

発達支援計画の概要

| | |
|------|--|
| 実施者名 | 当麻町商工会（法人番号 8450005000488） 当麻町（地方公共団体コード 014541） |
| 実施期間 | 令和 8 年 4 月 1 日～令和13年 3 月 3 1 日 |
| 目標 | <p>①小規模事業者への支援目標</p> <p>ア) 経営基盤の強化支援 イ) 地域機能維持のための事業承継・創業支援 ウ) 新商品開発促進・販路開拓支援</p> <p>②地域への裨益目標（地域経済への波及効果）</p> <p>ア) 観光関連イベントによる交流人口の拡大 イ) 電子地域通貨「でんすけペイ」加盟店の加入推進 ウ) 電子地域通貨「でんすけペイ」を活用した地域内経済循環の強化 エ) 「オール当麻」ブランド品の認知度向上のための域外イベント強化 オ) ふるさと納税返礼品を活用した域外発信力と外貨獲得の強化</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当麻町商工会電子地域通貨「でんすけペイ」データを活用した経済動向調査 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</p> <p>①当麻町商工会電子地域通貨「でんすけペイ」データを活用した地域需要動向調査 ②商談会等におけるバイヤー等への需要動向調査 ③物産展等における消費者への需要動向調査</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること</p> <p>①支援対象者の抽出及び掘り起こし ②経営状況の分析支援</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること</p> <p>①事業計画策定支援（個別支援） ②新商品開発・販売促進計画策定支援（個別支援） ③事業承継支援（個別支援）、創業支援</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／新商品開発・販売促進計画策定フォローアップについて ②事業承継計画策定フォローアップについて ③創業計画策定フォローアップについて</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物産展等による新たな需要開拓のための出展支援【B to C】 ②商談会による新たな需要開拓のための出展支援【B to B】 ③ホームページ・ソーシャルメディア等の I T 活用による販路開拓支援 ④地域フリーペーパー及び P R 動画・パンフレット等の活用による販路開拓支援</p> |
| 連絡先 | <p>当麻町商工会 〒078-1313 北海道上川郡当麻町 3 条東 3 丁目 1 0 - 2 0 T E L : 0166-84-2325 F A X : 0166-84-2614 E-Mail : toushou@rose.ocn.ne.jp</p> <p>当麻町 まちづくり推進課 企画商工係 〒078-1393 北海道上川郡当麻町 3 条東 2 丁目 1 1 - 1 T E L : 0166-84-2111 F A X : 0166-84-4883 E-Mail : machidukuri@town.tohma.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

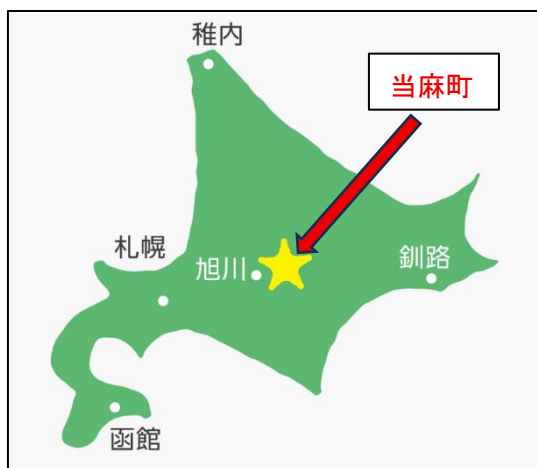
①当麻町の概況

ア. 立 地

当麻町は、北海道の穀倉地帯といわれる上川管内のほぼ中央、北海道の屋根といわれる大雪山連峰の麓、東経142度50分、北緯43度82分に位置しています。東側は山づたいに上川町、愛別町と、北側は大雪山系に源を発する石狩川に沿って比布町と隣り合い、南西は北・北海道の拠点都市・旭川市に接しています。東西は17.3km、南北は13.5kmに及び、総面積204.90km²となっております。

また、当町の北側を一級河川の石狩川、中心部を広大な町有林内に源を発する牛朱別川、当麻川がそれぞれ流れ、その流域に肥沃な平坦地が開けています。

【 当麻町の位置 】



イ. 気 象

地質は、平坦部では主に埴質土壌が分布し、石狩川沿いでは砂質土壌が広がっています。気候は典型的な内陸性気候で、夏季と冬季の寒暖差が大きいのが特徴です。年平均気温はおおむね7℃前後、年間の積雪量は平地で1m程度に達し、四季の変化が明瞭です。夏には気温が30℃を超える日もある一方、冬には-20℃を下回ることもあり、例年11月下旬から12月上旬にかけて根雪となり、平坦地でも1mを超える積雪を観測することがあります。

ウ. 地勢と自然

土地の性状としては、平坦地では埴質壤土、石狩川沿いでは沖積土・砂質壤土、丘陵地帯では埴質壤土が多く、東部には礫壤土やまれに火山灰地も見られます。

このような豊かな自然条件のもと、農林業が主要産業として発展しており、「米」「スイカ（特に“でんすけすいか”）」などの地域ブランド農産物」も特徴とされています。

エ. 開拓とその歴史

当麻町の本格的な開拓は、明治26年5月10日、屯田兵（警備・開拓を目的とした兵士）によって始まりました。広島・山口両県から101戸が最初に入植し、後に約400戸となったといわれています。

当初は現在の中心市街地および北星地区から開墾が始まり、その後明治27年ごろから宇園別・伊香牛地区へと追給地（追加開拓地）が広がりました。

また、東地区（東旭川村に属していた区域）は明治38年から開拓が始まり、大正4年（1915年）に当麻町へ編入されています。戦後も昭和20年代から緑郷・開明地区で入植が始まるなど、段階的な地域開発の歴史があります。

町名の由来としては、「麻（あさ）がよくとれる土地だったことから“麻が当たる”という意味で“當麻／当麻”と名付けられた」という説があります。

このように、北海道の内陸部における農村地帯としての開拓史を背景に、当麻町では農耕・水稲・畑作を基盤に地域が形づくられてきました。

オ. 交通

交通面では、鉄道・バス・自家用車などが主要な移動手段となっています。JR旭川駅から当麻駅までは電車でおよそ30分、また旭川空港からは車で約30分の距離にあり、利便性の高いアクセス環境となっています。

町では、公共交通の持続的な運行と利便性向上を目的として「地域公共交通計画」を策定しています。背景には、自家用車の普及や人口減少に伴う公共交通利用者の減少、運行コストの増加といった課題がありました。

こうした中、令和7年10月より町内全域を対象とした予約制・オンデマンド交通サービス「のるーと当麻」の実証運行を開始し、新たな交通形態の導入を進めています。

この取り組みにより、高齢者や子ども、生活に困難を抱える方などの交通弱者を含む、誰もが利用しやすい移動環境の整備を図っています。今後も、地域の移動利便性を確保するとともに、住民の生活や地域内交流を支える重要な基盤として機能させることを目指しています。

カ. 経済

当麻町の経済は、豊かな自然環境と肥沃な土壌を活かした農業を基幹産業として発展してきました。町域の大部分は丘陵と山林に囲まれ、平地部を中心に水稲を主体とした農業が営まれています。気候は内陸性で、昼夜の寒暖差が大きく、石狩川や当麻川の水系がもたらす豊かな水資源、そして火山灰を含む肥沃な土壌により、スイカやキュウリなどの瓜系作物が特に育ちやすい環境を有しています。

このような自然条件のもと、野菜・果実・花きなど多様な作目が導入されており、キュウリの出荷量と作付面積は北海道で最も多く、全道一の産地として知られています。また、当麻町の特産品である「でんすけすいか」をはじめ、「あづまメロン」「ミニトマト」などの果菜類や、菊・カーネーション・バラといった花き栽培も盛んです。これらの農産物は高い品質とブランド力を有し、町の農業経済を支える重要な柱となっています。

さらに、気候変動や市場環境の変化に対応するため、近年では農産物の複合経営化や6次産業化の推進、地元加工・直販などによる付加価値向上の取組も進められています。

一方で、当麻町の経済は農業に加え、商工業やサービス業も地域の暮らしと雇用を支える重要な分野です。小売業や飲食業、建設業、サービス業などが地域住民の生活を支えています。特に、令和6年11月から運用を開始した、当麻町商工会電子地域通貨「でんすけペイ」やデジタル化の推進によって、地域内消費の活性化と経済循環の強化が図られています。

しかし、人口減少や高齢化の進行、後継者不足といった課題も抱えています。これに対応するため、当麻町では若手就農者や創業者への支援、移住・定住の促進、観光資源の活用による交流人口の拡大など、多角的な地域経済の再構築を目指しています。これらの取組を通じて、当麻町は「農業を核とした持続可能な地域経済」の確立と、地域全体が循環する豊かなまちづくりを進めています。

②人口及び産業の推移と動向

ア. 人口推移

当麻町では、「図表1：当麻町の人口推移」のとおり、人口が長期的に減少傾向にあります。2000年時点には7,643人だったものが、2025年9月には5,949人まで減少しており、依然として人口減

少に歯止めがかからない状況となっています。少子高齢化の進行や若年層の都市部への流出などが主な要因であり、地域の将来的な担い手確保が重要な課題となっています。

一方で、世帯数は増加傾向にあります。2000年時点では2,474世帯だったものが、2025年9月には3,007世帯に増加しています。この背景には、社会構造や生活様式の変化が大きく影響しており、特に少人数世帯や単身世帯の増加が要因と考えられます。高齢化の進行により親世代と子世代が別居するケースが増加しているほか、高齢者の単身・夫婦のみ世帯の割合が拡大しています。また、結婚・出産年齢の上昇や未婚率の増加などにより、一人暮らしや少人数の世帯が増える傾向も見られます。

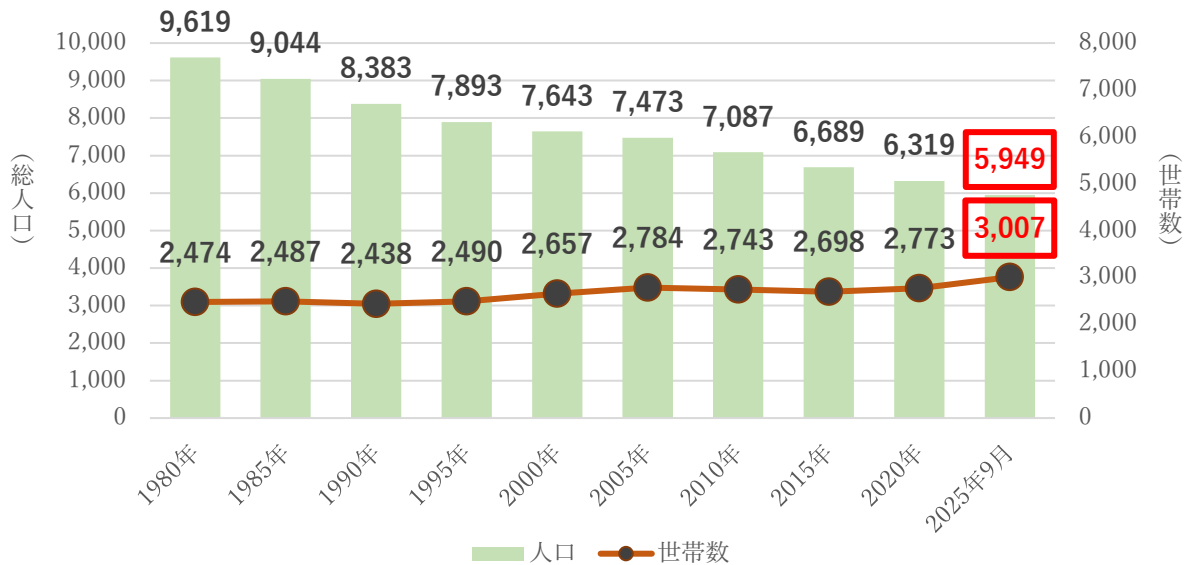
さらに、当麻町では町が主体となって宅地の分譲を行っているほか、町産木材を使用した新築住宅に最大250万円を補助する制度を設けるなど、定住促進・移住支援に力を入れています。こうした支援策が新たな住宅建設や若年層・子育て世帯の転入を後押しし、結果として世帯数の増加につながっていると考えられます。

このように、人口減少という全国的な傾向の中にあっても、町独自の住宅支援や暮らしやすい環境づくりが一定の成果を上げており、今後は「住み続けたい・住み替えたいまちづくり」をさらに推進し、持続可能な地域社会の形成を図ることが求められています。

図表 1

当麻町の人口推移

出展：国勢調査、当麻町資料



イ. 年齢3区分構成比較

当麻町の年齢3区分人口は、老年人口（65歳以上）が増加傾向にある一方で、年少人口（0～14歳）と生産年齢人口（15～64歳）は減少傾向が続いており、少子高齢化が急速に進行している状況です。

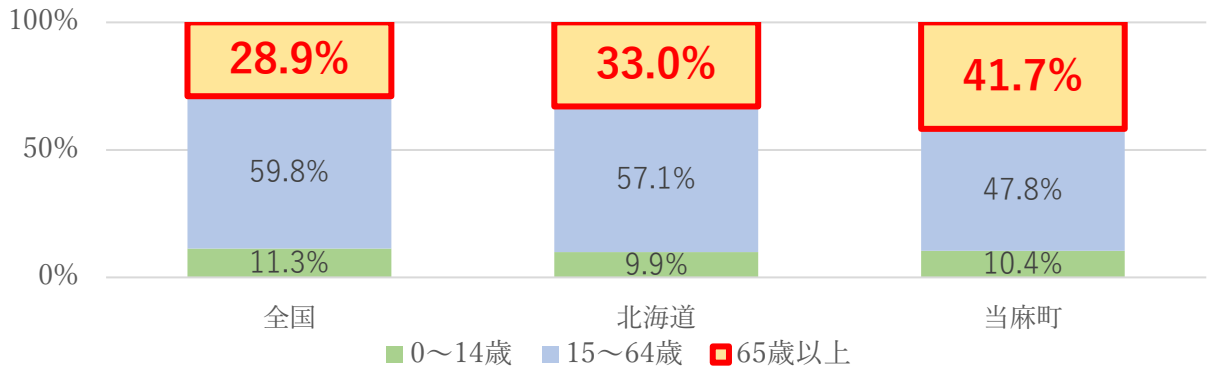
特に、老年人口は、平成2年（1990年）を境に年少人口を上回り、その後も実数・構成比ともに増加しています。

「表2：年齢3区分人口構成比較」に掲載のとおり、幼少年年齢人口の占める割合が10.4%まで減少する一方、65歳以上の高齢人口が増加し41.7%を占めるに至り、全国や北海道と比較においても、高齢化が進行しています。

図表 2

年齢 3 区分人口構成比較（全国、北海道、当麻町）

令和 7 年 1 月 1 日住民基本台帳年齢階級別人口 出典：総務省



ウ. 高齢人口（高齢化率）の推移

「図表 3：当麻町の高齢人口率（65 歳以上）の推移」を見ると、当麻町ではこの 35 年間で高齢化がきわめて急速に進行してきたことが明確にわかります。1990 年（平成 2 年）時点の高齢化率は 16.7%でしたが、その後は年々上昇を続け、2020 年（令和 2 年）には 42.1%に達しました。これは、町民のおよそ 2.4 人に 1 人が高齢者であることを示しており、全国的に見ても非常に高い水準です。

さらに、2025 年（令和 7 年）の推計でも 41.7%と、今後も高齢化率は 4 割を超える状態が続く見込みであり、当麻町が「超高齢社会」に定着していることがわかります。1990 年からの 35 年間で高齢化率は約 2.5 倍に急増し、生産年齢人口も半減しています。この**急速な高齢化と人口減少は、地域経済や社会基盤を維持していく上で大きな課題**となっています。

老年人口そのものも増加しており、平成 12 年から令和 7 年までの 25 年間で約 1.3 倍に拡大しました。国勢調査によれば、平成 27 年の高齢者数は 2,192 人です。

また、国立社会保障・人口問題研究所の推計では、2050 年（令和 32 年）には高齢化率が 49.9%に達するとされています。町民のほぼ 2 人に 1 人が高齢者となる計算で、人口構造の偏りは一層進む見通しです。

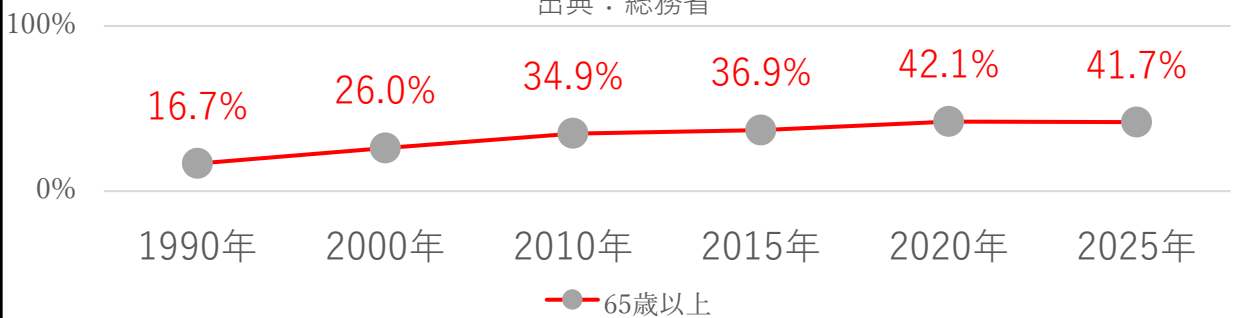
「図表 2：年齢 3 区分人口構成比較」でも示されているように、幼少年人口は 10.4%まで減少する一方、65 歳以上は 41.7%を占めるに至っています。こうした人口減少と高齢化の進行により、当麻町は他の自治体と同様、将来的な生産年齢人口の減少が強く懸念されます。

以上のように、**当麻町では人口減少と高齢化が同時に進行し、町の基盤を揺るがす深刻な課題**となっています。

図表 3

当麻町の高齢人口率の推移

出典：総務省



③地域産業

ア. 農業

当麻町の農業は、約 4,350 ヘクタールの総耕地面積のうち、水田が約 2,350 ヘクタールを占める水稲を中心とした基幹産業です。盆地特有の大きな寒暖差という気候条件は、米以外にも、ミニトマト、きゅうり、そして地域ブランドとして名高いでんすけすいか、あづまメロン、さらにはバラや菊などの高品質な花き類といった多様な農産物を育む強みとなっています。第一次産業の就業者が 27.0%（2020 年時点）と全国平均と比べても高い比率を占めており、町にとって農業は極めて重要な産業です。

一方で、生産者の高齢化や担い手不足、そして水稲中心の収益構造による経営安定性の課題が見られます。商工会では、これらの課題を踏まえ、農産物の高付加価値化と販路拡大に向けた支援を進めています。具体的には、農産物を活用した加工品の開発支援や、直売所・オンライン販売の強化を進め、農業者と商工業者の連携を促進します。また、若手就農者や移住希望者への支援を通じて担い手を確保するとともに、ICT やスマート農業技術の導入を促し、地域農業の省力化・効率化を推進します。さらに、農業と観光を結びつけた体験型コンテンツの創出に取り組み、交流人口の拡大と農産物の認知向上を図ります。



粳貯蔵『今摺米』 出展：J A当麻



でんすけすいか 出展：J A当麻

イ. 観光業

当麻町の観光業は、豊かな自然や農業との調和、そして地域住民の温かさを活かした体験型観光が特徴です。町内には「ヘルシーシャトー（入浴施設）」、「当麻鐘乳洞」、「世界の昆虫館パピヨンシャトー」、「とうまスポーツランドキャンプ場」など、多様な体験施設（アスレチック、くるみなの庭、木遊館を含む）が点在しています。

また、農産物直売所や特産品販売、観光案内を行う「道の駅とうま」は、国道 39 号線沿いに位置する主要な観光拠点として多くの来訪者を迎えています。ここは、地場産品の購入や休憩スポットとして利用され、観光地巡りの起点としても重要な役割を担っています。

一方で、道の駅とうま（図表 4）、鐘乳洞、体験施設および市街地の商業店舗がそれぞれ離れており、観光客が道の駅とうまから市街地の商業店舗へスムーズに流入し、地域内を周遊する動線が構造的に分断されがちであるという課題があります。

このような構造的課題を克服するため、地域おこし協力隊や「当麻町まちづくり推進支援事業」によるイベント支援など、観光推進の環境整備を進めています。都市部との交流やワーケーション受け入れなど、関係人口の増加による地域活性化が期待されています。

この構造的課題を克服し、観光客の町内全域への効果的な誘導と消費の拡大を図るため、商工会は町役場および観光施設管理者と連携し、電子地域通貨「でんすけペイ」を活用した回遊促進キャンペーンの実施、並びに周遊ルートの情報発信強化に取り組みます。



出展：Google



道の駅 とうま
出展：当麻町



当麻鍾乳洞
出展：当麻町



世界の昆虫館パピオンシャトー
出展：当麻町



とうまスポーツランドキャンプ場
出展：当麻町

また、図表5で示すとおり、観光客入込数は、コロナ禍の影響を受けた2020年(322,728人)、2021年(295,754人)以降、回復傾向にあるものの、2023年の実績は357,171人、2024年の実績は375,461人であり、コロナ前の水準(2019年：434,557人)には戻っていないという課題を抱えています。

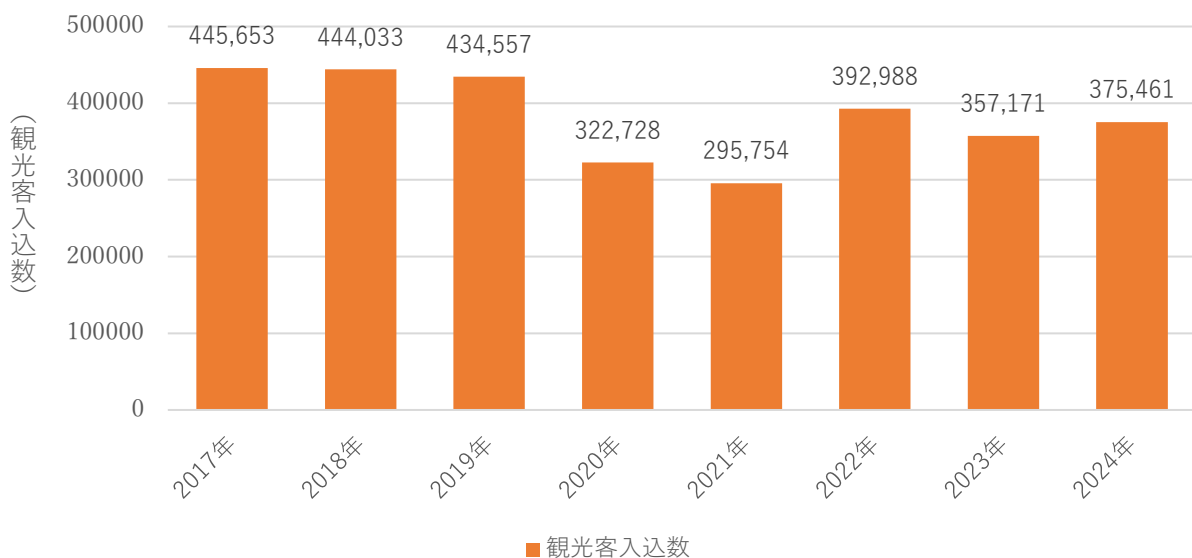
町内の観光資源が点在している現状に対し、これらの魅力を体系的に整理した観光商品の開発、滞在時間の拡大、そしてリピーター獲得につながる受け入れ環境の整備が喫緊の課題として残されています。この課題に対し、当麻町は単独での観光振興だけでなく、隣接する旭川市を中心とする近隣自治体との広域的な連携を強化し、広域観光ルートの形成から観光客の減少を食い止める方策を検討しています。商工会は、広域での観光商品の開発や共同プロモーション、周遊企画の検討を進め、広域的な誘客と消費拡大に繋げていきます。加えて、町内事業者と観光事業者の連携を深め、宿泊を伴う旅行者の増加や回遊性の向上を図り、地域経済の持続的な発展に寄与します。

このような取り組みに加え、地域おこし協力隊による活動支援や、地域を担う人材・活動への支援を通じて観光推進の環境整備が進んでいます。都市部との交流やワーケーション受け入れも広がり、関係人口の増加による地域活性化が期待されています。

図表5

当麻町観光客入込数

出展：当麻町資料



ウ. 商工業

当麻町の商工業の現状を見ますと、人口減少と高齢化の進行が経済活動に大きな影響を及ぼしています。先の「②人口及び産業の推移と動向」の「イ. 年齢3区分構成比較」でも触れたように、当麻町の高齢化率は65歳以上が41.7%に達しており、全国平均(28.9%)を大きく上回る水準です。このような人口構造の変化は、町内の商業やサービス業、とりわけ小規模事業者の経営環境に深刻な影響を与えており、高齢化に伴う地元消費の縮小や若年層の流出によって、商業基盤の維持と強化が急務となっています。また、「当麻町まち・ひと・しごと創生総合戦略(第3期)」においても、人口減少を踏まえた地域経済の活性化に向けた仕事づくりが重要な課題として位置付けられています。

商業については、人口減少に伴う需要の減少や、近隣の旭川市にある大型店等の影響による購買力の流出から、厳しい経営状況となっております。地域経済分析システム(RE S A S)による2016年の町内の小売、卸業における年間商品販売額は123億7,000万円であり、1997年の183億6,000万円と比較すると、約32.6%減少しています。

一方で、工業(製造業)分野には一定の回復傾向も見られます。経済産業省の工業統計および経済

構造実態調査によりますと、当麻町の製造業事業所数は令和4年（2022年）時点で18事業所に達し、前年から5.9%の増加を記録しています。また、製造品出荷額等も71.0億円と3年ぶりの増加となっており、町内製造業が回復局面にあることが伺えます。しかし、事業所数や従業者数はかつてのピーク時と比べて依然として小規模であるため、付加価値の向上や新技術の導入、ブランド力の強化など、さらなる競争力向上に向けた取り組みが求められています。

また、小規模事業者の高齢事業所では後継者不足や技術承継の遅れが顕在化しやすく、早急な支援体制の整備が必要です。このような状況の中、令和6年11月から運用が開始された当麻町商工会電子地域通貨「でんすけペイ」は、地域商工業の活性化やDX化に向けた重要な取り組みとして期待されています。「でんすけペイ」は、専用アプリまたはカードを用いて町内の加盟店で利用できるプリペイド型電子マネーであり、現金チャージ方式、ポイント還元、健康アプリとの連携など、多様な機能を備えています。特に、高齢者でも利用しやすいカード型の仕組みや、歩数に応じてポイントが付与される仕組みは、幅広い住民が参加しやすいよう工夫されており、日常生活に自然に溶け込む地域通貨としての利便性を高めています。また、物価高騰対策として町がポイントを付与する施策（従来のプレミアム商品券制度を電子化したもの）とも連動しており、地域内消費を促進する政策的基盤が整いつつあります。

商工会では、この「でんすけペイ」を町内の小規模事業者の経営課題に対応するための中心的なツールと位置付け、加盟店の拡大と利用促進に向けた取り組みを強化しています。具体的には、事業者に対する端末設定支援や導入相談、販売促進策の提案、ポイント還元キャンペーンの実施、利用動向データの活用による情報発信など、多角的な支援を進めています。小規模事業者にとっては、新規顧客の獲得やリピーターの増加、キャッシュレス化による業務効率化などの効果が期待できるほか、町全体としても地域内資金循環の強化に繋がることが見込まれます。

将来的には、「でんすけペイ」を観光施設や農産物直売所などの分野にも広げることで、商業・観光・農業が連携した地域経済の循環強化を図る構想も検討されています。商工会と町は、電子地域通貨の利用データを分析しながら、より効果的な施策の検討や事業者支援に活かし、地域経済の持続的な発展に寄与していく考えです。

以上のように、当麻町の小規模事業者は高齢化や後継者不足などの構造的な課題を抱えています。が、「でんすけペイ」を活用した地域内消費の促進と小規模事業者支援を組み合わせることで、地域経済の活力を回復させるための新たな取り組みが進んでいます。電子地域通貨を基軸とした商工会の支援体制と町の後押しは、今後の持続可能な産業づくりに向けて大きな力となることが期待されています。

☆当麻町商工会電子地域通貨「でんすけペイ」概要

- ・提供主体：当麻町商工会が発行する地域電子マネー。
- ・利用エリア：当麻町にある、でんすけペイ加盟店のみで利用可能。
- ・チャージ方法：現金でチャージ（1,000円単位）できます。
チャージ上限は、1回あたり45,000円。
累積（保有）残高の上限は100,000円。
- ・支払い方式：アプリまたはカードのQRコードを使って支払い。
店舗側には決済端末または加盟店用QRを掲示し、ユーザーはそれを読み取る方式。
支払い時には、電子マネー残高とポイントの併用が可能。
- ・ポイント制度：支払い額に応じてポイントが還元される。具体的には、「110円（税込）につき1ポイント」。
付与されたポイントは、1ポイント＝1円として支払いに利用できます。
- ・有効期限：電子マネー残高は、最終利用日（チャージ・支払い・残高照会）から3年。
ポイントは、最終利用（付与・利用・残高照会）から1年。
有効期限を過ぎると、残高はゼロになる。

- ・ **払い戻し**：原則として換金・払戻しはできない。
- ・ **再発行**：カードの紛失・盗難があっても、基本的に再発行はできない。
ただし、本会側の故意・重過失がある場合には応じる可能性がある。
- ・ **安全管理**：利用者はカードやアプリの情報（カード番号、PIN等）を適切に管理する必要がある。
不正利用の恐れがある場合、すぐに商工会へ届け出る義務がある。
- ・ **資金決済法対応**：
でんすけペイは「前払式支払手段（プリペイド型電子マネー）」として資金決済法の対象。
未使用残高については、法に基づいて発行保証金が供託されている。
利用者からの苦情受付窓口は当麻町商工会。
- ・ **ウォーキングポイント機能**：
でんすけペイアプリには「ウォーキングポイント」機能があり、歩数に応じて行政ポイントが付与される。
付与された行政ポイントはでんすけペイ内で1ポイント＝1円として使える。

加盟店数：利用できる店舗は令和7年10月31日現在78店（うち、小規模事業者59店）。
加盟店一覧はでんすけペイのホームページで確認可能。
でんすけペイHPアドレス <https://tohma-shokokai.jp/densukepay/>

目的・背景：当麻町内の消費を促進し、地域経済を活性化させる狙いであると共に、キャッシュレス化及びDX化を町と商工会で進め、地元商店との関係強化にも繋げています。



カード表面



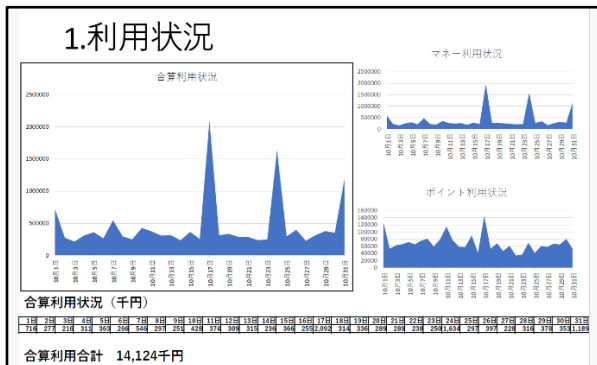
カード裏面



アプリ画面

・ **でんすけペイ活用による地域経済・需要動向分析**：

〔1カ月分の日別利用状況〕



〔通算利用状況〕

1.利用状況

【積算状況】

| | 2025年1-10月 | 2024年11-12月 | 合計 | 【利用割合】 |
|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|
| 総合計 | | | | 90% |
| 入金・P付与金額 | 136,689,610 | 7,492,678 | 144,182,288 | |
| 入金件数・P付与件数 | 134,549 | 2,640 | 137,189 | |
| 支払金額 | 123,866,516 | 6,036,322 | 129,902,838 | |
| 支払件数 | 48,683 | 1,190 | 49,873 | |
| マネー | | | | 【利用割合】 95% |
| 入金金額 | 79,237,000 | 7,069,000 | 86,306,000 | |
| 入金件数 | 11,472 | 992 | 12,464 | |
| 支払金額 | 75,866,553 | 5,996,134 | 81,864,687 | |
| 支払件数 | 26,333 | 1,031 | 27,364 | |
| ポイント | | | | 【利用割合】 83% |
| P付与金額 | 57,452,610 | 423,678 | 57,876,288 | |
| P付与件数 | 123,077 | 1,648 | 124,725 | |
| 支払金額 | 47,897,963 | 40,188 | 48,038,151 | |
| 支払件数 | 22,350 | 159 | 22,509 | |

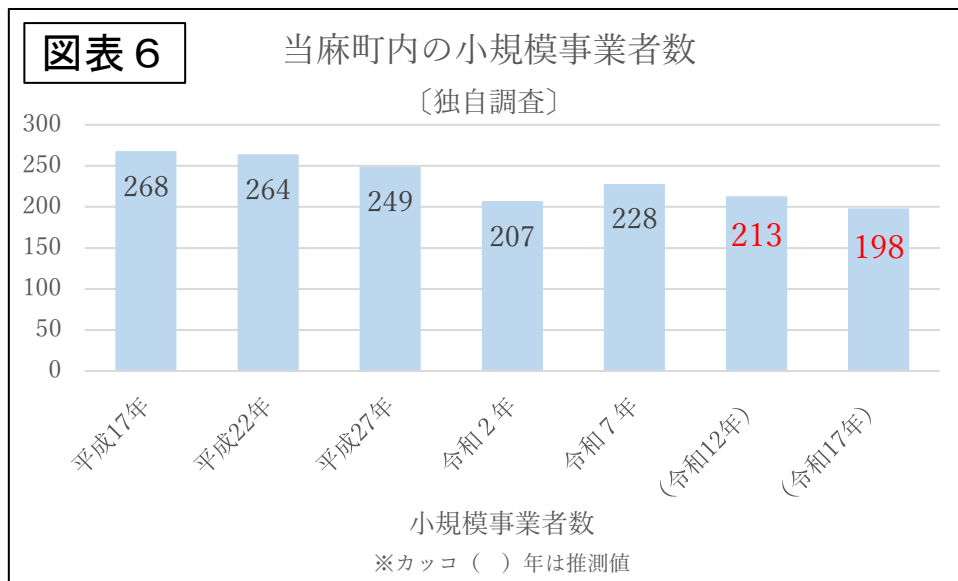
④当麻町における小規模事業者の現状と課題

当町の小規模事業者数は、令和7年4月末時点で228事業所となり、商工業者285事業所のうち80.0%を占めています。小規模事業者の現状は、前述の「ウ. 商工業」と同様の傾向がみられます。小規模事業者数の推移をみると、平成17年からの減少率は14.9%となっており（図表6）、とりわけ建設業や小売業での減少が顕著で、地域に必要な不可欠な生活関連業種の維持が懸念される状況にあります。また、**将来推計では、小規模事業者数は5年後の令和12年に213事業所、10年後の令和17年には198事業所へと減少する見込みであり、今後も縮小傾向が続くことが予測**されます。

このような減少の背景には、人口減少に伴う地元消費の縮小や、近隣市町への購買力流出による商圏全体の衰退があり、さらに町内への大手スーパーの宅配事業の進出やインターネットショッピングの普及など、流通・消費環境の変化が影響しています。加えて、コロナ禍の影響や物価・エネルギー価格の高騰も重なり、事業者は厳しい経営環境に置かれています。それでも、事業者は事業計画の策定・見直しや、道及び町の各種制度の活用などにより、売上減少の緩和や維持に取り組んでいます。

そのような状況下において、サービス業ではSNSを活用して自社の強みを発信することで、町内にとどまらず旭川市など近隣商圏から新たな需要を獲得している事例が見られます。また、農産物の小売事業者においても、本補助事業を活用したSNSによる情報発信により、売上向上へつなげているケースがあります。

生活関連産業が地域で今後も継続して役割を果たしていくためには、町内の需要喚起や近隣商圏からの需要獲得により売上向上を図り、経営基盤を強化することが求められます。その実現に向けては、これらの成功事例を参考としつつ、他の事業者においても固定観念にとらわれず、ITの活用を含む新たな需要開拓に積極的に取り組んでいく姿勢が重要となります。



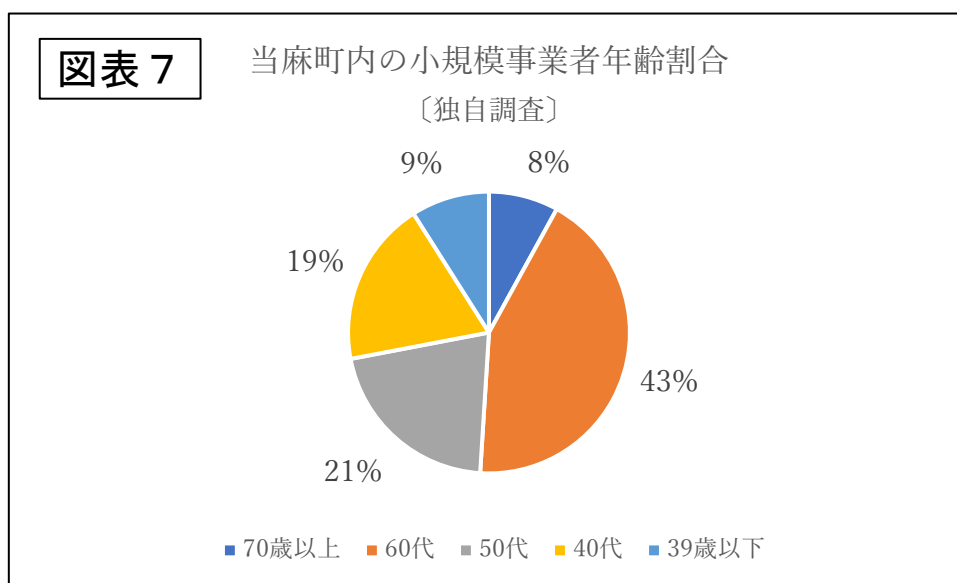
小規模事業者の年齢構成については、当会の調査によると65歳以上が全体の42%を超えている状況であり、加えて後継者の不在率は61%を超えているため、後継者不在による廃業を余儀なくされ、さらに事業者数減少に拍車を掛ける可能性があります（図表7）。

商業については地域住民の買い物環境、工業については地域の雇用を担う重要産業ですが、いずれも事業承継への取り組みが停滞している状況であり、**事業承継対策の遅れが当町商工業全体の共通課題**となっています。

このまま対策を講じなければ後継者不在を要因として**10年後の当町小規模事業者数は13%以上の**

減少が見込まれ（図表6）、買い物環境の悪化や雇用の場の喪失に繋がり、コミュニティ機能が維持できなくなることが危惧されることから、**「商業・工業全体に対する第三者承継を含めた事業承継及び新規創業による後継者対策」が喫緊の課題**となっております。

一方、町と商工会が連携のうえ、商工業振興補助事業（新築・増改築補助等）の手厚い補助制度を設計したことにより、直近5年間で33者の創業に繋がっています。中には、立飲みスタイルの角打ち酒小売業など、これまで当町には無かった小売業や飲食業、パン製造小売業、サービス業においてはサウナ業や美容室等の新規創業があり、地域事業者数の維持・町民にとってのサービス充実に繋がっています。



鉄工業（鉄鋼建材）においては、コロナ禍で高まったキャンプ需要に着目し、ステンレス製焚き火台を製造して首都圏へ向けた販路拡大に取り組んできました。同様に、銘木製造小売事業者においても、レジンを用いた製品やキャンプ用品として適した木工品を開発し、首都圏を中心とした販売促進により売上増加に繋がっています。さらに、農業法人では酒粕を活用した独自製法による米の販売を首都圏へ展開するなど、各事業者が地域資源を活かした独自性の高い商品を開発し、市場拡大を進めてきました。これら3者は、北海道当麻町そのものの魅力発信にもつながる取組として、キャンピング関連商品の展示会へ共同出展するなど、「オール当麻」としての一体的な情報発信にも寄与しています。

また、清涼飲料水（トマトジュース）製造事業者は、東京・大阪のバイヤーをターゲットとした販路拡大を進め、徐々に成果を上げつつあり、今後の成長が期待されています。

飲食業（居酒屋）が自店で提供する手づくりニラ餃子の外販を目指し、冷凍パックの製造（当麻町ふるさと納税返礼品）を行うことで、町外への販売機会を広げました。

加えて、本町の特色である「木育」を活かした木工製造小売業者が、町外からの移住により新規創業するなど、地域資源を核とした新たな事業の創出も進んでいます。図表6が示すとおり、小規模事業者数も増加傾向にあり、これは手厚い当麻町商工業補助事業制度や、町と商工会が連携して取り組む創業支援が実を結び、地域産品のラインナップ拡充や産業の多様化に繋がっているものと考えられます。

今後も、こうした新規事業者の創出を促進し、各事業者が築いた成功事例を地域全体へ波及させていくことが重要です。これらの取組を**継続的に積み重ねることにより、当麻町の地域ブランド「オール当麻」としての価値向上が図られるとともに、事業者個々の経営体力の強化に繋がり、結果として当町の関連産業全体の活性化や地域経済への裨益**が期待されます。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10年程度の期間を見据えて

国立社会保障・人口問題研究所によると、5年後には町内の人口が現状の約5,949人から約5,300人程度、10年後には約4,800人に減少が予測されます。また、小規模事業者の課題において記載のとおり、地域の事業者数においても、現在は増加傾向にあるものの中長期的には後継者問題や経営者の高齢化による廃業など大幅な減少が予想されます。10年後も町民が安心して、快適に住み続けることが出来るよう、地域コミュニティを維持していくためには「でんすけペイ」事業の拡充による買い物環境のDX化の整備や雇用の場を支える多様な小規模事業者を維持していく必要があります。

2期目においては、工業事業者への働きかけが不足していたことから、工業者に対しても事業承継を促進し、当町商工業者全体の突上げを図っていくことが必要です。

また、域内・町内の需要を喚起し、事業者の売上向上・経営基盤の強化を図ることで事業承継・事業継続に向けた経営基盤の強化を図る必要があります。

さらに、当町の地域資源を用いて商品等を開発し、外部に販路開拓を図る事業者に対しては引き続き積極的に販路開拓やステップアップ（事業拡大）を促進するとともに、新たな事業者の掘り起こし・PRを行い、当町の認知度向上・交流人口増加などに繋げ、その効果を還流することで地域の活性化を図る必要があります。

以上を踏まえ、当商工会では、当町小規模事業者、ひいては地域の持続的発展に向けて、当麻町商工会における「小規模事業者に対する長期的な振興のあり方」を次のとおり掲げます。

ア. 既存事業所・創業支援を通じた地域コミュニティ維持とDX推進

当麻町と連携し、「既存事業所支援」「新規起業支援」「後継者対策」を総合的に推進します。事業承継や事業継続に不可欠な売上・利益の確保、さらには創業支援に取り組むことで、当麻町民の暮らしを支える小規模事業者の減少を抑制し、地域コミュニティの維持を図ります。また、その基盤として「でんすけペイ」事業の拡充を進め、地域の買い物環境の向上とDX化を促進します。

イ. 新商品開発・販路開拓による地域ブランド力と経済効果の向上

「オール当麻」を担う小規模事業者に対し、地域資源を活用した新商品開発の促進および販路開拓支援を強化します。これにより、事業者の売上・利益率の向上や新たな価値の創出を後押しし、地域ブランド力と総合的な魅力度を高めるとともに、その効果を地域全体へ波及させ、持続的な経済活性化につなげます。

なお、急激に変化する経営環境のなかで、小規模事業者が持続的に発展し、地域の雇用と生活機能を担い続けるためには、事業者自らが自社の本質的な経営課題に「気付き」、さらに「腹落ち」するまで理解を深めたうえで、変革へ踏み出す自走化が不可欠です。

このため、商工会としては、事業者との丁寧な「対話」と「傾聴」を重視し、個々の経営課題を明確化したうえで自己変革を促す支援を行います。これにより、当麻町の事業者が10年先も持続的に発展できるよう、伴走型支援を継続して参ります。

②当麻町総合計画との連動性・整合性

第6次当麻町総合計画（令和5年度～令和9年度）において、産業振興「地域特性を活かした魅力あふれるまちづくり」をテーマ（施策方針）として謳っております。

当計画における商工業および観光に関する記載は次のとおりです。

第6次 当麻町総合計画 概要（商工業部分を抜粋）

【現状と課題】

- 本町における商店街を取り巻く環境は、事業主の高齢化やインターネットショッピングの普及、町外の商業集積地域への消費流出などにより、町内小売店の売上は減少し、さらに、感染症の拡大や世界情勢の変化に伴う燃料・原材料費の高騰などの影響で、依然厳しい経営環境になっています。
- 近年では大手小売店の町内出店や新たに開業する事業主も増えていますが、依然として後継者不足による廃業も続いています。
- 本町の製造業（4人以上の事業所）は工業統計によると、事業所数は横ばい、従業員数は減少傾向にあり、製造品出荷額においては令和2年で77億円に推移しています。
- 製造業・建設業（全事業所）の経済センサス活動調査では、事業所数には増減が見られ、従業員数は減少傾向にあります。
- 商工業が活力を保ち発展するためには、自らの経営努力を進める環境づくりと次世代へ引き継ぐ担い手の育成を支援していく必要があります。
- 中小企業運営の基礎となる金融の円滑化を図るための補助制度や事業継続に向けた取り組み、新たなチャレンジに対し支援していく必要があります。
- 厳しい社会経済情勢のなか、商工業ともに町内就労の場として重要な役割を担っている産業であり、町の活力ある発展を図っていくためには、企業の育成および後継者の育成、起業の促進、健全経営が重要な課題となっています。

【基本方針】

〔商業の振興〕

- これまで商店街が担ってきた役割の維持強化を図ることにより活性化を促し、安定した消費生活や地域経済を次代に引き継ぐため、商工会などと連携し、将来を見据えた担い手の育成支援を図ります。
- 少子高齢化や消費者ニーズの変化などの商店街を取り巻く環境変化に対応し、商工会と連携して経営改善やICT化、個性化の取り組みを促進し、魅力ある商店街づくりを支援します。
- 他の産業やまちづくりと連動した主体的な取り組みを側面から支援します。

〔工業の振興〕

- 企業の立地を促進し、就労の場の確保と人口の定住化を図ります。
- 地場産業の育成と経済変動に対応できる健全経営を促進するため、中小企業融資事業の継続推進および担い手の育成支援を図るなど、経営基盤強化の取り組みを支援します。

【主要施策】

| 主要施策 | 取組内容 |
|------------|---|
| 商工業の振興 | 商工会と連携し、経営の改善や技術の改善、特産品の開発等により商工業の振興を推進します。企業立地を促進し、商工業の振興と人口の定住化を図ります。 |
| 経営基盤の強化支援 | 道の融資制度の活用を支援し、経営基盤の強化と、経営の安定化を図ります。 |
| 持続・活性化への支援 | 商工業の持続的発展や活性化を図るための取り組みを支援します。空き店舗の活用や後継者育成に向けた取り組みを推進します。 |

第6次 当麻町総合計画 概要（観光部分を抜粋）

【現状と課題】

- 本町の観光は、道の駅「とうま」を入口、当麻鐘乳洞を核に、パピヨンシャトー、ヘルシーシャトー、スポーツランド各施設、くるみなの庭、くるみなの木遊館が当麻山の麓に広がり、多くの利用客で賑わっています。
- 観光を取り巻く環境は、長引く景気の低迷などによる観光需要の落ち込みにより伸び悩むとともに、ライフスタイルの多様化や価値観の変化などからニーズが細分され、観光施設の入込状況は全体的に減少傾向となっています。
- 近年は新型コロナウイルス感染症拡大の影響から、全体の入込数が令和3年度でおよそ30万人となり、令和元年度（42万人）と比較し大きく減少しているため、アフターコロナを見据えた観光PRなどの対策が必要です。
- 道の駅「物産館」は、高規格自動車道路の開通による観光ルートの変化、さらに近年はコロナ禍の影響から、利用客数、売上高ともに減少傾向にあります。
- 観光は、他産業に及ぼす経済波及効果が大きく、また、当麻町がすすめる3育のまちづくりコンセプトにもつながることから、関連産業との連携を深め活性化を図ることが求められています。
- 指定管理者制度の導入や第3セクターへの業務委託など、民間活力の導入により効果的な事業推進を実施しているところですが、利用客に対するホスピタリティーの向上や、地域資源をいかした自然体験プログラムの提供など、個々のニーズへの確に対応し、より魅力ある観光づくりを進めていく必要があります。
- 各種イベントの展開も、集客力・知名度アップには欠かせない事業であり、町の賑わいや経済波及効果、交流人口拡大の観点からも充実を図っていく必要があります。

【基本方針】

〔魅力ある観光の振興〕

- 観光を取り巻く環境の変化や観光客の多様なニーズに的確に応えるため、計画的な施設整備や観光ホスピタリティーの向上、まちづくりコンセプトである3育との連動から、魅力ある観光振興を推進します。
- 本町の観光拠点である当麻山を中心に、各施設をより効果的に活用できるよう整備するとともに、冬季における施設活用から新たな賑わいの創出へとつなげます。
- 当麻町ホームページなどのSNSやマスメディアにより積極的に情報発信するとともに、道の駅「とうま」を活用した観光PRをすすめます。

【観光振興体制の充実】

- 民間活力の導入や関係機関との密な連携から観光事業を推進するとともに、指定管理者制度や業務委託により効果的な施設運営を図ります。
- 各種イベント事業により、町内外からの集客や知名度アップを図り、地域の賑わいを創出します。
- 観光と地域経済を連動させる仕組みから、それぞれの分野が相乗的に活性化するよう図ります。

【主要施策】

| 主 要 施 策 | 取 組 内 容 |
|-----------|--|
| 魅力ある観光の振興 | 食育・木育・花育による3育のまちづくりコンセプトを観光イメージアップにもつなげ、観光・地域資源を活かした施設の利活用と計画的な施設整備を図ります。 スキー場も連動させた冬のアクティビティ開発により、当麻町ならではの新たな賑わいを創出します。 当麻町ホームページやフェイスブックなどのSNSやマスメディアを積極的に活用した情報発信と併せ、道の駅「とうま」を情報発信の拠点とした観光PRや特産品の販売推進に努めます。 |
| 観光振興体制の充実 | 民間活力の導入、関係機関との連携により、集客力アップ、新たな観光商材の開発に努め、指定管理者制度や業務委託による経済的かつ効果的な施設運営を図ります。 本町の特徴を活かしたイベント事業により、集客や知名度アップ、交流人口の拡大から地域全体の賑わいへとつなげます。 観光客が町内を周遊できる仕組みをつくり、農業・商工業も含めた地域経済の活性化へとつなげます。 |

上記「第6次当麻町総合計画」に示される商工業と観光の振興方向性は、当商工会が掲げる小規模事業者振興の基本理念と目標を共有しており、相互に極めて高い連動性と整合性を有しています。

特に、総合計画が掲げる以下の課題解決と施策推進において、当商工会が推進する電子地域通貨「でんすけペイ」が中核的な役割を果たします。

【商業の振興】

経営改善・ICT化の促進、および地域内消費の安定化・活性化

【観光振興体制の充実】

観光と地域経済を連動させる仕組みの構築、特に「道の駅とうま」から商業地を含む町内への回遊性の確保

【商工業の振興】

持続的発展、活性化への支援、および経営基盤の強化

「でんすけペイ」の推進は、単なるキャッシュレス化に留まらず、国道39号線沿いの道の駅「とうま」を起点とする観光客を市街地の商業地へ誘導し、地域内経済循環の強化と、観光客の町内周遊・消費を促進する地域活性化の核となるツールとして機能します。

こうした背景を踏まえ、当麻町商工会は当麻町役場と情報・事業の緊密な連携体制を維持し、総合計画の実現に資する経営発達支援事業と「でんすけペイ」の利活用推進を全職員・全事業者一丸となつて着実に推進してまいります。

上記「第6次当麻町総合計画」で示されている商工業および観光の方向性は、商工会が掲げる「今後10年程度を見据えた小規模事業者振興のあり方」と基本理念や目標を共有しており、相互に高い連動性と整合性を有しています。

さらに、当麻町商工会電子地域通貨事業「でんすけペイ」の推進は、商店街活性化や地域経済循環の強化という点で、商工会の振興方針と極めて親和性が高い取組です。

こうした背景を踏まえ、当麻町商工会は当麻町役場と緊密に連携し、総合計画の実現に資する経営発達支援事業および「でんすけペイ」の利活用推進を着実に推進していきます。

③商工会の役割

ア. 地域商工業の中核支援機関としての役割

商工会は、小売業・商店街をはじめ、事業者が抱える後継者不足、売上減少、原材料高騰などの課題に最も近い立場から支援を行う存在です。経営改善、ICT導入、販路開拓、特産品開発など、総合計画で示されている方向性を地域で実行する役割を担っています。

イ. 「でんすけペイ」を核とした地域経済循環の促進

電子地域通貨「でんすけペイ」は、町内での消費を喚起し、商店街や小規模事業者の経営を支える仕組みです。加盟店の拡大や利用促進イベントを通じて、地域経済の活性化や若い世代の利用促進を図り、地域のDX化にも貢献します。商工会は、この仕組みを最大限活用し、町内の経済循環を力強く支えていきます。

ウ. 地域コミュニティと生活機能を支える役割

商店街やサービス業は、町民の生活を支える重要な基盤です。商工会は、空き店舗の活用、創業支援、でんすけペイを活用した買い物環境の向上などを通じて、地域コミュニティが維持されるよう支援していきます。

エ. 担い手育成と事業承継を促進する役割

総合計画で重視されている後継者育成や起業促進に対応し、事業承継や創業支援を継続的に行います。事業者が自社の本質的な経営課題に「気付き」、納得して「腹落ち」するところまで理解を深め、自走できるよう伴走支援を行うことが商工会の重要な役割です。

オ. 商工業全体の経営基盤を強化する役割

製造業や建設業を含む幅広い業種の事業者に対し、金融支援の活用や経営安定化のための取組

みをサポートします。地域産業全体の底上げを図り、経済変動に強い事業体づくりを支えていきます。

カ. 行政と現場をつなぐ連携ハブとしての役割

商工会は、行政の産業施策を現場へ届ける役割を担っています。事業者から聞き取った課題を行政へフィードバックし、より地域実情に合った政策形成に貢献します。行政と現場の橋渡しをすることで、総合計画の着実な推進に繋がります。

キ. 就労の場の確保と人口定住を支える役割

企業立地支援や創業促進、事業継続支援を通じて町内の雇用を守り、新たな働く場を創出します。生活サービスの維持とあわせることで、当麻町に住み続けられる環境を整え、人口定住にも寄与します。

【まとめ】

当麻町商工会は、「でんすけペイによる地域DX」×「事業者支援」×「担い手育成」を柱に、当麻町の持続的な発展と総合計画の実現に向けて、現場の最前線で取り組みを進めていきます。

(3) 経営発達支援事業の目標

(2)にて前述の「長期的な振興のあり方」を踏まえ、経営発達支援事業の5か年の目標を次のとおり設定します。

①小規模事業者への支援目標

ア. 経営分析及び事業計画策定・実行の支援やDXセミナーを開催し、売上向上により小規模事業者の経営基盤の強化を図ります。

| | |
|----------------------------------|---------|
| KPI：【事業計画策定事業者 | 75者／5年】 |
| KPI：【DXセミナー（年2回）出席者数 | 60者／5年】 |
| KGI：【支援・出席した事業者の利益率増加目標2%（前年対比）】 | |

設定した理由：

当町では人口減少と少子高齢化が急速に進行しており、生産年齢人口の減少による労働力不足が地域経済の維持における深刻な課題となっています。小規模事業者が持続的に経営を維持するためには、従来の経営スタイルから脱却し、客観的なデータに基づく経営分析や具体的な事業計画の策定が不可欠です。

あわせて、限られた人的資源を有効活用するためのDXの推進が急務です。アナログな業務プロセスの見直しやデジタルツールの導入により、業務効率化とコスト削減を図るため、年2回の実務的なセミナーを開催します。

数値目標については、過去の支援実績と今後の相談需要から5年間で75者の計画策定を、セミナーにおいては1回あたり6名（延べ60名）の参加を目標としました。計画策定による伴走支援と、DXによる生産性向上を両輪で進めることで、支援事業者の利益率2%増加（対前年比）を実現し、個々の事業者の収益力向上と地域の経営基盤の底上げを図るためです。

イ. 商業機能及び地域コミュニティ機能維持のため事業承継・創業計画策定を支援し、小規模事業者の減少率を6%以内に抑えます。

| | |
|---------------------------|---------|
| KPI：【事業承継計画策定事業者総数 | 10者／5年】 |
| KPI：【事業承継計画書策定事業者数目標 | 5者／5年】 |
| KPI：【創業計画策定支援者総数 | 10者／5年】 |
| KPI：【創業計画書策定事業者数目標 | 5者／5年】 |
| KGI：【5年後の小規模事業者数の減少率6%以内】 | |

設定した理由：

当麻町における小規模事業者の減少は、単なる店舗数の減少に留まらず、生活利便性の低下や地域コミュニティの希薄化に直結する深刻な課題です。過去10年間の減少傾向および現経営者の年齢構成（高齢化）を分析した結果、自然推移では今後5年間で6.6%の減少が見込まれます。この減少を食い止めるためには、既存事業の次世代への円滑なバトンタッチ（事業承継）と、新たな活力となる新規開業（創業）の両輪での支援が不可欠です。5年間で10者の創業支援、10者の事業承継支援を軸に、計画的な事業継続を促すことで、小規模事業者の減少率を6%以内に抑制し、持続可能な地域商業・コミュニティ機能の維持を図るためです。

ウ. 小規模事業者の新商品開発促進と販路開拓支援による売上・利益率等の向上

KPI：【物産展出展支援事業者数】 10者／5年】

KGI：【物産展出展による売上増加率増（前年対比5%）事業者数】 5者／5年】

設定した理由：

当町には「でんすけすいか」等の強力な地域ブランドがありますが、個々の小規模事業者が単独で域外への販路を開拓するには限界があります。一般消費者（BtoC）との直接的な接点となる物産展への出展を支援し、アンケート等を通じた消費者のリアルな反応を商品改良にフィードバックすることで、売上向上に繋げる体制を構築します。目標数値については、例年実施している物産展への派遣実績に基づき、年間2者、5年間で延べ10者の支援を現実的な目標とし、出展による直接的な販路拡大効果として前年対比5%の売上増を半数の5者で達成することを目指します。

KPI：【商談会出展支援事業者数】 25者／5年】

KGI：【商談会出展による商談成約（出展1者あたり1件／年）事業者数】 15者／5年】

設定した理由：

地域の基幹産業である農業に関連した加工品や銘木等の地域資源を活かした製品の販路を広域的に拡大するため、バイヤーとのマッチング（BtoB）を強化する必要があります。数値目標については、食や木材関連の展示会への参加意欲がある事業者を年間5者程度と見込み、5年間で25者を設定しました。また、展示会を「出展するだけ」に終わらせず、具体的な商談成約（1者あたり1件／年）に繋げる伴走支援を行うことで、波及効果を含め年間3者、5年で15者の商談成約を実現し、域外からの外貨獲得能力を強化することを目指します。

KPI：【IT活用支援事業者数・でんすけпейHP掲載事業者数】 30者／5年】

KGI：【IT活用による売上増加率増（前年対比3%）事業者数】 15者／5年】

設定した理由：

「でんすけпей」の導入やデジタル化の進展に伴い、インターネットを通じた情報発信や販路開拓の重要性が高まっています。数値目標については、現在「でんすけпей」に加盟している店舗のうち、特に情報発信に注力が必要な店舗を年間6者、5年で計30者を選定し重点的に支援します。HP掲載やSNS活用によるデジタルマーケティングを定着させることで、町内のみならず広域からの集客・受注を促進し、効率的な経営による売上増加率3%を支援事業者の半数（15者）で達成することを目指します。

KPI：【PRパンフレット・動画活用支援事業者数】 100者／5年】

KGI：【PRパンフレット・動画活用支援による売上増加率増（2%／年）事業者数】 50者／5年】

設定した理由：

道の駅や各観光施設と市街地店舗の回遊性の低さが構造的な課題となっており、視覚的なPRツールによる動線確保が求められています。数値目標については、当町が展開する各種観光振興策と連動し、幅広い業種に対して年間20者、計100者への集中的なPR支援を展開します。動画やパンフレット等の「見える化」により「オール当麻」としての魅力を実効的に発信し、事業

者の認知度向上を図ります。これにより、来店頻度や客単価の向上を通じた着実な売上増（2％／年）を、支援対象の半数にあたる50者で実現することを目指します。

②地域への裨益目標

上記①で掲げた小規模事業者への支援目標を達成することにより、地域住民の暮らしや雇用を支える小規模事業者の減少を抑制し、当麻町が持つ自然・文化・産業などの地域特性を活かした「地域特性を活かした魅力あふれるまちづくり」の実現に寄与することを目指します。

特に、地域産品を取り扱う事業者の活性化とあわせて、電子地域通貨「でんすけペイ」を核とした道の駅「とうま」からの市街地への動線強化と誘客を推進し、町内消費循環の強化や、「オール当麻」ブランドの域外への発信を推進します。これにより、交流人口の増加、外貨獲得、地域内経済循環の拡大を図り、当麻町経済全体の持続的な発展に貢献して参ります。

ア. 観光関連イベント（でんすけペイ含む）の開催を増加（年1件）し、交流人口の拡大を図ります

【観光客入込数 40万人／5年】

イ. 「でんすけペイ」加盟店の増加（現在78店舗）

【加入推進（年10店舗）による加盟店舗数 100店舗／5年】

ウ. 「でんすけペイ」キャンペーン増加（年3回）による地域内経済循環の強化

【利用額 10億円／5年】

エ. 「オール当麻」ブランド品の認知度向上のため域外へのPRイベントへの出展（2回／年）

【「オール当麻」ブランド品の認知度率向上 130％／5年】

オ. ふるさと納税返礼品を活用した町外発信力と外貨獲得の強化（当麻町ふるさと納税額は令和6年6.71億円、令和7年5億円の見込み）

【「オール当麻」の認知度向上による当麻町ふるさと納税額増加 30億円／5年】

2. 経営発達支援事業の実施期間

(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

これまでに掲げた目標の達成に向けて、当麻町や関係団体及び各種専門家との連携を図りながら、下記の方針により小規模事業者への支援を実施します。

【①小規模事業者への支援目標の達成に向けた方針】

ア. 経営分析及び事業計画策定・実行の支援やDXセミナーを開催し、売上向上により小規模事業者の経営基盤の強化を図ります。

経営分析を実施する前に、ヒアリングシートにより町内事業者の実態(概観)把握を行い、経営分析対象者の掘り起こしを行います。

実態把握後は、経営分析により課題を抽出し、課題に応じて支援優先度を設定し、事業計画策定を支援します。

計画策定にあたっては、前段でDX個別相談会やセミナーを開催し、DXの機運醸成を図り、IT戦略を視野に入れた事業計画策定を目指します。

支援にあたっては「対話」と「傾聴」により、事業者が抱える本質的経営課題を抽出し、事業者自らが自社の本質的な経営課題に「気付き」、さらに「腹落ち」するまで理解を深めたうえで、**変革へ踏み出す自走化による計画実行を支援**します。

また、計画策定全事業者に対し、計画的にフォローアップ支援を行い、計画の進捗状況に応じて支援頻度を狭める、専門家との連携支援を行うなどにより、職員の支援力向上と着実な計画実行による売上向上・経営基盤の強化を支援します。

イ. 商業機能及び地域コミュニティ機能維持のため事業承継・創業計画策定を支援し、小規模事業者の減少率を6%以内に抑えます。

地域住民の暮らしを支える商工業者を将来にわたって維持していくためには、買い物環境や雇用の場を含めた地域コミュニティの基盤を守る必要があります。そのため、事業承継や創業・第二創業への支援は不可欠であり、事業者の想いや事情に寄り添いながら課題解決を共に進める支援体制を整えます。まず、経営分析の前段階として、ヒアリングシートを用いて事業者の実態を丁寧に把握し、事業承継に悩みを抱えている事業者を掘り起こします。特にこれまでアプローチが十分に行えていなかった工業関連事業者に対しては、「**事業承継**」というテーマを入口とし、**対話を重ねながら「気軽に相談できる関係づくり」を進め、支援のきっかけをつくります。**

事業承継計画策定にあたっては、ヒアリングを通じて経営課題を把握したうえで、経営分析・計画策定・フォローアップまでを一貫して支援します。複雑・高度な事案については、「北海道事業承継・引継ぎ支援センター」など専門機関と連携し、親族内承継だけでなく第三者承継やM&Aも含め、最適な選択肢を事業者と一緒に検討します。

支援するうえで重要なのは、「対話」と「傾聴」です。事業者が抱える不安や課題を丁寧に受け止め、表面的な課題にとどまらず、事業の根底にある本質的な経営課題をともに整理します。そして、**事業者自身が問題を『自分ごと』として理解し、「気づき」と「腹落ち」に至るよう支援する伴走型の支援**を行います。

また、創業支援においては、商工会と当麻町が年間を通じて事業者と寄り添い、国や道、町の創業支援制度の周知を行いながら、関係機関と連携して潜在的な創業希望者の掘り起こしを行います。具体的な創業相談が寄せられた際には、金融機関や専門家と連携し、**創業者の不安に寄り添いながら、資金調達・計画策定・事業開始までを伴走し、円滑な創業を実現できるよう支援**します。

ウ. 小規模事業者の新商品開発促進と販路開拓支援による売上・利益率等の向上

事業計画を策定した「オール当麻」ブランド品の担い手である小規模事業者に対し、当麻町と連携しながら、**地域資源を活かした高付加価値商品の開発や既存商品の改良に向けた丁寧な支援**を行います。

これらの事業者の中には、2期目の支援を通じて既に一定の成果を上げている事業者も存在していることから、そのような事業者に対しては、さらなるステップアップにつながる新商品開発や販路拡大に向けた提案・支援を実施します。

また、支援の成果として生まれた成功事例は、地域全体のロールモデルとして位置付け、他の事業者の成長を促すとともに、新たな挑戦者の発掘につなげます。これにより、**「オール当麻」ブランド全体の魅力向上と、事業者間の相乗効果の創出**を図ります。

域外への需要開拓に取り組む事業者には、札幌圏や本州の都市部で開催される商談会・展示会・物産展への出展を支援し、出展内容の確認、POP・販促物作成支援、需要動向調査、商談サポートなど、事前・当日・事後にわたるきめ細かな伴走支援を行います。こうした支援により、売上向上・認知度向上・商談成約の実現を目指します。

域内や近隣商圏での販売強化に取り組む事業者には、共同チラシ掲載支援により、地域事業者間の相乗効果を高めながら効率的な需要取り込みを図ります。

さらに、販路方向に関わらず、全ての事業者に対し、事業計画に基づき効果的と考えられるPR手法を提案します。具体的には、WEBサイト・SNSを活用した情報発信、動画作成などのITツールによる販促支援を行い、DXへの第一歩を後押しします。これにより、視覚的效果を高め、商品が幅広い消費者の目に触れる機会を増加させ、当麻町が誇る商品の魅力を効果的に発信していきます。

これらの取り組みを通じて、**小規模事業者の売上および利益率の向上を着実に推進し、地域商工業全体の活力向上**へ繋げて参ります。

【②地域への裨益目標（地域経済への波及効果）達成に向けた方針】

前述する小規模事業者への支援目標を達成することで、地域の事業承継や創業を促進し、地域商工業の新陳代謝を生み出す好循環の構築を目指します。これにより、事業者の高齢化による廃業増加を防ぎ、生活関連産業をはじめとする地域住民の暮らしを支える商工業機能の維持・強化に繋がります。

併せて、電子地域通貨「でんすけペイ」を活用した地域内消費の循環強化を図り、町民・事業者・来訪者が地域内で経済活動を行いやすい環境を整備します。ポイント還元やキャンペーンによる購買促進に加え、利用データの分析結果を基に、より効果的な販促や経営改善支援を行い、地域内経済の持続的な活性化に繋がります。また、町の関係機関との特産品への共通の取組みを支援します。

また、**地域資源を活かした特産品・加工品を「オール当麻」ブランドとして体系的に磨き上げ、域外へ向けた情報発信や販路開拓支援を強化**します。ブランド力向上を図ることで、当麻町の魅力が広く認知され、商品購入や観光を目的とした来訪者の増加が期待されます。これにより、交流人口の拡大・地域内消費の増加・事業者の収益向上が実現します。

さらに、「ふるさと納税」を地域ブランド発信の重要なチャンネルとして位置づけ、返礼品を通じた町外へのPR力を高めます。寄附者との継続的な関係づくりを進めることで、安定的な外貨獲得とともに、当麻町のファン層の拡大を図ります。ふるさと納税を契機として当麻町に興味を持った方々が来訪や購入につながるよう、町外からの経済流入の拡大にも取り組みます。

これらの施策を総合的かつ一体的に推進することで、次の4点の裨益効果を生み出し、**「地域特性を活かした魅力あふれるまちづくり」の実現に寄与**して参ります。

◇小規模事業者の持続的発展

◇外貨獲得と観光・関係人口の増加

◇地域経済の循環強化

◇当麻町全体のブランド力の向上

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

①現 状

第2期においては、新型コロナウイルス感染拡大における事業活動への影響に特化した調査を行い、当麻町のコロナ対策施策の創設に繋げ、その後施策活用支援に繋げることができ、小規模事業者の事業継続に活用することが出来ました。

また、地域経済分析システムRESASの内容を巡回訪問・窓口相談時に情報提供しました。

【第2期実績】

| | 令和3年度 | 令和4年度 | 令和5年度 | 令和6年度 | 令和7年度 |
|--------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| ①独自の地域経済動向調査公表回数 | 0回 | 1回 | 0回 | 0回 | 0回 |
| ②ビッグデータを活用した調査公表回数 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |

②課 題

第2期では、RESASによるデータ提供を行ったものの、巡回訪問・窓口相談時の情報提供にとどまり、事業者が自社を取り巻く経営環境として十分に認識するには至りませんでした。その結果、調査結果が経営改善・事業計画策定などに十分活用されなかったことが課題です。

このため、第3期では調査手法を見直し、でんすけペイで集約したデータやRESASを活用した地域経済動向をホームページで公表することで、事業者がより身近にデータを確認し、関心を持って活用できる環境を整えます。これにより、データに基づく実効性の高い事業計画策定へ繋げています。

(2) 目 標

| 事業内容 | 公表方法 | 現状 | 令和8年度 | 令和9年度 | 令和10年度 | 令和11年度 | 令和12年度 |
|-------------------|------|----|-------|-------|--------|--------|--------|
| ①独自の地域経済動向調査公表回数 | HP掲載 | 0回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |
| ②RESASを活用した調査公表回数 | HP掲載 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |

※現状は令和7年度実績見込み

(3) 事業内容

①独自の地域経済動向調査の実施

小規模事業者の経営状況や地域経済の動向を的確に把握するため、電子地域通貨「でんすけペイ」のデータを活用した独自調査を実施します。調査結果は業種別に分析し、わかりやすく整理した上で、小規模事業者へ情報提供します。これらのデータは、巡回訪問および窓口相談における経営分析や事業計画策定の重要な基礎資料として活用します。

【調査対象】 でんすけペイ加盟の小規模事業者（59事業者）

【調査項目】 日別利用状況、通算利用状況、ヒストグラム分析、ヒートマップ、セグメント分析、ABC（パレート）分析などを活用し、地域内消費の動向や需要変化を多角的に把握します。

【調査手法】 でんすけペイの利用実績データを用いて分析を実施します。

【分析手法】 商工会職員が業種別・全体別に集計し、分析結果を事業者へフィードバックします。

②国が提供するビッグデータの活用

RESAS（地域経済分析システム）を最大限に活用し、地域経済の構造や小規模事業者を取り巻く外部環境を客観的・定量的に可視化します。これにより、事業者が自らの状況をデータに基づいて把握し、経営判断や将来予測に活用できる環境を整備します。経営指導員が中心となり、以下の内容について分析を行います。

【分析項目及び手法】

ア. 地域経済循環・生産分析

「地域産業関連表」「地域経済計算」「地域経済循環図」等を用い、産業構造、付加価値額、雇用所得、資金循環などを分析し、地域経済の構造的課題を明確化します。

イ. 流動人口・観光動向分析

「まちづくりマップ」「From-to分析」「流動人口データ」により滞在者動向を把握し、「観光マップ」「目的地分析」に基づき交流人口の動態を分析し、潜在的な需要を探索します。

ウ. 産業構造・景況分析

地域経済に大きな影響を与える一次産業を中心に、産業構造を深掘りして分析し、景況判断材料として活用します。

◎これらの分析結果は、経営指導員等が専門家の意見も交えながら、小規模事業者にとっての具体的なビジネスチャンスや経営課題に繋がる要素として分かりやすくレポートに整理します。

（４）調査結果の積極的な活用と事業計画策定支援への反映（活用方法）

①情報公開と普及促進

分析結果は「地域経済レポート」として年1回、当会ホームページで公表し、地域のあらゆる小規模事業者が外部環境を把握しやすい環境を整えます。これにより、事業者が自らの経営判断の材料として活用することを促進します。

②経営支援への反映

経営指導員は巡回訪問・窓口相談の場で調査結果を活用し、事業者の立ち位置や強み・弱みを明確化します。データに基づく経営分析を行い、ビジネスチャンスの提示や実効性の高い事業計画策定につながる支援を行います。

4. 需要動向調査に関すること

（１）現状と課題

①現 状

第2期計画当初において予定しておりました商談会や物産展等での対面による調査につきましては、令和3年度は新型コロナウイルス感染症の影響による「三密」回避の状況下であったため、バイヤーや消費者への需要動向調査を十分に実施することができませんでした。また、新型コロナウイルス感染症による影響調査として、緊急事態措置協力支援金や包括支援交付金の対象外の事業所に対し、ヒアリング（電話対応含む）を通じて、現状把握を調査しました。

しかしながら、令和4年度以降は、当初の計画に基づき、商談会や物産展への出展機会を捉え、対面ヒアリング方式による需要動向調査を再開いたしました。これにより、収集したバイヤーや消費者からのニーズを的確に出展事業者にフィードバックし、具体的な商品改良へと繋げることができました。

【第2期実績】

| | 令和3年度 | 令和4年度 | 令和5年度 | 令和6年度 | 令和7年度 |
|-----------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 物産展等における消費者への需要動向調査 | 0者 | 0者 | 3者 | 1者 | 1者 |
| 商談会等におけるバイヤー等への需要動向調査 | 0者 | 3者 | 3者 | 4者 | 4者 |
| 地域需要動向調査 | 21者 | 16者 | 17者 | 0者 | 0者 |

※地域需要動向調査について、新型コロナウイルスの類型引き下げに伴い令和6年度からは実施しておりません。

②課題

新型コロナウイルス感染症の影響調査については一定の成果を得られましたが、一方で、商談会・物産展等での調査や地域需要動向調査は、コロナ禍における対面調査の制限により、的確なニーズの把握が不十分となる期間が生じました。

令和4年度からは、展示会等への出展時にアンケートや聞き取り調査を実施し、結果を事業者にフィードバックすることで商品改善を支援しましたが、課題も残りました。

調査項目や調査内容が総括的なものに留まり、新たな需要開拓に繋がる有効なデータ収集までには至りませんでした。また、当商工会の限られた人的リソースに対して調査対象事業者数が過大となり、個別の調査が散漫になる事態が生じました。

第3期計画では、これらの課題を踏まえ、次の取り組みにより調査の質と実効性の向上を図ります。まず、事前に専門家等の助言を得て、事業者の新たな販路開拓や既存商品の改善に資するよう、調査項目を徹底的に精査します。また、調査の質・効果を最大化するため、人的リソースを有効活用できるよう、出展事業者（調査対象事業者）数を精査し、目標値の修正等の見直しを行います。

今後の事業環境の変化に伴い、従来の需要とは異なる消費者ニーズが生じる可能性も考慮し、改めて地域内需要動向の調査・分析を実施し、商品やサービスの改善、新商品開発に向けた基礎データを収集します。

(2) 目標

| | 現状 | 令和8年度 | 令和9年度 | 令和10年度 | 令和11年度 | 令和12年度 |
|------------------------------|----|-------|-------|--------|--------|--------|
| ①物産展等における消費者への需要動向調査対象事業者数 | 1者 | 2者 | 2者 | 2者 | 2者 | 2者 |
| ②商談会等におけるバイヤー等への需要動向調査対象事業者数 | 4者 | 5者 | 5者 | 5者 | 5者 | 5者 |
| ③地域需要動向調査対象事業者数 | 0者 | 1者 | 1者 | 1者 | 1者 | 1者 |

※現状は令和7年度実績見込み

(3) 事業内容

①物産展等における消費者への需要動向調査

地域資源を活用した新商品等について、物産展等に出展する際に、来場した消費者等を対象にアン

ケート調査を実施します。商品の評価、価格・容量の改善点、要望等を詳細に調査し、市場の生の声を集めます。

調査の質と効果の最大化を図るため、第2期の課題を踏まえ、事前に専門家等と連携し調査項目を精査するとともに、当会の人的リソースを勘案して出展事業者数を厳選することで、調査の質と効果の最大化を図ります。

また、調査結果は商工会職員が集計・分析を行い、出展事業者に速やかにフィードバックします。データは事業計画の見直しに活用され、具体的な商品改良や新たな商品開発を促進します。

【支援対象者】 事業計画（地域資源活用、新商品開発等）を策定し物産展等に出展する小規模事業者（飲食業・食肉小売業など）

【想定される物産展】

◇にぎわい市場さっぽろ（B to C）など

主 催： にぎわい市場さっぽろ事務局

開催時期：11月中旬～下旬頃

開催場所：北海道札幌市・アクセスサッポロ

概 要：北海道の恵み、地域の特産物を札幌に大集結して売り込む催事であり、地域特産品の販路開拓・拡大を図ります。

来 場 者：一般消費者、流通関係企業のマーチャンダイザー等、関係機関

規 模：（前回開催時）出展者数：101（社・団体）来場者：16,246名

【調査項目】

来場者の属性（性別、年齢、居住地、来場動機等）及び商品の属性（食味、容量、適正価格、パッケージデザイン、競合商品との比較、特産品としてのイメージ、購入・再購入手段等）

【調査手段・手法】

共同制作パンフレットにQRコードを添付し、スマートフォンによる回答を推奨します。必要に応じて来場者の属性によるクロス集計を行い、専門家の意見を聴きながら傾向を分析します。

【サンプル数】 1事業者あたり一般消費者25名程度

②商談会等におけるバイヤー等への需要動向調査

地域資源を活用した新商品等について、商談会に出展する際に、来場したバイヤー等を対象にアンケート調査を実施します。商品の評価、適正な流通先、価格・容量の改善点、要望等を調査することで、ビジネスに直結する専門的な情報を収集します。

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ます。この情報に基づき、事業計画を見直すことで、商品改良や新たな販路開拓を促進します。

【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（鉄工業、銘木製造小売業、農産加工品小売業、清涼飲料製造業）

【想定される商談会】

◇北海道産品取引商談会（B to B）

主 催：一般社団法人北海道貿易物産振興会

開催時期：2月

開催場所：〔東京会場〕東京交通会館 〔大阪会場〕ホテル阪急インターナショナル

概 要：「オール当麻」ブランド品の食味、容量、適正価格、パッケージデザイン、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等

来 場 者：流通・観光関係企業のバイヤー、関係機関

規 模：(前回出展時 2025 年 2 月)

出展者数 [東京会場] 77 社 [大阪会場] 74 社 [合計 151 社]
来場社数 [東京会場] 161 社 [大阪会場] 100 社 [合計 261 社]

◇東京インターナショナル・ギフト・ショー (BtoB)

主 催：株式会社ビジネスガイド社

開催時期：9 月または 2 月

開催場所：東京ビッグサイト

概 要：「オール当麻」ブランド品の食味、容量、適正価格、パッケージデザイン、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等

来 場 者：流通・観光関係企業のバイヤー、関係機関

規 模：(前回出展時 2025 年) 出展者数：2,728 (社・団体) 来場者：224,401 名

【調査項目】

「オール当麻」ブランド品の食味、容量、適正価格、パッケージデザイン、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等

【調査手段・手法】

共同制作パンフレットにQRコードを添付し、スマートフォンによる回答を推奨します。必要に応じて来場者の属性によるクロス集計を行い、専門家の意見を聴きながら傾向を分析します。

【サンプル数】 1 事業者あたりバイヤー15 名程度

③地域需要動向調査

事業環境が著しく変化している現状において、町内及び近隣市町村を商圏とする地域需要型の小規模事業者（サービス業・飲食業および創業間もない事業者）の課題解決を支援するため、地域内需要動向の調査・分析を新たに実施します。

調査の目的と手法として、事業者自身の店舗において、来店客に対し、主力商品や新たに取扱った商品、または取扱いを希望する商品等についてアンケート調査を実施します。

また、商工会職員が集計・分析した結果を当該事業者にフィードバックすることで、事業計画の策定および見直しに向けた客観的な基礎データとして活用します。第2期は事業環境が著しく変化していくなか、町内及び近隣市町村を商圏とする地域需要型の小規模事業者（サービス業・飲食業および創業事業者）に対しては、事業計画策定時に売れ筋商品及びメニュー等の情報提供を行うに留まっていたため、新たな取組として自店において、来店客に対し、主力商品及び新たに取扱った商品、取扱いを希望する商品等についてアンケート調査を実施し、商工会職員が集計・分析した結果を当該事業者へフィードバックすることで事業計画の策定及び見直しに向けた基礎データとします。

【支援対象者】

町内及び近隣市町村を商圏とする地域需要型の小規模事業者（サービス業・飲食業および創業間もない事業者）

【調査項目】

来店者の属性（性別、年齢、居住地区、主な購入先、来店動機、来店頻度等）及び商品の属性（食味、価格、サービス、競合店との価格差、再購入の有無、当店の商品構成全体等）

【調査手段・手法】

アンケートシートを活用し、5段階評価方式での記入およびヒアリングを実施します。必要に応じて来場者の属性によるクロス集計を行い、専門家の意見を聴きながら傾向を分析します。

【サンプル数】 1 事業者あたり一般消費者 30 名程度

(4) 調査結果の活用方法

本調査で得られたデータは、小規模事業者へのフィードバックし、販売戦略の立案や経営計画の策定・見直しに向けた重要な基礎データとして活用されます。

上記①②の商談会・物産展での調査は、第2期から継続する事業ですが、第2期の課題であったサンプル数の少なさや調査結果の不十分さを解消するため、取り組みを強化し、より具体的な成果を上げられるよう努めます。

③の地域需要動向調査は、事業環境の変化に対応するため、町内及び近隣市町村を商圈とする事業者が抱える課題解決を目的としており、地域需要を的確に把握・分析することで、稼ぐ力を向上させるための事業計画策定に繋がります。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

①現状

第2期計画では、支援対象者の偏りを解消し、より多くの小規模事業者の皆様の実態を把握することを目的として、ヒアリングシートを活用した全小規模事業者の経営概観把握を試みました。しかし、全ての事業者へのアプローチには至らず、全体の約8割程度の把握に留まりました。

一方で、確定申告や金融斡旋、各種補助金申請時の支援において、財務情報に基づく定量分析を計画目標以上の件数実施することができました。

しかしながら、外部環境や内部環境といった定性的な要因を含めた本質的な経営課題の抽出については、一部の支援先に留まるという結果となりました。

【第2期実績】

| 事業内容 | 令和3年度 | 令和4年度 | 令和5年度 | 令和6年度 | 令和7年度 |
|--------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 経営分析件数 | 22件 | 25件 | 44件 | 21件 | 30件 |

※令和7年度は見込み数

②課題

第2期では、支援対象者に偏りが生じたため、引き続き実態把握に至っていない事業者へのヒアリングが喫緊の課題です。特に、地域の雇用を下支えする工業関連事業者へのアプローチが不足しており、重点的な支援が求められます。

事業承継や新商品開発など、事業者を新たな成長ステージへ導くためのきっかけ作りや、地域経済を牽引する意欲ある事業者の発掘のためには、事業者との接点（面）を広げ、信頼関係を深めることが極めて重要です。

このため、第3期においても、第2期に引き続きヒアリングシートを活用した「掘り起こし」を先行させ、そこから経営分析支援へと繋げる体制を強化します。特に工業関連事業者に対しては、事業承継を最初の切り口としてアプローチすることで、取り組みの停滞を解消します。

また、引き続き小規模事業者の新商品開発や売上向上の取り組みを推進するため、財務分析（定量分析）と合わせて、非財務分析（定性分析）を積極的に支援し、事業者が自発的な意欲をもって経営改善に取り組めるよう内発的動機付けを促しながら分析を実施します。

(2) 目標

| 事業内容 | 現状 | 令和8年度 | 令和9年度 | 令和10年度 | 令和11年度 | 令和12年度 |
|--------|-----|-------|-------|--------|--------|--------|
| 経営分析件数 | 30件 | 25件 | 25件 | 25件 | 25件 | 25件 |

※現状は令和7年度実績見込み

(3) 事業内容

<方針>

小規模事業者との接点拡大と継続的な対話を実施するため、まず、支援対象者の発掘と接点となる「面」を広げるため、ヒアリングシートを有効活用し、より多くの小規模事業者の経営概観把握に努めます。この聞き取りを通じて経営概要を把握し、「支援のきっかけ」を創出します。

次の支援ステップとして、ヒアリング項目を深掘りするために、定期的な巡回訪問による継続した「対話」と「傾聴」の姿勢を重視し、事業者が抱える本質的な経営課題を引き出します。

第1・2期で実態把握に至らなかった残りの事業者約62%（142者／228者）について、本事業の初年度（令和8年度）に、職員が分担して巡回訪問とヒアリングシートによる聞き取りを完了し、当町の全小規模事業者の実態把握を達成した上で、具体的な経営分析支援へと繋げていきます。2年目以降も定期的な巡回計画に基づき、継続的な支援を行います。

①経営分析を行う事業者の発掘

テーマ：『定期的な巡回訪問を通じた、出来る限り多くの事業者との対話促進』

経営指導員等が、巡回訪問や窓口相談の機会を捉え、小規模事業者との「対話」を丁寧に重ねることで、支援の入口となる「課題設定」へと繋がります。課題設定に際しては、経営実態から本質的な課題を掘り下げ、経営分析の必要性を事業者に認識してもらい、課題解決に向けた「内発的動機付け」を高めることで、意欲のある対象者を重点的に掘り起こします。

【巡回訪問による概観把握の強化】

本事業の3期目において支援の質と量を向上させるため、商工会が事業者にとって最も信頼できるサポーターとなれるよう、できる限り多くの事業者との対話を通じて信頼関係を構築し、円滑な伴走型支援事業を推進します。初年度に残りの事業者のヒアリングを完了することで、早期に全事業者の実態把握を目指します。

②経営分析の内容と手法

【対象者】

新たな事業展開や販路拡大による経営基盤強化や第2期で掘り起こしが不十分であった工業関連事業者、及び事業承継を目指す小規模事業者

【分析項目】

財務分析（定量分析）

直近3期分の収益性、生産性、安全性、成長性について詳細に分析します。

非財務分析（定性分析）

事業者の内部環境における強み（Strength）・弱み（Weakness）、および事業者を取り巻く外部環境の機会（Opportunity）・脅威（Threat）を下記の分析手法に基づき整理します。

【分析手法】

小規模事業者の潜在的な課題を見極めるため、対話から得られた情報を可視化できるツールである「ローカルベンチマーク」や「日本政策金融公庫の財務分析」を積極的に活用します。

加えて、令和6年11月より運用を開始した電子地域通貨「でんすけペイ」の利用状況データを分析に組み込むことで、地域内での消費動向、顧客の来店頻度、購買行動の変化など、地域経済の「生きた情報」を把握します。**経営指導員等が事業内容や財務状況等の全体的な視点から、事業者と支援者が同じ目線に立って分析**を行います。

さらに、地域経済に関する様々なビッグデータ（産業の強み、人の流れ、人口動態など）を「見える化」した「RESAS（地域経済分析システム）」も併せて活用し、分析データを客観的に確認することで、企業が立地している地域の状態も含めた総合的な経営状態の把握に努めます。

特に非財務分析については、業務フローや商流、4つの視点（経営者、事業、企業を取り巻く環境、内部管理体制）を整理し、**SWOT分析などのフレームワークも活用することで、将来目標を明確**

化し、課題等の解消ツールとして活用・支援します。高度な知見を必要とする場合は、専門家と連携し、積極的な分析支援を行います。

(4) 分析結果の活用方法

分析結果は、事業計画策定の基礎資料として活用するとともに、クラウド型経営支援ツール「ShokoBiz(※)」によりデータベース化し、職員間で共有します。これにより、組織的な知識の蓄積と、効率的かつ質の高い支援体制の構築を図り、支援者へフィードバックし、支援先の事業計画策定支援に繋がります。

(※) 「ShokoBiz」：経営発達支援計画の支援対象である事業者および支援情報をデータ化し、分析・評価するためのクラウド型経営支援システム。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

① 現状

第2期計画においては、経営分析結果、地域の経済動向、および需要動向調査の結果を総合的に踏まえ、以下の通り事業計画策定支援を実施して参りました。

支援の主な内容は、新型コロナウイルス感染症拡大防止に関連する当麻町商工業振興補助金の活用、特別貸付融資の申請支援、そしてアフターコロナを見据えた事業計画の見直しなど、コロナ禍における経営課題への対応が多くを占めました。

また、事業承継支援については、専門家と密接に連携しながら計画策定を支援することができました。創業支援においても、日本政策金融公庫や当麻町との連携体制を構築し、資金面、法律面、補助施策を含む多角的なビジネスプラン策定支援を実施し、新規創業へと導くことができました。

【第2期目実績】

| 事業内容 | 令和3年度 | 令和4年度 | 令和5年度 | 令和6年度 | 令和7年度 |
|-----------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| ①事業計画策定件数(個別) | 7件 | 12件 | 68件 | 71件 | 15件 |
| ②事業承継計画策定件数(個別) | 0件 | 0件 | 0件 | 1件 | 3件 |
| ③創業計画策定件数(個別) | 0件 | 1件 | 2件 | 3件 | 5件 |

※令和7年度は見込み数

② 課題

経営分析と同様に、事業計画策定支援においても対象事業者に偏りが生じてしまったため、まずは経営分析の前段階として、全小規模事業者の実態把握を進め、事業計画策定に繋げていくことが喫緊の課題です。

また、小規模事業者は、人的リソースを含む経営資源に制約があるため、現場での作業に時間を取られがちで、これまでの経験に基づく判断に頼ってしまう現状があります。特にコロナ禍においては、各種給付金や補助金申請などの施策利用時に受動的な対応となるケースが多く見られました。

今後は、小規模事業者の経営基盤の強化と経営の持続化・安定化に向け、事業計画策定の必要性および重要性を強く訴求していく必要があります。

そこで第3期計画では、以下の考え方に基づき、支援事業者との「対話」と「傾聴」を通じて、本質的な経営課題の顕在化と、その課題に対する事業者自身の自認(腹落ちと気づき)を促した上で、「課題設定」から一貫した伴走支援を実施します。

【内発的動機付けの強化】

事業者自身の課題解決に向けた内発的動機付けを促します。

【DX推進支援の導入】

DXに向けたITツールの活用など、事業者個々の課題に応じた適切な意思決定をサポートし、補助金申請など限定的な案件に留まらず、事業者の持続的な発展に向けた事業計画策定支援を行います。

【地域コミュニティの維持】

創業および事業承継に係る計画策定においては、これまでの調査結果を参考に地域コミュニティの維持・継続の重要性を訴求しつつ、具体的かつ本質的な経営課題の解決に繋がる計画策定を、小規模事業者が自発的に取り組めるよう支援を強化します。

(1) 支援に対する考え方

テーマ：『対話と傾聴を深め、信頼を高め、本質的な課題の掘り下げによる経営課題の解決』

第3期計画における事業計画策定支援では、経営分析を実施した意欲ある小規模事業者に対して、着実に事業計画策定へと繋げることを主眼に事業を実施します。

本質的な経営課題解決に向けた事業計画策定の重要性を理解し、事業者に浸透させるためには、経営状況のヒアリング（対話と傾聴）、経営分析の段階からその重要性を訴求していく必要があります。巡回訪問等で対話と傾聴を丁寧に行いながら信頼を高め、本質的な課題の掘り下げによって経営課題への気づきと納得を促します。その上で、動機付けを行い、事業者自らが事業計画の策定を進められるよう伴走支援を行います。

また、近年のIT技術の躍進とDXへの対応は、小規模事業者にとって、消費購買力の流出抑制や経営基盤強化のために不可欠です。このため、事業計画策定に関する前段階として、DX導入に向けた動機付けや基礎的な知識を習得するための個別相談会を実施します。さらに、各種補助金申請手続きのデジタル化が進む現状を踏まえ、事業者に対するDXに対応した基礎知識の取得など、多様なデジタル化に対応した支援を積極的に行います。

①事業計画策定支援（個別支援）

事業計画策定は、小規模事業者の売上や利益確保といった経営基盤の強化・持続的発展に密接に関係します。このため、経営分析の段階から一貫して「対話」と「傾聴」により、事業計画策定の重要性や必要性を「自分ごと」として捉えてもらうよう努め、事業者自身の内発的動機を高めていきます。

こうした前提のもと、経営分析結果をより詳細に説明することで分析結果の気づき・腹落ちを促すとともに、地域の経済動向調査により洗い出した経営環境や、需要動向により分析した市場ニーズと、自社の経営分析結果を統合した実効性の高い事業計画策定を支援します。高度・専門的な案件については、北海道よろず支援拠点や関係支援機関等と連携を図りながら支援を行います。

支援にあたっては、上記で分析した各種データを確認しながら、「対話」と「傾聴」を丁寧に行い、優先課題の設定や課題解決に向けた具体的な事業計画策定に関する支援を行います。

②事業承継計画策定支援（個別支援）

地域の商工業機能の維持・継続のため、当町の中心的な経営世代である55歳～65歳の経営者へ事業承継の準備も含めた意識の波及を図るため、巡回訪問によって着実に事業承継計画作成の個別支援を行います。

【初期アプローチの強化】

「事業承継意向調査」を実施し、経営指導員等が巡回訪問にて後継者の有無や承継の意思、準備スケジュールなどを聞き取り、その調査結果を踏まえて対象事業者を掘り起こし、計画策定支援へと繋がります。

【専門家連携による支援】

意向調査および聞き取りにて収集した情報については、定期的な巡回訪問時に「対話」と「傾聴」を行いながら計画策定支援を実施しますが、事業承継は専門性が高く、センシティブな情報を含むため、北海道商工会連合会や中小企業診断士等の専門家、北海道事業承継・引継ぎ支援センター等を積極的に活用します。対象事業者の秘密保持を徹底しつつ、事業承継計画の策定支援を行います。

③創業支援計画策定支援（個別支援）

小規模事業者の高齢化に伴う廃業の増加が予想される中、地域経済および地域コミュニティの維持・継続のため、小規模事業者の減少を抑制し、商業機能の維持を図る必要があります。

【連携体制の強化と「創業塾」の活用】

当麻町役場と連携し、「産業競争力強化法」の認定を受けた創業支援事業計画に基づき支援を実施します。窓口相談指導に加え、創業に必要な知識を効率的に習得できるよう、近隣都市部の商工会と連携した「創業塾」への受講を促すとともに、より地域課題に即した創業セミナーの企画・開催も検討し、創業を強力に後押しします。

【支援内容】

創業希望者に対し、通年の「創業相談窓口」を設置し、窓口相談指導を行います。また、当麻町、北海道の創業者向け補助施策のPRや、近隣市町村の商工会で開催している「創業塾」への受講を促します。

【情報発信】

ワンストップでの創業支援内容や支援体制を商工会報や商工会ホームページへ掲載し、潜在的な創業希望者に向けて情報発信を強化します。

【専門家支援】

専門業種や専門性の高い分野の創業・第二創業者に関しては、必要に応じて中小企業診断士などの専門家を招聘した個別相談会や関係支援機関の支援を受けながら、ビジネスプランの作成を支援し、起業へと導きます。

④DX推進セミナー（団体支援）

経営の効率化、高度化に対応する上でDXへの対応が不可欠であるため、小規模事業者のDX対応への動機付けや基礎的な知識の習得を目的としたセミナーを新規で実施することで、経営効率化・高度化の実現を目指します。

（3）目 標

| 事業内容 | 現状 | 令和8年度 | 令和9年度 | 令和10年度 | 令和11年度 | 令和12年度 |
|-----------------|-----|-------|-------|--------|--------|--------|
| ①事業計画策定事業者数 | 15者 | 15者 | 15者 | 15者 | 15者 | 15者 |
| ②事業承継計画策定事業者数 | 3者 | 2者 | 2者 | 2者 | 2者 | 2者 |
| ③創業計画策定事業者数 | 5者 | 2者 | 2者 | 2者 | 2者 | 2者 |
| ④DX推進セミナー（開催回数） | 0回 | 2回 | 2回 | 2回 | 2回 | 2回 |

※現状は令和7年度実績見込み

(4) 事業内容

①事業計画策定支援（個別支援）

初めて経営分析を実施し事業計画を策定する事業者に対しては、経営分析で活用した「ローカルベンチマーク」や「日本政策金融公庫の財務分析」等の結果に基づき、当会職員が作成支援を行います。

事業計画の様式は多岐にわたりますが、当会では小規模事業者持続化補助金の様式等を用いて簡潔にまとめ、自社の現状分析と課題に応じた取り組むべき優先順位を明確にすることで、実行性の高い計画とします。

策定を支援した事業計画については、石北四町広域連携協議会の他職員や支援機関・専門家と連携して、経営分析結果と併せて検証し、追加修正を行うことで実現性の高い計画へとブラッシュアップを図ります。また、「需要動向調査」（主に地域需要動向調査）で実施した分析結果に基づき、事業計画を見直すことで、より効果的な計画とします。

【支援対象】 経営分析を実施し、主に域外への販路開拓を目指す小規模事業者

【手段・手法】

当会職員が「ローカルベンチマーク」や「日本政策金融公庫の財務分析」等によって事業計画策定を支援し、実施目標と顧客ターゲット、実施すべき取り組みを簡潔にまとめ、支援機関や専門家と連携して有効性の検証を行い、修正を行います。

②事業承継計画策定支援（個別支援）

P10～11『当麻町における小規模事業者の現状と課題』に記載しているとおり、当町の経営者の高齢化は深刻であり、地域の商工業機能を維持するため、事業承継への対応は急務であるため、事業承継計画の策定により円滑な事業承継を促します。

【支援対象】 事業承継が必要とされる小規模事業者（商業者及び工業者）

【手段・方法】 親族承継、第三者による承継も含めた個別支援を実施します。

・後継予定者がいる場合は、円滑な事業承継に向けて、巡回訪問等で聞き取り、課題を明確にし、優先順位等を整理してスケジュール等を明確にした事業承継計画策定を支援します。

・後継者がいない事業者には、関係支援機関や専門家と連携して創業者や事業承継希望者等との第三者承継を見据えたマッチング支援を行い、円滑な承継を支援します。特に、黒字企業で高齢かつ後継者不在の企業については、早急に個別の集中支援を実施します。

・北海道商工会連合会が日本政策金融公庫、北海道事業承継・引継ぎ支援センターと共催する事業承継個別相談会への参加を勧奨します。

・若手事業者（青年部）のうち事業承継を完了していない者や、承継から日の浅い者は、北海道商工会青年部連合会が主催する「後継者育成塾」への参加を勧奨します。

【連携する専門家】

中小企業診断士、税理士、北海道事業引き継ぎ支援センター等の専門家と連携します。

【個別支援回数】 1者あたり年2回以上

③創業支援計画策定支援（個別支援）

当町での新規創業件数は過去5年間で33件となっており、地域経済の活力維持に繋がる貴重な成果であり、この創業の勢いを維持・加速し、地域経済及び地域コミュニティの維持・継続を図る必要があります。

このことから、当会では創業希望者に対し、知識やノウハウを体系的に提供する「創業塾」の開催が不可欠であると認識し、当麻町と連携をして「産業競争力強化法」の認定を受けた創業支援事業計画に基づき、支援を強化します。

【支援対象者】 新規創業希望者

【手段・手法】

- ・当会と当麻町役場が通年の「創業相談窓口」となり、起業家・創業者の受け入れと相談を行います。創業希望者に対しては、創業動機から始まり、資金面、法律面等の相談を行い、ビジネスプラン（創業計画）の作成を支援することで円滑な起業に導きます。
- ・定期的に創業塾を開催している近隣の商工会（あさひかわ商工会）や関係団体に、当町の空地・空き店舗情報、不足業種や町の優遇制度・施策情報を提供し、創業者の発掘を行います。
- ・創業希望者に対して、当会による支援のほか、あさひかわ商工会が開催する「創業塾」や北海道商工会連合会が主催する「創業セミナー」への参加を勧奨します。

④DX推進セミナーの開催（新規）

経営の効率化、高度化を図るにはDXへの対応が不可欠であるため、DX対応への動機付けや基礎的な知識の習得を図るため、DX推進セミナー（団体支援）を開催し、DXを取り入れた事業計画策定に繋がります。

【支援対象者】DX推進に意欲的な小規模事業者

【手段・手法】セミナー開催によりDXに関する基礎知識の習得を図り、積極的に取り組む意欲がある小規模事業者に対しては、巡回訪問等により事業計画策定を支援します。

【募集方法】当会のホームページ及び広報に掲載し周知します。

【講師】DXに詳しい専門家（ITコーディネーター、中小企業診断士、各種小規模事業者支援機関における登録専門家等）

【開催回数】年2回

【カリキュラム】DXの基礎知識（総論）や具体的な活用事例等、ITツールやSNSを活用した販売促進手法及び事例等。

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

①現状

第2期計画では、事業計画の進捗状況を確認・把握するため、四半期ごとに巡回訪問を行うことを目標としていました。しかしながら、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う事業計画の見直しや、各種補助金（当麻町商工業振興補助金、持続化補助金等）採択後の進捗確認・フォローアップ支援を希望する事業者への対応が主体となり、結果として事業計画を策定したすべての事業者への計画的なフォローアップを実施するには至りませんでした。

【2期目実績】

| | 令和3年度 | 令和4年度 | 令和5年度 | 令和6年度 | 令和7年度 |
|---------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 事業計画策定後のフォローアップ事業者数 | 1者 | 15者 | 41者 | 26者 | 25者 |
| 頻度（延べ回数） | 1回 | 75回 | 135回 | 47回 | 50回 |
| 創業計画策定後のフォローアップ事業者数 | 0者 | 0者 | 0件 | 1件 | 3件 |
| 頻度（延べ回数） | 0回 | 0回 | 0回 | 3回 | 8回 |
| 売上増加事業者数 | 1者 | 9者 | 32者 | 19者 | 20者 |

※令和7年度は見込み数

②課 題

第3期計画では、事業計画を策定したすべての事業者の売上高・経常利益の増加目標の達成に向けて、PDCA サイクルが確実に機能するよう、フォローアップの手法を明確化し、策定事業者全員に対して計画的かつ継続的な支援を実施する必要があります。

(2) 支援に対する考え方

計画策定後、「制度への知識不足（事業遂行に必要な経営リテラシーや、活用すべき経営支援施策・制度に関する知識不足）」などが原因となり、当初の予定通りに計画が実行できないことは多々発生します。

このため、円滑な事業計画の実行に向けて定期的な巡回訪問を実施し、計画の実行を阻害する外部・内部要因を特定するため綿密に点検を行います。

特に、フォローアップの過程では、巡回訪問を通じて経営状況の数値（売上、粗利益など）や市場の変化に関する最新情報を提供し、小規模事業者が自社の現状を客観的に認識できる機会を意図的に創出します。これにより、経営戦略、人材戦略、知的資産、知的財産、デジタル等の経営管理に係る知識、すなわち「経営リテラシー」の向上を継続的に支援します。

これにより、事業者自らがPDCAサイクルをしっかりと回せるよう「自走化」に向けた意識と習慣づけを促し、事業者自身の潜在力を引き出し、長期的かつ持続的な発展へと繋げます。

また、計画的にフォローアップを実施するため、職員間で支援経過や支援ノウハウを共有し、組織的な支援体制を確立します。

【支援頻度】

基本的には四半期に一度（年4回）とします。ただし、事業計画と進捗状況に乖離（ズレ）が見受けられる場合には、支援頻度を見直し、月1回以上の巡回訪問による聞き取りを行います。「対話」と「傾聴」を通じて問題点や原因を抽出し、計画の変更、または高度な課題については専門家を招聘し、迅速な軌道修正を図ります。

【重点フォローアップ】

事業承継計画や創業計画は、事業環境の変化や不確定要素により計画との乖離（ズレ）が生じやすい特性があります。このため、進捗状況を特に留意して確認するだけでなく、計画の実行者（後継者・創業者）の経営リテラシーの向上に重点を置き、綿密なフォローアップを実施します。

(3) 目 標

| | 現状 | 令和 8年度 | 令和 9年度 | 令和 10年度 | 令和 11年度 | 令和 12年度 |
|-------------------------------------|-----|-----------|-----------|------------|------------|------------|
| ①事業計画/販売促進計画 策定後のフォローアップ 事業者数 | 25者 | 25者 | 25者 | 25者 | 25者 | 25者 |
| 頻度（延べ回数） | 50回 | 20回 | 20回 | 20回 | 20回 | 20回 |
| 利益率増加事業者数 （前年対比2%） | 5者 | 6者 | 6者 | 6者 | 6者 | 6者 |
| ②事業承継計画策定後の フォローアップ事業者数 | 3者 | 2者 | 2者 | 2者 | 2者 | 2者 |
| 頻度（延べ回数） | 8回 | 6回 | 6回 | 6回 | 6回 | 6回 |
| ③創業計画策定後のフォロ ーアップ事業者数 | 3者 | 2者 | 2者 | 2者 | 2者 | 2者 |
| 頻度（延べ回数） | 8回 | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 |

※現状は令和7年度実績見込み

(4) 事業内容

事業計画の進捗状況を確認するため、全国商工会連合会が作成した『進捗状況確認兼経営発達支援事業報告用シート (※)』を全職員が共通のツールとして活用し、経営環境の変化および事業計画の進捗状況等を定期的に確認します。

また、進捗状況および経営課題の解決状況に応じ、以下の個別支援を実施します。

(※)『進捗状況確認兼経営発達支援事業報告用シート』

… 「売上高の変化」、「粗利益の変化」、「補助金活用の有無」、「金融支援の状況」などを簡潔にヒアリングしてまとめるシート。

上記の各項目とあわせて、「商品・サービス」、「販売」、「実施体制」についての現状を質問項目に従って、ヒアリングすることができ、フォローアップ支援後は、ShokoBiz に蓄積させることで、支援頻度の管理や職員の情報共有が可能となります。また、このシートの活用を通じて、事業計画の「数値目標と実績」の比較検討を毎回行うことで、小規模事業者の経営リテラシー（数値感覚やPDCA サイクルを回す意識）の向上を促します。

【支援対象】事業計画を作成した全ての小規模事業者

【手段・手法】

当会全職員が巡回計画に基づき定期的（四半期ごと）に支援を実施します。専門的な事業展開、事業承継、創業者への支援については、専門家および関係支援機関と連携し支援を強化します。

①事業計画策定フォローアップ

経営基盤強化に向けた事業計画、地域資源を活用した新商品開発、新たな需要開拓等、計画の実現を図るため、当初策定した KPI（重要業績評価指標）・KGI（重要目標達成指標）に基づき、事業の進捗状況を継続的にモニタリング（確認・検証）しながら、当麻町商工業振興補助金、小規模事業者持続化補助金等の施策を効果的に活用し、計画の実現化を支援します。

②事業承継計画策定フォローアップ

事業承継に関する支援は、計画策定・実行中も様々な問題が生じやすい為、進捗状況に応じてフォローアップの頻度を柔軟に見直します。経営者と後継者に対する「対話」と「傾聴」を基本とし、当麻町商工業振興事業補助金等の施策活用も視野に入れながら、円滑な事業承継を支援します。

③創業計画策定フォローアップ

創業計画を策定した事業者に対して、創業後の初動期における経営の安定化を最優先に支援します。事業が当初の計画通りに進んでいるか、資金繰りの確保はできているかなど、事業の進捗状況を定期的に巡回訪問により確認・把握し、継続的なフォローアップ支援を行います。

【事業計画と進捗状況に乖離（ズレ）がある小規模事業者への対応】

進捗状況が思わしくなく、当初の事業計画とのズレが生じている小規模事業者に対しては、支援頻度を強化し、月1回以上の巡回訪問による聞き取りを実施します。「対話」と「傾聴」を通じて問題点や原因を詳細に抽出し、必要に応じて計画の変更を促すか、高度な課題については専門家を招聘し、迅速かつ的確な軌道修正を図ります。この際、乖離の原因が「経営リテラシーの不足」にあると判断される場合には、原因分析に加え、事業者に必要な財務・マーケティングの基礎知識を個別に提供し、事業の再構築に向けた判断能力の強化に重点を置いた支援を行います。

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

①現状

◇物産展等による新たな需要開拓のための出展支援【BtoC】

令和3年度は、新型コロナウイルス感染拡大防止のため、試食提供の中止など様々な制限下での開

催となり、消費者やバイヤー等の見込み客獲得が困難と判断し、展示商談会及び物産展への出展を見送りました。これにより、イベントを通じた販路開拓・事業展開を主としていた事業者様にとっては、厳しい状況となりました。

しかし、令和4年度以降は感染防止対策を講じながら支援を再開し、地域特性を活かした広域需要に対応できる商品を提供している小規模事業者を対象に、物産展等への出展による新たな需要開拓を支援しました。その結果、新型コロナウイルス以降に出展したでは、当初に設定した売上増加率目標を毎年度1者は達成することができました。

◇商談会による新たな需要開拓のための出展支援【BtoB】

上記BtoC支援と同様に、コロナ禍の影響を受けつつも、令和4年度以降に出展支援した商談会では、当初に設定した商談成約目標件数を毎年2者は達成することができました。

◇ホームページ・ソーシャルメディア等のIT活用による販路開拓支援

「でんすけペイ」の運用が令和6年度に開始されたことに伴い、加盟店の基本情報やサービス内容が公式ウェブサイト上に掲載され、デジタルな情報発信の基盤が整備されました。また、SNS等のIT活用支援を事業者を実施し、一部の事業者において売上増加につながるなど、一定の成果を確認しました。しかし、支援は限定的なものに留まり、地域全体のITリテラシー向上とデータ活用支援は十分ではありませんでした。

◇地域フリーペーパー及びPR動画・パンフレット等の活用による販路開拓支援

圏域内外に向けた需要開拓を目的として、旭川市民及び近郊町村に約17万部配布されるフリーペーパーへ、事業計画・販売計画に基づき、近隣商圏からの新規顧客獲得が有効と判断した小規模事業者の旬な情報を掲載支援しました。

令和4年度には、消費者アンケートを実施して掲載店へ結果をフィードバックしました。外出自粛や巣ごもり需要があるなかで、サービス業、小売業、飲食業、農産物加工業において売上が伸長し、一定の成果を確認しました。

令和5年度は、ポストコロナに対応していく事業計画・販売促進計画に基づき、新たな需要の開拓や新規顧客獲得を図る支援が必要と判断した事業者のサービスや商品情報等を掲載支援しました。また、紙面掲載記事内容をライナーネットワークのWEBページに掲載したことで、掲載日以降も情報発信が継続され、当商工会のWEBページ等とも連携した情報発信により幅広い世代への「事業の見える化」を図り、売上増に結びました。

PR動画の活用支援については、新規顧客の開拓や販路開拓を目指す小規模事業者を選定し、専門家と連携して、魅力ある商品やサービスを伝えるプロモーション動画制作を支援しました。その結果、自社ホームページやSNS媒体を活用した広報に加え、当麻町商工会のYouTubeチャンネルにも掲載することで相乗効果を図り、5者が当初の目標売上を達成しました。

【第2期実績】

①物産展等による新たな需要開拓のための出展支援【BtoC】

| 事業内容 | 令和3年度 | 令和4年度 | 令和5年度 | 令和6年度 | 令和7年度 |
|-------------|-------|-------|------------|------------|------------|
| 物産展等出展支援者数 | 0者 | 0者 | 3者 | 1者 | 1者 |
| 売上増加率（前年対比） | 0% | 0% | 3%達成 1者 | 3%達成 1者 | 3%達成 1者 |

※令和7年度は見込み

②商談会による新たな需要開拓のための出展支援【BtoB】

| 事業内容 | 令和3年度 | 令和4年度 | 令和5年度 | 令和6年度 | 令和7年度 |
|-----------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 商談会出展支援者数 | 0者 | 3者 | 3者 | 4者 | 4者 |
| 商談成約件数 | 0件 | 5件 | 5件 | 9件 | 10件 |

※令和7年度は見込み

③ホームページ・ソーシャルメディア等のIT活用による販路開拓支援

| 事業内容 | 令和3年度 | 令和4年度 | 令和5年度 | 令和6年度 | 令和7年度 |
|--------------------|------------|------------|------------|-------------|------------|
| ア) IT活用支援者数 | 0者 | 0者 | 0者 | 1者 | 0者 |
| イ) でんすけпейHP掲載事業者数 | 0者 | 0者 | 0者 | 51者 | 8者 |
| IT活用による売上増加率(対前年比) | 2%達成 0者 | 2%達成 0者 | 3%達成 0者 | 3%達成 32者 | 3%達成 5者 |

※令和7年度は見込み

④地域フリーペーパー及びPR動画・パンフレット等の活用による販路開拓支援

| 事業内容 | 令和3年度 | 令和4年度 | 令和5年度 | 令和6年度 | 令和7年度 |
|--------------------------------|-------------|-------------|--------------|-------------|--------------|
| 地域フリーペーパー・動画活用支援(企業数) | 0者 | 23者 | 20者 | 21者 | 21者 |
| 地域フリーペーパー・動画活用支援による売上増加率(対前年比) | 10%達成 0者 | 10%達成 6者 | 10%達成 10者 | 10%達成 9者 | 10%達成 10者 |

※令和7年度は見込み

②課題

◇物産展等による新たな需要開拓のための出展支援【BtoC】

◇商談会による新たな需要開拓のための出展支援【BtoB】

第2期においては、コロナ禍による各種イベントの中止や制限により、出展機会が制約を受けました。また、小規模事業者特有の課題として、経営者が現場作業に追われるなど人的リソースの不足や、経験・ノウハウの不足から、物産展や商談会といった広域的な需要開拓の取り組みへの参加・継続が困難であるという点が挙げられます。このため、第3期では、アフターコロナの環境下で活動を本格的に再開・強化し、職員や専門家が事前準備から商談、事後フォローまで一貫した伴走支援を行うことで、出展効果の最大化を図る必要があります。

◇ホームページ・ソーシャルメディア等のIT活用による販路開拓支援

IT活用支援は一部の事業者に留まっており、全体への普及が課題となっています。小規模事業者が自力でSNSやウェブサイトを持続的に運用するためのノウハウが不足していることが、効果を限定的にしている要因です。また、令和6年度に開始された「でんすけпей」から得られる豊富な利用データを、個別の販促活動や地域外への情報発信に戦略的に活用する仕組みが未確立であり、第3期ではデータ活用を伴うIT支援を強化する必要があります。

◇地域フリーペーパー及びPR動画・パンフレット等の活用による販路開拓支援

地域フリーペーパー「ライナー旭川」を活用した近隣市町村への販売促進については一定の成果が挙がっておりますが、掲載時期、掲載回数、対象業種等に改善すべき課題が残りました。具体的には、掲載コストに見合う費用対効果の検証不足、広域配布によるターゲット顧客への訴求力の限界、および掲載回数や時期の最適化といった課題が残りました。今後は、消費者ニーズおよび四季にマッチした農産物、加工製品、サービス内容のピックアップ等により、これらの項目を再検討し、より効果的な発信を目指します。PR動画作成による販売促進支援については、第2期は対象企業がサービス業、飲食業、農産物加工業と限定的でした。また、コロナ禍での営業制限により、飲食業では大きな成果を得るには至りませんでした。提供サービスやメニューを知ってもらう「きっかけ作り」としては有効でした。第2期においては、一部コロナ禍により十分に実施できなかった事業もありましたが、アフターコロナの環境下において成果が出始めているため、第3期においてもこれらの事業を継続し、更なる成果拡大に努めます。

(2) 支援に対する考え方

①物産展等による新たな需要開拓のための出展支援【B to C】

第2期の課題を踏まえ、需要動向調査結果に基づき、各事業者の事業計画を見直し、出展地域及びターゲットを明確化します。

小規模事業者は人員に乏しいので、その負担を軽減し出展効果を最大化するため、事前準備から出展時、出展後のフォローアップまでを一貫して伴走支援します。出展直前には、出展場所に合わせたディスプレイ方法、販促物等の製作支援を行い、効果的な販路拡大に繋がります。

加えて、出展を通じて得た消費者の反応及びニーズを事業者へ迅速にフィードバックすることで、商品改良や新商品の開発に活かします。これらの支援により実践と検証を繰り返すことで、販売の方向性や更なるターゲットの絞り込みなど事業計画の見直しを支援し、新たな需要の開拓による成功事例を創出します。これを地域内小規模事業者へ提供することで意識啓発に繋げ、「オール当麻」ブランドの確立に向けて支援対象者の増加を図ります。

②商談会による新たな需要開拓のための出展支援【B to B】

上記①と同様に、需要動向調査結果に基づき各事業者の事業計画を見直します。特に、観光客や消費者のニーズを捉えた特産品や土産品の開発を支援し、商談会等を活用して地域内外に需要を拡大していきます。これにより、バイヤーへの認知度向上と信用の獲得、市場への浸透による「オール当麻」のブランド化を図りながら、小規模事業者の売上向上と利益の確保を支援していきます。

また、事業規模や人員面から商談の経験やノウハウが不足していることから、支援にあたっては、事前の出展準備段階から出展時の同行支援、出展後のフォローアップまでを一貫して支援します。出展直前には、訴求効果のあるブースレイアウト、商品規格書・販促物等の製作支援を行い、効果的な取引拡大に繋がります。

③ホームページ・ソーシャルメディア等のIT活用による販路開拓支援

小規模事業者におけるデジタル化の推進は、今後の新たな需要開拓に不可欠です。本計画の核である電子地域通貨「でんすけペイ」は令和6年度に運用が開始された新しい地域インフラであり、その利用データ（消費者の属性、利用頻度、時間帯など）を分析し、その結果に基づいたターゲット層へ訴求力の高い情報発信を支援します。

特に、「でんすけペイ」加盟店においては、令和6年度の運用開始に伴い公式ホームページ上に各店舗の基本情報（所在地、業態、サービス内容や営業曜日・時間など）が既にデジタル情報として掲載されています。この既存のデジタル基盤を最大限に活用し、SNS等の新たなデジタル媒体と連携させることで、情報発信の相乗効果を生み出します。具体的には、ウェブ上の店舗情報を基に、SNS（ソーシャルメディア）を活用した店舗紹介やキャンペーン告知のコンテンツ制作・運用支援を強化します。

また、顧客管理（CRM）ツールとしてのIT活用支援も実施し、リピーター創出に繋がります。これにより、デジタルを活用した「攻めの経営」を根付かせ、地域内消費の拡大と地域外からの新たな需要開拓を図ります。

④地域フリーペーパー及びPR動画・パンフレット等の活用による販路開拓支援

第2期において地域フリーペーパー「ライナー旭川」を活用した近隣市町村への販売促進については一定の成果が挙がっておりますが、掲載時期、掲載回数、対象業種等に課題が残ったため、消費者ニーズ及び四季にマッチした農産物や加工製品、サービス内容のピックアップ等によりこれらの項目を再検討いたします。

PR動画作成による販売促進支援については、対象企業が限定的であったため、成果が限定的でした。このことから、動画掲載支援対象者を展示商談会・物産展への出展事業者や町内飲食店等に拡大し、さらにホームページやSNSと連動することで効果的な需要開拓に繋がります。

また、商談会等での活用も視野に入れ、企業概要及び主要商品のPRパンフレットを作成し、デジタルとアナログの両面から販売促進を支援します。

(3) 目標

①物産展等による新たな需要開拓のための出展支援【BtoC】

| 事業内容 | 現状 | 令和 8年度 | 令和 9年度 | 令和 10年度 | 令和 11年度 | 令和 12年度 |
|----------------------------|----|-----------|-----------|------------|------------|------------|
| 物産展等出展支援数 | 1者 | 2者 | 2者 | 2者 | 2者 | 2者 |
| 物産展出展による売上増加率増(前年対比5%)事業者数 | 1者 | 1者 | 1者 | 1者 | 1者 | 1者 |

②商談会による新たな需要開拓のための出展支援【BtoB】

| 事業内容 | 現状 | 令和 8年度 | 令和 9年度 | 令和 10年度 | 令和 11年度 | 令和 12年度 |
|-------------------------------|----|-----------|-----------|------------|------------|------------|
| 商談会出展支数数 | 4者 | 5者 | 5者 | 5者 | 5者 | 5者 |
| 商談会出展による商談成約(出展1者あたり1件/年)事業者数 | 3者 | 3者 | 3者 | 3者 | 3者 | 3者 |

③ホームページ・ソーシャルメディア等のIT活用による販路開拓支援

| 事業内容 | 現状 | 令和 8年度 | 令和 9年度 | 令和 10年度 | 令和 11年度 | 令和 12年度 |
|---------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| IT活用支援者数・でんすけペイHP掲載事業者数 | 8者 | 6者 | 6者 | 6者 | 6者 | 6者 |
| IT活用による売上増加率増(前年対比3%)事業者数 | 3%達成 3者 | 3%達成 3者 | 3%達成 3者 | 3%達成 3者 | 3%達成 3者 | 3%達成 3者 |

④地域フリーペーパー及びPR動画・パンフレット等の活用による販路開拓支援

| 事業内容 | 現状 | 令和 8年度 | 令和 9年度 | 令和 10年度 | 令和 11年度 | 令和 12年度 |
|------------------------------------|-----|-----------|-----------|------------|------------|------------|
| PRパンフレット・動画活用支援事業者数 | 21者 | 20者 | 20者 | 20者 | 20者 | 20者 |
| PRパンフレット・動画活用支援による売上増加率増(2%/年)事業者数 | 10者 | 10者 | 10者 | 10者 | 10者 | 10者 |

※過年度事業計画策定事業者を含む

(4) 事業内容

①物産展等による新たな需要開拓のための出展支援【BtoC】

小規模事業者に対して、物産展等の開催情報を提供し、事業計画策定を行なった小規模事業者に対しては、重点的に販売促進に向けた支援を行い、新たな需要の獲得と売上の向上を図ります。

なお、自ら参加出来ない小規模事業者については、その商品を商工会職員が取りまとめ、試食等による対面でのアンケート調査を実施し、一般消費者からの評価をフィードバックし商品改良に活かします。これまでの需要動向調査等を踏まえ、必要に応じ専門家派遣や関係機関との連携による商品改良や新商品開発、販路開拓支援を行います。

【支援対象者】

当麻町ふるさと納税返礼品取り扱い小規模事業者や事業計画（地域資源を活用した新商品開発等）を策定した小規模事業者。

※具体的には、飲食業（居酒屋）、小売業（食肉販売）等

【支援内容】

ア．事前支援：出展手続き支援、接客指導、POP・プライスカード・PR動画等作成支援、DM作成指導、広告等の活用支援など。

イ．出展時支援：商品陳列・装飾指導、アンケート収集支援など。

ウ．事後支援：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）、パブリシティの活用支援など。

【想定している物産展】

◇にぎわい市場さっぽろ

（参考）にぎわい市場さっぽろ 公式ホームページ

URL：<https://nigiwai-ichiba-sapporo.com/>

主 催：にぎわい市場さっぽろ実行委員会

開催時期：11月中旬～下旬頃

開催場所：北海道札幌市・アクセスサッポロ

概 要：北海道の恵み、地域の特産物を札幌に大集結して売り込む催事であり、地域特産品の販路開拓・拡大を図る。

来 場 者：一般消費者、流通関係企業のマーチャンダイザー等、関係機関

規 模：（前回開催時）出展者数：101（社・団体）来場者：16,246名



にぎわい市場さっぽろの様子
出典：にぎわい市場さっぽろ実行委員会

②商談会による新たな需要開拓のための出展支援【BtoB】

小規模事業者に対して、これまで同様に展示会・商談会の開催情報を提供し、地域資源を活用した新商品開発等の事業計画策定を行なった小規模事業者に対しては、重点的に伴走型による出展支援を行うことで、新たな需要の開拓に繋がります。

なお、自ら参加出来ない小規模事業者については、その商品を取りまとめたリーフレットを配り、オール当麻として商品のPRを実施すると共に、バイヤー等からの評価をフィードバックし商品改良や新たな商品開発に活かします。これまでの需要動向調査等を踏まえ、必要に応じ専門家派遣や関係機関との連携による商品改良や新商品開発、販路開拓への支援を行います。

【支援対象者】

当麻町ふるさと納税返礼品取り扱い小規模事業者や事業計画（地域資源を活用した新商品開発等）を策定した小規模事業者。

※具体的には、鉄工業（住宅建材製造）、小売業（銘木製造販売）、卸売業（農産物加工品小売業）、製造業（清涼飲料製造業）等

【支援内容】

ア．事前支援：出展手続き支援、ブースレイアウト指導、商品提案書・規格書作成支援、POP・PR映像等作成支援、バイヤー等向けパンフレット製作支援、バイヤー等へのプレゼン指導など。

イ．出展時支援：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。

ウ．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状・提案書の作成支援、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（デザイン等含む）

【想定している展示商談会】

◇北海道産品取引商談会（B to B）

主 催：一般社団法人北海道貿易物産振興会

開催時期：2月

開催場所：〔東京会場〕東京交通会館

〔大阪会場〕ホテル阪急インターナショナル

概 要：「オール当麻」ブランド品の食味、容量、適正価格、パッケージデザイン、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等

来 場 者：流通・観光関係企業のバイヤー、関係機関

規 模：（前回出展時 2025 年 2 月）

出展者数 〔東京会場〕 77 社 〔大阪会場〕 74 社 〔合計 151 社〕

来場社数 〔東京会場〕 161 社 〔大阪会場〕 100 社 〔合計 261 社〕



◇東京インターナショナル・ギフトショー

（参考）東京インターナショナル・ギフトショーHP

URL: <https://www.giftshow.co.jp/>

主 催：株式会社ビジネスガイド社

開催時期：2月頃

開催場所：東京ビッグサイト

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

来 場 者：流通・観光関係企業のバイヤー、関係機関

規 模：（前回出展時 2025 年）出展者数：2,728（社・団体）来場者：224,401 名



③ホームページ・ソーシャルメディア等のIT活用による販路開拓支援

デジタル技術を活用した販路の多様化と情報発信力の強化を図るため、個別の小規模事業者の課題に応じたIT活用支援を実施します。

特に令和6年度に運用を開始した電子地域通貨「でんすけペイ」の公式ホームページ上に掲載されている加盟店の基本情報を活用し、これらの既存のデジタル基盤を基に、訴求力の高いSNS等での情報発信へと展開します。具体的には、ウェブ上の店舗情報を基にしたキャンペーン企画や、写真・動画を活用した店舗紹介等のコンテンツ制作・運用を支援します。

「でんすけペイ」の利用データ（時間帯、業種別の利用頻度など）を分析し、ターゲット層が求める情報や購買行動を把握した上で、最適なタイミングと媒体での情報発信を指導します。

【支援対象者】

- ア. 事業計画を策定した小規模事業者のうち、デジタル技術を活用した販路開拓（新規顧客獲得、リピーター創出）に意欲的な事業者。
- イ. 電子地域通貨「でんすけペイ」加盟店であり、公式ホームページ上の既存の店舗情報や、利用データに基づいた効果的な集客施策の構築を目指す事業者。
- ウ. 人的リソースの制約を補完するため、IT・SNS活用による業務効率化および情報発信の強化を求める事業者。

【支援内容】

- ・SNS運用支援：InstagramやFacebook等のアカウント開設支援、投稿内容の企画・制作指導、広告活用支援。
- ・ウェブ情報強化：既存ウェブサイトや「でんすけペイ」掲載情報の魅力向上、SEO（検索エン

ジン最適化) およびMEO (マップエンジン最適化) の基礎指導。

- ・ 専 門 家 連 携 : I T コーディネーター等の専門家と連携し、事業計画に基づく販路開拓に必要なデジタルツール (顧客管理ツール等) の導入と活用を支援します。

④地域フリーペーパー及びPR動画・パンフレット等の活用による販路開拓支援

展示商談会等への出展企業については、来場するバイヤー等に対し、現場で対応する人数が限定的であるため、企業概要及び商品の特徴、製造過程等の動画及びパンフレットを作成し会場で提供することにより、効果的な商談に繋がります。

町内飲食店等については、近隣市町村向けに取扱商品・メニュー等の情報を動画及びパンフレットを作成配布することで集客を図り、販売促進に繋がります。また、PR動画・パンフレットを作製した小規模事業者を中心に地域フリーペーパーに掲載し、多面的な販売促進を図ります。

【支援対象者】 事業計画を策定し意欲的な小規模事業者を経営指導員等が選定

【支援内容】

- ・ プロモーションツール制作支援 :
 専門家 (映像クリエイター、デザイナー等) と連携し、企業の魅力、商品・サービスの特徴を効果的に伝えるプロモーション動画、パンフレット、チラシ等の企画・制作を支援します。
- ・ メディア露出支援 (地域フリーペーパー) :
 地域フリーペーパーへの掲載機会を確保し、集客目標に応じた記事の企画、原稿作成、効果検証を支援します。
- ・ デジタルメディア活用支援 :
 制作した動画を、事業者自身のホームページやSNSに加え、商工会のYouTubeチャンネル等へ掲載し、露出機会の最大化を図ります。
- ・ 展示商談会等での活用指導 :
 人的リソースが限られる物産展や商談会において、制作ツール (動画、パンフレット) を最大限に活用するためのブースのディスプレイ方法や、効率的な情報提供方法について具体的に指導します。

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】

経営発達支援事業の実施状況の成果の評価、見直しについては、外部有識者を加えて総務委員会の中で年1回開催して、事業ごとの目標の達成度合いと実績の評価を行ってきました。また、評価結果は当会ホームページに掲載してきました。

【課題】

経営発達支援事業の成果・評価・見直しは行いましたが、事業の進捗状況や事業結果を確認するだけに留まっており、今後はいかに成果を出せるかについて訴求した評価、検証、見直しを行えるかが課題です。

(2) 事業内容

①事務局内部の事業確認検証

事業の実施状況を定量的に把握する仕組みとして、毎年、中小企業庁へ事業実績報告として提出する CSV シートを活用し、日々の支援について小規模事業者毎に都度入力して管理することで、クラウド型経営支援ツール「ShokoBiz」を活用し職員間の情報共有を図ります。これに加え、週一回の事務局会議を開催し、支援の実施状況を確認・把握できるようにいたします。

②総務委員会開催での評価・検証

経営指導員等が事業の実施状況を確認・検証した内容を、年1回、総務委員会内に設置した評価委員会に提示します。ここでは、特に計画の根幹である売上増加等の KPI・KGI（目標）の達成状況に焦点を当て、CSV シートを活用して日々の支援実績を定量的に管理・集計します。事業の進捗状況及び成果を「5段階評価」で明確に格付けし、支援の課題を可視化します。この評価結果を踏まえ、「改善提案方式」によって、目標達成に向けた具体的な改善策や次年度計画の見直し案を策定します。総務委員会には外部委員として有識者に出席して頂き、目標設定の妥当性や、商工会の実施した支援手法（対話、DX活用等）の有効性について多角的な意見をいただき、これを踏まえて評価検証を実施することで、次年度以降の事業の実効性の向上を確実なものとしします。

【開催頻度】年1回以上

【役割】委員による経営発達支援事業の評価及び検証、目標達成に向けた計画見直しなどの意見集約します。

【予定の委員】 外部有識者：旭川信用金庫当麻支店長
北洋銀行永山中央支店長
委 員：当麻町役場まちづくり推進課担当職員
当麻町監査委員
北海道商工会連合会道北支所長
商工会理事
法定経営指導員

③理事会での評価・検証

事務局からの報告に基づき、進捗状況及び成果について検証し、今後の事業実施に向け検討を行い、評価委員会における意見及び評価を踏まえ、必要に応じて事業計画の見直しを行います。

【評価結果の公表】

評価委員会の評価結果及び意見については、商工会ホームページや商工会報に掲載することで、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とします。

10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

【現 状】

第2期では、経営指導員等の専門性向上を目的に、北海道商工会連合会による職種別研修や中小企業大学の支援担当者研修を受講し、支援スキルの強化を進めてきました。

さらに、日々の業務の中では、経営指導員が他の職員に対して支援方法を事例を交えて説明することで、組織内での能力向上を図っています。各職員も、専門図書等を積極的に活用し、自主的な学習によるスキルアップに努めています。

【課 題】

第3期においては、職員ごとの経験やスキルに差が見られることが課題となっています。

そのため、従来の研修に加え、個々の弱点補強に資する分野の研修受講を推進する必要があります。また、専門家派遣への同行により、実践の中で高度な支援ノウハウを吸収する機会を増やすことも重要です。

加えて、DX関連の相談対応力の向上や、「経営力再構築伴走支援」を通じて対話・傾聴を基盤とした支援手法を身につけることで、より質の高い経営支援を提供する体制を整える必要があります。

(2) 事業内容

①OJTによるスキルアップ

《職員に期待する資質向上対策》

職員の経験やスキルに応じたOJTを徹底し、実践を通じて支援能力の向上を図ります。職員が持つ知識を実務で発揮できるよう、専門家派遣事業など外部支援機関の取り組みを積極的に活用します。専門家による実際の支援現場に触れることで、高度で実践的なノウハウを職員が直接学び、組織として蓄積していきます。

- ・経営指導員：事業計画策定や事業承継、創業など経営発達支援計画に必要な支援ノウハウを習得します。
- ・補助員：基礎的支援に係る研修会への参加だけではなく、経営指導員と同等のスキルを身につけるため、巡回訪問や窓口相談等、機会を捉えて行動を共にし、事業者支援を一緒に行い支援能力の向上を図ります。
- ・記帳専任職員：記帳指導、決算書作成指導などの基礎的な支援から一歩前進して、MA-1による財務分析など経営分析を行える程度の支援力を身につけます。

【内部業務のデジタル化に関するセミナー】

事業者の業務効率化支援に活かすため、次のようなテーマのセミナーを受講します。

◇業務プロセスのデジタル化：

クラウドストレージ、オンライン会計、プロジェクト管理ツール等、低コストで導入できるツール活用方法。

◇データ利活用：

基礎的なデータ分析手法、CRMを活用した顧客情報管理の方法。

◇業務効率化：

自動化ツールの導入方法、タスク管理による業務最適化。

◇サイバーセキュリティ：

基本的なデータ保護対策、フィッシング詐欺の防止策。

◇人材育成：

従業員のデジタルスキル習得方法、無料オンライン学習リソースの活用。

【需要開拓に関するセミナー】

事業者の販路拡大や顧客獲得を支援するため、以下の内容を学ぶセミナーを受講します。

◇市場調査（市場・競合分析の基礎）

◇デジタルマーケティング戦略（SNS・コンテンツ活用）

◇顧客管理ツールの活用（CRM、マーケティングオートメーション）

◇オンラインでの情報発信強化（SEO、オンライン広告活用）

◇ネットワーキング・協業の推進（展示会、業界イベント活用）

◇顧客フィードバック活用（アンケート、レビュー管理）

【経営力再構築伴走支援研修の受講】

中小企業基盤整備機構等が行う研修に参加し、対話や傾聴によって本質的課題を引き出す「課題設定型」支援手法を習得します。

①外部研修会への参加

中小企業大学校が主催する中小企業支援担当者等研修や北海道商工会連合会が主催する各種研修会（オンラインを含む）に参加し、支援機関からの各種施策の支援方法や専門的に必要な支援ノウハウを習得し、今後支援が必要とされる事業継続力強化、事業承継、創業、地域資源活用、下記DX関連のセミナーなどの研修を積極的に受講します。

②職員会議の開催

職員会議を毎週1回開催し、職員が行った支援先の取り組み内容や研修で得た知識や支援ノウハウを報告し、職員でそれらについて意見交換等を行い、職員の支援能力の向上を図ります。

③職員間での情報共有

日々の経営支援内容について商工会基幹システムの経営支援システムへ入力して管理することで、職員間の情報共有を図り、担当者以外でも対応できる体制を構築します。

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】

支援ノウハウ等の情報は、北海道商工会連合会を通じて道内各商工会等の具体的な支援事例を情報として得るとともに、比布商工会・愛別商工会・上川町商工会で広域連携を組む石北四町市場協議会で経営指導員による定期的な経営支援会議において、地域の支援事例を情報共有しています。

また、経営指導員とつながりがある専門家（中小企業診断士、税理士、金融機関職員、公的支援機関職員、商工会経営指導員等）と必要に応じて情報交換を行い、小規模事業者の相談内容に応じて各種支援方法について情報を得ているのが現状です。

【課 題】

小規模事業者の相談対応には、経営環境が変化中、その時の状況に応じて情報を得ていますが、小規模事業者の支援に対して即効性のある情報を得るためにも、また、職員の支援能力向上の観点からも、各種支援機関との連携を図り、職員間で支援ノウハウを蓄積できる体制づくりが必要です。

(2) 事業内容

①金融機関との連携及び情報交換

(株)日本政策金融公庫旭川支店、旭川信用金庫当麻支店、(株)北洋銀行永山中央支店と連携し、地域の経済動向と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、創業支援事例などについての情報交換を行い、支援ノウハウの蓄積と職員の支援能力向上を図ります(年1回以上)。

②近隣商工会との連携及び情報交換

近隣4商工会(当麻町、上川町、愛別、比布)で構成する「石北四町市場協議会」の定期的な経営支援会議において、4商工会の経営指導員等で実際に支援した経営支援事例を基に支援ノウハウを共有します(年8回)。

③専門家との連携及び情報交換

専門家には小規模事業者の相談内容に応じて、支援を求め情報を共有します。専門家が培ってきた支援ノウハウは、実効性があり、複雑で高度な経営課題に対して端的に課題解決を行えることから、職員も同行し、支援実施後は専門家も交えた意見交換会を実施します。その支援ノウハウを習得し、職員間でも共有します。(随時)

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】

当麻町における地域経済活性化に関わる主な団体は、当麻町、当麻町商工会、当麻町観光協会、当麻農業協同組合、当麻町森林組合が挙げられ、必要に応じて連携しながら事業を展開しています。しかし、各団体が個別事業として取り組むことが多く、地域全体として共有された明確なビジョンが十分に示されていない状況にあります。

また、町内では地域交通サービス「のるーと当麻」や健康増進を目的とした「ウォーキングポイント事業」など、既に複数の地域振興施策が実施されています。これらは住民サービス向上に寄与していますが、商工会が展開する電子地域通貨「でんすけペイ」との連携による経済効果の面では、さらなる活用の余地があります。

【課 題】

地域全体で持続的な経済活性化を図るには、行政・各団体・企業が共通の方向性を持ち、既存施策(のるーと当麻・ウォーキングポイント事業等)との連携を深めつつ、電子地域通貨事業の見直しと活用強化を進めることが重要です。

そのためには、現行事業の再検証、情報共有の仕組みづくり、施策間連携を強化する体制の整備が求められています。

(2) 事業内容

①当麻町経済懇談会(年1回)

当麻町、当麻町商工会、当麻町観光協会、当麻農業協同組合、当麻町森林組合が参画し、「当麻経済懇談会」を設置します。定期的な情報交換・意見交換により、地域経済の現状や課題を共

有し、既存事業の改善、新規事業の検討など、地域活性化に向けた方向性を整理します。

また、電子地域通貨「でんすけペイ」の活用状況を議題に掲げ、新規加盟店の拡大策（裨益目標イ）や他団体の施策（のるーと当麻、ウォーキングポイント事業等）との連携・活用方法を協議し、「でんすけペイ」キャンペーン増加を通じた地域内経済循環の強化（裨益目標ウ）を図ります。地域内経済循環の強化を図ります。さらに、観光客入込数増加に向けた施策（裨益目標ア）についても議論し、連携を推進します。

②地域資源を活用した特産品開発

当麻町は農業を基幹とする地域であり、野菜・米・でんすけすいか等の豊富な農産物を有しています。これらを活用した加工品や新商品の開発にはさらなる可能性があることから、規格外品の有効活用を含め、特産品開発や既存商品の改良を進めます。開発にあたっては、「オール当麻」ブランドとしての認知度向上（裨益目標エ）を意識し、町外への発信力強化のため、ふるさと納税返礼品への採用に向けた企画連携（裨益目標オ）も推進します。また、新商品の販売促進やイベントの実施にあたっては、「でんすけペイ」と連携したポイント施策等（裨益目標ウ）を活用し、地域内消費の拡大に繋がります。

③情報発信強化と電子地域通貨「でんすけペイ」を活用した地域経済循環の促進

当麻町の魅力を効果的に発信し、交流人口の増加や町内消費の活性化を図るため、情報発信の強化とあわせて、電子地域通貨「でんすけペイ」を地域経済活性化における重点事業として位置づけ、積極的に推進します。

【情報発信強化】

当麻町役場ホームページ、SNS、観光パンフレット、商工会「食と観光マップ」等の既存媒体を活用し、町内事業者（飲食店・小売店等）の紹介、観光施設・体験事業の案内、地域特産品の魅力発信、町内の支援制度情報を広く発信します。PR動画の制作・配信により、町の認知度向上と交流人口の増加（裨益目標ア）、外貨獲得に資する町外発信力（裨益目標オ）の強化を図ります。

【電子地域通貨「でんすけペイ」の重点的活用】

「でんすけペイ」を地域経済活性化における重点事業とし、地域内経済循環を高めるための活用策を以下のとおり推進します。

- ◇情報発信媒体に「でんすけペイ」の利用方法・加盟店紹介を掲載
- ◇イベントや特産品販売との連動施策（裨益目標ウ）の強化
- ◇「のるーと当麻」「ウォーキングポイント事業」など既存の地域施策との連携検討
- ◇新規加盟店の開拓支援や利用者拡大に向けたPR（裨益目標イ）

など、地域における“使える場面”を積極的に創出し、「でんすけペイ」キャンペーン増加（裨益目標ウ）による消費拡大と経済循環の向上を図ります。

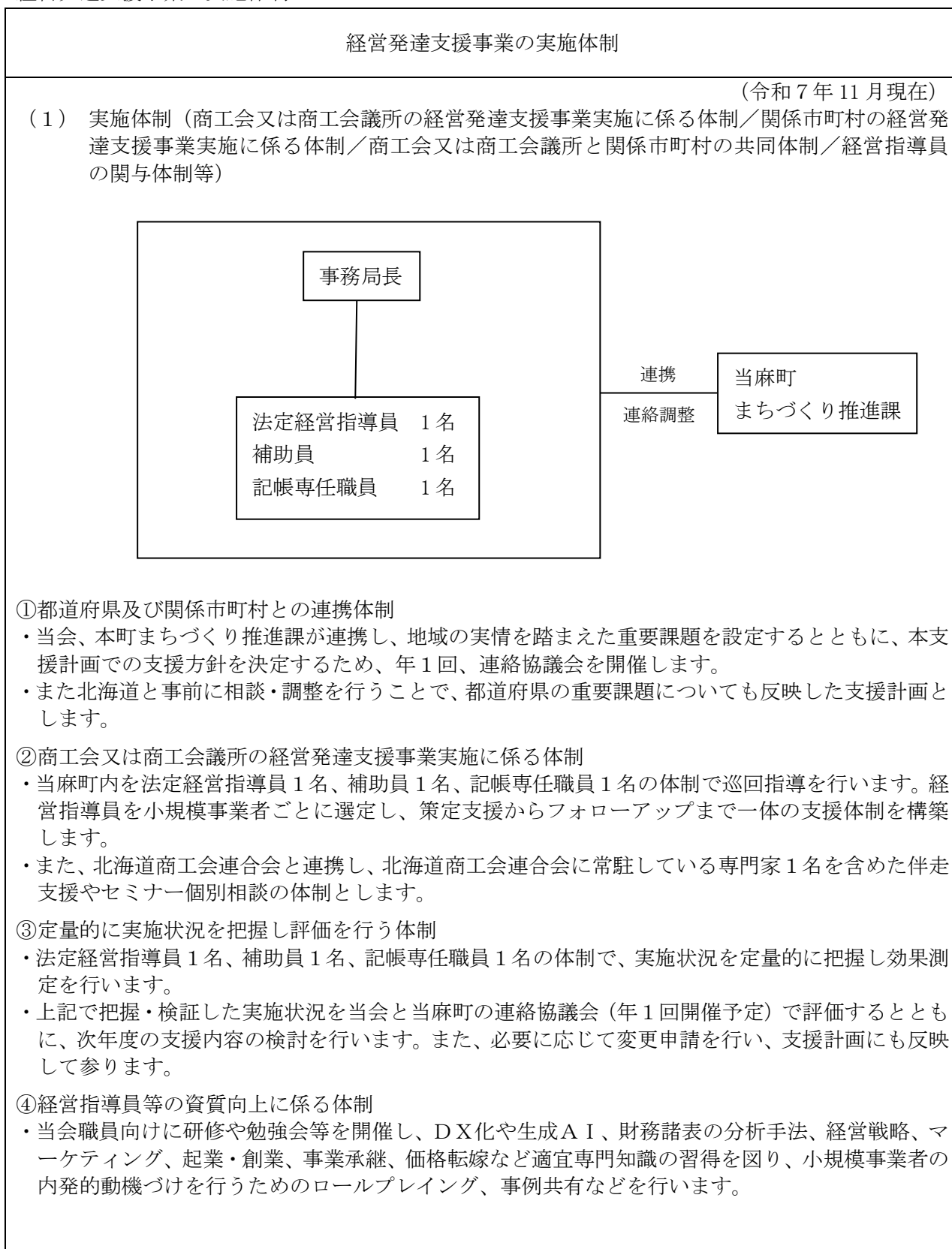
「でんすけペイ」を、町内消費の促進、キャッシュレス化の推進、住民利便性の向上を同時に実現する「地域経済の重要基盤」として位置づけ、当麻町が目指す地域活性化の中心的な施策として取り組みます。」

④イベント事業の見直しと創出

現在、当麻町観光協会が主催する「とうま蟠龍まつり」について、内容や運営方法を見直し、来場者にとって魅力あるイベントとなるよう改善を検討します。さらに、地域の特性を生かした新規イベントの企画・創出も進め、商工会では「でんすけペイ」を活用したポイント企画などを組み合わせることで、観光関連イベントの増加（裨益目標ア）と地域内消費促進（裨益目標ウ）、交流人口の拡大に繋がります。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(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法定経営指導員又は広域経営指導員の氏名、連絡先

■氏名：種村 勇人

■連絡先：当麻町商工会 TEL. 0166-84-2325

③広域経営指導員の当否

申請書に記載の経営指導員 種村 勇人 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しない。

(3) 商工会／商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会

〒078-1313 北海道上川郡当麻町3条東3丁目10番20号

当麻町商工会

TEL : 0166-84-2325 / Fax : 0166-84-2614

E-mail : toushou@rose.ocn.ne.jp

②関係市町村

〒078-1393 北海道上川郡当麻町3条東2丁目11番1号

当麻町 まちづくり推進課 企画商工係

TEL : 0166-84-2111 / fax : 0166-84-4883

E-mail : machidukuri@town.tohma.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)

| | 令和8年度 | 令和9年度 | 令和10年度 | 令和11年度 | 令和12年度 |
|------------------|-------|-------|--------|--------|--------|
| 必要な資金の額 | 3,900 | 3,900 | 3,900 | 3,900 | 3,900 |
| ○専門家派遣費 | 580 | 580 | 580 | 580 | 580 |
| ○セミナー開催費 | 254 | 254 | 254 | 254 | 254 |
| ○新たな需要の開拓 | 3,000 | 3,000 | 3,000 | 3,000 | 3,000 |
| ○情報収集、整理、分析及び提供費 | 66 | 66 | 66 | 66 | 66 |

(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、伴走型補助金、国補助金、道補助金、町補助金 |

(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。

