

経営発達支援計画の概要

実施者名	幌加内町商工会（法人番号 3450005001607） 幌加内町（地方公共団体コード 014729）
実施期間	令和8年4月1日～令和13年3月31日
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>【小規模事業者支援の目標】</p> <p>①地域ブランドの確立 ②観光と連携した産業振興 ③起業・創業 ④事業承継支援 ⑤デジタル化推進 ⑥生活関連サービス維持（買い物）</p> <p>【地域への裨益目標】</p> <p>人口減少抑制による「町民が夢と誇りを持って生きいきと暮らすまち」の実現と、地域資源を活用した特産品の販路拡大による交流人口の増加。</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 ①独自の地域経済動向調査の実施 ②国が提供するビッグデータの活用</p> <p>4. 需要動向調査に関すること ①地域の需要動向調査 ②展示会・商談会アンケート調査</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること ①経営状況ヒアリング調査の実施 ②巡回訪問による経営分析の実施 ③専門家派遣による経営分析の実施</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること ①DX推進個別相談会の開催</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること ①事業計画策定フォローアップ支援 ②事業承継計画策定後のフォローアップ支援 ③創業計画策定後のフォローアップ支援</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ①展示会・商談会出展支援（BtoB） ②物産展・販売促進会出展支援（BtoC） ③IT活用による販路開拓支援（BtoC） ④共同広告掲載支援（BtoC）</p>
連絡先	<p>名 称：幌加内町商工会 担当者：法定経営指導員 笹 真太郎 住 所：北海道雨竜郡幌加内町字幌加内1546番地 電 話：0165-35-2356 F A X：0165-35-2555 メール：horo@rose.ocn.ne.jp</p> <p>名 称：幌加内町 産業課 担当者：経済観光係主査 兼 農政係 兼 農林振興係 中嶋 恭介 住 所：北海道雨竜郡幌加内町字幌加内4699番地 電 話：0165-35-2121（代表） F A X：0165-35-2127 メール：nakajima.kyosuke@town.horokanai.hokkaido.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幌加内町の概況

幌加内町は、東西24km、南北63kmと細長い形状の北海道上川総合振興局管内西部に位置しており、四方を山に囲まれた地域です。行政面積は767km²と広大です。

また、幌加内町は、以下の3つの日本一を誇る地域として特徴があります。

・そばの生産量・作付面積日本一「幌加内そば」

幌加内町は、昼夜の寒暖の差が激しく、冷涼な気候、日中の気温上昇を穏やかにする朝霧などの自然条件がそば栽培に適しているため、生産量・作付面積ともに日本一になっています。

・日本最大の人造湖「朱鞠内湖（しゅまりないこ）」

朱鞠内湖は雨竜川上流の河川をせき止めて造られた人造湖で、その広さは東京ドーム約507個分に相当します。1974年に道立自然公園に指定され、「幻の魚イトウ」が息息する神秘的湖として知られています。

・日本最寒記録マイナス41.2度

1978年に母子里（もしり）地区でマイナス41.2度を記録しました。気象庁の公式記録からは外れていますが、実質的には幌加内町が「日本最寒の地」とされています。



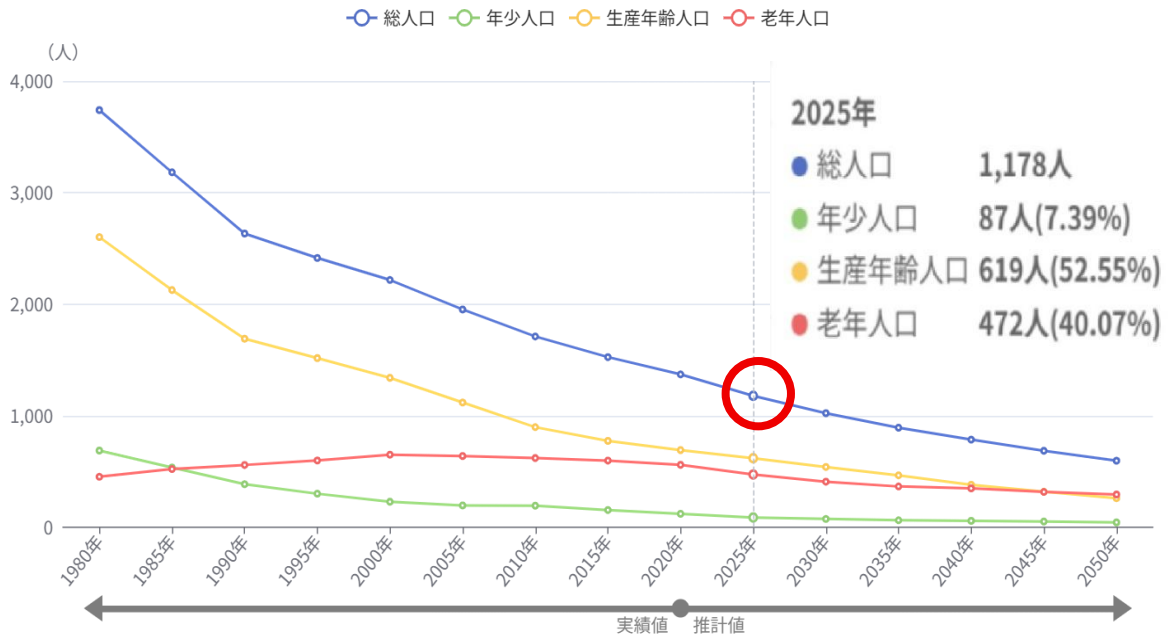
②人口動態

人口は、昭和30年の12,107人をピークに年々減少し、令和7年9月末現在には約1,207人と最盛期から比べると約1/10となっており、人口減少に歯止めがかかっていない現状となっています。

令和7年10月末現在、1平方キロメートルあたり1.57人という全国トップクラスの人口密度の低さであり、小規模事業者の経営環境としてはもともと厳しいものがあります。地域自体の衰退、住民の高齢化が小規模事業者の活性化や経営に大きな影響を与えています。

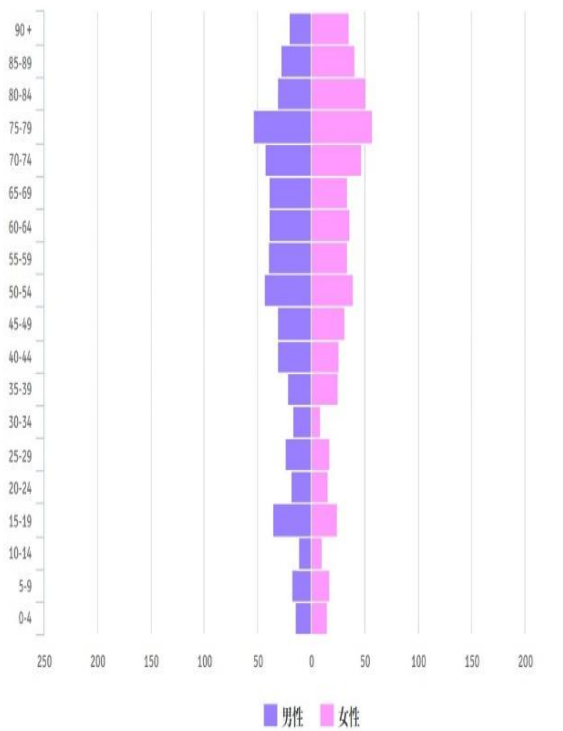
また近年の推移からさらに人口減少が加速することが下記のとおり予想されており、令和17年（2035年）には892人まで減少すると推計されています。

【幌加内町の将来人口推移】

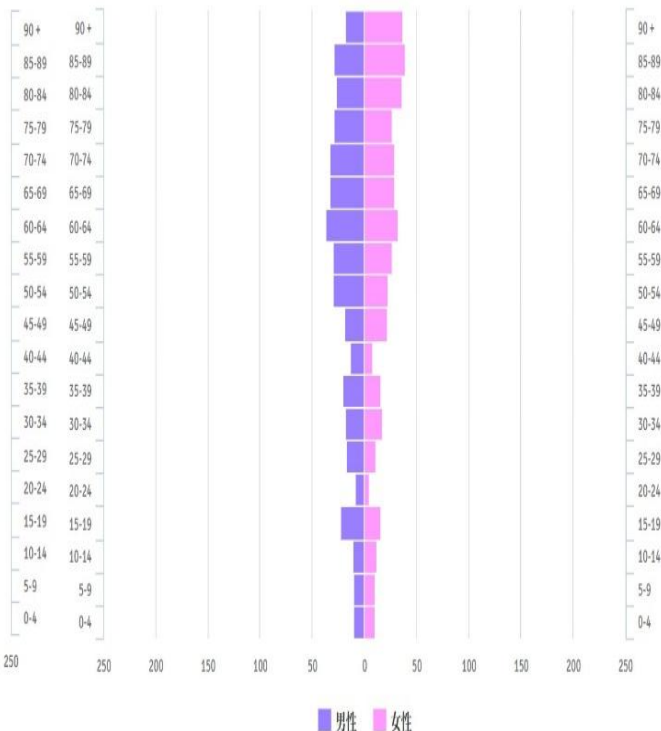


(出典：総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」)

幌加内町の人口ピラミッド 2025 年



幌加内町の人口ピラミッド 2035 年



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地域産業

A) 農業

幌加内町の基幹産業である農業は、町の活力とブランドを支える最も重要な分野です。特に幌加内町は昼夜の寒暖の差が激しく冷涼な気候、日中の気温上昇を穏やかにする朝霧などの自然条件がそば栽培に適しており、そばの生産量および作付面積において日本一を誇る「幌加内そば」の産地となっています。また、幌加内町の農業産出額は9億5千万円となっております（2020年農林業センサスより）

農業を取り巻く環境は、輸入農産品との競合に加え、従事者の高齢化と担い手不足により依然厳しい状況にあります。農家一戸あたりの経営面積は農家数の減少に伴って大規模化が進んでいるものの、中・小規模農家の割合も多く、その多くが高齢化や後継者不足の課題を抱えています。

この課題に対応するため、農業経営の強化、安心・安全な農作物の確保に向けた技術開発、およびそばを中心とした高付加価値化・ブランド化を進めていく必要があります。

特に注目されるのが、町立の北海道幌加内高等学校の存在です。同校は、地域資源であるそばを活かし、全国唯一の「そば」の授業を必須科目に取り入れた農業科高校であり、生徒はそば打ち技術を習得し段位取得を目指しています。また、同校は六次化産業化教育にいち早く取り組むなど、地域資源を活用した教育を通じて、未来の担い手を育成し、地域の活力となる取り組みを展開しています。

B) 観光業

観光は、美味しい「そば」に加え朱鞠内湖（日本一面積の広い人造湖）や、美しい景観等（そばの花）による自然環境を生かし、日本一の「そばの町」としてPRを行っております。また、町民も観光に携わるべく、地域住民が参加する「そば活性化協議会」を組織して、「NPO法人」（民間）、観光協会、町とそれぞれが連携して積極的に活動しています。

主な課題としては、人材確保や滞留人口での活性化の基礎インフラとなる滞在・居住施設が不足しており、宿泊施設は町内に2件、朱鞠内地区に3件と少なく、不便を感じている人が多いのが現状です。

イベントは、町内最大の幌加内そばの「新そば祭り」が第30回をもって終了するなど、それに代わるイベントの開催が課題となっておりますが、7年度には初めて朱鞠内湖での「アウトドアフェス」を開催するなど、当町の自然の魅力を体感頂く内容で流動人口の増加に向け取り組んでいます。

また、多くの観光客等に幌加内を理解して頂くため、特に地域資源を最大限活用した体験・滞在型の観光を重点に情報発信（SNS・パンフ・インターネット）を行っております。しかしながら、現状としては散発的に情報発信を行っている状況なので、それらの情報を一元的に集約・管理し、効果的に発信する機能・体制を整備する事が今後必要になってくると考えております。

C) 商工業

幌加内町の商工業は、人口減少と高齢化の影響を最も強く受けており、地域経済の活性化と生活サービス維持が喫緊の課題となっています。

また、現在の小規模事業者のうち、そのほとんどに後継者の予定がおらず、このまま手を打たなければ、今後10年以内に廃業する恐れがあり、これには住民生活に不可欠な飲食・小売業などの生活関連業種や、地域の基幹産業であるそば関連の製造業も含まれています。

しかし、町でも地域経済の活性化を図るべく、幌加内町商工業振興奨励補助金【注釈1】を創設し5年間で39件の活用があり、事業計画策定推進に効果的であったことから、さらに小規模事業者を手厚く支援するため補助率を1/2から2/3に引き上げられております。

区 分 業 種	商工業者数		小規模 事業者	特徴と課題
	R1 年度末	R6 年度末		
建設業	9	9	6	公共工事の増加により、売上は順調です。しかし人手不足や経営者の高齢化、後継者不在のリスクが高いです。
製造業	6	6	4	そばの生産日本一を背景に製粉業が多いです。
卸業	1	1	1	消費の町外流出が高く、新たな収益の柱や事業の転換が課題となっています。
小売業	14	14	12	最近の5年間では横ばいではありますが、10年前と比較すると6件の減少と、一番の減少率が高い業種となっており、今後高齢化に伴う廃業が多いと予想され、購買力の80%以上が町外に流出しています。
飲食・宿泊業	10	11	11	飲食業においては、物価高騰により利益の減少による事業継続が危ぶまれている。また観光客へのサービス提供の役割もある。宿泊業については、宿泊場施設少ないのが現状。
サービス業	7	6	5	高齢化により事業所数が減少してきており、事業承継が急がれます。
その他	20	19	16	商工会員ではない、農業関係者が多いのが特徴です。
合 計	67	66	55	

令和7年3月31日現在

【注釈1】 幌加内町商工業振興奨励補助金

事業計画策定し自ら取り組む下記事業に助成する制度

- ①店舗等建設事業（3分の2助成） ②店舗等建設用地取得事業（100万円限度）
 ③機械設備導入事業（3分の2助成） ④担い手経営支援事業（100万円）
 ⑤新事業開発研究事業（3分の2助成） ⑥インバウンド対策事業（3分の2助成）

④幌加内町における小規模事業者の現状と課題

【現状】

幌加内町の小規模事業者は、町全体が直面している極めて深刻な人口減少と高齢化の波に晒され、事業継続が危ぶまれる厳しい状況にあります。

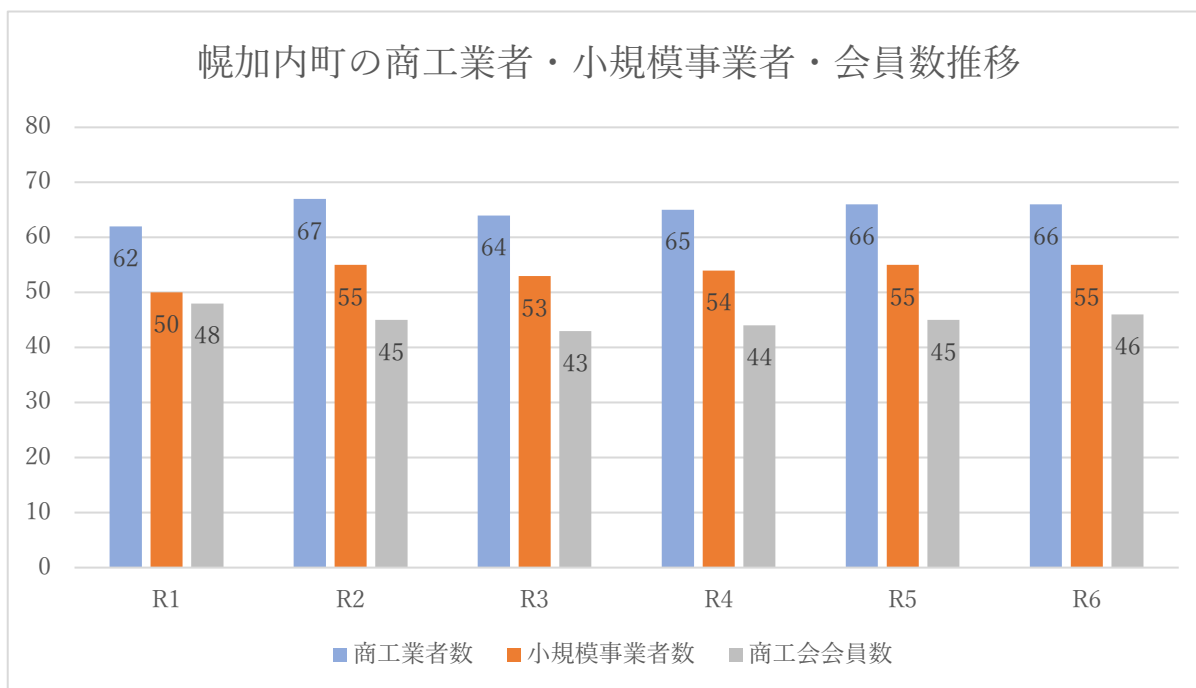
町の人口は昭和30年の12,107人をピークに減少し続け、令和7年9月末現在では1,207人と約1/10となり人口減少に歯止めがかかっておらず、令和17年（2035年）には892人まで減少すると推計されています。

令和4年1月現在の高齢化率は41.2%と全国平均より8.7ポイントも高く、超高齢化社会が急速に進んでいることが特徴です。このような背景から、商工業を構成する小規模事業者の経営環境は厳しく、地域自体の衰退が経営に大きな影響を与えています。

特に問題なのは、事業所の減少と後継者不在リスクです。小規模事業者の数は、令和7年3月末現在で55事業所となっています。この55事業所のうち25%にあたる14件が70歳以上の事業主であり、後継者の予定がない事業者がほとんどであるため、このまま手を打たなければ、今後10年以内に住民に欠かせない食料品小売等の生活関連業種が廃業する恐れがあり、地域住民の生活の利便性に支障をきたすことが予想されています。

町内の事業所・団体に対し実施した町民アンケートの回答によると、人口流出・住民の高齢化・

後継者不足による衰退・購買力低下・新規事業の停滞・人材不足」などが挙がってきています。この売上不振の背景には、隣接する旭川市や士別市などの大型商業施設への購買力流出があります。買い物動向調査によると、「衣料品・家具家電・書籍・医薬品等」の生活必需品—の80%以上が町外に流出しており、食料品等—で63%が町外へ流出している状況です。さらに、町民アンケートの結果を見ると、「やや住みにくい」「住みにくい」と回答した人が合わせて36%。将来定住意向がない層も38%と高く、住民の最低限の生活基盤の再構築という町の根本的な課題と密接に結びついています。



【課題】

幌加内町の小規模事業者が現在直面している課題は、地域社会全体の構造的な危機と密接に結びついており、事業承継の欠如、地域市場の縮小、および経営環境の近代化の遅れという複合的な問題があります。

最も緊急性の高い課題は、事業所数の継続的な減少を抑制することです。令和7年3月末時点で55事業所である小規模事業者のうち25%にあたる14事業所が70歳以上の事業主であり、そのほとんどが後継者不在の状態です。このまま対策がなされなければ、今後10年以内に、住民の日常生活に不可欠な食料品小売業などの生活関連業種や、地域の基幹産業に関わる製造業、飲食店などが廃業する恐れがあり、地域住民の生活の利便性に深刻な支障をきたすことが予想されています。したがって、親族内承継だけでなく、第三者承継を含めた実現可能な事業承継支援を円滑に進めることが喫緊の課題とされています。

次に、重要な課題は、縮小する地域市場の中でいかに売上を維持・向上させるかという点です。人口減少と高齢化に伴う購買力の低下に加え、近隣の旭川市や士別市などの大型商業施設への購買力流出が長年続いており、生活必需品については80%以上が町外に流出しています。経営者は「売上、受注の停滞」を経営上の最大の問題点として認識しており、この課題を克服するためには、日本一の「そば」という地域資源を最大限に活用し、既存商品のブラッシュアップや新商品・新サービスの開発を行うことで新たな需要を開拓し、成功事例や他の事業者に波及させる取り組みが必要不可欠です。

また、人材不足と経営のデジタル化への対応の遅れも深刻です。あらゆる職域で求人・人材難が問題となる中、少人数での運営効率化を図るために、SNSを活用した情報発信やキャッシ

ユレス決済、AI技術の普及といった市場環境の変化に対応するためのデジタル活用力の強化が喫緊の課題となっています。しかし、小規模事業者の経営者は高齢化の傾向もあり、自社の経営状況を把握して事業計画を作成するという意識が十分に浸透しておらず、デジタル化への対応も遅れているのが現状です。

最後にこれらの課題は、住民が町を「やや住みにくい」「住みにくい」と感じ、約36%が町外への転出を希望しているという、住民の定住意向の低さという根本的な問題と連動しています。そのため、小規模事業者の事業継続支援は、単なる経済対策ではなく、交通手段や日常の買い物といった生活基盤の利便性を再構築し、町民が安心して住み続けられる環境を維持するための、行政全体の重要課題ともなっています。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 地域ブランドの確立

10年後における地域のあるべき姿：本町の第8次総合振興計画（2025年～2034年）の施策方針では「人に自然にやさしい故郷づくり～夢と誇りを持って生きいきと暮らすまち～」をテーマとし、“3つの日本一がある町”という特色のもと、地域創生に取り組んでいます。

※3つの日本一

- ① そば畑の面積・収穫量
- ② 日本最大の人造湖「朱鞠内湖」
- ③ 最寒記録マイナス41.2度

※3つのブランド力

- ① 幌加内そば
- ② 朱鞠内湖
- ③ 幌加内高等学校

上記の3つのブランド力の磨き上げによって、地域経済の循環を維持しつつ、住民の生活基盤を支え、かつ地域外からの需要を獲得する、持続可能で活力ある産業構造を確立していく必要があります。

10年後を見据えると町内の人口は、約1200人から約900人まで減少するという厳しい現実を直視し、小規模事業者、後継者不在による廃業リスクが最も高い業種である小売業や飲食業などにおいて、第三者承継を含めた事業承継を円滑に進めることで、地域住民の生活に必要な不可欠な商業機能の維持を確実に図っていくことが求められます。

当商工会では、幌加内町が掲げる総合振興計画と方向性を同じくし、「誇りと活力のあるまち」を目指し、事業者の事業承継や事業が継続できるように、売上・利益の確保を支援してまいります。この10年間、少しでも地域内の事業者の減少を抑えて、地域住民の生活に必要な不可欠な店舗・サービス等の商業機能を維持していくと共に、コミュニティの維持を図り、地域の持続的な発展を目指すことで、幌加内町とともに小規模事業者の課題解決に取り組めます。

また、当町の地域資源のメインはそばであり、「そばの町」としてさらに発展するために地域資源を生かした特産品の開発、既存商品のブラッシュアップを行い、販路拡大支援の継続実施で小規模事業者の売上拡大、収益力アップを目指し、地域経済の循環を維持し、地域の振興につなげてまいります。

② 観光と連携した産業振興

10年後における地域のあるべき姿：幌加内そば・朱鞠内湖・幌加内高等学校の三つのブランド力が磨き上げられ、年間を通じて自然環境を積極的に活用した多角的な体験型コンテンツが確立されることです。

具体的には、朱鞠内湖については、幻のイトウをシンボルとしたトラウトフィッシングや、全

国のキャンパーが憧れる湖畔キャンプ場の整備を進めることで、世界のアウトドアファンが集うフィールドが創出されます。また、最寒記録マイナス41.2度という豪雪・寒冷地としての気候条件を逆手に取り、雪資源や寒冷条件を活用した冬季体験ツアー（ワカサギ釣り体験など）が充実し、季節による観光客の偏りが是正されている状態を目指します。

これらの体験コンテンツを起点として、宿泊・飲食・そば打ち体験、そば粉や加工品の物販が、回遊マップや観光情報の一元化窓口を通じて回遊導線でも有機的に結び付けられます。平日・閑散期にも、地元の資源を活かした着地型ツアーを創出することや、需要の高い時期には最適な価格設定にすることで、観光客の誘致における需給最適化を図ります。

理由：観光客の訪問動機を通過型から体験価値へと転換させ、短時間滞在と季節偏在の是正を図っていき、これにより地域経済の循環を維持し、小規模事業者の収益力を向上させることとなります。

特に、日本一のそば生産や朱鞠内湖の漁業などの地場産業と連携し、六次化産業化や特産品開発を推進することで、旅行者一人あたりの消費拡大を図り、観光の経済効果を地域の小規模事業者へ広く波及させます。

また、観光客の利便性向上を図るための施策としてキャッシュレス決済の導入を支援し、対応率を5年後までに50%へ引き上げることで、観光客の消費行動を円滑にし、消費単価の増加に直接貢献します。この取り組みは、幌加内町の観光が抱える短時間滞在や季節偏在の課題を克服し、観光による地域経済への波及効果の核心指標（単価・滞在・売上）を最大化していきます。

③起業・創業

10年後における地域のあるべき姿：小規模事業者の高齢化に伴う廃業リスクを抑制し、新規創業者の確保に努めます。新規創業者には、商工会窓口での相談指導を実施するとともに、幌加内町や北海道の創業者向けの補助施策のPRを積極的に行います。創業希望者には、近隣都市部の商工会などが開催する「創業塾」やセミナーへの受講を促します。

また、専門性の高い分野の創業者に対しては、専門家を招聘した個別相談会を実施し、実現性の高い事業計画策定を支援します。

理由：幌加内町において、人口減少と高齢化に伴う廃業リスクを抑制し、地域住民の生活に必要な不可欠な商業機能とコミュニティの維持・継続を図るため、新規創業者確保が喫緊の課題です。創業者に対して、「窓口相談、補助金PR、専門家による個別事業計画策定」を実施することで、地域資源を活用した高付加価値化や外需獲得に繋がる創業の質を向上させ、地域経済の活性化と持続的な発展を目指します。

④事業承継支援

10年後における地域のあるべき姿：地域住民の生活の利便性を維持するために不可欠な小売店、飲食店、製造業を含む要支援企業において、親族内承継および創業者による第三者承継の体制が確立し、危惧される小規模事業者の減少を抑制していきます。

具体的には、後継者候補の育成（幌加内高校生を含む多様な人材の確保）や、北海道事業引き継ぎ支援センター等の専門機関と連携した第三者承継の市場が整備され、高齢により廃業が懸念される必要不可欠な事業所の承継が計画的に完了している状態を目指します。

承継後は、磨き上げ支援が継続的に行われることにより、承継後の事業所が売上・利益のV字回復と雇用維持を実現し、「誇りと活力あるまち」の基盤を支えていく必要があります。

理由：70歳以上の事業主が25%を占めるという現実から、このまま対策を講じなければ、今後10年以内にこれらの事業所が廃業し、地域住民の生活の利便性に支障をきたすことが予想されます。特に人口減少と購買力流出が続く中で、地域にとって欠かせない業種の維持が、地域住民の生活基盤の維持に直結していきます。

この危機を回避するためには、早期の事業承継計画の策定が不可欠であり、親族承継だけでなく、金融機関、税務・法務の専門家との連携を強化し、実現可能な事業承継を円滑に進める仕組みが求められます。そして、承継後の事業所が安定して成長軌道に乗るよう、売上向上や利益確保を目的とした経営改善まで切れ目なく伴走型支援を実施し、承継された事業所の持続的な発展を目指します。

⑤デジタル化推進

10年後における地域のあるべき姿：商工会と連携し「グーペ」や「JIMDO」といった使いやすいツールを利用したホームページ作成サービスを利用した情報発信を推進し、SNSと連動させ、効果的な情報発信を図ることで、新たな需要開拓の機会を創出します。

理由：ECサイト構築とSNS活用によるオンライン販路の強化は、購買力が町外に流出しやすい状況の中で、町外からの需要を安定的に獲得し、売上を拡大するために重要となります。

⑥生活関連サービス維持（買い物）

10年後における地域のあるべき姿：住民が不便を感じている日常の買い物については、食料品や生活関連サービスの共同購入の仕組みが確立され、地域の拠点施設が荷物受取などの複合的な生活支援サービスを提供することで、住民の町に対する満足度が向上していきます。

理由：町民アンケートで約4割近い住民が町外への転出を希望し、その主な理由が交通手段や日常の買い物の不便さであるという、地域の持続性を左右する厳しい現実を是正するために不可欠です。2035年には人口が約900人まで減少すると予測され、需要密度の低下が避けられない広大な地理的条件のもとで、住民生活の最低限の生活基盤である基礎サービスを維持し続けるには、小規模事業者の事業継続と連携した買い物困難者対策が必須となります。生活インフラの維持は、転出の抑制および雇用の維持・確保に直結し、住みやすい環境を提供することで、地域の持続性と「町民が夢と誇りを持って生きいきと暮らすまち」を実現します。

(3) 経営発達支援事業の目標

①：地域ブランドの確立

支援計画の認定期間（5年間）目標

KG I：5年間で支援事業者の売上高50万円増加

KP I：展示会への出展5年間で5回、商談成立件数5年間で10件

設定した理由：人口減少に伴う域内市場の縮小という課題に対応するため、「幌加内そば」の高付加価値化とブランディングを推進し、地域外の需要を獲得して収益性を向上させます。

②：観光と連携した産業振興

支援計画の認定期間（5年間）目標：

KG I：観光関連売上5年後10%増、消費単価5年後5000円増

KP I：キャッシュレス対応率5年後50%

設定した理由：幌加内町の観光が抱える短時間滞在や季節偏在の課題を克服し、観光による地域経済への波及効果の核心指標（単価・滞在・売上）を最大化し、地域全体の活性化を実現します。

③：起業・創業

支援計画の認定期間（５年間）目標：

K G I：５年間で５件

K P I：創業による事業計画策定事業者数５年間で５件、創業による補助金採択５年間で５件。

設定した理由：高齢化による廃業リスクの深刻化に対応し、地域の必要な商業機能を維持し、創業の継続と売上、創業プロセスを定量化し、支援が停滞しているところを特定して改善してきます。

④：事業承継支援

支援計画の認定期間（５年間）目標：

K G I：事業承継５年間で５件

K P I：事業承継診断実施５年間で３０件、事業承継計画策定５年間で５件

設定した理由：K G Iは、小規模事業者の２５％が７０歳以上の事業主であり、後継者不在による生活関連業種の廃業リスクが極めて高く、承継後の事業者の経営体質の強化をしていきます。

K P Iは、承継が停滞しやすい診断から計画策定、第三者承継、そして事業の磨き上げに必要な後継者の育成や金融支援を行います。

⑤：デジタル化推進

支援計画の認定期間（５年間）目標：

K G I：E Cサイトによる売上５年間で１０％増加

K P I：E Cサイト開設５年間で５件

設定した理由：K G Iは人口流出や住民の高齢化、購買力の低下により地域内の市場が縮小しているという厳しい現実を直視し、地域経済を存続させるために地域外からの安定的な需要を獲得し、売上を拡大していきます。K P Iは、経営者の高齢化やI T知識不足によりデジタル化（D X）が停滞している現状があるため、使いやすいツールを利用し支援してきます。

⑥：生活関連サービス維持（買い物）

支援計画の認定期間（５年間）目標：

K G I：「住みにくい・やや住みにくい」と回答した住民の割合を５年後現状の３６％から２５％へ削減

K P I：転出者数５年後５％減少

設定した理由：生活の不便性が、人口急減どころか、現在の町民さえ転出希望が多いという問題が生じているため、「暮らしたくなる生活環境の整備・充実」を目指していきます。

※地域の裨益目標

「幌加内そば」をはじめとする地域ブランド力を強化し、観光連携やデジタル化推進を通じて域外需要と交流人口を安定的に獲得することで地域経済の活性化を図るとともに、事業承継・創業支援を推進し、買い物困難者対策を含む生活関連サービスの維持を確実にを行うことで、住民の定住環境を確立し、町の持続的な発展に貢献していきます。

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8年4月1日 ～ 令和13年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

①：地域ブランドの確立

達成方針1：販路の多層化（BtoB/BtoC）と地域外の需要獲得に向けた伴走支援の強化

小規模事業者の「稼ぐ力」を抜本的に強化するため、首都圏や大都市圏など購買力の高い商圏に向けた販路の「多層化」と「戦略的な需要獲得」を実現します。KGI（5年間で50万円増加）達成に直結する地域外からの安定的な需要を獲得するため、販路拡大支援を継続的に実行します。具体的には、KPIである展示会や商談会（5年間で5回出展、10件商談成立）への参加を重点的に支援し、特に首都圏や大都市圏など購買力の高い商圏でのBtoB（商談会）およびBtoC（物産展等）の販路開拓を強化します。この際、経験の浅い小規模事業者に関しましては、確実に成果を出せるよう、出展前のターゲット市場分析や販促資料作成支援から、出展後の商談フォローアップなど一貫した伴走支援を提供することで、「経営の自走化」に向けた実践的なノウハウを定着させます。

加えて、ECサイト構築、SNSなどの活用を推進し、オンライン販路を強化することで、販路の多層化を図り、地域外への情報発信力を徹底的に高め、地理的な制約を越えて「稼ぐ力」を最大化する新たな需要開拓の機会を創出します。

設定した理由：幌加内町の商業は、長年にわたり旭川市や士別市などの大型商業施設へ購買力が流出しており、域外需要の獲得が必須です。KPIに設定された展示会や商談会への出展は、首都圏や大都市圏など購買力の高い商圏へ直接アプローチし、新規顧客やバイヤーを拡大するために重要となるため、事前準備から商談後のフォローアップまで一貫したきめ細かな伴走支援を行い、事業者が自立的に市場を開拓できる「経営の自走化」を促します。さらにECサイト構築やSNS活用は、IT活用による情報発信を強化し、事業者の「稼ぐ力」を支え、地理的な制約を越えて新たな需要開拓の機会を創出されるものとなります。

達成方針2：「3つのブランド力」を活かした「観光・交流」との連携強化

「3つのブランド力」を最大限に活用し、観光・交流事業との連携を強化して地域全体の活力を高めます。幌加内町の将来像である「町民が夢と誇りを持って生きいきと暮らすまち」を実現するため、「幌加内そば」「朱鞠内湖」「幌加内高等学校」という3つのブランド力を相乗的に磨き上げます。また、そば打ち体験といった既存の観光プログラムに加え、幻の魚イトウが住む朱鞠内湖を核としたアウトドア・フィッシング（ワカサギ釣り体験など）や冬季の最寒記録を逆手に取った体験ツアーなど、地域の潜在資源を活用した体験型観光プログラムの創出を支援し、地域経済の循環を維持するための交流人口の増加を図ります。

設定した理由：幌加内町は「そばの生産量」「朱鞠内湖」「最寒記録」の3つの日本一を誇り、これらに「幌加内高等学校」を加えた3つのブランド力を磨き上げることが、町の目指す将来像「町民が夢と誇りを持って生きいきと暮らすまち」の実現過程として位置づけられています。このブランド力を活かし、朱鞠内湖を中心とした幻の魚イトウ釣りやそば打ち体験といった潜在的な観光資源を研究発掘し活用すること、そして幌加内高校の「そば教育」などの個性を大都市にアピールすることは、地域外との交流を積極的に促進し、地域の認知度上昇を図ることに直結します。交流人口の増加は、特産品の購買機会を増やし、小規模事業者の売上アップに貢献し、地域経済の循環を目指していきます。

②：観光と連携した産業振興

達成方針1：「3つのブランド力」を活かした「観光・交流」との連携強化し、消費単価の向上

「3つのブランド力」を最大限に活用し、観光・交流事業との連携を強化して地域全体の活力を高めます。幌加内町の将来像である「町民が夢と誇りを持って生きいきと暮らすまち」を実現するため、「幌加内そば」「朱鞠内湖」「幌加内高等学校」という3つのブランド力を相乗的に磨き上げます。また、幻の魚イトウが住む朱鞠内湖を核としたアウトドア・フィッシング（ワカサギ釣り体験など）や冬季の最寒記録を逆手に取った体験ツアーなど、地域の潜在資源を活用した体験型観光プログラムの創出を支援し、地域経済の循環を維持するための交流人口の増加を図ります。

また、観光客一人当たりの顧客単価を高め、日本一のそば生産や朱鞠内湖の漁業等の地場産業と観光を緊密に連携していき、消費単価の向上を目指します。

設定した理由：幌加内町は「そばの生産量」「朱鞠内湖」「最寒記録」の3つの日本一を誇り、これらに「幌加内高等学校」を加えた3つのブランド力を磨き上げることが、町の目指す将来像「町民が夢と誇りを持って生きいきと暮らすまち」の実現過程として位置づけられています。このブランド力を活かし、朱鞠内湖を中心とした幻の魚イトウ釣りやそば打ち体験といった潜在的な観光資源を研究発掘し活用すること、そして幌加内高校の「そば教育」などの個性を大都市にアピールすることは、地域外との交流を積極的に促進し、地域の認知度上昇を図ることに直結します。交流人口の増加は、特産品の購買機会を増やし、小規模事業者の売上アップに貢献し、地域経済の循環を目指していくことに繋がります。

達成方針2：キャッシュレス決済の導入推進

観光客の来訪や購買行動における手間を解消し、観光による経済効果を地域の小規模事業者へ広く普及させていきます。特に、観光客の利便性向上を図るための施策として、キャッシュレス決済の導入を支援し、対応率を5年後までに50%へ引き上げるというKPIを達成します。これは、観光客の消費行動を円滑にし、消費単価の増加に直接貢献するためです。

設定した理由：キャッシュレス決済の導入支援（対応率50%）は、購買プロセスを円滑にし、消費単価の増加に直接貢献します。特に町外からの訪問者や外国人観光客の利便性が向上し、観光の経済効果が小規模事業者へ広く波及していきます。

③：起業・創業支援

達成方針1：潜在的な創業希望者の掘り起こしと実現性の高い事業計画策定支援を確立します

幌加内町が直面する小規模事業者の高齢化による廃業リスクの深刻化に対応し、KGI（5年間で5件）およびKPI（事業計画策定5件、補助金採択5件）の達成を目指すため、潜在的な創業希望者の能動的な掘り起こしと、実現性の高い事業計画策定を行い、伴走支援体制を確立します。具体的には、創業セミナーを単に窓口で待つのではなく、近隣都市部の商工会などが開催する「創業塾」やセミナーへの受講を促すことで、地域外の潜在的な希望者を積極的に掘り起こします。掘り起こされた希望者に対しては、商工会窓口での相談指導を基本とし、特に専門性の高い分野の創業者については、中小企業診断士などの専門家を招聘した個別相談会を計画的に実施します。これにより、地域資源を活用した高付加価値化や外需獲得に繋がる、質の高い実現性の高い事業計画の策定（KPI 5件）を集中的に支援します。さらに創業初期の撤退リスクを抑制するため、幌加内町や道の創業者向け補助施策のPRを積極的に行い、事業計画策定と同時に創業融資や補助金採択（KPI 5件）を支援することで、創業の継続性と質の向上を確実に図り、地域住民の生活に不可欠な商業機能の維持を目指します。

設定した理由：高齢化による廃業リスクと地域住民の生活に不可欠な商業機能の維持が喫緊の課題です。そのため、単に窓口で待つのではなく潜在的な創業希望者を能動的に掘り起こし、専門家と連携して実現性の高い事業計画策定と資金調達を支援することで、創業の継続性と質を向上させるため支援していきます。

④：事業承継支援

達成方針1：小規模事業者の早期事業承継診断の実施と、計画策定から承継後の経営強化まで伴走支援します。

KPI達成に向けて事業承継診断の実施（5年間で30件）を最優先で推進します。現在70歳以上の事業主であり、後継者予定のない事業者がほとんどです。そのため、小売店、飲食店、製造業など、地域住民の生活の利便性を維持するために不可欠な業種を要支援企業として、経営者の資産、知的財産、人材の棚卸しを含む早期診断を実施します。

特に、親族内承継が困難な事業者に対しては、北海道事業引き継ぎ支援センターや金融機関、税務・法務の専門家を招聘した個別相談会や、承継計画策定（KPI5年間で5件）に必要な経営分析を実施していきます。

さらに、承継はゴールではなくスタートであるという認識のもと、承継完了後の事業所に対しては、売上向上や利益確保を目的とした経営改善支援を継続的に実施します。承継後の事業所の売上・利益のV字回復と雇用維持を実現することで、「誇りと活力あるまち」の基盤を支えていきます。

設定した理由：小規模事業者の25%が70歳以上の事業主であり、このまま対策を講じなければ、地域にとって欠かせない生活関連業種が今後10年以内に廃業し、地域住民の生活利便性に重大な支障をきたすことが予想されるためです。

早期に事業承継診断（KPI30件）を実施し、潜在的な承継ニーズを掘り起こすことで、親族承継だけでなく第三者承継を含む多様な選択肢を確保する必要があります。そして、承継を確実にするために、事業承継計画の策定（KPI5件）を計画的に支援していきます。

⑤：デジタル化推進

達成方針1：商工会と連携し、使いやすいツールとSNSを活用して域外からの需要を開拓・拡大していきます。

この取り組みの核心は、ECサイト構築とSNS活用によるオンライン販路の強化です。これは、購買力が町外に流出しやすい状況の中で、町外からの需要を安定的に獲得し、売上を拡大するために重要となります。

特に商工会は、全国商工会連合会が提携する「グーペ」や多機能で無料の「JIMDO」といったツールを利用し、スマートフォンでの閲覧を念頭に置いたPR戦略を推進することで、デジタル化を支援します。また、YouTubeなどの動画コンテンツや、Facebook、インスタグラムといったSNSと連携させることで、効果的な情報発信を図ります。

設定した理由：2035年の幌加内町の人口は約900人にまで減少することが予測されています。また、食料品などの購買力の約80%以上が町外に流出している現状があります。地域経済を存続させるためには、地域外からの安定的な需要を獲得し、売上を拡大していくことが不可欠であるため、ECサイトによる売上増を目標とします。ただ、70歳以上の事業主も多く、後継者不在の問題も抱えているため、デジタル化への参入障壁も高い状況です。

このため、使いやすいツール（グーペやJIMDOなど）を利用し、デジタル化を促進するための伴走型支援を集中的に行うことで、ECサイトの開設を達成していきます。

⑥：生活関連サービス維持（買い物）

達成方針1：地域の拠点集約により買い物の不便を解消し、住民の転出を抑制していきます。

地域の拠点施設が荷物受取などの複合的な生活支援サービスを提供することで、住民の町に対する満足度を向上させることを目指していきます。

2035年には人口が900人まで減少すると予測されており、需要密度の低下が避けられません。そのため、住民生活の最低限の生活基盤である基礎サービスを維持し続けるには、小規模

事業者の事業継続と連携した買い物困難者対策が必須となります。生活インフラの維持は、転出の抑制および雇用の維持・確保に直結し、「町民が夢と誇りを持って生きいきと暮らすまち」を実現するための重要な施策となります。

設定した理由：町民アンケートで約4割近い住民が町外への転出を希望し、その主な理由が交通手段や日常の買い物の不便さであるという、地域の持続性を左右する厳しい現実を是正するために不可欠です。2035年には人口が約900人まで減少すると予測され、需要密度の低下が避けられない広大な地理的条件のもとで、住民生活の最低限の生活基盤である基礎サービスを維持し続けるには、小規模事業者の事業継続と連携した買い物困難者対策が必須となります。生活インフラの維持は、転出の抑制および雇用の維持・確保に直結し、住みやすい環境を提供することで、地域の持続性と「町民が夢と誇りを持って生きいきと暮らすまち」を実現します。

※地域への裨益目標達成に向けた方針

町の将来像である「町民が夢と誇りを持って生きいきと暮らすまち」の実現を目指していきます。

- ①地域ブランドの徹底的な磨き上げと経済活性化を図ります。日本一の「幌加内そば」と「朱鞠内湖」と「最寒記録-41.2度」などの「3つのブランド力」を相乗的に活用し、首都圏や大都市圏への戦略的な販路多層化（BtoB/BtoC）とデジタル化（ECサイト・SNS）を推進することで、地域外からの安定的な需要を獲得し、小規模事業者の収益力と「稼ぐ力」を強化します。同時に、朱鞠内湖でのアウトドア体験や冬季ツアーといった体験型観光コンテンツの創出を支援し、交流人口の増加と消費単価の向上を目指します。
- ②地域生活の維持に不可欠な商業機能の確保を最優先で図ります。小規模事業者の高齢化による廃業危機を回避するため、要支援企業に対する早期の事業承継診断（KPI 30件）と第三者承継を含む計画策定を支援し、起業・創業の促進も並行して行います。これにより、小売業や飲食業などの住民生活に欠かせないサービスの存続を図り、事業者が自立的に経営を継続できる「経営の自走化」を促します。
- ③住民が安心できる生活環境の整備を推進します。生活関連サービスの継続と連携した買い物困難者対策や拠点集約を進め、「住みにくい」と回答した住民割合の削減（36%から25%へ）を目指すことで、地域の持続性を脅かす転出傾向を抑制し、地域社会の基盤を維持します。

I. 経営発達支援事業の内容

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

第2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巡回訪問、窓口相談時に随時情報提供を行いました。しかし、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有効活用できたとは言えませんでした。

【課題】

第2期では、補助金申請時における相談等の事業者に対しての情報提供および活用にとどまり、地域の小規模事業者が自らを取り巻く経営環境として認識するに至らず、調査結果を十分に活用しきれませんでした。

第3期では、ビッグデータの活用については小規模事業者が見やすく、判り易い情報に整理し興味を持ってもらうよう提供の仕方を改善し実施することが必要と考えます。

(2) 目標

	公表方法	現行	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
①独自の経済動向分析の公表回数	HP掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回
②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

(3) 事業内容

① 独自の地域経済動向調査の実施

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）に配布して調査します。

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、経営指導員及び職員が、そのデータを整備し読み取り、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します。また集計分析した結果を、ホームページに掲載して小規模事業者へ情報提供を行います。

【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、集計分析をします。小規模事業者へホームページ・会報等で情報提供します。

② 国が提供するビッグデータの活用

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、経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）による経済動向分析を行い、

地域や自社を取り巻く環境などの情報を提供します。

分析結果を年1回ホームページで公表し、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します。

【分析手法】

ア) 「地域経済循環マップ」

「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います。

イ) 「産業構造マップ」

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います。

ウ) 「まちづくりマップ」

「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します。

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います。

(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、広く小規模事業者等に周知します。
- ・調査した結果をホームページ上で公表するだけでなく、経営指導員等が巡回訪問時や窓口相談に説明し、小規模事業者との対話の中から事業計画の策定に向けた外部環境把握のための基礎資料として活用します。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

第2期においては、地域の特産品を活用した小規模事業者を中心に、展示商談会への出展を行いました。この際、バイヤーからの情報収集及び消費者の生の声を収集する形で需要動向調査を実施しました。調査した結果は、事業者へフィードバックし、商品のブラッシュアップを行っています。

【課題】

マーケットインの発想よりプロダクトアウトで作りたいもの・作れるものを基準として商品開発をしている傾向が強いので、顧客の立場に立って、買い手のニーズを把握するよう調査内容を改善し、調査結果を商品の開発・改良に活用することが課題です。

(2) 目標

	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
①新商品開発の需要動向調査	—	5者	5者	5者	5者	5者
②商談会・物産展等におけるアンケート調査	2者	2者	2者	2者	2者	2者

①地域資源を利用した新商品開発の需要調査

地域資源である「そば」を活用した新たな商品開発を新規で行うため、町内のそば店でそば粉を原料とした新たな商品を開発する。マーケットインで顧客の要望やニーズをくみ取ってどのような商品を開発すればよいかを調査する。そば店の来店客にアンケートを実施し、調査結果を分析したうえで当該5店にフィードバックすることで新商品開発につなげる。また、事業計画の策定及び見直しに向けたデータとして活用します。

- 【支援対象者】 事業計画を策定し、需要開拓を目指す小規模事業者の内、主に飲食業・小売業、製造業等による売上拡大を図る意欲がある事業者
- 【サンプル数】 30名程度
- 【調査項目】 来店者の属性：性別、年齢、居住地区、
商品の属性：希望する新商品、実現してほしい商品、アイデアなど
- 【調査手法】 そば各店にアンケートシートを配布し、来客者に書きやすい雰囲気を与え、待ち時間や食後などに自由に記入してもらう。（7月～10月）
- 【分析手法】 調査結果については必要に応じ専門家の意見を聴きながら内容を経営指導員や職員が集計・分析する。
- 【分析結果の活用】 分析結果は各店にフィードバックし意見を収集し新商品の開発につなげる。

②商談会、物産展等における需要動向調査

地域資源を活用した新商品等について、商談会展展の際は来場したバイヤーに対しアンケート調査を実施し、商品の評価及び適正流通先や価格・容量の改善点及び要望等を調査します。物産展等への出展では、来場した消費者等に対しアンケート調査を実施し、商品の評価及び価格・容量の改善点及び要望等を調査します。調査結果は、商工会職員が集計、分析し出展事業者にフィードバックし、事業計画を見直すことにより商品改良や新たな商品開発に活かします。

- 【調査項目】 味、容量、価格、パッケージデザイン、ネーミング、競合商品との比較特産品としてのイメージ、適正流通先及び地域、プロモーション手法、その他商品の改善点
- 【調査手法】 A4版アンケートシートを活用し、5段階方式での記入及びヒアリングにより調査を実施します。
- 【分析手法】 調査結果については必要に応じ専門家の意見を聴きながら内容を経営指導員や職員が集計・分析する。
- 【サンプル数】 30名程度
- 【支援対象者】 事業計画（地域資源を活用した新商品開発等）を策定し商談会等に出展する小規模事業者
- 【分析結果の活用】 分析結果は経営指導員等が対象事業者に直接説明する形でフィードバックし、商品の改善・改良に役立てる。

※想定される商談会・物産展

【想定される展示会】

(ア) FOOD STYLE JAPAN

概要： 外食・中食・小売業界を網羅する日本最大級の食の商談展示会

主催： FOOD STYLE JAPAN 実行委員会

開催時期： 東京（9月下旬頃）、愛知（10月下旬頃）、大阪（1月下旬頃）、福岡（11月中旬頃）、沖縄（2月下旬頃）

場所： 東京都、愛知県、大阪府、福岡県、沖縄県

来場者数：8231人（FOOD STYLE 中部2025 実績値）
出展社数：340社（FOOD STYLE 中部2025 実績値）

（イ）FABEX関西

概要：惣菜・デリカ・弁当・中食・外食業界の業務用専門展
主催：日本食糧新聞社
開催時期：大阪（11月下旬頃）
場所：大阪府
来場者数：30115人（2024 実績値）
出展社数：3364社（2024 実績値）

（ウ）スーパーマーケット・トレードショー（千葉県）

概要：食品流通業界に最新情報を発信する商談展示会
主催：一般社団法人全国スーパーマーケット協会
開催時期：2月中旬頃
場所：幕張メッセ（千葉県）
来場者数：77305人（2025 実績値）
出展社数：2285社（2025 実績値）

5. 経営状況の分析に関すること

（1）現状と課題

【現状】

決算・確定申告支援によりデータを把握できる事業者へは、記帳ソフトにある経営分析機能を活用し簡易分析を行って提供してきました。

決算・確定申告支援をしていない事業者につきましては、財務分析による売上総利益率、営業利益率、キャッシュフローの推移など一部の分析にとどまっております。

【課題】

これまでは、補助金申請や各種支援施策の利用時に、事業者からの相談を受け、金融支援や税務指導、補助金申請依頼があった際に行う、財務分析を中心とした受動的な支援が中心となっていました。

第3期計画においては、経営指導員等による積極的な経営状況のヒアリングから、財務・非財務の経営分析に繋げていきます。

また、専門的な知見を必要とする場合などは、各種専門家派遣事業を活用しながら支援していきます。

（2）目標

	現行	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
①経営分析事業者数	3者	3者	3者	3者	3者	3者

※現行は7年度見込み

(3) 事業内容

①経営状況ヒアリング調査の実施

【調査内容】

現在使っている、企業問診票を改良し、経営者に回答しやすい内容とし、「企業カルテ」作成への誘導と支援課題の抽出を行います。

【企業問診票記載内容】

調査項目
「はい」「いいえ」「わからない」で回答
1. 経営を見直したい
2. 新たな取り組みがある
3. 自分の企業には技術やノウハウがある
4. 新たな取り組みにも積極的に取り組みそう
5. 自社商品の販路開拓を行いたい
6. 経営計画を策定している
7. 5年以内の目標がある
8. 設備投資を検討している
9. 売上は前年並みを維持できている
10. 経営計画の作成方法を学びたい
11. インターネットで情報発信をしたい
12. 赤字決算が続いている。
13. 売上不振で事業の見直しが必要
14. 今後の資金繰りに不安がある
15. 事業を継続することが困難
16. 事業の継続や再生方法を検討したい

(一部抜粋)

【調査対象者】

巡回訪問等で業種別に地区内構成比率を参考に20企業程度、製造・建設・小売・サービス業に分けてピックアップし行います。

【分析方法】

商工会が現在使用している、改良した企業経営問診票に記載されている「ハイ・イイエ」により回答できる簡単な質問により経営分析への誘導と、「ハイ・イイエ」で答えられる「支援課題自己分析」図を回答してもらい、「持続的発展を目指す支援」「事業承継支援」「事業再生支援」「経営革新支援」などの小規模事業者が求める支援の見える化を図ることで、支援内容の判断材料といたします。

【効果】

本分析調査により、簡潔、的確に小規模事業者が求めている支援メニューが抽出され、企業カルテ作成への誘導と、事業計画策定の基本方針資料として活用可能となります。

②巡回訪問等による経営分析

【目的】

事業計画策定の基となるデータの収集と、気付いていない経営課題を発見する為に行います。

【対象者】

経営状況ヒアリング調査の実施で行った結果を基に企業カルテの作成に意欲的な小規模事業者。

【手法】

ヒアリング調査の実施で行った結果を基に、2種の企業カルテ（通常版、事業再生版）を利用し聞

き取り等にて記載します。記載内容をもとに、売上持続性や収益性といった財務分析並びにクロスS
WOTといった非財務分析を行います。

【企業カルテ記載内容】

共通記載内容	通常版	事業再生版
<ul style="list-style-type: none"> ・ 企業基本情報 ・ 後継者有無 ・ 主要取扱商品とその構成比 ・ 販売先とその構成比 ・ 直近3カ年の売上と営業利益 ・ 環境分析(SWOT分析) ・ 現在の財務・資金繰り状況 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 経営課題 ・ 将来像 ・ 新たな取組と取組に 対する問題点(簡略に) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 再生の方向性(選択式) ・ 原因分析 (業績が悪化した原因) ・ 現在考えられる改善策 (選択式)

【効果】

企業カルテ(通常版)により、自らの経営課題に気付くことができ、事業計画策定に必要な情報を収集することが出来ます。また、企業カルテ(事業再生版)により、経営改善計画書の基となるデータを作成することができ、早急な対応が可能となります。
更に、この企業カルテにより、職員間で情報共有を図ることができ、支援の目的と内容の統一を図ることが出来ます。

③ 専門家派遣による経営分析

【目的】 専門的・高度な経営課題を解決する為。

【対象者】 ①及び②の経営分析により企業カルテを作成し、経営課題として知的財産や企業・事業の譲渡など専門的・高度な経営課題を抱える小規模事業者

【手法】 ミラサボ、よろず支援拠点、北海道、北海道商工会連合会など各種支援機関の専門家派遣制度を活用し高度な経営分析支援を行います。

【分析項目】

【効果】 支援機関の専門家派遣制度を積極的に活用して専門家の高度な経営分析を行い問題解決に向けた取り組みを迅速に実施する事で、小規模事業者の課題解決に繋がり、経営リテラシーの向上に寄与することが出来ます。

(4) 分析結果の活用

分析結果は、当該事業者にはフィードバックし、経営課題を明確にするとともに、今後の方向性を決めるための基礎資料とし、事業計画の策定等に活用します

併せて、分析結果を経営指導員が職員に説明し、情報共有したうえで各種支援を行い、ShokoBizを活用して職員のスキルアップにも活用します。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

1. 事業計画の策定意識と質

第2期事業では、セミナーや専門家派遣を活用し事業計画策定の必要性の醸成を図りましたが、多くの事業者が計画を補助金申請や金融支援の必要書類として一過性に作成するに留まっていました。このため、計画が本質的な課題解決を目的としたものになっておらず、事業者自らが計画の必要性に対する意識が低い状況です。

2. デジタル化（DX）への対応

IT化を推進しDXへの早期対応が求められているにもかかわらず、小規模事業者の経営者は高齢化の傾向もあり、DX化に向けた意識醸成には至っていない状況です。

3. 事業承継

代表者の高齢化により事業継続が困難な状況にある事業所が多いものの、事業承継計画の策定に至っている事業者は少ないのが現状です。これは、小規模事業者のうち25%にあたる14件が70歳以上の事業主であり、後継者の予定がない事業者がほとんどであるという深刻な背景とも連動しています。

【課題】

小規模事業者は、経営資源が乏しい中で高齢化が進むと、事業者は自社の経営状況を正確に把握し、将来の方向性を定める余裕がなくなり、結果として事業計画を作成するという意識が低迷しがちです。したがって、経営資源の制約や高齢化の現実があるからこそ、早期に経営分析を通じて課題を明確にし、事業承継の円滑化や収益確保といった本質的な課題解決へ向けた事業計画を策定することが、地域の商業機能とコミュニティ維持のための喫緊の課題となっています。

また当町小規模事業者の中心世代である50～70歳代の経営者に対し、それぞれの事業者が抱える事業承継における様々な課題を明確にし、円滑に事業承継計画策定支援を進めることできるかが課題ですが、事業者と「対話」と「傾聴」を重ね信頼関係を築きながら、本質的課題に気づき、その課題解決へ向けた事業者の自走化を促し「潜在力」を引き出していくよう支援を行っていきます。

(2) 支援に対する考え方

事業計画策定支援では、コミュニティ維持のため小売業、飲食業、製造業で経営分析を行った小規模事業者に対して、着実に事業計画策定に繋げることを主眼に事業を実施します。

支援にあたっては、経営分析結果、地域経済動向調査結果、需要動向調査結果を活用し、事業計画の作成または見直しを支援します。

第3期にあたっては、小規模事業者に対して経営指導員等による積極的な巡回訪問により、事業計画策定の意義や重要性について理解を深めてもらい、事業計画策定の支援を行います。なお、高度な専門的案件については、専門家派遣制度の活用や各支援機関と連携のもと策定支援を実施いたします。

販路拡大を目指す事業計画策定事業者は（中小企業診断士等）や、事業承継計画策定支援事業者は（事業引継ぎ支援センター）や、創業計画策定支援事業者は（北海道よろず支援拠点）等を活用します。

DXの推進については、業務改善や販路開拓に有効となりうるDXの動機付けとしてIT活用法について理解を深めた中で、事業計画策定に繋げていきます。

創業予定者に対しては、町と金融機関と連携を行いながら、創業計画の策定及び計画に基づく創業への支援を実施してまいります。

(3) 目標

	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
①DX推進個別相談会	1回	1回	1回	1回	1回	1回
②事業計画策定事業者数	2者	2者	2者	2者	2者	2者
③事業承継計画策定事業者数	1者	1者	1者	1者	1者	1者
④創業計画策定事業者数	—	1者	1者	1者	1者	1者

※現行はR7の実績見込み

(4) 事業内容

①「DX推進個別相談会開催・IT専門家派遣」の開催

DXの活用に向けた基礎知識の習得、ITツールの導入・活用による業務効率化・販路開拓・売上増加を目的としたセミナー及び個別相談会を開催します。

【支援対象】経営分析を実施し事業計画策定に意欲ある事業者で、DX推進に意欲的な小規模事業者

【募集方法】案内文書の送付、HPに掲載、経営指導員等が巡回時に案内

【講師】ITコーディネーター、中小企業診断士等

【開催回数】1回/年

【参加者数】1者/年

【内容】DX（総論）、DX関連技術（クラウドサービス、AI等）、ECサイトの利用方法、クラウド型顧客管理ツールの紹介、SNSを活用した情報発信方法、電子決済の導入

②事業計画策定事業者数

経営状況を分析した小規模事業者、上記DXセミナーに参加した事業者に対して、新商品の開発及び新サービスの提供・新たな販路開拓など、売上の維持・増加及び利益の確保による経営基盤強化に向けた事業計画の策定に意欲のある小規模事業者を支援します。

【支援対象】経営基盤強化に係る事業計画策定に関心のある経営分析実施した事業者

【募集方法】経営分析を実施した事業者に対し経営指導員等が巡回時に参加呼びかけを行います。

【講師】中小企業診断士等

【開催回数】年1回

【参加者数】2者

【支援手法】個別相談会を開催することで、需要動向調査、経営分析にて抽出された課題の解決に向けた個別の相談に応じることができ、マンツーマンで事業者と対話を通じて確実な事業計画策定へと繋げていきます。

③事業承継計画策定事業者数

経営指導員等が巡回訪問時に、小規模事業者に対して後継者の有無について聞き取りを行い、経営分析結果を踏まえ事業承継計画の策定を支援します。また、よろず支援拠点の専門家派遣制度の活用や北海道事業承継・引継ぎ支援センター等の支援を受けながら、円滑な事業承継が実施できるよう支援を行います。

【支援対象】事業承継を希望する事業者、承継準備等が必要となる小規模事業者

【支援手法】親族内、親族外（従業員）の個別の状況について経営指導員等がヒアリングし、小規模事業者にとって最適な手段を検討し、中小企業診断士、税理士等の専門家との連携により円滑な事業承継に向け事業計画策定を支援します。第三者事業承継を希望する事業者については、北海道事業承継・引継ぎ支援センターや日本政策金融公庫と連携し

円滑な事業承継の支援を行います。

【専門家等】 税理士、中小企業診断士、北海道事業承継・引継ぎセンターなど

④創業計画策定事業者数

創業については、幌加内町や関係機関と連携し、創業に関する施策や地域情報を提供してもらい創業者の掘り起こしを行います。創業予定者が創業する上での必要な準備や創業計画の策定、創業に係る補助金の説明等、円滑な創業に向けて支援を行います。

【支援対象】 町内の創業予定者、創業間もない小規模事業者

【支援手法】 創業までに必要な準備、創業計画書や資金収支計画書の作成支援、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円滑な創業に向けて事業計画策定を支援します。

【専門家等】 中小企業診断士、日本政策金融公庫等

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2期目の計画策定後のフォローアップについては、巡回訪問で3か月に1回進捗状況の確認や必要な助言を行うものでしたが、確認を十分に行えたとは言えず、事業者自らが事業計画のPDCAを機能させるような意識付けもできませんでした。

また、一部の事業計画策定支援をした事業者に偏りが生じてしまうなど、適切なフォローアップができていなかった。

【課題】

事業計画策定者全員に、積極的かつ計画的な巡回訪問により事業計画及び経営課題解決の進捗状況を確認します。

進捗状況が順調な事業者には各種補助金・融資等の施策を提案し、計画の実現化に向けた支援を実施します。計画と乖離が見られる事業者には問題点がどこにあるのか原因究明を図り、必要に応じて専門家及び支援機関と連携し、小規模事業者の売り上げ増加、利益増加に繋がります。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者が直面する深刻な人口減少と市場縮小といった構造的な危機を克服し、持続的な成長を実現するための経営力再構築伴走支援モデルを意識したフォローアップを実施します。具体的には、事業計画策定者全員に対し、定期的な巡回訪問を実施し、進捗状況を確認します。単なる進捗管理に留まらず、「対話」と「傾聴」を通じて事業者の意識変革を促し、事業者が自ら経営課題の本質的な「答え」を見つけ出すよう誘導します。これにより、事業者が自立した経営に取り組める「自走化」を強く意識させ、PDCAサイクルが定着するよう支援します。計画が順調な場合は、各種補助金や融資等の施策を戦略的に提案し、計画の実現化を加速させます。

一方、計画と乖離が見られる場合は、問題点の原因究明を図り、必要に応じて中小企業診断士や事業引継ぎ支援センターなどの専門家及び支援機関と連携することで、課題解決を迅速に行います。この一貫した伴走型支援を通じて、小規模事業者の売り上げ増加、利益増加を確実に実現し、町の重要目標である商業機能の維持と地域経済の活性化（経営力の再構築）に貢献します。

なお、事業計画の実行にあたっては、「対話」と「傾聴」を通じて事業者の意識変革を促し、事業者自身がよく考え「答え」を見出し、自立した経営に取り組むことができるよう自走化を意識させながら、PDCAサイクルが回るようフォローアップ支援を行っていきます。

(3) 目標

	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
①事業計画策定フォローアップ対象事業者数	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
頻度 (延べ回数)	8 回	8 回	8 回	8 回	8 回	8 回
売上増加率 2%以上増加の事業者数	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
②事業承継計画策定後のフォローアップ事業者数	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
頻度 (延べ回数)	1 回	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回
③創業計画策定フォローアップ対象事業者数	—	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
頻度 (延べ回数)	—	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回

※現行は令和 7 年度見込み

(4) 事業内容

①事業計画策定後のフォローアップ対象事業者数

事業計画を策定した事業者を対象に、3か月に一度（年4回）の頻度で、経営指導員等が巡回訪問等を実施し、策定した計画が着実に実行されているか定期的かつ継続的にフォローアップを行います。また、事業計画の進捗状況や事業者の課題等により、状況に応じて、専門家派遣制度を活用するなど、きめ細かな支援をしていく。

②事業承継計画策定後のフォローアップ事業者数

事業承継計画を策定した事業者を対象に、承継に対する事前準備や承継に伴う各種手続きに係る進捗状況について、3か月に一度（年4回）の経営指導員等の巡回訪問により、状況の確認を行い、事業承継が円滑に進むようフォローアップ支援を行います。
また、高度な案件については、北海道事業承継・引継ぎ支援センターとの連携及び専門家派遣制度を活用し、課題解決へと繋げていきます。

③創業計画策定後のフォローアップ対象事業者数

創業計画を策定した事業者を対象に、創業から経営が安定するまで、3か月に1回の頻度で巡回訪問によるフォローアップを行い、新たな問題が発生した際などは、専門家及び他の支援機関と連携し（北海道よろず支援拠点）、迅速に対応し創業計画の実現に向けた支援します。
また、急な資金需要などに対して、各種融資制度が活用できるよう金融機関と連携を密にして対応します。

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

【現状】

第2期においては、コロナ禍ということもあり出展できたのは、「FOOD STYLE 中部 実行委員会」が主催する展示・商談会「FOOD STYLE 中部」だけであり、動画制作、共同広告を活用し、販路開拓支援を行ってきたが、新型コロナ渦の影響も重なり、積極的な支援とはいかなかったのが実情です。

【課題】

第2期においては、事前・事後のフォローアップが不十分であったことから、状況に応じて専門家と連携しながらこれらの支援を強化し、売上向上、商談成立に繋げていきたい。

また、評価委員会から成果について一定の評価をいただいているが、参加事業者が固定化されてきていることから、支援対象者の掘り起こしが求められます。

さらに、地域内の小規模事業者の多くは高齢化と人材不足からITを活用した販路開拓等のDXに向けた取り組みが進んでおらず、商圏が近隣の限られた範囲にとどまっています。

第3期計画においても、引き続き伴走型補助金等を活用し、商談会（BtoB）、どうほくマーケット（アークス）（BtoC）への出展を行い、小規模事業者の販路拡大に寄与し効果的な需要開拓支援をしていきます。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者が持続的に発展していくためには、新たな需要の開拓は不可欠であり、経営分析及び事業計画を策定した小規模事業者に対して、新たに出展事業者の掘り起しを行うとともに、首都圏や大都市圏、地域外に新たな需要開拓を求めた展示会や商談会の出展支援を継続します。

なお、事前・事後のフォローアップまで一貫して支援することにより、小規模事業者の新たな販路拡大・売上の増加を図ります。

また、DXに向けた取り組みとして、IT活用による営業・販路開拓に関する相談対応、自社HPによるネットショップの開設、SNS情報発信等を職員の巡回訪問で支援し、理解度を高めた上で、専門的な相談の場合は、IT専門家派遣等を実施するなど事業者の段階に合った支援を行います。

(3) 目標

	現行	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
①展示会・商談会出展事業者数（BtoB）	1者	2者	2者	2者	2者	2者
成約件数／者	1件	2件	2件	2件	2件	2件
②物産展・販売促進会出展支援（BtoC）	5者	5者	5者	5者	5者	5者
出展時の売上額 （単位：万円）	50	50	50	50	50	50
③IT活用による販路開拓支援事業者数（BtoC）	1者	1者	1者	1者	1者	1者
対前年比売上増加率／者	2%	2%	2%	2%	2%	2%
④共同広告掲載支援事業者数（BtoC）	5者	10者	10者	10者	10者	10者
売上増加率／者	2%	2%	2%	2%	2%	2%

※現行は令和7年度見込み

(4) 事業内容

①展示会・商談会出展事業者数 (BtoB)

首都圏や大都市圏等の需要の開拓を行う小規模事業者に対して、展示会・商談会への出展を積極的に支援します。

【想定される展示会①】

(ア) FOOD STYLE JAPAN

概要：外食・中食・小売業界を網羅する日本最大級の食の商談展示会

主催：FOOD STYLE JAPAN 実行委員会

開催時期：東京（9月下旬頃）、愛知（10月下旬頃）、大阪（1月下旬頃）、福岡（11月中旬頃）、沖縄（2月下旬頃）

場所：東京都、愛知県、大阪府、福岡県、沖縄県

来場者数：8,231人（FOOD STYLE 中部2025 実績値）

出展社数：340社（FOOD STYLE 中部2025 実績値）

(イ) FABEX関西

概要：惣菜・デリカ・弁当・中食・外食業界の業務用専門展

主催：日本食糧新聞社

開催時期：大阪（11月下旬頃）

場所：大阪府

来場者数：30,115人（2024 実績値）

出展社数：3,364社（2024 実績値）

(ウ) スーパーマーケット・トレードショー（千葉県）

概要：食品流通業界に最新情報を発信する商談展示会

主催：一般社団法人全国スーパーマーケット協会

開催時期：2月中旬頃

場所：幕張メッセ（千葉県）

来場者数：77,305人（2025 実績値）

出展社数：2,285社（2025 実績値）

②物産展・販売促進会出展支援 (BtoC)

小規模事業者の販路拡大・新規開拓を図るために、都市圏で開催されるイベントへの出展を積極的に支援します。

【事業内容】 当会が各種販売促進イベントにおいて場所を借り上げ、事業計画を策定した事業者の出展を支援し、事業者の強みを活かしターゲット・販売促進等を見極めて、新たな需要開拓につながるよう支援していきます。

【支援対象者】 都市圏への、需要開拓を見据えた経営分析及び事業計画を策定した小規模事業者（農業・小売業・製造業・飲食業等）

【出展支援】（事前支援）経営指導員が必要に応じて専門家を活用し、効果的なレイアウト、パンフレット、POP作成など販売促進手法支援

（出展時）消費者に対する需要動向調査の実施、売上に繋がる効果的な陳列・接客・販売促進のサポート

（事後支援）経営指導員が必要に応じて専門家を活用し、出展期間中の販売個数を分析し、商品の改良・新商品開発を行い、事業計画のブラッシュアップに活用します。

【想定される物産展】

どうほくマーケット in アークス

概要：旭川近郊の特産品が集うイベントへの出展を支援し、商品と事業者の認知度向上を狙う

主催：(株)ライナーネットワーク

開催時期：9月上旬、11月中旬

場所：旭川のアークス系列店

来場者数：1日約2,000人(2025予測値)

出展社数：5事業所(2025実績値)

③ IT活用による販路開拓支援事業者数 (BtoC)

支援事業者の取扱商品・サービスの特性や想定する販路に応じて、ホームページ作成サービス(グーペ)等を活用し、自社のホームページを作成し取扱商品・サービス・企業特色・得意分野等についてPRするとともに、Facebook、Instagram、X、LINE等のSNSと連携活用することにより、情報拡散機能と情報更新頻度を高め、最新情報をリアルタイムで発信し、効果的な宣伝を行い販路拡大に繋がります。

また、観光客の利便性向上を図るための施策としてキャッシュレス決済の導入を支援し、対応率を5年後までに50%へ引き上げることで、観光客の消費行動を円滑にし、消費単価の増加に直接貢献します。この取り組みは、幌加内町の観光が抱える短時間滞在や季節偏在の課題を克服し、観光による地域経済への波及効果の核心指標(単価・滞在・売上)を最大化していきます。

【支援内容】 自社ホームページ作成、SNS活用による販売促進支援・Goope(グーペ)

GMOペパボ株が運用するHP作成サービス

商品のリード文や写真撮影商品構成など自社HP作成について支援します。

- ・カラーミーショップ GMOペパボ株が運用するネットショップ作成サービス
ページデザイン、決済方法、グーペの連携などECサイト作成について支援します。
- ・SNS(Facebook、Instagram、X、LINE等)を活用した販売促進
スマホ・タブレット操作、Facebook、Instagram、Xの投稿方法、LINE公式アカウントや、効果的な情報発信方法などHPと合わせ活用方法について支援し、需要の取込みが有効な方法で販路開拓支援を実施します。
- ・デジタル化推進の一環として、ECサイト作成支援(カラーミーショップ)と合わせて、キャッシュレス決済の導入を支援します。これは、観光客の利便性向上を図るための施策であり、キャッシュレス対応率を5年後までに50%へ引き上げることで、観光客の消費行動を円滑にし、消費単価の増加に直接貢献します。

【支援対象者】 ホームページやSNS等を活用した販売促進を目指す小規模事業者

(小売業・製造業・飲食業・宿泊業・サービス業等)

④ 共同広告掲載支援事業者数 (BtoC)

地域資源を活用した食品製造販売事業者、小売業、宿泊業、飲食業者、サービス業等を中心に道内や地域内(近隣市町含む)の需要取り込みを図る事業者を対象に共同広告を作成します。

また、ホームページやSNSの開設を行った事業者については、QRコードを紙面に記載することでWEBページへ誘導し継続的な情報発信及び売上向上に繋がります。

【支援内容】 自社商品・サービスのPRに繋がる掲載方法について支援します。掲載後はチラシの効果を把握するため、売上向上や来店客数、いつもと違う客層などについてヒアリングを行い、事業計画策定のフォローアップに活用します

【支援対象者】 事業計画を策定し、地域内外からの需要の取込を目指す小規模事業者
(小売業・製造業・飲食業・宿泊業・サービス業等)

【想定する掲載媒体】

- ・フリーペーパー「ライナー」(配布場所：北海道上川管内一円の戸別配布、店舗・観光施設等設置)
- ・有料誌「北海道じゃらん」(購入場所：北海道内の書店、コンビニ等)

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2期においては、年1回評価委員会を開催し、事業の進捗状況や実施状況の評価を行い、委員の意見を参考に業務改善及び事業の見直しを行い次年度以降の計画に反映しています。

【課題】

第3期においては、経営発達支援事業は指導員が中心となって行なっていますが、指導員のみならず事務局内部で実施状況や成果について意識を高め、より効果的な成果をあげるため経営支援ツール「ShokoBiz」を活用することで、進捗状況を定量的に把握しながら、PDCAサイクルを回し事業効果の最大化を目指します。

(2) 事業内容

クラウド型経営支援ツール「Shoko Biz」を活用し、小規模事業者への日々の支援実績を管理・把握し、事業の進捗状況を把握、分析を行います。その上で、当該データを基に事業の成果について定量的に評価・見直しを行い、経営支援を効果的なものにします。事務局内においては、3か月に1回(年4回)、計画の事業内容や実施状況について確認及び検証を行います。

この計画に係る「経営発達支援事業評価委員会」は以下のとおり実施します。

【委員構成】 商工会正副会長、商業部会長、工業部会長、幌加内町産業課長、法定経営指導員、北空知信用金庫幌加内支店長(外部有識者)

【開催回数】 1回/年

【協議事項】 委員による経営発達支援事業の評価・検証、計画の見直しについて検討します。

【評価方法】 経営発達支援事業評価委員会の評価結果は、理事会へ報告した上で、事業実施方針に反映し、当会ホームページに掲載することで、地域の小規模事業者が常に閲覧可能な状態とします。また、進捗状況を定量的に把握するため、各計画の目標に対し5段階で評価し、改善案を次年度計画に反映し事業のPDCAサイクルを構築していきます。

1.0. 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】

北海道商工会連合会が定期的を実施する研修や中小企業大学校での支援担当者研修受講を中心として、職員の資質向上に努めている。日常的には、各自経営に関する図書やネット等から情報を得てスキルアップを図っています。

【課題】

職員数が少ない小規模な事務局体制なので業務が固定しがちです。第3期においては、データベースの活用やミーティングの実施などにより職員間でノウハウの共有に取り組み、組織全体の支援力向上を図る必要があります。また、小規模事業者のDX推進を行ううえで、経営指導員をはじめとした職員のITスキルが十分ではないため、DXによる販路開拓や業務効率化などに対応した相談や支援を可能とするためにもDX支援の知識の習得が必要です。加えて「対話」と「傾聴」により事業者の潜在力を引き出し、自走化を促すために、対話能力の向上を図る必要があります。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

経営指導員及び補助員、記帳指導員の支援能力の一層の向上のため、北海道商工会連合会が主催する研修会や、中小企業基盤整備機構（中小企業大学校）の研修会に年間1回以上研修を受講し、実践的な支援（財務・経営分析、経営計画策定・販路開拓支援等）が出来るようスキルを習得し、小規模事業者の売上や利益、付加価値を確保することを重視した支援能力の向上を図ります。

【想定されるDX推進に向けたセミナーへの参加】

小規模事業者のDX推進に対応するため、経営指導員のITスキルの向上を図り、ITを活用した販路開拓・業務効率化等のニーズに合わせた相談・支援を可能にするため、DX推進の取組みに係るセミナーに積極的に参加します。

②各種支援機関との連携

連携する支援機関の専門家派遣事業の活用を進め、専門家派遣時には職員が必ず同行し、様々な課題解決に向けての支援現場において、専門家の高度で専門的な知識と「傾聴と対話」による支援能力について習得し、実践的な支援能力の向上を目指します。

③職員会議の開催

職員会議を3か月に1回実施し（年4回）、各自が座長となり、受講した研修内容及び専門家派遣での個別の小規模事業者の経営支援について、支援方針や手法、経過や成果等について全職員で情報とノウハウを共有します。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ります。

④データベース化による情報の共有

経営支援に関する情報を共有するために、小規模事業者の基礎的な情報を管理しているシステムへのデータ更新を徹底し常に最新の情報が確認できるようにしていきます。また、経営支援に関する資料や記録のすべてを事業者ごとにファイルし、支援中の小規模事業者の詳しい状況を全職員が共有し、チームによる支援で小規模事業者の課題解決に効果を上げるように取り組む。

1.1. 他の支援機関との役割分担と連携強化による効果的な小規模事業者支援に関すること

(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ます。

【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す。

(2) 事業内容

① 金融機関との連携

北空知信用金庫幌加内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ります。（年間2回）

② 近隣商工会との連携

近隣4商工会（朝日、剣淵、幌加内町、和寒町）で構成する「広域連携協議会」の定期的な会議（テラスミーティング）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ります。（年4回）

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ります。（年2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】

当町において、地域経済活性化の取り組みに関わる主な団体として、幌加内町、幌加内町商工会、幌加内町観光協会、JAきたそらち幌加内支所があげられます。現状、これらの団体等で組織する「そば活性化協議会」において特産品である「そば」による地域経済の活性化を図り、「新そば祭り」等のイベント、観光客等の交流人口の増加を担っている。更なる協議会事業の継続発展とそば振興計画の協議など、当町にある自然景観観光とそば等の地域資源を有効活用した地域経済の活性化に向けて取り組んでいます。

【課題】

商店街が地域の人口減少や事業主の高齢化などにより衰退傾向に歯止めがかからない中、小規模事業者の個々の力を十分に発揮できる環境整備と地域経済の活性化を図るのが課題です。また、「新そば祭り」も第30回で最後となり、8年度以降どのようにしていくのか決まっておらず、このままだと来訪客の減少が予想されています。

(2) 事業内容

①そば活性化協議会の開催（年1回）

幌加内町、観光協会、商工会、JAきたそらち幌加内支所等の関係団体で構成する「そば活性化協議会」において地域活性化に係る会議を開催し、幌加内町の自然景観観光とそば等の地域資源・特産品を活用した地域経済の活性化の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します。

②プレミアム蕎麦等による地域経済活性化

プレミアム蕎麦は数量も期間も限定的な販売で希少価値が高く、当町のそばによる地域経済の活性化に効果があります。観光客増加時期に合わせて期間限定（7月下旬～8月上旬）で「ねむり雪そば」というプレミアム蕎麦を町内の各そば店で一日20食という限定で提供することで、当町のPRにもつながり、夏休み期間中の来町者を増やし、町全体の経済活動に寄与しています。今後もプレミアム感の高い幌加内町のブランド化に取り組み地域経済の活性化に繋がります。

③地域資源・特産品の情報発信PR活動

全国各地で地域のブランド化に対する取組みがさらに進み競争が激化している中、本町の地域資源を活かした特産品や地域の取り組み、人や企業に多額の費用をかけずとも、旬のタイミングでパブリシティや情報発信には不可欠なSNSを最大限活用し、PR活動を展開し地域経済の活性化に繋がります。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制	
(令和7年11月現在)	
<p>(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)</p>	
<p>①関係市町村との連携体制 当会・幌加内町産業課が連携し、地域の実情を踏まえた重要課題を設定するとともに、本支援計画での支援方針を決定するため、年1回、連絡協議会を開催する。</p>	
<p>②商工会の経営発達支援事業実施に係る体制 担当業務と実施体制を下記の表のようにし、巡回指導を行います。策定支援からフォローアップまで職員一体となり支援体制を構築します。</p>	
担当事業	実施体制
・事業全体の管理	○事務局長
・地域経済動向調査 (指針③)	○法定経営指導員及び職員2名
・経営状況の分析 (指針①)	○法定経営指導員及び職員2名
・事業計画策定支援 (指針②)	○法定経営指導員及び職員2名
・事業計画策定後の実施支援 (指針②)	○法定経営指導員及び職員2名
・需要動向調査 (指針③)	○法定経営指導員及び職員2名
・新たな需要の開拓 (指針④)	○法定経営指導員及び職員2名
・地域活性化の取り組み	○法定経営指導員及び職員2名
・支援力向上の取り組み	○事務局長及び職員3名
<p>③定量的に実施状況を把握し評価を行う体制 法定経営指導員1名、補助員1名、記帳指導員1名の体制で、実施状況を定量的に把握し効果測定を行います。 また、上記で把握・検証した実施状況を当会と幌加内町の連絡協議会 (年1回開催予定) で評価するとともに、次年度の支援内容の検討を行います。さらに、必要に応じて変更申請を行い、支援計画にも反映していきます。</p>	

④経営指導員等の資質向上に係る体制

当会職員向けに研修会や勉強会等を開催し、DX化や生成AI、財務諸表の分析手法、経営戦略、マーケティング、起業・創業、事業承継、価格転嫁など適宜専門知識の習得を図り、事例共有などを行います。

(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：笹 真太郎

■連絡先：幌加内町商工会 電話 0165-35-2356

②法定経営指導員による情報の提供及び助言

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

③広域経営指導員の可否

申請書に記載の経営指導員・笹真太郎は、施行規則第7条第2項に規定する広域経営指導員に該当する又は該当しない。

(3) 商工会及び市町村連絡先

①名称：幌加内町商工会

担当者：法定経営指導員 笹 真太郎

住所：北海道雨竜郡幌加内町字幌加内1546番地

電話：0165-35-2356

FAX：0165-35-2555

メール：horo@rose.ocn.ne.jp

②名称：幌加内町 産業課

担当者：経済観光係 兼 農政係 兼 農林振興係 中嶋 恭介

住所：北海道雨竜郡幌加内町字幌加内4699番地

電話：0165-35-2121 (代表)

FAX：0165-35-2127

メール：nakajima.kyosuke@town.horokanai.hokkaido.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)

	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 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	200	200	200	200	200
・事業計画策定後の実施支援	200	200	200	200	200
・需要動向調査	200	200	200	200	200
・新たな需要開拓に寄与する事業	1,400	1,400	1,400	1,400	1,400

(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
会費収入、手数料収入、国補助金、道補助金、幌加内町補助金 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