

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	北竜町商工会 (法人番号 8450005001610) 北 竜 町 (地方公共団体コード 014371)
実施期間	令和4年4月1日 ~ 令和9年3月31日
目 標	<p>【地域への裨益目標】</p> <p>①小規模事業者の持続可能な経営の実現と創業・第二創業による商工業の活性化・コミュニティの維持発展</p> <p>【小規模事業者を想定した目標】</p> <p>①小規模事業者の現状を的確に把握した計画策定による売上の拡大の目標達成に向けた方針</p> <p>②特産品の創出・ブランド化による小規模事業者の付加価値向上と販路開拓の目標達成に向けた方針</p> <p>③商工業者の魅力向上による滞在型観光の強化と域外からの消費獲得による北竜町の活性化の目標達成に向けた方針</p>
事業内容	<p>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国が提供するビッグデータの活用 (新規)</p> <p>②独自の地域経済動向調査の実施 (新規)</p> <p>4. 需要動向調査に関すること</p> <p>①地元開催イベント等における需要動向調査</p> <p>②展示即売会等における需要動向調査</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること</p> <p>①「経営分析セミナー・個別相談会」の開催</p> <p>②巡回訪問等ヒアリングによる経営分析</p> <p>③「ネット de 記帳」ユーザーを対象とした経営分析</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること</p> <p>①事業計画策定に関するDX推進セミナーの開催</p> <p>②事業計画策定に関する個別相談会の開催</p> <p>③事業承継に対する個別相談</p> <p>④創業・第二創業者に対する個別相談</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</p> <p>①事業計画策定事業者へのフォローアップ</p> <p>②事業承継計画策定事業者へのフォローアップ</p> <p>③創業・第二創業計画策定事業者へのフォローアップ</p> <p>④事業計画と進捗状況がズレている場合の対処方法</p> <p>⑤資金調達に係る支援</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>①DXへ向けたIT力向上個別巡回相談支援 (BtoC)</p> <p>②各団体が主催する商談会等への出展支援 (BtoB)</p>
連絡先	<p>北竜町商工会 〒078-2512 北海道雨竜郡北竜町字和6番地6 TEL : 0164-34-2011 FAX : 0164-34-2012 E-mail : hokusyo@rose.ocn.ne.jp</p> <p>北竜町役場 産業課 〒078-2512 北海道雨竜郡北竜町字和11番地1 TEL : 0164-34-2111 FAX : 0164-34-2117</p>

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

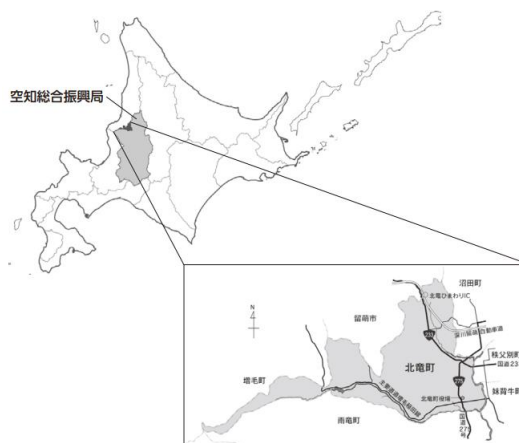
1. 目標

(1) 地域の現状

①北竜町の立地

北竜町は、明治32年7月に現在の雨竜町から行政区を分離、北海道のやや中央の北西に位置し、国道275号線が南北に、国道233号線と道道94号線が東西に走り、車で札幌市まで約2時間、旭川市および日本海沿岸の留萌市・増毛町まで約1時間のアクセス環境にある。

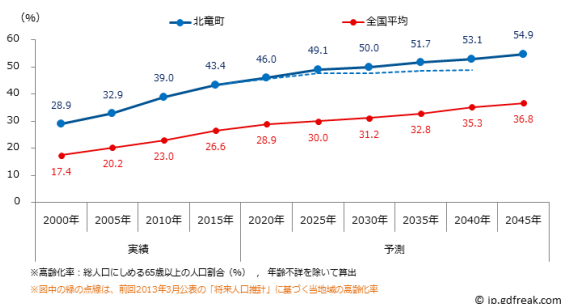
その町域は、東西28Km・南北14Km、総面積158.82㎡の約70%を山林が占めている。



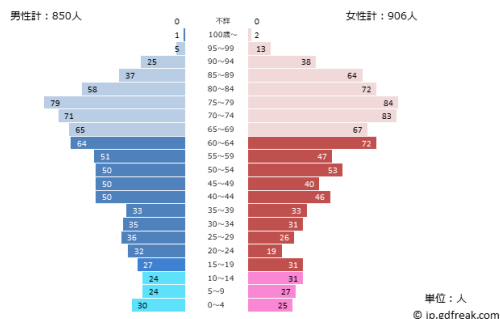
②北竜町の人口動態

北竜町における人口の推移は昭和35年の6,463人をピークに減少傾向にあり、それ以降は少子高齢化が年々進展し、高齢者人口の割合は40%を超えているが、その高齢者人口も平成27年12月時には2,000人を割り、令和3年4月1日現在では1,737人となっている。また、自然増加率・社会増加率ともに近隣市町村よりもマイナスの割合が大きく、人口の減少速度が速いと考えられる。

北竜町の高齢化率の推移

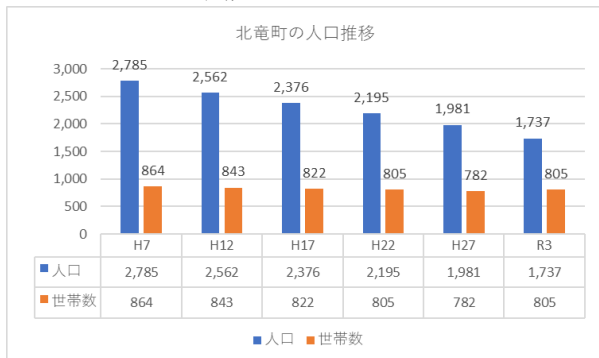


北竜町の2021年1月1日の人口構成 (住民基本台帳ベース, 総人口)



出典：GD Freak

出典：GD Freak



出典：国勢調査 (H7~H27)・北竜町 (R3)

## (2) 地域産業の現状と課題

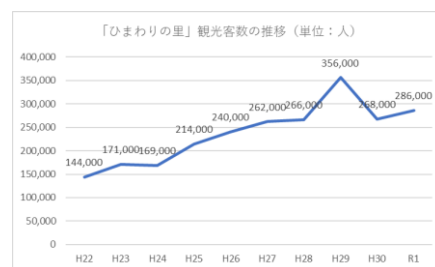
### ① 農業

雨竜川他 3 河川流域を主として、肥沃な土地と豊かな水資源のもと、稲作を基幹作物とした農業が当町の基幹産業となっている。

産業別就業人口は、第 1 次産業が全体の約半数を占め、次いで第 3 次産業が約 40%、第 2 次産業が約 10%の構成比率となっている。(H22 年国勢調査)

### ② 観光

北竜町の観光は、町花であるひまわりが 60ha に 200 万本も咲き誇る日本最大級の規模であり、7 月中旬からの 1 ヶ月間開催される「ひまわりまつり」には最大 35.6 万人もの観光客を誘致するイベントであるが、新型コロナウイルス感染症の影響により現状はほぼ無いに等しい状況である。今後は、感染症の影響に注視しながら、国内観光客・外国人観光客の増加に向けて対策をしていくことが課題となっている。



### ③ 商工業

北竜町の商業・サービス業においては人口減少や少子高齢化による消費の低迷。多様化する消費者ニーズの中、深川市・滝川市・旭川市の大型店への車で移動する顧客層の流出に苦しんでいるものの商工会による伴走型支援の効果もあり、なんとか維持していたが、今後は人口減少や高齢化が進展し、車を手放す世代が増加する中、生活必需品サービスを提供する小規模事業者の維持が課題である。

2020 年 2 月以降の新型コロナウイルス感染症拡大の中では、外出自粛等の影響で地域需要・観光需要双方が激減したことにより、飲食業・宿泊業を中心に大きな打撃を受け、それが他業種にも影響を及ぼしている。

しかしながら国をはじめとする行政の各支援金の給付、地域金融機関による積極的な制度融資の貸付によるキャッシュフローの確保、都市部と比較して持ち家が多く、土地建物の賃貸料も低いことなどによる固定費負担の少なさ、テイクアウト・デリバリー需要への柔軟な業態転換などにより、当町においては廃業・倒産が連鎖するまでには至らなかったが、持ち直しが見られるものの一昨年には及ばない状況である。

工業においては、食品製造業があるほか、建設業を営む小規模事業者が最も多い。建設業に関しては北竜町が発注する公共事業など一定の受注は確保できているが、民間工事を巡っての近隣市町村の競合企業の進出や人口減少による労働力不足や技術・技能の継承などの問題に直面している。

商工業全般の課題として、後継者のいる小規模事業者の世代交代は進んできているものの、後継者のいない小規模事業者の第三者承継は容易ではない状況である。

## (3) 小規模事業者の現状と課題

北竜町における商工業者等の推移 (令和 3 年 4 月現在)

	2017. 4. 1	2018. 4. 1	2019. 4. 1	2020. 4. 1	2021. 4. 1
商工業者数	98	97	97	97	97
小規模事業者数	59	58	58	58	58
商工会員数	98	97	94	96	96

※北竜町商工会調べ

#### ①観光振興における現状と課題

当町はひまわりを核とした観光事業において長年にわたったマス媒体・インターネット媒体での宣伝効果による知名度があり、観光業に関わる小規模事業者数が多い傾向にあるが、通過型の観光が主流となっていることから滞在型観光の強化による滞在時間を増やし、滞在型観光の強化により滞在時間を増やすことで、観光客の消費をさらに促すことが課題である。

#### ②消費における現状と課題

北竜町における消費購買力の近隣への流出が著しく、特に車で移動する若年層において顕著に表れていて大きな課題となっている。

また、日々の買物にも困難をきたす高齢者層の買い物弱者が増加しており、当町では唯一のスーパーであるAコープが建物の老朽化により平成29年11月に撤退することが決まり買い物難民が増加することが危惧されるため、平成30年4月にスーパーを併設した商業活性化施設ココワをオープンしたが消費購買力の流出に対する根本的な解決には繋がっていないのが現状である。

このことから、課題に対応でき得る新商品開発等による個々の事業所の魅力創出を図る事業計画の策定支援が必要である。

#### ③事業の承継における現状と課題

北竜町の小規模事業者の経営環境は、住民も小規模事業者も共に高齢化が進行しており、後継者がいない状況によって廃業を余儀なくされており、今後は不足業種の発生も予想される。

このことから、高齢者の買物に対する利便性の確保や、商店街としての機能維持及び強化を図るためにも、第二創業・事業承継・創業希望者の掘起しによる新たな事業展開・小規模事業者の事業の継続に寄与する事が必要とされている。

### (4) 商工会の現状と課題

#### 【1期目の取り組み】

北竜町商工会における経営発達支援事業の1期目の取り組みでは、消費動向等の調査や、事業計画の策定及び実行の支援並びに地域振興事業を実施してきた。

また、北竜町商工会独自の取り組みについて、主なものは次のとおりである。

#### ①地域商業自立促進事業の実施

「平成26年度地域商業自立促進事業」を活用し、北竜町民への消費者動向調査を実施、分析結果を基に「平成29年度地域・まちなか商業活性化支援事業」を活用し、スーパー・コミュニティスペース・多目的スペースを併設した商業活性化施設ココワの建設を実施した。

平成30年4月にオープンして以降、地域住民における買い物環境の維持は図られたが、ココワを中心とした商店街全体の賑わいや活性化にはまだ繋がっていない。

#### ②ポイントカード事業の実施

専門店会(任意団体)加盟店約20店舗による、中元・歳末セールによるポイント発行の他、各種イベント、子供応援事業(満点カード1枚につき50円を地域の学校等に助成)の実施による消費購買力の流出防止に取り組み、購買力の域内消費に一定の成果があると思われるものの、特に若い世代における消費購買力の流出率が高い状況となっている。

そのため「平成30年度商工会等振興調査事業」を活用し、経営者意識調査及び消費者動向調査を実施、商店街の賑わいを創出するための「行政ポイント事業」を新たに実施したことにより消費者のポイントを集める意欲が増加し、購買力の流出が減少傾向となった。そのため満点カード回収イベント(通常は満点カード1枚500円で買物ができるところを600円で買物ができる)を新たに実施することができ、消費者の消費意欲を上げるとともに地域経済の活性化に寄与した。

### ③むらおこし総合活性化事業の実施

北空知商工会広域連携協議会により、「令和2年度むらおこし総合活性化事業」を実施し、地域資源等情報の発信を行うことにより、新型コロナウイルス感染症拡大の影響が著しい飲食店の集客力向上と観光施設やイベントへの誘致による交流人口の増加を図るため、令和3年3月に「空知の北、米どころ4町 沼田・北竜・秩父別・妹背牛 来て・見て・食べて『うまいものマップ』」を制作した。

現在、コロナ禍でのイベントの自粛・不要不急の外出の自粛等が相次ぎ効果を確かめるまでには至らなかったが、今後の効果に期待している所である。

### ④プレミアム商品券事業の実施

商工業対策の一環としてプレミアム商品券事業を実施し、プレミアム率20%を上乗せし10,000円で12,000円分の買い物ができる商品券を発行、令和2年度では新型コロナウイルス感染症対策事業としてプレミアム率30%に引き上げたプレミアム商品券事業総額2,964万円を発行し、消費購買力の流出軽減に寄与した。

#### 【課題】

北竜町商工会における取り組みについて、経営環境の変化に対応するための経営分析や事業計画策定は、持続化補助金等の活用の際など限定的となっていたため、小規模事業者が計画策定及びその実行そのものの重要性を認識することが課題である。

これにより、小規模事業者の多くが事業計画を策定し実行することで、経営力の底上げが図られ、地域全体のにぎわいや活性化に繋げることが求められている。

また、北竜町商工会は、経営指導員・補助員・記帳指導職員各1名の支援体制となっており、様々な環境変化の中、小規模事業者の抱える課題の解決や、多様化する支援ニーズに応えるためには、引き続き専門家や支援機関と連携し進めることも重要である。

## (5) 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

北竜町は、人口の減少や高齢・後継者不足に伴う事業廃業などが相次ぎ、購買力の町外流出による売上高の減少など、小規模事業者の経営を取り巻く環境は厳しい状況である。この負の連鎖を断ち切り地域の活力を取り戻さなければ、小規模事業者の持続的発展は望めないものとする。

したがって、北竜町が掲げる総合計画と方向性を同じく、豊かで活力のあるまちづくりに向けて、小規模事業者の事業継続ができるように、地域資源を活かした新商品開発等により、売上・利益の確保の支援が求められている。

併せて、北竜町における小規模事業者の減少を抑え、町民の生活に必要な店舗・サービス等の商業機能を維持していくとともに、小規模事業者の課題解決に取り組む必要がある。

以上の事から商工会では、10年後を見据えて「地域資源の活用と経営力強化による商工業の活性化」を小規模事業者の長期的な振興のあり方として位置づけ、小規模事業者の支援を実施していく。

②北竜町総合計画との連動性・整合性

北竜町総合計画（2019年度～2028年度）では、「あかるい農法 ひまわりの北竜町」をテーマとして産業・観光・雇用分野における基本目標「ひまわりを活かしたあかるいまち」のもと、観光及び商工の振興において以下の施策を掲げている。

基本目標1「ひまわりを活かしたあかるいまち」

豊かで活力のあるまちづくりに向けて、第一次産業から第三次産業まで多様で調和のとれた魅力と活力あふれる産業振興を推進します。

主要施策	
観光・交流資源の充実	町民及び関係団体の参画・協働のもと、町最大のイベントであるひまわりまつりの充実に努める。
新たな観光・交流資源の掘り起こし	農産物やひまわりを活かした魅力ある製品や料理等の製造・販売の促進。 ひまわり油再生プロジェクトによる新たな商品開発を推進し、観光・交流資源としての活用を図る。
町内消費活動の促進	観光世の連携により商業による賑わいの場の拡充に努める。 町内店舗における行政ポイントの活用を通じた消費活動の促進。
新産業開発等の促進	ひまわり油再生プロジェクトの推進を通じて、ひまわりを活用した新たな商品開発と販路の拡充及び雇用の拡大を図る。 商工会をはじめ関係機関・団体との連携のもと、産業支援・研究開発機能の強化を図り、農産物加工など地域資源をを活かした内発的な産業開発を促進。
雇用創出、起業への支援	北竜町商工業元気支援応援条例等により、町内事業者による新規雇用及び若年者雇用に対する助成を通じて、雇用創出への支援を推進。 北竜町小規模企業振興基本条例等を通じて、小規模事業者による新事業の創出及び企業支援を行う。

※北竜町総合計画より抜粋

北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、観光協会やJA北そらちなど町内各関係団体との連携を図り、北竜町全体の活力を引き出し、地域経済の活性化と発展を図っていく。

③商工会としての役割

北竜町における小規模事業者は、地域経済の活性化や雇用の創出など、地域社会の活力を維持していく上でも重要な役割を担っている。

第2期経営発達支援計画での取り組みについても、北竜町と連携し、町の施策でもある「北竜町商工業元気支援応援補助金」などを活用した支援、小規模事業者の経営基盤の強化と、地域資源を活かした商品開発やブランド化等により地域の活性化を図るため、国・道・町の各種施策等を十分に活用し、巡回訪問等によって小規模事業者のニーズを的確に把握し、事業計画の策定に繋げ継続した支援を行う。

特に観光関連業種を中心とした小規模事業者の経営力向上により、観光業の底上げを図り、滞在型観光の推進による他業種への波及効果や商店街等の活性化という好循環を生み出し、小規模事業者の長期的な振興を実現する。

## (6) 経営発達支援事業の目標

### 【地域への裨益目標】

- ①小規模事業者の持続可能な経営の実現と創業・第二創業による商工業の活性化・コミュニティの維持発展  
(小規模事業者数の減少幅を5年間で3%以下に抑える。)

### 【小規模事業者を想定した目標】

- ①小規模事業者の現状を的確に把握した事業計画策定による売上の拡大  
(支援事業者の売上増加率5%向上 支援期間の年平均)
- ②特産品の創出・ブランド化による小規模事業者の付加価値向上と販路開拓  
(地域資源を活用した新商品・新サービスの開発 1件/年)
- ③商工業者の魅力向上による滞在型観光の強化と域外からの消費獲得による北竜町の活性化  
(観光関連業を営む小規模事業者の売上増加率5%向上 支援期間の年平均)

## 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4年4月1日～令和9年3月31日）

(2) 目標達成に向けた方針

上記目標の達成に向けて、具体的な事業については次の方針により実施する。

### 【地域への裨益目標】

#### ①小規模事業者の持続可能な経営の実現と創業・第二創業による商工業の活性化・コミュニティの維持発展

事業承継に課題を抱えている小規模事業者や、創業予定者及び創業間もない小規模事業者に対して、専門家や各支援機関と連携した事業計画の策定と実施、フォローアップを一貫して支援する。

併せて、北竜町商工業元気支援応援補助金制度の活用などにより、事業承継者・创业者の経営環境を整え、持続可能な経営の実現のために必要な支援を行う。

これらの取り組みにより、創業数の向上と廃業者の抑止を図り、コミュニティの維持発展を目指す。

### 【小規模事業者を想定した目標】

#### ①小規模事業者の現状を的確に把握した計画策定による売上の拡大の目標達成に向けた方針

売上・利益・生産性向上などを目指すには、自社が置かれている状況の把握・分析に基づいた目的・目標を掲げることが重要である。小規模事業者の経営発達に必要な情報の収集・提供を行い、巡回訪問を基本として伴走型の支援を行う。その上で、効果的・効率的な事業を行えるよう事業計画の策定支援を行い、実現性を高め、売上の拡大を支援する。

また、専門家や支援機関との連携を密にし、状況に応じた支援を行うための体制を確立し、小規模事業者の持続的な経営を支援する。

#### ②特産品の創出・ブランド化による小規模事業者の付加価値向上と販路開拓の目標達成に向けた方針

食品製造業・小売業、飲食業・宿泊業等の小規模事業者の持っているアイデアやプランを掘りおこし、市場・需要動向、消費トレンド等の各種データを活用して、北竜町やJAきたそらちとの連携により小規模事業者の特産品開発を推進し、ブランドを確立する。

地域資源を活用し開発した特産品及び既存商品の高付加価値化を図るため、関係機関等が実施する展示商談会や即売会等への出展支援を行い、売上拡大及びブランドの認知度向上を図り、交流人口の増加に繋げる。また、DXへ向けたITツールの導入を推進し、商品やサービスの販路開拓を支援する。

#### ③商工業者の魅力向上による滞在型観光の強化と域外からの消費獲得による北竜町の活性化の目標達成に向けた方針

人口・需要減少が想定される中で、今後は地域外の消費獲得や販路開拓に繋げるために、地域資源を最大限に活用し、観光の総合力の底上げを図るとともに、各産業の連携を強固なものにして、小規模事業者の付加価値創出による売上向上と雇用の維持を目指し、地域経済の活性化を図っていく。

通過型観光から滞在型観光への強化によって更なる地域外からの消費獲得を目指す為、町及び関係団体と連携し、多様な地域資源を活用した観光振興事業の推進と町の知名度アップに向け、地場産品や创业者等の新たなサービスの情報発信を行うことにより、北竜町を訪れる観光客の取り込みを図り、滞在時間の延長を促すことで北竜町の活性化に繋げ、小規模事業者の持続的な経営を支援する。

**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期の事業においては、全国商工会連合会が年4回発表する中小企業景況調査報告書(北海道分)や地元金融機関等の外部データを小規模事業者に対して提供してきたが、小規模事業者が自らの経営に活用するための情報としては捉えきれず、経営分析に利用するなどの有効活用できたとは言えない。

＜課題＞

経営分析等での有効活用を図るため、国が提供するビッグデータを活用し、地域における金の流れや観光客の動向なども併せて提供することが必要となる。

また、独自の経済動向調査として企業動向調査を行い、身近なデータとして興味を持ってもらうとともに、自社を取り巻く外部環境を把握し、機会や脅威を見据えた経営分析、事業計画の策定に向けた取り組みに繋げていくことが課題である。

(2) 目 標

	公表方法	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①ビッグデータを活用した調査公表回数	HP掲載	-	1回	1回	1回	1回	1回
②独自の地域経済動向調査の公表回数	HP掲載	-	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

①国が提供するビッグデータの活用（新規）

国が提供する「RESAS」（地域経済分析システム）を活用して、地域の経済動向分析を行います。小規模事業者の将来に向けた事業活動や経営判断等の基礎資料として活用してもらうため、専門家と連携し地域や自社を取り巻く環境などの情報を提供する。

分析結果を年1回会報等で情報提供し、巡回訪問や窓口相談による小規模事業者の経営分析及び事業計画策定の基礎資料として活用する。

分 析 手 法	経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用し、地域の経済動向分析を行う。
分 析 項 目	<p>ア)「地域経済循環マップ」</p> <p>「地域経済循環図」によって地域のお金の流れを生産・分配・支出で調べ、お金の流出・流入を分析、経済循環や産業構造、各産業の一人当たり生産額、付加価値額、雇用所得について分析を行う。</p> <p>イ)「産業構造マップ」</p> <p>地域のどの産業が効率的に稼いでいるかなど産業構造の分析を行う。</p> <p>ウ)「まちづくりマップ」</p> <p>「滞在人口分析」でどの地域から来る人が多く滞在しているか、「流動人口データ」によって、周辺地域とのつながりを人口の面から分析する。</p> <p>また、「観光マップ」によって、国内外の宿泊者や交流人口の動向などの実態について分析を行う。</p>

②独自の地域経済動向調査の実施（新規）

小規模事業者の景況感や経営課題等を的確に把握するため、地区内小規模事業者全てに対し、アンケート調査を定期的（年1回）に配布して調査する。

調査項目については、以下の記載のとおりとし、調査結果については、専門家と連携し、そのデータを分析し、巡回訪問や窓口相談による小規模事業者の経営分析及び事業計画策定の基礎資料として活用する。

調 査 対 象	地区内の小規模事業者
調 査 項 目	景況感、売上高、費用、利益、雇用人員、設備投資、資金繰り状況、経営課題、支援ニーズ、業界動向など
調 査 手 法	郵送または配布によるアンケート調査（巡回訪問等により回収）
分 析 手 法	商工会職員が、外部専門家と連携し集計分析をする。 小規模事業者へHP・会報等で情報提供する。

これらの分析を専門家と連携し、小規模事業者のビジネスチャンスに繋がる要素として年1回、会報等で情報提供するとともに巡回訪問や窓口相談による小規模事業者の経営分析及び事業計画策定の基礎資料として活用する。

（4）成果の活用

- ①HP・会報等で広く小規模事業者が活用できるよう情報を提供していく。
- ②小規模事業者が、地域資源・地域の特性など外部環境を把握し、経営状況の分析による課題の抽出のための資料として活用する。また、経営指導員が巡回訪問等において説明を行い自社の立ち位置等を確認してもらい事業計画策定を支援する際の資料として活用する。

**4. 需要動向調査に関すること**

（1）現状と課題

<現状>

第1期経営発達支援計画においては、地域内の需要動向として商業振興事業等（即売会・スタンプラリー等の販促イベント）の来場者や観光施設を利用する観光客を対象としたアンケート・ヒアリング調査により、地域消費者・観光客の動向を小規模事業者へ情報提供し、事業計画策定等に一定程度活用してきた。

また、地域外需要として展示即売会等に出展した際、個別の商品への評価を得られたことでブラッシュアップと新商品開発に向けた資料として活用することができた。

<課題>

これまでの地元イベントにおける調査は、全体的な消費動向の把握にとどまっていたため、地域内需要として個々の商品・サービスに対する消費者ニーズを把握することが必要となっている。

また、地域外需要を把握する上で展示即売会等による調査は、自社の商品の評価を知る貴重な資料となるが、人員不足等により出展を断念する小規模事業者もいることが課題となっている。

なお、新型コロナウイルス感染症拡大の影響はまだ続くと思われるが、その後を見据えた観光客ニーズの把握も課題となっている。

（2）目 標

	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
地元イベント需要動向 調査対象事業者数	-	1	2	2	3	3
展示即売会需要動向 調査対象事業者数	1	2	2	2	3	3

(3) 事業内容

①地元開催イベント等における需要動向調査

町外からの消費流入が多いひまわりまつり（年間最高 35.6 万人）などの地元開催イベントにおける、観光客及び近隣・地域住民のニーズ調査を実施し、新商品・新メニューの開発やブラッシュアップへの活用を図る。

調査結果を分析して小規模事業者へ提供することで、製品・商品・サービスの需要動向を確認し、ニーズやウォンツ、商品が売れている理由、ターゲット等を明確とした上での商品開発やブラッシュアップの支援を行う。

支援対象	特産品を活用した商品開発を目指す小規模事業者 飲食・宿泊業を営む小規模事業者
サンプル数	来場した観光客及び近隣住民 100 名
調査手法	ひまわりまつり等のイベント会場において、商品や飲食物を購入若しくは試食をしていただいた来場者に対し、聞き取り調査をする。
調査項目	①属性情報（居住地域・性別・年代） ②商品への評価（味・見た目・内容量・価格） ③よく利用する飲食店 ④購入若しくは飲食するシチュエーション ⑤宿泊の有無（宿泊地） ⑥宿泊にかかる予算 ⑦宿泊施設で重視する項目 ⑧体験型メニューへの評価・要望 等
分析手法	経営指導員等が外部専門家と連携して属性ごとに商品に対する評価のクロス集計を行い、消費者像を明確化するとともに、その問題点や商品の外部環境を整理し、課題の抽出に繋げる。
活用方法	分析結果については、該当小規模事業者への経営指導員等の巡回訪問により直接フィードバックし、今後の商品の開発やブラッシュアップに繋げていく。

②展示即売会等における需要動向調査

小規模事業者の販路拡大を図るため、北海道商工会連合会や各支援機関等が開催する展示即売会などに出展し、多様化する市場ニーズの把握や、取扱商品に対する評価を得るために来場者へのアンケート調査を実施し、商品のブラッシュアップや更なる新商品開発に係る事業計画策定への活用を図る。人員不足等の理由から出展できなかった小規模事業者の商品についても、職員がサンプル品を持参して調査を行う。

支援対象	都市圏への販路拡大を目指し、特産品を活用した商品開発等の事業計画を策定した小規模事業者
サンプル数	来場者 100 名（消費者）
調査手法	展示即売会での特産品販売時において、購入や試食していただいた来場者に対し、聞き取り調査をする。
調査項目	①属性情報（居住地域・性別・年代） ②商品への評価（味・見た目・内容量・価格） ③競合する商品の有無及びその価格等 ④購入するシチュエーション等
分析手法	経営指導員等が外部専門家と連携して属性ごとに商品に対する評価のクロス集計を行い、消費者像を明確化するとともに、その問題点や商品の外部環境を整理し、課題の抽出に繋げる。
活用方法	分析結果については、該当小規模事業者への経営指導員等の巡回訪問により直接フィードバックし、今後の商品の開発やブラッシュアップに繋げていく。

#### (4) 成果の活用

小規模事業者の課題の認識に繋げ、商品や飲食メニューのブラッシュアップ及び更なる新商品開発に係る事業計画の策定に活用する。

また、「①地元開催イベントにおける需要動向調査」の調査項目である「⑤宿泊の有無（宿泊地）、⑥宿泊にかかる予算、⑦宿泊施設で重視する項目等」の部分では、観光客の宿泊ニーズを把握し、宿泊業のサービス向上や今後の観光振興に係る方向性へのデータとして活用を図る。

### 5. 経営状況の分析に関すること

#### (1) 現状と課題

##### <現状>

第1期経営発達支援計画においては、商工会が記帳支援する際に活用している会計システム「ネット de 記帳」のユーザーや巡回訪問・窓口相談支援時に経営分析の必要性を強調し、財務諸表等の定量的要因、SWOT分析等の定性的要因の洗い出しについて経営指導員等と専門家の支援により実施し、小規模事業者の資金繰りの改善や補助金申請などに繋げてきた。

##### <課題>

これまでの取り組みでは、小規模事業者の高齢化に伴う経営意欲低下や当商工会の人的資源の制約により、経営状況の分析を行う小規模事業者が一部にとどまっていた。また財務分析に重点がおかれたものが多く、定性的な分析が浸透されていなかったことから、「対象の拡大」と、「強み・弱みといった状況の把握と分析」を併せて行うことで、経営全体の課題抽出に繋げることが課題である。

#### (2) 目標

	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
セミナー・個別相談 開催回数	0	3	3	3	3	3
経営分析事業者数	10	10	10	15	15	15

#### (3) 事業内容

##### ①「経営分析セミナー・個別相談会」の開催

経営分析を行う小規模事業者の掘り起しのため、セミナーや個別相談会を開催し、経営分析の必要性といった動機づけから財務・非財務による分析への関心と分析手法・着眼点等の基礎知識の習得を図り、経営分析と事業計画策定へと繋げる。

また、経営分析を行う小規模事業者を更に増やすため、経営分析に関心がある小規模事業者をセミナーや個別相談会に参加勧奨することで、すそ野を広げた支援を図る。

対象者	経営分析に関心がある小規模事業者
募集方法	商工会職員による巡回訪問・窓口募集及び会報等での周知や案内文書の送付
開催回数	セミナー（年1回）、個別相談会（年2回）
参加者数	セミナー（15名）、個別相談会（2名×2回）
内容	中小企業診断士等の専門家の活用や関係支援機関と連携のもと、次の内容で実施。 経営分析の必要性、経営分析の基礎知識（財務・非財務分析）、事例による経営分析及び課題抽出、事業計画策定の概要と必要性等

②巡回訪問等ヒアリングによる経営分析

上記セミナー・個別相談会参加者や補助金等の活用を目指す小規模事業者を主な対象として、確実な経営分析に繋げるために、経営指導員がヒアリングを実施し、セミナー・個別相談会での理解度等により、必要に応じて専門家との連携による経営分析を行う。

対 象 者	セミナー・個別相談会参加者、財務分析で留まっている小規模事業者、補助金等の活用を目指す小規模事業者
分 析 項 目	<財務分析>売上高総利益率、流動比率、商品回転率、労働分配率、売上高成長率 <非財務分析>強み(技術力・販売力等)、弱み(同左)、後継者の有無、競合他社等
分 析 手 法	次の視点に基づき、小規模事業者からヒアリングをしながら経営指導員が分析する。 <財務分析>収益性、安全性、活動性、生産性、成長性 <非財務分析>経営者、事業、企業を取り巻く環境・関係者、内部管理体制 なお、経済産業省の「ローカルベンチマーク」等のツールを活用し、効率的に行うこととする。

③「ネット de 記帳」ユーザーを対象とした経営分析

第1期同様、引き続き記帳代行を行っている事業所のうち「ネット de 記帳」ユーザーに対し、「ネット de 記帳」の経営分析機能を活用した定量面での分析を行う。

また、巡回訪問などで定量面の分析結果を説明する際、強みや弱みなどをヒアリングするところから定性面の分析へ繋げる。

対 象 者	経営状態の把握に意欲のある小規模事業者
分 析 項 目	<財務分析>売上高増加率、営業利益率、労働生産性、有利子債務比率、自己資本回転率、自己資本比率、資本効率性、収益性、健全性、効率性、安全性、成長性 <非財務分析>業務フロー、商流、経営者属性、内部環境、外部環境
分 析 ツール	<財務分析>会計システム「ネット de 記帳」(全国商工会連合会) <非財務分析>ローカルベンチマーク(経済産業省)を活用し、経営指導員が専門家と連携して分析を行う。
提 供 方 法	経営指導員及び職員が巡回訪問時に提供し説明する。

(4) 分析結果の活用

・継続して経営分析への関心を促すことで小規模事業者自らの経営状況の把握や事業計画の必要性を浸透させる。

・分析結果は、経営指導員等商工会職員が当該事業者への巡回訪問等で直接フィードバックすることにより、小規模事業者自らの経営状況の把握と課題の抽出に繋げ、課題解決のための事業計画策定を促す。

・特に分析結果により早急な経営改善を要する場合は、専門家や関係機関と連携し、経営改善による課題解決を目的とした事業計画の策定支援につなげる。

・分析結果をデータベース化し、内部共有することで職員全員のスキルアップと支援体制の構築を行う。

## 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、事業計画の策定支援により小規模事業者の計画策定を支援してきたが、融資斡旋や小規模事業者持続化補助金の活用など、要望に応じた、受動的な支援が中心となっている。

また、数年後予定されている事業承継に向けた計画策定を2件実施しており、継続して支援を行っている。

なお、創業については、町外からの相談等の実績を有するが、具体的な創業計画策定には至っていない。

#### <課題>

小規模事業者の多くは、経験や勘による経営を行っているのが実態であることから、今後の持続的発展のためには事業計画の策定が必要であることを理解していただき、事業所ごとの事業計画の策定に向けた積極的な支援が課題となっている。

また、事業承継については引き続き地域の事業者における後継者の有無などの状況確認につとめ、計画に則った円滑な事業承継に繋げる必要がある。

加えて、創業については、相談案件から具体的な創業計画策定に繋げることにより、新規創業を図ることが求められる。

なお、新型コロナウイルス感染症などの大きな環境変化に対応するため、DXに向けたITの活用を更に図る必要がある。

### (2) 支援に対する考え方

上記「3. 地域の経済動向に関すること」「4. 需要動向調査に関すること」「5. 経営状況の分析に関すること」の結果を踏まえ、掘り起こした支援対象者を中心とした、小規模事業者ごとの事業計画を策定することを目標とする。

経営指導員を中心として、巡回支援・窓口相談により事業計画策定の必要性を説明し、経営分析を行なった小規模事業者に対しDX推進セミナーや個別相談会を開催し、小規模事業者の課題解決と、DX等の新たな取り組みによる未来の展望を見据えた事業戦略を実施する地盤を整え、小規模事業者の経営力の強化を図る。

今後、事業承継が必要となる小規模事業者においても事業承継に向けた準備を進めるために将来を見据えた事業承継計画の策定を支援し、事業承継までの安定した経営を図る。

また、創業希望者や第二創業者に対しては、中長期的な視点に立ち、各調査結果や経営分析結果やを踏まえた事業策定支援を行なうため、個別創業相談を実施し円滑な事業計画の作成支援を実施する。

なお、事業計画の策定支援を行なうにあたって、支援を実施する小規模事業者の業種や支援内容などにより、複雑で高度な事業計画策定が必要な場合、中小企業119や北海道よろず支援拠点等各支援機関の専門家派遣を活用し、事業計画の策定を支援する。

### (3) 目 標

	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
DX推進セミナー回数	0	1	1	1	1	1
事業計画策定事業者数	2	2	2	3	3	3
事業承継計画策定事業者数	2	1	1	1	1	1
創業計画策定事業者数	0	1	1	1	1	1

(4) 事業内容

①事業計画策定に関するDX推進セミナーの開催

経営分析結果から解決すべき課題、向かうべき方向性を明確化した小規模事業者に対しDX推進のための基礎知識の習得および、DXに向けたITツールやデジタル技術を踏まえた事業計画の策定を支援するため、経営分析を行なった小規模事業者を対象としたITセミナーを実施する。

支援対象	経営分析を行った小規模事業者 ①IT等の活用によって業務の効率化を目指す小規模事業者 ②IT等の活用によって新たな需要開拓を目指す小規模事業者
開催時期・回数	経営分析セミナー開催後・年1回開催
周知方法	会報や個別巡回訪問により周知する。
テーマ・内容	事業計画の策定支援に向けたITツール・デジタル技術の情報提供
招聘する専門家	ITコーディネータ
手段・手法	小規模事業者のITツール・デジタル技術に対する理解を深めることにより、それを踏まえたSNSを活用した情報発信・ECサイトの利用など無理のない実行可能なことを取り入れて事業計画策定へと繋げる。 また、複雑で高度な事業計画策定が必要な場合、中小企業119や北海道よろず支援拠点等各支援機関の専門家派遣を活用し、専門家と経営指導員が連携し事業計画の策定を支援する。

②事業計画策定に関する個別相談会の開催

経営分析結果から小規模事業者個々の経営課題解決に沿った事業計画の策定を支援するため、経営分析を行なった小規模事業者を対象とした個別相談会を実施する。

支援対象	経営分析を行った小規模事業者 ①特産品等を開発し新たな需要開拓を目指す小規模事業者 ②IT等の活用によって新たな需要開拓を目指す小規模事業者
開催時期・回数	経営分析セミナー開催後・年1回開催
周知方法	個別巡回訪問により周知する。
テーマ・内容	個々の経営課題解決に沿った事業計画の策定支援
招聘する専門家	中小企業診断士
手段・手法	着実な事業計画策定に繋げるため、個別相談会後も巡回訪問によるきめ細かな支援を継続し、無理のない実行可能な事業計画策定へと繋げる。また、複雑で高度な事業計画策定が必要な場合、中小企業119や北海道よろず支援拠点等各支援機関の専門家派遣を活用し、専門家と経営指導員が連携し事業計画の策定を支援する。

③事業承継に対する個別相談

第1期経営発達支援計画における事業承継計画策定事業者数は2件策定したが、北竜町全体の事業承継の実態は後継者の不在によって進んでいないのが現状である。そのためにも巡回訪問等で状況を常に把握し、円滑に進めるための事業計画策定の必要性を説明し着実な支援へと繋げる。

支 援 対 象	①事業承継及び第3者承継を受ける者 ②事業承継後に新たな事業に取り組む小規模事業者（後継者）
開 催 時 期 ・ 回 数	事案が発生した際は即時対応する。
周 知 方 法	小規模事業者への巡回訪問時や商工会報、商工会ホームページにて事業承継者及び第3者承継者へ個別相談による支援の周知募集を図る。
テ ー マ ・ 内 容	事業承継・第3者承継時の事業計画策定支援
招 聘 す る 専 門 家	中小企業診断士・税理士
手 段 ・ 手 法	事業引継ぎ当初は小規模事業者自身わからない事が多いと思われるので、巡回訪問等により1つ1つ丁寧な支援を行ない、専門家と連携しながら事業計画の策定を支援する。 第3者承継のマッチング支援についても経済産業省が行っている「事業承継・引継ぎ支援センター」などのサポートを受けながら支援する。

④創業・第二創業者に対する個別相談

第1期経営発達支援計画における新規創業や第二創業の相談実績は1年に1件程度であり、創業計画策定には至っていない。よって、空き店舗の状況を常に把握し巡回訪問等を活用し小規模事業者や新規創業者の動向を見逃さず、事業計画策定の必要性を説明し着実な支援へと繋げる。

支 援 対 象	新規創業予定者
開 催 時 期 ・ 回 数	上記で述べた通り1年間での新規創業や第二創業等の相談実績は1件未満であるため、事案が発生した際は即時対応する。
周 知 方 法	小規模事業者への巡回訪問時や商工会報、商工会ホームページにて新規創業者及び第二創業者へ個別相談による支援の周知募集を図る。
テ ー マ ・ 内 容	創業・第二創業時の事業計画策定支援
招 聘 す る 専 門 家	中小企業診断士・税理士
手 段 ・ 手 法	開業当初は小規模事業者自身わからない事が多いと思われるので、巡回訪問等により1つ1つ丁寧な支援を行ない、専門家と連携しながら事業計画の策定を支援する。

なお、上記②、③、④の支援ツールとしては、中小企業基盤整備機構の「小規模事業者の事業計画づくりサポート・キット（※1）」や日本政策金融公庫の創業計画書（※2）等を活用して、経営指導員等が支援を行う。

（参 考）

※1 中小企業基盤整備機構「小規模事業者の事業計画づくりサポート・キット」

<https://www.smrj.go.jp/tool/supporter/guidebook1/index.html>

※2 日本政策金融公庫国民生活事業 創業計画書等様式

[https://www.jfc.go.jp/n/service/dl\\_kokumin.html](https://www.jfc.go.jp/n/service/dl_kokumin.html)

## 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期の事業においては、事業者からの要請などによる対応が中心であり、計画的な巡回支援や窓口相談ではなく不定期な支援となっていたため、計画実行における課題の把握などが迅速にできていない。

#### <課題>

課題の把握による迅速な対応及び、小規模事業者に対して計画に基づく事業活動を定着させていくには、定期的・計画的に進捗確認を行う積極的なフォローアップが必要である。

### (2) 支援に対する考え方

事業計画に基づいた確実な事業実施が行われるように、定期的に進捗状況を確認して検証を行い小規模事業者に応じたフォローアップを行うとともに、計画と実績に乖離がある場合は、商工会職員が中小企業診断士などの専門家と連携し、原因とそれを解決するための課題を整理して、計画に基づく事業活動に導く。なお、計画に無理が生じている場合には、小規模事業者とともに事業計画の修正を行う。

商工会職員が、小規模事業者に定期的かつ継続したフォローアップ支援を行うことで、PDCAサイクルが定着するよう支援を実施する。

### (3) 目標

	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
事業計画策定フォローアップ対象事業者数	2	2	2	3	3	3
頻度(延回数)	4	8	8	12	12	12
売上増加事業者数(対前年)	-	1	1	2	2	2
事業承継計画策定フォローアップ事業者数	2	1	1	1	1	1
頻度(延回数)	4	6	6	6	6	6
創業・第二創業計画策定フォローアップ事業者数	0	1	1	1	1	1
頻度(延回数)	0	6	6	6	6	6

### (4) 事業内容

#### ①事業計画策定事業者へのフォローアップ

事業計画策定後、事業計画を策定した全ての事業所に対し、経営指導員が3ヶ月に1度巡回訪問し事業の進捗状況の確認を行い、結果を経営支援ツール「Shoko biz」に登録、データベース化することで、職員間での進捗状況の共有を行う。

なお、進捗状況が思わしくなく、事業計画との間にズレが生じていると判断する場合には、広域連携をしている近隣の経営指導員や外部専門家など第三者の視点を必ず投入し、当該ズレの発生要因及び今後の対応方策を検討の上、フォローアップ頻度の変更等を行って課題の解決を図る。

#### ②事業承継計画策定事業者へのフォローアップ

事業承継計画に基づき準備を進める小規模事業者には、環境の変化による対応などを想定し、2か月に1度、経営指導員が巡回訪問により進捗状況を確認する。

なお、事業承継計画の進捗状況とあわせて、後継者の資質向上に係る研修の情報提供や事業承継補助金の活用などの支援を併せて行う。

#### ③創業・第二創業計画策定事業者へのフォローアップ

小規模事業者の創業後3年以内の廃業率は高く、経営状況が不安定なケースが多いため、経営指導員が創業後3年までを目安に2ヶ月に1度巡回訪問により進捗状況の確認を行い、業況のヒアリングや売上、粗利等のチェックを実施する。

#### ④資金調達に係る支援

定期的な巡回支援の際に、資金調達が必要とされる小規模事業者に対しては、「小規模事業者持続化補助金」等の補助制度や「小規模事業者経営発達支援融資制度」、「マル経資金」の利用を推奨し、申込み書類の作成支援を行い、事業計画の実現、安定した事業の運営ができるよう支援する。

### 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>

地域内住民の高齢化や購買力の流出などにより地域内での需要は減少傾向であるため、第1期の事業においては、商談会への出展による地域外への販路開拓を図ったが、事業者の掘り起しが進まず出展には至らなかった。

また、ITを活用した情報発信についても、一部の事業者による活用に留まっており、多くの小規模事業者による活用には至っておらず、結果として商圈が近隣の限られた範囲にとどまっている。

##### <課題>

インターネットの普及などにより購買行動が変化しており、小規模事業者にとって厳しい経営環境となっている状況にもかかわらず、当町の小売業やサービス業においては、消費者のニーズにあわせた販売方法や積極的な需要の開拓に取り組めていないことが課題となっている。DXへ向けたITを活用した販売への取り組みについては、経営者の高齢化等によりその効果等の認識が浸透していないことが課題である。

また、製造業に関しては特産品を活用した商品開発が進んでおらず、新たな取引先を獲得できておらず、また人的課題から事業主自らが営業を担っているところも多い。

当会としては、引き続き展示会、商談会開催の情報提供は行うとともに、経営指導員等の対象事業者への積極的な巡回訪問により掘り起こしを図るとともに、伴走型による需要獲得に繋がる支援を実施していくことが課題である。

#### (2) 支援に対する考え方

今後は、小規模事業者のIT力の向上を図り、多様な消費者行動に対応し、新たな需要開拓に繋げるよう支援を行う。

小規模事業者の多くがITの活用による費用対効果の面から導入を躊躇していることから、DXに向けた取り組みの入口支援として、ITを活用した情報発信としてのホームページ作成にあたっては、簡易ツール等の活用によりハードルを下げ、また、チラシ製作支援なども盛り込むことで、小規模事業者の販路開拓に向けた意識の喚起を図る。

製造業を中心とする地域資源等を活用した商品を取り扱う小規模事業者に対しては、消費者ニーズや市場動向を掴み、新たな需要が獲得できるように商談会・物産展への出展を支援するとともに、小売業へは、地域イベント等での販売機会を中心に需要の獲得を支援する。

特産品を活用した新商品の認知度向上による地域ブランド化を進めていくためには、製造業が需要動向調査の調査結果をもとに消費者ニーズを捉えた商品によってターゲットへ訴求することが重要であるが、ほとんどの小規模事業者が商談会等の出展は不慣れであることから、小規模事業者と一体となり事前の準備から伴走型の支援を行うことで取引先の獲得に繋げ、地域のイベントなどで販売機会を創出し、認知度向上により売上増加を図る。

さらに、各支援機関や専門家と連携し支援体制を構築し、商品開発・既存商品のブラッシュアップや各施策・補助金等の活用を支援し、小規模事業者ごとにフォローアップを行いながら売上増加、販路拡大へ繋げる。

### (3) 目 標

	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
DXへ向けたIT力向上事業者数	0	3	3	5	5	5
売上増加率／者 (前年対比)	-	+1%	+1%	+1%	+1%	+1%
商談会等出展事業者数	0	1	1	1	1	1
成約件数／者	-	1	1	1	1	1

※上記の事業は、小規模事業者に対して重複しての支援も想定される。

### (4) 事業内容

#### ①DXへ向けたIT力向上個別巡回相談支援（B to C）

ITを活用して新たな需要開拓を目指す小売業・サービス業などを中心とした小規模事業者に対し、全国商工会連合会が提携しているGMOペパボ社のホームページ作成サービス「グーペ」等を活用した情報発信及び、同社が提供するネットショップ作成サービス「カラーミーショップ」の活用によるECサイト構築の支援を経営指導員が中心となり巡回訪問において行う。

「グーペ」及び「カラーミーショップ」は、テンプレート形式で作成や更新にかかる負担も軽く、商工会員であれば費用もかからないことから、商工会職員が巡回訪問において事業所のターゲットに応じて、盛り込む内容を精査しながら作成を支援していく。

また、パソコン等に不慣れな小規模事業者も多いことから、チラシ製作に役立つ「Word」等についても操作方法等について説明し、ITの活用へ向けて初歩的なことから支援を行って行くことで、ハードルを下げ活用を図る。

併せて、SNSなど複数組み合わせでの情報発信やECサイトの活用を検討している事業所については、北海道よろず支援拠点等の「専門家派遣制度」を活用し、より効果的な情報発信、販売手法について支援する。

支 援 対 象	ITを活用して販路開拓を目指す小規模事業者 等
---------	-------------------------

(参考) GMOペパボ社「グーペ」 <https://goope.jp/>

「カラーミーショップ」 <https://shop-pro.jp/>

②各団体が主催する商談会等への出展支援（B t o B）

製造業を中心とした小規模事業者に対し、経営指導員等が巡回訪問により出展による効果及び支援体制を説明することで掘り起こしを行い、北海道商工会連合会主催の「北の味覚再発見」等への出展を支援する。

出展にあたっては、北海道よろず支援拠点の「専門家派遣制度」の活用や中小企業診断士等と連携して、出展企業の知名度向上を図りながら販路開拓に繋げる支援を行う。出展については、ほとんどの小規模事業者は不慣れであることから、事前に必要とされるノウハウ（商品の展示方法、商談の進め方等）を専門家等と連携し、個別に支援する。

また、出展後についてもバイヤー等へのアプローチ支援など成約に向けての支援を行い、商談会から得られた情報に基づき、商品のブラッシュアップなど課題に応じて、専門家と連携し継続的なフォローアップを実施する。

支 援 対 象	地域資源等を活用した特産品で地域外への販路開拓を目指す小規模事業者等	
事 前 支 援	ブースレイアウト指導、商品提案書・企画書作成支援、POP、PR映像等作成支援、バイヤー等へのプレゼン指導など	
出 店 支 援	ブース設置指導、商品陳列・装飾指導、バイヤーへのヒアリング支援、アンケート収集支援など	
事 後 支 援	名刺交換したバイヤーへのアプローチ支援（メール及びサンプル送付・提案書の確認支援）、アンケート集計・分析支援、分析結果のフィードバックによる商品改良支援（パッケージ等含む）、マスコミなどへの情報提供など	
想 定 す る 展 示 会 ・ 商 談 会	展 示 会 ・ 商 談 会 名 (主催者)	開催概要 (参考)
	北の味覚、再発見！！ (北海道商工会連合会)	札幌市で開催される小規模事業者向けの展示商談会であり、地域特産品等やこだわりの逸品、新商品等が多く出展される商談会。オンライン特設ページで出店事業者情報を広く発信され、商談を効果的にするなど工夫されている。 出展者は約 40 企業、来場するバイヤー約 100 名（訴求対象）との商談が期待される。
	なまらいいっしょ 北海道フェア (北海道商工会連合会)	北海道の魅力を首都圏在住者に対して広くアピールでき、北海道への定住人口の拡大や特産品の販路拡大など多様にわたりPRできる。 出展者は約 20 企業、来場者は約 20,000 人が想定される。

**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期経営発達支援計画においては、経営発達支援事業の成果・評価・見直しは、年に1回、商工会長、商工会副会長、北竜町産業課長、金融機関支店長、専門店会会長、北海道商工会連合会、商工会事務局長、法定経営指導員で組織する評価委員会を開催して行っている。

<課題>

第2期においては、事業の効果が最大限になるよう、新たに観光協会長を外部評価委員として加え、年1回開催しての評価・改善を行う。

## (2) 事業内容

①商工会長、商工会副会長、北竜町産業課長、北海道商工会連合会、商工会事務局長、法定経営指導員、外部有識者として金融機関支店長、専門店会会長、観光協会会長をメンバーとする評価委員会を年1回開催して、経営発達支援事業の進捗状況等について評価を行う。

②委員会の評価結果は、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共に、北竜町商工会のホームページを整備し掲載するとともに、会報等で周知する。

これにより、地域の小規模事業者が事業計画・内容、進捗状況、評価を常に閲覧可能な状態とする。

## 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、全道経営指導員研修会や全道ブロック別商工会職員研修会や全道商工会補助員等専門研修会や、中小企業大学校旭川校の20H研修会や中小企業支援担当者等研修「税務・財務診断」旧基礎研修Ⅰに参加し、職員のスキルアップを図っている。

#### <課題>

研修会の参加や業務を通じて得た支援ノウハウ等の共有が少なく、効果的なOJTになっていないことから、個々の支援能力の向上に頼っていた面が大きいため、商工会内部における情報共有を図ることが課題である。

### (2) 事業内容

#### ①外部講習会等の積極的活用

##### 【経営支援能力向上セミナー】

経営指導員及び一般職員の支援能力の一層の向上のため、中小企業大学校旭川校が実施する研修に積極的に経営指導員等を派遣し、事業継続のための資金繰りや事業承継を見極めるポイント等のスキル習得を目指す。

##### 【事業計画策定セミナー】

商工会では、評価委員会において、事業計画の策定件数の増加と、そのための支援能力の向上が指摘されているため、中小企業大学校旭川校が実施する「事業計画策定セミナー」への参加を優先的に実施する。

##### 【DX推進に向けたセミナー】

小規模事業者の課題である地域のDX推進への対応については、経営指導員等商工会職員の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、次のようなDXの推進に係る相談・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する。

#### <DXに向けたIT・デジタル化の取組>

- ・クラウド会計ソフト、電子決済の活用、補助金の電子申請、情報セキュリティ対策等
- ・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
- ・SNSを活用した広報
- ・オンライン経営指導の方法等

#### ②OJT、OFF-JTによる支援能力の向上

支援の中心を担う経営指導員と補助員等の職員がチームを組み、巡回訪問や窓口相談の機会を活用したOJTを積極的に実施し、組織全体の支援能力の向上を図る。

また、多様な小規模事業者のニーズに応える能力の向上のため、全国商工会連合会が運営するWEB研修を積極的に受講するとともに、WEB研修上で提供される全国各地の先進支援事例を学ぶことにより自己研鑽を重ね、経営指導員及びその他職員の個々の支援能力の向上を図る。

### ③組織内における支援ノウハウの共有

OJT、OFF-JTで習得した知識や、支援機関との連携により習得した支援ノウハウ、これまでの業務で培ったそれぞれの知識も含め、毎月1回、意図的・計画的・継続的に職員会議を開催し、IT等の活用方法や具体的なツール等についての紹介、情報の共有や日々の支援内容を管理する経営支援ツール「Shoko biz」の活用により、組織としての知識の蓄積を図る。

## 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>

支援ノウハウに関する具体的支援事例について、北海道商工会連合会を通じて情報を得たり、他の支援機関や経営指導員がつながりのある外部専門家との情報交換により、各種支援手法（経営分析・経営計画策定・商品開発・販路開拓・販売促進・地域資源の活用・各種金融支援・事業承継等）に関する情報を得ている。

#### <課題>

表面的な情報交換にとどまっているケースが多く、今後は情報交換により抽出される課題についてもっと掘り下げ、各種支援機関との連携を強化し、支援ノウハウの蓄積と共有を行い、小規模事業者の課題解決に向けて職員の支援能力向上につなげることが課題である。

### (2) 事業内容

#### ①金融機関との連携

北空知信用金庫北竜支店及び日本政策金融公庫旭川支店との連携を通じ、小規模事業者に対する経営改善支援手法、金融支援に関する実務的手法、事業承継等に関する支援手法についての情報交換を行い、職員の支援能力の向上を図る。(年間1回)

#### ②近隣商工会との連携

近隣4商工会（沼田町、秩父別町、妹背牛、北竜町）で構成する「北空知商工会広域連携協議会」の経営支援会議等を活用し、各商工会経営指導員等と実際の経営支援事例をもとに経営分析の支援ノウハウや課題解決に向けた事業計画策定支援のノウハウを共有し、事業承継の支援や販路開拓支援等に関する情報交換を行い、事業者の売上や利益の向上につながるよう、職員の支援能力向上を図る。(年3回程度)

#### ③北海道中小企業総合支援センター及び北海道よろず支援拠点との連携

専門的ノウハウを有する北海道中小企業総合支援センター及び北海道よろず拠点と定期的に情報交換を行い、中小企業診断士等が行う小規模事業者への各種支援手法について情報交換を行い、職員の支援能力向上を図る。(年間1回)

## 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実施期間における地域経済活性化の取り組みは、「北竜盆踊大会」「プレミアム商品券販売事業」「ビールパーティー事業」など商工会主催のイベントの開催、また、北竜町、北竜ひまわり観光協会と連携し「ひまわりまつり」を実施し、地域の賑わいを創出するイベントの実施や参画を通じて商工会の役割を積極的に果たしてきた。

<課題>

後継者不在による店舗の廃業や購買力の町外流出などの要因により地域経済の活性については低下傾向にあるのが現状で、本計画で定める小規模事業者の長期的な振興のあり方に繋げるためには、地域事業者の事業活動の好循環が不可欠となるため、地域における多様な主体が連携、参画し、地域の課題やニーズに対応する事業を促進することが必要となっている。

(2) 事業内容

①ひまわり活性化協議会の開催（年1回）

北竜町、北竜ひまわり観光協会、商工会、JAきたそらち北竜支所等の関係団体で構成する「ひまわり活性化協議会」において地域活性化に係る会議を開催し、北竜町の「ひまわりまつり」における特産品を活用した地域経済の活性化及び滞在型観光への強化による地域外からの消費獲得を目指す方向性について検討し、地域経済の活性化に繋がる事業活動を地域と一体になって実施する。

②「ひまわりまつり」による地域経済活性化

北竜町の一大イベントである「ひまわりまつり」は夏のイベントとして全国的にも知名度が高く年間最大 35.6 万人もの観光客を誘致するイベントである。各種メディアなどの露出もあるため自然景観についての PR 効果は大きく、今後も広く北竜町を PR できる機会ととらえ、地域経済活性化の重要な役割を担うものである。

出展する事業者のみならず会場の運営に係る地元建設業者など小規模事業者に与える経済的効果は大きく、また交流人口の増加にも寄与し、小規模事業者の商機にもつながっている。特に令和2年・令和3年の新型コロナウイルス感染症拡大による開催中止で、「ひまわり」の存在感、影響の大きさを実感したところである。

③プレミアム商品券事業による地域経済活性化（年1回）

商工業対策の一環として実施しているプレミアム商品券は購買力の町外流出を食い止め、北竜町の地域経済活性化に効果があるため、今後もプレミアム感の高い事業を北竜町と協力し通年での事業実施に向けて協議していく。

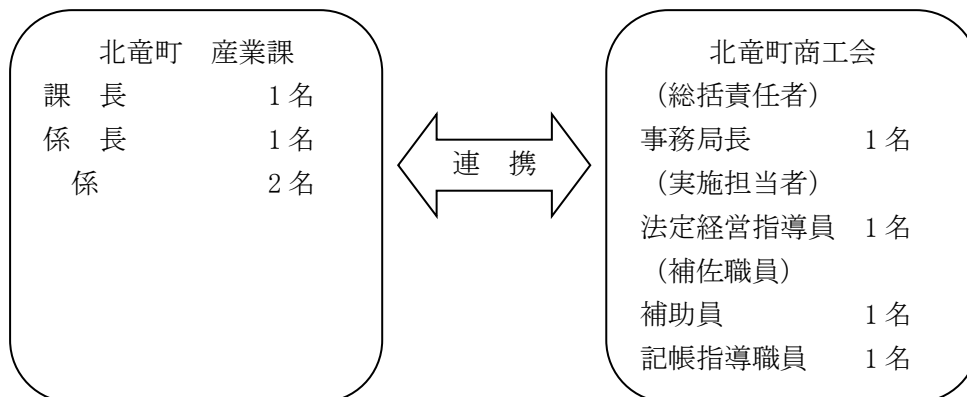
(別表2)

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6年5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】池川 卓也

【連絡先】北竜町商工会 TEL 0164-34-2011

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の提供等を行う。

(3) 商工会/商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会

〒078-2512

北海道雨竜郡北竜町字和6番地6

北竜町商工会

TEL: 0164-34-2011 FAX: 0164-34-2012

E-MAIL: hokusyo@rose.ocn.ne.jp

②北竜町役場

〒078-2512

北海道雨竜郡北竜町字和11番地1

北竜町 産業課

TEL: 0164-34-2111 FAX: 0164-34-2117

(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	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
専門家派遣費	300	300	300	300	300
セミナー開催費	200	200	200	200	200
販路開拓費	300	300	300	300	300
調査費	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
国補助金、道補助金、町補助金、会費収入、手数料収入、受託料収入、雑収入 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
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等