

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	秩父別町商工会 (法人番号 4450005001606) 秩父別町 (地方公共団体番号 014346)
実施期間	令和4年4月1日 ~ 令和9年3月31日
目標	①小規模事業者の経営体質強化による商店街機能の維持・強化 ②事業承継と創業の推進による地域小規模事業者数の維持 ③交流人口の受入れ体制充実による新たな需要の開拓と交流人口の維持・拡大
事業内容	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>3. 地域の経済動向調査に関すること</p> <p>①各種景況調査データを活用した経済動向情報の分析・提供 ②国が提供するビッグデータの活用による地域経済動向分析調査の実施</p> <p>4. 需要動向調査に関すること</p> <p>①町内各種交流観光施設への秩父別ランチマップ配付に係る需要動向調査 ②各種イベント等への出店による需要動向調査</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること</p> <p>①巡回訪問、窓口相談を通じた専門家との連携による経営状況分析の支援強化</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること</p> <p>①支援対象者リストからの計画的巡回訪問による事業計画策定支援 ②地域連携及び専門家との連携による事業承継計画策定支援 ③DX活用へ向けたセミナーの実施</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</p> <p>①各種事業計画への地域連携及び専門家の意見を取入れたフォローアップ</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</p> <p>①町内各種交流観光施設の交流人口取込による新たな需要開拓支援 ②各種イベントへの参加による新たな需要開拓支援 ③IT活用による新たな需要開拓支援</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>①検討委員会による評価及び評価結果の公表</p> <p>10. 経営指導員等の資質向上等に関すること</p> <p>①外部講習会等の積極的活用                      ②OJT制度の導入 ③職員間の定期ミーティングの開催            ④支援ノウハウのデータベース化</p> <p>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</p> <p>秩父別町・北海道商工会連合会・日本政策金融公庫・地元金融機関などとの連携と情報交換共有</p> <p>III. 地域経済の活性化に資する取組</p> <p>12. 地域経済の活性化に資する取組に関すること</p> <p>①地場産農産物普及・秩父別町PR・取扱店舗の新規顧客と売上の創出による地域経済の活性化へ向けたちっぷべつ緑のナポリタン推進協議会への支援 ②地場産農産物普及・取扱店舗の新規顧客と売上の創出・交流人口へ向けた新たな土産品の開発などによる地域経済の活性化へ向けた秩父別町銘菓取扱店会への支援</p>
連絡先	<p>秩父別町商工会</p> <p>〒078-2100 北海道雨竜郡秩父別町1875番地 TEL. 0164-33-2459 FAX. 0164-33-2216 e-mail : cppusyko@coral.ocn.ne.jp</p> <p>秩父別町 産業課</p> <p>〒078-2192 北海道雨竜郡秩父別町4101番地 TEL. 0164-33-2111 FAX. 0164-33-3466 e-mail : sangyouka@chippubetsu.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

【秩父別町の概要】

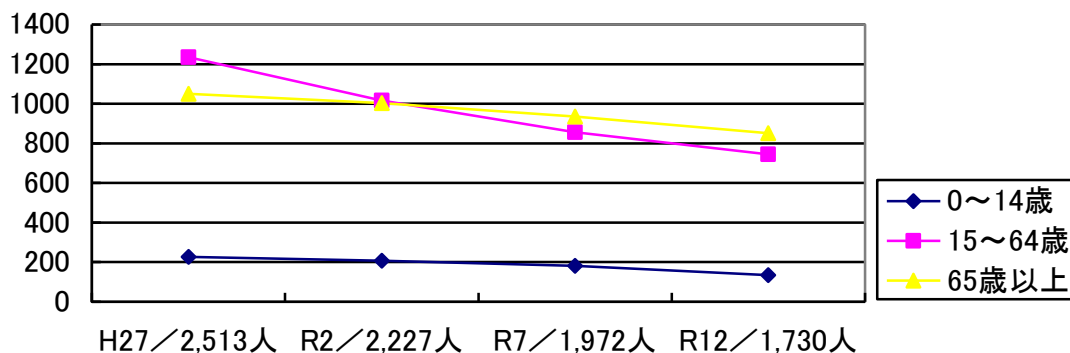
秩父別町は、道央地域空知管内の北部に位置し、面積47.18km<sup>2</sup>、人口2,347人(R3.3)、地形は概ね平坦で東部に標高120m程度の丘陵地帯があり、北部から西部は雨竜川に囲まれた純農村地帯で、町の面積の70%が農地です。町の中心部を東西に国道233号線、南北に道道(2路線)が縦貫し、令和2年に深川－留萌を結ぶ「高規格幹線道路深川・留萌自動車道」が開通して利便性の向上が図られました。交通機関はJRのほか民間4社のバスが乗り入れ、札幌、旭川、留萌、深川などの都市へ直行便が運行されており、社会・経済的にもこれらの都市とのつながりが大きくなっております。



●人口の推移

秩父別町の人口は、7,123人(S32)をピークとして、その後は減少を続け、国勢調査結果では6,684人(S35)、4,409人(S50)、3,735人(H2)、3,003人(H17)、2,513人(H27)となっています。国立社会保障・人口問題研究所2018年推計値の1,972人(R7)はH27より▲21.5%になることが推計されており、年少人口(15歳未満)、生産年齢人口(15歳～64歳)、高齢人口(65歳以上)の各区分において今後も減少することが推計されています。さらにR7には高齢人口が全体の47.41%、生産年齢人口は43.4%と高齢人口が生産年齢人口を上回ることが推計されます。また、本町の高校生・大学生の卒業後の就業動向をみても、町内に留まるのは農業及び自営業の後継者と地元及び近隣市町の企業等に雇用される一部のみで、ほとんどの若者は卒業後に他市町で就業していることも高齢化に拍車をかけています。

年齢別人口 (国立社会保障・人口問題研究所2018年推計値)



## 【現状と課題】

### ●農業

石狩平野の肥沃な大地と恵まれた気象条件を活かした広大な水田地帯で道内屈指の優良米生産であり、基幹作物である水稻を中心とした小麦・豆類・ソバなどを作付けする土地利用型農業を基本とし、特産品であるブロッコリー等の野菜や花きを取り入れた複合経営を推進しています。生産面においても、農業者及び農業関係団体が栽培技術の向上を図り、高品質でおいしい米づくりを目指す一方、減農薬・減化学肥料による営農活動に取り組み、消費者が安心して食べられる安全なクリーン米づくりの産地を目指しており、販売・流通面においては、高品質米としてのブランドづくり、道内外市場に定着した野菜の安定供給と販路拡大を図るとともに、農産物の広域出荷体制の拡充等に積極的な取り組みを行っています。

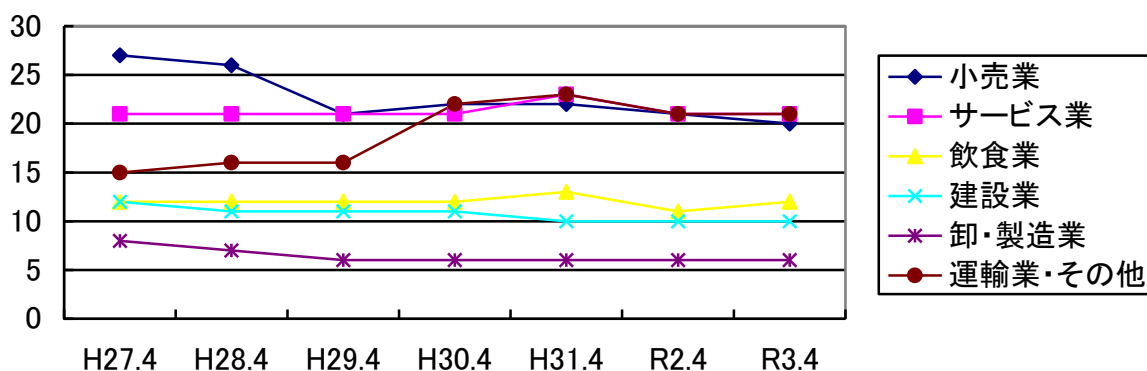
一方、農業を取り巻く状況は農業従事者の高齢化や後継者不足などにより、農家戸数・農業従事者は減少を続ける中、持続可能な秩父別農業の振興・発展と担い手の育成を図るため、農地の集積や高収益作物を取り入れた複合経営体の育成・奨励を進め、認定農業者や農業生産法人等の育成を図り、農業を魅力ある職業として選択しうるやり甲斐のあるものとなるよう、農業経営の発展を目指し地元JAや行政としても様々な対策を検討しております。

また、地場農産物は加工品等として、観光や商業など地域産業と強く結び付き、地域活性化を図るための重要な役割を担っており、秩父別町のご当地グルメ「ちっぷべつ緑のナポリタン」やご当地土産品の「日和（ひより／カステラ）」などの原材料として地場農産物が使用されております。

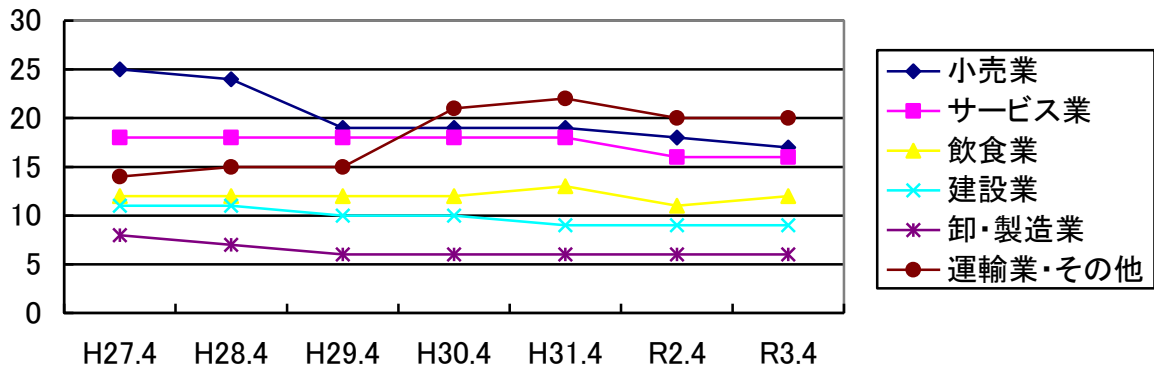
### ●商工業

少子高齢化による農家戸数の減少などにより地域経済が弱体化していることに加え、車社会の進展による経済圏の広がりやネット販売の定着により、小売業・飲食業・サービス業ともに販売額は低迷し疲弊していますが、増加する高齢者等の買い物弱者が地域の中で日常生活に困るようなことが無いように、高齢者福祉の観点からも商店街の維持が必要とされています。一方で新たな観光施設の開設により温泉施設周辺の観光客が増加し、小売店や一部の飲食業が活性化している面もあり、地域以外の需要開拓へ向け、今後も交流人口を取り込む商業の活性化対策を継続して推進することが必要とされます。

地域事業者の推移(総数 R3/90社)



地域小規模事業者の推移(総数 R3/80社)



事業所数の推移は、小売業(R3/20件)が6年前のH27と比較し▲7店舗▲25.9%であり、無店舗の化粧品販売が▲5、酒たばこ生鮮食料品販売が▲1、個人から同族法人への統合が▲1、業種転換が▲1、ホームセンター(ホマックコト)の開設が+1。酒たばこ生鮮食料品販売の店舗が1店閉鎖したが、今や生鮮も取扱うホームセンターの開設は地域の買い物弱者へ大きな安心感を与えています。

サービス業(R3/21件)・飲食業(R3/12件)は6年前のH27の店舗数を維持しているが、飲食店においては、コロナ禍に係る国・北海道・秩父別町の支援金などを除く実質の売上高(R2)は5年前のH27と比較し全体で▲34.4%であり、人口の減少と高齢化に加えコロナ禍が最も大きく影響している。現在は国・北海道・秩父別町の支援金などによりどうにか経営を継続している状況ではあるが、**コロナ禍が進退問題となっている飲食業においては、感染防止対策を講じ地元はもとより地域資源を活かした交流人口の取込による需要拡大へ向けた取り組みが喫緊に必要とされます。**

建設業(R3/10件)は6年前のH27と比較し▲2事業所▲16.7%であり、個人の建具の建築業と鉄工所の廃業。卸・製造業(R3/6件)は6年前のH27と比較し▲2事業所▲25%であり、建設資材卸の移転と廃業。建設業の10社中7社が法人でうち、4社は後継者を確保している。後継を望まず自らの代で既に近年の廃業を決めている個人経営の建築業2社を除く、比較的小規模で公共工事に依存しない建築関係4社の後継者対策が必要とされます。

運輸業その他(R3/21件)は6年前のH27と比較し+6事業所であり、増加のすべてが農業生産法人です。

### ●商店街の業種別事業主年齢(60歳以上)

商店街を構成する小規模経営者の32.7%が65歳以上であり、小規模経営者の平均引退年齢である70歳以上の経営者が13名(22.4%)となっている。いずれも後継者がいない経営者であり、**特に70歳以上の経営者に対する商店街の維持・活性化へ向けた計画的・重点的な後継者対策が喫緊に必要とされています。**

#### ・商店街の業種別事業主年齢(後継者のいない事業主)

業種／	／歳	60-64	65-69	70-74	75-79	80以上	商店街構成業種別 70歳以上比率
飲食業		2	0	1	3	1	60% (5/12件)
小売業		3	4	2	1	0	17.6% (3/17件)
サービス業		2	1	2	1	0	21.4% (3/14件)
建設業		3	0	0	0	0	0% (0/8件)
卸・製造業		0	0	0	0	1	50% (1/2件)
運輸業その他		1	1	0	1	0	20% (1/5件)

●観光

S63に掘削した温泉を利用した保養センターがH1に完成し、この温泉施設を核として、道の駅、インドアグラウンドのふれあいプラザ、B&G海洋センター等の施設を併せたエリアを「潤いのある住空間公園」として整備され、さらに、H29にはこども屋内遊戯場キッズスクエアちっくる、その翌年には屋外遊戯場キュービックコネクションが整備され、既存のファミリースポーツセンターやキャンプ場、パークゴルフ場を併せたエリアを「ベルパークちっぷべつ」として整備して、町民の交流推進と町外からの交流人口の拡大を図ってきました。その結果、近年、子育て世代を中心とした観光客が増加し、町内一部の小売店や飲食店が繁盛し、道の駅の駐車場には休日に飲食の移動販売カーの出店も見られるなど賑わいを見せておりますが、一方で観光客増加による駐車場不足や町内で飲食を提供する店が少ないなど、需要に供給が追い付かない状況があり新たな課題となっています。また、子育て世代はインターネットを介して飲食店などへ立ち寄るケースが多く、ホームページの無い地域飲食業者10店はチャンスを逃しています。

・秩父別町観光客入込（秩父別町提供）

観光客／年	～H29.3	～H30.3	～H31.3	～R2.3	～R3.3
観光客入込（千人）	437.2	538.8	632.6	623.5	394.5

★屋内遊戯施設（H29.4開設）屋外遊戯施設（H30.7開設）の新規開設が入込を大きく伸ばしている。  
R3.3はコロナ禍により上記を休業または入場制限している。

・観光施設別入込（秩父別町提供）

施設／年度	H29.3	H30.3	H31.3	R2.3	R3.3
屋内遊戯施設（千人）	—	80.1	101.3	73.1	31.0
屋外遊戯施設（千人）	—	—	73.7	70.7	24.9
キャンプ場（千人）	0.6	1.6	7.2	11.0	9.3

★遊戯施設のR3.3はコロナ禍による休業及び入場制限有り減少。

キャンプ場は遊戯施設新設の波及効果によりH31.3（H29.3の12倍）は大きく入込を伸ばした。

★日本最大級のキュービックコネクション（屋外遊戯施設）



★ちっくる（屋内遊戯施設）



## 【小規模事業者に対する長期的な振興のあり方】

### ① 10年程度の期間を見据えて

秩父別町の小規模事業者は後継者問題、経営者の高齢化による廃業等が見込まれていることから、事業が継続できる売上・利益の確保や創業・事業承継支援により、当町の小規模事業者の減少を抑えなければなりません。中長期的には秩父別町総合計画が掲げる目標と連動し、事業者の経営体質の強化を図り、その効果を地域に波及させ、小規模事業者の維持により、地域住民の生活と雇用の確保を目指します。

### ② 秩父別町総合計画との連動制・整合性

経営発達支援事業を秩父別町と協働で実施するにあたり、商工会が目標とする「小規模事業者の経営体質強化による商店街機能の維持・強化」や「事業承継と創業の推進による地域小規模事業者数の維持」などは、第6次秩父別町総合計画（R28～R7 10ヵ年）の商工業及び観光振興の基本目標「商店個々の経営改善や経営体質強化を図ります」や「特色ある商店街の活性化を促進します」などを達成することと方向性を同一にしているとの認識のもと、「地域に必要とされる商店街の形成と交流人口の受入れ体制の充実へ向けた地域小規模事業者の経営体質強化」を本商工会の小規模事業者の振興のあり方と捉え、秩父別町との連携を強化し、以下に記載する経営発達支援事業の目標達成へ向けて小規模事業者に対する有効な支援を実施します。

＜ 第6次秩父別町総合計画より抜粋 ＞

#### 【商工業の振興】

- ◇ 商店個々の経営改善や経営体質強化を図ります。
- ◇ 特色ある商店街の活性化を促進します。
- ◇ 商店街活動の促進と後継者の確保・育成を図ります。

#### 【観光の振興】

- ◇ 多くの人々が住みたくなる、また訪れたくなる魅力ある観光地づくりを進めます。
- ◇ 積極的な観光客の招致と体験や特色ある食事や土産品の開発の推進に努めます。

### ③ 商工会としての役割

#### 【課題と今後の取り組み】

地域小規模事業者の高齢化が進む一方で、事業者を取り巻く経営環境は一層高度複雑化し、事業承継問題にも直面する中、地域事業者の商工会に対する期待度は高まり、これまで以上に事業者に寄り添った支援が求められます。

今後の支援にあたり、秩父別町と協働した地域小規模事業者支援による効果的支援のレベルアップ・支援幅の拡大を推進し、地域小規模事業者の経営体質の強化と事業承継・創業への伴走支援による地域コミュニティの持続的発展、交流人口の取込による地域活性化へ向け取り組んで参ります。

#### 【経営発達支援事業の目標】

### ① 小規模事業者の経営体質強化による商店街機能の維持・強化

地域経済動向や需要動向を的確に捉え、地域小規模事業者の課題を克服し強みを生かした事業計画の策定・遂行を伴走支援し、地域事業者個々の経営体質を強化して、地域に必要とされる商店街機能の持続・発展を目指します。

目標：事業計画策定事業者数 40者／5年 売上増加事業者数 20者／5年

## ②事業承継と創業の推進による地域小規模事業者数の維持

優先性を考慮した計画的な巡回訪問により小規模事業者の課題を捉え、解決へ向け連携する関係機関と一体となった面での伴走支援により、事業承継と創業の両立を目指し、地域小規模事業者数の維持を目指します。

目標：事業承継事業計画策定事業者数 10者／5年 創業事業計画策定事業者数 5者／5年

## ③交流人口の受入れ体制の充実による新たな需要の開拓と交流人口の維持・拡大

交流人口の受入れ体制の充実へ向け、消費者のニーズを捉え地域小規模事業者の商品力を強化し、顧客の利便性向上へ向けた経営環境の整備を推進して、新たな需要の開拓と交流人口の維持拡大を目指します。

目標：新たな需要が開拓された事業所数 39者／5年 売上増加事業者数 22者／5年

### **【地域への裨益目標】**

①～③の目標により、地域事業者の持続的発展を図り、交流人口の受入れ体制を強化して、地域経済へ波及効果を生み出すとともに、交流人口の維持・増加を推進し、地域に必要とされるコミュニティの形成と地域観光の活性化へ繋がります。

## 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 5カ年）

(2) 目標の達成に向けた方針

### ①小規模事業者の経営体質強化による商店街機能の維持・強化

<方針>

地域小規模事業者の持続的発展へ向けた体質強化のため、巡回訪問の徹底によるヒアリングで小規模事業者の経営の実態・課題を把握・分析するとともに、多面からの調査分析により地域経済の動向及び地域需要動向を踏まえたうえで、専門家による個別相談会を活用して計画的な事業の推進が重要であることを浸透させます。

これらの取組みにより、小規模事業者の事業計画策定を推し進め、持続的発展を図るための売上・利益向上などの経営体質強化を図り、ひいては、個社の経営体質強化により、現在衰退している商店街機能の維持・強化を図ります。

### ②事業承継と創業の推進による地域小規模事業者数の維持

<方針>

小規模事業者の減少に歯止めをかけるため、小規模経営者の平均引退年齢である70歳以上の経営者への巡回訪問を計画的に実施し、経営者の事業承継に対する考え方やタイミングなどを整理し具体的課題を洗い出して、専門家の個別相談会による事業計画の策定へ繋がります。また、秩父別町創業支援計画で連携する秩父別町・商工会・地元金融機関それぞれの創業相談窓口の情報交換共有を密にし、秩父別町・農業従事者・商工業者による「商工会基盤強化委員会」の開催頻度を上げ創業者情報の収集に努めるなど、創業に関するあらゆる情報を収集し、事業承継を検討している地域小規模事業者との仲介や空き店舗の紹介による創業支援へ繋げて地域小規模事業者の維持・強化を図ります。

### ③交流人口の受入れ態勢の充実による新たな需要の開拓と交流人口の維持・拡大

<方針>

増加する交流人口の消費者ニーズを捉え、需要動向調査から専門家のアドバイスにより地域小規模事業者の商品力を強化し、SNSの活用により顧客の利便性向上への取組を推進して、新たな需要の開拓と交流人口の維持拡大を目指します。

#### 【地域への裨益目標】

①～③の方針により、地域事業者の経営体質強化と事業承継・創業へ向け支援し、地域商店街の機能を維持・向上して、地域の買い物弱者への対策を図り、地域接客業者のSNS活用を推進し顧客の利便性向上による交流人口及び地域消費者の利用拡大を図り、地域経済と観光の活性化へ繋がります。

## 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

第1期事業では、北海道商工会連合会や北空知信用金庫が四半期毎に実施・公表している景況調査データを用いて地域小規模事業者への経済動向情報提供としていました。

第2期事業では、北海道商工会連合会や北空知信用金庫の景況調査データを継続して情報提供するほか、経済動向調査のツールとして「RESAS」を活用した地域の経済動向情報の提供も新たに実施します。

#### (2) 目標

項目	R2年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①景況調査の収集・分析の公表回数	2回	4回	4回	4回	4回	4回
②地域経済動向分析の公表回数	—	1回	1回	1回	1回	1回

#### (3) 事業内容

##### ①景況調査データの収集・分析

北海道商工会連合会の「中小企業景況調査」及び北空知信用金庫の「KITASHIN BUSINESS RADAR」が四半期毎に調査を実施し報告書を公表している情報などから、調査項目について経営指導員が整理・分析して、職員の巡回訪問の際に地域事業者へ提供するほか、当会のホームページへも掲載し、事業計画策定の基礎資料としての利活用を促します。

【調査項目】業種・時期別業況・売上・原材料仕入・採算・資金繰り・経営上の問題 など

【分析手法】経営指導員が調査項目の情報を抽出し整理・分析して職員間で共有

##### ②RESASの活用による地域経済動向分析調査の実施

国が提供するビッグデータ（地域経済分析システム「RESAS」）を活用して、地域の経済動向分析を行い、新たな切り口による地域経済情報として地域小規模事業者へ提供します。

分析結果は職員が地域事業者を巡回訪問する際に提供するとともに、当会のホームページへも掲載し事業計画策定への利活用を促します。

【調査項目】地域経済循環マップ：生産面の地域経済貢献度を分析

消費マップ：卸・小売の状況、飲食料品等のPOSデータなどを分析

観光マップ：目的地・周遊状況を分析

【分析手法】経営指導員が調査項目のデータを抽出し整理・分析して職員間で共有

#### (4) 調査結果の活用

調査結果は当会ホームページにより広く地域事業者へ提供して、事業計画策定に係る様々な分野の外部環境資料としての利活用を促します。

また、調査結果は職員の巡回訪問の際に事業者支援の参考資料として情報提供します。

## 4. 需要動向調査に関すること

### (1) 現状と課題

第1期事業では、地域飲食店共同による特産品を活用した新たな商品の需要動向調査など計画したが、商品開発段階で断念し調査まで至らなかった。また、秩父別ランチマップに係る消費者アンケート調査を実施したが、事業者個々の商品に対する評価・意見の収集までには至らなかった。

一方で、ちっぷべつ緑のナポリタン推進協議会(ご当地グルメ)や地場を含む近隣地域の食材にこだわった商品を提供する事業者がイベントへ参加し、地域外需要の開拓や地域のPRをする事例などもあり、商品力向上へ向けた新たな需要動向調査の積極的実施も必要とされている。

第2期事業では、増加する交流人口を主にターゲットとした事業者個々の商品評価に結び付く個別のアンケートを作成し、自店での自店による自店のための需要動向調査を実施して、消費者ニーズを取り入れた好まれる商品へのグレードアップを目指します。また、地場を含む近隣地域の食材にこだわった商品を提供する事業者へ向け、イベント参加を促し需要動向調査の実施を勧奨して、自社商品力の向上へ繋がります。

### (2) 目標

項目	R2年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①秩父別ランチマップに係る 需要動向調査対象事業者数	—	6者	6者	7者	7者	8者
②イベントへの出店による 需要動向調査対象事業者数	—	1者	1者	1者	1者	1者

### (3) 事業内容

#### ①秩父別ランチマップに係る需要動向調査

第1期事業で実施した商店街への交流人口誘導へ向けた「秩父別ランチマップ」(R3/掲載6店)の町内各種交流観光施設への配付、マップに参加する各店舗での消費者アンケートの実施から、新規顧客の獲得が確認され、参加店舗よりこの事業の継続実施が望まれる中、これまで新規顧客と売上を抽出するため消費者アンケートは1種類のみでしたが、新たな交流観光施設などによりファミリー層などの交流人口が増加しそのニーズに対応するため、ランチマップに掲載する店舗ごとのメニュー・商品に関し調査を行い、消費者ニーズに対応した自社商品のグレードアップによる新たな需要の開拓へ繋がります。

【調査手法】 お店の一押しや人気商品メニュー、商品の絵、お店までのアクセスなど載せた「秩父別ランチマップ」を町内各種交流観光施設へ配付しお店へ誘導

- ・上記により来店する観光客、常連・ビジネス・一般顧客などに対し、各店舗オリジナルのアンケートへの協力を口頭でお願いし、期間中120枚を目標に収集
- ・期間は交流人口が一番増加するお盆前後(8~10月)に2ヶ月間実施

【調査項目】 ・マップによる来店か、来店回数、どこから来町、人数、ご利用予算、立寄った施設、フリーコメント【これまでのアンケート項目】

- ・性別、年代、(味・量・食感・価格・デザイン)5段階評価  
もうひと工夫へのコメント、使用してほしい特産品(選択式) など【新項目】

【調査研究分析】 アンケート結果について経営指導員が集計・分析を行い、必要に応じて中小企業診断士などの専門家からの助言を参考に分析を行う

- 【サンプル数】 1店舗 120枚  
【支援対象者】 秩父別ランチマップへ掲載する全店舗にて実施  
【結果の活用】 調査結果は事業者へフィードバックし、商品改良・開発、新サービスの参考として活用するとともに、事業者から要望がある場合は、ご当地グルメでも連携する北海道じゃらんの支援を受け「売れる商品」「必要とされるサービス」として改善を図る

## ②イベントへの出店による需要動向調査

安定的な売上や利益を確保するためには、消費者ニーズに沿った商品づくり、サービス提供が必要とされていることから、都市部で行われる物産展において消費者に対するアンケート調査を実施し、商品・サービスの改良や改善に繋がります。

- 【調査手段・手法】 経営指導員等が購入者に対してヒアリング調査を行う  
【調査項目】 属性（年齢・性別等）、価格、味、香り、見た目、サイズ、デザイン、パッケージ、どのような用途での使用か（お土産・贈答用・私用）等  
【サンプル数】 1商品当り50件程度  
【分析手段・手法】 経営指導員が集計・分析を行い、必要に応じて中小企業診断士などの専門家からの助言を参考に分析を行う  
【想定する物産展】 「さっぽろオータムフェスト」（札幌市）  
主 催：さっぽろオータムフェスト実行委員会  
開催時期：9月  
出展社数：約300店舗  
来場者数：2,346千人  
「北の恵み 食べマルシェ」（旭川市）  
主 催：北の恵み 食べマルシェ実行委員会  
開催時期：9月中下旬  
出展社数：約250店舗  
来場者数：延べ1,000千人  
【結果の活用】 調査結果は事業者へフィードバックし、商品改良・開発、新サービスの参考として活用するとともに、事業者から要望がある場合には、北海道じゃらんと連携し、「売れる商品」「必要とされるサービス」として改善を図る

## 5. 経営状況の分析に関すること

### (1) 現状と課題

第1期事業では、定量・定性のどちらか一方の分析を行い、両面からの分析まで至らないケースが多かったが、事業資金や補助金等を入口とした経営状況の分析を行ってきました。

第2期事業では、これまで以上に巡回訪問や窓口相談等で経営状況分析の必要性を訴え、コロナ禍、ウィズコロナに対応できる事業計画の策定に繋がります。

### (2) 目標

項目	R2 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①経営分析事業者数	7 者	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者

### (3) 事業内容

#### ①巡回訪問、窓口相談を通じた経営状況分析の支援【強化】

定期的・継続的な巡回支援を通じて、支援重要度の高い事業者を選定し、ローカルベンチマーク等の分析ツールを活用しながら、経営指導員等が中小企業診断士などの専門家と連携した経営状況の分析を行います。分析にあたっては、専門家の意見を取り入れながら、対象事業者に最適な分析手法で実施します。

- 【対象者】 地域小規模事業者の経営課題の緊急性と経営課題別の優先性(年齢など)により順次
- 【分析項目】 定量分析：売上増加率、営業利益率・労働生産性、EBITDA 有利子負債倍率、営業  
運転資本回転期間、自己資本比率  
定性分析：業務フロー、商流、経営者属性、内部環境、外部環境
- 【分析手法】 SWOT 分析、クロス SWOT 分析等

### (4) 分析結果の活用

SWOT分析からクロスSWOTに展開することで経営戦略の立案とその戦略を具現化するための資金計画等を商工会が提案し、事業計画策定などその後の取組みに繋がります。

また、経営状況分析については全職員で対応し情報を共有することで、職員の支援ノウハウのスキルアップと事業者支援へ向けた意識の共有化を図ります。

## 6. 事業計画策定支援に関すること

### (1) 現状と課題

第1期事業では、商工会全職員による巡回訪問徹底により地域小規模事業者の経営課題を抽出し、専門家による個別相談会を促し課題解決へ向けた事業計画策定を推し進め、持続的発展のための売上・利益向上などの経営体質強化を図ってきましたが、補助金の活用を重視する事業計画策定支援が多く、事業承継など先を見据えた事業計画策定への伴走支援も計画的に実施する必要があります。また、増加する交流人口の受入れ体制強化へは、新たな需要の開拓に関する取組が必要とされます。

第2期事業でも地域事業者の喫緊の支援依頼へは優先対応を継続しますが、事業承継や新たな需要を見据えた事業計画の策定への伴走支援も計画的に実施してまいります。

### (2) 支援に関する考え方

喫緊の支援依頼へはこれまで同様に迅速な対応を実施しますが、これまで蓄積した地域事業者情報から現在の支援対象者リストを見直し、事業者の年齢別事業承継支援・事業者の競争力強化へ向けたDX推進セミナーへの参加などの対象者をピックアップできるようリストを再整備して、優先性を考慮した計画的な事業計画策定への伴走支援を実施し、地域小規模事業者の維持・強化とDX推進への取組が自社に必要とされていることへの気付きへ繋がります。

また、伴走支援を計画的に実行するため、経営指導員を中心にサポート担当職員を割り当て、チーム全体で経営課題の解決へ向けた協議を進めて、全職員の支援意識とノウハウの向上を図ります。

### (3) 目標

項目	R2年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①事業計画策定事業者数	6者	5者	5者	5者	5者	5者
②事業承継計画策定事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
創業計画策定事業者数	1者	1者	1者	1者	1者	1者
③DX推進セミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回

### (4) 事業内容

#### ①事業計画策定支援に係る巡回訪問計画

商工会来所や電話による喫緊の支援依頼へはこれまで同様に経営指導員を中心に職員による支援対応もしくは専門家による支援の要否など迅速に対応し、計画的支援では、経営指導員を中心とした全職員の巡回訪問先を、経営状況分析した事業者や支援対象者リストからピックアップし各職員へ事業主担当を割り当て実施し、事業者の都合により訪問でのヒアリングが困難な場合は、電話及び若年経営者へはラインを活用したヒアリングにより地域小規模事業者の経営課題を拾い上げ、職員間で共有協議して、難易度により職員での支援対応と対応職員の決定、また、専門家との連携もしくは招聘により、地域小規模事業者の経営課題解決へ向けた事業計画の策定を推進します。

#### ②事業承継計画策定支援

①支援計画における「事業者の年齢別事業承継支援」に向けての巡回訪問については、経営指導員が担当実施し、第三者への事業承継を希望する事業者へは、秩父別町創業支援計画で連携する秩父別町・商工会・地元金融機関それぞれの創業相談窓口の情報、秩父別町・農業従事者・商工業者による「商工会基盤強化委員会」での創業者情報などから承継者を発掘して、事業承継・創業の並行する2

つの事業計画策定へ向けて、また、親族への事業承継については第二創業計画も視野に、地域連携及び専門家との連携もしくは招聘により策定支援を実施して地域事業者の維持へ繋がります。

- 【対象者】 70歳以上の後継者のいない小規模事業者より順次、並びに地域での創業希望者
- 【計画種別】 事業承継計画、創業(第二創業)計画、事業継続計画などの策定

### ③DX活用へ向けたセミナーの実施

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に向けたサイト構築やSNSの活用等の取組みを推進していくために、セミナーを開催します。加えて、セミナーを受講した者の中から取組意欲の高い事業者に対しては、経営指導員による相談対応、相談を行う中で必要に応じてITコーディネータ等の専門家派遣を実施します。

- 【対象者】 地域小規模事業者（接客業へは特に参加を勧奨）
- 【周知方法】 事業者個々へ開催案内を配付すると共に当会ホームページに掲載し広く周知
- 【内容】 DXに関する総論、DX関連技術からSNSやホームページ など
- 【開催回数】 年1回

## 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

第1期事業では、経営に係る各種申請手続きの代行や資金繰り、補助金の申請・採択事業者に対する各種打合や手続き、進捗確認などへの単発的なフォローアップが多くを占めておりました。

第2期事業では、事業計画策定支援に係る巡回訪問計画により、フォローアップ件数の増加も踏まえ、安定したフォローアップの継続が必要とされます。

### (2) 支援に関する考え方

策定された事業計画の効果的遂行をサポートするため、職場内ネットワークを活用したチームによるサポート体制の構築によるきめ細やかなフォローアップの実施へ繋がります。

また、チームによるサポート体制の構築からフォローアップの重要性を再確認するとともに職員の支援スキル向上へ繋がります。

### (3) 目標

項目	R2年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①フォローアップ対象事業者数	12者	8者	8者	8者	8者	8者
頻度(延べ回数)	35回	32回	32回	32回	32回	32回
売上増加事業者数	5者	4者	4者	4者	4者	4者
利益率3%以上増加の事業者数	4者	3者	3者	3者	3者	3者

### (4) 事業内容

#### ①各種事業計画に対するフォローアップ

職場内PCネットワークへ事業者別の事業計画一覧を整備し、経営指導員がフォローアップ内容・スケジュール・進捗状況・PDCAサイクルでの課題など簡潔に入力する。そのほか、チームで共有するYAHOOカレンダーへフォローアップ対象事業者及び日程を入力する。事業計画のサポートを担当する職員など全職員が毎日確認するカレンダーよりフォローアップ情報をチーム全体で共有しチェック体制を強化します。

フォローアップの頻度については、事業計画を策定する8社に対して計画策定以後3ヶ月間は毎月、その後は四半期に一度、また、事業者からの申出により臨機応変に対応したフォローアップを実施します。

また、計画の大きな遅れやズレなどが生じていると判断する場合は、連携する北空知商工会広域連携協議会(隣接地域4商工会)の経営指導員や専門家など第三者の視点を必ず投入し、ズレの発生要因及び今後の対応策を検討の上、フォローアップ頻度などの変更を行います。

## 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

第1期事業では、秩父別町に新たに完成した屋内遊戯施設（H29.4開設）屋外遊戯施設（H30.7開設）などにより、H30.3までの1年間で交流人口が前年比約10万人増加、H31.3までの1年間で約10万人増加と2年間で町内人口の85倍である約20万人増加しました。

この交流人口への商店街誘導へ向けた共同広告「秩父別ランチマップ」（R2は5社掲載）の作成配付では、アンケート調査の結果などからR2までの4年間で延べ9社の新規顧客の開拓（延べ1,600人＋レポート）及び需要の開拓（延べ200万円＋レポート）へ結びました。

第2期事業では、新たな需要の開拓から交流人口の維持拡大へ繋げることを意識し、交流人口への共同広告に係るアンケート調査を活用した消費者ニーズを捉えた自社商品の磨き上げや新商品の開発を伴走支援し、持続的な新たな需要の開拓へ結びます。

地場を含む近隣地域の食材にこだわった商品を提供する事業者のイベント参加による地域外需要の開拓を支援するとともに、特産品を活用したオンリーワン商品のブラッシュアップや新商品開発への伴走支援を推進し、地域特産品の活用拡大と新たな需要の開拓へ結びます。

地域事業者のSNS活用へ向けた伴走支援を中長期にわたり計画的に実施し、新たな需要の開拓と地域商店街の強化・維持へ結びます。

### (2) 支援に関する考え方

当地域ではH29・H30の遊戯施設新設により交流人口が爆発的に増加し、今後のウイズコロナを見据えても逆に人気の高まったキャンプ場や感染防止対策を強化する遊戯施設などの需要は一定水準を保つと推測され、増加する交流人口の取込へ向けた需要の開拓は、秩父別町へ来て頂いたことへの感謝として町民・地域事業者も期待していることから、継続すべき事業として推進し、交流人口の維持拡大へ結びます。

地場を含む近隣地域の食材にこだわった商品を提供する事業者へは、各種イベントへの参加による地域外需要の開拓と、イベントでの消費者アンケートによる評価・意見を基に、既存商品のグレードアップや新商品開発へ結び、地域特産品の活用拡大と新規需要の開拓を推進します。

自社紹介ホームページの開設やQRコードの活用によるリアルタイム検索また、web予約や電子決済の導入など中長期にわたり地域へ整備して、顧客の利便性向上へ向けたSNS活用による新たな需要の開拓を推進します。

また、これらの取組による様々なニーズに合わせた自社と商品の進化は、地域商店街の維持・強化への原動力に繋がるものと考えます。

### (3) 目標

項目	R2年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①交流人口への商店街誘導 へ向けた需要開拓支援	5者	6者	6者	7者	7者	8者
売上増加率3%以上	2者	3者	3者	3者	4者	4者
②イベントへの参加による 需要開拓支援	—	1者	1者	1者	1者	1者
売上額	—	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
③IT活用による需要開拓支援	—	3者	1者	1者	1者	1者
売上増加率3%以上	—	2者	1者	1者	1者	1者

#### (4) 事業内容

①町内各種交流観光施設の交流人口への商店街誘導へ向けた共同広告による新たな需要開拓支援

第1期事業より継続実施する「秩父別ランチマップ」(R3/掲載6店)へQRコードを新たに加え店舗認識性を向上させて町内各種交流観光施設へ配付し、ランチマップ掲載店で実施する消費者アンケートでは、これまでの内容に加え、新たな交流観光施設などによりファミリー層などの交流人口が増加しそのニーズに対応するため、店舗ごとのメニュー・商品に関するアンケート内容を追加し、消費者ニーズをくみ取り自社商品のグレードアップへ活かして新たな需要の開拓へ繋がります。

また、第1期事業より継続してランチマップへの参加を予定する事業者のうち、デビューから9年目を迎えるご当地グルメ「ちっぷべつ緑のナポリタン」を提供する事業者(3者)へは、消費者アンケートの結果から新たなご当地グルメ開発への着手も促し、地域産品を活用したオンリーワン商品のリニューアルへ繋がります。

この事業での成果をマップ配付先の施設を中心とした地域関係者へ巡回訪問により広く普及し、地域飲食店への新たなランチ営業の実施を奨励した新規マップ掲載店の創出や、休日には出店される移動販売事業者への商工会加入による事業への参加などを推進して受入れ態勢の充実による交流人口の維持拡大へ繋がります。

#### 【秩父別ランチマップ配付先】

施設名	R2 入込数
屋内遊戯施設ちっくる	31.0 千人
道の駅	46.6 千人
秩父別温泉ちっぷ・ゆう&ゆ	111.3 千人
ローズガーデンちっぷべつ(バラ園)	20.1 千人
めえーめえーランド(羊がいる観光体験牧場)	3.5 千人
パークゴルフ場	13.7 千人
ライスランドふかがわ(隣接唯一の市にある道の駅)	—

#### 【秩父別ランチマップ掲載内容(両面印刷)】

- ・第1面 町内地図(アクセスへ活用/店舗及び一押し商品などのイラスト掲載)
- ・第2面 各店舗の人気メニュー及び価格の抜粋掲載(イラスト掲載)

店舗名・TEL・営業時間・休日・席数・各店舗のQRコード(新規掲載)

**※ファミリー層はインターネットを介して飲食店などへ立ち寄るケースが多く、QRコードの活用で認識性を高め店舗への誘導を高めます**

#### 【消費者アンケート内容(ランチマップ掲載店全店で実施)】【これまでの項目】

マップによる来店か、来店回数、どこから来町、人数、ご利用予算、立寄った施設、フリーコメント など

#### 【自社商品のグレードアップへ向けたアンケート項目】【新たな項目】

性別、年代、商品評価5段階、価格の妥当性、もうひと工夫へのコメント、使用してほしい特産品(選択式)、フリーコメント など

#### 【自社商品のグレードアップへ向けた調査研究分析】

アンケート結果については経営指導員が集計・分析を行い、必要に応じて中小企業診断士などの専門家からの助言を参考に分析を実施し、事業者へフィードバックして、商品改良・開発、新サービスの参考として活用するとともに、事業者から要望がある場合は、ご当地グルメでも連携する北海道じゃらんの支援を受け「売れる商品」「必要とされるサービス」として改善を図る。

## ②イベントへの参加による新たな需要開拓支援

近隣を含む地域の食材にこだわった商品を提供する事業者に対し、各種イベントを紹介し参加を勧奨して、商工会職員がイベント出店前のPRパンフや商品紹介販売POPの作成、出店時の陳列・接客・アンケートの実施、出店後のアンケートの集計分析・フィードバックからの商品ブラッシュアップ・新商品開発・パッケージ・企画など、事業者から要望がある場合は専門家の招聘も視野に伴走支援し、自社地域以外の新たな需要の開拓と地域特産品の活用へ寄与します。

【支援対象】 秩父別ランチマップ掲載店・ちっぷべつ緑のナポリタン推進協議会(ご当地グルメ) その他、特産品を活用する製造小売業 など

【想定イベント】 「さっぽろオータムフェスト 8丁目会場」234万人来場(R1)  
(市町村宣伝ブース/秩父別町と協働で支援)  
「旭川駅マルシェ」19万人(R1) など

※消費者アンケートの内容・活用法は4. 需要動向調査に関する事へ記載

## ③IT活用による新たな需要開拓支援

第2期事業では、秩父別ランチマップ掲載店を優先し自社紹介ホームページの開設を伴走支援し、秩父別ランチマップへの各個店QRコードの掲載を進め、お店に足を運ばなくても店舗の状況が確認できる利便性と、個店の強みをお客様へ訴求することにより来店誘導を強化することへ繋げ、新たな需要の開拓を後押しします。

また、中長期的にはランチマップ掲載店を始めとした他の飲食・小売・サービス業(ホームページの無い小規模事業者40店/44店)などの自社紹介ホームページ開設を推進し、QRコードを活用した来店誘導への共同チラシ・パンフレットの作成や、更なる利便性の向上へ向けたweb予約や電子決済の導入などにより新たな需要の開拓を推進して、地域商店街の強化・維持へ繋がります。

※ 自社紹介ホームページの開設については北海道商工会連合会の推奨する無料ホームページ「Goope/グープ」を活用し、職員により作成から開設まで個別に伴走支援し計画的な開設を推進します。また、カート機能(有料オプション)の活用やデザインにこだわる事業者へは専門家の派遣を紹介し支援します。

### ※ Goope

多彩なデザイン、画像スライドショー設定が安易、SEO(検索エンジン最適化)によるページヒットの優位性などメリットが多い経営アイテム。

## 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) 現状と課題

毎年度1回、検討委員会を開催し、経営発達支援事業の実施状況及び成果について事業の評価・検証を行ってきました。

第2期事業においても事務局内で事業の進捗状況の確認を定期的に行うとともに、検討委員会を継続して開催します。

#### (2) 事業内容

##### 検討委員会の開催

秩父別町産課長・企画課長、商工会正副会長、法定経営指導員等をメンバーとする「検討委員会」を年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。

なお、評価結果は、理事会等で役員にフィードバックした上で事業実施方針等に反映させるとともに、当商工会のホームページにて公表し、地域の小規模事業者等がいつでも閲覧可能な状況にします。

### 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

第1期事業においては、北海道商工会連合会や中小企業基盤整備機構が定期的実施する職員研修に参加することで職員個々の資質向上に努めました。

また、支援ノウハウを共有するために専門家派遣による個別支援には、補助員または記帳指導職員を同席させることで支援能力の向上にも努めました。

しかし、研修等で習得した知識や新たな施策などの情報が職員間で共有されておらず、現状の課題となっています。

第2期事業においては、商工会内のDX推進により企業情報や新たな施策内容を共有することにより、これまで以上の職員の資質向上と支援ノウハウの共有に繋げていきます。

#### (2) 事業内容

##### ①外部講習会等の積極的活用

第1期事業に続き、北海道商工会連合会や中小企業基盤整備機構が定期的実施する職種別の小規模事業者支援能力強化へ向けた研修や中小企業支援担当者研修及び専門研修へ参加することで職員個々の資質向上に努めます。

研修受講後には職員間の定期ミーティングにおいて受講者が研修内容について報告を行うことで支援ノウハウの共有に繋がります。

また、DX推進に向けて職員全体のITスキルを向上させ、ニーズに合った相談・指導を可能とするためにもDX推進取組に係る相談・指導能力の向上のためのセミナーに積極的に参加します。

##### 【想定されるDX推進に向けたセミナー】

○事業者にとって内部（業務効率化等）の取組に向けたセミナー

クラウド化、電子マネー商取引等のITツール、情報セキュリティ対策等

○事業者にとって外部（需要開拓等）の取組に向けたセミナー

ホームページ等を活用した情報発信、ECサイト構築・運用、SNSを活用した情報発信等

## ②OJT制度の導入

経営指導員が巡回指導や窓口相談業務を行う際、補助員もしくは記帳指導職員が同席して支援のための知識とノウハウを習得するための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

研修や情報交換で習得した支援ノウハウについての報告や支援担当者として研修で学んだことが実際の業務に反映されているか検証するために3ヶ月ごとに経営発達支援進捗会議を開催し、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。

また、全職員がDX推進に向けて相談・指導能力の向上を図るため、定期ミーティングにあわせて、DXに関連するセミナーに参加した職員が講師となり、職員内研修を実施します。

## ④データベース化

担当職員が基幹システムや経営支援システム上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る。

# 1 1. 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

第1期事業においては、北海道商工会連合会を通じて、道内各商工会等の具体的支援事例について情報を入手するとともに、日本政策金融公庫が開催する小規模事業者経営改善貸付推薦団体連絡協議会（マル経協議会）や北空知商工会広域連携協議会（秩父別町・沼田町・北竜町・妹背牛町の4商工会）において、近隣商工会の経営指導員等と支援ノウハウ等の情報交換を行ってきました。

第2期事業においても、これらの関係機関との情報交換を継続して行うとともに、町担当課及び地域金融機関との情報交換回数を増やすことにより、地域における現状と課題を明確にし、地域への裨益目標達成に向けた域内連携の強化を図ります。

## (2) 事業内容

### ①北海道商工会連合会との連携と情報交換

北海道商工会連合会が主催する各種研修会等に年3回、経営指導員が出席し、他市町村の経営指導員等と小規模事業者への支援ノウハウや支援の状況、課題解決方法について情報交換を実施します。

特に近隣地域や同規模商工会との情報交換に焦点を置くことで、支援ノウハウの蓄積と課題解決能力の向上を図ります。

### ②日本政策金融公庫との連携と情報交換

日本政策金融公庫札幌北支店が主催するマル経協議会に年2回、経営指導員が出席し、道内の金融情勢や各種政策金融制度について情報収集を行うとともに、マル経融資等金融支援について情報交換を行います。

さらに、出席した経営指導員と地域の経済動向や支援ノウハウ等について情報交換することにより、より一層の支援能力向上を図ります。

### ③地元金融機関との連携と情報交換

北空知信用金庫と地域経済状況や金融状況、注目すべき業界動向について情報交換を行うための連絡会議を年2回開催し、経営指導員が出席します。

さらに、地域における現状と課題について共通認識を持ち、課題解決に向けて連携強化を図ることで、商工業の活性化に繋がります。

### ④秩父別町・農業従事者との連携と情報交換

「秩父別町創業支援計画」で連携する秩父別町・商工会・北空知信用金庫それぞれの創業相談窓口の情報交換会議および、秩父別町・農業従事者・商工業者による「商工会基盤強化委員会」の創業者情報交換会議を、それぞれ四半期毎に1回開催し、創業者の発掘に努め地域事業者の維持へ繋がります。

### 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

地域で加工製造する地場産トマトジュースや関西の市場などに高い評価を得ている特産品のブロッコリーを使用した秩父別町唯一のご当地グルメ「ちっぷべつ緑のナポリタン」はH25.6のデビュー以来、各個店での提供と地域内外のイベントへの出店を含め6万食を提供し、秩父別町の知名度アップと地域経済の活性化へ貢献してまいりました。

また、隣接する深川市の菓子店とコラボし、特産であるブロッコリーのパウダーを使用した土産品「日和（ひより／カステラ）」はH28.3年に開発し、これまで累計1万個8,800千円販売して主要観光施設売店の新規顧客開拓と販路拡大を生み地域経済の活性化へ貢献してまいりました。

第2期事業でも地域特産品を活用した新たな商品の研究・開発へ向け地域一体となって取り組み、持続した地域経済の活性化へ繋がります。

##### (2) 事業内容

###### ①ちっぷべつ緑のナポリタン推進協議会への支援

秩父別町の特産品である「ブロッコリー」「あかずきんちゃん（トマトジュース）」を使用した秩父別町唯一のご当地グルメ「ちっぷべつ緑のナポリタン」を提供する協議会への活動支援を秩父別町・北海道じゃらん・フタバ製麺（留萌市）・秩父別町商工会・サポーター（町の有志25名）により実施して、基幹産業である地場産農産物の普及・秩父別町のPR・取扱店舗の新規顧客と売上の創出へ繋げ地域経済の活性化を図ります。

ちっぷべつ緑のナポリタン推進協議会構成員：地域小規模事業者2名・(株)秩父別振興公社  
秩父別町企画課・秩父別町商工会

協議会会議開催予定：4月・6月・7月・8月・10月・12月・3月の年6回 開催  
（会議内容：イベント出店(地域内外)・ご当地給食（食育事業）・新商品開発）

###### ②秩父別町銘菓取扱店会への支援

秩父別町の特産品である「ブロッコリー」を使用したご当地土産「日和（ひより／カステラ）」を販売する秩父別町銘菓取扱店会への活動支援を秩父別町・秩父別町商工会により実施して、新たな地域特産物の発掘による新商品の開発へ取り組み、基幹産業である地場産農産物の普及・取扱店舗の新規顧客と売上の創出・増加する交流人口へ向けた新たな土産品の開発などへ繋げ地域経済の活性化を図ります。

秩父別町銘菓取扱店会構成員：地域小規模事業者2名・(株)秩父別振興公社  
秩父別町商工会

新商品開発会議開催予定：4月・6月・7月・8月・10月・12月・3月の年6回 開催

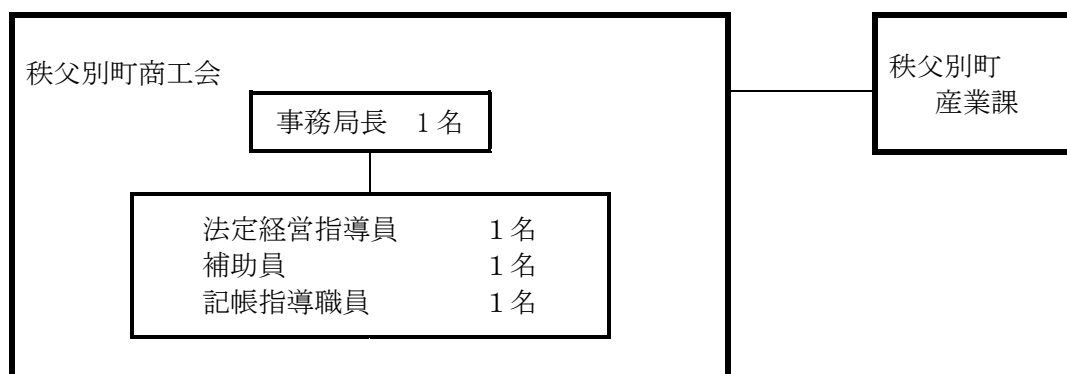
(別表2)

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当該経営指導員の氏名、連絡先

■氏名： 佐藤裕司

■連絡先： 秩父別町商工会 TEL. 0164-33-2459

②当該経営指導員による情報の提供及び助言(手段、頻度等)

経営発達支援事業の実施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

秩父別町商工会

〒078-2100 北海道雨竜郡秩父別町1875番地

TEL. 0164-33-2459 FAX. 0164-33-2216

e-mail: cppusyko@coral.ocn.ne.jp

②関係市町村

秩父別町 産業課

〒078-2192 北海道雨竜郡秩父別町4101番地

TEL. 0164-33-2111 FAX. 0164-33-3466

e-mail: sangyouka@chippubetsu.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)

	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
必要な資金の額	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
事業計画策定支援及び 事業計画策定後の支援	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
新たな需要開拓支援	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000

(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
秩父別町補助金・会費収入・手数料収入

(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。

