

発達支援計画の概要

実施者名	比布商工会（法人番号 3450005000492） 比布町（地方公共団体コード 014559）
実施期間	令和7年4月1日～令和12年3月31日
目標	<p><b>①小規模事業者への支援目標</b></p> <p>ア) 経営分析及び事業計画策定・実行支援による小規模事業者の売上向上・経営基盤強化</p> <p>イ) 商業機能・コミュニティ機能維持のための事業承継・創業計画策定による事業者減少率抑制</p> <p>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</p> <p><b>②地域への裨益目標</b></p> <p>人口減少抑制による「快適に住み続けることができるまち」の実現・「ぴっぷブランド」認知度向上による町経済の持続的発展</p>
事業内容	<p><b>I. 経営発達支援事業の内容</b></p> <p><b>3. 地域の経済動向調査に関すること</b></p> <p>①独自の地域経済動向調査の実施</p> <p>②国が提供するビッグデータの活用</p> <p><b>4. 需要動向調査に関すること</b></p> <p>①商談会等におけるバイヤー等への需要動向調査</p> <p>②物産展等における消費者への需要動向調査</p> <p>③地域需要動向調査</p> <p><b>5. 経営状況の分析に関すること</b></p> <p>①支援対象者の抽出及び掘り起し</p> <p>②経営状況の分析支援</p> <p><b>6. 事業計画策定支援に関すること</b></p> <p>①事業計画策定支援（個別支援）</p> <p>②新商品開発・販売促進計画策定支援（個別支援）</p> <p>③事業承継支援（個別支援）、創業支援</p> <p><b>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</b></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</p> <p>②事業承継計画策定フォローアップについて</p> <p>③創業計画策定フォローアップについて</p> <p><b>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</b></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】</p> <p>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】</p> <p>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</p> <p>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</p>
連絡先	<p>比布商工会 〒078-0343 北海道上川郡比布町中町2丁目1-20 TEL：0166-85-2220 FAX：0166-85-2498 E-Mail：<a href="mailto:pippusho@k4.dion.ne.jp">pippusho@k4.dion.ne.jp</a></p> <p>比布町 商工観光課 〒078-0392 北海道上川郡比布町北町1丁目2-1 TEL：0166-85-2111（代表） FAX：0166-85-2389 E-Mail：<a href="mailto:ichigo@town.pippu.hokkaido.jp">ichigo@town.pippu.hokkaido.jp</a></p>



また、高速交通の要衝として平成 12 年に供用が開始された北海道縦貫自動車道は、現在、士別剣淵インターチェンジまで開通され、その後も部分的に供用が開始されています。さらに、一般国道 450 号（高規格自動車道）が比布ジャンクションを経由して比布北インターチェンジからオホーツク管内遠軽町まで整備が進められています。

## 6) 経済

比布町は、良好な地形や気候から北海道における主要な稲作地帯であり、良質米生産を目指し、その生産基盤の整備を図り、収益性の高い施設野菜等の振興など、農業経営の安定と生産の拡大に努めています。

商工業は、後継者不足や購買力の町外流出が著しく、その影響を受け廃業する商店が増え、商店街は空店舗や空き地が多く見られるなど、衰退はますます進行しています。

## ②人口及び産業の推移と動向

### 1) 人口の推移と動向

本町の人口は、昭和 30 年の 8,516 人をピークに減少が続いております。

一時期、これまで進めてきた交通基盤や生活環境の整備、定住化対策の取組みにより減少が鈍化傾向にありましたが、近年では近郊での同様な宅地開発の施策も影響し再び激化傾向に転じ、令和 6 年 1 月時点では 3,459 人となり、依然人口減少に歯止めがかからない状況です。

表 1-1（令和 6 年 1 月 1 日住民基本台帳年齢階級別人口）に掲載のとおり、年齢別にみると幼少年齢人口の占める割合が 10.0%まで減少する一方、高齢人口が増加し 42.5%を占めるに至り、高齢化が進行しています。

ここ数年は出生数の減少・高齢化の進行により自然減となる一方、民間集合住宅の整備など移住・定住政策により社会増となる年も出てきました。

しかし、住宅の整備が落ち着くと、再び社会減に転じ、人口減少に歯止めがかからない状況です。

こうした状況を踏まえ、国立社会保障・人口問題研究所（社人研）の見通しでは、令和 17 年には当町人口は 2,400 人程度まで減少すると推計されています。（表 1-1(2)）

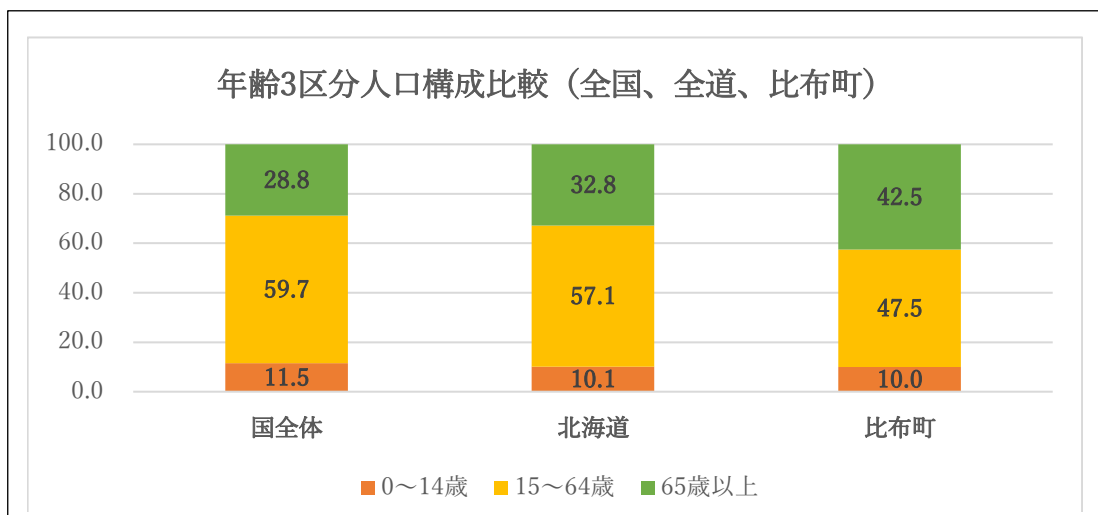
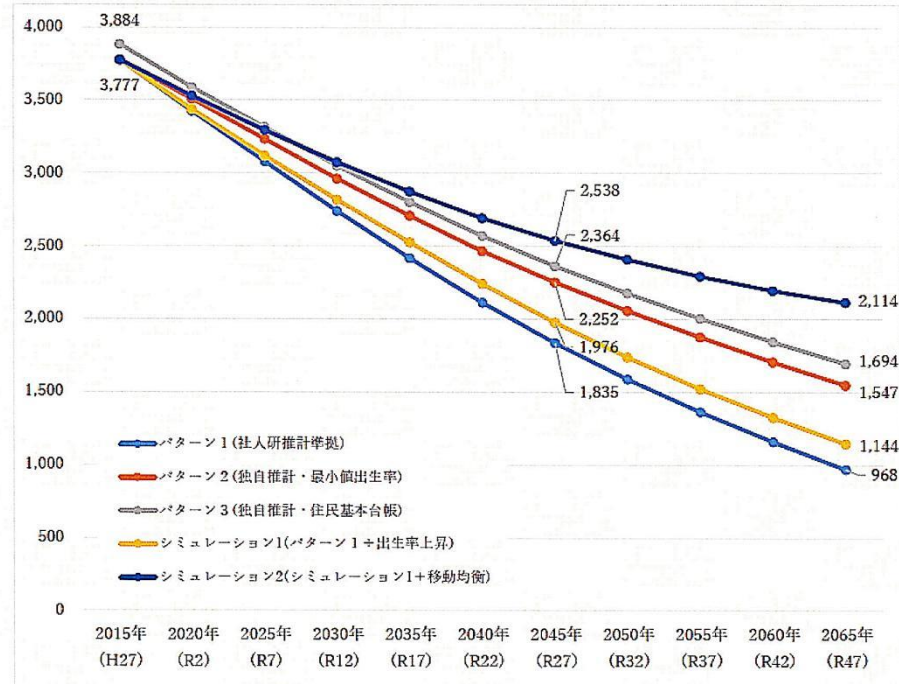


表 1-1 令和 6 年 1 月 1 日住民基本台帳年齢階級別人口（都道府県・市町村別） 出典：総務省

表1-1(2)人口の見通し (比布町人口ビジョン改訂版(令和2年3月作成)より引用)

(単位 : 人)



### ③地域産業

#### A) 農業

比布町の基幹産業である農業は、現在、飼肥料や機材の高騰といった社会的・経済的な厳しい状況に直面しています。この影響もあり、農家人口と戸数は減少し続けています。

そこで、町は基幹作物である米のさらなる良質化を目指し、環境に配慮した安全な農畜産物を提供する農業を推進しています。これにより、地域全体の農業振興対策を強化しています。また、耕作放棄地を未然に防ぐため、高齢農業者を支援する農業法人・作業受託組織の支援および後継者の育成にも力を入れています。これにより、農地の有効利用と農業経営基盤の強化を図り、持続的な農業の推進を支援しています。さらに、消費者の食の安心・安全への関心が高まる中、信頼ある農産物を提供する直売所の開設や農産加工品の開発も推進しています。農業者と地元商業者が連携し、地産地消を促進することで、地域全体の農業振興と経済活性化に貢献しています。子どもたちに食の大切さを教える食育・地産地消活動も展開しています。

##### ・お米

当町の基幹作物は稲作です。町内の上川農業試験場で誕生した北海道を代表する米「ゆめぴりか」をはじめ、他にも多くの良品質米が栽培されています。

##### ・苺

比布町のいちご栽培は、大正10年(1921年)に数戸の農家が子どものおやつとして始めました。栃木県よりも早く栽培を始めた可能性があり、「ぴっぷいちご」は令和3年(2021年)に栽培100年を迎えました。毎年「観光いちご狩り」など多彩な取り組みが行われ、町の名物として親しまれています。

しかし、栽培には課題も多く、露地栽培は天候の影響を受けやすく、労力と時間がかかります。高齢化や人手不足も深刻で、いちご農家の数はピーク時の60件から20件未満に減少しました。

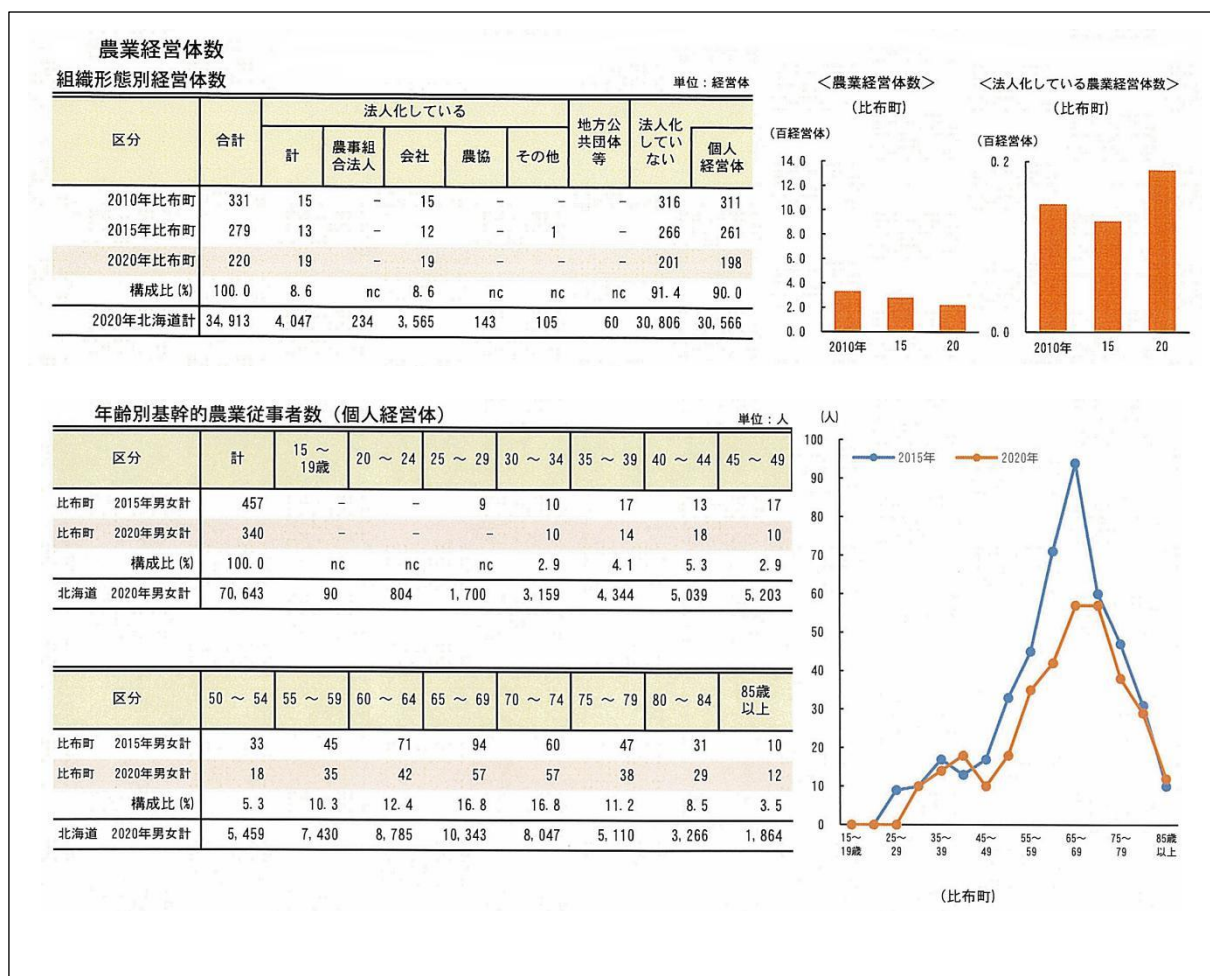
それでも、「ぴっぷいちご」を守るため、若い生産者たちが新たな挑戦としてクリスマス時期に収穫できる「冬いちご」に取り組んでいます。



近年、こうした比布町産の米粉や苺のほか、地元産卵などの農産品を活用した商品・メニューを取り扱う事業者もおり、地域産品の高付加価値化・ブランド力向上への取り組みが図られています。

また、農業従事者数については、図表2のとおり人口の減少とともに年々減少を続け、令和2年（2020年）には340人にまで落ち込んでいることや飼肥料、資材の高騰など社会的・経済的に厳しい状況が続いています。経営体数自体も平成23年（2010年）の331件から令和2年（2020年）の220件まで減少していますが、一方で法人数は15件から19件まで増加しており、農業法人数および法人化割合が増加している状況です。

図表2（農林業センサスデータ（北海道農政事務統計部）より引用）



## B) 観光業

比布町の観光拠点である「良佳村（よかむら）エリア」は、ぴっぷスキー場、交流促進施設「良佳プラザ・遊湯ぴっぷ」、パークゴルフ場やキャンプ場からなるグリーンパークぴっぷを中心として、自然に恵まれた環境を生かし、多くの来場者が訪れています。

昭和42年に開業した「ぴっぷスキー場」は、広大なゲレンデを背景にコースの多様性を保有し、北海道北部を代表するスキー場として長い歴史があります。

平成28年12月にはスキー場内のセンターハウス「スキップ」が総工費約4億円をかけて新築され、旧施設にはなかったキッズスペースや総合案内が設けられファミリーが1日中楽しめる場として提供しております。



ぴっぷスキー場センターハウス 出典：比布町



良佳プラザ・遊湯ぴっぷ 出典：比布町



グリーンパークぴっぷ（パークゴルフ場・キャンプ場） 出典：比布町

ぴっぷスキー場の利用客は主に比布町と近隣市町村からの利用客、そして道央圏・道北圏をつなぐ北海道縦貫自動車道のインターチェンジが近くにあり、道北とオホーツク方面へ分岐する高規格道路のジャンクションがあるという立地から、オホーツク圏と道北圏からの利用客も一定程度います。

近年はパウダースノーを求め、欧米のスキーヤーの来場者数が増加しています。

しかし、近郊での同種の施設の増加による来場者の減少や施設の老朽化など、課題も山積していることから、運営方法、設備更新、機能集約など、時代やニーズに対応したエリアとなるよう整備が必要な状況です。

また、集客のためのプラン等を検討し、ソフト面についても積極的な発信に努めています。

さらに、平成28年9月、ピップエレキバンのCMで注目を集めたJR比布駅がリニューアルオープンし、駅内のカフェでは地域食材を使用したメニュー提供や域内の特産品の販売をしており、新たな情報発信拠点となっております。

### C) 商工業

商業においては、令和3年の経済センサスによると、町内の年間商品販売額は25億8,000万円であり、平成16年同データと比べ、約55%まで落ち込んでいます。

また、工業においても、平成30年の工業統計調査による町内の生産額はピーク時の半分以上となる15億698万円となっております。また、経営者の高齢化割合が高く、事業承継の取り組みが停滞しているため、早急に事業承継・技術の承継を図る必要があるなどの課題を抱えております。

商工業全体として後継者不足を課題とするほか、商業をはじめとした生活関連産業においては、人口減少に伴う地元消費の減退や隣接する旭川市の大型商業施設への購買力の流出が著しく、その影響を受け廃業する商店が増え、商店街は空き店舗や空き地が多く見られるなど、厳しい状況が続いています。

商工業者数全体については、令和元年時点の140者から、令和6年4月時点で132者と減少している状況で、地域コミュニティ維持のためには経営基盤の強化や事業承継による事業継続・拡大や、新規起業者の創出が必要です。比布町の第13次まちづくり計画の中でも、「**新規起業への支援と事業継続・拡大**」が**重要事項**となっています。

#### ④比布町における小規模事業者の現状と課題

当町における小規模事業者数は、令和6年4月末で114事業所と商工業者全体のうち約86.3%（小規模事業者114／商工業者132）を占めており、小規模事業者においても、前述C) 商工業と同様の状況となっております。

事業者数推移については、平成16年から34%の減少、令和元年からの5年間では18.5%の減少（図表3）となっております。中でも飲食業・小売業の減少率が高く、地域に欠かせない生活関連業種の存続が危ぶまれている状況にあります。

減少要因としては、人口減に伴う地元消費の減退及び近隣市町への購買力流出による全体的な衰退に加え、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が挙げられます。

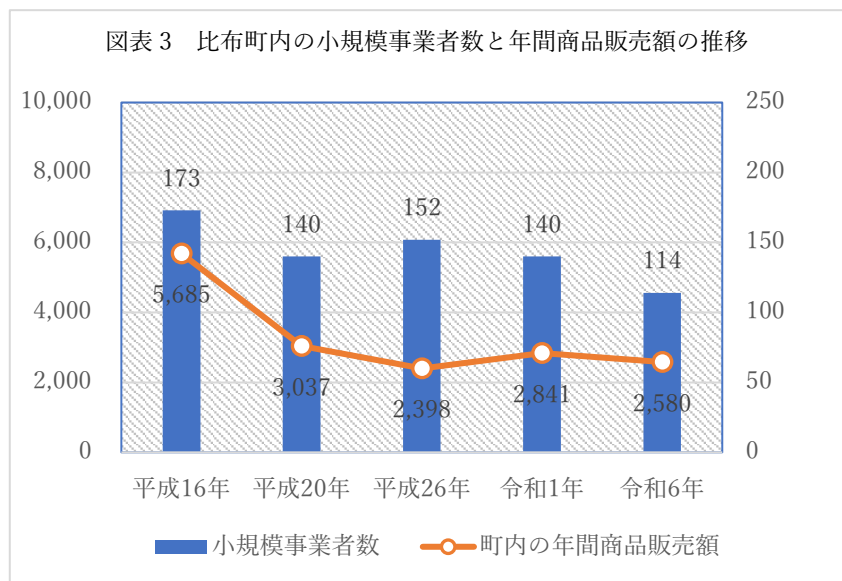
平成16年経済センサスとの対比によると町内の年間商品販売額は約55%程度減少しており、非常に厳しい状況で推移しています。（図表3）

コロナ禍をはじめ、物価・エネルギー価格の高騰等による影響を強く受け、その中であっても事業計画策定や見直し、道や町制度活用により、何とか売上低下の緩和や維持を図っている状況です。

中でも、サービス事業者においては、SNSを用いて自社サービスの強みを発信することで町内のみならず、旭川市など近隣商圏からの需要獲得に繋がっている事業者（クリーニング業）もいます。

また、農産物の小売においては、自前作成したホームページとあわせてSNSを連携運用することで売上向上に繋がっている事業者もおります。

生活関連産業においては、「**町内の需要喚起・近隣商圏からの需要獲得等のもと、売上向上による経営基盤の強化**」が必要ですが、このような成功事例をベースに、他事業者においても固定概念に捉われないことなく、IT等を活用のうえ需要開拓に取り組んでいく必要があります。

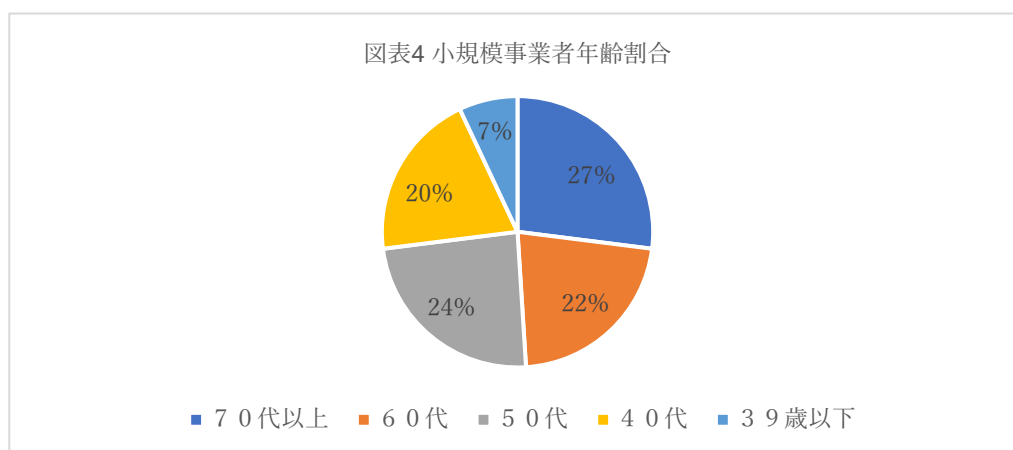


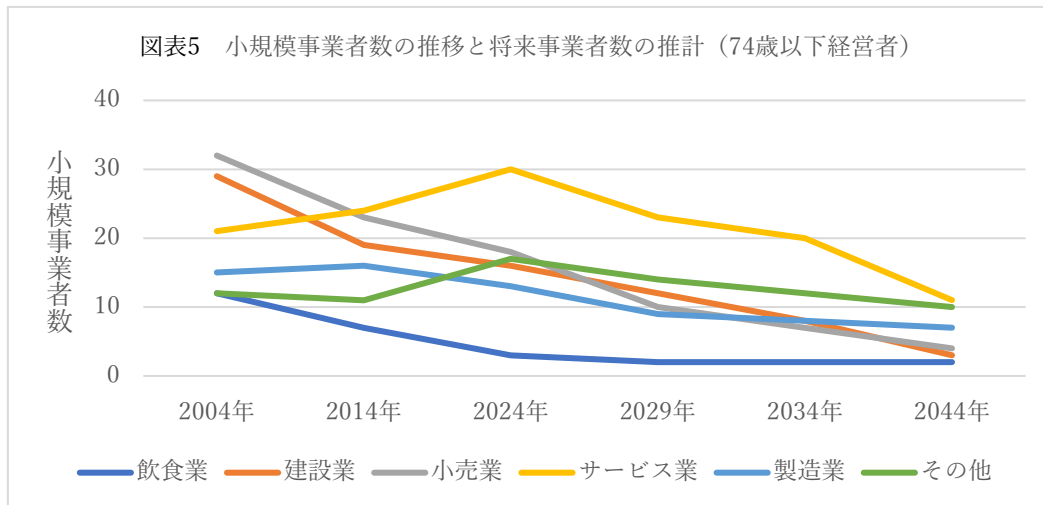
小規模企業経営者の年齢構成については、当会の調査によると65歳以上が全体の40%を超えている状況であり、加えて後継者の不在率は55%超となっているため、後継者不在による廃業を余儀なくされ、さらに事業者数減少に拍車を掛ける可能性があります。(図表4)

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35%以上の減少が見込まれ(図表5)、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、商工会と町が連携のうえ、「創業相談窓口」を設置したことで、直近5年間で8者の創業に繋がっています。中には、マッサージ業など、これまで当町には無かったサービス業が4者創業し、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るところです。





※上記の図表5は、商工会が独自で作成し、現経営者の廃業年齢を75歳と仮定し、2004年から5年毎の業種別事業者数の推計データ。

食品小売業・飲食業・農業法人においては、農産品等の良質な地域資源を活用した商品・メニューを開発・提供し、外部に対して積極的に販路拡大を図っており、「ぴっぷブランド」を担っています。

近年は、町外からの移住により新たに食肉製造業者が創業し、「ぴっぷブランド」ラインナップの充実が期待されているところです。

2期目において商談成約、SNS・HP有効活用により一般消費者からの需要獲得などの成果に繋がっている事業者がいるため、こうした取組みが軌道に乗っている事業者については新商品の開発など新たな展開や既存商品・メニューのブラッシュアップ、他事業者に対する成功事例の波及、新規事業者の創出により、「ブランド力向上のもと個者の体力増強を図り、地域の他産業への裨益に繋げていく」必要があります。

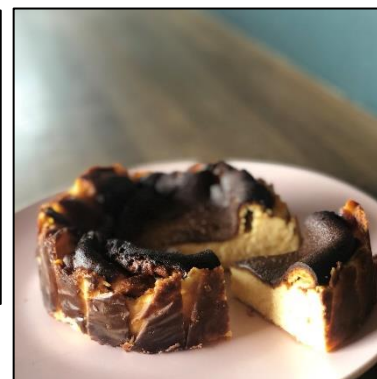
【ぴっぷブランドを構成する主な商品】



【町産のお米・小ねぎ・卵を使った卵かけごはんセット】



【町産の卵を使ったプリン】



【町産苺を使ったケーキ】

## **(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

10年後を見据えると町内の人口が現状の約3,400人から約2,400人程度に減少が予測され、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買い物環境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。

3期目においては、工業事業者へのアプローチ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、当町商工業全体のボトムアップ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、比布商工会における「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。

◇比布町とともに「既存事業所支援・新規起業支援」、「後継者対策」に取り組み、事業承継や事業が継続できるよう売上・利益の確保や、創業を支援することで

**比布町民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。**

◇「ぴっぷブランド」を担う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・利益率の向上や新規創出を支援することで

**地域のブランド力・総合的な魅力度を向上し、地域全体への経済効果の波及を図ります。**

なお、激変する経営環境において小規模事業者が持続的に発展し、地域雇用と地域住民の生活機能を支えていくためには、事業者自らが自社の本質的経営課題に「気付き」、「腹落ち」のもと自走化に繋げていくことが必要となります。

よって、事業者との丁寧な「対話」と「傾聴」に基づき、事業者個々の経営課題を明確に設定し自己変革を促すことで、**自走化により当町事業者が10年先も持続的に発展出来るよう伴走型支援を図ります。**

### ②比布町総合計画との連動性・整合性

比布町の第13次まちづくり計画（令和6～15年度）において、「住んで良かったと思えるまちをめざして」をテーマ（施策方針）とし、基本計画を前期（令和6～10年度）・後期（令和11～15年度）の2期間に分けられています。

また、実施計画についても基本計画同様の期間で前後期に分け、財政状況や社会情勢の変化等に対応するため、実情に応じて見直しを行うこととされています。

なお、基本目標を「**快適に住み続けることができるまちづくり**」と掲げており、当計画における商工業に関する記載は次のとおりです。

## 比布町の第13次まちづくり計画 概要（関係部分 一部抜粋）

比布町の第13次まちづくり計画（2022年～2033年）では、『住んで良かったと思えるまちづくりをめざして』をテーマとし、当面の最大課題である「人口減少対策」を主にし、まちづくりを行うこととしています。

人口は減少していくという事実を受け入れ、地域で支え合う福祉や子育て環境の充実、暮らしやすい住環境の実現、地域経済の活性化などの課題解決に向けて力を注ぎ、町民、団体、企業、行政の協同によって、「生涯住み続けたい」と思えるまちを目指し、移住を希望される方が「住んでみたい」と思えるまちの実現に向けて、みなさんと共にまちづくりを目指すものです。

### 1. 新規起業への支援と事業継続・拡大支援

経営者の高齢化と後継者不足等による空洞化が進み、空き店舗が増えつつあることから閉店した店舗の調査、検討を行い、利活用を進めます。また、起業にチャレンジしやすい新たな取組みを検討します。

### 2. 経営基盤の強化

事業者の経営基盤を強化するため設備投資の負担軽減や新商品の開発など事業の継続・拡大に対して支援します。

比布町が上記まちづくり計画で示している内容は、商工会が目指すべき10年程度を見据えた振興のあり方と方向性を同じくしており、連動性・整合性が図られているものと認識していることから、比布町役場と緊密な連携を取りながら経営発達支援事業を実施していきます。

### ③商工会の役割

第2期においては、小規模事業者支援にあたって、支援対象者の積極的な掘り起しにより「支援の面」を広げ、「支援のきっかけ」づくりに努めてきました。

さらに、従来からの支援先とあわせて事業計画の策定から実行、販路開拓まで支援を行ってきました。

また、創業支援にあたっては、町と連携し「創業相談窓口」としての役割を果たし、新規事業者の創出にも努めてきました。

一方で、依然全ての事業者の概況把握には至っていない状況ですので、第3期においても事業者の経営基盤強化・発展、地域コミュニティの維持により、商工業全体のボトムアップを図るべく、支援の面を広げつつ経営発達支援を推進していくことで、地域で唯一の総合経済団体としての役割を発揮して参ります。

なお、小規模事業者にとって最も身近な支援機関として、地域の小規模事業者が抱える多様化・複雑化する経営課題についての的確にとらえ、比布町や各支援機関と連携し、積極的に問題解決できる支援体制を確立し、合わせて小規模事業者に寄り添った、「対話」と「傾聴」により事業者の自走化・持続的発展を伴走支援していきます。

また、地域振興事業としては、町内他団体と構成する「地域活性化協議会」の一員として、イベント開催や地域製品のブランド拡大に取り組み、地域経済の活性化に努めました。第3期においても引き続き、地域振興の要としてこれら取組みを行うとともに、地域製品取り扱い事業者の支援を通じて、当町の魅力を底上げ・遡及し、認知度の向上・交流人口の増加、他産業への波及に繋げることで地域経済全体の持続的発展への寄与を図ります。

### (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・実行を支援し、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。

【事業計画策定事業者 30者/5年】

イ) 商業機能及び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26%以内に抑えます。

(当会が過去10年間の減少率及び現在の年齢構成から5年間の小規模事業者の減少率を試算した結果、35%程度になると推測されるため)

【創業計画策定事業者数 5者/5年】

【事業承継計画策定事業者数 5者/5年】

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

【物産展出展による売上増加率増(前年対比5%)事業者数 20者/5年】

【商談会出展による商談成約(1者あたり1件/年)事業者数 5者/5年】

【IT活用による売上増加率増(前年対比3%)事業者数 5者/5年】

【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/5年】

#### ②地域への裨益目標

上記①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、「快適に住み続けることができるまち」を実現し、人口減少の抑制に寄与することを目標とします。

また、地域産品取り扱い事業者の活発化により、「ぴっぷブランド」の認知度向上に繋げ、交流人口の増加等により域外からの外貨獲得・地域内経済循環を実現し、他産業への波及により比布町経済全体の持続的発展に寄与することを目標とします。

## 経営発達支援事業の内容及び実施期間

### 2. 経営発達支援事業の実施期間

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和7年4月1日～令和12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、比布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・実行を支援し、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。**

経営分析の前段階として、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、「気づき」と「腹落ち」により、自分ごととして経営課題の認識を促し、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、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26%以内に抑えます。**

地域のコミュニティの維持（買い物環境や雇用の場の維持）のために、地域住民の生活を支える商工業者を維持することが重要です。これには、事業承継や創業・第二創業に対する支援も含まれます。

まず、経営分析の前段階として、ヒアリングシートにより地区内事業者の実態（概観）把握を行い、事業承継を課題とする事業者の掘り起こしを行なうこととし、2期目において特にアプローチが不足していた工業関連事業者に対し、事業承継を切り口にアプローチをかけ、「支援のきっかけ」作りを行います。

事業承継計画策定にあたっては、ヒアリングを経て、経営分析・事業承継計画策定・フォローアップ支援を行い、専門的・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」などの専門機関と連携し、親族内承継のみではなく第三者承継やM&Aなどの支援も行うことで、事業承継が円滑に進むよう支援します。

支援にあたっては「対話」と「傾聴」により、事業者が承継に対して抱える本質的経営課題を抽出し、「気づき」と「腹落ち」により、自分ごととして事業承継に取り組むことが出来るよう伴走型支援を行います。

また、創業支援にあたっては、当会と町が通年で「創業相談窓口」となり、当町や道の創業支援制度をPRしながら、関係機関とも連携し情報収集をしつつ希望者の掘り起こしを行います。具体的に創業相談があった際は、金融機関など関係機関や専門家と連携のうえ個別相談対応をし、円滑な創業に向けた支援を行います。

## 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、ぴっぷブランドを担う食品小売業・飲食業・農業法人に対し、比布町と連携して、地域資源を活用した高付加価値な新商品の開発や既存商品の改良を支援します。

これら事業者のうちには、2期目の支援において既に一定の成果を挙げている事業者もいることから、そうした事業者に対しては新商品開発など新たなステップに向けた提案・支援を行います。

また、成功事例をロールモデルとし、他の事業者のステップの引き上げや、新たなプレーヤーの発掘に繋げ、地域ブランドの魅力を総合的に引き上げ、商品取り扱い事業者の相乗効果を図ります。

域外へ需要開拓を図る事業者に対しては、札幌圏や首都圏で開催される商談会や展示会、物産展への出展を支援し、出展に際しては、出展概要の確認やPOP作成、需要動向調査の実施、商談サポートなど、事前・当日・事後支援を手厚く行い、販売品の売上向上や認知度アップ、バイヤーとの商談成約を目指します。

域内・近隣商圏の需要取り込みを図る事業者に対しては、共同チラシ掲載支援により地域事業者間における相乗効果創出のもと、効果的に需要取り込みを図ります。

また、地域内外いずれの販路指向を持つ事業者に対しても、事業計画に基づき有効と判断される各種PR手法を提案・支援します。具体的には、WEB ページや SNS での PR、動画作成など IT ツールを活用した販売促進を支援することで DX への足がかりを図りつつ、視覚的效果を高め、また消費者の目に触れる機会を増やし、比布町の自慢の商品を消費者にアピールします。

これら取り組みにより、需要開拓を図る小規模事業者の売上と利益率向上を目指します。

### 【地域への裨益目標達成に向けた方針】

前述する小規模事業者への支援目標を達成することで、地域の小規模事業者の事業承継や創業が促進され、新陳代謝が進みます。これにより、地域経済が活性化し、地域住民の利便性も向上します。生活関連産業を中心とした町内の小規模事業者数の減少を防ぎ、地域商工業機能の維持が図られます。

また、販路拡大支援により地域特産品の認知度が向上し、比布町の知名度が上がります。これにより、商品やサービスを求めて来訪する観光客が増加し、地域のブランド力が向上します。この波及効果により、雇用機会の創出や付加価値の向上が実現し、地域の活性化に寄与します。

## 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

##### 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、比布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、北海道商工会連合会、北海道銀行が実施している中小企業景況調査報告書や地域経済動向調査の分析内容を年1回ホームページにて情報提供したほか、巡回訪問・窓口相談時に随時情報提供しました。

##### 【第2期実績】

	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
①独自の地域経済動向調査公表回数	2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	0回	0回	0回	0回	0回

##### ②課題

第2期に実施した調査では、北海道や管内ごとの経済動向情報のみとなってしまう、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、調査結果を十分活用しきれませんでした。

よって、第3期では事業内容を見直し、RESAS（国が提供する地域経済分析システム）を活用した地域の経済動向を組み入れることで、より身近な調査結果として関心をもってもらい、実効性のある事業計画策定へ繋げていきます。

#### (2) 目標

事業内容	公表方法	現状	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
①独自の地域経済動向調査公表回数	HP掲載	1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	0回	1回	1回	1回	1回	1回

※現状は令和6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及び動向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）に郵送により実施します。

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、全体としての集計の他、業種毎に集計分析し、ホームページに掲載して小規模事業者に情報提供を行います。

また、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。

【調査対象】 地区内全ての小規模事業者

【調査項目】 景況感、売上高、費用、利益、雇用、設備投資、資金繰り状況、業界動向、経営課題、支援ニーズなど

【調査手法】 郵送によるアンケート調査（返信用封筒、巡回訪問等により回収する）

【分析手法】 商工会職員が、全体、業種ごとに集計分析し、小規模事業者へホームページ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

小規模事業者に地域や自社を取り巻く環境を的確に把握してもらい、将来に向けた事業活動や経営判断等の基礎資料と活用してもらうため、国が提供する「RESAS」(地域経済分析システム)を活用して、経営指導員が地域の経済動向分析を行います。

分析結果は、年1回ホームページで公表するとともに、巡回訪問や窓口相談による小規模事業者の経営分析及び事業計画策定の基礎資料として活用します。

### 【分析項目及び手法】

#### ア) 「地域経済循環マップ・生産分析」

「地域産業関連表」及び「地域経済計算」による当町の産業構造を分析。

また、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。

「地域経済循環図」によって地域のカネの流れと経済循環を分析します。

#### イ) 「まちづくりマップ及び観光マップ・From-to分析」

「まちづくりマップ・From-to分析」、「流動人口データ」によって滞在者の動向を分析。

また、「観光マップ・From-to分析」、「観光マップ・目的地分析」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。

#### ウ) 「産業構造マップ」

地域の景況に大きく影響する一次産業を中心とした産業構造を分析します。

これらの分析結果を経営指導員が専門家の意見等も聴きながら、ビジネスチャンスに繋がる要素としてレポートに整理し、年1回ホームページで公表するとともに、巡回訪問や窓口相談による小規模事業者の経営分析及び事業計画策定の基礎資料として活用します。

## (4) 調査結果の活用

- ・ 広く小規模事業者に活用を促すためにホームページで公表します。
  - ・ 小規模事業者が外部環境を把握して、経営判断等の資料として活用できるよう経営指導員等が巡回訪問において説明を行います。
- また、巡回訪問や窓口相談において、自社の立ち位置等を確認してもらい経営分析を支援する際や、新たなビジネスチャンスを捉えた事業計画策定を支援する際の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

#### ①現状

第2期においては、令和2年度は新型コロナウイルス感染症の影響により三密を避ける状況下でありましたので、商談会等におけるバイヤー等への需要動向調査、物産展等における消費者への需要動向調査は実施出来ませんでした。

また、第2期当初には計画しておりませんでした。新型コロナウイルス感染拡大に係る地域の需要動向影響調査を実施し、比布町のコロナ対策施策の活用支援に結びました。

商談会・物産展等における調査について、令和3年度と令和4年度は物産展への出展支援を実施しましたが、新型コロナウイルス感染症拡大防止の為、来場者との接触を避ける販売方法を取らなければならない状況であったことから、当会が想定していた対面ヒアリング方式による需要動向調査は実施出来ませんでした。ついては、主催者が用意する記入投函式のアンケート調査を活用し、結果を出展事業者にフィードバックし、商品改良に結びました。

令和5年度、6年度においては、2期目当初の計画どおり消費者・バイヤー双方に向けて調査を実施したところです。

## 【第2期実績】

	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
商談会等におけるバイヤー等への需要動向調査	0者	0者	0者	0者	1者
物産展等における消費者への需要動向調査	0者	0者	0者	6者	5者
地域需要動向調査	10者	8者	8者	10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年度は実施無し

## ②課題

新型コロナウイルス感染症の影響に係る影響調査等の取組みについては一定の成果がありましたが、一方で、商談会等におけるバイヤー等への需要動向調査、物産展等における消費者への需要動向調査、地域需要動向調査については、新型コロナウイルス感染症拡大防止により三密を避ける状況下であった為、コロナ禍での調査を実施出来なかったことでの的確なニーズの把握が不十分でした。

令和5年度、6年度においては、展示会出展時にバイヤーや飲食関連事業者・来場者に対し聞き取りアンケート調査を実施し、収集・分析した調査結果を該当事業者にフィードバックすることで、商品の改善に繋げるための支援をしました。

しかし、調査項目や調査内容ともに総体的なものとなっていたため、新たな需要開拓に向けての有効なデータ収集までには至りませんでした。また、当会の人的リソースに対し出展事業者（調査対象事業者）数が過大となり、調査が散漫となってしまいました。

第3期については、この様な課題を踏まえて、事前に専門家等からアドバイスを受け、事業者の新たな販路開拓や既存商品の改善への参考となるように調査項目を精査します。

また、出展事業者数（調査対象事業者数）を下方修正し、限りある人的リソースを有効活用し調査の質を高めます。

さらに、今後は従来の需要とは異なる消費者ニーズが生じることも考えられるため、改めて地域内需要動向の調査・分析を実施し、商品の改善や見直し、新商品開発に向けての調査を実施する必要があります。

## (2) 目標

	現状	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
①商談会等におけるバイヤー等への需要動向調査	1者	1者	1者	1者	1者	1者
②物産展等における消費者への需要動向調査	5者	3者	3者	3者	3者	3者
③地域需要動向調査	0者	1者	1者	1者	3者	1者

※現状は令和6年度実績見込み

※② 第2期課題を踏まえ、調査の質・効果の最大化を図るため、現状実績より目標値を下方修正する。

## (3) 事業内容

### ①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、商談会出展の際、来場したバイヤー等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。

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。

**【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（農産加工品小売業・食肉製造業）

**【想定される商談会】**

1) 北の味覚、再発見！！展示商談会（BtoB）など

主 催：北海道商工会連合会

開催時期：9～10月頃

開催場所：北海道札幌市・ホテルガーデンパレス札幌

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

来 場 者：流通・観光関係企業のバイヤー、関係機関

規 模：（前回開催時）出展者 58 事業者、来場流通バイヤー116 社 229 名、  
他関係機関、札幌消費者協会、報道機関

**【調査項目】** 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】** 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。

調査結果については必要に応じバイヤーの業態及び地域によりクロス集計し、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】** バイヤー15名程度

**②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へ出展の際、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。

調査にあたっては、第2期課題を踏まえ事前に調査項目を精査するとともに、当会人的リソースを勘案して出展事業者（調査対象事業者）数を絞り込むことで、調査の質および効果の最大化を図ります。

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。

**【支援対象者】** 事業計画（地域資源を活用した新商品開発等）を策定し物産展等に出展する小規模事業者（農産加工品小売業・食肉製造業）

**【想定される物産展】**

1) にぎわい市場さっぽろ（BtoC）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：86（社・団体）来場者：9,883名

- 【調査項目】** ・来場者の属性：性別、年齢、居住地、来場の動機等  
 ・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、購入の有無、再購入手段等
- 【調査手段・手法】** 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。調査結果については必要に応じ来場者の属性によりクロス集計し、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】** 一般消費者 25 名程度

### ③地域需要動向調査

第3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圈とする地域需要型の小規模事業者（サービス業・飲食業）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（メニュー）及び新たに取扱った商品（メニュー）、取扱いを希望する商品（メニュー）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圈とする地域需要型の小規模事業者（サービス業・飲食業）
- 【調査項目】** ・来店者の属性：性別、年齢、居住地区、主な購入先、今回来店の動機  
 来店頻度等  
 ・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段階方式での記入及びヒアリングにより調査を実施します。  
 調査結果については必要に応じ来場者の属性によりクロス集計し、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】** 一般消費者 30 名程度

### （4）調査結果の活用方法

販売戦略の立案など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。

上記①②の取組は、第2期目からの継続事業ですが、サンプル数が少なく調査結果が不十分であったことから前記以上の成果が上げられるよう取組を強化します。

③の取組みは、町内及び近隣市町村を商圈とする事業者の課題を解決するための取組みであり、事業環境が変化している現況において地域需要を把握し、分析します。

## 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期では、経営分析対象者の掘り起こし・支援先の偏りを無くすことを目的とし、ヒアリングシートを活用し全小規模の実態（経営概観）把握を行う計画でしたが、全体の8割程度の把握に留まりました。

なお、確定申告や金融斡旋、補助金申請時に定量分析を行っており、当初の目標値より多くの事業者の分析を行うことが出来ましたが、定性面の外部環境や内部環境を含めた経営課題の抽出は一部に留まりました。

## 【第2期実績】

事業内容	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
経営分析件数	12件	12件	14件	15件	10件

※令和6年度は見込み数

### ②課題

2期目においては、支援事業者に偏りが出てしまったため、2期目に引き続き、実態把握を行っていない事業者へのヒアリングが急務です。特に、地域の雇用を支える工業者に対してはアプローチが不足しました。

事業承継や新商品の開発など、事業者を新たなステップへ引き上げるためのきっかけ作りや、新たに地域を牽引する事業者を発掘するためには、事業者の実態把握に務め、事業者と接する「面」を広げることが重要となるので、当会が掲げる振興策・目標達成に向けて、2期目に引き続きヒアリングシートによる掘り起こしを経た上で経営分析に繋がります。

工業関連事業者においては、事業承継に係る取り組みの停滞が見受けられるため、ヒアリングにあたっては、まず事業承継を切り口に工業者へアプローチを行う必要があります。

また、第3期においても、小規模事業者の新商品開発や売上向上の取り組みに目が向けられるよう、財務分析とあわせて定性的な非財務分析を支援し、内発的動機付けをもって経営分析を実施します。

### (2) 目標

事業内容	現状	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
経営分析件数	10件	10件	10件	10件	10件	10件

※現状は令和6年度実績見込み

### (3) 事業内容

#### <方針>

まずは、支援対象者の発掘および接する「面」を広げるために、ヒアリングシートを活用することでより多くの小規模事業者の概観把握に努めます。

本ヒアリングシートによる聞き取りにより事業者の経営概要を把握することで、事業者に接する「面」を広げ、「支援のきっかけ」を作ります。

また、次の支援ステップとして、ヒアリングした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コミュニケーション（「対話」と「傾聴」）を図り、事業者が抱える悩み（本質的経営課題）を引き出します。

なお、第1・2期では全体の約64%（78者／114者）の実態把握に留まったため、まずは残る事業者のヒアリングにより当町全小規模事業者の実態把握を行ったうえで、具体的な経営分析支援に繋がっていきます。

#### ①経営分析を行う事業者の発掘

**テーマ：『 定期的な巡回訪問で出来るだけ多くの事業者と対話を図る 』**

経営指導員等が、巡回訪問や窓口相談時にヒアリングを行い、小規模事業者との「対話」を丁寧に重ね、支援の入口となる「課題設定」に繋がります。

課題の設定にあたっては、経営実態から本質的な課題を掘り下げるため、経営分析の必要性を認識してもらい、課題解決に向けた「内発的動機付け」を高め、意欲のある対象者を掘り起こします。

#### 【巡回訪問によるヒアリングシート等を活用した経営の概観把握】

本事業の3期目にあたり支援の質と量の向上を図るため、上記のとおり商工会が事業者にとって1番のサポーターでいられるよう出来るだけの多くの事業者と対話を図ることで、信頼関係を築き、円滑

に伴走型支援事業を推進していきます。

当町の小規模事業者114者のうち、第1・2期においてはヒアリングシートを活用し78者の経営概要を把握しました。そこで、本事業の初年度（令和7年度）に残り36者に対して、職員3名が分担して巡回訪問およびヒアリングシートによる聞き取りを完了します。（36事業者÷職員3名＝12事業者／職員1名）

なお、2年目以降は定期的な巡回計画を立てて継続して巡回訪問を行います。

※ 巡回訪問ヒアリングシートの内容

- ・事業者の概要、事業の将来性、経営上の困りごと、後継者の有無
- ・パソコンの導入状況について（インターネットの接続状況・パソコンの活用）
- ・商工会に対する支援ニーズについて

※ヒアリングシートは社会環境に応じて項目を加除し、ヒアリングで得た情報は、支援の都度、パソコンでデータ入力を行い更新し、職員間の共有を図ります。

## ②経営分析の内容

【対象者】新たな事業展開や販路拡大などによる経営基盤強化や事業承継を目指す小規模事業者

【分析項目】

a：財務分析	直近3期分の収益性、生産性、安全性、成長性について分析
b：非財務分析	下記の分析手法を基に事業者の内部環境における強み、弱み、事業者を取り巻く外部環境の脅威、機会を整理する。

【分析手法】

小規模事業者の潜在的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の「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、経営指導員等が事業内容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。

また、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）」も合わせて活用し、分析データを実際に目で確認した上で小規模事業者の経営状態を把握するとともに、企業が立地している地域の状態も含めながら確認を行います。

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合わせて将来目標を明確にし、課題等の解消ツールとして活用・支援します。

また、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

分析結果は、事業計画策定に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、職員間で共有することで効率的な支援体制の構築を図ります。

(※)「ShokoBiz」：経営発達支援計画の支援対象である事業者及び支援の情報をデータ化し、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期においては、小規模事業者の経営分析結果や地域の経済動向、需要動向調査を踏まえて、以下のとおり事業計画策定を支援してきました。

事業計画策定の主な支援内容は、新型コロナウイルス感染拡大防止に係る比布町の商工業振興補助金の活用や、新型コロナウイルス特別貸付融資、After コロナに向けての事業計画の見直しなど、新型コロナウイルス感染症に係る要因によるものが多くを占めました。

また、新商品の開発に係る事業計画策定を支援し、その後商品開発に結びつけることが出来ました。

事業承継についても、専門家と連携しながら計画策定を支援することが出来ました。

創業支援にあたっては、令和4年度、令和5年度には比布町役場、金融機関と当商工会が連携しワンストップの支援体制を構築し、創業に係る資金面、法律面、補助施策を含む創業ビジネスプラン策定など多角的な支援を実施し起業に導くことが出来ました。

## 【第2期目実績】

事業内容	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
①事業計画策定件数 (個別)	17件	16件	8件	10件	5件
②新商品開発・販売 促進計画策定件数 (個別支援)	1件	1件	1件	1件	1件
③事業承継計画策定 件数(個別)	1件	0件	1件	1件	1件
④創業計画策定件数	0件	1件	2件	3件	1件

※令和6年度は見込み数

## ②課題

経営分析同様に、支援事業者に偏りが出てしまったため、まずは経営分析の前段階として事業者の実態把握を進める必要があります。

また、小規模企業の経営者は、人的リソースをはじめ経営資源に限りがあることから、現場での作業時間が多く、時間に追われて、これまでの経験からの判断で経営を行っているのが現状です。

特にコロナ禍においては、リソースの少なさから、各種給付金や補助金申請などの施策利用時の受動的な対応となっていたため、今後は小規模事業者の経営基盤の強化と経営の持続化・安定化に向けて、事業計画策定の必要性及び重要性を訴求していく必要があります。

そこで第3期においては、支援事業者との「対話」と「傾聴」を通じて、本質的経営課題の顕在化と課題に対する事業者自身の自認（腹落ちと気づき）を促したうえで「課題設定」から伴走支援する必要があります。

これにより、事業者自身の課題解決に向けた内発的動機づけを行いつつ、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、限定的案件に留まらず事業者持続的発展に向けた事業計画策定支援を行う必要があります。

また、創業及び事業承継に係る事業計画策定については、補助金申請時や融資相談時の限定的な事業計画の策定ではなく、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向けた事業計画策定とし、小規模事業者が自発的に取り組めるよう支援を行う必要があります。

第3期目の本事業では、以下の支援に対する考え方で事業を実施します。

### (2) 支援に対する考え方

テーマ：『対話と傾聴を図り、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期での事業計画策定支援では、経営分析を行った7割の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以下の事業を実施します。

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、対話と傾聴を図りながら信頼を高め、本質的な課題の掘り下げによって経営課題に気づき、納得した上での動機付けから事業者自らが事業計画の策定を進められるよう支援を行います。

また、コロナ禍におけるリモートワーク等による経営の効率化・高度化の IT 技術が躍進する中で、小規模事業者における DX 化への対応について、消費購買力流出の抑制や経営基盤強化のためにも、事業計画策定に関する前段階として DX 導入に向けた動機づけや基礎的な知識を習得するための初心者向けの個別相談会を実施します。近年は各補助金の申請手続きについても、IT やデジタル対応となっていることから、事業者に対する DX に対応した基礎的知識の取得など、様々なデジタル化に対応した支援を行います。

### ① 事業計画策定支援（個別支援）

上記の課題でも記載したとおり、事業計画策定については小規模事業者の売上や利益確保など、経営基盤の強化・持続的発展に密接に関係します。

よって、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に関する重要性や必要性について、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、自社の経営分析を踏まえた事業計画策定支援を行います。なお、高度・専門的な案件については、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、上記分析したデータを確認しながら、「対話」と「傾聴」を丁寧に行うことにより、優先課題の設定や課題解決に向けた事業計画策定に関する支援を行います。

### ② 新商品開発・販売促進計画策定支援（個別支援）

小規模事業者の新商品開発や新たな需要開拓を支援するにあたり、経営分析の精度や方向性に基づいて地域資源を最大限に活用することが重要です。

このため、北海道商工会連合会や、専門家、各種支援機関と連携し、事業計画の策定をサポートします。これにより、小規模事業者が持続的に成長し、地域経済の活性化に貢献することを目指します。

### ③ 事業承継計画策定支援（個別支援）

地域コミュニティの維持・継続のため、当町の商工業者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て波及を図るため、巡回訪問によって着実に事業計画作成の個別支援を行います。

この個別支援については、「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聞き取りを行い、後継者の有無や承継の意思、事業承継に向けた準備や予定スケジュールなど、その調査結果を踏まえて対象事業者の掘り起しを行い策定支援につなげます。

意向調査及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、事業承継に係る計画策定の支援を実施しますが、事業承継等に関しては、後継者がいる場合や後継者がいなくても第三者等に引き渡したいなど、専門性が高くセンシティブな情報を多く含んでいることから、北海道商工会連合会や、中小企業診断士などの専門家、北海道事業承継・引継ぎ支援センター等を活用して、予定している小規模事業者の秘密保持をしながら、事業承継計画の策定等に関する支援を行います。

#### ④ 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等が今後予想される中、小規模事業者の減少を抑制し地域経済及び地域コミュニティの維持・継続のため、比布町役場と連携をして「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、創業希望者に対し、窓口相談指導及び比布町、北海道の創業者向けの補助施策のPRを実施及び近隣都市部の商工会で開催している「創業塾」への受講を促します。

上記に記載したとおり、ワンストップでの創業支援内容及び支援体制を商工会だよりや商工会ホームページへ掲載し、潜在的創業希望者に向けて情報発信します

また、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及び関係支援機関等の支援を受けながら実施します。

#### ⑤ DX推進個別相談会（個別支援）

コロナ禍におけるリモートワーク等による経営の効率化・高度化のIT技術が躍進する中で、小規模事業者におけるDX化への対応について、消費購買力流出の抑制や経営基盤強化のためにも、事業計画策定に関する前段階としてDXに向けた動機づけや基礎的な知識を習得するため個別支援を実施します。

また、近年は各補助金の申請や雇用に関する様々な手続きについても、ITやデジタル対応となっていることから、事業者に対するDXに対応した基礎的知識の取得など、様々なデジタル化に対応した個者支援を行います。

### (3) 目標

事業内容	現状	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
①事業計画策定事業者数	5者	5者	5者	5者	5者	5者
②新商品開発・販売促進計画策定事業者数	1者	1者	1者	1者	1者	1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	1者
⑤DX推進個別相談会（開催回数）	0回	1回	1回	1回	1回	1回

※現状は令和6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の策定支援にあたっては、経営分析において活用した「経営計画策定支援ツール（全国商工会連合会作成）」を継続的に活用して、当会職員が事業計画の作成を支援します。

経営計画書の様式（フォーマット）は、世の中に多数あり、内容や厚さも様々ですが、当会では経営計画策定支援ツールの一部である小規模事業者持続化補助金の様式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して実行性を高めます。

なお、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、経営分析結果とあわせて検証し、追加修正を行うことで実現性の高い事業計画へとブラッシュアップを図ります。

また、事業計画策定支援では、「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に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町内及び近隣市町村を商圏とする小規模事業者

**【手段・手法】** 当会職員が「経営計画策定支援ツール（全国商工会連合会が作成）」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新商品開発・販売促進計画策定支援（個別支援）

経営分析の精度及び方向性に応じ、地域資源を活用した新商品開発及び新たな需要開拓を目指す小規模事業者については、専門家及び各種支援機関と連携し事業計画の策定支援を行います。

また、第2期に既に同様の計画を策定済みの事業者に対しても、需要動向調査及び需要開拓支援の結果を踏まえた計画の見直し支援を実施します。

**【支援対象】** 地域資源を活用した新商品開発及び新たな需要開拓を目指す小規模事業者  
既に新商品開発計画及び販売促進計画を有している小規模事業者（計画の見直し）

**【手段・手法】** 専門家及び各種支援機関と連携した個別支援。  
既存計画の見直しを支援する事業者については商談会・物産展等出展後の需要動向調査結果の分析を前提とします。

また、若手事業者（青年部）のうち商品開発を希望する者は、北海道商工会青年部連合会が主催する「商品力強化支援研究会（※）」への参加を勧奨します。

（※）商品力強化支援研究会：販路開拓に意欲的な商工会青年部員企業を対象に、地域資源を有効活用した新商品開発や、既存商品のブラッシュアップを目的としたビジネスプラン作成を支援する事業。

### ③事業承継計画策定支援（個別支援）

P5『比布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、地域内の経営者が高齢化しており、地域の商工業機能を維持していくためには、事業承継への対応が必要であり早急に支援を行います。

**【支援対象】** 事業承継が必要とされる小規模事業者（事業者及び工業者）

**【手段・方法】** 親族承継、第三者による承継も含めた個別支援の実施。

ア) 講師等：中小企業診断士、税理士、北海道事業引き継ぎセンター等の専門家

イ) 個別支援回数：年1回以上

＜フォローアップ支援＞

・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した事業承継計画策定の支援をします。

・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、円滑に承継が出来るよう支援を行います。

**※特に黒字企業で高齢かつ後継者不在である企業については早急に個者支援を実施。**

ウ) 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参加を勧奨します。

エ) 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。

(※) 後継者育成塾：後継者である青年部員が自社の財務内容の把握方法や金融取引など、事業承継に必要な知識の習得を図り、円滑な事業承継を進めることを目的として実習を中心としたカリキュラムで構成される研修

#### ④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6件となっており、当町に存在していなかったサービス業が4者創業している状況となっています。新規創業に係る相談件数についても年間1～2件程度と極めて少ない現状であり、創業塾を開催しても人員確保が難しい状況にあります。

しかしながら、小規模事業者の高齢化及び後継者不在による事業者数の減少が想定されることから、商業機能の維持の観点から都市圏からの創業希望者の取込みが不可欠となっております。

このことから、比布町役場と連携をして「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、創業希望者に対し、窓口相談指導及び比布町、北海道の創業者向けの補助施策のPRを実施及び近隣都市部の商工会で開催している「創業塾」等への受講を促します。

**【支援対象者】** 新規創業希望者

**【手段・手法】**

- ア) 当会と比布町役場が通年の「創業相談窓口」となり起業者・創業者の受け入れと相談を行います。事業承継支援での創業マッチングの際には創業希望者と経営指導員が創業動機から始まり、資金面、法律面等の相談を行い、ビジネスプランの作成を支援することで起業に導きます。
- イ) 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。
- ウ) 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」へ参加を勧奨します。

#### ⑤DX推進個別相談会の開催（新規）

経営の効率化、高度化を図るにはDXへの対応が必要であるため、DX対応への動機付けや基礎的な知識を習得するために個別相談会を開催します。

**【支援対象者】** DX推進に意欲的な小規模事業者

**【手段・手法】** 個別相談会開催により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する。

**【募集方法】** 当会のホームページ及び比布商工会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1回

**【参加者数】** 3名

**【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期においては、事業計画の進捗状況を確認、把握するため、四半期毎に巡回訪問を行うことを目標に掲げていましたが、新型コロナウイルス感染拡大により事業計画の見直しをした事業者、比布町商工業振興補助金や持続化補助金採択後の進捗状況の確認と、フォローアップ支援を希望する事業所のみへの対応が主体となり、事業計画を策定したすべての事業者へのフォローアップに至りませんでした。

**【2期目実績】**

	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
事業計画策定後の フォローアップ事業者数	8者	11者	11者	13者	6者
頻度（延べ回数）	64回	33回	33回	39回	24回
創業計画策定後の フォローアップ事業者数	0社	0者	1者	2者	3者
頻度（延べ回数）	0回	0回	4回	8回	9回
売上増加事業者数	2者	4者	4者	5者	5者

※令和6年度は見込み数

**②課題**

第3期においては、事業計画策定事業者の売上高・経常利益の増加目標の達成に向けてPDCAサイクルが回るように、フォローアップの手法を明確にし、計画策定を行った全事業者に対して計画的に支援します。

**(2) 支援に対する考え方**

計画策定後、「制度などへの知識が不足している」などが計画実行の障壁となり、当初の予定通りに計画が実行できないことが多々あります。

よって、円滑な事業計画の実行に向けて定期的な巡回訪問により、上記のように計画実行を阻害する外部・内部要因を特定すべく綿密に点検を行う必要があります。

また、課題の特定にあたっては、計画策定の折より改めて「対話」と「傾聴」を重んじた伴走型のフォローアップ支援を行い、支援者側からの一方的な課題解決策の提案とならないよう留意し、事業者自身に課題に係る「気づき」と「腹落ち」を促す必要があります。

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・習慣づけを行い、事業者自身の潜在力を引き出し長期的・持続的発展に繋がります。

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

なお、支援頻度は、基本的には四半期に1度（年4回）としますが、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、「対話」と「傾聴」による問題点や原因等の抽出によって、計画の変更、または高度な課題等については専門家を招聘し軌道修正等を図ります。

事業承継計画や創業計画については、不確定要素によりズレが生じやすいため、進捗状況は特に留意して確認します。

### (3) 目標

	現状	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11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	6者	6者	6者	6者	6者	6者
頻度(延べ回数)	24回	24回	24回	24回	24回	24回
売上増加事業者数(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	0者	1者	1者	1者	1者	1者
頻度(延べ回数)	0回	4回	4回	4回	4回	4回
③創業計画策定後のフォローアップ事業者数	3者	1者	1者	1者	1者	1者
頻度(延べ回数)	9回	4回	4回	4回	4回	4回

※現状は令和6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(※)』を活用し経営環境の変化及び事業計画の進捗状況等の確認を行います。

また、進捗状況及び経営課題の解決状況に応じ以下の支援を実施します。

#### (※)『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、支援履歴を一覧として記録することで、支援頻度の管理や職員の情報共有が可能となります。

**【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(四半期毎)に支援を実施。

専門的な事業展開及び事業承継・創業者への支援については専門家及び支援機関と連携し支援を実施します。

#### **【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】**

経営基盤強化に向けての事業計画、地域資源を活用した新商品開発及び新たな需要開拓に向けての計画実現のため、比布町商工業振興補助金(成長発展型)、小規模事業者持続化補助金等の施策を活用し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について】**

事業承継に関する支援については、計画策定実行中も様々な問題が生じると考えられるため、進捗状況に応じてフォローアップの頻度を短縮し、経営者と後継者に対する「対話」と「傾聴」を基本とし、比布町の商工業振興事業補助金(創業型)等の施策を活用し、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について】**

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など、当初の計画策定通りに事業が進んでいるか、資金繰りの確保は出来ているかなど、事業の進捗状況について確認・把握し定期的な巡回訪問によりフォローアップの支援を行います。

### 【事業計画と進捗状況に乖離（ズレ）がある小規模事業者】

進捗状況が思わしくない小規模事業者に対して、当初の事業計画とのズレが生じている場合には、月1回以上の巡回訪問による聞き取りを行い、「対話」と「傾聴」による問題点や原因等の抽出によって、計画の変更、または高度な課題等については専門家を招聘し軌道修正等を図ります。

## 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2年度は、新型コロナウイルス感染拡大防止対策の為、試食提供が出来ない等、様々な制限の中開催した為、消費者やバイヤー等の見込み客が獲得出来ないと判断し展示商談会及び物産展への出展を取りやめ、展示会などのイベントによる販路開拓・事業展開を主に行っていた事業者にとっては、大変厳しい状況となりました。

令和3年度以降は新型コロナウイルス感染防止対策を講じながら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当初の売上増加率目標を毎年達成することが出来ました。

##### ◎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

専門家（ビジネスコンサルタント）と連携し、取扱商品・サービス・企業の特徴・得意分野等について、Instagram等のSNSとWEBページとの連携をすることで情報拡散機能を高め、新たな需要開拓の機会の創出を支援しました。

令和3年度から令和6年度まで継続的に実施し、サービス業、小売業、飲食業、農業法人（花卉栽培・小売）、農産物加工業の10者支援したうち、6者が売上アップし、売上増加率目標を達成することが出来ました。

また、地域資源を活用した新商品等の販路開拓可能性を広げるため、「パブリシティ活用セミナー」を計画しておりましたが、コロナ禍においては三密を避ける状況となり、経営指導員が「販路拡大のためのメディア戦略」について個別支援を実施しました。

##### ◎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、紙面広告により近隣商圏から新規顧客獲得を図る支援が有効と経営指導員が判断した小規模事業者の旬な情報を掲載支援しました。

また、ぴっぷスキー場や温浴施設遊湯ぴっぷ等の観光施設も掲載し、冬期間、比布町内に滞在、周遊するような情報も併せて掲載し、比布町の交流人口の増加や地域経済の発展に向けて、相乗効果となるよう支援を行いました。

令和2年度は、コロナ禍での事業を実施し、外出自粛や巣ごもり需要があるなか期間限定のクーポン券の利用者増によりサービス業や小売業、飲食業、農産物加工業で売上がアップし、一定の成果が出ました。

令和3年度もコロナ禍での事業を実施し、飲食業では紙面発行日から2、3日は問い合わせの電話が増加し、メインに掲載したメニューが売り切れた一方で、紙面発行した翌週から町内でコロナ感染拡大し、小中学校が臨時休業となるなど、客足が止まり、目標に届かない事業者がおりました。

令和5年度は、ポストコロナに対応していく事業計画・販売促進計画から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、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ページにも掲載したことで、掲載日以降も情報発信が継続されました。

また、当商工会のWEBページ等にリンクし、連携した情報発信を行い幅広い世代に対し、事業の見え

る化を図り、売上増に結びました。

PR 動画活用支援については、ポストコロナへの事業計画の見直しをする等、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【モノを売るのではなくコトを売る】を伝えるべくプロモーション動画制作支援を行い自社のホームページと SNS 媒体を活用しながら広く PR を行いました。

また、比布商工会の YouTube チャンネルにも掲載し、複数事業者の PR により相乗効果を図ると共に各事業者の店頭等での活用と折込みチラシ、名刺に YouTube 動画の QR コードを掲載する等、情報の拡散を促しながら支援を継続し、新規顧客の獲得・販路開拓支援に努めた結果、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2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
物産展等出展支援者数	0者	5者	7者	6者	7者
売上増加率（前年対比）	0%	3%達成 4者	3%達成 6者	4%達成 6者	5%達成 7者

※令和6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2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
商談会出展支援者数	0者	0者	0者	1者	1者
商談成立	0件	0件	0件	0件	1件

※令和6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2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
ア) IT 活用セミナー開催数	0回	1回	1回	1回	1回
イ) パブリシティ活用セミナー	0回	0回	0回	0回	0回
IT 活用事業支援者数	2者	3者	1者	2者	1者
IT 活用による売上増加率（対前年比）	0%	2%達成 3者	3%達成 1者	3%達成 1者	3%達成 1者

※令和6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

	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
地域フリーペーパー・動画活用支援（企業数）	11者	8者	4者	13者	2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）	2%達成 2者	2%達成 3者	2%達成 2者	2%達成 6者	2%達成 2者

※令和6年度は見込み

## ② 課題

### ① 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 5 年度については職員体制が不足する中、新たな需要開拓支援事業を推進する状況となり、展示会における事前支援と事後支援が不十分だったため、出展成果の最大化を図るため事前から事後までの

支援を充実させる必要があります。

### ◎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

第2期においては、独自ホームページの開設支援を「JIMDO（ジンドゥー）」及び「Goope（グーペ）」を活用してきましたが、支援ツール及び対象企業が限定的であったため、取組みが広がらず大きな成果を得るには至りませんでした。

コロナ禍においては、各種イベント等の開催が中止となった影響もあり、非対面型の販売・取引方法が主流となり、WEBサイトによる取引需要が増えたことを受け、一定数の小規模事業者が比布町商工業振興補助事業を活用しホームページやECサイトを構築しましたが、ポストコロナにおいてはITツールの活用を継続している事業者は少なく、DX及びIT化に対する意識の醸成が必要です。

なお、パブリシティの活用を視野に入れた支援については経営指導員が研修を受講し、習得した知識を活かし、「販路拡大のメディア戦略」に係る個者支援を実施することが可能となったため、第3期においてはパブリシティセミナーは実施しません。

### ◎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、掲載時期及び掲載回数、対象業種等に課題が残りましたので、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、コロナ禍においては対象企業がサービス業と飲食業、農産物加工業と限定的でした。特に飲食業については休業要請等により営業が制限され、大きな成果を得るには至りませんでした。提供しているサービス内容やメニュー等を知ってもらうきっかけとなりました。

第2期は、一部コロナ禍により十分に実施出来なかった事業もありましたが、Afterコロナにおいて元通りの事業実施を行う中で成果が出始めているため、第3期においてもこれら事業を継続実施します。

## （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【BtoC】

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ため、事前準備から出展時、出展後のフォローアップまで一貫して支援し、出展直前には出展場所に併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。

上記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輩出し、将来支援先である地域内小規模事業者へ提供することで意識啓発に繋げ、ぴっぴ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【BtoB】

上記①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、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くことで、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会等における商談の機会は少なく、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一貫して支援し、出展直前には出展場所に併せた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。

加えて、出展を通じて得たバイヤー等の反応及びニーズを事業者へ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。

上記①同様に、この支援により新規取引先の獲得や全国への事業展開など成功事例を輩出し、将来支援先である地域内小規模事業者へ提供することで意識啓発に繋げ、ぴっぴブランドの確立に向けて支援対象者の増加を図ります。

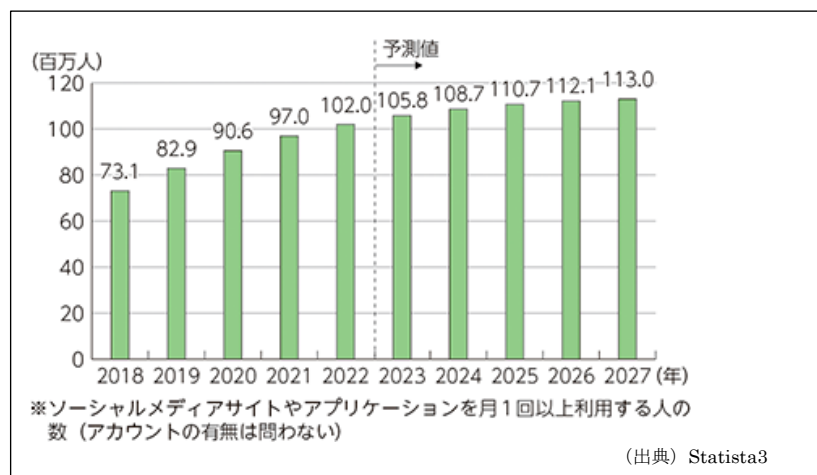
### ③ホームページ・ソーシャルメディア等のIT活用による販路開拓支援

第2期の課題を踏まえ、支援事業者の取り扱い商品・サービスの特性や想定する販路に応じて、簡易ホームページ作成ツール「JIMDO（ジンドゥー）」(※1)及び「Goope（グーペ）」(※2)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・企業の特徴・得意分野等についてPRを推進するとともに、現在の共通ツールとも言える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を高め、新たな需要開拓の機会を創出します。

<エビデンス>

日本のソーシャルメディア利用者数は、2022年の1億200万人から2027年には1億1,300万人に増加すると予測されている。コミュニケーションツールとしてだけでなく、SNSとeコマースを掛け合わせたソーシャルコマースとしての活用や、ライブコマースなどeコマース需要が利用拡大を後押ししている。

また、TikTokやInstagramのストーリーズ・リールなどショート動画コンテンツが流行しており、その延長でSNSにおけるAR・VRのコンテンツも普及していくと予想される。



(上記図表：日本のソーシャルメディア利用者数の推移及び予測／令和5年版情報通信白書より引用)

(※1) 「JIMDO（ジンドゥー）」

ジンドゥー（Jimdo）は、ブラウザから簡単・気軽にホームページが作成できるサービスです。

好みのレイアウトを選択して、用意した文章や写真を使うだけでプロ並みのホームページが完成します。

細かいカスタマイズもできるので、オリジナルのホームページを持つことが出来る簡易ホームページ作成サービス

URL：<https://www.jimdo.com/jp/>

(※2) 「Goope（グーペ）」

GMOペパボ社が提供する簡易ホームページ作成サービスで、専門知識が不要で操作も簡単、時間・場所を問わずホームページ作成・更新が行えます。全国商工会連合会が提携しており、商工会員は一部のサービスを無料で

利用可能です。 URL：<https://goope.jp/>

#### 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、掲載時期及び掲載回数、対象業種等に課題が残りましたので、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、大きな成果を得るには至りませんでした。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、商談会等での活用を視野に入れ、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に繋がります。

### (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7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
物産展等出展支援数	7者	4者	4者	4者	4者	4者
売上増加率 (前年対比) / 者	5%	5%	5%	5%	5%	5%

#### 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7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
商談会出展支援数	1者	1者	1者	1者	1者	1者
商談成立目標	1件	1件	1件	1件	1件	1件

#### 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7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
IT活用個別支援	1回	1回	1回	1回	1回	1回
IT活用事業支援者数	1者	1者	1者	1者	1者	1者
IT活用による売上増加率 (対前年比)	3%	3%	3%	3%	3%	3%

#### 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7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
PRパンフレット・動画活用 支援(企業数)	2者	2者	2者	2者	2者	2者
PRパンフレット・動画活用 支援による売上増加率(対 前年比) / 者	2%	2%	2%	2%	2%	2%

※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の提供を行い、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、新たな需要の獲得につなげて、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試食等により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取りまとめ、小規模事業者にフィードバックし商品改良に活かします。

加えて、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】** 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（農業加工品小売業、食肉製造業）

**【支援内容】**

- ア 事前支援・・・出展手続き支援、接客指導、POP（ポップ）、プライスカード、PR動画等作成支援、DM作成指導、パブリシティや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：86（社・団体）来場者：9,883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・商談会の開催情報の提供を行い、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つなげます。

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て商工会職員が出展し、商品のPRを実施するとともに、バイヤー等からの評価を小規模事業者に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。

加えて、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】** 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（農業加工品小売業、食肉製造業）

**【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（ポップ）・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（パッケージ等含む）パブリシティの活用支援など。

### 【想定している展示商談会】

#### ■『北の味覚、再発見!!展示・商談会』

(参考) 第36回北の味覚、再発見!!展示商談会 WEBページ

URL: <https://r.goope.jp/mikaku2024/>

主 催 : 北海道商工会連合会

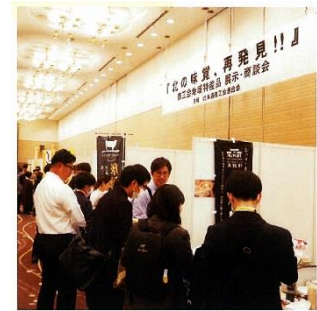
開催時期 : 10月頃

開催場所 : 北海道札幌市・ガーデンパレス札幌

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

来 場 者 : 流通・観光関係企業のバイヤー、関係機関

規 模 : (前回開催時) 出展者 56社、来場流通バイヤー82社 160名  
他関係機関、札幌消費者協会、報道機関



商談会の様子 出典:北海道商工会連合会

### 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

展示会・商談会へ出展が困難な小規模事業者や展示会・商談会以外に販路開拓を求める小規模事業者に対して、WEBページ制作支援のうえインターネットを活用した事業展開を支援します。

従来から推進している、スマートフォン対応の簡易ホームページ作成ツール「JIMDO（ジンドゥー）」及び「Goope（グーペ）」等の制作を個別支援し、効果的なPR方法などを指導し、販売促進に繋がります。

また、登録・掲載後の売上状況を検証し、成果が上がらない場合は、原因究明・解決策提示など必要に応じてIT専門家等と連携し、情報更新作業などの支援を行います。

加えて、作成したホームページはFacebook、Instagram、X、LINE等のSNSと連携活用することで情報拡散機能を高め、最新情報をリアルタイムで発信し販路拡大に繋がります。

### 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

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》 事業計画を策定し商談会出展を予定している小規模事業者

(農業加工品小売業、食肉製造業)

事業計画を策定した小規模事業者 (農業 (農業法人) ・飲食業・サービス業等)

## 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

##### ①現状

第2期では、経営発達支援事業の成果・評価見直しについて年1回、商工会副会長、商工会理事、比布町商工観光課長、旭川信用金庫比布支店長、北海道商工会連合会で組織する評価委員会を開催し報告 (当会ホームページに掲載) するほか、理事会において進捗状況報告を行いました。

## ②課題

第3期においては、3ヶ月毎に事務局会議でPDCAサイクルによる進捗管理・目標設定の確認・見直しを検討し、問題点の改善を行い、評価委員会及び理事会にフィードバックした上で、事業実施方針等に反映させる仕組みを構築します。

### (2) 事業内容

経営発達支援事業の成果・評価・見直しについては、外部有識者を加えた委員会を設置し、年1回以上開催し、検証・評価を行います。

#### ①事務局内部で事業の確認検証

事務局は、事業計画に基づき事業を実施するとともに、3カ月毎に事業の進捗状況、事業結果等について確認検証を行います。進捗状況の確認にあたっては、クラウド型経営支援ツール「Shoko Biz」にてデータベース化した支援情報を参照します。

#### ②経営改善委員会で評価・検証

事務局レベルで事業の実施を確認し、検証した内容を経営改善委員会に定量データを提示し、事業の評価及び見直しの方針を決定します。

経営改善委員会には外部委員として金融機関（旭川信用金庫）のほか、比布町役場及び北海道商工会連合会に出席を頂き、小規模事業者の経営支援について多方面からの意見も踏まえ評価検証します。

また、次年度の計画の見直し等について意見を集約し理事会へ報告します。

- ◎開催頻度 : 年1回以上開催
- ◎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等の意見集約
- ◎予定する委員 : 外部有識者 ~金融機関（旭川信用金庫比布支店長）  
共同実施者 ~比布町商工観光課長  
実施主体 ~商工会副会長・理事、法定経営指導員  
オブザーバー~北海道商工会連合会道北支所長

#### ③ 理事会

理事会は、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、今後の事業の効果的実施に向け検討を行い、上記②の経営改善委員会の評価及び意見等をふまえて、必要に応じて事業計画の見直しを行います。

【事業計画の公表】経営改善委員会が取りまとめた評価結果及び意見については、商工会のホームページ等に掲載し広く小規模事業者にその内容を開示します。

## 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

#### ①現状

第2期では、経営指導員等の資質向上に関する事業について、北海道商工会連合会が開催する職種別の研修会や中小企業大学校が開催する支援担当者研修等を受講することで支援能力の向上を図ってきました。日常的には、経営指導員が他の職員に対して支援手法等について具体的に指導することで支援能力の向上を図っている他、各自経営に関する専門図書等から情報を得てスキルアップを図っています。

## ②課題

第3期においては、職員間に経験年数やスキルのバラつきがあることから、これまで受講してきた研修会に加え、不足している分野の研修会にも積極的に参加するほか、専門家派遣に随行することで実践的な支援のノウハウを学ぶこと、また、DX推進に係る相談・指導能力向上や『経営力再構築伴走支援』に参加することで「対話」と「傾聴」による支援手法を習得し、相談・指導能力を向上させる必要があります。

### (2) 事業内容

#### ①各種支援機関との連携

職員の持つ支援に関する知識を、実際の小規模企業支援において活用できる能力として高めることを狙いとして、連携先支援機関の専門家派遣事業の活用を進め、実際の経営支援の現場において専門家の持つ高度・専門的な支援ノウハウを習得・蓄積します。

#### ②研修等への参加及び他職員への波及

全国商工会連合会のWEB研修の他、北海道商工会連合会及び中小企業大学校が開催する経営支援能力の向上に資する研修等に全職員が積極的に参加するとともに、研修受講後には職員会議において受講者から研修内容についての詳細な報告を行わせます。

これにより、当該職員の学習成果の定着を図るとともに、その他職員に対しても研修効果を波及させます。

#### ◎DX推進に向けたセミナーへの参加

##### 【想定されるDX推進に向けたセミナー】

##### ・事業者にとって内部（業務効率化等）の取り組みに向けたセミナー

下記内容のような、実践的なセミナーを受講し事業者支援に活かします。

##### 1. 業務プロセスのデジタル化

無料または低コストのツールを使用して業務のデジタル化を進める方法。

例) クラウドストレージ、オンライン会計ソフト、プロジェクト管理ツール等。

##### 2. データの活用

基本的なデータ分析：データの収集と分析の基礎を学び、ビジネスに役立てる方法。

顧客データの管理：CRMツールを使って顧客情報を一元管理し、顧客関係を強化する方法。

##### 3. 業務効率化

自動化ツールの導入：手作業を減らすための自動化ツールの紹介と導入方法。

タスク管理：タスク管理ツールを使ってチームの効率を高める方法。

##### 4. サイバーセキュリティ

基本的なセキュリティ対策：データを守るための基本的なセキュリティ対策の重要性と具体的な手法。

フィッシング詐欺対策：フィッシング詐欺に対する具体的な防止策。

##### 5. 人材育成

デジタルスキルのトレーニング：従業員が必要とするデジタルスキルを身につけるためのトレーニング方法。

オンライン教育リソース：無料で利用できるオンライン教育リソースの紹介。

### ・事業者にとって外部（需要開拓等）の取り組みに向けたセミナー

下記内容のような、トピックスをカバーすることで、新たな需要を開拓しビジネスを成長させるための具体的な戦略を学ぶことができるセミナーを受講し、事業者支援に活かします。

#### 1. マーケットリサーチ

市場分析の基本：ターゲット市場を特定し、その市場のニーズやトレンドを把握する方法。  
競合分析：競合他社の強みと弱みを分析し、自社の競争力を高める戦略。

#### 2. デジタルマーケティング戦略

SNS活用：ソーシャルメディアを使ったブランド構築と顧客とのエンゲージメント方法。  
コンテンツマーケティング：魅力的なコンテンツを作成し、顧客を引き付ける方法。

#### 3. 顧客開拓のためのツールと技術

CRMシステムの活用：顧客管理システムを使って顧客データを一元管理し、関係性を強化。  
マーケティングオートメーション：自動化ツールを使って効率的にマーケティング活動を行う方法。

#### 4. オンラインプレゼンスの強化

SEO対策：検索エンジン最適化の基本を学び、自社のウェブサイトを見つけやすくする方法。  
オンライン広告：Google Ads や Facebook Ads などのオンライン広告の効果的な利用方法。

#### 5. パートナーシップとネットワーキング

業界イベントと展示会：業界のイベントや展示会に参加し、新たなビジネスパートナーを見つける方法。  
ビジネスネットワーキング：効果的なネットワーキングの技術と成功事例の紹介。

#### 6. 顧客フィードバックの収集と活用

アンケートと調査：顧客の意見を収集し、それを製品やサービスの改善に活用する方法。  
レビュー管理：オンラインレビューを管理し、顧客満足度を高める方法。

### ◎経営力再構築伴走支援研修会への参加

「対話」と「傾聴」により事業者の本質的経営課題を引き出し、「課題設定型」支援手法を習得するため、中小企業基盤整備機構などが実施する研修会に参加します。

### ③職員会議の開催

新たに職員会議の場を設け（3ヶ月に1回）、個別の小規模事業者の現状、経営支援の方針、支援手法、支援経過、支援成果等について全職員で情報を共有します。また、経営支援上必要となる基礎知識及び専門知識については、経営指導員が他職員を指導します。

### ④情報の共有

経営状況の分析結果をはじめ経営支援に関する全ての資料や記録については、全職員が情報を共有することができるように、小規模事業者毎に情報を整理し共有ファイルに保存します。

## 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

#### ①現状

第2期では、近隣4商工会（愛別、上川町、当麻町、比布）で構成する「石北四町市場協議会」の定期的な会議等を活用し、他商工会経営指導員等と実際の経営支援事例をもとに事業承継の支援ノウハウや販路開拓支援のノウハウ等に関する情報交換を行いました。（年6回）

#### ②課題

第3期においても継続して事業者の方向性を導く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や経営分析手法等のノウハウ等について習得し、職員の支援能力向上を図ります。

### (2) 事業内容

#### ①金融機関との連携

旭川信用金庫比布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、事業再生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2回）

#### ②近隣商工会との連携

近隣4商工会（愛別、上川町、当麻町、比布）で構成する「石北四町市場協議会」の定期的に経営支援会議、各委員会等を開催し、他商工会経営指導員等と実際の経営支援事例をもとに創業、事業承継の支援ノウハウや新たな需要の獲得に向けた支援のノウハウ等に関する情報交換を行い、事業者の方向性を導く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等について習得し、職員の支援能力向上を図ります。（年6回）

#### ③上川管内職員協議会

上川管内の商工会職員が一堂に集まる研修会（随時）にて、地域の小規模事業者に対する支援の現状や課題など、解決手法に係る種々のノウハウを共有し、経営指導員等の各職員個々の支援能力の向上を図ります。

## 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

#### ①現状

第2期では、地域経済活性化の取り組みに関わる主な団体としては、比布町、比布商工会、比布町観光協会、JAびっぷ町があげられます。現状、これらの団体・企業は、地域振興事業実施に係り必要に応じて連携し事業を実施しているものの、地域の活性化についての明確なビジョンを共有出来ていないため、地域全体としての戦略的な事業展開となっておりません。

#### ②課題

第3期では、地域が一体となって戦略的に地域活性化を進めるための仕組み作りとして、関係機関で協議会等を設け、当町の地域活性化の中・長期ビジョン等について認識を共有、検証していくことを推進します。

### (2) 事業内容

#### ①地域活性化協議会の開催（年1回）

平成28年1月に比布町の観光振興及び商工業振興事業、特産品開発事業を協議するため、比布町役場、比布商工会、比布町観光協会、JAびっぷ町などの関係者が一同に参画する協議会を設立しまし

た。この協議会は地域が一体となって戦略的に地域活性化を進めるための仕組みとして、年1回開催し、地域活性化の方向性について協議するとともに、下記の取組みについて認識を共有し、検証していくこととします。

### 1. 地域資源の有効活用

#### ・ 自然を活用した観光振興について

…「緑豊かな田園のまち」「道北屈指の雪質」という、当町ならではの魅力を生かした観光アクティビティ（星空観賞ツアー・雪かき体験ツアー等）を創出し、「自然環境」を求める観光客の誘致を図ります。

#### ・ 地域製品のブランド化と販路拡大について

…6次産業化や異業種連携等により、当町の地域資源の魅力を最大限発揮し、付加価値を高めることを目的として、新たな商品開発の可能性を模索します。

### 2. 経済活性化

地域社会における雇用機会の創出と、それを支える人材育成が不可欠です。持続可能な経済成長を促進し地域全体の繁栄を支えるためには、「雇用の場」と「そこで働く人々」こそ基盤となります。

については、当町の雇用ニーズに応じた教育・訓練プログラムを協議・検討のうえ、事業所へ提供し人材育成の基盤作りを図ります。

#### ・ 雇用機会の創出と人材育成

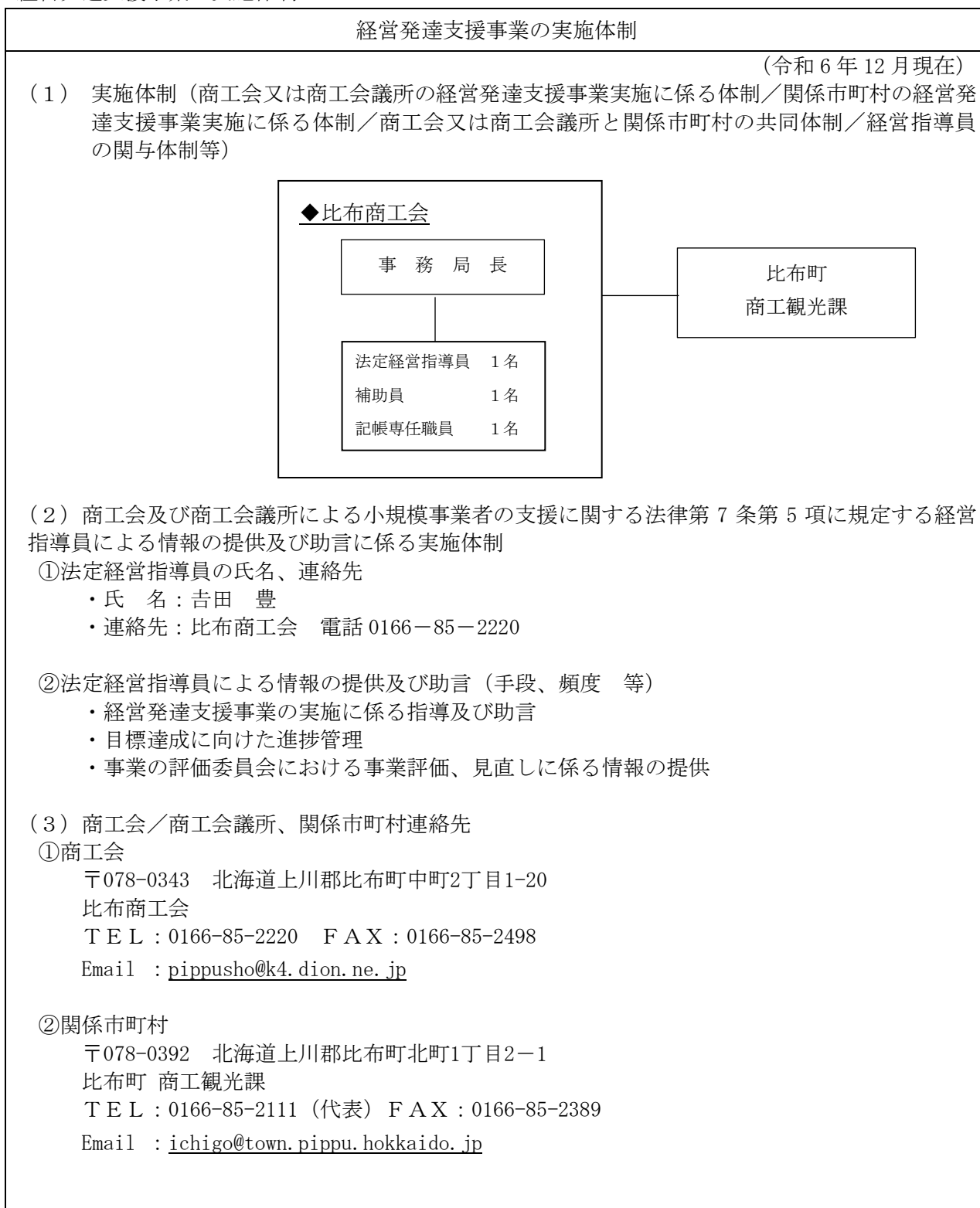
…職業訓練プログラムを整備し、地域の産業特性に応じた専門的な技能訓練プログラムを提供します。

#### ・ インターンシップの充実

…学生や若年労働者が実務経験を積むためのインターンシッププログラムを拡充します。インターンシップを通じて、当町風土や事業所業務への理解を深めてもらい、入社後のギャップを少なくし、当町への定着を図ります。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(別表3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
必要な資金の額	1,600	1,600	1,600	1,600	1,600
○需要動向調査	100	100	100	100	100
○事業計画策定支援	150	150	150	150	150
○事業計画策定支援	150	150	150	150	150
○新たな需要の開拓に 寄与する事業	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
会費収入、国補助金、道補助金、町補助金、手数料ほか

(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。

