

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>古平町商工会（法人番号：1430005008127） 古平町（地方公共団体コード：014061）</p>
<p>実施期間</p>	<p>令和4年4月1日～令和9年3月31日</p>
<p>目 標</p>	<p><b>経営発達支援事業の目標</b></p> <p>①小規模事業者の課題解決に向けて、経営分析、事業計画策定、フォローアップの実施支援により利益率向上を図ります。</p> <p>②町民生活の維持のためにも小規模事業者の減少を抑制し、事業承継対策や創業に対する事業計画策定の支援を図ります。</p> <p>③地域特産品の活用による新商品開発や販売促進に向けて、古平町及び関係団体と連携し、交流人口増加による消費獲得と地域外での特産品PRによる知名度アップに向けた地域活性化を図ります。</p>
<p>事業内容</p>	<p><b>経営発達支援事業の内容</b></p> <p><b>3. 地域経済動向調査に関すること</b></p> <p>①国が提供するビッグデータの活用による分析 ②地域景気動向調査による景気動向分析</p> <p><b>4. 需要動向調査に関すること</b></p> <p>①新商品開発に向けた消費者ニーズ調査 ②展示販売会における需要動向調査</p> <p><b>5. 経営状況の分析に関すること</b></p> <p>①経営分析セミナーの開催</p> <p><b>6. 事業計画策定支援に関すること</b></p> <p>①DX推進セミナー・IT専門家派遣の開催 ②事業計画策定セミナー・個別相談会の開催 ③事業承継計画の策定支援</p> <p><b>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</b></p> <p>①事業計画策定後のフォローアップ</p> <p><b>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</b></p> <p>①物産展による新たな需要開拓のための出展支援 ②商談会による新たな需要開拓のための出展支援 ③SNSの活用による需要開拓支援 ④ECサイトの利用による需要開拓支援 ⑤自社HPによるネットショップ開設支援</p>
<p>連絡先</p>	<p><b>古平町商工会</b> 〒046-0112 北海道古平郡古平町大字新地町7番地 TEL:0135-42-2377 / FAX:0135-42-4220 E-mail: furusho@rose.ocn.ne.jp</p> <p><b>古平町 産業課</b> 〒046-0192 北海道古平郡古平町大字浜町40番地4 TEL:0135-42-2181 / FAX:0135-42-3583 E-mail: shoukankou@town.furubira.ig.jp</p>

(別表1)

経営発達支援計画

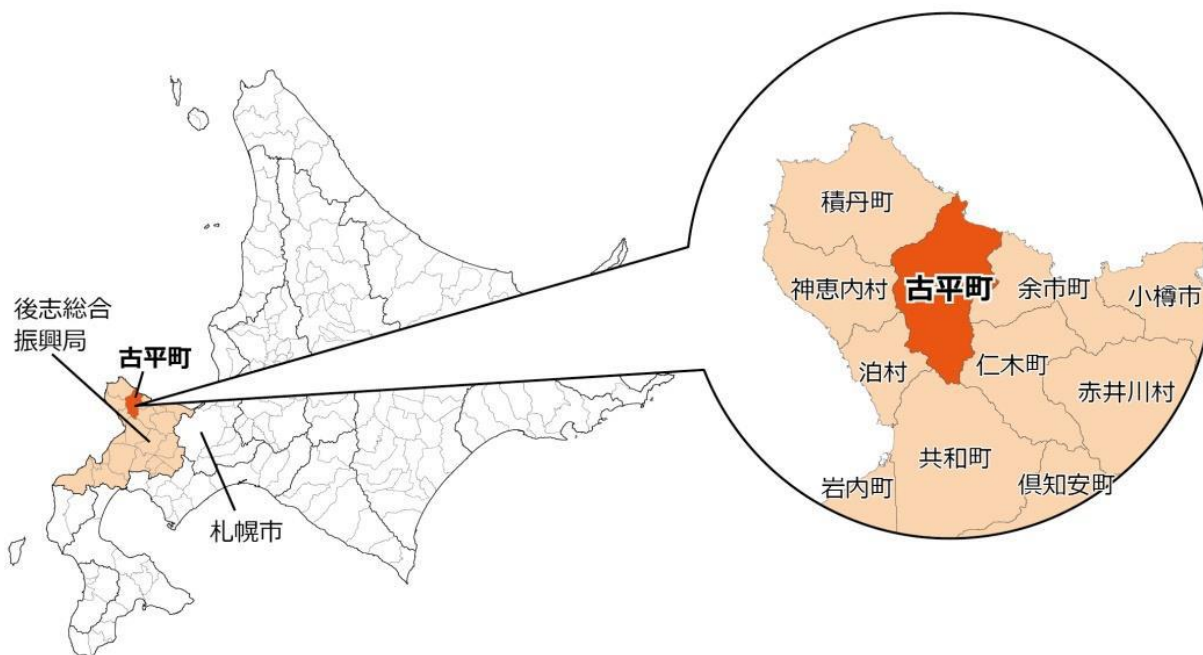
経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

①古平町の概要

古平町は、後志総合振興局管内、積丹半島の東側中央部に位置し、北方は日本海に面し、東・南・西の3方向を余市町など6町村と山地を介して接しています。面積は188.36㎢であり、北海道の総面積83,423.83㎢の0.23%に相当し、道内179市町村のうち138番目の小さな町となっています。



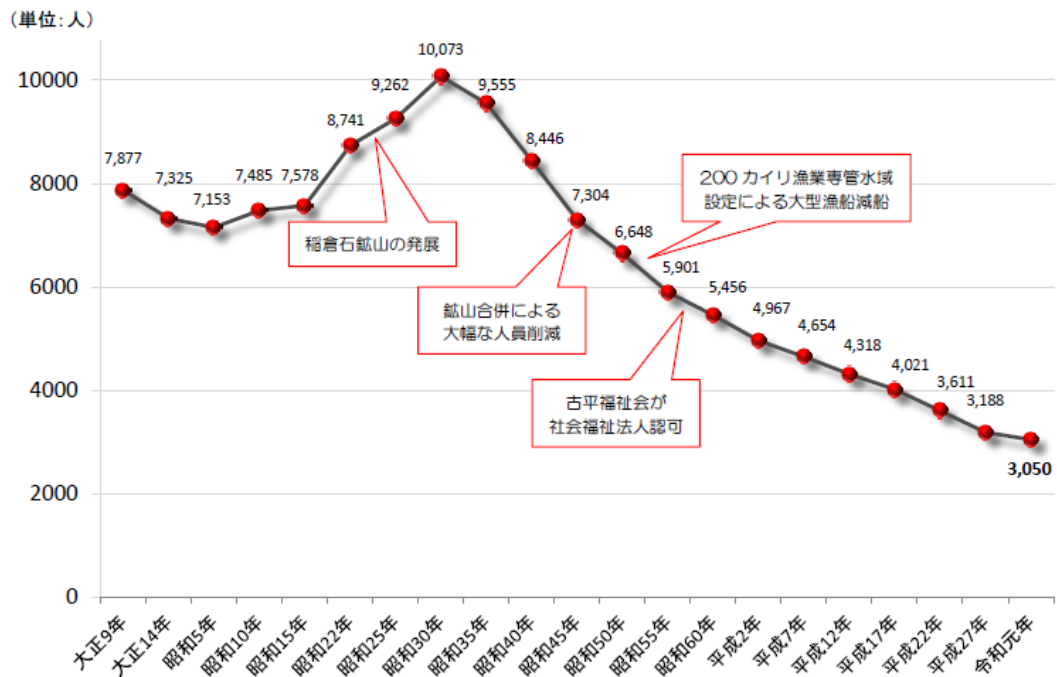
総面積の92%が山林であり、地形は南北に長く、その中央を古平川が縦貫して河口周辺に平坦地をつくり、この地区と西北部を流れる丸山川沿いに人口が集中し、市街地を形成しています。

札幌市から西に約75kmの距離に位置し、ニセコ積丹小樽海岸国定公園の一部で美しい景観に恵まれており、海岸線は浸食によって急峻な崖地となっていますが、山地の起伏は比較的小さく、なだらかです。

②人口の減少と高齢化

本町の人口は、稲倉石鉱山の発展等を背景として昭和30年に総人口は10,073人のピークを迎えました。その後、昭和45年の稲倉石鉱山と大江鉱山との合併による大幅な人員削減、さらには昭和52年の200カイリ漁業専管水域設定による大型漁船の減船などを要因として町の産業は大きな打撃を受け、漁業の規模縮小に伴って総人口は減少の一途をたどってきました。

昭和56年に古平福祉会が社会福祉法人として認可されて以降、知的障害者を中心とした福祉施設が整備されるとともに、水産加工業が本町の産業に重要な役割を果たしてきましたが、近年の少子高齢化の影響などにより総人口の減少傾向は続いており、令和元年3月31日現在の人口は3,050人となっています。



出典：平成 27 年までは国勢調査、令和元年は住民基本台帳（10月1日現在）

（資料：古平町人口ビジョンより）

平成27年の国勢調査の結果によると、古平町の産業別就業者数は第1次産業が224人（全就業者数の14.2%）、第2次産業が467人（同29.7%）、第3次産業が882人（同56.0%）となっています。

平成7年の国勢調査の結果と比較すると、第1次産業、第2次産業がそれぞれ2.8ポイント、11.6ポイント減少しているのに対して、第3次産業は14.4ポイント増加しています。

	昭和50	昭和55	昭和60	平成2	平成7	平成12	平成17	平成22	平成27	H7/H27 増減
就業別人口	2,966	2,768	2,635	2,609	2,630	2,370	2,066	1,721	1,574	▲ 1,056
第一次産業	891	747	593	532	448	310	313	264	224	▲ 224
農業	171	132	127	108	102	50	44	38	35	▲ 67
林業	32	22	12	8	3	5	4	4	3	0
漁業	688	593	454	416	343	255	265	222	186	▲ 157
第二次産業	1,089	1,035	1,003	1,103	1,085	938	761	626	467	▲ 618
鉱業	92	58	16	7	12	9	5	3	0	▲ 12
建設業	516	508	428	405	410	348	248	186	166	▲ 244
製造業	481	469	559	691	663	581	508	437	301	▲ 362
第三次産業	978	985	1,039	974	1,094	1,122	992	826	882	▲ 212
電気・ガス・熱供給・水道業	12	13	11	12	7	5	7	7	8	1
運輸・通信業	98	105	104	102	123	120	95	53	47	▲ 76
卸売・小売業・飲食店	346	341	387	352	388	296	286	227	240	▲ 148
金融・保険業	58	66	69	60	51	40	32	22	15	▲ 36
不動産業	2	1					2	2	2	2
サービス業	373	357	374	364	430	560	463	419	468	38
公務（他に分類されないもの）	89	102	94	84	95	101	107	96	102	7
分類不能産業	8	1			3			5	1	▲ 2
一次産業就業割合	30.0	27.0	22.5	20.4	17.0	13.1	15.2	15.3	14.2	▲ 2.8
二次産業就業割合	36.7	37.4	38.1	42.3	41.3	39.6	36.8	36.4	29.7	▲ 11.6
三次産業就業割合	33.0	35.6	39.4	37.3	41.6	47.3	48.0	48.0	56.0	14.4

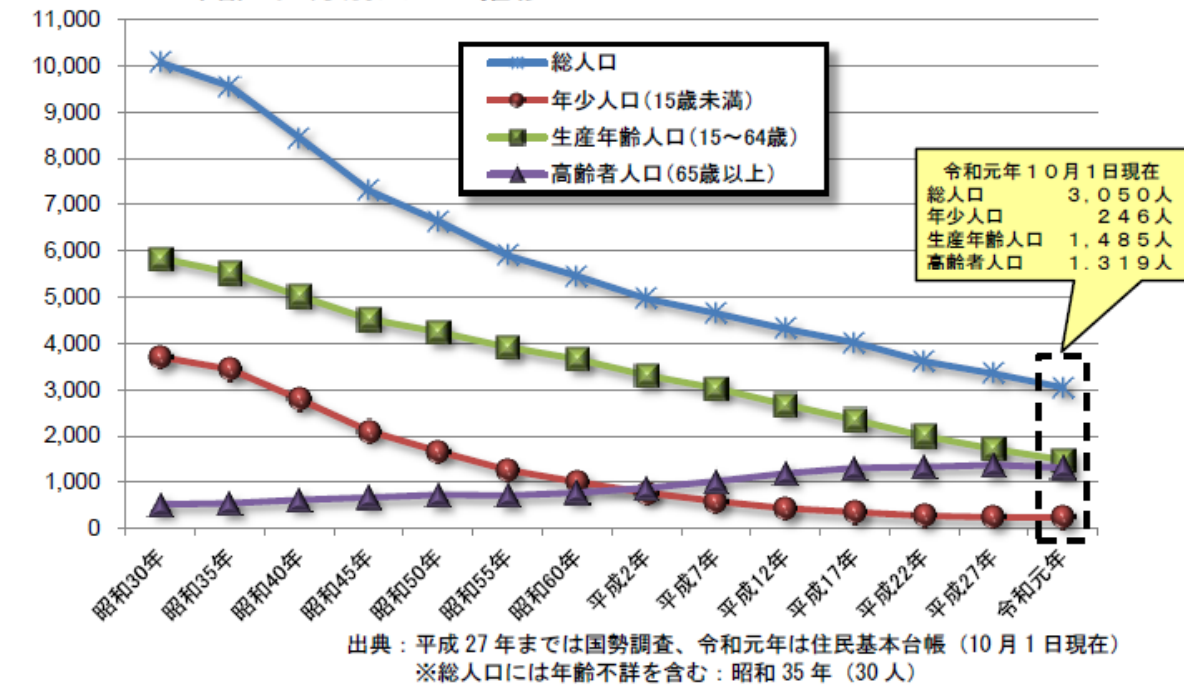
（出典：国勢調査）

（資料：古平町総合指針より）

本町の人口推移を年齢3区分で見ると、下図のようになります。年少人口と生産年齢人口は減少傾向にあり、令和元年10月1日現在の総人口に占める割合は、年少人口が8%、生産年齢人口は49%となっています。一方、高齢者の比率は増加傾向にありますが、平成29年には高齢者人口も減少に転じており、年齢3区分全てにおいて人口減少が進んでいます。

本町の将来人口は、2040年には約1,400人まで減少すると推計されています。この見通しを下回ることのないよう人口減少の緩和に向けた取組みと、これからの人口減少社会に適応したまちづくりが求められます。

■年齢3区分別人口の推移



(資料：古平町まち・ひと・しごと創生戦略より)

### ③地域特産品とふるさと納税

古平町の主要産業である漁業に関しては、漁業経営体数、従事者数ともに減少傾向にありますが、主な漁獲物として、「ほっけ」「すけとうだら」「たこ類」「えび」「かれい類」であり、令和元年の漁獲量は、2,940tとなっています。

これらの水産資源から加工された特産品では、ふるさと納税の返礼品にも使われている特産品の「たらこ」が、道外にも出荷されているため一部の地域では認識されていますが、まだまだ知名度不足は否めない状況であります。

また、道内で唯一、養殖されている「ヒメマス」も名物としてありますが、認知度アップに繋げる取組みが必要となっています。

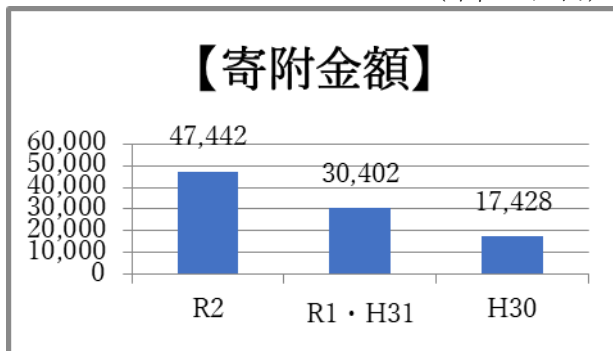
これらの水産加工品を返礼品としたふるさと納税による寄付額は好調で、令和2年度の寄付額は4億7,442万円であり、令和元年度の3億402万円から1億7,040万円増加し、寄付件数とともに増加傾向にあり年々好調に推移しております。

漁業経営・陸揚量・陸揚げ金額の推移

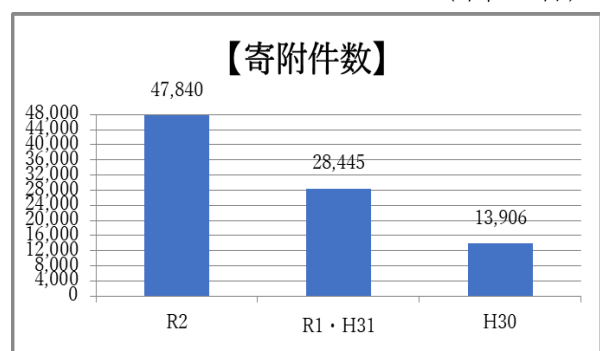
		H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1
漁業経営対数		71	79	74	70	66	63	63	64	58	54
海上作業従事者数		158	176	141	138	132	126	122	120	106	105
陸揚量（トン）		3580.2	4517.6	3765.6	4173.4	3989.4	3209	3832.3	3655.7	3793.3	4910.9
漁業種別	沖合	1650.7	1944.4	1470.2	1635.8	1501.3	1302.7	1702.9	1913.8	1501.2	1534.5
	沿岸	1929.5	2573.2	2295.4	2537.6	2488.1	1906.3	2129.4	1741.9	2292.1	3376.4
	海面養殖業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
魚種別	ほっけ	397.2	1688.8	887.1	979.5	1105.1	919.7	890.9	701.5	782.1	927.7
	すけとうだら	715.6	290.1	876.2	291.3	378.8	217.2	733.6	716.5	432.1	723.9
	たこ類	374.2	353.9	328.7	430.6	397.8	420.7	425.2	423	583	376.4
	えび	354.3	302.9	187.2	206.6	169.2	83.5	63.9	71.8	43	49.3
	かれい類	315.3	316.9	295.5	216	872.9	130	219.2	266.5	280.9	413.1
陸揚金額（百万円）		1,157	1,348	1,225	1,342	1,345	1,450	1,587	1,656	1,573	1,631

（資料：古平町総合指針より）

（単位：万円）



（単位：件）



（資料：古平町ふるさと納税より）

④小規模事業者の現状と課題

ア．人口減少に伴う購買力減少流出と移動販売の増加

古平町の少子高齢化による購買力の減少と、近隣市町への流出、大手企業による移動販売の増加により町内企業は衰退傾向にあり、購買力の流出は厳しい状況で、商店数、従業者数ともに減少傾向にあります。

消費者ニーズの把握による品揃えや新たなサービスなど小規模事業者個々の店舗の魅力創出に向けた取り組みが必要となっています。

また、平成21年度より継続しているプレミアム商品券の発行事業にあわせた個店の販売促進の取組みによって購買力の流出を抑制するとともに、町外大手企業の移動販売事業に負けないよう、小規模事業者ならではの顔が見える信頼関係に基づいた取組みが必要です。

平成26年の年間販売額はおよそ18億円で、平成9年当時の約6割まで落ち込んでいます。

【商工業者数及び小規模事業者数】

		建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食業 宿泊業	サービ ス業	その他	定款	合計
平成 28 年 4 月	商工業者数	24	14	2	43	19	37	11	13	163
	小規模事業者数	24	14	2	43	19	37	11	—	150
	会員数	17	11	1	33	12	22	4	6	106
令和 3 年 4 月	商工業者数	24	15	1	27	14	31	10	17	139
	小規模事業者数	23	13	1	27	14	30	10	—	118
	会員数	18	13	1	24	11	20	6	13	106

(資料：古平町商工会調べ)

【商業の推移】

	平成 9	平成 11	平成 14	平成 16	平成 19	平成 26	H9/H26 増減
商店数	80	74	68	67	58	44	▲ 45.0
従業者数 (人)	272	233	244	213	188	142	▲ 47.8
年間販売額 (万円)	306,777	250,250	250,223	300,824	236,061	183,800	▲ 40.1

(出典：商業統計調査)

(資料：古平町総合指針より)

イ. 事業承継と後継者不足

当会調べでは、令和 3 年 4 月 1 日現在、会員事業所 94 件（定款会員を除く）のうち、経営者が 65 歳以上の高齢者であるのは 51 件、このうち後継者がいる事業所は 15 件という内容であり、小規模事業者の平均引退年齢である 74 歳を目安に考えると、10 年度には 2 分の 1 の事業者が廃業することになります。

このことは、今後、町内の商業機能が失われていくことであり、町民の生活維持のためにも事業承継対策や創業支援が必要となっています。

(令和 3 年 4 月 1 日現在)

	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食業 宿泊業	サービ ス業	その他	合計
会 員 数	17	13	1	24	11	21	7	94
うち 65 歳以上	12	5	1	11	6	12	4	51

ウ. 売上減少と地域資源の活用

漁業が盛んな町であり、卸売業や水産加工を営む小規模事業者もあり、安定した経営をしていますが、小売業や飲食業を中心に年々売上は減少傾向にあります。

特に飲食業においては、新型コロナウイルス感染症の感染拡大を契機に売上が激減しており、感染防止対策の取組みや積丹半島の新鮮な海産物の地域資源を活用した新たなメニュー開発による販売促進の取組みが必要となっています。

また、水産加工品においては地域の雇用を創出する重要な業種であり、ふるさと納税が順調に推移している状況にあることから、返礼品として特産品をPRするとともに、IT等の活用によって地域の特産品をさらにPRして販路拡大を目指す必要があり、消費者ニーズを捉えた商品改良や新商品開発によって売上の増加に繋げる必要があります。

## ⑤商工会の現状と課題

### ア. 第1期経営発達支援事業の取組と課題

第1期の計画目標として、主要業種である製造業、小売業、飲食業の経営力向上、販売促進、販路開拓等「意欲ある小規模事業者の経営を持続させること」、廃業等の歯止めとなるよう事業承継支援、事業計画策定支援を行い「小規模事業者の事業を持続的発展に繋げること」、地域経済活性化として、町のにぎわいを創出し、地域ブランド化を促進させ「地域資源の活用により町を活性化させる取組みを行うこと」を掲げました。

成果として、国や北海道による小規模事業者施策を情報提供することで、7事業所が小規模事業者持続化補助金を活用し販売促進や販路開拓の取組みを行い売上増加に繋がりました。

事業計画策定支援においては、小規模事業者の経営課題を抽出するため、事業計画策定セミナー4回、経営分析セミナー1回を開催し8事業者の計画策定に繋がりました。

しかし、事業承継や創業、にぎわい創出や地域活性化については、積極的な支援が出来ておらず第2期の本計画において支援機関や専門家の活用等により、積極的な支援を行うことが必要となっています。

### イ. 地域イベントとにぎわい創出

他団体が主催する「東しゃこたん漁協祭」、「古平町ロードレース大会」については、交流人口増加に繋がっていると思われませんが、当会が主催する「納涼ビアガーデン」については、町民中心のイベントであり町外客の来場や町内飲食店への誘導には繋がっておらず、コロナ禍の状況もあり今後は各団体と協力し地域小規模事業者の売上増加に繋がる支援が必要です。

### ウ. マスコットキャラクターの活用

平成26年度に全国商店街振興組合連合会（にぎわい活性化事業）補助金を活用し、マスコットキャラクターの作成を行いました。商店街の活性に繋がるよう各団体へ提供し、名刺、封筒、商品券などの印刷に利用されています。現在は着ぐるみも使用できることから、上記地域イベントと絡めて交流人口増加に繋がる取組みが必要です。



【ふるっぴー】

## (2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

### ①10年程度の期間を見据えて

10年後の当町は少子高齢化による人口減少、近隣市町への消費購買力流出の影響も大きくなることが予想されており、小規模事業者についても高齢化や後継者不足から廃業者が増加し、町内の商業機能が失われていく可能性があるため、町民の生活維持のための取組みが必要となります。

さらに、小売業や飲食業については、新型コロナウイルス感染症の影響で売上は減少しており、特に飲食業は、売上の回復に向けて地域資源を活用した新たなメニュー開発による販売促進に取組み、事業の持続的発展を図ることが必要となっています。

また、水産加工業においても、雇用の創出や特産品PRによる販路拡大を目指すとともに、商品改良や新商品開発により売上増加に繋げる必要があります。

これらの課題に対して古平町と協力して取組み、10年後も小規模事業者が商業機能を維持し、地域経済や雇用を支えていくために、『地域特産品を活用したブランドづくりと小規模事業者の維持発展』を主眼に置き、以下のとおり長期的な振興のあり方を設定します。

**【小規模事業者の持続的発展】**

小規模事業者が、今後の事業継続に向けて事業計画策定を通し、経営に対する意識改革を向上させ事業の持続的発展を図ります。

**【事業承継支援や創業支援による経済の安定化】**

事業承継、創業支援等により、地域小規模事業者の減少に歯止めをかけ地域経済の活性化と安定化を図ります。

**【地域資源を活用した特産品開発】**

飲食業については、積丹半島で水揚げされる海産物を使用した新メニュー開発、水産加工業については、特産品のたらこを活用した新商品開発といった地域ブランドを構築することにより、自社の発展や雇用の創出と地域産業の発展に繋がる支援を図ります。

**②古平町総合指針との連動性・整合性**

古平町が策定した「古平町総合指針」（令和3年3月策定）では、2040年を見据えて「人口増加、経済成長を前提とした過去からの延長線ではなく、将来の変化や危機を想定しながら足腰の強いまちづくりを進める。」としており、下記5つの基本方針を目標に掲げています。

[古平町総合指針より一部抜粋]

基本方針1	安心・快適に暮らせるまち	基本方針2	いきいき健やかに暮らせるまち
基本方針3	人を育み人を活かすまち	<b>基本方針4</b>	<b>産業で活気あふれるまち</b>
基本方針5	変化に負けない足腰の強いまち		

～基本方針4「産業で活気あふれるまち」の実現を目指しての主要支援策として～

1. 基幹産業である漁業や水産加工業の経営安定を図ります。
2. ブランド強化に繋がる効率的な漁労環境の構築を図ります。
3. 水産加工品の付加価値向上とたらこ等の特産品を活用した新商品開発とふるさと納税の拡大を図ります。
4. 観光交流センター（建設予定の道の駅）を活用し、地元製品の販売促進、水産、農業、観光商業など各分野が連携してまちを元気にする仕組みづくりを行います。
5. 個人消費の低迷、近隣市町への購買力流出などの町内の振興策に加えて、観光と連携して町外からの消費獲得を目指します。
6. 観光は宿泊施設の不足等により通過型観光が中心となっていることから、当町の強みであるウニをはじめとした海産物や水産加工品など食の魅力を核として周遊客を中心に観光消費の獲得を目指します。

**③古平町商工会としての役割**

古平町総合指針における基本方針と取組むべき方向性は、商工会が設定する長期的な振興のあり方と一致しており、商工会では経営発達支援事業における小規模事業者に寄り添った伴走型支援を強化し、古平町と情報共有を図りながら総合指針と連動し、整合性を保ちながら事業者支援を実施します。

また、事業承継や創業支援については、専門家や支援機関と連携を図りながら事業者の経営課題に積極的に支援できる体制を整えます。

さらに、地域資源を活用した地域の小規模事業者支援を行うことで、新商品開発による売上向上や雇用の創出による機会を確保し、地域経済の発展と活性化を図り、にぎわいのあるまちづくりを支援することで、地域の持続的発展に取り組めます。

### **(3) 経営発達支援事業の目標**

古平町における現状と課題を踏まえて、上記10年程度を見据えた小規模事業者の長期的な振興に向けて、次のとおり5年間の目標を掲げて経営発達支援事業に取り組みます。

#### **①目標1**

購買力が減少する中、魅力ある個店を創出するため、巡回訪問や窓口相談を通して、小規模事業者の現状と課題を的確に把握し、経営分析、事業計画策定、フォローアップまでの伴走型支援を継続して利益率向上を図ります。

ア. 支援した小規模事業者の利益率増加目標 年2%増／(対前年)

#### **②目標2**

小規模事業者の平均引退年齢である74歳を目安に考えると、10年後には2分の1の事業者が廃業となることが予想されることから、古平町の商業機能が失われることのないよう、町民の生活維持のためにも事業承継対策や創業に対する事業計画策定を支援し、小規模事業者の減少を抑制することを目標にします。

ア. 小規模事業者の減少 5%以内に抑制／(5年間)

#### **③目標3**

地域資源の活用による新商品開発や販売促進について、古平町及び関係団体と連携して地域外への知名度アップに向けた取組みを支援し、販路拡大を目指します。

ア. 特産品の展示商談会等出展事業者数 15件／(5年間)

イ. 出展事業者の利益率増加目標 年2%増／(対前年)

ウ. ウェブ活用による売上増加目標 年10%増／(対前年)

#### **④地域への裨益目標**

以上の3つの目標の達成に向けて取り組むことで、小規模事業者の売上増加による雇用の維持・創出を図り、特産品の知名度アップや小規模事業者の魅力創出により交流人口を増加させ、にぎわい創出による経済循環の活性化を図るなど、地域への裨益に繋がります。

## 2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

### (1) 経営発達支援事業の実施期間 (令和4年4月1日～令和9年3月31日)

### (2) 目標の達成に向けた方針

#### ①目標1の達成に向けた方針

小規模事業者の実態を把握して課題解決のための事業計画策定に向けて、巡回訪問等により対象事業者の掘り起こしを行い、セミナーを開催するとともに、計画策定に至った事業者には個別相談会を開催し、売上向上等の実現のためフォローアップの充実を図り、PDCAサイクルを定着させて経営力向上を図ります。

特に事業計画策定については、事業者自らが意識を持って行えるよう簡易な計画を策定するところまでセミナーで支援し、経営指導員と専門家が連携して巡回訪問を行い、計画をブラッシュアップすることで実践可能な計画とします。

また、事業計画及び事業承継計画策定後のフォローアップは、進捗状況の確認をしっかりと行えるよう、経営指導員以外の職員においても記帳指導や労務支援などの際に状況を確認して、職員間で情報共有ができる体制づくりを行います。

さらに、コロナ禍によってITやデジタル活用による事業展開が必要となっていることから、小規模事業者のDXに向けた意識の醸成を図ります。

以上の支援により小規模事業者の利益率向上目標を達成します。

#### ②目標2の達成に向けた方針

地域の小規模事業者については、50%の事業所が65歳以上であり企業の実態を把握して、事業承継や創業支援といった経営課題の解決に向け、支援機関や専門家と連携した事業承継計画の策定支援を行います。

事業承継計画の策定においては、小規模事業者へのヒアリング調査を行ったうえで、事業者の経営状況にあわせて優先順位を決めて支援することで、円滑に事業承継を進め小規模事業者数減少の抑制を図り、目標達成を目指します。

#### ③目標3の達成に向けた方針

地域経済の活性化に向けて、地域特産品である「たらこ」、「ヒメマス」の活用による新商品開発や積丹半島で水揚げされる海産物の活用による飲食店での新メニュー開発の支援を行い、地域資源を活かした魅力創出によって交流人口増加に寄与します。

地域外への販路開拓支援にあたっては、展示商談会等の出展支援による販路開拓やIT活用支援としてECサイトの開設、SNSによる情報発信を支援します。

展示商談会等の出展支援にあたっては、出展前の支援と出展後のフォローアップを行い、売上向上に繋がるよう支援します。

特に、小規模事業者では、人材不足等の理由によって展示会等に出展が困難な事業者もあることから、出展ができない事業者に対しても共同チラシ等を作成し、物産展の来場者に向けて地域特産品のPRを実施し販路拡大に繋がります。

また、ITの活用支援にあたっては、ITコーディネーター、中小企業診断士等の専門家と連携し、事業者自らが情報発信等を実践できるように支援を行います。

以上の支援により、出展事業者の利益率向上や売上増加目標を達成します

#### ④目標4の達成に向けた方針

上記①で掲げた目標達成方針により小規模事業者の利益率向上を達成することで、地域内小規模事業者の経営安定を図り、雇用の確保がもたらされます。また、上記②で掲げた目標達成方針によって

事業承継や創業の促進を図り、あわせて、上記③に掲げた地域資源を活用した特産品開発や販路開拓への目標達成方針によって、特産品の知名度アップや魅力創出による売上増加を図ることで、地域内の商業機能の維持により地域住民の生活の利便性がもたらされます。

これらの小規模事業者の事業展開によって地域にもたらされる効果とあわせて、にぎわいを創出するために関係団体と連携したイベント等による地域経済活性化に向けた取り組みにより、地域外からの交流人口の獲得を図り、地域の経済循環を活性化させて地域の持続的発展を図ります。

上記のように、地域への裨益に繋がるよう小規模事業者の事業の持続的発展と地域の持続的発展を目指して商工会、町、関係団体が連携して取り組むことで目標達成に繋がります。

## I. 経営発達支援事業の内容

### 3. 地域の経済動向調査に関すること

#### (1) 現状と課題

【現状】第1期経営発達支援計画においては、全国商工会連合会の「中小企業景況調査」、北海道財務局の「しりべし経済レポート」等により、経済動向を整理分析し小規模事業者への経営環境把握のための参考資料として提供してきました。

【課題】現在行っている経済動向調査については、地域小規模事業者を取り巻くデータとして活用してきましたが、新たな事業展開に向けて社会環境や消費者の動向を把握するには不十分な面もあり、より多くの幅広いデータを収集し提供することが課題となっています。

#### (2) 目標

	公表方法	現行	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
①ビッグデータを活用した分析の公表回数	HP掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回
②景気動向分析の公表回数	HP掲載	1回	1回	1回	1回	1回	1回

※①は新規事業

#### (3) 事業内容

##### ①ビッグデータの活用による分析

当町の小規模事業者に対し、的確に経営環境を把握してもらうため、国が提供するビックデータ「RESAS（地域経済分析システム）」を活用して地域経済動向を分析することによって、今までより多くの情報を提供することで、事業機会の予測など経営判断の参考としてもらいます。

特に、地域資源を活用した事業展開や交流人口をターゲットとする事業展開など一次産業のデータや流動人口データを分析し提供します。

分析結果についてはホームページで年1回公表するほか、新たな経済指標等の情報を提供するため、巡回訪問等において説明することにより、小規模事業者の経営分析及び事業計画策定の資料として活用します。

##### 【調査手法】

経営指導員が「RESAS」を活用し、地域経済動向分析を行います。

**【調査項目】**

- ・「地域経済循環マップ・生産分析」  
各産業の一人当たりの生産額、付加価値額、雇用所得について分析をします。
- ・「まちづくりマップ・From-to 分析」「流動人口データ」  
地域別の滞在の動向、宿泊者や交流人口の動向について分析します。
- ・「産業構造マップ」  
地域に影響がある一次産業と二次産業を中心とした産業構造を分析します。

**②景気動向分析**

第1期に引き続き、地域内の経済動向等についてより詳細な実態を把握するため、地域の景気動向調査について、全国商工会連合会の「中小企業景況調査」、北海道財務局の「しりべし経済レポート」の項目を基に独自の調査項目を追加し、地域内小規模事業者の景気動向について年1回調査を実施します。

**【調査対象】** 地域小規模事業者20社（製造業、建設業、小売業、サービス業から5社ずつ）

**【調査手法】** 経営指導員が巡回訪問等により直接ヒアリングし集計後、全国連「中小企業景況調査」や「しりべし経済レポート」と比較分析します。

**【調査項目】** 景況調査項目：売上額、仕入価格、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資、現状の課題等

独自調査項目：後継者の有無、事業承継の状況

※独自項目による後継者の有無、事業承継の状況については、当会の事業承継支援のために個々の事業者の状況について把握を行うこととし、ホームページでの公表はしない。

**(4) 調査結果の活用**

調査結果等は、ホームページに掲載し、広く小規模事業者に周知するほか、経営指導員が巡回訪問等において直接フィードバックすることにより、小規模事業者の経営状況の把握や課題の抽出に繋げて、事業計画策定の支援を行う際の資料として活用します。

**4. 需要動向調査に関すること**

**(1) 現状と課題**

**【現状】** 第1期経営発達支援計画においては、総務省統計局が公表する「家計消費状況調査」、当商工会が発行する「プレミアム商品券」の分析結果の提供であり、個別商品の需要動向については、一部の展示販売会出展事業者の分析、提供に留まりました。

**【課題】** 第1期では、展示会や販売会に出展する事業者が限定されたため、より多くの事業者の個々の商品の需要動向を調査することが課題となっています。地域資源を活用した特産品開発や商品改良には、消費者ニーズを捉えることが必要であり、地域特産品のブランドづくりに向けて、需要動向を踏まえた商品づくりによる成功事例を輩出し、事業者の意識醸成を図ることが重要となっています。

**(2) 目標**

	現行	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
①新商品開発の調査対象事業者数	—	2社	2社	2社	2社	2社
②展示販売会出展需要動向調査対象事業者数	1社	2社	2社	2社	2社	2社

※①は新規事業

### (3) 事業内容

#### ①新商品開発に向けた消費者ニーズ調査

町内で飲食店(寿司店)を経営する2社において来店する観光客から新商品・新メニュー開発に向けた消費者ニーズを調査します。

調査結果を分析したうえで、飲食店(寿司店)2社にフィードバックすることで新商品開発のための資料とし事業計画策定に反映します。

なお、令和5年度以降は、寿司店以外の飲食店へも需要動向調査を広げて、地域資源を活用したメニューの改良や開発支援を行い、地域特産品ブランドの形成を目指します。

【調査手法】古平産の新鮮な鮮魚を取扱う寿司店において、来店者に対してアンケート用紙を作成し配布します。

【サンプル数】来店者各店50人

【調査項目】①情報(性別・年代・居住地域)、  
②食べたメニュー、③味、④ボリューム(量)、⑤価格、  
⑥当町の食材で好きな(気になる)もの、  
⑦あったらいいなと思うメニュー

【分析方法】専門家の意見を聞きながら、経営指導員が分析を行います。

【調査結果の活用】分析結果については、経営指導員が直接飲食店に説明しフィードバックすることで来店者の反応や求める商品を分析し把握することで、地域資源を活用したメニュー改良や新メニュー開発の支援に活用します。

#### ②展示販売会における需要動向調査

展示販売会に出展し、来場した消費者から取扱いする特産品に対する評価を得るためにアンケート調査を行い、商品のブラッシュアップや新商品開発に繋がる事業計画策定に活用します。

調査結果を分析したうえで、特産品を取扱いする小規模事業者2社にフィードバックすることで特産品開発のための資料とし事業計画に反映します。

【調査手法】特産品販売を行うために出展した展示販売会において、購入者に対してアンケート用紙を作成し配布します。

【調査項目】①情報(性別・年代・居住地域)、②商品(味・見た目・容量・価格・パッケージ等)

【分析方法】専門家の意見を聞きながら、経営指導員が分析を行います。

【結果の活用】分析結果については、該当事業者に対して経営指導員が直接フィードバックし、事業者の課題解決に向けた商品のブラッシュアップや新商品開発のための事業計画策定に活用します。

## 5. 経営状況の分析に関すること

### (1) 現状と課題

【現状】第1期経営発達支援計画においては、セミナーによる対象事業者の掘り起こしと経営状況分析の基礎知識習得を図り、さらに個別相談会の開催によって分析支援を行ってきました。

また、ネットde記帳の利用者については、経営分析システムを活用して財務面の分析を行ってきました。

【課題】財務分析に重点を置いた支援内容となっていたため、強みや弱み、経営資源といった定性面からも併せて行うことで、よりの確に課題を抽出し、事業計画策定に繋げることが必要となっています。

## (2) 目標

	現行	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
①経営分析事業者数	10者	15者	15者	15者	15者	15者

## (3) 事業内容

### ①経営分析セミナーの開催

経営分析を行う事業者の掘り起こしのため、経営分析セミナーを開催して、経営分析の必要性と事業計画策定への理解を深め、自社の経営課題等を把握するための基礎知識の習得を図ります。

【対象者】小規模事業者

【募集方法】チラシを作成し、経営指導員が巡回訪問等により周知を行います。

【講師】中小企業診断士等

【開催回数】年1回

【参加者数】10名程度

【内容】経営分析の必要性と基礎知識の習得

### ②経営分析の内容

【対象者】ア. 需要動向調査を行った小規模事業者（年4社）

イ. セミナーに参加した新事業展開や新商品開発に意欲のある小規模事業者（参加者の6割6社程度を見込む）

ウ. 巡回訪問によって掘り起こした販路拡大や補助金活用、事業承継を目指す小規模事業者（5社程度を見込む）

上記ア～ウの事業者について、経営指導員が専門家とともに巡回して個別に経営分析を行います。

【分析項目】定量分析：売上持続性（売上増加率）、収益性（経常利益率）、安全性（自己資本比率）生産性（労働生産性）、効率性（営業運転資本回転期間）、健全性（EBITDA有利子負債倍率）等

定性分析：4つの視点（経営者、事業（強み、弱み等）、企業を取り巻く環境、内部管理体制）、現状把握、将来目標、課題、対応策、商圈、競合商品等

【分析手法】経済産業省が提供する「ローカルベンチマーク」を活用し経営指導員が効率的に分析を行います。

## (4) 分析結果の活用

分析結果は、当該事業者にはフィードバックし、事業計画策定等に活用するほか、データベース化し内部共有することで、経営指導員等のスキルアップに活用します。

## 6. 事業計画策定支援に関すること

### (1) 現状と課題

【現状】第1期経営発達支援計画においては、専門家と連携して事業計画策定セミナー・個別相談会を開催し、小規模事業者への事業計画策定の支援を行いました。

さらに、売上拡大や販路開拓の取組み支援のため、小規模事業者持続化補助金や融資制度の申込みといった事業計画策定支援を行ってきました。

【課題】事業計画策定においては、経営指導員が主体となり策定支援を行っているため、事業者個人の事業計画策定に対する意識は薄く、今後は事業計画策定に基づく経営の重要性を浸透させ、事業者自らが実践できるように支援していくことが課題です。

## (2) 支援に対する考え方

事業計画策定については、第1期のセミナー・個別相談会では、基礎的知識の習得に留まり、実際の計画策定では経営指導員が主体となってしまったため、第2期においては事業計画策定セミナーのカリキュラムを見直し、事業者自らが意識を持って行えるよう成功事例を交えた考え方やポイントの解説によって実践的な内容のセミナーを開催し、自らが簡易な計画を策定するところまで支援します。

さらに、この簡易な計画をもとに、経営指導員と専門家が巡回訪問や個別相談によってブラッシュアップすることで、持続化補助金の申請や販路拡大に有効に活用できるよう支援を行います。

支援にあたっては、経営分析を行った15件のうち、需要動向調査を行った4件を重点支援先として計画策定支援を行うほか、持続化補助金等の活用による販路開拓を目指す意欲のある小規模事業者には事業計画策定セミナーと個別相談会に積極的に参加してもらい、年間13件の事業計画策定を支援します。

事業承継計画の策定においては、前述の地域経済動向調査の際に独自項目として行うヒアリング結果に基づき、年間2件の計画策定を支援します。

また、コロナ禍によって予約販売やお取り寄せ販売、スマートフォンを利用したオーダーなどITやデジタル活用による事業展開が必要となっていることからDXに向けた意識の醸成を図るため、セミナーを開催します。

## (3) 目標

	現行	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
①DX推進セミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回
②ア. 事業計画策定セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
②イ. 個別相談会	2回	2回	2回	2回	2回	2回
事業計画策定事業者数	8者	13者	13者	13者	13者	13者
事業承継計画策定事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者

## (4) 事業内容

### ①DX推進セミナー・IT専門家派遣の開催

小規模事業者のDXに関する意識の醸成や基礎知識を習得するため、また、実際にDXに向けたITツールの導入やWebサイト構築等の取組みを推進していくために、専門家によるセミナーを開催します。

【対象者】 特産品製造販売事業者 等

【募集方法】 チラシを作成し、経営指導員が巡回訪問等により周知を行います。

【講師】 中小企業診断士 等

【開催回数】 年1回

【参加者数】 10名程度

【内容】 SNSを活用した情報発信方法・ECサイトの利用方法 等

また、セミナーを受講した事業者の中から取組み意欲のある事業者に対して、経営指導員による相談、専門的分野についてはIT専門家派遣を実施します。

### ②事業計画策定セミナー・個別相談会の開催

意欲ある経営者の事業展開を着実なものとするため、また、事業計画に基づく実践事業者の増加を図るため、セミナー・個別相談会を開催し事業計画策定を支援します。

#### ア. 事業計画策定セミナーの開催

【対象者】経営分析を行った小規模事業者

【募集方法】チラシを作成し、経営指導員が巡回訪問等により周知を行います。

【講師】中小企業診断士 等

【開催回数】年1回

【参加者数】10名程度

【内容】事業計画の必要性、基礎知識の習得、成功事例によるポイント、簡易計画の作成 等

#### イ. 個別相談会の開催

【対象者】セミナー参加及び事業計画策定希望の小規模事業者

【講師】中小企業診断士 等

【開催回数】年2回

【参加者数】6名程度

【支援手法】セミナー参加者及び策定希望の事業者に対して、簡易計画をもとに経営指導員と専門家による支援を行い、ブラッシュアップによる実現可能な計画の策定に繋がります。

また、セミナーに参加できなかった事業者に対しては、経営指導員が巡回訪問等により計画策定の支援を行います。この際においても事業者自らが簡易計画を作成し、そのうえでブラッシュアップを図るよう支援を行います。

### ③事業承継計画の策定支援

経営状況分析において、「高齢で後継者あり」「高齢で後継者なし」の小規模事業者に対し、事業継続が可能となるよう事業承継計画の策定支援を行います。

【対象者】事業承継を必要とする小規模事業者

【支援手法】北海道事業引継ぎ支援センター及び専門家と連携し、親族承継や第三者承継の計画策定に向けた個別の支援を行います。

後継者ありの事業者については、円滑な事業承継に向け巡回訪問等により課題を整理し、スケジュール等を踏まえて事業承継計画策定の支援を行います。

後継者なしの事業者については、支援機関や専門家と連携し事業承継希望者との第三者承継を見据えたマッチングの支援を行います。

## 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

### (1) 現状と課題

【現状】第1期経営発達支援計画においては、事業計画を策定した事業者や補助金申請、融資相談に対して経営指導員等による巡回訪問や専門家によるフォローアップを実施しました。

【課題】フォローアップの状況は、定期的に来ておらず補助金申請等の作業が多いことなど、進捗状況の確認やPDCAサイクルの活用が不十分であり、フォローアップ体制の整備が課題です。

### (2) 支援に対する考え方

事業計画策定後の実施支援については、計画策定に至った事業者を対象としますが、第1期では進捗状況の確認が不十分であったため、経営指導員以外の職員においても記帳指導や労務支援などの

日々の支援の際に進捗状況を確認することとして、職員間で事業所の状況を共有しながらフォローアップを進める体制を構築します。

また、フォローアップの回数は基本的に年4回としますが、定期的な巡回が困難となる場合には、事業計画の進捗状況にあわせて集中的に巡回すべき事業者と訪問間隔を一定程度開けても良い事業者を見極めたうえで、フォローアップを効率的に行います。

### (3) 目標

	現行	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
フォローアップ対象事業者数	8件	12件	12件	12件	12件	12件
頻度（延回数）	32回	48回	48回	48回	48回	48回
売上増加事業者数	3件	6件	6件	6件	6件	6件
利益率2%以上増加の事業者数	2件	6件	6件	6件	6件	6件

### (4) 事業内容

事業計画を策定した全ての事業者に対して、四半期に1回（年4回）を基本に経営指導員等が巡回訪問により進捗状況を確認し、継続的なフォローアップを実行します。

また、計画の進捗状況が思わしくない場合や計画とのズレが生じた場合には、外部専門家など第三者の意見を取り入れるなどして、原因及び今後の対応を検討し事業計画の見直しを含めて集中的にフォローアップを行います。

- ①新事業展開及び販路拡大、新商品開発による事業計画のフォローアップ
- ②事業承継計画のフォローアップ

## 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

### (1) 現状と課題

【現状】第1期経営発達支援計画においては、「北海道味覚マルシェ in さっぽろ」、「にぎわい市場さっぽろ」といった物産展に出展し、販路拡大と地域特産品のPRに繋がる支援を行ってきました。

さらにホームページ作成やSNS活用による支援の取組みも行い一定の成果はあがったものの、地域内の小規模事業者の多くはオンラインによる販路開拓等に関心があっても高齢化、知識不足、人材難等の理由によりITを活用した販路開拓等のDXに向けた取組みが進んでおらず、商圏の範囲が狭く近隣に限られた状況です。

【課題】各種物産展出展のための事前・事後のフォローアップが不十分であったため、巡回訪問等を増やすなどの改善が必要です。

また、ふるさと納税の返礼品等によって特産品の認知度は徐々に高まってはいるものの、広域的な認知度向上を図り販路拡大を目指すためには、ITの活用が必要となっており、ECショップの開設やSNSの活用など、今後の販路開拓に向けてDX推進への理解と意識醸成を図っていくことが必要です。

## (2) 支援に対する考え方

商工会が独自の展示会等を開催するのは困難なため、北海道内、首都圏で開催される既存の展示会等への出展により小規模事業者の販路拡大を目指します。

出展にあたっては、経営指導員が事前・事後の出展支援を行い、出展期間中には陳列方法の支援や接客方法の指導などのきめ細やかな伴走支援を行います。

出展に至らなかった事業者については、チラシを作成し物産展の来場者に向けて地域特産品のPRを実施し販路拡大に繋がります。

また、DX推進に向けた取組みとして、新型コロナウイルスによる経済状況が悪化していることから各個店の顧客管理や販売促進、SNS情報発信、ECサイトの利用等、IT活用による販路開拓の相談対応を行い、利用に向けた支援を行い必要に応じてIT専門家派遣等を実施するなど、小規模事業者の事業内容に見合った支援を行います。

## (3) 目標

	現行	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
①物産展出展事業者数	2者	3者	3者	3者	3者	3者
①売上額/1件	—	30万円	30万円	30万円	30万円	30万円
②商談会出展事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
②成約件数/1件	—	1者	1者	1者	1者	1者
③SNS活用事業者	6者	5者	5者	5者	5者	5者
③売上増加率/1件	—	10%	10%	10%	10%	10%
④ECサイト利用事業者数	—	1者	1者	1者	1者	1者
④売上増加率/1件	—	10%	10%	10%	10%	10%
⑤ネットショップの開設者数	4者	2者	2者	2者	2者	2者
⑤売上増加率/1件	—	10%	10%	10%	10%	10%

## (4) 事業内容

### ①物産展による新たな需要開拓のための出展支援 (BtoC)

北海道内の物産展の出展に向けて、小規模事業者へ情報提供を行い、出展の事前支援として、出展手続き、接客指導、POP作成やチラシ、パンフレット、展示装飾の作成支援、事後支援として、アンケート集計分析、分析結果のフィードバックによる商品改良等の支援を行うことにより、新たな需要開拓に繋がる支援を行います。

【出展予定の物産展】

催事名	内容
北海道味覚マルシェ in 札幌	主 催：北海道商工会連合会 来場者数：37,000 人（一般消費者） 内 容：例年 9 月に丸井今井札幌本店で 6 日間にわたって開催される物産展で出展対象は、北海道の中小・小規模事業者で、自社で製造・開発、販売しているもの。
にぎわい市場さっぽろ	主 催：にぎわい市場さっぽろ実行委員会 来場者数：57,000 人（一般消費者） 内 容：例年 11 月にアクセスサッポロで 3 日間にわたって開催される物産展で北海道内の農水畜産物や加工食品、スイーツが集まります。

②商談会による新たな需要開拓のための出展支援（B to B）

北海道内の商談会の出展に向けて、当町の特産品である「たらこ製造業者」を選定して参加させます。参加させるだけでなく商談会でのプレゼンテーションが効果的になるよう事前支援として、ブースのレイアウトやバイヤーへ提示する商品提案書の作成支援、コロナ禍での感染防止対策などの支援、事後支援として、名刺交換した商談相手へのアプローチ、取引に向けたHPでの情報収集や帝国データバンクなどによる企業情報の収集により商談成立に向けた実効性のある支援を行います。

【出展予定の商談会】

催事名	内容
北の味覚、再発見	主 催：北海道商工会連合会 来場者数：160 人（バイヤー） 内 容：例年 10 月に札幌市で開催される小規模事業者向けの展示商談会で出品要件は、地域の資源を活用した食品。バイヤーと消費者の声がフィードバックされることから出展者には、商品改良などに有効な商談会です。特に、初めて商談会に出展する事業者におすすめです。

③SNSの活用による需要開拓支援（B to C）

現状の顧客が近隣の商圈に限られている小規模事業者には、より遠方の顧客を取り込むため、消費者の多くが手軽に利用しているSNS（Facebook、Instagram、LINE 等）による需要獲得に向けて支援をします。

支援としては、SNS 上での情報発信方法やフォロワーへの対応、公式アカウントの取得・利用方法など、経営指導員が専門家と連携して、小規模事業者へ基礎知識と活用方法を説明し、宣伝効果を向上させるための支援を行います。

また、小規模事業者のSNS 利用後の状況について確認し、専門家とともにフォローアップを行います。

④ECサイトの利用による需要開拓支援（B to C）

全国商工会連合会が運営する「ニッポンセレクト.com」等のショッピングサイトの利用に向け、経営指導員の巡回訪問によるほか専門家派遣等による支援を行い、提案を行いながら、効果的なリード文・写真撮影、商品構成等の支援を行い、地域特産品のPR及び各個店の販路拡大に繋がる支援を行います。

※「ニッポンセレクト.com」

地域小規模事業者が地域資源の活用などにより開発した商品を、ウェブを通じて紹介・販売することにより、地域特産品のPR及び販路拡大に向けた取組みが行える全国商工会連合会公式のショッピングサイトです。

#### ⑤ 自社HPによるネットショップ開設支援（B to C）

GMOペパボが提供する簡易ホームページ作成ツール「グーペ」を活用し、ネットショップ開設の支援を行います。

支援については、ネットショップ立ち上げから、商品構成、ページ構成、PR方法等について、経営指導員等が巡回訪問等により説明を行い、小規模事業者自らが更新できるようになるまで継続した支援を行います。

また、現在稼働中の各社ネットショップページについては、内容を検証して専門家派遣等の活用によりブラッシュアップを行い、さらなる改良を加えるなどの支援を行います。

※簡易ホームページ作成ツール「グーペ」

GMOペパボが運営し、あらかじめ用意されているテンプレートを活用して、入力作業を行い簡単にホームページ作成や更新が行える簡易ホームページ作成ツールサービスです。

なお、商工会員は無料プランの利用が可能です。

## Ⅱ. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

### 9. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

#### (1) 現状

第1期経営発達支援計画においては、評価委員会を構成（古平町産業課長、商工観光係、中小企業診断士、商工会）して事業評価等を行い、理事会に報告し事業実施方針に反映しました。

本計画においても引き続き事業評価等を実行委員会で行いますが、より客観的な意見等を反映させるため、新たに北海道信用金庫古平支店長を外部的有識者として加え、事業の検証、評価、見直しを行い効果的な支援に繋がります。

#### (2) 事業内容

##### ① 有識者による評価・見直し

第1期に引き続き、外部委員による評価委員会を設置し、構成員は、古平町産業課長、商工観光係、商工会事務局長、法定経営指導員、外部有識者として、北海道信用金庫古平支店長、中小企業診断士により年1回開催し、経営発達支援事業の進捗状況等について評価を行います。

本事業の進捗状況を定量的に把握するため、新たに導入する経営支援システム「Shoko Biz」により日々の支援実績を管理し、これを基に事業の進捗状況及び成果をわかりやすくまとめることで、事業内容への理解を深め、評価及び意見に基づく計画への見直しを行います。

##### ② 評価委員会の報告

理事会に報告したうえで、今後の事業実施方針等に反映させるとともに、年1回HPに掲載することで、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とします。

### 10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

#### (1) 現状と課題

【現状】第1期経営発達支援計画においては、北海道商工会連合会が実施する研修会や中小企業大学校等が実施する専門研修において、職員別、分野別で研修会に参加し職員のスキルアップを図っています。

【課題】研修会の参加を通して、職員間での情報共有が少なく今後はより一層、組織全体での共有を図りレベルアップすることが課題です。

## (2) 事業内容

### ①外部講習会等の積極的活用

#### 【経営支援能力向上研修】

経営指導員等の支援能力向上のため、北海道商工会連合会が主催する研修会や中小企業基盤整備機構（中小企業大学校）の研修会に積極的に参加します。

また、中小企業基盤整備機構の受講は、経営指導員に限らず、補助員等の職員についても受講し効果的な職員のスキルアップを図ります

#### 【DX推進に向けたセミナー】

喫緊の課題である地域の事業者のDX推進への対応にあたっては、経営指導員等のITスキルを向上させ、ニーズに合わせた相談・指導を可能にするため、下記のようなDX推進取組みに係る相談・指導能力の向上のためのセミナーについても積極的に参加します。

#### <DXに向けたIT・デジタル化の取組み>

##### ア) 事業者にとって内向け（業務効率化等）の取組み

クラウド会計ソフト、電子マネー商取引システム等のITツール、補助金の電子申請、情報セキュリティ対策 等

##### イ) 事業者にとって外向け（需要開拓等）の取組み

ホームページ等を活用した自社PR・情報発信方法、ECサイト構築・運用  
オンライン展示会、SNSを活用した広報、モバイルオーダーシステム 等

##### ウ) その他取組み

オンライン経営指導の方法 等

### ②OJT制度の導入

支援経験の豊富な経営指導員と一般職員とがチームを構成し、巡回指導や窓口相談の機会を活用したOJTを積極的に実施し、組織全体としての支援能力の向上を図ります。

### ③職員間の定期ミーティングの開催

経営指導員研修会等へ出席した経営指導員が順番で講師を務め、IT等の活用方法や具体的なツール等についての紹介、経営支援の基礎から話の引出し術に至るまで、定期的なミーティング（月1回、年間12回）を開催し意見交換等を行うことで、職員の支援能力の向上を図ります。

### ④データベース化

担当経営指導員等が基幹システムや経営支援システム（Shoko Biz）でのデータ入力を適時・適切に行い、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員が相互共有できるようにすることで、担当外の職員でも一定レベル以上の対応ができるようにするとともに、支援ノウハウを蓄積し組織内で共有することで支援能力の向上を図ります。

## 11. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

### (1) 現状と課題

【現状】第1期経営発達支援計画においては、北海道商工会連合会等の支援機関との連携を通して、支援事例の情報交換等について円滑に行えました。

【課題】経営環境が変化していく中で、小規模事業者の抱える経営課題に対応するため、引き続き他支援機関と連携して、支援ノウハウの情報交換を行うことが課題です。

## (2) 事業内容

### ①全道商工会経営指導員研修会への出席（年1回）

北海道商工会連合会が主催する研修会において、各地の経営指導員と支援ノウハウの情報交換等を行い、事業計画策定や販路開拓支援に関する情報交換を行い、当地域における経営支援能力の向上を図ります。

### ②経営改善貸付団体連絡協議会（マル経協議会）への出席（年2回）

日本政策金融公庫が主催するマル経協議会において、後志管内の商工会、商工会議所の経営指導員と創業や事業承継、資金繰り等の支援ノウハウの情報交換を行い、さらに道内各地及び全国の金融情報を収集し、当地域における金融支援の円滑化を図ります。

### ③広域連携協議会による情報交換（年2回）

北後志ブロック商工会広域連携協議会（仁木町、古平町、積丹町、赤井川村）4町村で構成され、各地域の経営指導員とIT活用や特産品開発などの支援ノウハウの共有と近隣地域の情報交換を行い、当地域における経営支援能力の向上を図ります。

## Ⅲ. 地域経済の活性化に資する取組

### 1 2. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

#### (1) 現状と課題

【現状】第1期経営発達支援計画においては、人口減少や少子高齢化により地域経済の活力が低下しており、当商工会主催によるイベントも町民を対象とした「納涼ビアガーデン」であり地域経済の活性化には繋がっていない状況です。

しかし、古平町と連携して毎年プレミアム商品券を発行しており、地元商店等での利用促進により購買力流出の防止に向けた取組みを行っています。

【課題】地域経済の活性化に向けて、東しゃこたん漁業協同組合等の他団体との連携を強化し、賑わい創出に向けたイベントの企画や地域ブランドづくり等、地域経済活性化の方向性を探ることが課題です。

#### (2) 事業内容

##### ①ふるびら未来創造協議会の開催（年2回）

古平町、古平町商工会、東しゃこたん漁業協同組合等の関係機関及び関係団体で構成する「ふるびら未来創造協議会」を開催し、古平町をさらに発展させ未来へとつなげるように、古平町の魅力と活力を発信することを目的として、まちづくりや地域経済活性化についての意見交換を行います。

##### ②地域経済活性化イベントの開催

当会が主催する「納涼ビアガーデン」において、町内飲食店の出店を促しイベントによる売上増加や収益増加を図る場を提供し、地域小規模事業者の発展に寄与します。

また、他団体が主催するイベントについても、関係機関との連携を図り地域小規模事業者の出店により特産品の販売促進や商品PRすることにより地域経済の活性化を図ります。

併せて、マスコットキャラクター「ふるっぴー」をイベント開催時には着ぐるみを活用し、効果的な集客ができる取組みを行います。

##### ③プレミアム商品券の発行（年1回）

現在、古平町からの支援を受けてプレミアム商品券を発行し、町内での消費喚起、消費購買力流出の防止に向けた取組みを実施していますが、今後は古平町商店振興会、古平町かったら君カード会と連携し、イベントや合同セールスの開催といった魅力ある事業によって地域経済活性化を図ります。

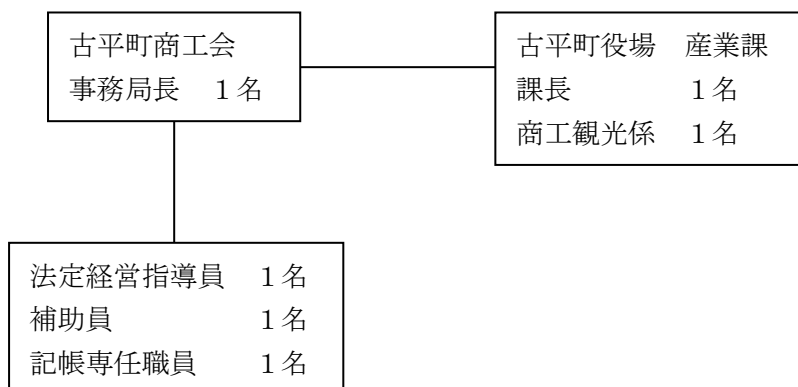
(別表2)

経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(令和3年11月現在)

(1) 実施体制(商工会又は商工会議所の経営発達支援事業実施に係る体制/関係市町村の経営発達支援事業実施に係る体制/商工会又は商工会議所と関係市町村の共同体制/経営指導員の関与体制等)



(2) 商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律第7条第5項に規定する経営指導員による情報の提供及び助言に係る実施体制

①法定経営指導員の氏名、連絡先

■氏名：会田 賢司

■連絡先：古平町商工会 電話 0135-42-2377

②法定経営指導員による情報の提供及び助言(手段、頻度等)

経営発達支援事業の実施・実施に係る指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価・見直しをする際の必要な情報の提供等を行います。

(3) 商工会/商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会/商工会議所

〒046-0121

北海道古平郡古平町大字新地町7番地

古平町商工会

TEL : 0135-42-2377 / FAX : 0135-42-4220

E-mail : furusho@rose.ocn.ne.jp

②関係市町村

〒046-0192

北海道古平郡古平町大字浜町40番地4

古平町 産業課

TEL : 0135-42-2181 / FAX : 0135-42-3583

E-mail : shoukankou@town.furubira.lg.jp

(別表3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
必要な資金の額	1,464	1,464	1,464	1,464	1,464
専門家派遣謝金	264	264	264	264	264
専門家派遣旅費	100	100	100	100	100
展示会等実施出展費	900	900	900	900	900
チラシ作成費	200	200	200	200	200

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
会費、国補助金、道補助金、町補助金、受託料、雑収入

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(別表4)

経営発達支援計画を共同して作成する商工会又は商工会議所及び関係市町村以外の者を連携して経営発達支援事業を実施する者とする場合の連携に関する事項

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあっては、その代表者の氏名
連携して実施する事業の内容
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等