わってきており、若年層ほどこのような変化に対応して利便性を享受し、より豊かな生活を送っていると言える。

一方で、これら消費行動や商圈の変化は、かつて町内で消費され循環していたはずの資金が、町外へ流出する結果に繋がっていると言える。町民による数十億円以上の生活消費行動でのこのような変化が、斜里町の商業に与える影響は大きく、今後、このような情勢を踏まえた商業のあり方を検討していく必要がある。

－ ２）機械化・高付加価値化・ブランド化

斜里町の工業等（第 2 次産業）では、公共インフラ整備や個人住宅建設、農業土木などを支える建設分野のほかに、農水産物の加工・製造業が主力分野であるが、製造業では、よりよい製品をより安価に製造し、安定的に市場に供給するという厳しい競争下にさらされている。

機械化などによる効率化を絶えず求められ、原材料の確保から、品質の安定化、付加価値化、低コスト化など、製品の合理化・差別化を果たせない限り、熾烈な競争の中で勝ち残れない状況となっている。

この価格競争の一方で、付加価値化の路線の重要性も指摘されている。機械化や高品質な商品の一般化の結果として、コモディティ化（商品に特徴や個性を見出しづらい状態）を招いているとされるが、その打開策として、ブランド化や高付加価値化をめざす

流れが強まっている。

ブランド化によって拡大・差別化する方法を、町内の各事業者も順次追及しているが、全国的な動向でもあり、個々の事業者だけでの取り組み（製品や事業所のブランド化）には限界があり、地域イメージと連動させた方策も必要となっている。

－ 3） I T 社会

情報技術の進展、特にインターネットの普及によって、商工業の環境は全般的に激変し、その変化は現在も続いている。インターネットやスマートフォンなどによって、情報の流れ（入手と発信）、取り扱いなど、あらゆる変化が起きている。

商品は常にネットやSNSで検索・評価され、クレジットカードや電子マネーなど決済環境も変わり、カメラやGPS、情報管理やアプリのクラウド化、Wi-Fiの普及なども進み、商工業のあり方に影響を与えている。

さらに今後は、AI（人工知能）が社会のあらゆる分野に浸透していくものと予測され、情報そのもののみならず判断行為までがITに依存すると予測されている。

究極の情報社会でありデータ社会であるが、一般的にこのような情報化・IT化・AI化は、資本力や情報力、技術力のあるグローバル企業、都市部企業が優位であるが、このような流れにどのような対処をすべきか、個々事業者また地域全体として、難しい判断を迫られている。

－ 4） マーケットの縮小とターゲットの多様化

そもそも商工業、特に商業は、人口（居住）や生活需要と連動した物資・サービス供給の側面が強いため、人口減少はマーケットの縮小に直結する。同様に、少子化や高齢化も消費行動の低下を招き、縮小傾向に繋がる。また、建設業・製造業においても同様である。

このような町内需要の限界が見える中では、町外マーケットに積極的に参入するか、町内交流人口（観光・ビジネス）による需要に期待するかであり、ターゲットの明確化を一層求められるようになっている。

観光は団体観光から個人型・滞在型・体験型・国際型観光に順調に移行しており、潜在的な需要は大きく、食や特産品の開発・販売力の強化が問われている。同時に、多様な旅行目的やきめ細かなサービス需要、変化する嗜好に添えていく難しさもある。端的には、年々伸びているインバウンド（訪日外国人旅行者）需要への対応を進めていく必要がある。

－ 5） ふるさと納税

ふるさと納税は2011年に始まり、市町村が行っている制度です。当初は限定的な自治体での取り扱いであったため、知名度も低く利用者も多くありませんでしたが、近年は啓蒙活動や制度の拡充などにより、全国的に広く利用されるようになっています。

この制度を通して、市町村が子育て支援や、地域活性化、社会福祉などの取り組みを行うための資金調達が可能となり、近年では多くの人が活用しています。そのため、各自治体ではふるさと納税を活用した市町村のPR活動などを行っており、町の特産

品などを手軽に手に入れこともでき、購買意欲の向上にもつながっていることから、ふるさと納税返礼品の拡充や商品開発等も必要となっている。

2-3. 商工業をとりまく課題

－ 1) 前回の斜里町商工業振興計画の目標値と実績値

前回の斜里町商工業振興計画（平成 31 年度～令和 5 年度）における目標としては、以下の 15 点を設定し各施策を推進しており、その実績は次のとおりとなった。

指標名	内 容	現状値	目標値 (2023 年)	最終値 (2023 年)	数値根拠、 目標
A. 基幹産業指標					
-1. 農業生産額 【百万円】	斜里町内から算出された農産物の合計額	11,054 (2018 年)	10,000	12,334	農協・農務課、 第 6 次総合計画等
-2. 漁獲高 【百万円】	斜里町内から算出された水産物の合計額	9,694 (2018 年)	11,000	9,374	漁協・水産林務課、 第 6 次総合計画
-3. 年間宿泊者数 【人泊】	町内の宿泊施設に泊まった人泊数	449,334 (2017 年度)	500,000	322,031	観光協会・商工観光課、 観光振興計画
-4. 観光消費額 【百万円】	町内で観光客が消費したと推察される消費額	12,453 (2017 年度)	16,000	8,927	観光協会・商工観光課、 観光振興計画
B. 商工業生産状況指標					
-1. 製造品出荷額 【百万円】	町内製造業の製造品出荷額の合計	39,241 (2017 年)	39,000	33,628	2020(R2)工業統計 現状維持
-2. 商業年間商品販売額 【百万円】	町内商業の有体商品販売合計額	25,539 (2014 年)	25,000	23,256	2021(R3)商業統計 現状維持
C. 生産性・価値指標					
-1. 付加価値額 【百万円】	農林漁業、公務を除く全産業の合計額	24,083 (2016 年)	26,500	17,093	2021(R3)経済センサス 5 年 10%増
-2. 労働生産性 【万円】	事業従事者 1 名あたりの上記付加価値額	277 (2016 年)	300	407	2021(R3)経済センサス 5 年 10%増
-3. 課税対象所得 【万円】	町内在住者の課税対象所得の平均額	360.3 (2017 年)	370	377	2023(R5)総務省 微増
D. 事業所指標					
-1. 商工業事業者数	町内の商工業事業者数	526 (2018 年)	500	505	2023(R5)商工会 5 年 5%減以内
-2. 小規模事業者数	町内の小規模事業者数	459 (2018 年)	430	433	2023(R5)商工会 5 年 5%減以内
-3. 商工会員数	斜里町商工会会員数 (定款会員を除く)	316 (2018 年)	310	332	2023(R5)商工会 現状維持

E. 雇用・労働指標						
-1. 事業従事者数 【人】	農林漁業、公務を除く全産業の事業従事者数	4,804 (2016 年)	4,600	4,414	2021(R3)経済センサス 5 年 5%減以内	
-2. 就業率 【%】	労働力人口に占める就業者の割合	97.3 (2015 年)	97.0	96.7	2020(R2)国勢調査 現状維持	
-3. 正規雇用比率 【%】	労働者のうちの正規雇用(正社員)の割合	61.1 (2015 年)	65.0	63.8	2020(R2)国勢調査 5 年 5%増	

A の基幹産業指標のうち農業生産額は、目標値を上回る額となったが、漁業高は主要魚種であるサケマスの子遊尾数が目標設定時より減少したことから目標値を下回る結果となり、年間宿泊者数や観光消費額はコロナ禍の影響もあり目標値を大きく下回る結果となった。

次に、B の商工業生産状況指標は、製造品出荷額、年間商品販売額とも計画策定時の現状維持の目標としておりましたが、7%～14%の減。C 生産性・価値指標は、労働生産性、課税対象所得は目標値を超えておりますが、付加価値額はコロナ禍等による経済状況の悪化や原材料費の高騰等の影響もあり目標値から大きく減少している。

次に、D 事業所数は、商工業事業者数から商工会員数まで概ね目標値と同程度。E 雇用・労働指標は、各指標とも目標値を若干下回る結果となった。

昨今の国内外の情勢や今後の見通しを踏まえると、今後一層厳しい競争下におかれてくものと予想される。

－ 2) 前回の斜里町商工業振興計画における各施策別の現状と課題

施策 1：自律的な事業経営のサポート

- ・制度融資、設備投資促進・支援、経営の総合的なサポートと各施策を実施
- ・主に 1-1 制度融資にある 1-1-1 中小企業融資制度は、利用数は年々、減少しているが、円滑な資金調達に対応できるよう融資制度は継続する必要がある。また、小売店舗等近代化資金利子助成制度との統合など、将来的な見直し検討することも必要。
- ・1-3 経営の総合的なサポートにある 1-3-1 自律的な経営の総合的なサポート体制、事業支援補助金は、ビジネスサポート事業やフォローアップ事業について、商工会、金融機関や専門家との連携も進み、事業者からの経営相談が増加しており改善効果が大きく、評価も高い事業となっている。このことから、支援対象者の拡充や商品販売力の強化へとつなげる支援策の検討も必要となる。また、後継者、担い手不足に伴う事業終了へのサポートなどへの対応や新たな事業者の育成も必要な状況にある。

施策 2：連携による地域価値の向上と地域活性化

- ・地域プラットフォームの検討、エリアブランディングと産業連携、食や特産品の高付加価値化、「道の駅」を中心とする活性化、地域内循環・消費の拡大と各施策を実施
- ・主に 2-1 地域プラットフォームの検討は、ブランディング、EC サイトの運営などの専門家や地域おこし協力隊の協力を受け事業を展開しているが、まちづくり機能、地域商社機能

を発揮するまでには至っていない。このことからこれらの機能を併せ持つ地域プラットフォームへ向けて協議を進めていく必要がある。

- ・2-3 食や特産品の高付加価値化にある 2-3-2 知床しゃりブランド認証制度は、認証制度については確率してきているが、認証後の展開について、ブランド力の強化、販路拡大から売上を伸ばすことなど検証できていないため、検証を行いその結果を踏まえた施策、ブランド事業者の支援策を今後展開していく必要がある。
- ・2-4「道の駅」を中心とする活性化にある 2-4-1 道の駅しゃりを中心とする斜里市街地の活性化は、道の駅とその周辺での活性化策が求められていることから、2つの道の駅を軸に市街地活性化を図る施策を展開し、にぎわい創出につながる活動への支援を検討する必要がある。

施策3：郷土への誇りをもった人材の育成

- ・人材育成、人手不足対策、郷土愛の醸成、ビジネス、友好交流と各施策を実施
- ・主に 3-2 人手不足対策にある 3-2-1 人手不足対策は、斜里町では奨学金のふるさと U ターンに対する貸与額免除を、職種制限を設けない制度に拡充し人材確保に努めているが、人手不足は町内の様々な業態に波及していることから、既存施策の継続の他、新たな対策を検討し町内就業を促進していく必要がある。また、町内企業への就業を促進していくため、合同企業説明の実施のほか、移住者への対策も含めた求人情報について、情報提供体制の拡充も必要となる。

施策4：商工業を支える組織・施設の維持

- ・商工会支援、地域振興事業・イベント支援、施設管理と各施策を実施
- ・これまでと同様に支援を継続していく。

全般的事項

- ・①人口減少や少子高齢化からの経済の衰退、②ライフスタイルの多様化やコロナ禍による買い物環境の変化、③事業者の安定経営や新規事業者の促し、④消費者ニーズを把握した対応、⑤商工会や金融機関との連携による資金調達の円滑化、⑥人材不足やニーズの多様化、⑦ふるさと納税返礼品開発からの地域資源の PR、⑧町の特産等を意識した町内外の消費者に魅力あふれる商品・サービスとして付加価値化なども検討していく必要がある。
- ・その他、①商工業におけるデジタル技術を活用した最適化、②脱炭素に向けた GX への取組、③コロナ禍を踏まえた災害、感染症対策、④事業継続、創業支援等が必要な状況となっている。

2-4. 商工業の現状評価（SWOT分析）

2-3等をこれまでの取り組みを総括し、斜里町商工業の強み、弱みを、それぞれ内部要因と外部要因に区分し、活かし成長させるべき事項と、克服に向けて取り組む、あるいは外部に働きかけるべき事項に区分すると、下表のような点があげられる。（順不同）

	強 み (維持する・活かす・成長させる)	弱 み (克服する・働きかける)
内部 要因	◆豊かな自然環境が残っている ◆安定的で強固な基幹産業と商工業があり、競争力も高い ◆個々の事業者も競争力があり、地域の活力維持に貢献している ◆人口減少率が比較的緩やか ◆町民の平均所得が高い ◆農水産の産地食材が多く、食、特産品、加工品の原料が豊富 ◆良質な宿泊施設が多い ◆新たなイメージ展開（ブランディング）が進みつつある	◆横連携・産業連携が弱く、地域の総合力を活かしていない ◆地域全体の情報発信やアピール力が弱い ◆消費が町外に流出している、域内循環が弱まっている ◆繁閑格差が大きく季節労働が多い ◆人手の確保に苦慮している ◆基本的な小売店、業種が少なくなってきた ◆飲食店不足が顕著になっている ◆6次産業化・高付加価値化の取り組みが遅れている ◆「知床」ブランドと「斜里」のアイデンティティ・誇りに乖離がある ◆地場産品を使う機会が少ない（使いたくても流通しない） ◆経営人材の育成が遅れている
外部 要因	◆知床の知名度と期待度、ブランド価値が高い ◆比較的安定的で高水準な交流人口（観光とビジネス） ◆外国人旅行者も順調に増加 ◆企業からの興味・関心も高い ◆テレワークなどIT化によるビジネスチャンス	◆町外資本、大手企業との競争が激化している ◆消費地・都市部から遠い ◆インフラ整備の遅れ（高速道路網など）、公共交通が脆弱 ◆製造業、商業、観光業などでの競争の激化 ◆広域連携が弱い ◆人口減少、少子高齢化、旅行離れの進行 ◆人手不足で事業を拡大できない ◆全般的に国や道の補助事業・支援が少ない分野

3. 商工業振興の方向

商工業がめざすべき方向等を示しています。

3－1. 条例の目的や理念 【確認】

(1) 条例の目的

平成 30 年 4 月に施行した「斜里町商工業振興条例」では、次の 4 点を目的として掲げている。本計画においても、この目的、特に「1. 商工業事業者の成長発展」及び「2. 地域経済の活性化」に資するよう努めることとする。

＜直接的な目的＞

1. 商工業事業者の成長発展

2. 地域経済の活性化

＜究極的な目的＞

3. 郷土の誇り及び魅力の増進

4. 持続的で住みよい斜里町の形成に寄与

(2) 条例の理念

また、この目的の達成をめざすにあたっての基本理念として、次の文言を掲げている。本計画においても、この理念、特に協力・連携の重要性と、施策効果が知床しゃりの価値や魅力の向上に繋げることを念頭に置きながら、取り組むこととする。

町、商工業事業者、商工会、町民が主として経済活動を通じて協力し連携し合い、知床しゃりの価値や魅力を高めることによって、将来にわたる振興と成長をめざす

3－2. 条例の基本方針 【確認】

3－1と同様に、振興条例では、次の4点を基本方針として掲げている。
本計画でも、この基本方針を踏まえ、施策を構築することとする。

(1) 社会経済環境の変化に機敏に対応し、創意工夫や不断的努力を伴った商工業事業者の自主的な取り組みを促し、地域経済の新陳代謝の活性化に努めること

- ① 事業者の自主的努力が原則である
- ② 時代や社会の変化に対応した、意欲ある事業者への施策を強化する

(2) 商工業事業者の取り組みが地域経済のさらなる成長や地域活力の強化に繋がるよう、同業種間はもとより異業種又は他の産業との連携に努めること

- ① 様々な連携・協力によって、個々の事業者の取り組みを地域経済全体の成長と活力につなげる
- ② 様々な連携・協力によって、新たな知恵や企画が生まれ、動機が高まり、地域経済の活性化につながる

(3) 地域外の人や事業者と積極的に交流し、経済活動の成長に繋がる知見を広げ、競争力を強化するよう努めること

- ① 事業者との積極的な交流により、次の事業展開に繋げ、地域外との競争関係に勝てる力を身に付ける

(4) 地域の人材を育成強化するよう努め、あらゆる機会を通じて郷土への誇りや愛情を高める取り組みを推進すること

- ① 中長期的には、人材育成こそが最重要
- ② 基礎的・専門的知識の習得の奨励と同時に、郷土への誇りや愛情を高める取り組みも極めて重要

3－3．施策の展開方向

(1) 5つの施策と総合計画との関係性

2－3で示した課題への対応の視点と、斜里町商工業振興条例の目的や理念、基本方針とを踏まえ、次の5つの施策を展開する。

施策1：総合的な経営基盤強化のサポート

施策2：連携による地域価値の向上と地域活性化

施策3：郷土への誇りをもった人材の育成

施策4：商工業を支える組織・施設の維持

施策5：災害、感染症等緊急時対策

第7次総合計画施策と商工業振興計画施策との関係性は、下図のとおりである。



(2) 施策の体系と概要

< 施策体系 >

基本施策	個別施策
< 施策 1 > 総合的な経営基盤強化のサポート	1-1. 制度融資
	1-2. 設備投資促進・支援
	1-3. 経営の総合的なサポート
< 施策 2 > 連携による地域価値の向上と 地域活性化	2-1. 地域プラットフォーム事業の計画的な推進
	2-2. エリア・ブランディングと産業連携
	2-3. 食や特産品の高付加価値化とふるさと納税 推進
	2-4. 「道の駅」を中心とする活性化
	2-5. 地域内循環・消費の拡大
< 施策 3 > 郷土への誇りをもった人材の育成	3-1. 人材確保
	3-2. 人材育成
	3-3. 郷土愛の醸成
	3-4. ビジネス、友好交流
< 施策 4 > 商工業を支える組織・施設の維持	4-1. 商工会支援
	4-2. 地域振興事業・イベント支援
	4-3. 施設管理
< 施策 5 > 災害、感染症等緊急時対策	5-1. 災害、感染症等への対応

< 施策 1：総合的な経営基盤強化のサポート >

施策 1 では、条例基本方針(1)：「社会経済環境の変化に機敏に対応し、創意工夫や不断の努力を伴った商工業事業者の自主的な取り組みを促し、地域経済の新陳代謝の活性化に努めること」を踏まえ、商工業を取り巻く環境が変化し競争が激化する状況下でも、意欲をもって自立的に経営を維持・発展させ、生き残れる事業者を増やしていくことをめざす。

経営には、創業期、成長期、安定期、事業承継期といった段階があるとされているが、それぞれの段階に応じたサポートに対応できるよう整えていく。

1-1：制度融資（融資制度）

融資によるサポートとする。従来の中小企業融資を維持しつつ、小売店舗等近代化資金利子助成制度は中小企業融資制度と統合する方向で検討していく。

1-2：設備投資促進・支援

町独自の工場設置奨励金は過疎地指定を受け新規奨励金対象はないが、現行制度は当

面維持しつつ、見直しにあたっては小規模事業者が事業用設備を取得等した場合の奨励金の検討を行い、国や道の補助金活用へのサポート、GX や DX の検討が行われるよう情報提供、個別相談を行う。

1－3：経営の総合的なサポート

ビジネスサポート事業との連携を引き続き進め、課題解決に向けたビジネスサポートフォローアップ事業による支援を継続して行い、顧客の多様性に対応するサービスの拡充や、創業・事業継承支援や新たな事業への展開、スタートアップ事業の促進など、新たな支援を検討する。

< 施策2：連携による地域価値の向上と地域活性化 >

施策2では、条例基本方針(2)：「商工業事業者の取り組みが地域経済のさらなる成長や地域活力の強化に繋がるよう、同業種間はもとより異業種又は他の産業との連携に努めること」、及び、方針(3)：「地域外の人や事業者と積極的に交流し、経済活動の成長に繋がる知見を広げ、競争力を強化するよう努めること」を踏まえ、個別事業者や個別産業分野が活性化しても、地域全体が活性化しない限り、商工業の振興には繋がらない、あるいは、協力・連携と交流・コミュニケーションの強化が地域活性や競争力強化につながる、という認識のもと、地域の魅力や価値を高めるための、協力・連携・交流関係を前提にした共同した取り組みを加速させることをめざす。

具体的には、地域プラットフォーム（PF）事業を計画的に推進し、PFを地域のハブとして、マーケティングやブランディング、産業連携等をベースに、様々な付加価値化の方向をめざしていき、ふるさと納税制度を精力的に進め、町の特産品のPRや魅力的な事業への活用から地域産業の振興及び、地域活性化に繋げる。

2－1：地域プラットフォーム事業の計画的な推進

地域プラットフォーム（PF）の運営体制強化に向けた各種取り組みを進める中で、経営基盤の強化を図り、地域の魅力向上、人材確保、地域活性化に繋がる事業の推進に協力を行い地域経済の成長や地域活力の強化に繋げる。

2－2：エリア・ブランディングと産業連携

エリア・ブランディングに商工業分野としても協力を行い、ブランディングを中心に産業連携を推進することで互いの付加価値を高めていき、町外企業との連携を深めることで、新たなビジネスへの展開や外貨獲得をめざす。

2－3：食や特産品の高付加価値化とふるさと納税推進

農水産資源が豊富な特質を活かし、事業者による取り組みの支援や、地域的な取り組みを順次進めていく。（PFと連動。）また、ふるさと納税の拡充や商品開発支援等をとおして、町の特産品PRや魅力的な事業への活用を通して地域産業の振興、地域経済の

活性化に繋げていく。

2－4：「道の駅」を中心とする活性化

すでに一定の集客がある「道の駅」（しゃり、うとろ）を中核施設として地域全体としても積極的に活用していく。

2－5：地域内循環・消費の拡大

町内での購買を促し、できる限り町外への流出を防ぐよう、ポテトカード事業や住宅リフォーム事業などを通じて域内循環を促していく。

< 施策3：郷土への誇りをもった人材の育成 >

施策3では、条例基本方針(4)：「地域の人材を育成強化するよう努め、あらゆる機会を通じて郷土への誇りや愛情を高める取り組みを推進すること」を踏まえ、地域の最大の資源である人材をより中長期的な視点で育成していくことをめざす。

事業者としての人材の確保と育成は、一義的には事業者自身の役割であるが、その背景には、若者を惹きつけることができるよう、地理的な不利を良好な地域イメージで補うことが欠かせず、また実際に、活力のある地域、快適で住みよい町であることも欠かせないことから、人材育成上、共通する役割に関しては、可能な限り共同して取り組み、また、近年、人手不足は町内全体に広がり、急速かつ広範に深刻になってきている状況も鑑み、移住・定住希望者への支援や都市部で働く人材、若者などの就業促進に向けた多様な働き方への対応も必要となっていることから、郷土への愛着、地域への誇りを喚起する観点と合わせて人材の確保を図りながら人材育成を進めていく。

3－1：人材確保

人手不足、雇用のミスマッチが深刻化しており、事業者と連携しながら、改善策に取り組み、多様な民間サービスの活用の検討や移住・定住希望者への支援も含めて取り組んでいく。

3－2：人材育成

事業所の持続的発展や競争力強化のためには、モチベーションを保ち、新しい知見を獲得していくことが欠かせないことから、可能な限り研修機会の確保に努めていく。

3－3：郷土愛の醸成

究極的には、郷土への愛着や誇りが人材の質と量に影響することから、ブランディングはもとより、地域文化や伝統などを学ぶ地域学習の推進や姉妹町・友好都市交流を通じたより深い情報交換やビジネス交流を進めていく。

< 施策4：商工業を支える組織・施設の維持 >

施策4では、条例第6条で記された商工会の役割（商工会は、「商工業事業者、特に小規模企業者の経営の向上及び改善に積極的に取り組むよう努める」、「商工業振興施策の円滑な実現に中心的な役割を担うよう努める」）を踏まえ、商工会の組織や事業、商工業施設の維持に主眼が置かれている。

斜里町商工会は商工業事業者の中心的な組織であり、商工会の組織・事業運営と、関連事業を支援することで、商工会員と一体となった効果が現れることを期待することができ、本計画においても、商工業事業者と行政とをつなぐ公共的組織として、商工会の活躍を念頭に計画が構築されている。

また、商工業関連施設も適切に維持し、積極的に活用していくことが求められている。

4－1：商工会支援

これまで同様に、商工会（青年部・女性部含む）による経営改善普及事業などの支援を行う。

4－2：地域振興事業・イベント支援

商工会を中心に組み込まれている事業・イベント等も引き続き支援する。

4－3：施設管理

産業会館や道の駅などの商工業関連施設も引き続き適正に管理する。

< 施策5：災害、感染症等緊急時対策 >

施策5では、大規模自然災害発生時や近年の新型コロナウイルス感染症の拡大などによる町民生活や経済活動などへの影響が長期に及ぶことが想定される場合は、本計画に基づく各施策については、社会情勢を見極めながら取り組んでいく。

5－1：災害、感染症等への対応

感染症の拡大や大規模自然災害等、町民生活や経済活動などへの影響が長期に及ぶ可能性がある場合、本計画に基づく各施策は、社会情勢を見極めながら取り組んでいく。

(4) 目標項目・数値

指標名	内 容	現状値	目標値 (2032 年)	数値根拠、 目標
A. 基幹産業指標				
-1. 農業生産額 【百万円】	斜里町内から算出された農産物の合計額	12,334 (2023 年)	12,500	農協・農務課、 第 7 次総合計画
-2. 漁獲高 【百万円】	斜里町内から算出された水産物の合計額	9,385 (2023 年)	7,111	漁協・水産林務課、 過去 5 年漁獲高平均値 (H30～R4)現状維持
-3. 年間宿泊者数 【人泊】	町内の宿泊施設に泊まった人泊数	322,031 (2023 年度)	400,000	観光協会・商工観光課、 第 2 次観光振興計画
-4. 観光消費額 【百万円】	町内で観光客が消費したと推察される消費額	8,927 (2023 年度)	12,000	観光協会・商工観光課、 第 7 次総合計画等
B. 商工業生産状況指標				
-1. 製造品出荷額 【百万円】	町内製造業の製造品出荷額の合計	33,628 (2020 年)	33,000	工業統計 現状維持
-2. 商業年間商品販売額 【百万円】	町内商業の有体商品販売合計額	23,256 (2021 年)	23,000	商業統計 現状維持
C. 生産性・価値指標				
-1. 付加価値額 【百万円】	農林漁業、公務を除く全産業の合計額	17,093 (2021 年)	19,600	経済センサス 10 年 15%増
-2. 労働生産性 【万円】	事業従事者 1 名あたりの上記付加価値額	407 (2021 年)	460	経済センサス 10 年 15%増
-3. 課税対象所得 【万円】	町内在住者の課税対象所得の平均額	377 (2023 年)	380	総務省 微増
D. 事業所指標				
-1. 商工業事業者数	町内の商工業事業者数	505 (2023 年)	450	商工会 10 年 10%減以内
-2. 小規模事業者数	町内の小規模事業者数	433 (2023 年)	390	商工会 10 年 10%減以内
-3. 商工会員数	斜里町商工会会員数 (定款会員を除く)	332 (2023 年)	330	2023(R5)商工会 現状維持
E. 雇用・労働指標				
-1. 事業従事者数 【人】	農林漁業、公務を除く全産業の事業従事者数	4,414 (2021 年)	3,900	経済センサス 10 年 10%減以内
-2. 就業率 【%】	労働力人口に占める就業者の割合	96.7 (2020 年)	97.0	国勢調査 現状維持
-3. 正規雇用比率 【%】	労働者のうちの正規雇用(正社員)の割合	63.8 (2020 年)	70.0	国勢調査 10 年 10%増

指標名	内 容	現状値	目標値 (2032 年)	数値根拠、 目標
F. 第 7 次総合計画数値目標				
-1. 町民アンケート「商工業・観光業振興」満足度 【pt】	商工業・観光業振興の現状満足度	3.01 (2022 年)	3.20	総合計画アンケート調査 第 7 次総合計画
-2. 制度融資利用件数 【件】	商工業事業者の融資利用件数	97 (2022 年)	100	商工観光課 第 7 次総合計画
-3. 道の駅しゃり及びう ところでの販売額【百万円】	町内道の駅販売額	291 (2022 年)	320	商工観光課 第 7 次総合計画
-4. 町民アンケート「新規産業 育成や雇用対策」満足度 【pt】	新規産業育成、雇用対策の 現状満足度	2.54 (2022 年)	2.80	商工観光課 第 7 次総合計画
-5. ビジネスサポート事 業相談件数 【件】	商工業事業者の相談件数	46 (2022 年)	50	商工観光課 第 7 次総合計画
-6. 若年層（20～39 歳） 人口の推移 【人】	若年層の人口推移	2,157 (2022 年)	2,000	商工観光課 第 7 次総合計画

4. 商工業振興施策

具体的な振興施策、取組項目等を示しています。

施策 1. 総合的な経営基盤強化のサポート

－ 資金調達の円滑化、投資の促進、総合サポート体制の充実 －

1－1. 制度融資（融資制度）

1－1－1. 中小企業融資制度

- ① 中小企業融資制度を継続する。
- ② この融資制度が事業者の成長発展に繋がるよう、制度・要件の見直しを検討する。見直しにあたっては、特に小規模事業者に配慮するよう努める。

- ・ 民間金融機関による通常の融資よりも低利で資金を借りられるよう、個々の自治体が独自の政策支援を行う融資の枠組みとして、全国の多くの自治体（都道府県・市町村）で広く行われてきているのが「制度融資」（融資制度ということもある）である。
- ・ 斜里町でも、「町内中小企業の育成振興ならびに経営の合理化を促進」し、「経済的地位の向上を図る」ため、昭和 33 年度（1958 年度）から独自の融資制度（斜里町中小企業融資制度）を設け、利子及び信用保証料の「補給」を行ってきた。
- ・ しかしながら、この融資制度は、広く事業者の負担軽減には繋がっているものの、投資の促進や事業者育成のきっかけになっているとは必ずしも言いがたい。
- ・ そこで、社会経済環境の変化を加味しつつ、運転資金（短期・長期）と設備資金の限度額の妥当性やバランス、利用者条件と補給率の小規模・成長事業者への優遇措置、（目的に応じた）特別融資枠の設定などの視点で、詳細に再検討し、改善していく必要がある。
- ・ 制度の見直しは、融資制度等審議会で検討し判断することとする。

1－1－2. 小売店舗等近代化資金利子助成制度

- ① 小売店舗等近代化資金利子助成制度は中小企業融資制度と統合する方向で、融資制度審議会で協議を進める。

- ・ この助成制度は、商業小売店舗などの新築・改築・設備投資などのために融資を受けた場合に、利子の一部を助成している制度であり、昭和 59 年度（1984 年度）から継続してきた制度である。
- ・ 令和 5 年度末現在、融資 1 件のみが対象となっており、令和 8 年度末（最大 7 年間

の利子助成)で終了予定となっている。

- ・ 店舗の利活用や改築の促進、創業者支援などに関しは、商工会や認定支援機関（金融機関等）と連携して、自立的な経営をサポートできる仕組み（１－３－１）などによって、後押しすることを検討していく。

１－１－３．緊急融資制度

① 金融危機の発生や災害などにより、町内事業者の資金調達などに影響が生じると判断される場合には、別途、緊急融資制度を臨時的に創設する。

- ・ 緊急時には、町内経済への影響を最小限にとどめるよう、融資制度による対応方策を検討することとする。

1－2．設備投資促進・支援

1－2－1．工場設置奨励金制度並びに小規模企業設備投資への支援

- ① 令和3年度以降、斜里町が過疎地域指定を受け「過疎地域における地方税の減収補てん措置」により工場設置奨励金の新規奨励金対象はないが、現行制度は当面維持する。
- ② 設備投資が一層促進されるように、交付対象要件の見直しを検討する。見直しにあたっては、過疎地域における地方税の減収補填措置の対象とならない業種、かつ小規模事業者が事業用設備を取得等した場合の奨励金を検討する。

- ・ 工場の設置などの大規模な投資を促すため、昭和29年度（1954年度）から工場の新設や増改築、機械設備の導入などの固定資産税等の軽減助成を行ってきた。
- ・ 大型投資への唯一の支援策であり、実質的な負担軽減効果は大きい。令和3年度以降は過疎地域となったことから、固定資産税の課税免除対象となったことから新規奨励金の対象はない（固定資産税課税免除期間：令和8年度まで延長）。
- ・ 現在1000万円以上の投資が対象となっており、資金力のある比較的規模の大きな事業者への支援の側面が強いが、小規模企業事業者による1,000万円未満の投資に対する支援策を検討していく必要がある。

1－2－2．国や道などの設備投資等補助金の活用のサポート

- ① 国や道などが募集している設備投資関連補助金の活用に対し、事業計画づくりを含め、支援する。
- ② GX（グリーン・トランスフォーメーション）やDX（デジタル・トランスフォーメーション）などの検討が行われるよう情報提供や個別相談を進める。

- ・ 近年、経済産業省などによる中小企業、小規模事業者向けの補助金が充実してきている。
- ・ これらの補助要件に適合する設備投資を予定している事業者に対して、事業計画・申請書の作成などを含め支援し、補助金の効果的な活用をサポートする。
- ・ 全世界的に課題となっている温暖化対策、脱炭素化の取り組みを進めるため、事業者の脱炭素の取り組みをサポートしていく必要がある。
- ・ 事業者がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、業務そのものやプロセスなど、変革し効率的な経営が行われるよう情報提供に努めていく。

1－3．経営の総合的なサポート

1－3－1．自立的な経営の総合的なサポート体制

- ① 商工会、認定支援機関（金融機関等）、町が連携して、事業者（特に小規模事業者）の経営段階に応じた総合的な相談・支援体制として、ビジネスサポート事業が「商工会と北海道よろず支援拠点、金融機関や専門家」との連携も進んでいることから継続して行い、質の向上に繋がるよう努める。
- ② この総合支援にあたっては、インバウンドなど顧客の多様性に対応するサービスの拡充や、後継者がいない事業者の円滑な事業継承、創業支援への対応も含め、経営計画づくりや専門家派遣などの充実に努める。

- ・ 経済産業省などが北海道よろず支援制度などのサポート体制を充実させてきており、このような国や道の制度と連携・連動させ、地域としても伴走型の体制をとり、積極的な事業者の自立的な経営をサポートする。
- ・ 創業準備期、創業期、成長期、安定期、事業承継期など、経営の各段階に応じた相談や資金以外の支援に力点を置くことが重要となってきたことから、商工会、認定支援機関、行政等が連携した、ビジネスサポート事業が構築され事業者からの経営相談が増加しており、改善効果も大きく評価も高い事業となっている。
- ・ 自立的な経営と補助金とは矛盾する側面があり、補助金をあてにした経営計画がその後の成長の妨げになる恐れがあるとの指摘があるが、このサポート体制を通じた町独自の支援としてフォローアップ制度も構築し実施している。
- ・ 経営者の高齢化、後継者、担い手不足に伴う事業終了へのサポートなど、新たな事業者の育成、創業をめざす事業者や事業継承へのサポートも充実させる。

1－3－2．事業支援補助金

- ① ビジネスサポート事業により明らかになった課題解決を行うビジネスサポートフォローアップ事業による支援を継続する。
- ② IT 関係導入、発信力向上、店舗看板等の集客増大事業、商品の高付加価値化等への活用など、好評な補助制度であることから継続する他、補助率の加点措置要件や設備投資への支援等も検討する。
- ③ 創業・事業承継支援や新たな事業への展開支援、インバウンド向け事業を含めた旅行者の期待に対応できるサービス開発、スタートアップ事業の促進など、新たな支援を検討する。

- ・ 令和4年度からスタートしている「ビジネスサポートフォローアップ事業」は、経営相談により明らかになった課題を解決するための支援としていることから、より

効果的な支援となっている。

- ・ 町内の飲食店の後継者問題から飲食店が減少していくなどの課題が指摘されていることや、成長の見込める産業やスタートアップに対する支援の重要性など、起業意欲を高める施策の検討も必要な状況にある。
- ・ このことからビジネスサポート事業と連動し、新たな事業への展開や創業に対する支援および、事業継承への取り組みへの支援制度を検討する。

施策 2. 連携による地域価値の向上と地域活性化

－ 地域プラットフォーム、エリア・ブランディング、産業連携、高付加価値、ふるさと納税 －

2－1. 地域プラットフォーム事業の計画的な推進

2－1－1. 一般社団法人知床しゃりの経営強化

- ① 地域プラットフォーム（PF）の運営体制強化に向け、理事会等の各種会議体に参加し、中期的な事業構想、売上目標などの整理を行い、経営強化を図る。
- ② 事業計画書に基づいて、関係者等と協議を行い株式会社化への検討を進める。

- ・ マーケティングとブランディングをベースにした地域プラットフォーム（事業体）の設立が求められている。（組織のあり方により、まちづくり会社、TMO、地域商社、DMO、DMC、物産協会などと呼称されたり分類されることもあるが、本計画では「地域プラットフォーム（PF）」と呼ぶ。）
- ・ 商工会や観光協会、行政など既存の組織では対応が困難であり、産業連携、地域協働、共通利益的な分野に対して、民間経営手法を採用しながら、ハブ的な位置で運営していくことが要請されている。
- ・ このことから令和元年7月、地域商社、DMO、まちづくり会社の複合的機能をもつ「一般社団法人知床しゃり」が設立され、地域に役立つ事業運営が期待されましたが、事業活動範囲が限定的であり、期待通りとはならず、当初想定していたまちづくり機能、DMO組織、地域商社機能を発揮するには至っていない。
- ・ 地域商社的事業は、ブランディングキャラクターでもあるトコさんを活用した物販事業は、経営の主軸として欠かせない状況となっている。
- ・ DMO事業は、これまで取り組んできたE-bikeには一定の可能性があるところであり、一般社団法人知床しゃりとして、DMO的な役割を果たせるのか問われており、様々な可能性を検討していく必要がある。
- ・ ブランディングは、観光地はもとより居住地としての価値の掘り起こしを重点的に進め、トコさんの活用もあり、住民、ビジネス、旅行者など、多くの人から共感をいただき、投資額を上回る効果をもたらしている。
- ・ これまでの状況を踏まえ、運営体制を強固にするため、町職員も理事や幹事会に参加するなど体制強化に努めており、引き続き、DMO、地域商社及びまちづくり会社の機能を併せもつ地域プラットフォームに向けた協議を進める。
- ・ 経営強化に向けては専門的な知識を持ったコンサルタントの配置や、経営管理手法、評価基準を設けて取り組みを進めていくことが望まれることから一つずつ整理していく必要がある。
- ・ 株式会社化後の状況を踏まえれば、可能な限り多くの関係者の合意を得ながら進めていくことが望ましい。

2-1-2. 一般社団法人知床しゃりへの事業支援

① 経済・産業界が一体的となり、一般社団法人知床しゃりが行う地域の魅力向上、人材確保、地域活性化に繋がる各種事業の推進に協力する。

- ・ 一般社団法人知床しゃりは、地域商社、観光 DMO、まちづくりの 3 分野のバランスがとれた事業執行を基本方針とし、各種事業を推進することで斜里町に関心を持ち、関わり、来訪するような仕掛けを作り、コミュニケーションを図るよう事業を進めている。
- ・ 具体的には、知床トコさんグッズの販売収益を基軸に事業を展開され、斜里地区と札幌地区に直営店をオープンさせるなど、拠点づくりも進められ知床に関心を持ち来訪するきっかけを作ることを使命と認識しながら拠点運営が進められていることから、今後、地域の商店との連携に発展していくことが期待されている。
- ・ 観光分野では、観光コンテンツの開発運営補助、アクティビティリスクマネジメントを始めとした事業を展開し、地域として新たな魅力創出に貢献するよう努めている。
- ・ また、行政が進めているエリア・ブランディング事業の連携や、新たに町からの受託事業として現テレワークセンターの管理を継承しつつ、企業研修などの受け入れ作りが進められており、企業研修や大学生等の受入れを通して都市部若年層との関係の強化となり、中長期的には人材の確保や地域活性化に繋がるようプログラムづくりを検討されている。
- ・ こうした事業展開を行っていく中で、商工会、観光協会のみならず、農協や漁協との関係性を築き、事業連携を強化し、経済・産業界が一体的になるよう事業運営を進めていく。

2-2. エリア・ブランディングと産業連携

2-2-1. マーケティングと基礎調査

- ① 商工業や観光客需要に関するマーケティング調査を進め、その調査結果を事業者と共有するよう努めていく。
- ② 商工業に関する基礎調査の方法論を整理し、町内の経済情勢の的確な把握に努める。

- ・ 商工業に関するデータは、経済センサスなど、主に国の統計情報に依存しており、町または商工会独自のより詳細なデータ収集ができていない現状にある。
- ・ 町内の商工業経済規模の把握や、資金の流れ、町民や旅行者の消費動向などを的確に把握するための調査手法を確立し、データ収集に努めていく必要がある。
- ・ 施策 2-1 による PF 事業の計画的な推進に合わせ、マーケティング調査自体を PF が担い、調査分析のノウハウを蓄積していく。
- ・ また、マーケティング調査については、町内業者や消費者が WEB アンケートなどに自ら応えるようなインセンティブを付けた調査や携帯キャリアデータの取得・分析を検討する他、商工会での事業者への聞き取りも継続して行い、これら収集されたデータに基づいて施策方針の協議をしていくことが望ましい。

2-2-2. 地域のイメージ向上

- ① エリア・ブランディング（地域イメージ形成）に商工業分野としても協力する。

- ・ 平成 27 年度は観光協会、平成 28～30 年度は役場、令和元年度からは一般社団法人知床しゃり、令和 4 年度からは地域プロジェクトマネージャーも加え、ブランディング事業を進めてきている。
- ・ 知床トコさんに象徴されるように、地域や産業の統一的で新たなイメージが形成・発信され、地域活性化や郷土愛醸成にも繋がりがつつある。
- ・ 商業分野では、ポテトカード事業での活用が始まっているが、基本ルールづくりを前提に、広く事業者が活用し、地域が一体となってイメージ向上に努めていく必要がある。
- ・ 斜里町のブランディングは、観光ブランディングからスタートし、商工業、漁業、農業、環境等の各事業へと広がっている。令和 5 年度からは福祉分野のブランディングにも取り組み、幅広い形でのエリア・ブランディングの展開を進めていることから、商工業者の理解向上を図りながら、継続して地域全体のイメージ向上に繋がるよう進める。

2-2-3. 産業連携

- ① 継続して、ブランディング（地域イメージ形成）を中心にした産業連携を推進する。
- ② その進捗状況を踏まえつつ、食や特産品の開発・販売や、産業観光プログラム開発づくりといった個別の連携事業を進め、互いの付加価値を高めていく。
- ③ 関係機関や民間企業との連携を図り、近年増加傾向にある旅行者やインバウンドの誘致促進に向けた事業を観光事業者と連携、協力して進める。

- ・ 以前から産業連携の重要性が指摘され、産業団体間では総論賛成状態であったものの、実際には各論的な個別の連携はほとんど見られない状況が続いていた。
- ・ ブランディング事業、特に知床トコさんを活用しての PR グッズやイメージづくりは好評となっているが、具体的な産業連携までは至っていない。
- ・ このようなブランディング事業、特に知床トコさんを活用したコミュニケーションにより、町の認知度、イメージアップを基本にしながら、徐々に産業連携を深めていき、個別具体の取り組みに発展していくよう努めていく必要がある。
- ・ 産業連携の中心的な役割を地域 PF が担うことの期待もあることから、地域 PF の事業を着実に積み上げ、各産業団体の賛同を得られよう努めている。
- ・ 「知床」ブランドを活かし来町する企業や人、または町外への販売、さらに移住・定住希望者など、対町外からの外貨獲得を目指す必要もある。
- ・ 斜里町以外の地域や外部企業との連携を図ることにより、町内企業の成長の可能性を追求し、地域消費の増加や将来的には新たなビジネスチャンスが生まれ、雇用の創出にもつながる可能性がある。

2-2-4. 町外企業との連携

- ① エリア・ブランディングなどの観点で、町外の企業との連携が望ましいと判断される場合には、事業連携などを検討する。
- ② テレワーク事業や町と協定締結を行っている企業、産業会館ワーキングスペースの活用などを通じて、町外の事業者との交流や情報交換に努める。

- ・ 経済環境の多様化や競争の激化に伴って、専門的な視点での対応や企業との連携により効果の創出が期待できる場合がある。
- ・ 町の課題と地域包括連携協定を締結している企業やテレワーク企業との得意分野のマッチングを進める。
- ・ ワークেশションなど観光時期以外の広がり、働き方の変遷に対応した新たな企業連携を進める。
- ・ また、道内でのデータセンターの誘致動向など、企業誘致情報の共有を図り、ビジネスはもちろん CSR や地域貢献的な視点での助力を得られる場合には、連携も検討

する。

- ・ 通常のビジネス営業・取引とは別に、働き方・テレワークを目的として来町する企業、ビジネスマンなど、多様な働き方へ対応できるよう、平成 31 年度からは産業会館内でのワーキングスペースも供用する。
- ・ テレワーク事業や町と包括連携企業との連携事業により、町民や産業団体等との交流も実施されていることから、町内事業者との連携も期待される。
- ・ これらにより、今後、ビジネス交流の機会は増加すると予想されており、新たな知見の獲得や、新たなビジネスチャンスなどがうまれる可能性がある。
- ・ 町内事業者にとっては、このような場の活用することで、次の商機に繋げていくことが期待される。

2－3．食や特産品の高付加価値化とふるさと納税推進

2－3－1．食や特産品の開発支援

- ① ビジネスサポートフォローアップ事業により、事業者自身による食や特産品の開発を支援する。
 - ② エリア・ブランディングの一環で取り組まれる、食や特産品開発、食材のブランド化に協力する。
 - ③ 産業団体や PF などの連携による食や特産品の試行的開発の動きも支援する。

- ・ 食や特産品の開発は、地域資源の高付加価値化の典型であり、外貨獲得、域内消費喚起の点からも重要な分野である。
- ・ 施策 1－3－1 のビジネスサポート事業による開発の総合相談や専門家の派遣などによる後方支援、施策 1－3－2 のビジネスサポートフォローアップ事業によって食や特産品の開発支援を継続していく。
- ・ 各事業者による取り組みとは別に、食材のブランド化や販売機会の創出などの共通の課題に関しては、エリア・ブランディングの流れを活かしながら、商工会や役場、産業団体の連携により、開発環境を整えるよう努める。
- ・ 食や特産品開発のコンサルティング的な役割についても、地域 PF が担うことを想定しているが、引き続き、地域 PF としての事業を着実に積み上げたうえで、実施に向けた体制構築に努めている。

2-3-2. 知床しゃりブランド認証制度

① 知床しゃりブランドの魅力向上、販売促進支援対策の調査検討および、制度のあり方検討を進める。

- ・ 平成 21 年度にブランド認証制度がスタートして以来、現在までに 69 品以上の申請があり、認証品の統廃合や認証取り消しなどを経ながらも、現在、23 商品が認証されている。
- ・ 比較的登録基準が厳しいが、専門家による直接指導を受けることができるなど、安定的な認証制度が維持されている。
- ・ 一方で、認証されていることによるメリットが見えづらいという指摘もある。
- ・ ブランド事業者へのヒアリングやアンケート等による課題の洗い出し、分析。ストーリーテリング等の活用による魅力向上策など、地域 PF とも連携を図り、ブランド事業者への支援や事業内容を検討する。
- ・ また、ふるさと納税の返礼品開発など、町の特産品の推進も進んできていることから、ブランド制度の見直しを含めて、あり方の検討が必要となってきた。
- ・ 認証制度による信用性と知床しゃりの知名度を活かし、認証品の販売やブランド価値の向上により、食や特産品の開発が一層進み、地域全体の向上に繋がるよう努める。

2-3-3. ふるさと納税の推進

- ① ふるさと納税返礼品の拡充や商品開発支援、町の特産品の PR や魅力的な事業への活用を図り地域産業の振興を図る。
- ② 観光客等の斜里町来訪時に、地域で利用できる地域ポイントでの返礼品となる「旅先納税」を推進し、観光地の魅力を高めることで再訪率を向上させ、地域経済の活性化に繋げる。
- ③ 魅力ある地域づくりを進めるため、町内企業との連携や企業との関係を深めていき、町の特性・価値観、充実したプロジェクトを発信し、企業版ふるさと納税などによる応援企業の増加に努め、地域の魅力向上および、地域経済の活性化に繋げる。

- ・ 斜里町では令和 2 年 11 月から返礼品付きふるさと納税をスタートし、事業者のご理解をいただきながら返礼品の種類を拡大してきた。
- ・ 個人版ふるさと納税は、斜里町が好きだという気持ちで寄付をくださった方、魅力的な返礼品を見て寄付をくださった方など、たくさんの方から寄付をいただき、増加傾向にあることから、引き続き、民間との協働により取り組みを進め、取り組みを進め、地域産業の振興を推進する。
- ・ また、令和 5 年 7 月からは旅先納税を導入し、斜里町に来られた際の宿泊やアクティビティ、食事等に活用できるふるさと納税もスタートした。引き続き、旅行者等

に寄付をしていただけるよう効果的な PR に努める。

- ・ 企業版ふるさと納税制度についても、町のプロジェクトへの応援企業の増加も進んでいる状況にある。
- ・ 寄付金は年度末に各基金に一度積み立てし、積み立てた翌年度に各事業への活用を行い、活用方法の情報発信をとおして新たな寄付金に繋がる組み立てとし、好循環サイクルとなるよう進めている。
- ・ ふるさと納税制度を活用して全国から寄付を賜り、返礼品は単なる商品ではなく、「斜里町の持っている力を全国にアピールする」ことを念頭に、返礼品取り扱い事業者の力を借りながら返礼品の拡充を図り、町の特産品の PR に繋がるよう努める。

2-4. 「道の駅」を中心とする活性化

2-4-1. 道の駅しゃりを中心とする斜里市街地の活性化

① 道の駅しゃりを拠点施設とした斜里中心市街地の活性化をめざす。

- ・ 3号道路（国道沿線）沿線に大型店舗が集積され、町民生活の利便性は向上してきたといえるが、一方で、知床斜里駅や道の駅しゃりの「への字」道路沿線は、斜里の商業の歴史を形作ってきた中心地であり、宿泊施設も集中しており、引き続き中心市街地として活性化をめざすことが、地域色を維持し、郷土愛を醸成するうえでも重要である。
- ・ 現状では、線的・面的に活性化させていくことが困難な状況になりつつあることも確かであるが、道の駅しゃりを中核施設として活性化のための投資を集中させ、道の駅からシャワー効果を期待する。
- ・ 道の駅しゃりにオープンした COBAKO Shari を通じて、中心市街地にある商店街とも連携を図り、情報共有を進め新たな事業展開を期待したい。
- ・ 当面は、道の駅運営委員会により進め、PF を中心に活性化をめざす。

2-4-2. 道の駅うとろ・シリエトクを中心とするウトロ市街地の活性化

① ウトロ地区における中核的商業施設である道の駅うとろ・シリエトクのさらなる活性化をめざす。

- ・ ウトロ地区においても、旧国道沿線やオロンコ岩商店街から、現国道沿線、道の駅うとろ・シリエトクへと商業の重心は移りつつある。
- ・ 特に道の駅うとろ・シリエトクは、コロナ前の入館者数が年間 50～60 万人、コロナ禍においては年間 30 万～40 万人弱と落ち込んでいたが、コロナ後においては、年間 40 万人強と回復傾向にあることから、道の駅の集客力を活用して、商業を活性化させていくことが現実的である。

2－5．地域内循環・消費の拡大

2－5－1．町内購買の促進

- ①町内での購買が進み、地域内での資金循環が進むような方策を検討する。
- ② 当面、ポテトカードを地域カードとして育成するよう努める。

- ・ 食料品や日用品は町内での購買が多いにせよ、資金循環の点では、厳しい状況に置かれている。
- ・ 減少しつつある町民による町内消費を少しでも食い止めていくには、協力・連携関係で取り組むしかないが、地域への商工業振興に対する重要性の理解、協力を求めるなど広報を行い、町内での購買が進む方策の検討が必要となっている。
- ・ 町民生活により密着したポイント・カード事業は、町内の多くの小売店舗で活用可能なエリアカードとして、ポテトカード事業の支援を継続していく。（行政は、行政ポイント発行を継続。）

2－5－2．域内循環型事業

- ① 住宅リフォーム事業（快適住まいのリフォーム事業）やプレミアム商品券発行事業などのように、域内の資金循環効果が期待できる事業に対し、状況に応じて支援を行う。

- ・ 快適住まいのリフォーム事業の助成や空き家解体事業を継続し、制度の利用促進および、効果的な運用に努めていく必要がある。
- ・ 制度の見直し検討にあたっては国や道の動向等を注視し、インセンティブな内容も含めて検討を行ない、町内経済情勢を総合的に判断しながら、必要に応じて域内の資金循環に資する事業を進める。
- ・ 令和2年度以降、新型コロナウイルス感染症の影響や物価高騰の影響に対応したスマートフォンを利用したデジタルクーポンの発行を実施したことから、電子スタンプ等の初期費用に対する分は多くの事業者が所有しており、いつでも発行できる体制にある。
- ・ 商品券発行事業の実施の際は、購買意欲の向上に繋がる仕組みや、対象とする事業者についても事業目的に応じた検討を行う。

施策 3. 郷土への誇りをもった人材の育成

－ 人材確保、人材育成、U・I・J ターン促進、郷土愛醸成、ビジネス交流 －

3－1. 人材確保

3－1－1. 人材確保対策

- ① 事業者による独自の取り組みを促しつつ、若者等の町内企業への就業を推進していくため、合同企業説明会を継続して行い、共通で取り組み可能な事業を新たに検討する。
- ② 専門職人材の確保に向け就業支援等補助事業を継続して行い、事業効果により延長を検討する。
- ③ 外国人実習生の受入れについて、各産業団体との連携を通じて情報収集に努める。
- ④ 人材確保に向けては多様な民間サービスも出てきていることから、様々な手法を参考に最適な方法を検討する。

- ・ 人手不足が町内全体にも広がり、急速かつ広範に深刻になってきている。外国人労働者に依存する業種・事業所も増えてきており、人材派遣組織や人脈などを駆使して、人手の確保に奔走している状況が見られる。
- ・ 季節労働者対策の一環で行われている斜網地域雇用促進協議会主催の資格取得支援や、平成 26 年度以降、開催している合同企業説明会に一定程度効果が認められることから、当面継続する。
- ・ 令和 5 年 4 月から介護従事者や保育士等の専門人材確保のため、就業支援等補助事業を令和 7 年度までの時限措置で開始し、専門職人材の確保に努める。(終了時期の状況で延長を検討)
- ・ 外国人実習生が増加していることを踏まえ、住宅問題や生活ケア、町民との交流などの課題もある。
- ・ 人手不足対策に関しては喫緊の課題でもあるため、業務のアウトソーシング環境の整備やクラウドワークスなど外部サービスへの依頼や、求人状況の動向を把握しながら、必要に応じて支援策を検討する。

3－1－2. 移住・定住希望者への支援

- ① 移住・定住希望者への情報発信や相談窓口の設置など、受入れ体制整備を推進する。
- ② 創業者向け経営支援等の他、移住・定住希望者への空き店舗情報の発信など、住宅確保策等の検討を進める。

- ・ 地域の自立性の低下に対応するためには、移住定住促進が重要な役割を果たす。具体的には、ふるさと U ターンや I・J ターンなどを促進することで都市部から地方への人の流れをつくるためには、移住希望者のニーズに応えられる支援策が必要となる。
- ・ 北海道斜里高等学校への地域みらい留学制、地域高 2 留学を受入れる家族や、住む住宅がない等の課題もあることから地域の特性を活かしながら安心して暮らせる仕組みの検討が必要な状況がある。
- ・ 移住者、移住検討者と町民とのつながりを作る人材の確保や、町内関係団体と協働での移住支援の取り組み、空き家情報に関わる情報共有を進めていく必要がある。
- ・ 地域おこし協力隊の任期満了後の定住や創業支援も行うことで、地域への長期的な定住を促進する。

3-1-3. 多様な働き方への対応

- ① 若者の就業促進への取り組みや仕事と家庭の両立支援として各種支援制度や多様な働き方に関する情報提供などにより、子育て家庭の就労支援に努める。
- ② 都市部で働く人材の副業・兼業受け入れ推進を行うための情報提供を推進する。

- ・ 仕事と子育ての両立支援には、個人や家庭だけでなく、企業や社会全体が取り組むべき課題となる。
- ・ 多様な働き方を推進するためには、副業・兼業の受け入れ推進の他、テレワークや在宅勤務、フレックスタイム制度や短時間勤務、時差出勤などの柔軟な働き方の導入、育児休業・育児休暇の取得促進など、育児に関する情報提供も両立を支える重要な要素となることから対策を検討する。

3-1-4. U・I・J ターン促進

- ① 斜里町出身者のネットワークの活用や、地域としての人材募集方法などを検討する。
- ② 奨学金返還免除制度の拡大により、Uターンを促進させ、人材確保に繋げる。

- ・ 斜里ネットワークを活用するなど、考えうる様々な方法を駆使して、U・I・J ターンを促進させる。
- ・ 斜里町奨学金ふるさと U ターン促進条例の制度の拡大（職種を限らず全ての職種を対象とする）を行い、人材確保に繋げる。

3－2．人材育成

3－2－1．研修会の開催

① 実践的で実務的な研修の機会を可能な限り設定し、人材の育成とモチベーションの向上に努める。

- ・ より実践的で実務的な研修テーマの設定、講師の選定など、経営者または従業員の求めに応じながらも、可能な限り研修の機会を確保し、開催していく必要がある。
- ・ 経営者に対しては、研修の重要性、将来への先行投資の意義への理解を求め、参加協力を求めている必要がある。
- ・ 北海道経済産業局を中心に、無償の講師派遣制度も充実してきていることから、積極的に研修機会を創出していく必要がある。
- ・ 町と地域包括連携協定を締結している企業や、テレワーク事業により来訪している都市部経営者らとの交流により、様々な知見を得ることも可能になるとと思われる。

3－2－2．研修派遣の奨励

① 個別研修のみならず、中小企業大学校などの体系的な研修も重要であり、研修への派遣を奨励するよう努める。

- ・ 1回限りの研修とは別に、特に経営者育成や技術的な資格取得の点では、数日以上の体系的な研修を受講することも重要である。
- ・ 経営者の理解を得ながら、引き続き参加奨励および、支援を検討していく。

3－3．郷土愛の醸成

3－3－1．地域学習の推進

① 学校教育や社会教育を通じて地域学習に協力し、学校・家庭・地域が繋がり、地域の人々との学習や交流を深め、町民の地域理解や郷土愛を育む。

- ・ 学校と地域との情報共有を図り、学校と地域と一緒に協働し、子どもたちの豊かな成長を支えていくことが重要とある。
- ・ 地域企業や事業者との協働により、地域人材、資源、文化、伝統などを結びつけ、活用することで地域理解や郷土愛を深めていくこととする。

3－3－2．ブランディングによる郷土の誇りの醸成

① ブランディング事業などを介して、郷土への誇りを高める取り組みを推進する。

- ・ ブランディング事業によるトコさん活用を中心に、観光はもとより、漁協・漁業者、農協・農業者、商工会・商工業事業者との連携が少しずつ進みつつある。
- ・ 対外的なアピールを進めていると同時に、郷土の誇りの醸成、インナーブランディング的な効果も認められつつある。
- ・ トコさんの活用は、町内外からの評価も高いことから、郷土の誇りを高める観点からも推進していく。
- ・ これらを合わせて地域の魅力をアピールする他、地域資源に基づいた資源の開発や、地域産業の育成、地域固有の特色を活かした生産活動を行うことで、郷土意識の向上に繋げていく。

3－3－3．姉妹町・友好都市交流

① 姉妹町竹富町、友好都市弘前市との交流関係は、通常の視察などでは得られない、より深い情報交換やビジネス交流を期待できることから、商工業事業者の交流関係も継続する。

- ・ 竹富町とは50年、弘前市とは40年の交流関係を継続してきている。
- ・ 自治体としての交流とは別次元で、民間ベースにおいても両町市から学ぶべきことも多く、より深い情報交換やビジネス交流に発展されることも期待できる。
- ・ 損得抜き交流関係は貴重であり、産業・商工業ベースでの交流も継続する。

施策４．商工業を支える組織・施設の維持

－ 商工会・地域振興事業支援、施設管理 －

４－１．商工会支援

４－１－１．商工会支援

- ① 商工会が行う経営改善普及事業などに対して、引き続き補助金交付要綱に基づき支援する。
- ② 商工会は、経営改善普及事業を通じて、商工業者、特に小規模企業の振興と安定を図るよう努める。

- ・ 町は、商工会の経営改善普及事業に対して、人件費（福利厚生含む）、旅費、事務費などの一部を補助金交付要綱に基づき支援している。
- ・ 商工会の組織及び事業運営を支える基本的な支援制度であり、支援を継続する。

４－１－２．商工会青年部・女性部活動支援

- ① 商工会青年部及び女性部の活動費の一部を支援する。

- ・ 前項と同様に、支援を継続する。

4－2．地域振興事業・イベント支援

4－2－1．地域振興事業

① 商工会が行う金融指導事業、労務改善事業、従業員表彰事業、商店街街路灯支援事業に対して、引き続き支援を行う。

- ・ 商工会の組織運営補助とは別に、各種地域振興事業に対しても支援をしてきたが、これらの支援も従前どおり継続する。

4－2－2．イベント支援

① 町及び商工会が後援している地域振興イベント（町民盆踊り大会事業やふらっとナイト事業など）に対して引き続き支援を行い、新たな事業展開への機会となるよう努める。

② 町内での賑わい創出、町内団体同士の連携を図る各種イベントの開催に係る運営費の一部を支援する。

③ 活動を行いやすい施設環境整備等を検討する。

- ・ 盆踊りや夏祭りなど、商工会が中心となって進めてきた地域イベントは、商工会設立期から、町民に愛されてきた郷土を代表する地域イベントであり、従前どおり支援を継続する。
- ・ ふらっとナイトも同様であり、実施内容の検討も合わせて引き続き支援を継続する。
- ・ 令和5年度より、町内のにぎわいを創出する各種イベント等の開催に係る運営費の一部を支援する「にぎわい創出イベント等支援助成事業」をスタートし、まちづくりや地域活性化に寄与するとともに、町内団体同士の連携を促している。
- ・ 道の駅しゃりなどのイベント会場内において、ステージ設置等に苦慮している状況もあることから、簡易屋外ステージ（屋根付き）の整備等、地域イベントの活動範囲が広がるよう検討する。

4－3．施設管理

4－3－1．産業会館

- ① 指定管理者制度により、引き続き適正に維持管理をする。
- ② 研修室やワークスペースが充実したことから、経済・ビジネスの拠点施設として、一層の活用を図る。

- ・ 産業会館は、昭和 39 年竣工の老朽化した施設ではあるが、平成 30 年度に大規模リフォームを施し、研修室の拡充や、ワークスペースの新設を行った。
- ・ 町内事業者の第 3 の業務場所、打ち合わせ場所などとして活用できるほか、出張中のビジネスマンやテレワーカーのワークキングスペース、交流スペースとしての活用を期待でき、ビジネス交流が加速することが望まれる。

4－3－2．道の駅しゃり、道の駅うとろ・シリエトク

- ① 町は、指定管理者制度による管理者とともに、道の駅しゃり、うとろ・シリエトクを適正に維持管理をする。
- ② 道の駅しゃりの施設環境（空調等）整備、道の駅うとろ・シリエトクのリニューアルに向けた検討を進める。

- ・ 施策 2－4 のとおり、道の駅しゃりは斜里市街地の、道の駅うとろ・シリエトクはウトロ市街地の交流・拠点施設として積極的に活用し、地域の活性化をめざす。
- ・ 道の駅しゃりは、COBAKO Shari がオープンしたことから、町民と旅行者との交流や地場製品の販売など、地域の賑わいを作っていくことが期待される。
- ・ 道の駅うとろ・シリエトクは、施設リニューアルに向けた協議を進め、周辺施設との機能分担等整理を検討していく必要がある。
- ・ 施設利用のルールを再検討し、指定管理者のみならず、広く町内の事業者が活用しやすい状況を作り、吸引力のある施設をめざす必要がある。

施策 5. 災害、感染症等緊急時対策

－ 社会情勢変化による対応 －

5－1. 災害、感染症等への対応

5－1－1. 災害、感染症等、社会情勢変化による対応

① 感染症の拡大や大規模自然災害等が発生した場合の本計画の各施策は、社会情勢を見極めながら施策の追加、変更にも取り組んでいく。

- ・ 新型コロナウイルス感染症の拡大や大規模自然災害等、町民生活や経済活動などへの影響が長期に及ぶ可能性がある場合、本計画に基づく各施策については、社会情勢を見極めながら取り組んでいく必要がある。

5. 参考資料

商工業振興条例本文、条例解説、検討体制を示しています。

5－1．斜里町商工業振興条例（平成30年条例第7号）

（目的）

第1条 この条例は、商工業が地域経済に果たす役割の重要性に鑑み、その振興に関する基本理念を定め、町、商工業事業者及び商工会の役割を明らかにするとともに、商工業振興に関する施策、特に小規模企業者に配慮した施策を総合的かつ計画的に推進することにより、商工業事業者の成長発展及び地域経済の活性化を図り、もって郷土の誇り及び魅力の増進と、持続的で住みよい斜里町の形成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定義は、当該各号に定めるところによる。

- (1) 商工業事業者 商工会法（昭和35年法律第89号）第2条に規定された事業者であつて、斜里町内に事務所又は事業所を有するものをいう。
- (2) 小規模企業者 中小企業基本法（昭和38年法律第154号）第2条第5項に規定された事業者であつて、斜里町内に事務所又は事業所を有するものをいう。
- (3) 商工会 商工会法の規定に基づく商工会であつて、斜里町内に事務所を有するものをいう。
- (4) 知床しゃり 商工業振興の視点における斜里町及び斜里町産品の認知度及びブランド価値の向上のために用いる斜里町の地域名をいう。

（基本理念）

第3条 斜里町の商工業は、歴史や文化に育まれ、自然や風土と調和を図り、地域社会や基幹産業とともに発展してきたとの認識の下、町、商工業事業者、商工会及び町民が主として経済活動を通じて協力し連携し合い、知床しゃりの価値及び魅力を高めることによって、将来にわたる振興と成長をめざすことを基本理念とする。

（町の役割）

第4条 町は、第3条に定める基本理念及び第7条に定める基本方針に基づき、商工業振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進するよう努めるものとする。

- 2 町は、商工業が地域経済の活性化や持続的で住みよい斜里町の形成等に寄与していることについて、町民の理解を深めるよう努めるものとする。

（商工業事業者の役割）

第5条 商工業事業者は、社会経済環境の変化に応じ、自らの経営基盤の強化や経営革新等に努めるものとする。

- 2 商工業事業者は、町及び商工会が推進する商工業振興施策に主体的に協力するよう努めるものとする。
- 3 商工業事業者は、商工会に加入するよう努めるものとする。

（商工会の役割）

第6条 商工会は、商工業事業者、特に小規模企業者の経営の向上及び改善に積極的に取り組むよう努めるものとする。

2 商工会は、町の策定した商工業振興施策の円滑な実現に中心的な役割を担うよう努めるものとする。

(基本方針)

第7条 斜里町の商工業振興施策は、次の各号に掲げる基本方針に基づいて推進し、特に地域に根ざした小規模企業者が積極的に取り組めるよう常に配慮するものとする。

- (1) 社会経済環境の変化に機敏に対応し、創意工夫や不断の努力を伴った商工業事業者の自主的な取り組みを促し、地域経済の新陳代謝の活性化に努めること
- (2) 商工業事業者の取り組みが地域経済のさらなる成長や地域活力の強化に繋がるよう、同業種間はもとより異業種又は他の産業との連携に努めること
- (3) 地域外の人や事業者と積極的に交流し、経済活動の成長に繋がる知見を広げ、競争力を強化するよう努めること
- (4) 地域の人材を育成強化するよう努め、あらゆる機会を通じて郷土への誇りや愛情を高める取り組みを推進すること

(基本的施策)

第8条 斜里町の商工業振興のための基本的施策は、次のとおりとする。

- (1) 経営の安定及び革新に関する施策
- (2) 経営基盤の整備に関する施策
- (3) 人材育成及び雇用の安定に関する施策
- (4) 新事業の創出及び起業支援に関する施策
- (5) 資金調達の円滑化に関する施策
- (6) 支援・連携ネットワークの構築に関する施策
- (7) 情報の収集及び提供に関する施策
- (8) 前各号に掲げるもののほか、斜里町長が必要と認める施策

(振興計画の策定)

第9条 町は、商工業振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進するため、斜里町商工業振興計画（以下「振興計画」という。）を策定するものとする。

- 2 町は、振興計画を定めようとするとき又は変更しようとするときは、あらかじめ商工業事業者及び商工会等の意見を反映させるために必要な措置を講ずるものとする。
- 3 町は、社会経済環境の変化を勘案し、また商工業振興施策の効果に関する評価を踏まえ、おおむね5年ごとに振興計画に検討を加え、必要があると認めるときは、これを変更するものとする。

(検証と公表)

第10条 町は、振興計画の実施状況を検証し、公表するものとする。

- 2 町は、前項の検証にあたっては、商工業事業者及び商工会等の意見を聴くものとする。

(財政措置)

第11条 町は、振興計画を実施するため、必要な財政措置を講ずるよう努めるものとする。

附 則

この条例は、平成30年4月1日から施行する。

5－2．斜里町商工業振興条例解説書（平成30年3月）

1．条例制定の経緯と背景

（1）経過と背景について

この条例は、平成26年6月の「小規模企業振興基本法」の施行、平成28年4月の「北海道小規模企業振興条例」の施行など、国や道が、小規模企業に配慮した施策の推進方針を打ち出したことを直接的な契機として、斜里町の商工業振興の基本的な考え方を整理検討し、制定したものです。

これら国や道の動向は、大企業や中小企業の活躍が想定された中小企業基本法を中心とする法体系の中で、改めて社会経済環境の変化や国内経済活動の現状をみたときに、中小企業の中でも圧倒的多数を占める小規模企業者こそが経済を支え、重要な役割を果たしていると再認識されたことにより、中小企業基本法とは別に、小規模企業に特化した基本法が策定されたと言えるものです。

斜里町では、これまで施策目的に応じた個別の商工業振興施策を講じてきましたが、翻ってみると、商工業に関する条例自体が少なく、基本条例も基本計画を有してもしない状況にありました。

このような状況や、斜里町商工会からの要請、斜里町議会における意見等を踏まえ、総合的な商工業振興施策（条例と計画）を構築するべく、平成29年4月に「斜里町小規模企業振興策検討懇談会（以下、懇談会）」を設置し、検討を開始しました。

この懇談会は、商工会員を中心とした委員12名で構成され、商工会事務局と役場商工観光課を共同事務局として、平成29年4月から平成30年2月までに13回開催し、条例素案をまとめています。（その後も計画策定のため、継続協議中。）

また、斜里町議会では、平成29年3月定例会全員協議会において、条例制定及び計画策定に向けて検討を開始する旨、及び、そのために懇談会を設置する旨について協議を行った上で、平成29年6月定例会の町政報告において懇談会の設置報告、平成29年12月定例会全員協議会において条例素案の協議を経て、平成30年3月定例会において条例制定をするに至りました。

(2) 条例の名称について

この条例は、前項のとおり、小規模企業振興の動向を踏まえ、検討を開始しました。

懇談会では、検討開始当初、仮称「斜里町小規模企業振興条例」として協議を進めていましたが、数回の協議を経た後、改めてこの名称の妥当性について協議した結果、国や道は、中小企業基本法等では対処できない小規模企業への特別な配慮を講じていますが、斜里町では、そもそも中小企業振興の条例を有していないことから、中小企業を含む商工業全体の振興がまず必要であり、国や道の求める小規模企業への対応は、商工業振興の中の特別な配慮義務を記載することで対処可能と判断されました。また、今後の斜里町の課題は、企業の規模や業種、産業区分を超えて、地域として連携し、地域としての価値や魅力を高めることが重要とされました。

このような現状と見通しを踏まえ、小規模企業に特化するのではなく、まずは商工業としての基本条例・計画こそが必要との判断から、「斜里町商工業振興条例」とすることとしたものです。

(3) 条例の性格と構成について

理念条例と位置付け、条文数は少なくし、斜里町における経済活動の自由を制約するような規定は設定していません。第1条の目的で規定しているように、あくまでも商工業事業者の成長発展及び地域経済の活性化を図ることを直接の目的としています。

条例は、まず第1条で条例制定の目的、第2条で用語の定義をした上で、第3条で基本理念を謳いました。次に、第4条から第6条で、町、商工業事業者、商工会の基本的な役割を示しています。これらを踏まえ、第7条で基本方針として、いわば施策展開していくための原則的な考え方を示し、第8条で基本的施策、第9条で振興計画の策定、第10条で計画検証と検証結果の公表、第11条で財政措置を規定しました。

条例として簡素な構成ですが、理念や基本方針に重きが置かれた商工業分野の基本条例とすることを意図しています。

2. 条文解説

(目的)

第1条 この条例は、商工業が地域経済に果たす役割の重要性に鑑み、その振興に関する基本理念を定め、町、商工業事業者及び商工会の役割を明らかにするとともに、商工業振興に関する施策、特に小規模企業者に配慮した施策を総合的かつ計画的に推進することにより、商工業事業者の成長発展及び地域経済の活性化を図り、もって郷土の誇り及び魅力の増進と、持続的で住みよい斜里町の形成に寄与することを目的とする。

第1条では、①商工業への認識、②条例での規定事項、③条例の直接的目的、④条例の究極的目的、の4つの事項を規定しています。

①商工業への認識としては、「商工業が地域経済に果たす役割の重要性に鑑み」とあります。斜里町の産業は、歴史的経過や地域的な特質、産業規模などを踏まえ、農業・漁業・観光業の3産業が基幹産業と認知されています。

江戸末期の漁場経営に端を発する漁業の成立以降の歴史的経緯や、斜里町の自然特性が活かされた業態、100億円という各産業の規模などをみれば、この3産業が基幹産業であることには、条例検討の場（懇談会）においても、何ら異論はありませんでした。

しかし、この基幹産業が栄えてきた背景には、常に商業や工業がありました。

基幹産業を営む者への生活物資の供給や売買はもとより、町としてのインフラの形成、農業や漁業の生産物の加工処理や高付加価値化など、基幹産業や地域の発展には、商工業が欠かせなかったものであり、商工業がなければ、おそらくは基幹産業も成立しえなかったに違いありません。

懇談会では、商工業の果たしてきた役割についても議論が重ねられました。商工業は、基幹産業を支えている、基幹産業の円滑化に資している、地域経済の要のような役割を果たしている、などと表現されました。

基幹産業のように注目されることは少なく、基幹産業に依存した産業でありながらも、雇用や経済効果において、基幹産業を圧倒する規模である商工業が斜里町の経済にとって重要に役割を果たしていることを今一度再認識するために、「商工業が地域経済に果たす役割の重要性」と記載しました。

②条例での規定事項では、この条例内で定めている主な事項を列挙しました。

基本理念（第3条）、役割（第4条～第6条）、施策の実施（第7条～第11条）などです。

商工業振興の基本理念を定めていること、町、商工業事業者、商工会の役割が記載されていること、商工業振興策を総合的かつ計画的に進めていくこと、振興にあたっては小規模企業者に配慮することなどを読み取ることができます。

特に「小規模企業者への配慮」を第1条内に規定しているのは、この条例制定の背景を踏まえているためです。

③条例の直接的目的としては、2つの事項を規定しています。

1つめは、「商工業事業者の成長発展」です。地域経済、商工業振興の主役は事業者到他ならず、商工業事業者が地域経済の原動力です。商工会も町も、商工業振興という点では、脇役です。商工業事業者の成長と発展こそが、条例制定の最大の目的といえます。

2つめは、「地域経済の活性化」です。経済活動の効果を地域としてみた場合、個々の事業者が成長し発展するだけでは、限界があることは明らかです。事業者の成長発展自体がすなわち地域経済の発展であるのも確かですが、事業者の集合・総和としての「地域経済」が活性化することで、個々の事業者もまた成長発展するという考えに立っています。商工会や町の視点と言えるかも知れません。個々の利益を超えて、地域経済の相加相乗効果を最大化させることが地域の活力を生むという考えを示しており、条例の目的に掲げました。

④条例の究極的目的は、「郷土の誇りや魅力の増進」と「持続的で住みよい斜里町の形成に寄与」の2点です。

1つめの「郷土の誇りや魅力の増進」とは、直接目的の「商工業事業者の成長発展」と「地域経済の活性化」を支え、より効果を高めるための考え方として、斜里町という「郷土」への誇りや愛着が欠かせないという理解があります。

小さな斜里町の経済は、顔の見える人間関係がベースにあります。儲けたいだけならば、経済の集積地である都市部の方が効率的です。儲けと同等の意味で、地域への貢献が問われる時代になっており、地域への貢献のためには、その地域への理解や誇り、愛情こそが根底に必要です。

もちろん、斜里町の地域経済を支えているのは、斜里町で生まれ育った者、出身者だけではありません。斜里町は、閉鎖的な経済単位区域ではありませんので、町外事業者との取引、交易がなければ成立しえませんし、町外事業者が町内に事業所を設け活動することも、歓迎すべきことに違いありません。斜里町に移住し創業した人も多いでしょうし、そもそも、斜里町で古くから事業を営む人も、せいぜい100年前や150年前に移住し創業した人の後継者でもあ

ります。

経済活動範囲と生活域とが密接交わり重なる斜里町では、経済の多面性も踏まえると、いつ移住・創業したかではなく、斜里町への愛着や誇りに思う心が、経済の点でも重要であり、原動力になるという考えといえます。

2つめの「持続的で住みよい斜里町の形成に寄与」は、平成25年4月に施行された斜里町自治基本条例の前文に掲げられた「住みよい斜里町」を築くという目標に、「持続的で」という言葉を添えているものです。現代社会では、住みよいまちでなければ経済も発展せず、活動拠点であり続けるのは困難です。

経済活動を通して、持続的で住みよい斜里町に貢献することは、商工業振興にとっても目的であることを示しています。

(定義)

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

- (1) 商工業事業者 商工会法(昭和35年法律第89号)第2条に規定された事業者であって、斜里町内に事務所又は事業所を有するものをいう。
- (2) 小規模企業者 中小企業基本法(昭和38年法律第154号)第2条第5項に規定された事業者であって、斜里町内に事務所又は事業所を有するものをいう。
- (3) 商工会 商工会法の規定に基づく商工会であって、斜里町内に事務所を有するものをいう。
- (4) 知床しゃり 商工業振興の視点における斜里町及び斜里町産品の認知度及びブランド価値の向上のために用いる斜里町の地域名をいう。

第2条では、4つの言葉を定義しています。

第1号は「商工業事業者」の定義です。

商工会法第2条では、「商工業者」の定義として、「自己の名をもって商行為をすることを業とする者」、「店舗その他これに類似する設備によって物品を販売することを業とする者」、「鉱業を営む者」、「会社」とされています。一般的に商工業者とみなせる事業者は、ほぼ例外なく該当することになります。

商工会への加入資格がある事業者(詳細な説明は省略しますが、簡単に言えば、日本標準産業分類の第2次産業、第3次産業の中から、特殊な事業主体(例えば、医師、公務、学校教育など)を除いた者)を商工業事業者とすると狭めることも可能ですが、そうすることに意味は

ありませんので、商工会法の定義に従い、広くしています。

「斜里町内に事務所又は事業所を有するもの」としているのは、一時的な取引のために町内で経済活動をする事業者は、「振興」の対象に含まないことを意味します。

第2号は「小規模企業者」の定義です。

条例制定の背景でも記載しているとおり、昨今、小規模企業者へ特別な配慮が必要という考えがありますので、条例内でも「小規模企業者」という言葉を使用しています。

小規模企業振興基本法の定義と同様に、中小企業基本法第2条第5項の定義に従っています。

その「小規模企業者」の定義とは、「おおむね常時使用する従業員の数が20人（商業又はサービス業に属する事業を主たる事業として営む者については、5人）以下の事業者」です。

第3号は「商工会」の定義です。

商工会は商工会法に基づく団体であり、「商工会は、その地区内における商工業の総合的な改善発達を図り、あわせて社会一般の福祉の増進に資することを目的とする」と定められています。

商工会は、商工業事業者を代表して具申し建議する役割を担っていますので、公共性のある経済団体として、事業者と行政との間にたって意見し、調整し、活動することが期待されています。

商工会を斜里町商工会に特定するために、この規定が置かれています。

第4号は「知床しゃり」の定義です。

第3条基本理念で使用されている「知床しゃり」という言葉が、条例内で唯一、創意性のある言葉ですので、定義することにしました。

第3条では、「知床しゃり」を地域の価値や魅力を束ねる言葉として用いられていますが、地域価値を高めようとする場合、斜里町であれば斜里という言葉を引き立てるのが一般的です。しかし、斜里町内には知床も含まれ、その知床は斜里以上にブランド力をもった地名ですので、自分たちの地域をどのように表現するかが問われます。

懇談会でも最大の議論となったのは、地域価値の向上という視点でした。町民としてのアイデンティティと、現実的で対外的なブランド力とのバランスやジレンマの中で、地域ブランドをどのように高め、表現すべきかを繰り返し議論しました。

「知床しゃり」が平成21年に開始された知床しゃりブランド認証制度や、平成26年6月に策定された「第6次斜里町総合計画」において使用されてきたことも踏まえ、漢字の「知床」

とひらがなの「しゃり」を組み合わせた「知床しゃり」を条例でも踏襲することとしました。

商工業振興条例ですので、「商工業振興の視点における」と限定していますが、例えば、農業や漁業での使用を制限するものではないことは当然であり、この条例をきっかけに、地域ブランドとして育成されることが期待されます。また、「斜里町及び斜里町産品の」として、地域自体と地域からの産品での活用を念頭においていますが、今後の展開によっては、使用範囲の拡大が検討されるべきでしょうし、条例で使用範囲を必要以上に限定することを意図しているわけではありません。

しかしながら、「知床しゃり」の使用によって、地域の好意的な「認知度及びブランド価値の向上」が図られるべきであり、状況によってブランド管理の必要、特にブランドイメージの毀損が起きないように注意する必要があります。

「～に用いる斜里町の地域名をいう」としたのは、区域としては、斜里町の行政区域を基本的に想定していることを意味します。

(基本理念)

第3条 斜里町の商工業は、歴史や文化に育まれ、自然や風土と調和を図り、地域社会や基幹産業とともに発展してきたとの認識の下、町、商工業事業者、商工会及び町民が主として経済活動を通じて協力し連携し合い、知床しゃりの価値及び魅力を高めることによって、将来にわたる振興と成長をめざすことを基本理念とする。

第3条では、商工業振興の基本理念が記載されています。第1条の目的と同等に、この条例の根幹となる考え方が規定されています。前段では、商工業振興の背景的事項が、後段では未来志向の理念・目標が記されています。

前段では、まず、「商工業は、歴史や文化に育まれ、自然や風土と調和を図り、地域社会や基幹産業とともに発展してきた」とあります。

第1条の解説と重複しますが、斜里町の商工業は、いうまでもなく、歴史的経過（町の成り立ちや産業形成過程、政治経済状況など）や、文化的特性、自然（ネイチャー）や風土（気候や地勢、原風景、精神的環境等）などの影響を絶えず受け、適応しながら発展してきたこと、つまりは、「地域社会や基幹産業とともに発展してきた」という基本認識を示しています。

なぜこのような当たり前のことが理念として記載されたかと言えば、斜里町の商工業は、都市部での商工業よりも、先人から引き継いだ農業・漁業基盤に強く依存しており、自然との調

和があってこそ今がある、という認識があるからに他なりません。この先人からの継承と、自然との調和という考えを今一度確認するために、あえて置かれた文言といえます。

後段は未来に向けた理念であり、内容としては大きく2点あります。

1つめは、主に経済活動を通じた、様々なレベルでの協力と連携です。これは、様々な課題が山積し、世の中が激変する状況下で、地域社会の持続と商工業の発展を考えれば、個々の事業者の取り組みだけでは対処不能な課題が残り、地域がまとまり、地域の総合力をもって進めていく必要がある、という意味を示しています。

2点目は、連携した結果、「知床しゃりの価値及び魅力を高める」ことを目指す、そのことが商工業としても成長と発展の礎になる、ということが示されています。第2条第4号「知床しゃり」の定義の解説でも触れていますが、現代の情報化社会において、地域価値を高めることが欠かせません。これは製造業において顕著ですが、どんなによい製品を作り販売できたとしても、商品価格に見合う価値を説明し、情報として発信できなければ、巨大市場の中で埋没してしまいます。地域自体も同様です。

地域の価値や魅力が高まることは、商工業全般にとって、プラス効果はあっても、マイナスはないと考えられます。次世代に向かって、さらなる成長と発展をめざすためには、「協力し連携し合い、知床しゃりの価値及び魅力を高める」ことが必須であるという考えが示されています。

(町の役割)

第4条 町は、第3条に定める基本理念及び第7条に定める基本方針等に基づき、商工業振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進するよう努めるものとする。

2 町は、商工業が地域経済の活性化や持続的で住みよい斜里町の形成等に寄与していることについて、町民の理解を深めるよう努めるものとする。

第4条から第6条では、主な振興主体ごとの役割が定められ、まず、第4条では、町（行政・斜里町）の2つの役割を規定しています。

第1項では、斜里町が商工業振興施策を総合的かつ計画的に推進する役割（努力義務）を担っていることを示しています。

この施策の推進に関しては、第7条から第11条で関連する規定が設けられていますが、直接

的には、第9条の振興計画策定を指し示しています。

第2項では、商工業の意義を町民へ伝え、理解を深めるよう務めるのは、町の役割としています。

個々の商売、事業を超えて、商工業の意義を町民に広く伝えることは、事業者や商工会では現実的には難しいので、町の役割とされたものです。

(商工業事業者の役割)

第5条 商工業事業者は、社会経済環境の変化に応じ、自らの経営基盤の強化や経営革新等に努めるものとする。

2 商工業事業者は、町及び商工会が推進する商工業振興施策に主体的に協力するよう努めるものとする。

3 商工業事業者は、商工会に加入するよう努めるものとする。

第5条では、商工業事業者の役割を規定しています。

第1項では、自由主義・資本主義・市場経済の環境下において、また、激変する社会環境下において、変化に機敏に対応し、適切な経営を進めていくのは、事業者自らの努力が第一であることを示しています。

第2項は、商工業振興施策への協力の努力義務の規定です。商工業事業者の協力を得られない振興施策には意味はありませんし、そもそも施策・事業自体が成立しません。第9条第2項及び第10条第2項のとおり、振興計画に商工業事業者の意見が反映される仕組みが採られていますので、逆にいえば、施策の実施時には、主体的な協力を求めるものでもあります。

第3項では、商工会への加入を推奨することを記載しています。商工会は、商工会法に基づいて設置されている公共的団体です。商工会への加入率の低下は、地域的な施策の取り組みに支障をきたす恐れがありますし、計画への事業者の意見反映も弱くなりますので、条例でも加入を求めることにしています。

(商工会の役割)

第6条 商工会は、商工業事業者、特に小規模企業者の経営の向上及び改善に積極的に取り組むよう努めるものとする。

2 商工会は、町の策定した商工業振興施策の円滑な実現に中心的な役割を担うよう努めるものとする。

第6条では、商工会の役割を規定しています。

第1項では、小規模企業基本法の施行といった昨今の情勢を踏まえて、商工会が行う様々な事業・業務において、小規模企業者に特に積極的な配慮や展開を求めているものです。

小規模企業者への特別な配慮は、第7条の基本方針でも示されており、それは商工業振興計画に繋がりますが、この第6条第1項では、商工会としての努力義務の規定となります。

第2項では、商工業振興計画に基づく振興施策の実施・実現に、商工会が中心的な役割を担うことを求めています。

町の役割は振興計画の策定、円滑な実現への支援、計画の進行管理であり、商工会は円滑な実現への中心的な役割、と役割分担されているといえます。

(基本方針)

第7条 斜里町の商工業振興施策は、次の各号に掲げる基本方針に基づいて推進し、特に地域に根ざした小規模企業者が積極的に取り組めるよう常に配慮するものとする。

- (1) 社会経済環境の変化に機敏に対応し、創意工夫や不断の努力を伴った商工業事業者の自主的な取り組みを促し、地域経済の新陳代謝の活性化に努めること
- (2) 商工業事業者の取り組みが地域経済のさらなる成長や地域活力の強化に繋がるよう、同業者間ではもとより、異業種又は他の産業との連携に努めること
- (3) 地域外の人や事業者と積極的に交流し、経済活動の成長に繋がる知見や機会を増やし、競争力を強化するよう努めること
- (4) 地域の人材を育成強化するよう努め、またあらゆる機会を通じて、郷土への誇りや愛情を高める取り組みを推進すること

第7条では、商工業振興施策の4つの基本方針を規定しています。

基本方針とは、第 9 条による振興計画を策定するに際して踏まえるべき基本的な考え方であり、計画はこの方針に沿った内容であることが望まれます。また、第 7 条本則では、「地域に根ざした小規模企業者が積極的に取り組めるよう常に配慮する」よう特記していますので、計画全体として、小規模企業者への配慮を義務付けています。

第 1 号では、「社会経済環境の変化に機敏に対応し」、「商工業事業者の自主的な取り組みを促し」とありますが、これは、第 5 条第 1 項と同様の意味で、事業者の自主的努力が原則である旨を示しています。

そのうえで、事業者一律・横並びの施策・支援よりも、変化を恐れず「創意工夫や不断の努力を伴った」意欲のある事業者への施策を強化し、「地域経済の新陳代謝の活性化」をめざすという考え方も含んでいます。（「新陳代謝の活性化」という言葉は、産業競争力強化法（平成 26 年 1 月施行）の中核的な考え方でもあります。）これは、限られた財源を画一的に使うよりも、例えば新規起業を志す人や若年者への支援に集中した方が地域全体としての効果が高いという懇談会での議論結果を反映させているためです。

第 2 号では、様々な連携・協力によって、個々の事業者の取り組みを地域経済全体の成長と活力につなげるようという考えを示しています。第 3 条の基本理念での協力・連携を若干具体化な記述にし、方針化したものです。連携関係とは、同業者間、商工会員間はもちろん、異業種や農業・漁業など他の産業との連携など、幅広い様々なあり様を想定しています。

連携することで、新たな知恵や企画が生まれ、モチベーションが高まり、地域経済の活性化に繋がるという相乗効果が期待されています。

第 3 号では、地域の利益、価値の向上をめざすとしても、閉鎖的、保護主義的な発想にたつのではなく、町外事業者とも積極的に交流することで、新しい刺激を受け、ヒントを得て、次の事業展開に繋げることを期待する方針です。

商圈・物流の変化、インターネット社会、E C（電子商取引）の急拡大、機械化・効率化、グローバル化、少子高齢化や人口減少など、社会経済環境が激変する中でも、可能な限り競争力を維持し強化することをめざすものです。

競争力とは、主に地域外との競争関係に勝てる力であり、地域内での競争関係を強めることは意味しません。

第4号は、人材の育成に関する方針です。業種を問わず、人手不足が年々深刻になり、事業規模を拡大できない事例や外国人労働者への依存度合いが高まっている事例が増えていますが、ここでは、いわゆる短期的な人手不足対策ではなく、中長期的な視点での人材育成の方針です。

特に小規模企業では、経営効率の点から即戦力が求められつつあり、また、経営・管理など求められる専門知識も高度化しており、個々の事業所での時間をかけた人材の育成が難しくなっています。中小企業大学校などで基礎的専門的知識の習得、あるいは地域独自の研修体制の構築も必要であると同時に、第1条の目的にもあるような「郷土への誇りや愛情を高める取り組み」や、Uターン、Iターンを喚起する仕組みも必要になってきています。

懇談会においても、中長期的には人材育成の強化こそが最重要との認識で一致しており、方針化されたものです。

(基本的施策)

第8条 斜里町の商工業振興のための基本的施策は、次のとおりとする。

- (1) 経営の安定及び革新に関する施策
- (2) 経営基盤の整備に関する施策
- (3) 人材育成及び雇用の安定に関する施策
- (4) 新事業の創出及び起業支援に関する施策
- (5) 資金調達の円滑化に関する施策
- (6) 支援・連携ネットワークの構築に関する施策
- (7) 情報の収集及び提供に関する施策
- (8) 前各号に掲げるもののほか、斜里町長が必要と認める施策

第8条では、基本的施策として7項目とその他施策の計8項目を規定しています。

この分類・項目は、商工業振興の主要施策を網羅するべく、全国商工会連合会の推奨する施策分類に従っているものであり、斜里町として振興計画によって取り組むべき施策（体系）と一致させることは予定していません。それは、斜里町の振興計画は、第9条第3項のとおり、概ね5年程度の計画期間を想定していますので、その時々状況分析に応じて、効果的な施策を柔軟に実行する必要がある、逆に言えば、長期的な観点でも一貫性のある施策体系の構築は困難であるからです。

(振興計画の策定)

第9条 町は、商工業振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進するため、斜里町商工業振興計画（以下「振興計画」という。）を策定するものとする。

2 町は、振興計画を定めようとするとき又は変更しようとするときは、あらかじめ商工業事業者及び商工会等の意見を反映させるために必要な措置を講ずるものとする。

3 町は、社会経済環境の変化を勘案し、また商工業振興施策の効果に関する評価を踏まえ、10年ごとに振興計画を策定することとし、おおむね3年ごとに検討を加え、必要があると認めるときは、これを変更するものとする。

第9条では、商工業振興計画の策定と変更に関することを規定しています。

第1項は、「商工業振興計画」策定の規定です。第1条や第4条などに記載されている、総合的かつ計画的な商工業振興施策は、同計画に従って推進されることを意味します。

商工業振興計画は、総合計画の次層に位置する商工業分野の基本計画となります。

同計画は、総合的かつ計画的な施策実施ができるような計画であることが求められます。

第2項では、計画の策定と変更の際には、事業者と商工会の意見を聴き、反映させる措置を講ずることを指示しています。

第3項では、計画の策定は10年ごとに策定を行い、見直しは、おおむね3年を目安に行うことを示しています。「おおむね」としたのは、他の計画（例えば、総合計画や観光計画）との計画期間の調整や、町政執行方針等の変更により、必ず3年にすると明示できないためです。

(検証と公表)

第10条 町は、振興計画の実施状況を検証し、公表するものとする。

2 町は、前項の検証にあたっては、商工業事業者及び商工会等の意見を聴くものとする。

第10条では、商工業振興計画の進行管理を定めています。

第1項では、計画の進行状況を検証し、その結果を公表するものとしています。検証の頻度

は、規定していませんが、1年に1回程度が目安になります。

第2項では、検証にあたっては、行政内での検証のみならず、少なくとも事業者や商工会の意見を聴くものとしています。

(財政措置)

第11条 町は、振興計画を実施するため、必要な財政措置を講ずるよう努めるものとする。

第11条では、商工業振興施策の実施のための、財政措置に関する努力義務を規定しています。

行政の財政運営は、社会経済情勢等の変化や、収入と支出の均衡状況、町全体の必要施策の状況等を総合的に勘案して決定されていますので、商工業振興施策のために「必ず」財源措置されると規定することはできませんが、総合的かつ計画的な推進のために「努力」することまでを規定したものです。

附 則

この条例は、平成30年4月1日から施行する。

附 則

この条例は、公布の日から施行する。

附則では、施行日を規定しています。

平成30年3月定例会で議決を経た後、平成30年度から（平成30年4月1日付け）の施行とします。

令和7年3月定例会で第9条に規定する振興計画の策定期間を10年とし、おおむね3年ごとに検討を加える改正をする。

5－3. 第2次斜里町商工業振興計画策定の経過

(1) 斜里町商工業振興委員会委員

区 分	氏 名	所属・役職	備 考
商工会 推 薦	中田 尊徳	副会長	委員長
	門間 哲也	理事	副委員長
	須田 尚晃	青年部部長	
	武藤 香苗	女性部部長	
	梶原 裕一		
	元木 誠二		
金融協会 推 薦	向島 久揮	北海道銀網走支店長	～R6.10.31
	神林 周二	〃	R6.11.1～
	窪田 剛宜	網走信用金庫斜里支店長	～R6.7.31
	福井 紀之	〃	R6.8.1～
町民公募	大橋 力暢		
	久野 堅太郎		
商工会	清信 輝雄	事務局長	兼事務局
行 政	南出 康弘	商工観光課長	兼事務局

区 分	氏 名	所属・役職	備 考
オブザーバー	高橋 誠司	政策推進課 課長	
オブザーバー	初海 淳	地域プロジェクトマネージャー	

事務局

区 分	氏 名	所属・役職	備 考
商工会	小野寺 士	指導課長	
行 政	鹿野 能準	産業部長	
	岩渕 聖也	観光係長	
	牧原 莉理華	商工観光課係員	
	松村 壱星	商工観光課係員	

(2) 振興委員会開催履歴

回	開催期日	会議の主な内容
1	R6. 7. 30	<報告事項> 令和5年度の主要事業の進捗状況 <協議> 第2次斜里町商工業振興計画策定事業概要 第1次斜里町商工業振興計画実施状況及び課題・今後の方向性
2	R6. 8. 28	<協議> 第1次斜里町商工業振興計画実施状況及び課題・今後の方向性
3	R6. 9. 11	<協議> 第1次斜里町商工業振興計画実施状況及び課題・今後の方向性 第2次斜里町商工業振興計画策定スケジュール
4	R6. 10. 3	<情報共有> 地域ブランディングの取り組みについて <協議> 第2次斜里町商工業振興計画全体構成イメージ 第2次斜里町商工業振興計画の数値目標について 第2次斜里町商工業振興計画の商工振興施策
5	R6. 11. 6	<情報共有> 知床トコさんの利用ガイドラインについて <協議> 各委員施策提案 第2次斜里町商工業振興計画の商工振興施策
6	R6. 12. 2	<協議> 第2次斜里町商工業振興施策（施策2）の変更点について 第2次斜里町商工業振興計画の商工振興施策
7	R6. 12. 23	<協議> 第2次商工業振興施策の変更点について 第2次斜里町商工業振興計画（全体統合版）

(3) 町議会全員協議会

令和6年12月19日協議

(4) パブリックコメント

令和7年1月17日から2月5日実施

(5) 庁内政策会議

令和7年3月3日確定

第 2 次斜里町商工業振興計画

令和 6 年度 ～ 令和 1 5 年度
(2024 年度 ～ 2033 年度)

改定年月 2 0 2 5 年 (令和 7 年) 3 月

〒099-4192 斜里町本町 1 2 番地

斜里町 産業部 商工観光課