

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	雨竜町商工会（法人番号 7430005007478） 雨竜町（地方公共団体コード 014362）
実施期間	令和6年4月1日～令和11年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 【小規模事業者への目標1】小規模事業者の経営状況分析及び事業計画策定を支援することで、経営基盤を強化し売上・利益率の向上を図る。 【小規模事業者への目標2】事業承継及び創業の促進により、小規模事業者数と多様な業種の維持を図る。 【小規模事業者への目標3】小規模事業者の新商品開発促進と販路開拓・拡大支援による売上・利益率向上を図る。 【地域への裨益目標】小規模事業者の生産性（稼ぐ力）を高め、あわせて事業承継を支援することにより既存事業所の新陳代謝を促し、地域住民の利便性の維持・向上を図る。また、雨竜町との連携強化により、広域需要に対応できる商品・サービスを提供する事業者が増加することにより、域外からの交流人口を増加させ、通過型の町からの脱却を目指し、小規模事業者及び地域の持続的発展に寄与する。
事業内容	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）各種経済情報の収集、提供及び分析（北海道・空知管内） （2）地域経済動向の分析（RE S A Sの活用） 4. 需要動向調査に関すること （1）商談会・物産展におけるアンケート調査 5. 経営状況の分析に関すること （1）経営分析を行う事業者の発掘 （2）「ローカルベンチマーク」を活用した財務分析及びS W O T分析による非財務分析 （3）近隣商工会広域連携での支援 6. 事業計画策定支援に関すること （1）D X推進セミナー及び個別相談会の開催 （2）事業計画策定に関するセミナー及び個別相談会の開催 （3）創業・第二創業者への支援 （4）事業承継支援 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること （1）事業計画策定事業者に対する支援 （2）創業・第二創業計画策定事業者に対する支援 （3）事業承継計画策定事業者に対する支援

	(4) 事業計画と進捗状況とズレが生じている場合の支援 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること (1) 商談会・物産展等への出展支援 (2) パンフレット等作成による新たな販路開支援 (3) D Xへの取組として I T活用による販路開拓支援
連絡先	雨竜町商工会 〒078-2600 北海道雨竜郡雨竜町字尾白利加 88 番地 33 TEL : 0125-77-2155 FAX : 0125-77-2151 E-mail : ushoko6@rose.ocn.ne.jp 雨竜町 産業建設課 〒078-2692 北海道雨竜郡雨竜町字フシコウリウ 104 番地 TEL : 0125-77-2248 FAX : 0125-78-3122 E-mail : shoukou@town.uryu.hokkaido.jp

(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雨竜町の概要

雨竜町は北海道空知管内の西北部に位置し、東西31.8km、南北15.95km、面積190.15km²の細長い地形で、東は石狩川、雨竜川を境に滝川市江部乙地区、妹背牛町、西は増毛山地を経て増毛町、南は尾白利加川に沿って新十津川町そして北は恵岱別川に沿って北竜町にそれぞれ接している。交通は国道275号線が南北に縦貫しており国道12号線及び道央自動車道(滝川IC)と近距離で通じている。

行政は、中空知5市5町で構成する中空知広域市町村圏に属しており、雨竜町商工会は新十津川町商工会と江部乙商工会(滝川市)の3商工会からなる「新江竜商工会広域連携協議会」として経営支援事業及び共同事業を展開している。

自然環境として西部には、暑寒別岳を主峰とする増毛山地がそびえ、雨竜沼湿原(ラムサール条約登録・北海道遺産選定)を中心とした暑寒別天売焼尻国定公園を有する山岳地帯となっており、西高東低の地勢で、東部一帯は平坦肥沃な農耕適地となっており気候的にも水稻・畑作の栽培に適している。

商業圏は滝川市に大型スーパー及び深川市に大手グループ系スーパーと比較的近い距離に点在する。しかし、地元生鮮食品店は令和4年3月にホクレン系統の商店が閉店、令和5年10月に全日食系統の商店が閉店となり、雨竜町内の生鮮食品店が無くなったため、今後の商業振興に大きな課題を抱えている状況である。

②人口の推移

雨竜町長期人口ビジョンによると雨竜町の人口は7,390人(昭和31年)をピークに昭和30年から昭和50年の20年間で約2,900人が急速に減少したほか、平成27年国勢調査で2,749人であった人口は、令和5年10月末時点で2,113人(雨竜町住民課)とピーク時と比較して70%以上減少している。

本町は高等養護学校のほかに高校がないため、高校から町外への通学が始まり、大学や専門学校等の進学あるいは就職先が道内外の他市町となるため、卒業時期の年代の若年層を中心とした転出による社会減が大きく影響しており、転入より転出が多い転出超過が続いている。

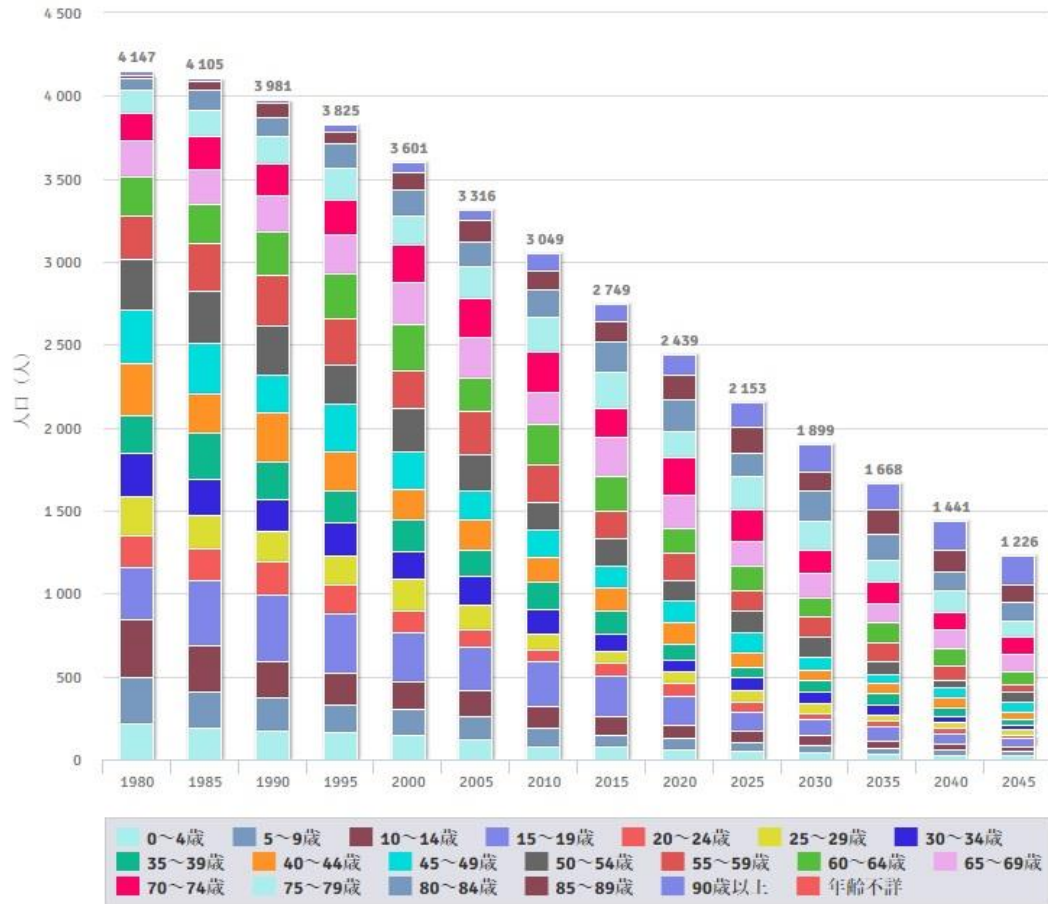
その大きな要因は地元で雇用場が少ないため、進学した若年層が地元に戻って就職することが少なく、人口流出が著しい結果となっている。雇用の拡大は人口増の最大の解決策であるが現状では大変厳しいものがあり、今後は地域の人口減少への認識を共有し、適切な施策を持続的に展開することで、人口減少に歯止めをかけなければならない。

国立社会保障・人口問題研究所の将来推計人口は2040年1,440人に落ち込むと推計されているが、町の施策等で出生率の向上・回復等人口対策に取り組み人口減少が緩やかになることを想定している。



雨竜町の年齢別人口の推移

出典: 国勢調査を独自集計、「日本の地域別将来推計人口（平成30(2018)年3月推計）」（国立社会保障・人口問題研究所）



③産業別の現状と課題

ア．農業

【現状】

基幹産業である農家数及び農家人口は、昭和55年に584戸2,709人だったものが、平成27年には191戸（△67.2%）の714人（△73.6%）と大幅に減少しているが、経営耕地面積についてはほぼ変わらず、水稻面積及び収穫量については、平成27年から令和元年を比べると若干減少している。

農業における生産物の一部は、現在雨竜町の特産品として認定され（認定元：雨竜町特産品推進協議会）、雨竜町内生産の米「うりゅう米」やメロンの他、加工品としてアイス、日本酒、漬物、米粉菓子、といった多様な商品が生産されている。

【課題】

本町は水稻を基幹作物として、麦、そば、メロンなど野菜類の作付けをしている。その作付けを組み合わせた生産性の高い土地利用型農業を展開する必要がある、生産基盤の整備や農業技術力の向上などによる低コストで安全、良質な農産物の安定生産を基本として、収益性の高い作物の導入などが必要である。

また、農用地の適正な管理運営と利用調整により、優良農地の確保と、担い手への農地の利用集積を図るとともに、農業法人による農業経営も取り入れ、収量の向上や農産物の安定生産、作業効率向上に努めなければならない状況である。

加えて、ここ2年間で味噌、漬物といった食品製造業が創業し、地元農産物を活用した商品開発ができる環境となったため、商工業者と農業者の連携による新たな特産品の開発が求められている。

イ. 建設業

【現状】

建設業は13者あり内訳は土木工事業が3者、建築業7者及び左官工事業・塗装工事業・管工事業各1者である。

事業者数は長く変わっていないが、雇用機会としては業績に左右される要素が大きく若者の定住につながる雇用の場が少ないのが現状であり、地域の存在基盤に関わる深刻な状況である。

【課題】

建設業は近隣の町村から比べると多く営業をしているが、経営形態は開業以来の同族経営であり、代表者が高齢のまま事業を継続しているという状況が少なくない。

そのようななか、一部事業者で事業承継は行われているものの、雇用維持の面からも、今後は支援機関として事業承継を積極的に推進する必要がある。

また、建設業の雇用環境として、常時雇用やパート職員の就労に関するニーズに対応するため、経営の改善による売上向上を図り、職場環境の改善や人材育成によって雇用維持に引き続き取り組む必要がある。

ウ. 商業

【現状】

商業（卸・小売業）について、商店数に関しては平成6年をピークとして、平成28年にはピークの半分以下となっており、人口減少の進展による購買力の低下に加え、経営者の高齢化により閉店する商店が続くと予想される。

また、近年の状況としては、町内の呉服店が高齢化等のためすべて閉店し、生鮮食品店に至っては令和5年10月に町内唯一のスーパーが閉店となった。

そのほか、新型コロナウイルス感染症の影響により、ネット通販の増加などライフスタイルの変化がみられ、地元からの購買力の流出が続く厳しい状況にある。

そのような中、製造小売業に関して、ここ2年間で味噌、漬物といった食品製造業が創業し、地元農産物など地域資源を活用した商品開発が行われるなど、新たな取り組みもみられる。

【課題】

本町の商業は、商店経営並びに後継者の育成について、事業所としての体質強化を図るなど、事業計画に基づいた活動による売上の向上、事業の継続が必要であり、その成果としての地域住民の生活環境の維持が求められている。

また、地域資源を活用した商品開発については、消費者ニーズをとらえた売れる商品にするとともに、効果的な情報発信により、地域外も含めた新たな需要の取り込みが必要である。

産業別（卸売業・小売業）商店数・従業者数及び販売額（商業統計調査より）単位：年間販売額 万円

	S 6 0 年	H 6 年	H 1 1 年	H 1 6 年	H 2 1 年	H 2 6 年	H 2 8 年
小売卸売業 商店数	53	54	44	37	34	24	25
小売卸売業 従業者数	181	299	195	159	213	128	122
小売卸売業 年間販売額	388, 088	378, 774	240, 728	257, 633	280, 900 (H19 年)	326, 463	371, 200

エ. 観光業

【現状】

当町の観光資源としては、暑寒別天売焼尻国定公園内の「雨竜沼湿原」があり、北海道遺産やラムサー

ル条約の登録湿地とされ、登山客の入込者数は、平成15年の1.7万人をピークに令和5年シーズンの実績では4千人程度となっている。

また、道の駅「田園の里うりゅう」（運営：㈱雨竜町振興公社）は、本町の自然と観光における情報発信拠点として、平成18年リニューアル時には55万人の入場者数であったが、令和4年度実績では42万5千人の入場者数（㈱雨竜町振興公社調べ）となっている。

そのほか、現在は、雨竜町の特産品として認定された商品（米、メロン、アイス、日本酒、漬物、米粉菓子など）を道の駅を中心に販売しており、集客要因の一つとなっている。

【課題】

本町の観光業については、主力産業である農業と連携し、食や体験型のサービスを道の駅を核としたPR活動により広く発信することが必要である。

また、雨竜町の特産品として認定された商品について、さらなるブラッシュアップ並びに新商品の開発につなげ、上記の観光資源と合わせてPRすることで交流人口の増加につなげ、地域の賑わいを創出することが求められている。

④小規模事業者の現状と課題

【現状】

商工業者等数は令和4年度末現在、126事業者、同じく小規模事業者数は79事業者となっており、平成30年度末と比べるとどちらも減少しているが、率にして商工業者等数は約8%、小規模事業者数は約5%の減少である。

減少の主な理由としては、売上の減少や建物老朽化等による廃業の他、町外へ転出する事業者も一部にみられるが、特に経営者の高齢化は深刻となっており、過去5年間で9件の事業承継はあったものの、うち5件は経営者の死亡による必要に迫られた承継であり、事前の準備に基づく円滑な事業承継ができていないとも言えない状況である。

そのようななか、製造業においては前述のとおり、ここ2年間で味噌や漬物の製造及び製造小売業を営む事業者が2件創業するなど新たな動きもみられる。

【課題】

上記のとおり本町の小規模事業者における経営者の高齢化は深刻となっており、事前の事業承継計画策定により、円滑に事業承継を行い安定的な経営の継続に繋げることが課題である。

また、店舗の老朽化やインボイス制度による新たな消費税の納税、多様化する消費者のニーズにあわせた経営などに迅速に対応する必要があり、事業計画に基づく安定した経営や、農業との連携による新商品等の開発などが求められている。

それらの取り組みには、悪化する経営環境へ柔軟に対応するための経営力の強化が必要であり、そのために小規模事業者自らが課題を認識し、その解決に取り組むことによる自走化へ向けた伴走支援に緊急の課題として取り組まなければならない。

平成30年度末	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
商工業者等数	13	1	2	26	13	31	16	34	136
小規模事業者数	13	1	1	24	13	18	11	0	81

令和4年度末	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
商工業者等数	13	2	2	19	10	30	17	33	126
小規模事業者数	13	1	1	18	8	22	16	0	79

⑤商工会の現状と課題

【現状】

当会では経営改善普及事業はもちろん、事業所が抱える課題を、地域に密着した視点から様々な事業を展開しているところである。

- 平成31年 ・雨竜町IC型ポイントカードシステム「UPカード」稼働開始（1月）
・UPカードに地域電子マネー機能「UPマネー」追加（12月）
令和 3年 ・UPカードによる「プレミアム付電子マネー」発行（町補助事業・年1回）
現在継続事業

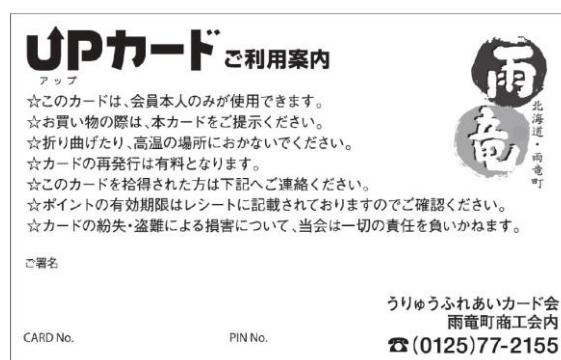
平成29年から経済産業省の補助を受け、行政連携によるIC型ポイントカードシステムの導入による「まちづくり」と「商業活性化」を目的とした事業実施のための調査分析事業を展開し、平成30年は同システムの導入支援事業として継続し、平成31年よりIC型ポイントカードシステム「UPカード」が稼働した。

さらに町外消費流出対策として、従来のプレミアム付商品券に代わる「プレミアム付電子マネー」発行は継続事業として取り組んでいる。また、IC型ポイントカード、商品券（通年発行）の消費活性化事業も積極的に実施し、地域の商工業者の振興発展に成果をあげている。

UPカード



表面



裏面

【課題】

当会は、上記の補助事業を活用し、ソフト事業を主体に地域経済の活性化に取り組んできており、組織として一定の成果を上げているが、個別事業所の経営支援には直接繋がらない傾向にあるほか、地域電子マネーも廃業増加により利用できる店舗・業種が限られてきており、住民の利便性向上へ向けた取り組みが求められている。

今後、「UPカード」の活用方法を引き続き検討し、どのように町内に広く普及させ、域内消費を活性化した上で経営支援に繋げるかも大きな課題である。

（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

雨竜町においては、人口減少の進展や、新型コロナウイルスの影響による消費者ニーズの多様化などにより、消費購買力の低下並びに流出がさらに進む恐れがある。

また、経営者の高齢化は着実に進んでおり、早急に手を打たなければ、廃業が加速度的に進行することも懸念されている。

これらの経営環境の悪化は、地域の活力並びに雇用の維持に悪影響を及ぼすため、今後10年間、小規模事業者が事業を継続し、地域住民の生活を守るための事業の持続的発展に繋げるため、商工会にお

ける「小規模事業者に対する長期的な振興のあり方」を次のとおり設定する。

- ・小規模事業者自らが主体性をもって経営力を向上させることによる地域の活力の創出
- ・小規模事業者の事業継続による雇用の創出

②雨竜町振興基本計画との連動性・整合性

雨竜町振興基本計画（平成28年度～平成37年度）の中では、特に「産業振興による足腰の強い活力あるまちづくり」として、次の取り組みを掲げ、商業・サービス業、観光産業、工業の振興などを通じて、活力ある町づくりを目指している。

ア「産業間連携による活力ある商工業の展開」

イ「地域の魅力を発信する観光の展開」

ウ「雇用環境の創出と就業機会の確保」

雨竜町が目指すこれらの振興策は、商工会が認識する課題を解決する上で、その方向性を同じくするものであり、行政との連携のもと中長期的に取り組む事が重要と考えている。

③商工会としての役割

当商工会は地域での唯一の総合経済団体であり、事業者が身近に相談できる支援機関として、町をはじめ各機関と連携を図りながら地域の小規模事業者との対話と傾聴による伴走型支援を実施し、事業者それぞれの経営課題を明確にし、課題解決の検討をすることで事業者自ら気づき、実行する自走化へと導くことで、事業者の持続的発展に繋げ、町の産業発展に寄与していく役割を担っていく。

また、観光では関係機関と連携し道の駅を核としたPR活動などの情報発信を強化するとともに、小規模事業者が農産物等の特産品を活用した商品開発等の事業展開を推進する。

さらに、地域内での雇用効果が大きい建設業や、地域住民の生活を支える小売業の事業承継を推進し、引き続き雇用の創出を図ることを主眼におき、小規模事業者の事業の持続的発展に向けて事業を実施する。

（３）経営発達支援事業の目標

雨竜町振興基本計画と商工会の役割を踏まえ、小規模事業者の長期的な振興のあり方を見据えた経営発達支援事業の５年間の目標を以下のとおりとする。

【小規模事業者の目標】

- ①小規模事業者自らが課題を認識し、解決のための事業計画策定並びに実行を支援することで、売上・利益率の向上による経営基盤の強化を図る。

【事業計画策定事業者数 25者／5年】

【計画策定事業者の利益率増加目標 2%（対前年）】

- ②事業承継計画及び創業計画の策定を支援することで、着実な事業承継及び創業に繋げ、小規模事業者の事業の継続を図る。

【新規創業者数 5者／5年】

【事業承継者数 5者／5年】

- ③小規模事業者の農産品等を活用した新商品開発・ブラッシュアップ並びに販路開拓の支援による売上・利益率向上を図る。

【商談会展展による販路開拓】 10者／5年・売上増加率5%／者（対前年比）

【物産展会展による販路開拓】 首都圏 10者／5年・売上10万円／者（1出展あたり）

地域内 25者／5年・売上 5万円／者（1出展あたり）

【DXによる販路開拓】 25者／5年・売上増加率2%／者（対前年比）

【地域への裨益目標】

上記の目標を実施することで、小規模事業者の経営力の向上並びに事業の継続につなげ、地域住民の生活環境の維持・向上を図る。

また、雨竜町の農産品等を活用した新商品のPRにより、雨竜町の知名度向上を図ることで域外からの交流人口を増加させ、賑わい創出による地域の持続的発展に寄与することを目標とする。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和6年 4月 1日～令和11年 3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

【小規模事業者の目標達成に向けた方針】

①小規模事業者自らが課題を認識し、解決のための事業計画策定並びに実行を支援することで、売上・利益率の向上による経営基盤の強化を図る。

小規模事業者が売上・利益率の向上による経営基盤の強化を目指すには、小規模事業者自身が自らが置かれている状況を把握するとともに、分析に基づき課題を認識し、その解決に取り組む必要がある。

そのため、経営指導員等による巡回訪問を通じて小規模事業者との対話と傾聴を重ね、本質的な課題に気づきを得るとともに、納得したうえで課題解決に向けた自走化ができるように支援していく。

②事業承継計画及び創業計画の策定を支援することで、着実な事業承継及び創業に繋げ、小規模事業者の事業の継続を図る。

小規模事業者の事業の継続は、地域のコミュニティや雇用の維持に繋がるため、積極的な巡回訪問により後継者等の情報の収集を行うとともに事業承継に対する考え方を把握し、金融機関等の関係機関との連携により事業承継計画の策定へ向けた取り組みを加速していく。

また、創業に対して、雨竜町をはじめとした関係機関と連携して対象者を掘り起こすとともに、実現可能性の高い創業計画策定支援を行う。

なお、円滑な事業承継が少ない現状を鑑み、特に後継者が不在である事業者については、第三者承継での引継ぎなどについて事業承継引継ぎ支援センター等と連携してマッチング支援を実施するとともに、売上や利益向上による承継後の体質強化を図るための事業展開を支援する。

③小規模事業者の農産物等を活用した新商品開発・ブラッシュアップ並びに販路開拓の支援による売上・利益率向上を図る。

地元農産物といった地域資源を積極的に活用した高付加価値な新商品の開発や既存商品のブラッシュアップを雨竜町、雨竜町特産品推進協議会、きたそらち農業協同組合等関係機関と行い、札幌圏や首都圏といった、地域外で開催される商談会や展示会への出展による販路開拓支援を実施する。

また、開発された新商品の販売活動として、雨竜町特産品推進協議会協力のもと、道の駅を拠点として、雨竜町でしか手に入らない「こだわり」の付加価値の高い「特産品」として販売し、パブリシティなどの活用により徐々に認知度を高めながら、広域的な販売へ移行していくなど、事業者の事業展開にあわせて需要の開拓を図るよう支援する。

【地域への裨益目標の達成に向けた方針】

事業計画策定による経営基盤の強化、事業承継・創業の促進、さらには雨竜町独自の「UPカード」を活用して、地域の生活やコミュニティを維持するため各産業や地域住民との連携を図りながら「にぎわい」を創出し、小規模事業者の事業並びに地域の持続的発展に向けて支援していく。

①地域住民ニーズの把握や他産業との連携による商業体系の再構築に取り組む。

②住民の地元購買意欲の高揚に努め、各業種が連携したPRの展開を支援する。

③地域コミュニティの構築を目指し、顧客管理システムと連携してポイントカード事業に積極的に取り組んでいく。

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期においては、全国商工会連合会が行う「小規模企業景気動向調査」や北空知信用金庫が行う「中小企業景気動向調査」といった地域経済動向調査の分析内容を巡回訪問、窓口相談時に事業者へ情報提供してきた。

しかし、小規模事業者が外部環境の把握として認識するまでは至らず、調査結果を十分に活用することができなかった。

また、調査結果の公表については、ホームページの活用ができなかったため、広く周知することにつながらなかった。

【課題】

第2期では、これらの調査結果にRESAS（地域経済分析システム）を活用した地域の経済動向を組み入れることで、地域の小規模事業者が自らの売上向上につながる外部環境の把握として関心をもってもらい、実効性のある事業計画策定へ繋げる必要がある。

また、調査結果は、地域の小規模事業者がいつでも閲覧できるように商工会のホームページに掲載することで広く周知する。

(2) 目標

事業内容	公表方法	現状	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
①各種経済情報分析結果の公表回数	HP掲載	-	4	4	4	4	4
②地域経済動向分析結果の公表回数	HP掲載	-	1	1	1	1	1

(3) 事業内容

①各種経済情報の収集、提供及び分析（北海道・空知管内）

小規模事業者が自身を取り巻く景況を把握するため、経営指導員等が、各関係機関が公表する景気動向調査報告を収集、分析し、四半期ごとに商工会ホームページで公表するほか、巡回訪問時の資料として活用する。

【調査手法】各支援機関から提供される調査報告を活用する。

【調査項目】

活用する調査資料名	発行機関名	調査分析項目	情報の収集頻度
小規模企業景気動向調査	全国商工会連合会	売上、採算、資金繰り、経営上の問題点、設備投資内訳など	四半期
中小企業景気動向調査 （北空知管内景気動向調査）	北空知信用金庫	売上、採算、資金繰り、経営上の問題点、設備投資内訳など	四半期

②地域経済動向の分析（RE S A Sの活用）

雨竜町の小規模事業者に対し、RE S A Sを活用して地域の経済動向を提供することで、事業者自らが外部環境の把握に活用を図り、課題抽出や事業計画策定に繋げる。

分析結果は、年1回商工会ホームページで公表するほか、巡回訪問時の資料として活用する。

【調査手法】RE S A Sを活用し、地域の経済動向分析を行う。

【調査項目】

分析項目	分析内容
地域経済循環マップ	地域経済の全体像と域内消費の動向について
産業構造マップ	地域の製造業、卸売、小売業、農林水産業の構造について
観光マップ	国・地域別外国人の滞在状況等のインバウンドや宿泊者の動向等について
まちづくりマップ	人の流動や事業所立地動向等まちづくり関係の情報について

（４）調査結果の活用

調査した結果は、商工会ホームページに掲載し、広く町内小規模事業者に周知することで、外部環境の把握に対する気づきにつなげる。

また、経営指導員等による巡回訪問や、窓口相談を行う際の参考資料として、小規模事業者の経営状況の分析並びに事業計画策定支援に活用する。

4. 需要動向調査に関すること

（１）現状と課題

【現状】

第1期では、平成29年度より実施中の経済産業省「地域・まちなか商業活性化支援事業（地域商業自立促進事業）」における地域住民に対するアンケートを実施し、収集・分析した調査結果を町内小売業・サービス業への経営支援に活用したが、直接的な需要動向の把握にはつながらなかった

また、商談会等への出展時におけるバイヤーからの情報収集は、新たな販路開拓の支援対象事業者の掘り起こしができず、実施できなかった。

【課題】

第2期では、商談会のほか、物産展や地元イベントにおいて、バイヤーや一般消費者へのアンケート調査を行う事で、エネルギー価格や物価の高騰等の急速な外部環境の変化を受けた需要動向の把握により、新商品開発や既存商品のブラッシュアップに繋げる必要がある。

（２）目標

事業内容	現状	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
①商談会・物産展・地元イベントでの需要動向調査対象事業者数	-	4	4	4	4	4

（３）事業内容

商談会・物産展・地元イベントにおけるアンケート調査

域外への販路開拓・拡大のための商談会・物産展や地元イベントに出展した際、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の方向性を検討するための資料として活用する。

【対象者】

・農産品等の地域資源等を活用した商品開発に取り組み、事業計画を策定した小規模事業者

【想定される商談会・物産展・地元イベント】

1) 北の味覚、再発見!! (B to B)

主催：北海道商工会連合会

場所：ホテル札幌ガーデンパレス（札幌市）

開催時期：10月

概要：地域特産品を販路開拓支援事業の一環として、流通業者との商談会を実施し、これら特産品の販路開拓・拡大を図る。

来場者：流通・観光関係企業のバイヤー、関係機関

規模：出展者55社、来場流通バイヤー71社132名、他関係機関、札幌消費者協会、報道機関

2) なまらいいっしょ北海道フェア (B to C)

主催：(一社)北海道移住交流促進協議会 共催：北海道商工会連合会

場所：三軒茶屋ふれあい広場（東京都世田谷区）

開催時期：11月

概要：ふるさと納税の案内、特産品の販売、販路開拓、移住相談、地域おこし協力隊の募集、観光PR、企業PR等を行うイベント

来場者：一般消費者・流通・観光関係企業のバイヤー

規模：出展者17団体、来場者20,000人

3) うりゅう特産品フェア (B to C)

主催：うりゅう暑寒フェスタ実行委員会

場所：道の駅田園の里うりゅう（雨竜町）

開催時期：7月下旬

概要：メロンやスイカ等の特産品販売、地域おこし協力隊のコラボ出展、町内・町内事業者の出展

来場者：一般消費者・観光客

規模：出展者9者

【サンプル数】 来場されたバイヤー、消費者各50名

【調査手法】 来場者に対し、試食や試供品をもとに経営指導員が書面によるアンケートを実施

【調査項目】 ・属性（居住地、性別、年齢、来場のきっかけ）※消費者のみ

・商品の評価（パッケージデザイン、味、内容量、価格、満足度、改善点）
（ロット、納期等）※バイヤーのみ

【分析手法】 集計したデータを経営指導員等が専門家と連携し、商品に対する評価のクロス集計等を行う。

(4) 調査結果の活用方法

商品に対する全体的な評価から改善点を抽出し、当該事業者巡回訪問においてフィードバックすることで、新商品開発や既存商品のブラッシュアップに係る事業計画策定に活用を図る。

また、地域における消費者ニーズの傾向等として、今後の新商品開発の参考情報の提供に活用する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

第1期では、定量面での分析を中心に確定申告や金融斡旋、補助金申請等の支援の際に行っていたが、定性面の外部環境や内部環境を含めた経営課題の抽出は、経営相談や補助金申請など事業者からの依頼に応じて実施してきたため、一部に留まっていた。

【課題】

第2期では、適切な課題抽出による売上向上につなげるよう、財務分析とあわせて定性的な非財務分析を実施することとして、積極的な巡回訪問等を通じて事業者との対話を重ねて信頼を獲得し、事業者が納得したうえで事業計画による課題解決を図る必要がある。

(2) 目標

事業内容	現状	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
①経営分析事業者数	7	15	15	15	15	15

(3) 事業内容

①経営分析を行う事業者の発掘

経営指導員等の商工会職員が巡回訪問を中心としてヒアリングを実施し、対話と傾聴により小規模事業者自らが課題に気づきを得るきっかけづくりを支援する。

さらに、本質的な課題へ掘り下げることで、課題解決へ向けた内発的動機付けを高め、経営分析の支援対象者を抽出する。

②経営分析の内容

【対象者】

- ・巡回訪問において各種補助金申請等支援事業者の他、事業承継対象事業者や創業して間もない製造事業者を中心に、意欲的で販路拡大の可能性の高い15者を選定する。

【分析項目】

《財務分析》直近3期分の収益性、生産性、安全性、成長性の分析

《非財務分析》・内部環境（強み・弱み）：商品、サービス、人材等

・外部環境（機会・脅威）：市場、競合、社会経済、観光等

【分析手法】

経済産業省の「ローカルベンチマーク」を活用し、指標を用いた財務面の分析の他、SWOTを用いた非財務面の分析について、必要に応じて専門家との連携により経営指導員等が分析を実施する。

③近隣商工会広域連携での支援

近隣の新十津川町、滝川市江部乙町、雨竜町の3市町の商工会からなる「新江竜商工会広域連携協議会」で小規模事業者に対して商工会および経営指導員等の横の繋がりを駆使して経営分析・課題抽出を実施する。

(4) 分析結果の活用

分析結果については、経営指導員等による巡回訪問でフィードバックするとともに、小規模事業者へ気づきを与えることで課題抽出に繋げる。

また、計数的な分析にとどまらず、事業者の強み・弱みや機会・脅威を客観的に理解することで、事業計画策定への活用を図る。

また、経営支援ツールにより分析結果を入力・蓄積することでデータベース化し、職員間で共有することで、効率的な支援体制の構築を図る。

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期では、日常の巡回支援の他、専門機関と連携して事業計画策定セミナーや個別相談会を開催することで、事業計画策定を目指す支援対象者の掘り起こしを実施し、事業計画策定支援を実施していった。

【課題】

第2期では、自社の本質的な経営課題の解決による経営基盤の強化のための事業計画策定支援が課題である。

併せて、地域の小規模事業者に対して、広くDXへ向けたITツールの活用による経営の効率化、高度化を図るための事業計画策定の重要性を認識させる必要がある。

(2) 支援に対する考え方

本質的な経営課題を解決させるための事業計画を策定する重要性を十分に理解させるためには、経営状況の分析を通じてその重要性を明確に伝えていく必要がある。

したがって、巡回訪問等で、事業者との対話と傾聴を図り信頼関係を構築し、本質的な課題を掘り下げて経営課題に気づき、納得した上で、事業者自らが事業計画の策定できるよう支援を行う。

さらに、デジタル社会におけるビジネスの変革に対応するため、DXへ向けたITツールの活用を積極的に行えるよう支援していく。

創業に関しては、雨竜町と連携した情報収集や巡回訪問等での掘り起こしを行うとともに、各種助成事業の活用や金融機関との連携も加味した、実現性・継続性の高い創業計画の策定を支援する。

事業承継に関しては、小規模事業者の減少を抑え地域コミュニティの維持を図るため、事業者の後継者の有無といった状況を確認するとともに、経営環境を踏まえた最適な承継手法を選択できるよう専門家や関係機関と連携し支援を行っていく。

(3) 目標

事業内容	現状	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
①DX推進セミナー・個別相談会 開催回数：各1回（新規）	-	1	1	1	1	1
② 事業計画策定セミナー・個別相談会 開催回数：各1回	1	1	1	1	1	1
事業計画策定事業者数	4	5	5	5	5	5
③事業承継計画策定事業者数	0	1	1	1	1	1
④創業計画策定事業者数	1	1	1	1	1	1

(4) 事業内容

①DX推進セミナー及び個別相談会の開催（新規）

急速なIT化が進行する中で、小規模事業者が経営の効率化、高度化を図るにはDXへの対応が必要であるため、DX対応への動機付けや基礎的な知識を習得するためにセミナー及び個別相談会を開催する。

【対象者】DX活用に意欲的な小規模事業者

【募集方法】商工会ホームページ掲載・FAX・郵送等による周知の他、経営指導員等が巡回訪問時に提案する

【講師】・ITコーディネーター、・中小企業診断士

・各種小規模事業者支援機関における登録専門家等

【開催回数】セミナー年1回、個別相談会年1回

【参加者数】セミナー10名、個別相談会3名

【支援手段】

セミナー開催によりD Xに関する基礎知識の習得を図り、D Xに意欲的な小規模事業者の掘り起こしを行う。掘り起こした小規模事業者に対しては、専門家と連携した個別相談会及び巡回訪問等により事業計画策定を支援する。

【カリキュラム】・D Xの基礎知識や具体的な活用事例等

- ・SNSを活用した販売促進手法及び事例等
- ・ECサイト等の構築及び運用による販路開拓手法

②事業計画策定に関するセミナー及び個別相談会の開催

専門機関との連携による事業計画策定支援セミナー並びに個別相談会を開催し、地域経済動向や需要動向の調査結果及び経営状況の分析結果を踏まえた支援対象者が事業計画を策定するための支援を実施する。

また、新江竜商工会広域連携協議会と連携して支援ノウハウの向上を図りながら、事業計画作成の支援を行う。

特にセミナー及び個別相談開催後には、受講者に対して巡回訪問し確実に事業計画が策定できるよう支援を行う。

【対象者】・食品製造業等を営む事業者を中心とした販路開拓に意欲的な事業者

- ・経営状況の分析により課題が明確となった小規模事業者
- ・事業計画策定に意欲的な小規模事業者

【募集方法】経営指導員等による巡回訪問を中心に、商工会ホームページや会報等で募集**【講師】・中小企業診断士**

- ・各種小規模事業者支援機関における登録専門家等

【開催回数】セミナー年1回、個別相談会年1回**【参加者数】セミナー10名、個別相談会3名****【支援手段】**

セミナー開催により事業計画策定に関する基礎知識の習得を図り、販路開拓や雨竜町の特産品などの新商品開発、新サービスの取り組みに意欲のある小規模事業者に対しては、個別相談会及び巡回訪問等により事業計画策定を支援する。

【カリキュラム】・事業計画の策定手法について等

- ・PCDAの重要性について等

③事業承継支援

円滑な事業承継により、地域雇用の確保、コミュニティ維持のため、北海道事業承継・引継ぎ支援センターや中小企業基盤整備機構等の支援機関と連携し事業承継を目指す小規模事業者に対し事業承継対策セミナー・個別相談会を開催し、事業承継者の事業計画策定を支援することで、地域経済、雇用およびコミュニティの維持を図る。特に、建設業・小売業といった地域に不可欠な業種を重点的に支援する。

【対象者】・事業承継が経営課題となっている小規模事業者

- ・後継者の育成が経営課題となっている小規模事業者
- ・後継者候補の従業員育成が経営課題となっている小規模事業者

【支援手段】後継者の有無の状況について経営指導員等がヒアリングし、親族内承継や第三者承継、M&Aなど、小規模事業者に最適な手段を検討し、北海道事業承継・引継ぎ支援センターや中小企業基盤整備機構等の支援機関と連携し、円滑な事業承継を実施できるよう事業計画策定を支援する。

④創業者への支援

地域雇用の確保、コミュニティ維持のため、行政等と連携して不足業種、創業支援施策の情報をホームページ等で発信することで、当町での創業を促進する。

創業希望者へは、札幌市および近郊都市で開催される創業セミナーへの参加を都度勧奨し、創業に向け

た基本的な知識を習得してもらう。

また、必要に応じて専門機関が開催する創業塾の受講をあっせんし、受講後に巡回支援を行うことで、創業計画の策定を進めていく。

創業に係る必要な資金については、北空知信用金庫雨竜支店や日本政策金融公庫旭川支店と連携し、事業計画およびビジネスプランの作成支援を行い、また、雨竜町の商工業者が元気のあるまちの形成を支援する、雨竜町の「うりゅう商店街元気づくり活性化支援事業補助金」を積極的に活用するよう情報提供も併せて支援を行う。

【対象者】・創業予定者

【支援手段】

経営指導員等が巡回訪問等によるヒアリングにより、創業計画や資金計画、創業時の公的支援について説明し、必要に応じて専門家と連携して創業や創業後の事業が円滑に実施できるよう、事業計画策定において伴走型支援を実施する。また、創業セミナーや創業塾といった基本的な創業に向けた知識を習得できるイベントも積極的な参加を促していく。

※雨竜町『うりゅう商店街元気づくり活性化支援事業』について

うりゅう商店街元気づくり活性化支援事業

雨竜町の商工業者が活性化し、元気あるまちを形成するために起業や店舗整備支援、にぎわいづくり、雇用創出などに取り組む商工業者を応援します。

町内に住所を有する個人事業者、町内に主たる事務所を置く法人事業者で雨竜町商工会員及び雨竜町商工会員へ加入する方が対象です。

事業期間 令和5年度～令和8年度（4か年）

商店街元気づくり

1 起業・新規開業支援

① 運営資金補助

- 起業・新規開業後2年間運営資金を助成（月額6万円）
- 店舗賃料等を1年間1/2助成（限度額20万円）
- 3年間固定資産税額を補助

2 店舗整備等支援

① 新規・空き店舗等施設整備事業 経費1/2補助（限度額300万円）

- 町内において店舗等を新築・購入、空き店舗の改装、機材購入等の費用、事業拡大による増築、改装（※）
- ※既に補助を受けている事業者は対象としない

NEW

② 環境に配慮した店舗等改修事業 経費1/3補助（限度額100万円）

- エネルギー消費量の低減、省エネ、省資源やエコ資材の活用などを行う店舗改修、設備整備

3 商店街にぎわいづくり

① 広告・宣伝支援 ※1事業者 年に1回まで

- 個別商店等の広告宣伝費用、ホームページ、SNSでの情報発信対象経費の1/2補助

NEW

- ホームページ開設及び更新経費全額（限度額10万円）
自社の活動やおすすめ商品等ホームページ等（SNS含む）で発信しませんか？
開設から更新維持作業までの委託経費を補助します。

② 地域ブランドづくり

- グッズ制作デザイン料経費の1/2補助（限度額10万円）

NEW

③ イベント・チャレンジショップ ※回数制限なし

- 実施負担経費の1/2補助（限度額10万円）
町内で開催する集客イベント経費や町外イベント出展料・交通費を補助します。自社商品を町外イベントで販売しませんか？

4 地域雇用推進事業

① 雇用創出事業

- 人件費1/2の額を2年間補助 限度額月額10万円
事業の拡大によって、従業員を新規雇用する場合の人件費補助



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期においては、事業計画の進捗状況を確認、把握するため、四半期毎に巡回訪問を行うことを目標に掲げており、事業計画策定実施後のフォローアップ支援を実施してきたが、巡回訪問回数は計画より少なく、綿密なフォローアップ支援には至らなかった。

【課題】

第2期においては、事業計画策定事業者の売上高・経常利益の増加目標の達成に向けて、PDCAサイクルがしっかりと回るように、フォローアップの手法並びに頻度を明確にし、実施する。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定したすべての小規模事業者に対し、四半期毎（年4回）を目途に巡回訪問を実施し、計画策定後の進捗状況を確認し、フォローアップを行う。

支援を進めるうえで、「事業計画策定で終わりではなく、事業計画を実施して目標の売上・利益率増加させる」事の重要性を認識してもらい、目標を達成できるよう支援する。

なお、巡回訪問による支援の際は対話と傾聴を基本姿勢として、経営者の『自走化』のための内部的動機づけを行い、『潜在力』を引き出すことで、事業者自身がPDCAを図れるよう支援する。

また、外部環境の変化等により事業計画の実行に変調をきたしている事業者に対しては、支援頻度を増やすと共に、専門家等と連携し事業計画の見直しを支援する。

(3) 目標

事業内容	現状	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
①事業計画策定後の フォローアップ事業者数	1者	5者	5者	5者	5者	5者
頻度（延回数）	3回	20回	20回	20回	20回	20回
売上増加率2%以上増加の 事業者数	0者	3者	3者	3者	3者	3者
②事業承継計画策定後の フォローアップ事業者数	0者	1者	1者	1者	1者	1者
頻度（延回数）	0回	4回	4回	4回	4回	4回
③創業計画策定後の フォローアップ事業者数	0者	1者	1者	1者	1者	1者
頻度（延回数）	0回	6回	6回	6回	6回	6回

(4) 事業内容

①事業計画策定事業者に対する支援

事業計画策定後に事業実施のうえで有効な国・道・町の行う支援策等の情報提供を行うとともに、四半期毎の巡回訪問を実施し計画の進捗状況を把握し、必要に応じて専門家と連携して課題解決や事業計画の見直しを図るなど、適切な指導・助言を行う。

また、定期的な巡回を行うことで、小規模事業者が実践しながらPDCAのサイクルを定着させられるようフォローアップを行う。

②事業承継計画策定事業者に対する支援

事業承継後の支援については経営指導員等による四半期毎の巡回訪問を行い、上記①同様に抱えている課題を把握し、解決するための伴走型の支援を行う。

また、必要に応じて支援機関と連携し、専門家派遣などによる幅広い支援を行う。

③創業計画策定事業者に対する支援

創業後の支援は、経営指導員等による2か月に1回の巡回訪問を行い、抱えている課題を把握し、解決するための伴走型の支援を行う。

また、必要に応じて支援機関と連携し、専門家派遣などによる幅広い支援を行う。

④事業計画と進捗状況とズレが生じている場合の対処方法

進捗状況が思わしくない、事業計画とのズレが生じていると判断する場合は、巡回回数を増やし「対話」と「傾聴」により問題点の抽出と計画の軌道修正を図る。高度な経営課題になった場合は専門家を派遣し、原因究明を行い、状況によっては事業計画再策定を視野に入れ、今後の対応策を検討する。

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期では、展示会や商談会等の開催案内周知により域外への需要開拓希望者の掘り起こしを図ったものの、新型コロナウイルス感染拡大の影響等もあり、雨竜町内開催のイベントや一部の町外（空知管内や札幌市）への物産展出展に留まり、十分な支援ができなかった。

一方、IC型ポイントカードシステム「UPカード」が平成31年1月より稼働開始となり、同年12月より地域電子マネー機能「UPマネー」が追加され、新たな需要開拓として行政と連携し行政サービスによるポイントを付与することでカードの活用機会や利便性をアピールし、相乗効果として売上向上を図る体制ができた。

【課題】

第2期においては、展示・商談会における事前・事後の支援が不十分だったため、開催案内の周知の徹底や、事業者への出展意欲喚起を図るなど、支援方法を改善したうえで実施する。また、「UPカード」を活用したイベントを企画し、町内経済の活性化を図る。さらに今後は、DXによる販路開拓が必要なため、対象事業者にDXの必要性を理解・認識してもらい取り組む必要がある。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定し、展示・商談会への出展意欲がある小規模事業者に対し、北海道商工会連合会が主催する「北の味覚再発見!!」や「なまらいいっしょ北海道フェア」等の商談会・物産展や地元イベントの開催情報を提供し、出展にあたっては、出展前の準備から終了後の振り返りまで支援を行うことで小規模事業者の継続的な支援に繋げる。

また、DXに向けた取り組みとして、IT（Facebook、Instagram、X(旧 Twitter)、LINE などのSNSやHP）を活用した企業情報の発信の支援も実施する。

また、上記のIT活用に「UPカード」とも連携し、ポイント倍増セールや抽選イベントといった販促企画を実施し、個店に応じた新たな需要開拓を支援する。

(3) 目標

支援内容	現状	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
①商談会出展事業者数	0者	2者	2者	2者	2者	2者
商談会成約目標件数／者	0件	1件	1件	1件	1件	1件
商談会出展による売上増加率／者	-	5%	5%	5%	5%	5%
②首都圏等物産展出展事業者数	-	2者	2者	2者	2者	2者
首都圏等物産展売上目標額／者	-	10万	10万	10万	10万	10万
③地域内物産展出店事業者数	4者	5者	5者	5者	5者	5者
地域内物産展売上目標額／者		5万	5万	5万	5万	5万
④DX（IT）を活用した 販路開拓事業者数	0者	5者	5者	5者	5者	5者
DX（IT）を活用した 販路開拓事業者売上増加率	-	2%	2%	2%	2%	2%

(4) 事業内容

①商談会への出展支援

【支援対象】

事業計画を策定し、地域資源を生かした新商品開発や販路拡大に意欲的な小規模事業者

【支援内容】

関係機関が開催する商談会への効果的な出展を支援する。

出展前には、出展手続きやブースレイアウトの支援、商品提案書・規格書及びPRパンフレット、POP等の作成支援を行うほか、効果的なバイヤー等へのプレゼン支援を行い商談成立に繋げる。

出展時には、経営指導員等の職員が随行し、出展ブース及び商品陳列の支援、バイヤー等へのアンケート調査支援を行う。

出展後は、アンケート集計・分析や分析結果のフィードバック等のアフターフォロー支援を行う。

【想定する商談会】

北の味覚、再発見！！（B to B）

主催：北海道商工会連合会

場所：ホテル札幌ガーデンパレス（札幌市）

開催時期：10月

概要：地域特産品を販路開拓支援事業の一環として、流通業者との商談会を実施しこれら特産品の販路開拓・拡大を図る。

来場者：流通・観光関係企業のバイヤー、関係機関

規模：出展者55社、来場流通バイヤー71社132名、他関係機関、札幌消費者協会、報道機関

②首都圏等の物産展への出展支援

【支援対象】

事業計画を策定し、首都圏等の域外への販売拡大に意欲的な小規模事業者

【支援内容】

関係機関が開催する首都圏での物産展への効果的な出展を支援する。

出展前には、出展手続きや効果的な接客手法、PRパンフレットやPOP等の作成支援により効果的な販売に繋げるほか、商品アンケートの作成支援による需要動向の把握を図る。

出展時には、経営指導員等の職員が随行し、出展ブース及び商品陳列、来客者へのアンケート調査を支援する。

出展後は、アンケート集計・分析や分析結果のフィードバック等のアフターフォロー支援を行う。

【想定する物産展】

なまらいっしょ北海道フェア（B to C）

主催：（一社）北海道移住交流促進協議会 共催：北海道商工会連合会

場所：三軒茶屋ふれあい広場（東京都世田谷区）

開催時期：11月

概要：ふるさと納税の案内、特産品の販売、販路開拓、移住相談、地域おこし協力隊の募集、観光PR、企業PR等を行うイベント

来場者：一般消費者・流通・観光関係企業のバイヤー

規模：出展者17団体、来場者20,000人

③地域内の物産展への出展支援

【支援対象】

事業計画を策定し、近隣における地域資源を生かした商品PR販売に意欲的な小規模事業者

【支援内容】

地元雨竜町等の物産展の出展を支援する。

支援にあたっては、首都圏等の物産展と同様、出展前の効果的な接客手法やPOP等の作成支援、商品アンケートの作成支援を行う。

出展時には、経営指導員等の職員が随行して出展ブース及び商品陳列、来客者へのアンケート調査を支援するほか、出展後はアンケート集計・分析や分析結果のフィードバック等のアフターフォロー支援を行う。

【想定している商談会・物産展】

うりゅう特産品フェア（B to C）

主催：うりゅう暑寒フェスタ実行委員会

所：道の駅田園の里うりゅう（雨竜町）

開催時期：7月下旬

概要：メロンやスイカ等の特産品販売、地域おこし協力隊のコラボ出展、町内・町内事業者の出展

来場者：一般消費者・観光客

規模：出展者9者

④DXへの取組としてIT活用による販路開拓支援（新規）

デジタル社会に迅速に対応した経営を実施していくため、認知度が低く、IT活用によるPRが有効であると考えられる小規模事業者や地域資源を活用した新商品開発や新たな取組みを計画策定した小規模事業者に対し、インターネットを駆使した事業展開を支援する。

ア．SNSの活用による需要開拓支援（B to C）

現状、顧客が主に近隣の地域に限られている小規模事業者に対し、より遠方の顧客を取り込むために、消費者の多くが頻繁に利用しているFacebook、Instagram、X(旧Twitter)、LINE等のSNSを活用した需要の獲得を支援する。さらに、ICポイントカードシステム「UPカード」も活用し、特長を踏まえ

たうえでポイント倍増セールや抽選イベント等の企画をSNSで発信し、活用機会や利便性をアピールすることで、売上向上をもたらす相乗効果を狙う。

イ. HPの活用による需要開拓支援（B to C）

HP未開設事業者及び既存のHPが陳腐化している事業者を対象に、商工会で推進しているGMOペパボ社の「グーペ※」を活用し、ページ構築および基本的な操作・運用、HPを活用した自社の商品・サービスのPR方法を支援する。

HPを作成した事業者や、既にHPを有する事業者に対してECサイトの構築・運用を支援する。構築にあたっては、「カラーミーショップ※」等のツールを活用する。

※「グーペ」…全国商工会連合会が提携しているGMOペパボ社が運用する、簡単にホームページを作成できるサービス。商工会員向け無料プランがある。[（https:// goope. jp）](https://goope.jp)

※「カラーミーショップ」…GMOペパボ社が運用。テンプレートを活用して、簡単にネットショップが開設できる作成ツールサービス。「グーペ」との親和性が高い。[（https://shop-pro. jp/）](https://shop-pro.jp/)

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

【現状】

第1期では、経営発達支援事業の成果・評価見直しについて年1回、評価委員会を開催し報告・審議にて承認され、総会開催時に議決されているが、形式的な対応で終わっており、ホームページ掲載も実施できず、事業実施方針等に反映させるには至っていなかった。

【課題】

第2期においては、進捗管理と目標設定の確認・見直しをPDCAサイクルに基づいて評価委員会で検討し、問題点の改善を行い、その結果を評価委員会及び理事会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仕組みを構築する。

（2）事業内容

①事業評価委員会の開催

商工会事業委員会および法定経営指導員、雨竜町産業建設課長、商工観光担当職員、外部有識者等で構成する経営発達支援事業評価会議を年1回開催することとし、事業の実施状況および計画内容などを評価、改善策を検討し本計画を実施していく。

当評価委員会の評価は、理事会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、ホームページへ掲載（年1回）することで、地域の小規模事業者等が常時閲覧可能な状態とする。

※外部有識者：北空知信用金庫雨竜支店長、司法書士（地元商工会員）等

10. 経営指導等の資質の向上等に関すること

（1）現状と課題

【現状】

第1期では、経営指導員等の資質向上に関する事業について、北海道商工会連合会が開催する職種別の研修会や中小企業大学校が開催する支援担当者研修等を受講することで支援能力の向上を図ってきた。しかし、職員によってスキルのバラつきがあり、研修内容の情報共有も完全にできたとは言えない。

【課題】

第2期では、職員の経験年数やスキルにバラつきがあることから、これまで受講してきた研修に加え、不足している分野の研修にも積極的に参加し、専門家派遣時に専門家に同行することで実践的な支援のノウハウを学ぶことや、DX推進に関する相談・指導能力の向上と、『経営力再構築伴走支援』における相談・

指導能力の向上が必要である。

(2) 事業内容

①OJT

中小企業診断士等の専門家派遣に同行し、聞き取り内容や指導の要点など支援ノウハウを学び、資質向上に繋げる。また、経営指導員等が支援した内容を情報共有するほか、業務を他の職員と分業することで支援能力向上を狙う。

②DX推進に向けたセミナーへの参加

地域の事業者のDX推進という喫緊の課題に対応するため、経営指導員等のITスキルを向上させ、ニーズに応じた助言や指導が可能となるよう、DX推進に関する相談・指導能力の向上させるセミナーに積極的に参加する。

【想定されるDX推進に向けたセミナー】

- ・事業者向け内部（業務効率化等）取り組みに焦点を当てたセミナー
クラウド化・電子マネー取引等のITツール・情報セキュリティ対策等
- ・事業者向け外部（需要開拓等）取り組みに焦点を当てたセミナー
ホームページを活用した情報発信やECサイト構築、運用・SNSを活用した情報発信等

③経営力再構築伴走支援研修会への参加

中小機構が主催する支援機関向けの『経営力再構築伴走支援研修会』へ経営指導員等が出席して、支援のための知識とノウハウを習得し、相談・指導能力の向上を図る。

④データベース化

担当経営指導員等が、経営支援ツール「Shoko Biz」に支援情報入力を適時・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

【現状】

第1期では、全道商工会経営指導員研修会（北海道商工会連合会主催）やマル経協議会（日本政策金融公庫主催）といった全道、北空知管内での情報交換の他、新江竜商工会広域連携協議会（新十津川町商工会、江部乙商工会、雨竜町商工会）において3商工会地域での支援ノウハウ等の情報交換を行った。他、専門家派遣時にも同行することで専門的な支援ノウハウの情報交換を行った。

【課題】

第2期でも引き続き北海道商工会連合会や日本政策金融公庫旭川支店、新江竜商工会広域連携協議会と情報交換を実施する。また、専門家派遣時においても、伴走型支援をよりきめ細かく実施できるようにするために、随時より高度で専門的な支援ノウハウの情報交換を実施していく。

(2) 事業内容

①経営支援事例発表大会への参加による支援ノウハウの共有（頻度：年1回）

北海道商工会連合会主催による全道商工会経営指導員研修会では全道の経営指導員が一堂に会し、経営支援事例発表大会が開催されており、実際の支援事例を傾聴することでその支援ノウハウ等の情報共有が図られ、当町における伴走型支援策のヒントが得られる。

②金融機関との情報交換（頻度：年2回）

日本政策金融公庫旭川支店とのマル経協議会では、当会を含め北空知管内の経営指導員が一堂に会することから、各地域の動向や経営支援状況について情報交換を行う。また、日本政策金融公庫からは金融情勢および小規模事業者経営改善資金等の活用手法についての情報交換を行い、小規模事業者に有利な資金の活用についての支援に繋げる。

③広域連携協議会との情報交換（頻度：年2回）

新江竜商工会広域連携協議会において、3商工会地域における課題解決に向けた支援ノウハウ及び支援の現状、販路開拓、地域活性化の事例や手法等について情報交換し、当町における伴走型支援策のヒントが得られる。

④公的支援機関との支援ノウハウの共有（頻度：専門家派遣時）

小規模事業者が抱える課題で当商工会では対応できない高度なものについては、解決のため、よろず支援拠点および中小企業基盤整備機構、北海道事業承継・引継ぎ支援センター等の支援機関による専門家派遣等を活用し、同行することでより高度な経営支援手法が身に付くとともに、専門的なノウハウの情報交換を行う。

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期では、特産品開発の推進として行政、農業協同組合、商工会、道の駅で構成する「雨竜町特産品推進協議会」にて協議の上、日本酒やカップご飯、漬物、米粉等の開発・製品化を実現し、道の駅や町内商店、イベントにて販売を行い、外需による経済活性化へのきっかけを作ることができた。特産品の町内イベントでの試食会やアンケート調査は満足にできなかったが、雨竜町地域おこし協力隊によるSNS等でのPRにより、積極的に情報発信することはできた。

また、うりゅうふれあいカード会と連携してICポイントカードシステム「UPカード」を発足させ、「新春がらぼん大会」「チャージ de ガラポン」といった町内の各イベントを実施して域内消費を喚起し、消費者の利便性とサービスの充実を図ることができた。

プレミアム付商品券については令和2年度まで実施していたが、令和3年度からは雨竜町支援のもと、UPカードの電子マネー機能「UPマネー」を活用した「プレミアム付電子マネー」を年1回販売し、商品券よりもさらに利便性を向上させ、消費者の購買意欲の高揚と町外への消費流出防止策として地域経済活性化を促進することができた。

【課題】

第2期においては、「雨竜町特産品推進協議会」と協議の上、さらに魅力のある特産品の開発・販売を引き続き実施し、地域ブランド化や地域経済の活性化に向けて取り組んでいく。

UPカードにおいては、雨竜町と連携して「プレミアム付電子マネー」を引き続き実施し、域内消費の拡大に繋げていく。その他、地域住民から必要とされる商店街及び小規模事業者となるよう賑わいの創出、町内消費拡大を目的とした、様々なイベント等を引き続き実施する。

（2）事業内容

①「雨竜町特産品推進協議会」の開催（年2回程度）

「雨竜町特産品推進協議会」で雨竜町の地域経済活性化の方向性を共有するための協議を行うとともに、雨竜産酒米を使った日本酒の作成や道の駅加工施設を活用し、米粉を使った特産品の開発を引き続き展開し、道の駅および商店、イベントで販売することで地域および商店街等への交流人口の増加を図り外需による消費拡大により経済の活性化へ繋げる。

道の駅が拠点となり、町と農業を主としたPRを町全体で推進し、農産・観光資源を活用して特産品開

発に向けた新規起業の製造業者等の誘致及び経営指導を積極的に推進する。

※雨竜町特産品推進協議会構成団体：雨竜町、雨竜町商工会、きたそらち農業協同組合、㈱雨竜町振興公社、その他協力団体等（雨竜町特産品推進協議会規約より）

②UPカード活用による地域活性化

ポイントカード事業を実施している「うりゅうふれあいカード会」は、消費者に対してさまざまな還元事業やイベントを実施してきており、消費者へのポイント発行を行うことで、町内消費の流出防止に一定の役割を果たしている。

当商工会としても引き続き連携し、うりゅうふれあいカード会が実施している満点カードを使用した年始の「新春がらぼん大会」や各種事業等の魅力を向上させ継続実施して、引き続き地域住民の流出購買力の取戻しを図りつつ、消費者の利便性とサービスの充実を図る。

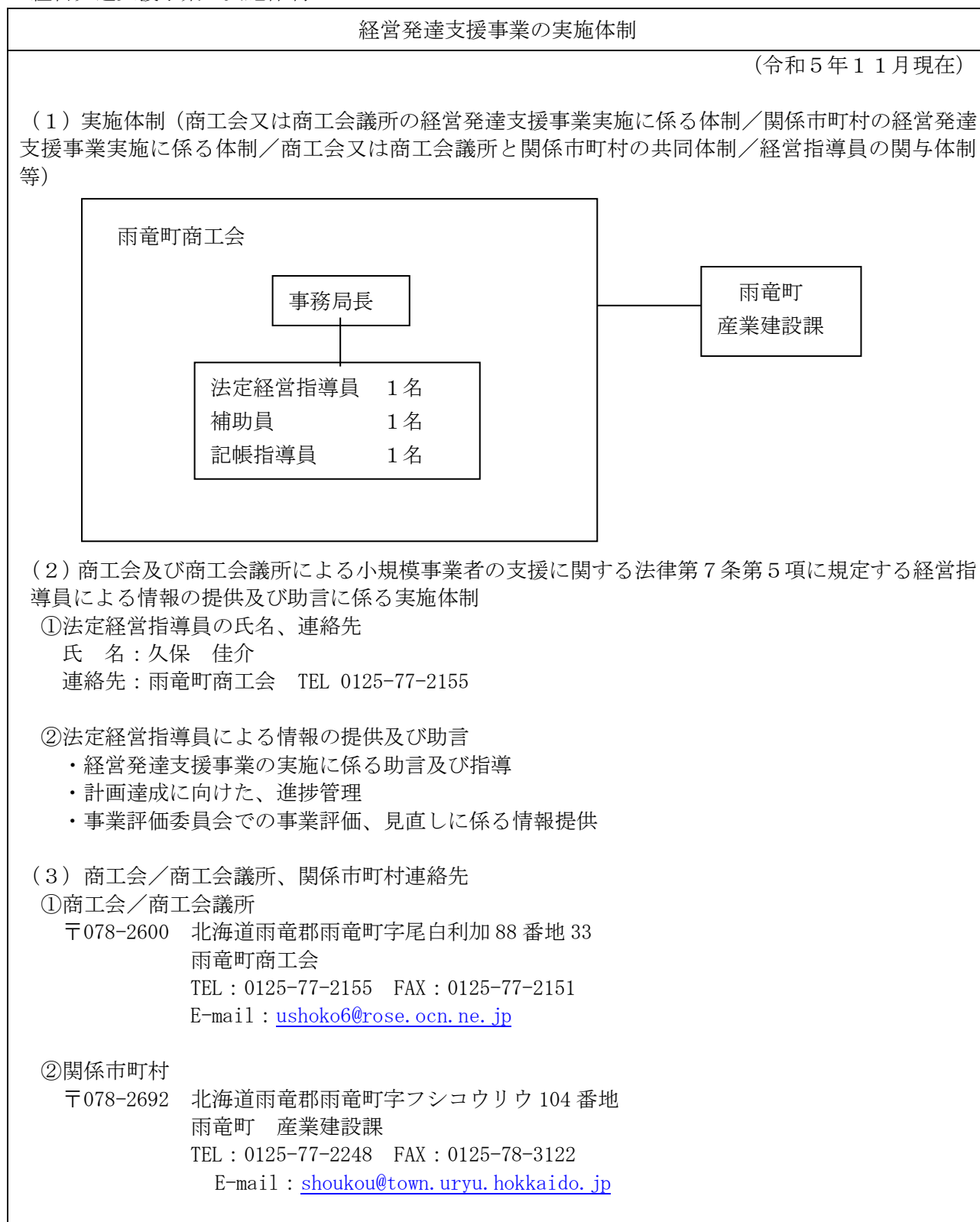
③プレミアム付電子マネーおよびふれあい商品券の発行事業

当商工会では雨竜町支援のもと、プレミアム付電子マネーを引き続き発売を計画しており、消費者の町内での購買活動を活発にし、域内経済の循環に寄与する。

また、うりゅうふれあい会独自の「ふれあい商品券」も引き続き発行を実施し、各種お祝い等にもより多くご利用いただけるよう実施していく。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(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 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度
必要な資金の額	8 7 0	8 7 0	8 7 0	8 7 0	8 7 0
事業計画策定支援	4 0 0	4 0 0	4 0 0	4 0 0	4 0 0
事業計画策定後の実施支援	1 5 0	1 5 0	1 5 0	1 5 0	1 5 0
新たな需要の開拓支援	1 0 0	1 0 0	1 0 0	1 0 0	1 0 0
経営発達支援事業の評価・見直し	2 2 0	2 2 0	2 2 0	2 2 0	2 2 0

(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、手数料等

(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	
①	
②	
③	
・	
・	
・	
連携して事業を実施する者の役割	
①	
②	
③	
・	
・	
・	
連携体制図等	
①	
②	
③	