

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	沼田町商工会（法人番号 1450005001609） 沼田町（地方公共団体コード 014381）
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>①長期的な振興のあり方を踏まえた目標（地域への裨益目標） 市街地の歩いて暮らせる範囲に医療福祉・買い物・住まい等の生活に必要なサービスを集約し、まちをコンパクトにすることで雪国の課題を解決する取り組みである「沼田町農村型コンパクトエコタウン構想」に対応すべく、小規模事業者が経営発達により持続的発展を図ることで、生活に必要な商品・サービスの提供や雇用の維持に繋がり、まちの賑わいを創出するイベントや地域資源を生かした食や観光などに取り組み、地域の振興発展に寄与していく。</p> <p>②事業計画策定支援を実施すべき小規模事業者を想定した目標</p> <p>ア) 事業計画策定支援による売上向上 目標：事業計画策定15者/5年、売上増加5%/年（15者/5年）</p> <p>イ) 事業承継・創業(第二創業)計画策定支援による経営安定 目標：事業承継計画策定5者/5年、創業計画策定5者/5年</p> <p>ウ) 地域資源等を活用した商品等の販路開拓支援による売上向上 目標：売上増加5%/年（延べ30者/5年）</p>
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景況調査の実施 ②RESASの活用による地域経済動向調査の実施</p> <p>4. 需要動向調査に関すること</p> <p>①地域需要動向調査の実施 ②商談会等への出展に係る需要動向調査の実施</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること</p> <p>①支援事業者の掘り起こしによる経営分析の実施 ②経営分析セミナーの開催</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること</p> <p>①支援事業者の掘り起こしによる事業計画の策定支援 ②事業計画策定セミナーの開催 ③DXセミナーの開催</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に対する支援 ②事業承継計画策定事業者に対する支援 ③創業(第二創業)計画策定事業者に対する支援</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>①商談会等の出展支援による販路開拓支援 ②ITを活用した販路開拓支援 ③パンフレット等の作成による販路開拓支援</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評価委員会の開催による成果・評価・見直しと結果の公表</p>
連絡先	<p>沼田町商工会 〒078-2203 北海道雨竜郡沼田町本通2丁目3番6号 TEL:0164-35-2230/FAX:0164-35-2844 E-mail:numasyou@rose.ocn.ne.jp</p> <p>沼田町役場 産業創出課 〒078-2202 北海道雨竜郡沼田町南1条3丁目6番53号 TEL:0164-35-2155/FAX:0164-35-2393 E-mail:sangyou@town.numata.lg.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 沼田町の現状 (概要)

沼田町は北海道のほぼ中央、空知総合振興局管内の北西部に位置し、気候は内陸性で四季の区別がはっきりしており、自然を通して季節の変わりゆくさまを感じることができる。

南部の平坦部は広大な石狩平野の北端の一部で肥沃な水田地帯となっており、市街地や農耕地は石狩川水系一級河川の雨竜川や小河川の流域に沿って南に開けている。西部丘陵地帯は牧場、畑作地帯、北部は山岳地帯が広がっている。

町域は東西 18 km、南北 26 km に広がり、総面積は 283.35 km² を有しており、耕地面積は 4,370 ha (田 3,160 ha、畑 1,210 ha) を占め、基幹産業は水稻農業である。

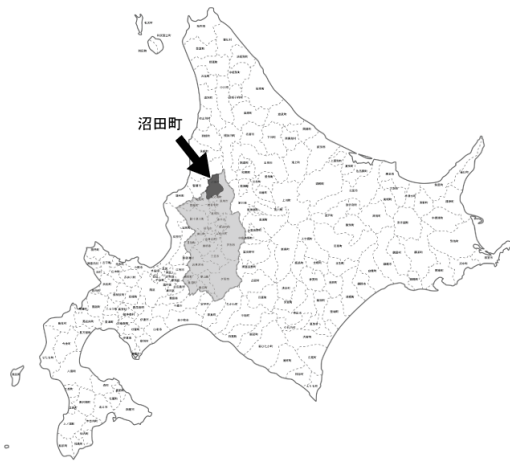
交通は、車で札幌市まで 111km(約 90 分<高速道路利用>)、旭川市まで 43km(約 50 分)、滝川市まで 34km、深川市まで 16km、留萌市まで 37km 程度であり、また、道央自動車道と繋がった深川留萌自動車道は当町を横断し、インターチェンジが設けられアクセスは良好である。

鉄道路線は、JR 函館本線に接続する JR 留萌本線(深川⇄留萌間)が運行されているが、JR 北海道の維持困難な線区となっており廃線の危機に瀕している。

人口は、昭和 30 年(1955 年)の 19,362 人をピークに減少を続け、昭和 44 年の炭鉱閉山、コメの生産調整や農業の大規模化による離農、進学・就職などによる町外への転出、少子高齢化による自然減が要因となり、最新の国勢調査速報値では 2,903 人となっている。

平成 27 年の国勢調査において、65 歳以上の老年人口の割合が初めて 4 割を上回り 40.7%、15 歳未満の年少人口の割合が 8.9%、それ以外の生産年齢人口は約半数となった。

また、将来人口推計では、令和 22(2040)年の総人口は 2,264 人に減少すると推計されている。



出典：フリー素材
淡色：空知管内 濃色：沼田町

[世帯数・人口の推移]

年度	世帯数	人口			年齢3区分		
		総数	男	女	15歳未満	15~64歳	65歳以上
昭和 35(1960)年	4,172	17,937	-	-	-	-	-
昭和 45(1970)年	2,016	8,177	-	-	-	-	-
昭和 55(1980)年	1,783	6,207	3,005	3,202	1,325	4,016	866
平成 2(1990)年	1,682	5,206	2,517	2,689	826	3,374	1,006
平成 7(1995)年	1,663	4,745	2,311	2,434	641	2,960	1,144
平成 12(2000)年	1,617	4,373	2,078	2,295	548	2,591	1,234
平成 17(2005)年	1,527	4,041	1,899	2,142	470	2,286	1,285
平成 22(2010)年	1,437	3,612	1,707	1,905	357	1,984	1,271
平成 27(2015)年	1,333	3,181	1,501	1,680	283	1,602	1,296
令和 2(2020)年	1,241	2,903	1,389	1,514	-	-	-

[出典] 国勢調査 (R2 は速報値)

②地域産業の現状及び課題

当町の産業は、昭和初期より石炭産業が主要産業であったが、戦後国のエネルギー政策の転換により石炭産業が衰退、昭和43年以降相次いで町内の炭鉱が閉山に追い込まれた。

石炭産業の壊滅は短期間での人口半減という当町存立基盤を揺るがす事態となり、町は産業構造の改革振興のため、もう一つの主要産業であった農業振興に力を注いできた。

気候風土から稲作を中心とした営農を支援し、農協と協力しながら、いち早く農業の近代化に取り組み、農業基盤整備と大規模化が進められ、現在は量・質とも国内有数の米どころとなり、特産品となる『雪中米(米穀低温貯留乾燥調製施設において粳のまま貯蔵した米)』を生み出した。

また、産炭地法を活用しながら沼田工業団地を整備し企業誘致を推進しているが、景気に左右される状況が続き企業は進出撤退を繰り返し、雇用環境が安定している状況にはなっていないことから、町営の農産加工場を整備拡大し特産品の独自開発を進め、雇用の創出と自力での産業振興に取り組み、地場産品であるトマトを使用したジュースやジャム等を開発、現在は町営からソース等の調味食品を製造する会社に引き継がれ、更なる特産品開発に取り組んでいる。

【農業】

基幹産業である農業は、農家人口の減少や農業従事者の高齢化が進んでいる。

第1次産業の生産額は他産業に比べて低い状況にあるため、今後はより付加価値を高め、「稼ぐ農業」の確立と農業後継者や新規就農者の確保を図る必要がある。

- ア) 配偶者対策を含めた農業後継者の育成、新規就農者等担い手の確保等、地域おこし協力隊など国の制度を活用した人材の育成・確保により、経営が承継できる体制づくりが必要となっている。
- イ) 既に個別での経営が大規模化し、これからの農地流動化の受け皿となる担い手が限られており、受け皿となる経営体として、法人化や協業化組織など、低コストで効率的な組織経営などの導入が必要となっている。
- ウ) 経営主の高齢化等による労働力の不足を解消するため、ICT等スマート農業の導入による省力化及び効率化が必要となっている。
- エ) 高付加価値農業の推進と6次産業化に向けた地域ブランド力確立に係る支援体制の確立が必要とされている。
- オ) TPP11協定や日EU・EPA・日米貿易協定の発効に伴い、国の農業政策の見直しが進められており、これらに対応した農業振興施策の推進が必要となっている。
- カ) GPS等を活用したICT等スマート農業の普及、推進に対応するため、JAや土地改良区と連携した対応が必要となっている。
- キ) 新規農業参入者に特化した農用地を確保できるシステムづくりが必要となっている。

沼田町の強みでもある商工業者と農業者の連携意識を強化し、農商工連携と6次産業化の一体化による商品開発を進め、特産品を育てる事業に取り組んでいく。

【観光】

沼田町の観光は、約5万人の観光客が訪れる道内有数の夏まつりである『夜高あんどん祭り』が大きな柱であり、他には道内有数の『ほたる』が生息する「ほろしん温泉周辺(市街地から約13Km奥地)」、NHK朝の連続テレビ小説「すずらん」のロケ地である『明日萌駅(恵比島駅)や中村旅館』、令和元年認定の日本遺産「炭・鉄・港」構成文化財の『クラウド15号蒸気機関車』、化石、雪エネルギーが町の主要な観光資源となっている。

しかしながら、「夜高あんどん祭り」は8月末の2日間、ほたるの生息は7月から8月にかけての3週間程度の期間であり、どちらも「夜」の集客がメインとなっており、さらに地理的に

旭川市に近いこと、札幌圏からも日帰り圏であること、観光資源の絶対数が乏しいことから、短時間滞在の通過型観光となっている。

また、冬は北海道でも有数の豪雪地であるが、その雪を利用した観光は乏しい状況にあり、さらに、地域の情報ステーションである道の駅も設置されていない。

観光客数が年々減少してきており、既存の観光資源、日中及び中・長期的な期間や雪を利用した観光資源や体験型観光の開発、まちのPRや特産品の開発・販売など、それらを連動した総合的な滞在型観光の取り組みやコロナに対応した観光のあり方の検討が必要となっている。

[観光客数(単位:万人)の推移]

調査年	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2
入込数	27.1	25.7	21.9	19.7	17.0	16.4	15.5	12.9	13.6	13.0
道外客	4.1	3.8	3.3	2.9	2.4	2.3	1.9	2.0	2.0	2.2
道内客	23.0	21.9	18.6	16.8	14.5	13.9	13.2	11.0	11.5	10.9
日帰り	25.3	23.9	20.3	18.1	15.8	14.9	13.9	11.5	11.9	11.7
宿泊客	1.8	1.8	1.6	1.6	1.2	1.5	1.6	1.3	1.7	1.4

[出典] 北海道観光入込客数調査報告書

【商工業】

最近10年間の商工会員の開廃業は、開業が32事業者、廃業(転出含む)は41事業者で開業が9件下回っている。商工業者数・小規模事業者数ともに廃業等整理した関係も含んで減少している。経済センサスでは、平成21年から平成28年の間で、商工業者で20事業者、小規模事業者で7事業者が減少している。

[商工会員(定款会員除く)の開業・廃業の推移]

(当会調べ)

	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2	合計
開業	2	2	2	3	2	1	7	7	3	3	32
廃業	4	8	0	3	4	4	8	6	2	2	41
差引	-2	-6	2	0	-2	-3	-1	1	1	1	-9

[商工業者・小規模事業者・商工会員の推移]

(当会調べ)

年度	商工業者数	小規模事業者数	会員数	業種内訳							定款
				建設業	製造業	小売業・卸売業	宿泊業・飲食業	サービス業	その他		
H23	156	128	121	21	12	35	22	20	6	5	
H28	154	122	112	18	12	33	20	19	5	5	
H30	128	109	117	18	9	33	19	20	8	10	
R2	130	112	123	18	8	33	20	22	8	14	

※H30は商工業者数・小規模事業者数の見直し、業種の調整を行った。

[商工業者・小規模事業者の推移]

年度	商工業者数	小規模事業者数
H21	166	129
H24	151	127
H28	146	122

[出典] 経済センサス

ア) 商業

卸・小売業者は、平成6年と比べると商店数が約40%減、年間販売額は約50%減となっている。第1期経営発達支援計画スタートの平成29年から令和2年まで、4年間の商工会員数は6件増加・6件減少であり、減少要因のほとんどは経営者の高齢化による廃業となっている。

[商業の事業所数、従業者数、年間販売額(単位:百万円)の推移]

調査年	卸売業・小売業合計			小売業		
	商店数	従業者数	年間販売額	商店数	従業者数	年間販売額
平成 6(1994)年	62	363	10,591	59	341	6,396
平成 9(1997)年	56	276	8,865	53	260	6,835
平成 14(2002)年	49	235	6,915	47	219	-
平成 19(2007)年	39	198	4,940	37	180	-
平成 24(2012)年	36	129	4,570	32	109	3,125
平成 26(2014)年	38	161	5,608	34	125	3,752
平成 28(2016)年	36	165	5,265	32	134	3,849

[出典]商業統計調査(～H26)、H24・H28は経済センサス

商業を取り巻く環境は年々厳しさを増し、町内への大型小売店舗の進出はないものの、交通の利便性向上と消費形態の多様化により、周辺の旭川市や深川市、宅配やネットショッピングへの消費購買額の流出が増加傾向である。

町内唯一のスーパーであるAコープが平成29年に撤退することになり、町の商環境の充実を図るため、経済産業省の補助金を活用し商業複合施設(まちなかほっとタウン)を建設、スーパーの誘致を行い、買い物環境の維持・改善を図った。

平成27年の建設前と平成29年の建設後の消費動向調査から、町内で週1回以上買い物する割合が上昇したことにより、消費購買力流出の抑制に効果があったと窺える。

しかし、町内での買い物頻度が低い理由は、価格・品揃え・ワンストップの不満が高く、消費者ニーズにどう対応していくかの検討が必要である。

[消費動向調査等]

(当会調べ)

年度	町内での買物頻度 週1回以上割合	歩行量調査 2日間平均	周辺商店街 売上高	開業数
平成 27(2015)年	59.3%	441人	56,000万円	-
平成 29(2017)年	78.9%	488人	59,000万円	1件
平成 30(2018)年	80.1%	489人	76,300万円	0件
令和 1(2019)年	77.9%	425人	66,400万円	0件
令和 2(2020)年	81.4%	482人	61,700万円	2件

イ) 工業

製造業は、平成15年と比べると事業所数・年間販売額ともに約55%減となっている。

第1期経営発達支援計画スタートの平成29年からの商工会員数は2件増加・3件減少であり、減少要因は経営不振による廃業や工業団地からの撤退となっている。

町は、全国へのアンケート等を実施し、工業団地をはじめ町有地への積極的な企業誘致の展開を行っているが、大きな効果は見られていないものの、近年1件の誘致が決まり、工場等建設による設備投資がされた。

また、工業団地の販売区画減少により、新たな用地確保が必要となっている。

[製造業の事業所数、従業者数、出荷額等(単位:万円)の推移]

調査年	事業所数	従業者数	製造品出荷額等	1人当り出荷額
平成 15(2003)年	11	176	146,398	832
平成 20(2008)年	10	102	152,213	1,492
平成 25(2013)年	6	68	89,012	1,309
平成 30(2018)年	5	84	73,520	875
令和 1(2019)年	5	87	62,621	720
令和 2(2020)年	5	82	63,952	780

[出典]工業統計調査(従業者4人以上)

ウ) 就業人口および町内民営事業所の従業者数

平成27年の国勢調査の就業人口は1,634人で、農業が507人で全体の約3割を占めており、基幹産業である第1次産業の割合が上昇している。

平成28年の経済センサスの従業者数は895人で、建設業211人(23.6%)、卸・小売業192人(21.5%)、製造業98人(10.9%)と3業種で50%以上を占めている。

③小規模事業者の現状と課題

商工会員の直近の小規模事業者は95事業者であり、その内訳は、卸・小売27件、飲食19件、理美容9件、その他サービス9件、建設17件、製造6件、その他8件と5年前と同程度で維持している。飲食・理美容は人口規模に比べ比較的多く、強みとなっている。

その中で経営者が65歳以上で後継者が居ない事業所が卸・小売業9件、飲食8件、理美容5件となっており、今後、新型コロナウイルス感染症のダメージを引きずりながら廃業に繋がり、商環境の低下を招くことも想定できることから、事業承継や創業者の掘り起こしによって新陳代謝を図り、地域に必要な業種を保ちながら商環境を維持することが課題である。

④沼田町商工会の現状と課題

ア) これまでの取り組み

平成29年度から令和3年度迄の第1期経営発達支援計画において、既存の経営改善普及事業や地域振興事業と並行して以下の事業を実施してきた。

- ①小規模事業者に対し、経済動向調査、需要動向調査や経営状況の分析に基づき、事業計画策定支援を重点的に実施した。
- ②事業計画策定では、専門家による事業計画策定支援セミナーや創業(経営革新)セミナー等を開催し、小規模事業者が事業計画策定に取り組む契機となるように伴走型支援を実施した。
- ③事業計画策定により補助金申請を行った小規模事業者に対し、着実に事業が遂行できるようフォローアップを実施した。
- ④事業計画策定に基づく販路開拓支援では、ホームページ作成による情報発信で認知度・集客率の向上を図った。

イ) 課題と今後の取り組み

第1期経営発達支援計画において、各種セミナー開催により補助金申請に向けた事業計画策定支援を実施した。

しかし、補助金申請に偏った計画策定であったことが課題ではあるものの、自社の強み・弱み等を理解し主に自力で計画策定したことは経営意識の改革に繋がった。

販路開拓支援では、特産品の製造や販売は町運営の施設や町関連の観光協会であったため、地域資源を有する食品製造事業者の物産展等への参加を想定していたが、家族規模での経営母体により出展する余裕が無いなどにより出展には至らなかった。

これを受け、評価委員会で「ホームページ作成などITを活用した集客拡大はどうか？」の意見のもと、その後において2事業者が事業計画策定とともにホームページを作成し、クーポン掲載による集客拡大に向けた取り組みを行ったが、クーポンの利用は無かった。

第2期では、若手や後継者が見込まれる事業者を中心に、事業計画策定の重要性を理解してもらうため、経営指導員を中心とした職員の定期的な巡回支援等の強化による事業計画策定支援の継続、特産品製造の民営化や主たる販売元である株式会社まちづくりぬまた等と連携を図りながら商談会等への出展に取り組んでいく。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興の在り方

① 10年程度の期間を見据えて（小規模事業者のあり方）

地域経済と雇用を支える商工業者の経営発達による持続的発展が、地域コミュニティ機能の維持向上に繋がるため、小規模事業者の経営意識の改革を図り、社会情勢の変化や競争の激化など環境変化に適応し、消費者ニーズを捉えながら自社の強みを生かした事業計画を策定し、商談会等への出展やITの活用による情報発信などにより商圈を拡大するなど、新たに収益を稼ぐ事業展開が必要であり、当会も小規模事業者の経営基盤強化のサポートを図りながら、10年後も変わらぬ地域コミュニティ機能の維持を目指していく。

② 沼田町第6次総合計画（令和元年度～令和8年度）との連動制・整合性

沼田町が令和元年に策定した第6次総合計画の目指すべきまちの将来像「子どもたちが誇りをもてるふるさと創造 沼田町」を基軸としたまちづくりの中で、商工業等の振興においては次のとおりである。

（沼田町第6次総合計画より抜粋）

【商工業の振興】

- ◇まちづくり事業に向けて商農官が一体となり、株式会社まちづくりぬまたの活動を支援します。
- ◇町内消費の推進や、まちなかほっとタウンを中心とした中心市街地に活気を取り戻す取り組みを支援します。
- ◇消費者ニーズに沿った商業サービスの充実を支援します。
- ◇既存企業の経営基盤の強化を支援します。
- ◇地域資源を活用した新たな産業の創出に努めます。

当商工会は地域の総合経済団体として、この施策の方針が示す方向性を域内小規模事業者の中長期的な振興のあり方と捉え、これまで培った取り組みを発揮し、町民の社会生活に支障が出ないよう商環境を維持しつつ、特に小規模事業者である商工業者の問題解決に取り組み、中長期的な経営の維持及び発展を目標に掲げ、経営発達支援事業を町と協働で行い、まちが一体となって地域の活性化を図っていく。

③ 商工会の役割

ア) まちづくり事業に向けて商農官が一体となり、株式会社まちづくりぬまたの活動を支援します。
町内消費の推進や、まちなかほっとタウンを中心とした中心市街地に活気を取り戻す取り組みを支援します。

商業中核施設（まちなかほっとタウン）を運営するため、町・農協及び商工会が共同出資して町全体が一体となり商環境維持を主目的として設立した「株式会社まちづくりぬまた」の取り扱う地域資源等を活用した特産品等の販路開拓を支援するため、商談会等への出展によ

り、特産品等のブラッシュアップや新商品の開発により、高付加価値化やブランド化を図り、地域経済の循環に繋げていく。

まちなかほっとタウンに常設されたチャレンジショップコーナーを利用し、町内外者の創業及び第二創業を目指す人の掘り起こしを図り、創業や第二創業支援に繋げていく。

また、例年6～10月の毎月1回「まちなか賑わい夕市」を開催し、小規模事業者や農産物生産者が出店し賑わいを創出しており、まちなかほっとタウンのイベント広場など中心市街地を利用することで、消費者の周辺商店街への回遊による町内小規模事業者全体の活性化と中心市街地の活性化を図り、小規模事業者の売上機会の増大に繋げていく。

イ) 消費者ニーズに沿った商業サービスの充実を支援します。

現在、独自で消費動向調査を行っており、調査結果は商工会員である小規模事業者への配布やホームページにおいて公表し情報提供を行っており、今後も定期的な調査を継続しながら消費者ニーズを把握し、情報提供を行っていく。

また、住民の高齢化が進む中、購買品の配送需要が高まっていることから、株式会社まちづくりぬまと連携しながら共同宅配システムを検討し、個人営業店の負担となる配送業務をアシストすると同時に消費者サービスの向上の検討を行っていく。

ウ) 既存企業の経営基盤の強化を支援します。

経験と勘から脱却した事業計画策定による集客力や売上の向上を支援することは、小規模事業者の経営基盤の強化となることから、事業計画策定の必要性や重要性を説明しながら経営者の意識改革を促し、セミナーの開催や個別相談を実施しながら事業計画策定を支援していく。また、廃業による不足業種が生じないように事業承継や創業・第二創業の支援も視野に入れながら取り組んでいく。

エ) 地域資源を活用した新たな産業の創出に努めます。

沼田町では、中小企業地域資源活用法に基づく「ふるさと名物応援宣言」(平成27年12月15日付)を北海道で初めて発表し、雪冷熱を活用した「雪中商品」の一層のブランド化を進めており、小規模事業者が雪中商品等の二次利用等も視野に、地域資源を活用した商品開発の取り組みを支援していく。

(3) 経営発達支援事業の目標

①長期的な振興のあり方を踏まえた目標 (地域への裨益目標)

少子高齢化など社会構造の変化、労働者不足による生産量の減少や観光客の減少など、当町の産業・経済は厳しさを増している。

町は、市街地の歩いて暮らせる範囲に医療福祉・買い物・住まい等の生活に必要なサービスを集約し、まちをコンパクトにすることで雪国の課題を解決する取り組みである「沼田町農村型コンパクトエコタウン構想」を平成25年度より推進している。

小規模事業者が経営発達により持続的発展を図ることで、生活に必要な商品・サービスの提供や雇用の維持に繋がり、さらに、まちの賑わいを創出するイベント、地域資源を生かした食や観光などに取り組み、地域の振興発展に寄与していく。

②事業計画策定支援を実施すべき小規模事業者を想定した目標 (数値目標)

ア) 事業計画策定支援による売上向上

想定支援先：計画策定に意欲ある小規模事業者

目標：事業計画策定事業者15者/5年

売上増加5%/年

売上目標達成事業者15者/5年

イ) 事業承継・創業(第二創業)計画策定支援による経営安定

想定支援先：事業承継を目指す小規模事業者、創業(第二創業)予定者

目標：事業承継計画策定事業者5者/5年

創業(第二創業)計画策定事業者5者/5年

ウ) 地域資源等を活用した商品等の販路開拓支援による売上向上

想定支援先：事業計画策定した地域資源等を活用した商品等を有する小規模事業者

目標：売上増加5%/年(延べ30者/5年)

売上目標達成事業者：延べ30者/5年

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地域への裨益

市街地の歩いて暮らせる範囲において生活環境の維持を目指すべく、商店や飲食店、サービス業などの業種に不足が生じないよう、本計画に沿った小規模事業者の経営発達による持続的発展を図るため、経済動向調査と需要動向調査、経営状況の分析を行い、調査分析結果を踏まえた事業計画の策定支援により小規模事業者の売上向上を目指していく。

また、地域資源等を活用した特産品等の販路開拓により、食や観光の振興を図り、地域の活性化に寄与していく。

②ア) 事業計画策定支援による売上向上

小規模事業者の事業存続に向け、売上・利益向上による経営の持続を図るため、経営指導員を中心とした職員の定期的な巡回支援等により、各種補助金制度の紹介など事業者が関心を持つ話題を通じた掘り起こしにより、事業計画の必要性と重要性を意識付け、セミナーの受講から専門家と連携を図った個別相談へ繋ぎ、小規模事業者の経営分析や事業計画策定の知識習得を図る。

経営者の意欲を引き出し、経済動向・需要動向調査結果を勘案しながら、消費者ニーズの把握や自社の強みを活かした事業計画の策定支援を行っていく。

また、ビジネス環境の変化に適応していくため、DX(デジタル・トランスフォーメーション)の理解と活用を図るためのセミナー等を開催し、小規模事業者の概念認識と知識習得を図り、デジタルの活用によるビジネスモデルの変革を目指していく。

②イ) 事業承継・創業(第二創業)計画策定支援による経営安定

事業承継については、経営指導員を中心とした職員の定期的な巡回支援等により、後継者がいる場合は円滑な事業承継について説明し、専門家や金融機関等と連携を図り、小規模事業者の事業承継計画策定支援を目指す。

後継者がいなく収益性が確保された事業者においては、第三者承継を視野に北海道事業引継ぎセンター等と連携し、小規模事業者の円滑な事業承継を目指す。

創業については、窓口支援等による創業者の掘り起こしを図るとともに、専門家と連携を図った個別相談により、創業予定者の創業計画策定支援と創業後の経営安定化を目指していく。

②ウ) 地域資源等を活用した商品等の販路開拓支援による売上向上

地域資源等を活用した商品等の販路開拓による売上・利益向上を図るため、既存商品等のブラッシュアップや新商品等の開発を必要に応じ専門家等と連携を図り支援を行っていく。

販路開拓では、既存商品等のブラッシュアップや新商品等の開発に必要な消費者等のニーズを捉えるため、市場調査等の実施を行う。

また、IT等の活用も視野に入れた販路開拓支援に取り組んでいく。

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

第1期経営発達支援計画において、景況調査については、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・報告書を公表しているため、随時その結果を当会のホームページに掲載してきた。そのほか平成29年の4月～12月の3ヵ月毎に小規模事業者へ景況調査を実施し、4業種別の北海道・北空知・沼田町の対比した業況や地域の売上・設備投資・問題点等の調査結果を小規模事業者へ情報提供するとともにホームページに掲載してきた。

第2期は、北海道・北空知の景況調査結果を継続して当会のホームページに掲載していく。

また、地域の経済動向調査については、新たな経済動向調査のツールとして、「RESAS」を活用していく。

(2) 目標

項目	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
景況動向分析の公表回数	4回	5回	5回	5回	5回	5回
地域経済動向分析の公表回数	-	1回	1回	1回	1回	1回

※地域経済動向分析(新規)

(3) 事業内容

①景況調査の実施

景況調査は、北海道商工会連合会の「中小企業景況調査」並びに北空知信用金庫の「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ことから、随時の公表結果と年1回の分析結果を当会のホームページに掲載し、小規模事業者へ情報提供するとともに、経営指導員を中心とした職員の定期的な巡回支援等により小規模事業者へ情報提供する。

【調査項目】 売上・資金繰り・採算・従業員・設備投資・経営上の問題点など

【分析手段】 経営指導員が、各種調査項目から北海道・北空知の比較を整理し、数値の推移や経営課題等を把握・分析する。

【分析回数】 年1回

②RESASの活用による地域経済動向調査の実施

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、分析結果は経営指導員を中心とした職員の定期的な巡回支援等により小規模事業者へ情報提供するとともに、当会のホームページに掲載する。

【調査項目】

* 地域経済循環マップ：生産面から分析することで地域経済への貢献度を把握する。

* 消費マップ：卸・小売の状況、飲食料品等のPOSデータなどを把握する。

* 観光マップ：人の流れやインバウンド観光の動向などを把握する など

【分析手段】 経営指導員が、調査項目データを抽出し整理・分析する。

【調査回数】 年1回

(4) 調査結果の活用

小規模事業者が外部環境を把握し、自社の経営判断の基礎資料として活用するため、当会のホームページに掲載し、広く周知する。

また、調査結果を小規模事業者の経営に活用できるよう経営指導員を中心とした職員の定期的な巡回支援等により情報提供するとともに、経営分析や事業計画策定を支援する際の基礎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

第1期経営発達支援計画において、需要動向調査については、経済動向調査として消費者アンケート調査を実施し、消費者ニーズの把握に繋がる調査結果を小規模事業者へ情報提供するとともに当会のホームページに掲載し周知を図った。

他に、地域資源を活用する食品製造事業者の商談会等への出展による需要動向調査を想定していたが、家族規模での経営母体により出展する余裕が無い等により調査には至らなかった。

第2期は、飲食店・小売業、サービス業やチャレンジショップ利用者などの商品やサービスに対する消費者への需要動向調査と、農産加工場の指定管理化や販売元の株式会社まちづくりぬまた等の商談会等への出展が見込め、出展した際にバイヤー等へのアンケート調査を実施し、需要動向を見据えた事業計画策定および販路開拓へ繋げていく。

(2) 目標

項目	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
地域需要動向調査 調査対象事業者数	0者	3者	3者	3者	3者	3者
商談会等への出展に係る 調査対象事業者数	0者	1者	1者	1者	1者	1者

(3) 事業内容

①地域需要動向調査の実施

多様化する消費ニーズを把握し、今後の販路開拓を図るため、利用された商品やサービス等に対するアンケート調査を実施し、消費者からの評価や意見を調査・分析し、既存商品やサービス等の改善および新商品等開発に繋げていく。

- 【対象者】 地域資源を活用した商品等を取扱う小規模事業者を中心に選定する
- 【調査手段】 店舗において来店客にアンケート票(ハガキを想定)を配布し、QRコード活用によるWebまたはアンケート票の返送により調査を行う。
- 【調査項目】 ①属性(性別・年代)、②味、③感想、④価格 など(業種により項目を変更)
- 【サンプル数】 1事業者当り50件程度
- 【成果の活用】 商工会職員が商品等ごとに集計・分析し報告書にまとめ、巡回支援等により小規模事業者にフィードバックし、マーケットイン志向による商品等の改良や新商品等開発の資料として活用する。

②商談会等への出展に係る需要動向調査の実施

市場動向や多様化する市場ニーズを把握し、今後の販路開拓を図るため、商談会等への出展の際にバイヤーや消費者からの評価や意見を調査・分析し、既存商品のブラッシュアップや新商品開発に繋げていく。

- 【対象者】 事業計画を策定し、商談会等に出展意欲がある小規模事業者
- 【調査手段】 商工会職員がアンケート票を用い、バイヤー等に調査を行う

- 【調査項目】 ①属性(性別・年代)、②味、③量、④食感、⑤価格、⑥デザイン など
 【サンプル数】 1商品当り50件程度
 【想定の出展先】 「北の味覚、再発見!!」、「にぎわい市場さっぽろ」 など

【北の味覚、再発見!!】(札幌市)

主催：北海道商工会連合会、開催時期：10月下旬

出展社数：約50社、来場バイヤー数：約60社

【にぎわい市場さっぽろ】(札幌市)

主催：NPO 地域活性化貢献会議、開催時期：11月下旬

出展社数：約80社、来場者数：約57,000人

【成果の活用】 商工会職員が商品ごとに集計・分析し報告書にまとめ、巡回支援等により小規模事業者にフィードバックし、マーケットイン志向による商品の改良や新商品開発の資料として活用する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

第1期経営発達支援計画において、平成29年は小売・飲食・理美容・サービス・製造の5業種・10者、平成30年は補助金活用を視野に入れている1者を、専門家と連携しローカルベンチマークを活用した経営分析を実施し、現状認識と課題の抽出を行った。

また、平成30年は経営分析セミナー(定性・定量)と事業計画策定セミナー(計3回)の一貫した受講から、経営分析を含めた事業計画策定に繋がった。

第2期は、経営分析(定性・定量)と事業計画策定の一貫したセミナーの開催と個別相談により、経営分析による現状と課題を把握し、課題解決に向けた事業計画策定に繋がっていく。

(2) 目標

項目	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
経営分析事業者数	0者	5者	5者	5者	5者	5者
経営分析セミナー開催回数	0件	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

① 支援事業者の掘り起こしによる経営分析の実施

経営指導員を中心とした職員の定期的な巡回支援等により、各種補助金制度の紹介など事業者が関心を持つ話題を通じた掘り起こしにより、経営分析等の意識付けを行ったうえ、知識習得のためのセミナー参加や個別相談に繋げ、専門家と連携を図った支援により経営分析を行う。

【対象者】 商環境の維持に必要な業種を中心とした小規模事業者

補助金等活用在意欲ある小規模事業者、事業承継・創業(第二創業)予定者

【分析手段】 経営指導員等と専門家が連携を図り、ヒアリング等により現状と課題を把握する。

【分析項目】 SWOT分析：強み・弱み、機会・脅威 など

財務分析：売上高、営業利益・経常利益・粗利益率、損益分岐点 など

② 経営分析セミナーの開催

経営分析(定性・定量)と事業計画策定の一貫したセミナーにより、経営分析に必要な知識の習得を図り、現状認識と課題の抽出に基づき、課題解決に向けた事業計画策定に繋がっていく。

- 【対象者】 巡回支援等により掘り起こしを行った小規模事業者
経営分析に意欲ある小規模事業者
- 【周知方法】 商工会員に郵送するとともに当会ホームページに掲載し広く周知する
- 【内容】 定性分析(SWOT分析)および定量分析(財務分析)の手段 など
- 【開催回数】 年1回程度(状況に応じ、セミナーを開かず個別相談にて対応する)
- 【参加者数】 5事業者/回

(4) 分析結果の活用

分析結果は当該事業者にフィードバックし、経営者自らが自社の強み弱みや抽出された経営課題を把握することで、解決するための対応策の検討への意識付けに繋げ、事業計画を策定する際の資料として活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

第1期経営発達支援計画において、定期的な巡回支援等により事業計画策定希望者を掘り起こし、事業計画策定セミナー受講後の専門家と連携を図った個別相談により、事業計画策定支援を行ってきたが、補助金制度の活用目的が大半であり、最近では補助金申請に向けた計画策定を重視し、経営分析について深く触れる機会が減少していた。

持続化補助金は、平成29年からの4年間で13件の申請と11件の採択に繋がり、2年連続で2事業者が申請・採択され、本事業を契機に経営意識の向上に繋がったものとする。

また、専門家と連携した個別相談を通じ、2事業者が親族内事業承継を行い、うち1事業者が事業承継計画の策定を行った。

第2期は、ウィズコロナに適応した事業展開を視野に、経営分析と事業計画策定の一貫したセミナーの開催と個別相談により、経営分析から抽出された課題解決に向けた事業計画の策定支援を図っていく。

また、事業承継や創業(第二創業)に係る計画策定など様々な支援を継続して実施するとともに、新たにDX(デジタル・トランスフォーメーション)による、時代に対応したビジネスモデルの検討も必要とされることにより、DXセミナーの開催にも取り組んでいく。

(2) 支援に関する考え方

小規模事業者に事業計画策定の必要性と重要性を理解してもらうため、経営指導員を中心とした職員の定期的な巡回支援等により、各種補助金制度の紹介や商談会等への出展など事業者が関心を持つ話題を通じた掘り起こしにより、事業計画策定等の意識付けを行ったうえ、知識習得に必要な経営分析および事業計画策定の一貫したセミナーの開催や専門家と連携を図った個別相談に繋げ、経営分析および事業計画策定支援を行う。

経済動向調査および需要動向調査による分析結果を勘案し、経営分析による自社の強みを活かしながら、ビジネス環境の変化に対応するためのAIやIoT活用などのDXも視野に入れ、課題解決に向けた効果的な計画書の策定と実施の支援を目指していく。

(3) 目標

項目	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
事業計画策定事業者数	9者	5者	5者	5者	5者	5者
事業計画策定セミナー開催回数	2回	1回	1回	1回	1回	1回
DXセミナー開催回数	-	1回	1回	1回	1回	1回

※事業計画策定内訳：事業計画策定3者・事業承継計画策定1者・創業計画策定1者
※DXセミナー(新規)

(4) 事業内容

①支援事業者の掘り起こしによる事業計画の策定支援

経営指導員を中心とした職員の定期的な巡回支援等により、各種補助金制度の紹介など事業者が関心を持つ話題を通じた掘り起こしにより、事業計画策定等の意識付けを行ったうえ、経営分析と事業計画策定の一貫した支援を基本とし、知識習得のためのセミナー参加や個別相談に繋げ、専門家と連携を図った支援により事業計画の策定支援を行う。

事業承継については、前述の手段により、後継者がいる場合は円滑な事業承継について説明し、専門家や金融機関等と連携を図り、事業承継計画の策定支援を行う。

後継者がいなく収益性が確保された事業者においては、第三者承継を視野に北海道事業引継ぎセンター等と連携し、円滑な事業承継支援を行う。

特に生活に必要な業種の維持が必要となっているが、収益性が生活可能レベル以上でない場合は、既存店への譲渡による事業承継も視野に入れ、業種の存続を目指す。

創業(第二創業)については、窓口支援等での掘り起こしにより、専門家と連携を図った個別相談に繋げ、創業計画策定や創業に係る各種届出などの支援を行う。

- 【対象者】 経営分析を行った小規模事業者(事業承継・創業(第二創業)予定者等を含む)
【支援手法】 経営指導員等と専門家が連携を図り、事業者が比較的簡易に作成できるよう持続化補助金の申請様式等を活用し、経営分析で抽出された課題に対応した事業計画の策定を支援する。
【計画種別】 事業計画(3件/年)、事業承継計画(1件/年)、創業(第二創業)計画(1件/年)

②事業計画策定セミナーの開催

経営分析と事業計画策定の一貫したセミナーにより、経営分析によって得られた現状認識と課題の抽出に基づき、課題解決を図りながら需要を見据えた事業計画の策定に必要な知識の習得を図る。

- 【対象者】 経営分析を行った小規模事業者(事業承継・創業(第二創業)予定者等を含む)
事業計画の策定に意欲ある小規模事業者
【周知方法】 商工会員に郵送するとともに当会ホームページに掲載し広く周知する。
【内容】 経営課題の解決を図り、自社の強みを活かした売上向上に繋げるための計画策定の手段 など
【開催回数】 年1回程度(状況に応じ、セミナーを開かず個別相談にて対応する)
【参加者数】 3事業者/回

③DXセミナーの開催

セミナーの開催により、ビジネス環境の変化に対応し、ITツールを活用して、顧客ニーズ等を基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものやプロセス等を変革していくためのDXについて理解を深めることを目指す。

- 【対象者】 町内の小規模事業者
【周知方法】 商工会員に郵送するとともに当会ホームページに掲載し広く周知する
【内容】 DXの概念と小規模事業者でも取り組めるAI・IoT・RPA など
【開催回数】 年1回程度

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期経営発達支援計画において、主に持続化補助金採択事業者に対し、巡回支援等により、事業計画に基づき滞りなく事業が遂行出来ているか確認し、事業完了後の報告について逐次支援を行ったが、不採択事業者に対しては、事業実施のタイミング等もあり、次に繋げる再度の計画策定には至らなかった。

一方で、2事業者が再度の計画策定により採択を受けたものの、特に不採択事業者へのPDCAサイクルが不十分であった。

第2期は、同様に補助金制度の活用を見据え、事業計画を策定した事業者のフォローアップとPDCAサイクルの強化に取り組んでいく。

(2) 支援に関する考え方

事業計画策定後の実施支援については、事業計画を策定した全ての小規模事業者を対象に、四半期毎を基本とした巡回支援等により、経営指導員を中心とした職員が進捗状況の確認やフォローアップを行い、計画どおり事業遂行できるよう支援を行う。

事業計画に遅れや想定外の事態により停滞している場合は、専門家と連携して対応策を検討し、臨機応変に経過の見直しを図る。

(3) 目標

項目	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	9者	3者	3者	3者	3者	3者
フォローアップ頻度(延べ回数)	13回	12回	12回	12回	12回	12回
事業承継計画策定 フォローアップ対象事業者数	0者	1者	1者	1者	1者	1者
フォローアップ頻度(延べ回数)	0回	4回	4回	4回	4回	4回
創業(第二創業)計画策定 フォローアップ対象事業者数	0者	1者	1者	1者	1者	1者
フォローアップ頻度(延べ回数)	0回	4回	4回	4回	4回	4回
売上増加事業者数	※	3者	3者	3者	3者	3者
売上5%以上増加事業者数	※	3者	3者	3者	3者	3者

※コロナ禍で全体的な売上減少傾向により、売上の比較が単純には出来ない。

(4) 事業内容

①事業計画策定事業者に対する支援

四半期毎を基本とした巡回支援等により、経営指導員を中心とした職員による進捗状況の確認やフォローアップを行う。

また、商談会等への出展により、商品等毎の調査分析結果を有する事業者に対し、専門家と連携を図った個別相談により、既存商品等のブラッシュアップや新商品等の開発を支援する。

②事業承継計画策定事業者に対する支援

四半期毎の巡回支援等を基本とするが、親族内承継や第三者承継など種別により月1回など、状況に応じて臨機応変に対応し、経営指導員を中心とした職員による進捗状況の確認やフォローアップを行う。

③創業(第二創業)計画策定事業者に対する支援

四半期毎の巡回支援等を基本とするが、開業後の半年間など状況により月1回など、状況に応じて臨機応変に対応し、経営指導員を中心とした職員による進捗状況の確認やフォローアップを行う。

上記①②③ともに、計画に遅れや想定外の事態により停滞している場合は、経営指導員等が専門家と連携して対応策を検討し、臨機応変に経過の見直しを図る。

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

第1期経営発達支援計画において、地域資源を有する食品製造事業者の物産展等への参加を想定していたが、出展の目処が立たず出展には至らなかった。

I Tを活用したホームページ作成においては、2事業者が事業計画策定のうへ、無料ホームページ作成サービスを活用したホームページを作成し、集客拡大に向けた取り組みを行った。

第2期は、農産加工場の指定管理化や販売元の株式会社まちづくりぬまた等、特産品等の販売機運が高まったことから商談会等への出展に繋げ、さらにI T活用やパンフレット等の作成により、域外への販路開拓支援を目指していく。

(2) 支援に関する考え方

需要の開拓を見据えた事業計画を策定し、地域資源等を活用した商品等を有する小規模事業者に対し、消費者ニーズや市場動向を踏まえた販路開拓機会の創出(BtoB)、即売会等による販売機会の提供と商品等の周知(BtoC)による支援を行い、出展による需要動向調査から商品等毎のニーズを反映した商品等の改良や新商品等開発に向けた販路開拓の取り組みを支援する。

WEBサイト構築等のI T活用やパンフレット等の作成による販路開拓については、必要に応じ専門家と連携を図った巡回支援等により、主に域外への販路開拓に繋がる支援を目指していく。

(3) 目標

項目	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①商談会等への出展事業者数(BtoB)	0者	1者	1者	1者	1者	1者
商談成約件数	0件	1件	1件	1件	1件	1件
①商談会等への出展事業者数(BtoC)	0者	1者	1者	1者	1者	1者
売上増加率	0%	5%	5%	5%	5%	5%
②I Tを活用した販路開拓事業者数	0社	2者	2者	2者	2者	2者
売上増加率/者	0%	5%	5%	5%	5%	5%
③パンフレット等の作成による販路開拓事業者数	-	2者	2者	2者	2者	2者
売上増加率/者	-	5%	5%	5%	5%	5%

※③パンフレット等の作成による販路開拓(新規)

(4) 事業内容

①商談会等の出展支援による販路開拓支援

北海道商工会連合会が札幌市で開催している「北の味覚、再発見!!」や「にぎわい市場さ

っぼろ」等に出展し、バイヤー等流通関係者との接触機会と大消費地の消費者への特産品等のPR機会を創出し、商談成約やファン・リピーター獲得を目指した販路開拓を支援する。出展は道内のみならず道外も見据えていく。

また、出品した商品等のアンケート調査を実施し、需要動向の把握と商品等改良を図る。

【対象者】 事業計画を策定し、地域資源等を活用した商品等を有する小規模事業者
【支援の手段】 事前支援：出展手続や事前準備、効果的なPOPやレイアウト等支援
出展支援：商品陳列や接客、需要動向に係るアンケート調査の実施支援
事後支援：集計分析結果のフィードバックによるフォローアップ支援

【想定商談会】 (BtoB) 「北の味覚、再発見！！」(札幌市)

(BtoC) 「にぎわい市場さっぽろ」(札幌市)

【想定出展先】 「北の味覚、再発見！！」、「にぎわい市場さっぽろ」 など

【北の味覚、再発見！！】(札幌市)

主催：北海道商工会連合会、開催時期：10月下旬

出展社数：約50社、来場バイヤー数：約60社

【にぎわい市場さっぽろ】(札幌市)

主催：NPO 地域活性化貢献会議、開催時期：11月下旬

出展社数：約80社、来場者数：約57,000人

② ITを活用した販路開拓支援

商談会等に出展する小規模事業者はもとより、ネット販売を目指す小規模事業者や飲食店等の集客力向上などに対し、専門家と連携を図った支援により、ITを活用した販路開拓の取り組みを目指す。

時代の変遷はもとより、コロナ禍の影響でネットショッピング需要は高まっており、「Goop e」等を活用したホームページの作成による集客拡大やショッピングカートのオプション機能を利用した販路開拓の支援を目指していく。

【対象者】 事業計画の策定、インターネットを活用したPRや販売に意欲ある小規模事業者

【支援の手段】 経営指導員等が専門家と連携を図り、ホームページの作成やネット販売に関して個別相談において支援を行う。

【Goop e(グーペ)】 GMOペポバ社が提供する簡易ホームページ作成サービスで、全国商工会連合会が提携しており、商工会員は一部のサービスを無料で利用可能。
(<https://goope.jp/>)

③パンフレット等の作成による販路開拓支援

商談会等に出展する小規模事業者はもとより、自慢の逸品を有する飲食店、特別な商品やサービスを有する小売業やサービス業、特殊な技術やノウハウを有する製造業や建設業など、商品等の訴求力が高い小規模事業者の商品等をPRすることで販路開拓の支援を図る。

また、飲食店など業種を括った個店の集団のメニューや特徴のPRなど、相乗効果を生かした販路開拓の支援を図っていく。

【対象者】 事業計画を策定した商談会等出展事業者
事業計画の策定、パンフレット等を活用したPRや販売に意欲ある小規模事業者や業種を括った小規模事業者の集団

【支援内容】 ア)商談会等への出展者は複数の来場者に対して、現場での対応に限度があることから、同行した商工会職員も説明が可能な商品等の説明パンフレットやチラシを作成し、有効な商談へと繋がる支援を行う。

- イ) 地域内の販路開拓を目指す小規模事業者に対し、商品等のPRが必要だと判断した場合、パンフレットやチラシを作成し、販路開拓に繋げる。
- ウ) 業種を括った個店の集団によるPRが相乗効果を生み、地域としてのPRに繋がると判断した場合、パンフレットやチラシを作成し、販路開拓に繋がる支援を行う。

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

第1期経営発達支援計画において、評価委員会(経営改善推進委員会)により評価・検証・見直しを行い、評価結果についてはホームページに掲載し公表してきた。

第2期は、経営改善推進委員会から新たに評価委員会を設置し、小規模事業者の持続発展を進めていく。

(2) 事業内容

事業年度毎に、本計画の実施状況や成果について、クラウド型経営支援ツール「Shoko Biz」を活用し定量的な実施状況を管理・把握するとともに、事業の成果・評価・見直しを行い、以下のとおり実施する。

- ① 評価委員会を年1回以上開催し、経営発達支援事業の実施状況報告や成果の評価・見直し等検証を行う。

【評価委員会メンバー】

外部有識者：北空知信用金庫 沼田支店長

委員：沼田町産業創出課長、北海道商工会連合会 組織支援部長、商工業者(商工会正副会長、各委員会委員長)、法定経営指導員、事務局長

- ② 事業の成果・評価・見直しの結果については、商工会理事会及び総会にフィードバックしたうえ、事業実施方針等に反映させるとともに、当会ホームページに公表することで、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

当会ホームページアドレス：<https://r.goope.jp/numata-shokokai>

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期経営発達支援計画において、北海道商工会連合会の研修や中小企業大学校が主催する研修などへの参加により自己研鑽を図り、職員個々のスキルアップを図るとともに、職員間で各業務の平準化や支援ノウハウ等の情報共有を図り、組織全体の支援能力の向上に努めた。

第2期においては、第1期同様の研修の継続により資質向上を図るとともに、ビジネス環境の変化によるITツールを活用した取り組みが必要となっているため、外部研修等の参加により知識習得を図っていく。

(2) 事業内容

- ① 研修等への参加及び他職員への波及

北海道商工会連合会や中小企業大学校などの経営支援能力の向上に向けた研修への積極的な参加のほか、全国商工会連合会のWEB研修等を全職員が受講するとともに、研修終了後には受講者から研修内容の報告を月1回実施の職員会議において行う。

受講したことをアウトプットすることにより、当該職員の学習成果を高めるとともに、その

他職員に対しても研修効果を波及させる。

【各職員の研修計画】

経営指導員：専門性を高めるため、IT活用を含めた経営分析、事業計画策定、事業承継や創業、販路開拓支援等の高度な支援スキルの習得の研修に参加する。

補助員：経営発達支援計画の実効性を高めるため、経営指導員と同等の支援スキルの向上を図り、また、IT活用等による小規模事業者の売上向上等の支援手段の習得の研修に参加する。

記帳専任職員：従来の記帳代行や決算書作成支援から一步前進し、経営分析やIT活用支援の補助的役割ができるよう基礎的な知識習得の研修に参加する。

[想定 of IT活用研修]

主催者：中小企業大学校（旭川校）

講題：AI・IoT活用による生産性向上支援

カリキュラム：AIの動向とAI・IoT活用による生産性向上支援のポイント
AI・IoT活用支援の進め方

② 専門家との連携による支援能力の向上

専門家と連携を図った個別相談において、経営指導員を中心とした職員が必ず同行し、様々な課題解決に向けた支援現場において、専門家の持つ高度で専門的な支援ノウハウを学び、実践的な支援能力の向上を目指す。

③ 職員会議の開催

職員会議を月1回実施し、各自が座長となり、受講した研修内容及び専門家派遣における個別の小規模事業者の経営支援について、IT等の活用事例、支援方針や手段、経過や成果等について全職員で情報とノウハウを共有する。また、経営支援上必要となる知識については、OJTにより支援能力の向上を図る。

④ 情報のデータベース化

経営支援に関する情報を共有するため、基幹システムの適切なデータ入力を今まで以上に徹底する。また、経営支援に関する資料や記録のすべてを事業者毎にファイルし、支援中の小規模事業者の詳しい状況を全職員が共有できるようにする。

1.1. 他との連携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期経営発達支援計画において、北海道商工会主催の研修、日本政策金融公庫との経営改善貸付団体連絡協議会、近隣商工会と連携した北空知商工会広域連携協議会の経営支援会議において支援事例の情報交換を行ってきた。

第2期においては、北海道商工会連合会や日本政策金融公庫等との情報交換は十分に出来たため、引き続き実施していく。

(2) 事業内容

① 北海道商工会連合会主催の研修会等の出席

北海道商工会連合会が主催する経営指導員研修会、補助員等研修会に出席して経営発達支援事業や小規模事業者に対する経営支援事例の情報交換や支援ノウハウの共有により、職員の経営支援能力の向上を図る。

経営指導員研修会：年2回程度

②日本政策金融公庫旭川支店「経営改善貸付団体連絡協議会」への出席

日本政策金融公庫旭川支店管内の全域の商工会と北空知管内の商工会にて開催する「経営改善資金貸付推薦団体連絡(マル経協議会)」に参加し、地域経済動向や資金需要動向、国の金融施策等を小規模事業者を提供するための情報・意見交換を行い、連携強化を図りながら情報の共有・交換に取り組む。

マル経協議会：年2回開催

③北空知商工会広域連携協議会 経営支援会議の出席

沼田町、北竜町、秩父別町、妹背牛町の4商工会による北空知商工会広域連携協議会の経営指導員等で組織する「経営支援会議」に経営指導員および補助員以下の職員が参加し、協議会内の経済動向等を把握するとともに、各地域の経営指導員等の職員における支援ノウハウの交換を行い、様々な支援手法を習得することで全体の支援レベルの向上を図る。

経営支援会議：年3回程度

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

第1期においては、道内有数の夏まつりとして知られる「夜高あんどん祭り」を、2日間にわたり役場・農協・商工会・自衛隊・中学校・小学校・こども園の町内が一体となった参加により開催したほか、中心市街地の賑わいを創出するため、小規模事業者や農産物生産者などの出店による「まちなか賑わい夕市」の開催など、地域経済の活性化に取り組んできた。

特産品等については、輝け雪のまち宣言をし「雪と共生する町づくり」を推進している本町は、「ふるさと名物応援宣言」を公表し、地域資源として『雪』を宝物とし、「雪中商品」を始めとした雪を使った商品やトマトを使った特産品の展開により、町の活性化を推進している。

また、特産品等の販売や情報の発信は、主に「株式会社まちづくりぬまた」が物販やふるさと納税の返戻品として、物販やPRを行っている。

販売先は主に消費者であり、販売した商品に対するアンケート調査等は行ってこなかった。

バイヤーの意見や消費者のニーズを把握する取り組みは、注力してこなかった。

第2期においては、第1期同様「夜高あんどん祭り」や「まちなか賑わい夕市」による地域経済の活性化や中心市街地の賑わい創出に取り組み、観光資源や体験型観光の開発検討や交流人口増加の取り組みを図っていく。

特産品等については、本計画を通じ地域資源を活用した特産品等の改良を図り、BtoBも視野に入れた一層のブランド化に取り組み、地域経済の活性化に取り組んでいく。

(2) 事業内容

①「夜高あんどん祭り」による地域経済活性化

「北海道三大あんどん祭り」の一つに数えられる「夜高あんどん祭り」は、唯一の喧嘩あんどんとして全道的にも知名度が高く、2日間で約5万人の集客を誇る当町の一大イベントであり、店舗での営業のほか露天出店など小規模事業者に与える経済効果は大きく、交流人口の増加にも寄与している。

コロナ禍の影響で2年連続の中止となったが、今後においても活気みなぎる伝統ある祭事を継続開催していき、体験型観光の開発を図り地域経済の活性化に繋げていく。

②「まちなか賑わい夕市」による地域経済活性化

中心市街地の賑わいを創出するため、6～10月の毎月1回程度「まちなか賑わい夕市」を開催し、小規模事業者や農産物生産者の出店や商工会女性部による「コストコ市」により町内外の消費者を誘客し、出店者や周辺商店街への回遊による小規模事業者の売上機会の増大や交流人口の増加による地域経済の活性化を図っていく。

③地域資源等を活用した特産品等のブランド化推進による地域経済活性化

雪冷熱を活用した「雪中商品」やトマトを活用した特産品やその原材料の二次利用など、本計画を通じニーズに対応した商品等のブラッシュアップや新商品等開発により、地域ブランド化の確立、その商品等の製造や販売をする小規模事業者への売上貢献による地域循環に繋げ、地域経済の活性化を図っていく。

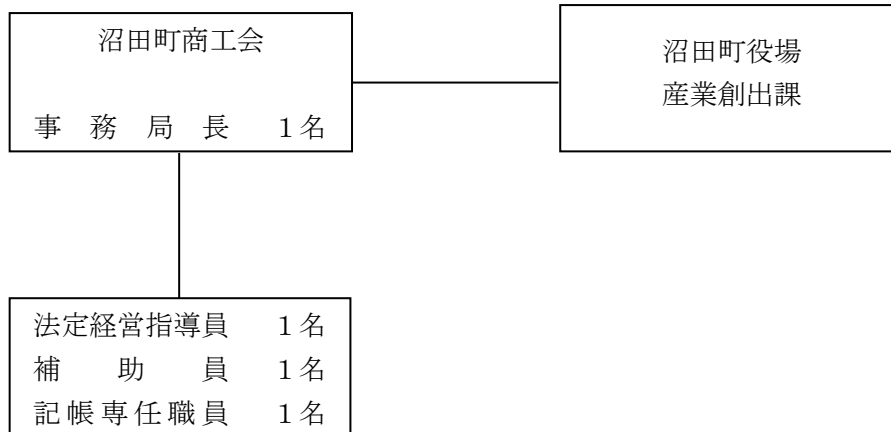
(別表2)

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：木谷 豊

連絡先：沼田町商工会 電話 0164-35-2231

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う。

(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

〒078-2203 北海道雨竜郡沼田町本通2丁目3番6号

沼田町商工会

TEL：0164-35-2231 / FAX：0164-35-2844 E-mail：numasyou@rose.ocn.ne.jp

② 関係市町村

〒078-2202 北海道雨竜郡沼田町南1条3丁目6番53号

沼田町役場 産業創出課

TEL：0164-35-2155 / FAX：0164-35-2393 E-mail：sangyou@town.numata.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	1,900	1,900	1,900	1,900	1,900
①専門家派遣費	600	600	600	600	600
②セミナー開催費	100	100	100	100	100
③需要動向調査費	100	100	100	100	100
④販路開拓支援費	1,100	1,100	1,100	1,100	1,100

(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
国庫補助金、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