

経営発達支援計画の概要

実施者名	中川町商工会（法人番号 9450005002368） 中川町（地方公共団体コード 014711）
実施期間	令和8年4月1日～令和13年3月31日
目標	<ul style="list-style-type: none"> ・目標1:小規模事業者の経営状況分析及び事業計画策定を支援することで、経営基盤を強化し売上・利益率向上を図ります。 ・目標2:事業承継及び創業の促進により、小規模事業者数と多種多様な業種・業態の維持を図ります。 ・目標3:小規模事業者の新商品開発促進と販路開拓・拡大支援による売上・利益率向上を図ります。 <p>【地域への裨益目標】 ※上記目標を達成することにより、地域への裨益につながると想定しています。</p>
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> 3. 地域の経済動向調査に関すること <ul style="list-style-type: none"> ①消費動向調査 ②事業承継動向調査 ③経営動向調査 ④中小企業景況調査 4. 需要動向調査に関すること <ul style="list-style-type: none"> ①商談会・物産展におけるアンケート調査 5. 経営状況の分析に関すること <ul style="list-style-type: none"> ①経営分析を行う事業者の発掘 ②経営分析の実施 6. 事業計画策定支援に関すること <ul style="list-style-type: none"> ①D X推進セミナーの開催（新規） ②事業計画策定に関する個別相談会の開催 ③創業・第二創業・事業承継等に関する個別相談会の開催 ④C F並びに、デザイン・HP・SNS等に関する個別相談会 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること <ul style="list-style-type: none"> ①事業計画策定事業者に対する支援 ②事業承継計画策定事業者に対する支援 ③創業・第二創業計画策定事業者に対する支援 ④CF、デザイン・HP・SNS作成に関する事業者に対する支援 ⑤事業計画並びに進捗状況とズレが生じている場合の対処方法 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること <ul style="list-style-type: none"> ①物産展への出展支援 ②商談会への出展支援 ③パンフレット作成やフリーペーパー等による新たな販路開拓支援 ④D Xへの取組としてI T活用による販路開拓支援（新規）
連絡先	<p>◎中川町商工会</p> <ul style="list-style-type: none"> ・住所：〒098-2802 北海道中川郡中川町字中川400番地1 ・TEL：01656-7-2117、FAX:01656-7-2177 ・e-mail：midriver@rose.ocn.ne.jp <p>◎中川町地域振興課</p> <ul style="list-style-type: none"> ・住所：〒098-2892 北海道中川郡中川町字中川337番地 ・TEL：01656-7-2819、FAX:01656-7-3511 ・e-mail：nakagawa-chiikisinko@town.nakagawa.hokkaido.jp

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 北海道中川町の概要

中川町の立地は、北海道の北部に位置する、山と川に囲まれた南北に細長い独特な地勢を呈しています。東には北見山地、西には天塩山地が走り、その中央を北海道遺産に指定されている天塩川と、その支流である安平志内(あべしな)川の流域が占めています。総面積 594.74k m²のうち、山地が 84.5%を占める町でありながら、天塩川流域には一部の泥炭地を除き、肥沃で農耕に適した平野地も有しています。気候は日本海沿岸型に属しますが、地形が盆地であるため気温差が極めて激しく、夏と冬の寒暖差は 60℃以上にも達し、特に冬には積雪が多いという特徴があります。



中川町の立地は、道北観光および物流の両面において中継地としての重要な役割を担っています。南北の幹線として、稚内や名寄・旭川方面を結ぶ国道 40 号線と、現在建設中の音威子府バイパスが町を貫いています。さらに、東西へのアクセスも確保されており、オホーツク海へは国道 275 号線、日本海へは道道遠別中川線が接続しているため、中川町は東西交通の結節点としての機能も有しています。

この道路網の整備により、中川町は道北観光における周遊ルートの中継地点としての利便性が高く、また、将来的にはバイパスの開通や道央道への接続により東西の海産物に関する物流の中継地としての機能強化も期待されています。

しかしながら、日本最北圏の立地という地理的な制約は、物流コスト(送料)の負担を非常に大きくし、地域の商品が高い価格になってしまうという経済的な課題を抱えています。このため、立地上の優位性を活かした関係人口の拡大と、地域のブランド価値を高めることによる商品力の向上が不可欠となっています。

中川町の公共交通機関に着目すると、地域外とのアクセスは、無人駅である天塩中川駅に特急列車が上下あわせて 1 日 6 本運行(特急「宗谷」1 往復、特急「サロベツ」2 往復)することで確保されています。しかし、宗谷本線は利用客の極端に少ない駅が多く、路線の維持自体が JR 北海道にとって大きな課題となっており、将来的な路線存続やバス転換が継続的に検討されています。

このような背景から、地域の交通対策の主軸は住民バスに置かれています。町は、地域内の生活の足として住民バスを全町で運行しており、住民の中で、車を持たない高齢者などが多く利用しています。さらに、高齢の住民が低廉な価格でハイヤーを利用できる助成制度を設けることで、鉄道の存続が危ぶまれる中で特に高齢者を中心とした交通弱者対策を強化し、住民の生活維持に努めています。しかし、町内の国道沿いには札幌行きの民間バスの停留所がないため、町民が主要都市へ向かう民間バスを利用する際は、近隣町村へ出向く必要があるという地域外へのアクセスにおける利便性の課題を抱えています。

このように、中川町は地域外との移動を担う鉄道の将来に懸念がある一方で、町内の日常的な移動は、行政支援による住民バスやハイヤーに大きく依存している状況です。

② 人口の推移

中川町の人口は、昭和32年の7,337人をピークに、令和7年10月末時点において、1,262人となっています。離農や都市部への労働力の流出などによって過疎化が進み、それに連動して世帯数や一世帯当たりの構成人員も減少している状況です。現在も人口の減少や流出に歯止めがかからず、特に、平成25年3月に地域唯一の高校が廃校になったことや自然減の影響も重なり、国立社会保障・人口問題研究所の推計を上回る速度でその動きに拍車がかかっています。経済面においては、地域経済を下支えしていた音中道路に関する高規格道路建設等の大型公共事業が一巡したことで、懸念されていた地域全体の疲弊が現実的な課題となりつつあります。他の類似地区と同様に、公共事業の終了による経済の冷え込みと人口の流出が起き、マチ自体の存続が危ぶまれています。地域住民の高齢化率は約4割に達しており、地域の企業は厳しい現実と向き合っています。



※1955年～2010年は国勢調査、2015年以降は社人研推計値より作成

また、長引く物価高騰や物流コストの増大、常態化する人手不足の影響により収益が圧迫されており、事業主の高齢化や後継者不足と相まって、小規模事業者における経営環境は一層厳しいものとなっています。このため、人口減少への歯止めをかける対策が不可欠であり、当会としては地方創生事業を通して特産品開発・販売や、観光関連の事業に協力し、平成13年から継続している東京都世田谷区下高井戸商店街、世田谷区、日本大学文理学部等、首都圏との交流で得た物産販売や人的交流に関する経験を活かし、課題解決に向けた支援をしていく必要があります。

なお、明るい話題もあり、令和になってから地域おこし協力隊が企業型の制度を活用して、毎年一定数が移住しており、それに伴って商工会員数は微増傾向にあることから、人口減少に歯止めがかかりそうな状況となっています。

～地域おこし協力隊の活躍～

平成24年の制度運用開始以降、令和7年1月31日までに現役隊員を含め42名が任用され、現在は16名の隊員が活動しています。また、退任後9名の隊員が定着しており、町内企業への就職、木工作家、樹皮細工作家、エゾシカ角彫刻、民泊経営、飲食店経営、フィッシングガイドなど多様な分野で活躍しています。

地元商工会など関係機関による支援もあり、協力隊による中川町内での起業はもちろん、町外民間企業の誘致、協力隊同士による法人設立なども始まっています。既存住民との交流機会の創出や活動内容の周知などの課題はありますが、地域おこし協力隊制度は、中川町の移住施策の最も重要な部分を占めています。

※第8次中川町総合計画より抜粋

③ 産業別の現状と課題

(ア) 農業

農業については、マチの基幹産業として、日本最北の野菜産地としての園芸作物や、牛乳生産を主体とした酪農が盛んに営まれています。しかしながら、全般的な傾向として高齢化や離農が進み、農業経営体数は減少傾向にあります。一方で、明るい材料もあり、酪農分野ではUターン就農や新規就農者等の若手後継者が活躍しており、放牧主体による低コスト経営や持続可能な酪農モデルを確立する等、意欲的な経営者が地域を牽引しています。園芸分野においても、異業種からの参入や高付加価値化により売上を伸ばす事例が見られ、成長産業としてのポテンシャルを有しています。後継者が確保されている農家も比較的多く存在し、事業承継は一定程度進んでいますが、全体としての戸数減少は予断を許さない状況です。



今後は、「日本最北圏の野菜産地」という寒暖差の激しい地理的な特徴を活かしたネーミングによるブランド化や、寒暖差の激しい気候や冷涼な環境を活かした高品質・減農薬栽培を推進し、他産地との差別化を図ることが可能です。そのため、6次産業化への側面的支援や、人手不足に対応するためのスマート農業の導入、栽培技術の更なる向上等が課題となっています。他にも農産物に関連した特産品が少ないことから、中川町特有の新商品開発についても課題がある状況です。



(イ) 林業

林業は、現在の中川町において成長が最も期待されている産業分野の一つとなっています。かつて、昭和30年代まで当町の林業は繁栄を極めていましたが、安価な輸入材の台頭など市場環境の変化により、昭和50年には町内に3社あった木材の製材会社が全て廃業し、現在は1社も残っておらず、衰退した歴史があります。しかしながら、近年では地球温暖化対策としての二酸化炭素排出抑制が世界的な潮流となり、京都議定書以降の脱炭素化の動きが加速したことを背景に、国による森林環境譲与税が創設されました。これを受け、中川町では森林整備の推進や人材育成・担い手の確保、木材利用の促進、普及啓発を目的とした民有林振興に積極的に取り組んでいます。

現在、町内の森林資源の多くが主伐期を迎えており、造林事業や林道整備等の事業量が年々増加している状況にあります。これに対応するための担い手の育成が急務となっています。一方で、こうした豊富な森林資源を活用しようと、地域おこし協力隊として着任した移住者などが定住し、中川町の木材を用いた木工作家として活動する事例が増加するなど、新たな産業の芽が育ちつつあります。また、大学や他自治体との連携協定を通じ、フォレストツーリズムなど森林資源を多角的に活用する取り組みも進められています。このように、山林に関する事業は今後さらなる成長が見込まれる分野です。



(ウ) 商業、サービス業

商業・サービス業については、経営者の高齢化が深刻な状況にあり、その多くが60歳を超えていることから、後継者不在による廃業が現実的なリスクとして懸念されています。市場環境に目を向けると、かつて地域経済を力強く支えていた高規格道路建設に関する音中道路等の大型公共事業が令和8年3月に完成・開通することで、工事関係者人口の減少に伴う急速な経済の冷え込みが顕在化しています。加えて、進行する過疎化や、コロナ禍を経て定着したインターネット通販・宅配サービスの利用拡大に伴い、町内購買力の町外流出が加速しており、既存事業者の経営環境は厳しさを増しています。さらに、昨今の原材料費や光熱費の高騰も、収益を圧迫する大きな要因となっています。



一方で、未来への明るい兆しもあります。中川町が道北エリアにおける交通のハブであるという立地特性に着目し、地域おこし協力隊等の移住者による創業が活発化しています。中でも宿泊業を営む事業者数は前回計画策定時と比較して3倍に増加するなど、新たな人の流れを受け入れる基盤が整いつつあります。

今後は、こうした意欲ある新規創業者や、販路開拓に挑戦する既存事業者を両輪として支援し、物価高騰や慢性的な人手不足といった構造的な課題に対応しながら、持続可能な経営モデルを構築していくことが急務となっています。

(エ) 工業

工業分野は建設業がその中核を占めており、町内の産業別就業人口の多くを抱える基幹産業として、その動向は町内の商業・サービス業の売上にも波及するなど、地域経済の循環を支える重要な基盤となっています。市場環境については、長年にわたり地域経済を牽引してきた音中道路等の高規格道路建設工事が完成・開通することに伴い、大きな転換点を迎えています。これまでのような大型公共工事の特需は一巡し、受注機会の減少や工事関係者の流出による経済の冷え込みが現実的な課題となりつつあります。

こうした中、事業者は複合的な経営課題に直面しています。慢性的な人手不足は極めて深刻であり、仕事があっても技術者を確保できず受注を制限せざるを得ないケースが見られるほか、近年の資材価格や燃料費の高騰、働き方改革への対応が、事業者の収益を強く圧迫しています。しかしながら、建設業は単なる経済活動にとどまらず、冬期間の除排雪や、気候変動により激甚化する災害時の緊急対応など、地域にとって不可欠な存在であり、その機能維持は町全体の課題でもあります。

一方で、新たな明るい動きも見られます。前段にも記載の通り、地域おこし協力隊として着任した移住者が定住し、中川町の豊富な森林資源を活用した木作家として起業する事例が増加しており、建設業単一本足ではない、新たなものづくり産業の芽が育ちつつあります。今後は、建設業における防災関連工事の受注確保やIT導入による生産性向上支援に加え、こうした新たな木工・製造業の担い手に対する創業・販路開拓支援もあわせて行うことで、工業分野全体の多様化と活性化を図ることが課題となっています。

(オ) 観光業

中川町は、北海道遺産である天塩川や広大な森林など、手つかずの豊かな自然に恵まれた地域です。近年、この環境に惹かれた移住者により、木作家としての活動や、サイクリング・パウダーサーフ等の多様なアウトドアアクティビティが創出され、宿泊事業者との連携による滞在型観光の基盤が整いつつあります。

観光施設として、Nタウンパークゴルフ場やオートキャンプ場「ナポートパーク」等がありますが、一般的な知名度は依然として低い状況となっています。また、宿泊業については、現状では観光での利用は少なく、町内で行われる工事関係従事者の利用が中心となっています。

一方で、2件だった宿泊業者は、本年度中に3件創業し、5件となりました。さらに、今後も開業する見込みが1件いることから、新たな動きが出てきています。

また、町内観光における目玉施設の一つである「エコールなかがわ」は、アンモナイトやクビナガリュウの化石を展示している自然史博物館であり、研究者と連携したサイエンスツーリズムを展開し、知的関心の高い層への訴求を続けています。人口減少下での地域活性化に向け、観光協会や地域商社と連携し、世界的発見となった「琥珀」や鉄道遺産（ラッセル車）、広域エコモビリティ等を活用した「マニアが集う観光地づくり」を推進しています。今後は、これらユニークな資源と、新たに創出されたアウトドアアクティビティや増加する宿泊事業者を有機的に結び付け、平成13年から交流事業を継続している東京都世田谷区や下高井戸商店街、日本大学文理学部との交流事業等とも連動させながら、単なる通過点ではなく、町内での宿泊・滞在・消費を促し、観光関連事業所の実質的な売上増加へ具体的にどう繋げていくかが大きな課題となっています。



なお、「天塩川 de 水切り大会」、「北海道丸太押し相撲大会」、「なかがわ秋味まつり」、「きこり祭り」、「天塩川春・発信 in なかがわ」等のイベントを季節毎に実施しており、町内外からたくさんの方が来町する状況や中川町を全国にPRするタイミングを作っています。



④ 小規模事業者の現状と課題

前記の産業別の現状と課題に記載したように、事業者は平成31年頃まで年々減少傾向にありましたが、令和に入ってから、地域おこし協力隊が多数移住しており、減少傾向から一転、微増傾向になっているため、多くの新規創業者に対する支援が必要な状況になっています。

また、当会の小規模事業者の年齢を調査すると、70代～90代までの経営者が、23名、60代についても16名もいることから、事業承継は大きな課題となっており、地域内経済循環に欠かせない業種や業態の維持をどのように行うかを地域全体で考えなければいけない状況となっています。

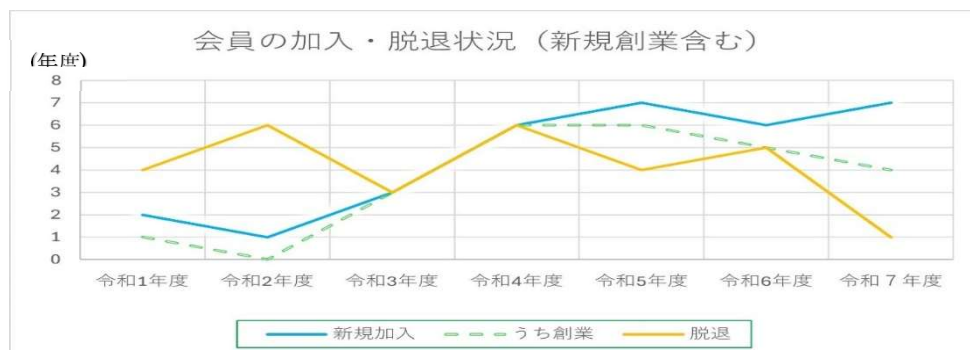
以上のような各業種における課題は山積していますが、町内商工業者の約7割は小規模事業者であることから、産業別と現状の課題に記載したように、それぞれの業態における課題が山積している状況です。

中川町商工会の小規模事業者数

R7.12.3現在

(計)	商工業者の業種別内訳						
	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食店・宿泊業	サービス業	その他
79	6	15	0	10	10	27	11

※中川町商工会独自調査に基づく



※第8次中川町総合計画から抜粋

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 10年程度の期間を見据えて

中川町では、前記の通り、急速な人口減少と高齢化による地域経済の縮小、令和8年3月には音威子府バイパスに関する高規格道路が完成し、大型公共事業完了後の経済冷え込みという構造的な課題に直面しています。さらに、交通網の整備により、名寄等への購買力流出は今以上に増大傾向になると推測されており、地域経済はますます悪化することが予想されています。

このような状況が継続すると、地域内経済循環に悪影響が懸念されることから10年先についても小規模事業者が地域住民の雇用や生活機能を支え、地域内循環を維持するために、対話と傾聴による伴走型支援によって事業者個々の経営課題を明確にして課題解決策の検討により事業者自らが気づき実行する自走化へと導き、事業の持続的発展に繋げることが必要と考えています。

これらを踏まえて、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」を設定します。

(ア) 地域ブランドの確立

【10年後の理想像】 中川町には地域ブランドがいくつかありますが、当会としては、平成25年から「ナカガワのナカガワ」というオリジナルのデザインを利用して地域ブランドの確立を目指しています。特産品として、ハスカップサイダー、ウインナーソーセージ、各種たれ、レトルトカレー、ハニーマスタード等があります。その他にも、地域ポスターや包装紙、紙袋等、様々な場面で「ナカガワのナカガワ」デザインは利用されていることから、今後についても、これらの特産品が、主要ECや実店舗で安定販路を確保する姿が理想です。生産・加工・販売等についても連携体制を確立し、付加価値を高め、観光需要等も取り込む地域内好循環を実現したいと考えています。

【理由】 人口減少で域内需要が縮小する中、ブランディングと高付加価値化により外需を獲得し、価格主導権を確立する必要があります。生産者の小規模分散を連携で補い、品質標準化と物語性で差別化を図るためです。



(イ) 観光と連携した産業振興

【10年後の理想像】通年で体験型コンテンツが確立し、宿泊・飲食・体験・物販等を含めて回遊導線が結ばれ、観光消費単価が向上する姿が理想です。平日・閑散期にも地元の資源を生かした着地型ツアーと需要の高い時期は最適な価格設定にすることで需給最適化を図りたいと考えています。

【理由】観光体験のアテンドが可能な地域おこし協力隊が数名移住しており、フライフィッシング体験、自転車体験（ロード、マウンテン）、トレイルランニング、冬山のスノーボードに似たパウダーサーフ、各種ネイチャーガイド等について、説明可能な状況となっているからです。また、訪問動機を体験価値に転換し、短時間滞在と季節偏在を是正することが必須であり、地場産業と関連する各種商品・サービスの提案により粗利を高め、観光の裾野を地域小規模事業者にも広く波及させるためにも側面支援したいと考えています。



(ウ) 新規創業に関する支援

【10年後の理想像】中川町は、北海道でも有数の地域おこし協力隊の移住が多い町で、その人達を中心として起業が盛んな状況です。この調子が継続した場合は、年間創業数が安定的に1件程度、5年生存率が2割を維持する姿を理想とします。創業に関する、資金・人材・知財・販路の支援を連携させて、持続性の高い事業に対して支援を行いたいと考えています。

【理由】人口減少と高齢化で事業の担い手が不足する中、創業により新陳代謝と産業の多様化を促し、地域の稼ぐ力を再構築する必要があります。単発の支援ではなく、計画・資金・実行・検証の伴走体制を整え、失敗コストを下げ、生存率を高めることが重要です。

(エ) 事業承継支援

【10年後の理想像】重要度の高い業種や業態を地域に残すことを前提として、後継者候補育成と第三者承継の市場が整備され、要支援企業として考えられるところについては、計画的に承継完了する姿が理想です。また承継後の磨き上げ支援により、売上・利益のV字回復と雇用維持を実現できるように支援する必要があります。

【理由】廃業抑制は地域供給網と雇用の防波堤であることから、早期の事業承継計画、M&A仲介・金融・専門家連携の仕組み化が不可欠であり、承継後の経営改善まで切れ目なく支援する必要があります。

(オ) デジタル化推進

【10年後の理想像】EC・決済・会計等が連携し、受注から出荷・会計までのリードタイムが2割程度短縮する姿が理想です。データに基づく価格・販促最適化で収益性を継続的に改善したいと考えます。

【理由】個別最適のツール導入では効果が限定的なので、基幹と顧客接点の統合によりデータ駆動の意思決定を可能にし、少人数での運営下でも売上拡大とコスト削減を同時に達成するためです。

(カ) 人材不足対応

【10年後の理想像】中川町では、人材不足が深刻なことから、自動化設備と業務標準化により、労働生産性を向上させて、繁忙・閑散の変動にも少人数で安定稼働する必要があります。また、一人でいくつもの業務をこなせるように多能工化とシフト最適化で離職率を低下させることが重要です。

【理由】人口減少にも歯止めがかからない中で、採用難が常態化しているため、省人化や自動化等が必須となっているからです。また、品質・納期・コストも改善して、賃上げ原資を作る必要もあります。

(キ) 生活関連サービスの維持

【10年後の理想像】移動販売・オンライン診療・コミュニティ交通が定常運行し、買い物・受診・移動のアクセス格差が解消される可能性があります。複合サービスを提供することで、住民満足度を高める必要があります。

【理由】人口減少に伴い、需要が低下しても基礎的なサービスを維持するには、機能集約と広域連携、デジタル併用が不可欠だからです。生活インフラの維持は転出抑制と雇用確保に直結し、地域の持続性を左右するからでもあります。

② 第8次中川町総合計画との連動性・整合性

中川町では、地域経済の持続的な成長を実現するため、令和7年度より開始された「第8次中川町総合計画」および「第3期中川町まち・ひと・しごと創生総合戦略」にまちの将来像として、【～森と大地と天塩川 未来を拓く 中川町～】を大きなテーマに掲げています。そこには、「白亜紀地層の大地に根ざす町であり、豊かな森林と最北の大河、天塩川と共生しながら、天塩川・森林文化を創造しつつ、先人たちの英知と努力によってたゆまぬ発展を遂げてきました。中川町の大部分を占める豊かな森林は、私たちの生活と密接につながっていて、森から産出された木材は、町の礎を築き、先人たちの暮らしを支えました。中川町の白亜紀地層は貴重な化石を豊富に産し、ナカガワクビナガリュウやアンモナイトに加え、パラリテリジノサウルスが発見されるなど、世界中が注目するところです。北海道遺産に選定された天塩川は、かつては人や物を運び、流域の大地を潤しました。現在も、優れた景観とカヌーや釣りなどの体験によって多くの人々を惹きつけています。私たちは、豊かな自然と共生し、文化と産業を発展させていくとともに、中川町に暮らすすべての町民が、力を合わせて未来の中川町を切り拓き、持続可能なまちを目指します。」と記載されています。さらに、まちづくりの基本目標として、産業・基盤分野については、「土地は住民の日常生活や産業経済活動など、まちづくりを行うための限られた貴重な財産です。将来にわたって適正かつ計画的な利用を推進するために、自然環境の保全や共生を基本としながら、公共の福祉の向上と経済・文化活動の活性化を図るため、それぞれの土地が持つ立地条件や役割に応じ、持続的で将来展望に立った土地の有効利用をめざします。」と記載があり、この目標に沿って、産業の振興を連動させていく必要があります。



また、産業・基盤分野については、「土地は住民の日常生活や産業経済活動など、まちづくりを行うための限られた貴重な財産です。将来にわたって適正かつ計画的な利用を推進するために、自然環境の保全や共生を基本としながら、公共の福祉の向上と経済・文化活動の活性化を図るため、それぞれの土地が持つ立地条件や役割に応じ、持続的で将来展望に立った土地の有効利用をめざします。」との記載があります。

特に、経済の分野については、基本目標2として、「活力ある経済と賑わいを実感できるまち」が設定されており、次の政策（2-1から2-13）が掲載されていますので、この部分との連動性・整合性を図り計画を行う必要があります。

- ・政策２－１ 計画的な土地利用
 《基本施策・施策》人と自然、まちと自然が調和する安全、安心、健康、快適で魅力的なまちづくりを進めるため、総合的かつ計画的な土地利用を推進するとともに、施設や機能の適正配置と機能分担、農林業などの産業振興に対応する有効な土地利用に努めていきます。
- ・政策２－２ 道路交通網の整備
 《基本施策・施策》救急救命や物流など、増大する交通需要に対処し、都市間交流の促進を図るため、高規格道路の建設促進と国道・道道の整備を積極的に要請します。また、これらの道路に接続する町道の整備を橋梁の修繕とともに進め、機能的な道路交通体系の確立を図っていきます。道路整備にあたっては、沿道の景観や交通弱者に配慮するとともに、町民の不安の大きい除雪対策の強化に努めていきます。
- ・政策２－３ 交通機関の利便性の向上
 《基本施策・施策》安全運行と利便性の向上について要請していくとともに、JR 天塩中川駅舎の積極的な利活用を進めます。また、町内を循環する「住民バス」は、町民の「命と暮らしを守る」視点から、町民に欠かせない交通機能となっている一方、利用率の低迷が課題となっていることから、運用を含めDX化による効率化や利便性の向上を図ります。
- ・政策２－４ 情報・通信基盤の整備
 《基本施策・施策》町民の生活・産業活動や災害時における防災情報などの有益な情報を、迅速かつ正確に、最も利用しやすい方法で提供できるよう、地域情報網の整備や高度情報化への対応とともに、効果的な運用を図っていきます。
- ・政策２－５ 農業の振興
 《基本施策・施策》国・道の関連政策を取り巻く環境変化に対応できるよう、農業者、地域住民ともに従来を進め方と違った発想の転換を図り、耕畜連携による安心で安全な農作物生産への取り組みの強化等を積極的に推進します。また、時代のニーズに即した農業経営や農業展開の強化に努め、魅力ある農業、収益性の高い特色ある農業経営への変革を進めていきます。
- ・政策２－６ 林業の振興
 《基本施策・施策》森林の持つ多様な公益的機能を活かし、新たな技術の導入や国や道、大学、研究機関等との連携により、豊かな森林づくりを進めるとともに、木材生産及び新たな林産物や事業の開発、暮らしや余暇と関連した森づくりなど、「中川町森林文化の再生」をテーマに、臨森林型の産業づくりを進めていきます。また、豊かな森林資源を活用した緑の景観形成を図るなど、町民が身近に実感できる豊かな森づくりの形成に努めていきます。
- ・政策２－７ 内水面産業の振興
 《基本施策・施策》中川町域にある水産資源を維持し、天塩川流域の水産資源を活用した起業化や、観光・交流に結びつく内水面産業の振興に向けた調査・研究の推進を図っていきます。
- ・政策２－８ 商・工業等の振興
 《基本施策・施策》地域産業の振興を図るために、経営基盤の強化や技術力・生産性の向上をめざし、情報提供や組織活動、時代の潮流に対応した事業展開などへの支援を進めていきます。
- ・政策２－９ 観光の振興
 《基本施策・施策》中川町文化財保存活用地域計画の策定を契機に、化石や歴史文化などを組合せた地域の特色を生かした中川町らしい観光のブランディングや「滞在型観光」の推進に努め、これらを情報として発信する取り組みを進めていきます。

- ・政策２－１０ 新産業の創出
《基本施策・施策》中川町の農畜産物・加工品を「中川ブランド」とするため、特色ある「モノづくり」の促進と支援をしていきます。
- ・政策２－１１ 働きやすい環境づくり
《基本施策・施策》企業が実施する雇用環境整備に対する支援、若者や女性に対する雇用環境の充実や整備に対する支援、企業の雇用情報の発信に対する支援を行うほか、就労後の育成体制の構築や企業間の交流機会の創出を図ります。
- ・政策２－１２ 移住の促進
《基本施策》移住希望者の移住をサポートするためのワンストップ窓口の設置や、住民との交流会の創出、ちょっと暮らし体験住宅の整備、運用などを実施します。また、地域おこし協力隊制度を活用した移住促進を進め、定住支援、起業支援、地域おこし協力隊の移住後のミスマッチを防ぐためのインターンシップの実施など、協力隊が中川町に定住できるよう、様々な支援を実施します。
- ・政策２－１３ 関係人口の増加と交流
《基本施策》中川町の特徴を活かした交流企画を充実し、物産をはじめ、観光・イベント・文化などの情報発信を積極的に展開することで、中川町のすばらしさをより多くの人に広めていきます。また、「ナカガワファンクラブ」により新たな関係人口の創出と様々な地域や団体との交流に向けた取り組みを推進します。

③ 商工会としての役割

中川町商工会は、地域で唯一の総合経済団体であり、町内の小規模事業者が身近に相談できる支援機関となっています。当該地域における小規模事業者が抱える経営課題を的確にとらえ、各支援機関と連携を図り、小規模事業者に寄り添った伴走型支援を実施していくことが、当会としての役割であると認識しています。前記の部分と重複するところもありますが、商工会の役割として、下記の３項目を重点的にフォローします。

(ア) 観光・交流と連携した地域ブランドの確立（外需の獲得）

【商工会としての役割目標】

天塩川や森林などの豊かな自然資源を活かした「エコツーリズム」や「エコモビリティ事業」が定着している姿です。また、木工品や最北野菜等の特産品に「ナカガワのナカガワ」等の統一ブランドを確立し、連携する東京都世田谷区などの首都圏販路やECを通じて、日本最北の地から安定的に外需を獲得できている状態を目指します。

【理由】

人口減少で域内需要が縮小し、日本最北圏という立地から物流コストの負担が大きい中、関係人口の拡大と高付加価値化（ブランディング）を通じて、価格競争に巻き込まれない「外からの経済効果」を獲得することが、地域経済維持の大きな柱になると考えているためです。

(イ) 計画的な事業承継と創業による地域経済の担い手の確保

【商工会としての役割目標】

地域産業の担い手が不足する中、廃業の恐れがある事業者については、第三者への引継ぎ（M&A）も含めて計画的に事業承継を進め、半数以上の事業継続を目指します。同時に、地域おこし協力隊などの移住者による木工・宿泊・ガイド業などの創業を支援し、昔からの産業と新しい事業者が一緒になって地域を支えている姿です。また、単に個々の事業所の存続を図るだけでなく、地域に必要な機能の維持を最優先とします。例えば、衣料品店がなくなったとしても、近くの雑貨店がその商品を扱うようになるなど、地域の中で機能を補い合う体制を作ります。お店の入れ替わりがあったとしても、生活や経済に必要なサービスが提供され続け、住民が困ることなく暮らせる地域を目指します。

【理由】

経営者の高齢化が進む中で、地域のお店やサービスがなくなってしまうのを防ぐためには、町の補助金などを活用して、今ある事業をしっかりと承継してもらうことが何より大切です。それと同時に、地域おこし協力隊などの移住者が、中川町の資源を活かして新しく事業を始めるのを手厚くサポートして定着してもらい、人口が減っていく中でも、地域の経済や暮らしを元気に保ち続ける必要があるためです。

(ウ) デジタル活用と省力化による生産性向上(DX化の推進)

【商工会としての役割目標】

小規模事業者がECやSNSなどの非対面型ツールを有効活用し、商圏の地理的ハンデを克服して、単なる販路拡大にとどまらず、SNS等を通じた積極的な情報発信により認知度を高め、商品および事業所そのものの付加価値を向上させていく必要があります。

また、建設業やサービス業等においても、IT技術やデジタルの活用を浸透させます。デジタル化による作業効率の向上と業務時間の短縮を実現することで、恒常的な人手不足の中にあっても安定して収益を確保できる、生産性の高い持続可能な経営体質を確立することを目指します。

【理由】

「日本最北圏の立地(距離)」と「深刻な人手不足(時間)」という二重の制約を抱える当町において、DXは単なる効率化の手段にとどまらず、将来にわたり事業を持続・発展させるための経営基盤の再構築として不可欠です。

デジタル技術によって物理的な距離と時間の制約を取り払い、新たなビジネスモデルへと転換することが、安定的な経営の条件となるためです。

(3) 経営発達支援事業の目標

中川町における現状と課題、第8次中川町総合計画や商工会の役割を踏まえ、小規模事業者の長期的な振興のあり方を見据えた経営発達支援事業の5年間の目標を以下の通りとします。

- ① 目標1：小規模事業者の経営状況分析及び事業計画策定を支援することで、経営基盤を強化し売上・利益率向上を図ります。

事業計画策定の重要性を理解してもらうため、事業計画策定セミナーの開催や、各種調査をもとに経営分析を行い、中長期的な視点での事業計画策定による経営改善で売上・利益率の増加を目指します。

《5年間の目標》

項目	件数
KPI 事業計画策定支援	5年で20者
KGI 支援した事業者の対前年比利益率1%増加事業者数	5年で10者

- ② 目標2：事業承継及び創業の促進により、小規模事業者数と多種多様な業種・業態の維持を図ります。

地域コミュニティの維持に必要不可欠な小規模事業者数と多様な業種を維持するため、創業・第二創業予定者や創業後3年以内の事業者や、事業承継が経営課題となっている小規模事業者等を積極的に支援し、町内における事業者の新陳代謝を図ります。

《5年間の目標》

項目	件数
KPI 新規創業・第二創業者計画策定事業者数	5年で5者
KPI 事業所承継計画策定事業者数	5年で5者
KGI 新規創業・第二創業者数	5年で5者
KGI 事業承継者数	5年で5者

- ③ 目標3：小規模事業者の新商品開発促進と販路開拓・拡大支援による売上・利益率向上を図ります。

新たな販路開拓による売上向上を図るため、地域資源等を活用した商品開発や既存商品のブラッシュアップ、SNS等を活用し売上向上に繋がります。

《5年間の目標》

項目	件数
KPI 物産展出展支援者数	5年で20件
KGI 売上額/者	5年で50万円
KPI 商談会出展支援者数	5年で10件
KGI 成約件数/者	5年で5件
KPI パンフレット作成者数並びにフリーペーパー掲載者数	5年で20件
KGI 支援した事業者の対前年比利益率1%増加事業者数	5年で10者
KPI DXへの取組としてIT活用による販路開拓支援者数	5年で15件
KGI 対前年比売上1%増加事業者数	5年で5件

- ④ 【地域への裨益目標】

上記の目標1から目標3のそれぞれを実施することで、小規模事業者の生産性を高めるとともに、創業や第二創業、事業承継等を支援することにより既存事業所の新陳代謝を促し、地域住民の利便性の維持・向上を図ります。

また、中川町との連携強化により、域外からの交流人口を増加させ、小規模事業者及び地域の持続的発展に寄与することを目標とします。

これらについて、上記の目標1から目標3を達成することで、中川町の地域全体に対して裨益すると考えています。

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間

令和8年4月1日 ～ 令和13年3月31日 (5年間)

(2) 目標の達成に向けた方針、経営発達支援事業の内容

① 小規模事業者の目標達成に向けた方針

(ア) 小規模事業者の経営状況分析及び事業計画策定を支援することで、経営基盤を強化し売上・利益率向上を図ります。

小規模事業者の売上・利益の向上を目指すには、小規模事業者自身が自社の置かれている状況の把握・分析に基づいた経営改善を行うことが重要であるため、地域資源を活用した商品・サービスの開発や販売促進、円滑な事業承継、売上の維持・拡大を図る小規模事業者を対象とし、積極的な巡回指導により表面的な経営課題のみならず、事業者との「対話」と「傾聴」を通じて本質的な課題に事業者自らが「気づき」、「腹落ち」することで、自身で課題解決に向け自走化できるよう支援していきます。

(イ) 事業承継及び創業の促進による小規模事業者数と多様な業種の維持を図ります。

小規模事業者数の維持は地域の生活やコミュニティ維持、地域の雇用維持に繋がるため、事業承継や創業・第二創業に対して、各種助成事業等を活用して、実現可能性の高い事業計画の策定支援による伴走型支援を行います。

(ウ) 小規模事業者の新商品開発促進と販路開拓・拡大支援による売上・利益率向上を図ります。

地域資源を積極的に活用した高付加価値な新商品の開発や既存商品のブラッシュアップをよろず支援拠点等の関係機関と行い、札幌圏・首都圏での地域外で開催される商談会や展示会への出展による販路開拓支援を実施します。

さらに、DXに向けたITの積極的な活用を促し、売上・利益率向上への販路開拓・拡大を支援します。

上記(ア)から(ウ)を設定した理由として、小規模事業者の経営状況分析と事業計画策定支援による自走化の促進、事業承継・創業支援による事業者数と業種多様性の維持、さらに新商品開発や販路拡大・DX活用による競争力強化を通じて、地域資源を活かしながら売上・利益率の向上と地域経済の持続的発展を図ります。

② 地域への裨益目標の達成に向けた方針

事業承継・創業を促進することで生活関連産業を中心とした町内小規模事業者数の減少に歯止めをかけ、地域商業機能の維持を図ります。

また、事業者の売上向上のみならず、中川町の知名度アップへと繋げ、商品・サービスを求めて来訪する観光客(交流人口)の増加を図ることで地域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

【現状】

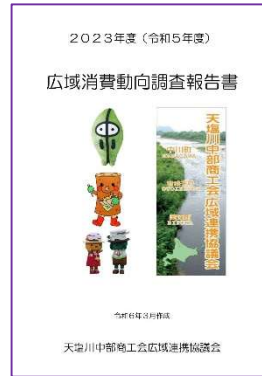
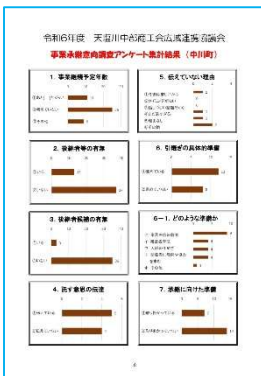
これまでは、1年おきに消費動向調査、事業承継動向調査、経営動向調査を実施し、結果を会員へ配布してきましたが、プレミアム商品券発行等のイベント的な活用に留まり、個々の小規模事業者が自社の経営戦略に活用するまでには至っていません。また、地域経済を支えてきた大型公共事業が一巡することによる地域経済の変化や、町外への購買力流出の実態、あるいは新たな観光資源の経済効果について、客観的な数値データとして十分に調査結果を活用しきれていないのが現状です。

【課題】

調査結果を単なる情報共有に終わらせず、地域住民の潜在的な需要や事業者の経営実態を的確に分析し、伴走支援や事業計画策定支援における客観的な根拠として、体系的に活用する仕組みを構築することやRESASを活用した調査も行うことが課題です。

(2) 目標

調査項目	公表方法	現状	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
①消費動向分析の公表回数	HP掲載	1回 (R5年)	1回	—	—	1回	—
②事業承継動向分析の公表回数	HP掲載	1回 (R6年)	—	1回	—	—	1回
③経営動向分析の公表回数	HP掲載	1回 (R7年)	—	—	1回	—	—
④中小企業景況調査の公表回数	HP掲載	1回 (毎年)	1回	1回	1回	1回	1回



※この画像データは、天塩川中部商工会広域連携協議会で実施した調査結果です。

- ・R5年：消費動向調査
- ・R6年：事業承継動向調査
- ・R7年：経営動向調査

(3) 事業内容

消費動向、事業承継動向、経営動向、中小企業景況調査の上記4種類の調査のうち、①消費動向調査、②事業承継動向調査、③経営動向調査については、いずれかの調査を年1回は実施して総会資料配布時にまとめた資料を配布し、会員以外の方も閲覧が可能なように、商工会に随時資料を設置します。また、④の中小企業景況調査等は、当会のHPにて毎年公表することで事業計画立案に役立つ情報を提供します。さらに、本結果を有効に活用するために、伴走型支援の基礎情報として売上増加や商品開発等に役立てるように伴走支援に活用します。なお、今後については、RESAS データも調査に活用することで、ビックデータも関連付けた評価に繋げる予定です。

① 消費動向調査：町内における消費動向の調査を行い、分析結果を公表します。

項目	内容
調査対象	町内小中学校や町内行政関係者、高齢者団体等を対象に100件程度のデータを収集
調査項目	買い物先と利用割合・内容(生鮮、衣類、靴、家具家電、時計眼鏡等、A～F群)・職業、年齢、性別、家族構成等
調査手法	配布先に調査票を持参し、回答して頂いた後に回収
分析手法	当会職員等が分析を実施

② 事業承継動向調査：町内における事業承継動向の調査を行い、分析結果を公表します。

項目	内容
調査対象	町内小規模事業者60者程度が対象(回収率は3～4割程度)
調査項目	経営者の年齢、事業継続予定年数、事業承継候補か売却相手の有無、承継意思の伝達、準備の状況、何年後を想定、興味の有無、相談先、専門家の活用、悩み等
調査手法	調査票を小規模事業者等に配布して、FAXやメール等にて回収
分析手法	当会職員等が分析を実施

③ 経営動向調査：町内における経営動向の調査を行い、分析結果を公表します。

項目	内容
調査対象	町内小規模事業者20社程度
調査項目	業況、経営問題、顧客層、後継者、人手不足、物価高騰対策等
調査手法	調査票を小規模事業者等に配布して、FAXやメール等にて回収
分析手法	当会職員等が分析を実施し、RESASの活用も視野に入れて調査予定

④ 中小企業景況調査：景況調査結果を報告し、事業に役立てるように公表します。詳細な調査結果を希望する事業者に対しては、その都度最新のデータを報告します。

項目	内容
調査対象	北海道商工会連合会が実施している中小企業景況調査結果を活用
調査項目	業種毎の業況、主要景況推移、全国との対比、対象企業の声等
調査手法	上記機関が発行しているデータを活用
分析手法	当会職員等が分析を実施

(4) 調査結果の活用

調査した結果は、商工会ホームページに掲載し、広く町内事業所等に周知します。また、経営指導員等が巡回指導、窓口指導を行う際の参考資料として、小規模事業者の経営支援、事業計画策定支援に活用します。

①支援テーマの優先順位付け

各種景況調査結果等を基に、価格転嫁・資金繰り・人材確保の重点支援を決定し、専門家派遣や補助金申請支援に反映します。

【手法】

- ・景況感調査のD I を業種別に集計し、悪化項目（採算・資金繰り・人手不足）を抽出
- ・「課題別優先度」を調査
- ・専門家派遣・補助金申請支援の対象企業を選定

②重点産業への集中伴走

RESASの活用や各種調査により抽出した産業に対して販路開拓・DX・人材育成を一体で支援します。また、企業間ネットワークも活用することで広域連携を促進し、伴走支援を行います。

【手法】

- ・RESAS分析で付加価値額・取引流入額の高い業種を抽出
- ・該当業種の企業リストを作成し、販路開拓・DX・人材育成の支援計画を策定
- ・商談会・逆見本市を企画し、企業間ネットワークを活用

③販路開拓・商品改良の実証

消費動向調査結果等を参考にして、イベントや商談会で商品改良を検証します。売上・客数・粗利の変化をなるべく定量的に評価することで、次年度支援計画に反映します。

- ・消費動向調査結果を基に、商品改良について一緒に考案
- ・イベントやアンテナショップ等で試験的に販売を実施
- ・売上・客数・粗利を比較して、効果を検証
- ・成果を次年度支援計画に反映

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

町内における地域内の購買傾向は把握できていますが、特産品の販売促進を目的とした管外（首都圏等）での販売会や商談会等の現場におけるアンケート調査等は、人員体制等の課題もあり、北海道商工会連合会の協力の下、マイクロソフトフォームズでの調査については、令和7年に2者について実施していますが、きちんと需要動向調査を実施していないのが現状です。

【課題】

ターゲット層からの直接的なフィードバック（価格感、味、デザインへの評価）といった客観的データが不足しており、商品開発が作り手の思い込み（プロダクトアウト）に陥っている可能性があります。また、ビックデータ分析のみでは顧客意見や市場環境を反映した具体的な需要動向を把握できないという問題があります。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、改めて需要動向を調査・分析し、商品・サービスの改善や新商品・新サービスの開発に向け需要動向調査を実施する必要があります。

(2) 目標

項目	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
商談会や物産展等での 需要動向調査事業者数(者)	2者 (R7年)	2者	2者	2者	2者	2者

(3) 事業内容

① 商談会・物産展におけるアンケート調査

域外への販路開拓・拡大のための商談会・物産展に出展した際、アンケート調査を行い商品のブラッシュアップや新商品開発の方向性を検討するための資料として活用します。

(ア) 【対象者】

地域資源等を活用した商品開発に取り組み、事業計画を策定した小規模事業者。

(イ) 【想定される商談会・物産展】

(a) イベント名：なまらいっしょ北海道フェア (BtoC)

- ・主催：北海道商工会連合会
- ・概要：ふるさと納税の案内、特産品の販売、販路開拓
- ・来場者：一般消費者・流通・観光関係企業のバイヤー
- ・規模：出展者 32 団体、来場者 約 2,5 万人

(b) イベント名：にぎわい市場さっぽろ (BtoC)

- ・主催：にぎわい市場さっぽろ実行委員会
- ・概要：北海道における地域経済の活性化を目的とした道内各地の特産品(食品、工芸品等)の PR と販売を行うイベント
- ・来場者：札幌近郊の住民、関係機関、流通関係企業バイヤー等
- ・規模：来場者数 16,797 名(2024 年実績)

(c) イベント名：JP01 まつり in チカホ (B t o C)

- ・主催：総合商研株式会社
- ・概要：特産品の販売、販路開拓
- ・来場者：一般消費者・流通・観光関係企業のバイヤー
- ・規模：出展者 30～40 団体、通行者 1 日平均約 6 万人

(d) イベント名：ロハスフェスタ万博 秋 (B t o C)

- ・主催：ロハスフェスタ実行委員会
- ・概要：健康と持続可能な社会に配慮したライフスタイルが可能な展示会
- ・来場者：一般消費者、観光関係企業のバイヤー
- ・規模：出展者約 700 店舗、来場者約 10 万人(6 日間)

(e) イベント名：北の味覚、再発見！！ (B t o B)

- ・主催：北海道商工会連合会
- ・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：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

(ウ) サンプル数：消費者 30～50 名程度

(エ) 調査手法：来場者に対し、職員等が書面によるアンケートを実施

(オ) 調査項目：属性（居住地、性別、年齢）、商品の評価（パッケージデザイン、味、内容量、価格、満足度、改善点等）

(4) 調査結果の活用方法

【分析手法】

集計したデータを経営指導員等が専門家と連携し、商品に対する評価のクロス集計等を行います。

【活用方法】

調査対象者における商品の改善点等を抽出し、ブラッシュアップに活用します。また、今後の商品開発の参考とします。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

巡回指導や窓口相談において、決算書や確定申告書に基づく商工会クラウドを活用した財務状況（売上、利益等）の確認は実施しているものの、あくまで税務申告や融資・補助金申請のための形式的な確認に留まるケースが多い状況でした。

【課題】

数値に表れない非財務情報（経営者の高齢化による事業承継の緊急度、アナログ業務による生産性低下の実態、自社商品の隠れた強み等）を体系的に分析し、事業者自身に「経営課題」や「DXの必要性」を気付かせ、具体的な行動（計画策定）へと誘導するプロセスが不足しています。また、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事業計画策定に繋げていくことが必要です。

(2) 目標

項目	現状	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
経営分析支援事業者数（者）	19者 (R6年)	20者	20者	20者	20者	20者

(3) 事業内容

① 経営分析を行う事業者の発掘

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抽出します。

② 経営分析の実施

【対象者】

・巡回訪問や各種補助金申請等支援事業者の中から、売上増加の可能性のある20者を選定します。

【分析項目】

《財務分析》 なるべく直近3期分の収益性、生産性、安全性、成長性の分析
《非財務分析》 下記項目について、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、機会を整理します。

【分析手法】

経済産業省の「ローカルベンチマーク」等を活用し、経営指導員等が分析を行います。非財務分析は、SWOT分析のフレームも併せて活用します。また、高度な知見を必要とする場合は、専門家と連携し分析を行います。

(4) 分析結果の活用

計数的な分析にとどまらず、SWOT分析等で事業者の強み・弱みを客観的に理解することで、現状の経営課題を的確に捉えることができる。分析結果は課題解決に資する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。

(注) 「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ツール

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

これまでの事業計画策定は、「中川町商工業活性化推進条例」に基づく補助金申請や、日本政策金融公庫のマル経融資（小規模事業者経営改善資金）の推薦を受けることを主な目的として支援を実施しています。また、中小企業診断士、クラウドファンディング、デザイナー、HP・SNS等に関する各種専門家による個別相談会を実施しています。

【課題】

資金調達的手段として計画作成は行われているものの、中長期的な視点での経営戦略や、事業の継続・発展を見据え、経営者自身が主体的に課題解決に取り組むための計画づくりとしては、まだ十分に定着していないのが現状です。

特に、自社の経営課題解決に向けた事業計画策定支援に加え、DXへ向けたITツールの活用による経営の効率化、高度化を図るための事業計画策定支援を行う事が重要です。また、限定的な要因としての事業計画策定だけではなく、本質的な経営課題の解決に向けた事業計画策定支援を行う必要があります。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者に対し、事業計画策定の意義や重要性を漠然と述べても、実質的な行動や意識変化を促せる訳ではないため、「事業計画策定セミナー」のカリキュラムを工夫するなどにより、経営分析を行った小規模事業者について事業計画策定を目指します。また、持続化補助金や中川町商工業活性化推進条例の申請を契機として経営計画の策定を目指す小規模事業者の中から、実現可能性の高いものを選定し、事業計画の策定につなげていきます。

さらには、事業計画の策定前段階においてDXに向けたセミナーを行い、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指します。事業計画策定支援は、単なる知識提供ではなく、小規模事業者の行動変容を促すことが重要であることから、以下のような支援方針を作成し、体系的に支援を行っていきます。

特に、支援に対する重要な考え方として、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。

創業・第二創業に関しては、地域おこし協力隊の創業者が多いことから、これらの事業者に対しては、初歩的な経営支援から、町の条例活用を含めて、事業計画を作成できるように支援します。さらには、事業承継についても一定数の数が見込めることから、事業承継引継ぎ支援センター等の専門家も活用して、スムーズな支援を行います。他にも、資金に関する有効な手段としてのクラウドファンディング（以下CFと略）やデザイン・HP関係に関する専門的な支援も行います。

(3) 目標

項目	現状	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
①DX推進セミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回
②事業計画策定に関する個別相談会	1回	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定事業者数	4者	5者	5者	5者	5者	5者
③創業・第二創業・事業承継等に関する個別相談会	1回	1回	1回	1回	1回	1回
創業・事業承継計画策定事業者数	2者	2者	2者	2者	2者	2者
④CF並びに、デザイン・HP・SNS等に関する個別相談会	2回	2回	2回	2回	2回	2回
CF並びに、デザイン・HP・SNS等に関する事業計画策定事業者数	1者	3者	3者	3者	3者	3者

※現状は、令和7年度の見込み

(4) 事業内容

① DX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セミナーを開催します。

【対象者】DX推進に意欲的な小規模事業者

【募集方法】当会HP等により周知

【講師】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】セミナー年1回

【参加者数】セミナー5名

【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のある小規模事業者に対しては、個別相談会及び巡回訪問等により事業計画策定を支援します。

【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

② 事業計画策定に関する個別相談会の開催

様々な経営課題を解決するために事業計画策定の重要性を確認するため、中小企業診断士による個別相談会を開催します。

【対象者】事業計画策定に意欲的な小規模事業者

【募集方法】当会HP等により周知

【講師】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】個別相談会年1回

【参加者数】個別相談会5名/年

【手段手法】個別相談会により事業計画策定に関する基礎知識の習得を図り、積極的に取り組む意欲のある小規模事業者に対しては、個別相談会及び巡回訪問等により事業計画策定を支援します。

③ 創業・第二創業、事業承継等に関する個別相談会の開催

新規創業、第二創業、事業承継等、各種経営課題を解決するために、それぞれの専門家による個別相談会を開催します。

【対象者】創業・第二創業、事業承継等に関する課題を抱えている小規模事業者

【募集方法】当会HP等により周知

【講師】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、

【開催回数】個別相談会年1回

【参加者数】個別相談会5名/年

【手段手法】個別相談会により経営課題や事業所内の問題点等を把握して、経営計画策定に積極的に取り組む意欲のある小規模事業者に対しては、個別相談会及び巡回訪問等により事業計画策定を支援します。

④ CF、デザイン、HP・SNS等に関する個別相談会の開催

CF、各種デザイン、HP作成やSNSの活用等、各種経営課題を解決するために、それぞれの専門家による個別相談会を開催します。

【対象者】CF、デザイン、HP・SNS等に関する課題を抱えている小規模事業者

【募集方法】当会HP等により周知

【講師】・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、
・クラウドファンディングに関する専門家、
・デザイン・HP・SNS等に関する専門家等

【開催回数】個別相談会年2回

【参加者数】個別相談会各5名/年

【手段手法】個別相談会により経営課題や事業所内の問題点等を把握して、経営計画策定に積極的に取り組む意欲のある小規模事業者に対しては、個別相談会及び巡回訪問等により事業計画策定を支援します。

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

これまで、町条例の補助金やマル経融資の申請時点で支援が完了してしまうケースが多く、計画実行段階での定期的なモニタリングや、PDCAサイクル（計画・実行・評価・改善）を回すための継続的な関与が不十分な状況となっています。また、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、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とは至らなかったのが現状です。

【課題】

ITツールを導入しても現場で使いこなせなければ意味がなく、また創業・承継直後は経営が不安定になりやすいため、計画策定後こそ手厚いフォローが必要です。そのため計画と実績のズレを早期に発見し、軌道修正を図るための伴走支援体制の確立が課題です。また、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サイクルがしっかりと回るように、フォローアップの手法を明確にし実施することが課題です。

(2) 支援に対する考え方

経営の自走化を重視し、コーチングや伴走支援により経営者自身が課題と解決策を見出すプロセスについて支援するように心がけます。また、現場の当事者意識醸成のため、経営者と従業員の協働を促すように支援したいと考えています。基本的には、事業計画を策定した全ての小規模事業者について、支援の対象とします。また、進捗やリスク等状況に応じて支援強度を最適化し、最終的に、重点対象には訪問や面談を高頻度化する形で支援を行います。

進捗状況が芳しくない場合は、目標・KPI達成度の点検、ボトルネックの仮説検証、事業計画の効果・検証を実施し、必要に応じて事業計画の見直し案（目標・KPI・施策・体制・スケジュール再設計）を提案する等して、改善に関する提案を行い、さらには、外部有識者・他地区の指導員等第三者の視点を投入することで、質の高い支援を目指します。

フォローアップでは、小規模事業者の経営に関する知識や理解する力について向上するように支援します。特に、経営戦略、人材戦略、知的資産、知的財産、デジタル等の習得状況を把握し、段階別の学習・実装支援を行い、収集データの適正管理・秘密保持を徹底し、データに基づくPDCAで支援品質を継続的に改善します。

(3) 目標

項目	現状	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
① 事業計画策定後の フォローアップ事業者数	5者	5者	5者	5者	5者	5者
頻度（延回数）	20回	20回	20回	20回	20回	20回
利益率年1%以上増加の事業者数	2者	2者	2者	2者	2者	2者
② 事業承継計画策定後の フォローアップ事業者数	—	1者	1者	1者	1者	1者
頻度（延回数）	—	4回	4回	4回	4回	4回
③ 創業等計画策定後の フォローアップ事業者数	1者	1者	1者	1者	1者	1者
頻度（延回数）	—	4回	4回	4回	4回	4回
④ CF、デザイン、HP・SNS作成に関 するフォローアップ事業者数	1者	3者	3者	3者	3者	3者
頻度（延回数）	—	12回	12回	12回	12回	12回

※現状は、令和7年度の見込み

(4) 事業内容

事業計画策定後の支援については、経営力再構築伴走支援の考え方に基づいて、実施することを意識して実施します。内容としては、経営者等との「対話と傾聴」を通じて、事業者の「本質的課題」に対する経営者の「気づき・腹落ち」を促すことにより「内発的動機づけ」を行い、事業者の「能動的行動・潜在力」を引き出し、事業者の「自己変革・自走化」を目指します。さらには、DX化を意識してフォローすることで、経営の効率化等が図る事ができ、効果的な支援に繋がると考えています。また、様々な経営課題がある状況において、専門家の活用が重要であることから、よろず支援拠点や事業承継引継ぎ支援センターの利用を意識して、様々な経営課題に関する支援を行います。

① 事業計画策定事業者に対する支援

個別相談会を軸によろず支援拠点等の専門家との話の中で情報を整理して、事業計画の進捗状況を確認します。また、訪問や面談の回数を四半期に1回計画的に実施し、目標の達成に向けてのフォローアップを行います。

② 事業承継計画策定事業者に対する支援

事業承継については、親族内承継、従業員（社内）承継、第三者承継（M&A）等がありますが、候補者の有無、会社の財務状況、経営者の意向等により、大きく変化することから、それぞれの事情にあった方法を心がけて四半期に1回計画的に実施し支援します。これに関しては、事業承継引継ぎ支援センター等の専門家を通じて行うことで、よりきめの細かい支援が可能になり、大きな金額が動く可能性もあることから、複数での支援を行う予定です。

③ 創業・第二創業計画策定事業者に対する支援

基本的には、①と同様の手法で行います。また、創業に関しては、経験が少ないこともあり、事業計画との乖離も大きくなる可能性があり、さらには、廃業の可能性も否定できないような状況にならないように、四半期に1回計画的に実施し支援を行います。また、第二創業についても基本的には創業と同様の対応を行い、現状の業務とは別の視点で支援を行っていきます。

④ CF、デザイン・HP・SNS作成に関する事業者に対する支援

CFは、事業計画に沿ってWEBサイト等に紹介されて、希望する金額に達した場合に活用できる資金となりますが、計画内容により成功の度合いは大きく変化することから、しっかりとした支援が必要となります。

また、特産品等はラベル等のデザインが売上に大きく影響することから、個人による早急な提案や、印刷会社に一任して決定する方法ではなく、デザインの専門家等を通じて、その商品にあったデザインを使用することにより、納得のいく販売戦略も可能となると考えています。さらには、HPやSNSを利用することで、さらなる売上増加にも繋がることから、各種専門家を活用して、四半期に1回計画的に実施し支援する予定です。

特に、ECサイト等を利用する場合は、策定した事業計画に基づき、定期的に巡回訪問を行い、KPI（売上、利益率、客数、ECサイトへのアクセス数等）の進捗状況を確認します。

⑤ 事業計画並びに進捗状況とズレが生じている場合の対処方法

事業計画は素晴らしいものが出来たとしても、実際にその通りに行くかどうかは、分からないことから、定期的（四半期に1度以上）の確認を行うことで、早期にズレが生じていないかを確認し、問題がある場合は、軌道修正を試みる等の支援を行い、なるべく計画に近づけるようなフォローアップを行います。

また、モニタリングの結果、計画通りに進捗していない（ズレが生じている）場合は、放置せず即座に対応策を検討します。（2回目以降は、2か月に1度）

なお、継続的な経営リテラシーの向上を目指し、フォローアップを通じて、経営者自身が自社の数字（決算書・試算表）を読み解き、次の手を考えられるよう指導し、最終的には商工会の支援がなくともPDCAを回せる「自走できる経営者」を育成します。

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

販路開拓については、売上目標を設定して販売会に臨み、イベントの集客ターゲット層を推定して、それに合わせた商品の準備やレイアウトを行うような支援を実施してきました。その結果、対面販売においては一定の成果を上げていますが、インターネット販売等のWEB活用については苦手とする事業者が多く、本格的な展開には至っていません。ただし、近年ではSNSを活用してイベントの出展情報等を告知する事業所は増えつつあります。

また、地域特性を活かした広域需要に対応できる商品・サービスを提供している小規模事業者を対象に、商談会への出展による新たな需要開拓を支援しています。

【課題】

人口減少下において外需を獲得し続けるためには、従来のイベント出店に加え、ターゲット層のニーズを捉えた商品改良や、SNS等を活用した効果的な集客を組み合わせ、出展の成果を最大化することが必要です。また、現状はイベント出展情報等の告知に留まっているSNS活用を、顧客との関係構築やEC・ふるさと納税への誘導等の実際の購買へ繋げるための導線づくりも課題となっています。

また、展示・商談会における事前・事後の支援が不十分だったため改善したうえで実施する。また、今後は、DXによる販路開拓が必要なため、対象事業者にDXの必要性を理解・認識してもらい取り組む必要があります。

(2) 支援に対する考え方

地域の重要課題として、2パターンの需要開拓に関する支援が必要な状況で、1つめは、地域外での需要開拓を目指す事業者と、もう1つは、地域インフラ等の内需拡大を目指す事業者が存在しています。これらの支援方法は、視点が異なることから、それぞれにあった形での支援を行う必要があります。

まずは、地域外での需要開拓について、展示会への出展や商談会等への参加により、販路拡大意欲が高い小規模事業者に対して支援します。

他にも、最近の地域おこし協力隊を中心とした創業が多い状況であり、それらの事業者は、初めて開業する方も多く、経営に関する経理や税務、補助金活用や融資等を含めて、総合的な支援が必要であり、さらに販路開拓等で継続支援を行っている事業者も含めて、支援対象者が増加しています。新規の創業者は、主に、観光サービス、食品加工、各種工芸品等が多く、それらに対する販路の拡大や開拓に関する支援をする予定です。

また、継続して支援を行ってきた既存の事業者についても、これまで培ったノウハウ等により、売上増加に繋がっていることから、少しずつ変化を付けて継続して販路開拓支援を行います。

(3) 目標

項目	現状	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
① 物産展出展数 (BtoC)	4者	4者	4者	4者	4者	4者
売上額/者	—	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円
② 商談会参加事業者数 (BtoB)	—	2者	2者	2者	2者	2者
成約件数/者	—	1件	1件	1件	1件	1件
③ パンフレット作成者数並びにフリー ペーパー掲載者数	3者	4者	4者	4者	4者	4者
対前年比売上1%増加事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
④ DXへの取組としてIT活用による 販路開拓支援者数 (新規)	—	3者	3者	3者	3者	3者
対前年比売上1%増加事業者数	—	1者	1者	1者	1者	1者

※現状は、令和7年度の見込み

(4) 事業内容

① 物産展への出展支援

当町の地域資源を活用した特産品等を製造・販売する小規模事業者に対して新規開拓並びに販路拡大を目指すために、北海道商工会連合会が主催する物産展「なまらいっしょ北海道フェア」をはじめとした、都市圏で開催される物産展等への出展支援を行います。出展事業者に対しては、需要動向調査を基に消費者ニーズを捉えた販売戦略を立て、ブースづくりや商品コンセプト・PR方法などの販売手法について専門家とも連携し支援を行っていきます。

また、出展中は試食アンケートなどを実施し、出展後に検証・見直しを行っていくことで支援事業者の商品ブランディングを進めていきます。

【支援対象者】 事業計画を策定し、当町の地域資源を活用した商品の販路開拓並びに拡大に意欲的な小規模事業者(小売業・製造業 他)

【出展支援】 (出展前):出展支援事前準備や効果的なレイアウト、パンフレット、商品POP作成等の販売促進手法の支援

(出展時):消費者(購入者)に対する需要動向調査(アンケート)の実施、売上に繋がる効果的な陳列並びに接客等の販売促進サポート等の支援

【想定している物産展】

(ア) なまらいっしょ北海道フェア (B to C) など

- ・主 催 : 北海道商工会連合会
- ・開催時期 : 11月頃
- ・概 要 : ふるさと納税の案内、特産品の販売、販路開拓
- ・来 場 者 : 一般消費者・流通・観光関係企業のバイヤー
- ・規 模 : 出展者 32 団体、来場者 約 2,5 万人

(イ) 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実行委員会
- ・開催時期 : 11月頃
- ・概 要 : 特産品の販売、販路開拓
- ・来 場 者 : 一般消費者・流通・観光関係企業のバイヤー
- ・規 模 : 出展者 84 団体、来場者 約 1.7 万人

(ウ) JP01 まつり in チカホ (B to C) など

- ・主 催 : 総合商研株式会社
- ・開催時期 : 10月、1月等
- ・概 要 : 特産品の販売、販路開拓
- ・来 場 者 : 一般消費者・流通・観光関係企業のバイヤー
- ・規 模 : 出展者 30~40 団体、通行者 1 日平均約 6 万人

(エ) ロハスフェスタ万博 秋 (B to C) など

- ・主 催 : ロハスフェスタ実行委員会
- ・開催時期 : 11月頃
- ・概 要 : 健康と持続可能な社会に配慮したライフスタイルが可能な展示会
- ・来 場 者 : 一般消費者、観光関係企業のバイヤー
- ・規 模 : 出展者約 700 店舗、来場者約 10 万人(6日間)

② 商談会への出展支援

当町の地域資源を活用した特産品等を製造・販売する小規模事業者の販路拡大並びに新規開拓を図るために、北海道商工会連合会が主催する商談会「北の味覚、再発見！！」を念頭に道内で開催される商談会への出展支援を行います。

出展事業者に対しては、需要動向調査を基に消費者ニーズを捉えた販売戦略を立て、ブースづくりや商品コンセプト・企画書の作成などについて専門家とも連携し支援を行います。

また、出展中は試食アンケートなどを実施し、出展後に検証・見直しを行っていくことでブランディングを進めていきます。

【支援対象者】事業計画を策定し、当町の地域資源を活用した対象商品の販路開拓並びに拡大に意欲的な小規模事業者(小売業・製造業 他)

【出展支援】(出展前):出展支援事前準備や効果的なレイアウト、パンフレット、商品POP、商品企画書などの作成による商談手法の支援

(出展時):流通バイヤーに対する需要動向調査(アンケート)の実施、売上に繋がる効果的な陳列並びに接客等の販売促進や商談成立へのサポート等の支援

(出展後):需要動向調査(アンケート)に対する結果や課題等を集計及び分析の上出展支援事業者にフィードバックを行い、商品改良や商品開発並びに事業計画策定へのブラッシュアップに活用します。

【想定している商談会】

(ア) 北の味覚、再発見！！(B to B) など

・主 催 : 北海道商工会連合会

・開催時期 : 10月頃

・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 : 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

③ パンフレット作成やフリーペーパー等による新たな販路開拓支援【B to B、B to C】

商談会等への出展を予定している小規模事業者については、出展現場において商品規格書に加えPRパンフレットが必要となることから、出展前に作成支援を行い効果的な商談に繋がります。また、イベント出展に関する情報について、事前に幅広く知って頂き、集客効果を高め、売上増加を図るために、フリーペーパー・情報誌等を活用して広報活動に関する支援についても行います。なお、過去に情報誌を活用して、事業所の紹介した実績もあることから、必要に応じてこのような広報活動も行い、販路拡大に関する支援をします。

【支援対象者】事業計画を策定し、地域内での需要拡大を目指す小規模事業者及び、当町の地域資源を活用した商品の販路開拓並びに拡大に意欲的な小規模事業者(小売業・製造業・サービス業等)

【支援内容】(掲載前):取扱商品やサービスをPRするための掲載方法、イチ押しの商品やサービスをより視覚等に訴求するため効果的な見せ方や販売促進手法について支援を行います。

(掲載後):チラシの効果を把握するため、折込実施後の売上等のヒアリングを行います。結果によっては、販売戦略の見直しや事業計画策定のブラッシュアップを行います。

④ DXへの取組としてIT活用による販路開拓支援（新規）

町内外への認知度が低くIT活用によるPRが有効であると想定される小規模事業者や地域資源を活用した新商品開発や新たな取組みを計画策定した小規模事業者に対し、インターネットを活用した事業展開を支援します。

【支援対象者】事業計画を策定し、当町の地域資源を活用した商品の販路開拓並びに拡大に意欲的な小規模事業者（小売業・製造業・飲食業、宿泊業等）

【支援内容】HP・SNS開設並びにECサイトの活用を支援します。

なお、活用を想定するITツールは以下のとおりです。

- 「Goope（グーペ）」GMOペパボが運用するHP作成サービスで全国商工会連合会が推奨。商品のリード文や写真撮影並びに取扱商品構成など自社HP作成の支援を行います。
- 「カラーミーショップ」GMOペパボが運用するネットショップ作成サービス。グーペとの連携が可能。まずは、無料プランによりEC化の入口支援として、ページデザイン、決済方法、Goope（グーペ）の連携などECサイト作成の支援を行います。
- SNS（LINE、Instagram等）を活用した販売促進スマホ並びにタブレットの操作、LINE公式アカウントやInstagram等の投稿方法や視覚等に訴求する効果的な情報発信やHPと合わせ活用方法について支援を行い、需要の取り込みが有効な方法で販路開拓並びに拡大支援を行います。

《最近の出展支援イベントや参加の可能性が高い商談会等に関する一覧表》

販路開拓 イベント名等	概要、内容等	来場者数	出展 者数
なまらいっしょ 北海道 【展示会】	首都圏である東京都世田谷区三軒茶屋にある特設会場で実施。電車や徒歩での来場が多い。都市部での評価を確認しやすいイベント。	約 23,000 人 (2024 年 実績)	30 件
にぎわい市場 さっぽろ 【展示会】	札幌市の郊外イベント会場で実施。車で来る方が多く、各地の名物を購入する目的の来場者が多い。比較的重い商品も販売可能。テレビ、ラジオ等の宣伝も多く集客効果は高い。	約 1.7 万人 (2024 年 実績)	84 件
JP01 まつり in チカホ 【展示会】	札幌市の地下歩道で実施。通勤者が多く大勢の方に見て頂けるイベント。雑誌やフリーペーパーでのPRがあり、宣伝後の参加が可能。手に持てる重さの商品販売がメインとなる。	歩行者数 約 6~7 万人 (1 日平均)	30~ 40 件
ロハスフェスタ 万博 【展示会】	大阪府吹田市の万博記念公園で行われるSDGsやロハスを意識した商品を販売するイベント。HPや専門的な雑誌でのPRが有り、比較的購入意欲の高いお客様が多い。	約 62,130 人 (2025 年秋 6 日間実績)	576 店 舗
北の味覚、 再発見！！ 【商談会】	札幌市で開催される流通・観光関係企業のバイヤー、その他関係機関、札幌消費者協会、報道機関等が参加する商談会 (BtoB)	流通バイヤー82 社、160名、報 道機関等	56 者
その他 売上増加が見 込めるイベント	参加する事業者の販路開拓につながり、売上増加が期待できるイベント等	—	—
※広報関係 チラシ、フリーペ ーパー、情報誌 等への掲載	イベント出展に伴い、チラシやパンフレット作成、情報誌等を活用することで、事業所のPRを行う手法。	フリーペーパー 掲載約数万人、 情報誌約数万人等	—

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】

これまで事業の評価は、理事会や総会における報告・承認が中心であり、外部有識者や行政を交えた客観的な評価や、定量データに基づく厳格な効果検証の機会が少なく、評価結果の公表もHPや総会資料等に限られており、IT関係が苦手な地域住民等への周知が不十分な状況となっていました。また、経営発達支援事業の成果・評価見直しについて年1回、商工会正副会長、中川町、北星信用金庫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を報告するに留まり、事業実施方針等に反映させるには至っていませんでした。

【課題】

KPIに基づく進捗管理と、外部視点を取り入れた客観的な評価体制を構築し、事業のPDCAサイクル（計画・実行・評価・改善）を機能させる必要があります。特に、評価結果を次年度の事業計画へ確実に反映させる仕組み作りが課題です。

特に、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することも課題となっています。

(2) 事業内容

① 事業の実施状況の定量的把握

項目	内容
KGIやKPIの設定	本計画の目標として掲げた「事業計画策定件数」「DX導入支援数」「販路開拓支援数」や、成果目標である「売上増加額」「事業承継完了件数」等の数値を、実施状況を図るためのKPIやKGIとして設定します。
データの収集・管理	日々の巡回指導や相談業務で得られたデータ（伴走支援カルテ等）を集計し、KPIやKGIの確認と進捗状況について、毎月または四半期ごとに数値化して把握します。

② 事業の評価手法

項目	内容
評価機関の設置	本計画の進捗管理および評価を行う機関として、当会正副会長、法定経営指導員、中川町地域振興課担当者、および外部有識者（北星信用金庫中川支店長等）で構成する「経営発達支援事業評価委員会」を設置します。
評価方法	委員会において、上記①で把握した定量データ（目標対比実績）と、支援先事業者の声（定性情報）を基に、事業の効果を客観的に検証します。評価は、単なる「実施したかどうか」だけでなく、「成果が出ているか」「地域の課題解決に繋がっているか」という視点で行います。

③ 事業の評価・見直しを行う頻度

項目	内容
開催頻度	毎年度1回以上、評価委員会を開催し事業の総合評価を行います。
見直しの仕組み	評価委員会での指摘事項や、KPIの未達項目については、その原因（外部環境の変化、支援手法の問題等）を分析し、次年度の事業計画の修正や予算配分の変更（リソースの再配分）を行います。

① 評価結果の公表方法

項目	内容
公表媒体	評価委員会の評価結果および事業の見直し内容は、当会ホームページの「経営発達支援計画実施状況報告」に掲載します。
閲覧性	当会ホームページ等を活用し、会員事業者のみならず、地域住民や関係機関が常に閲覧可能な状態を確保し、事業の透明性を高めます。

② 広域的な支援体制の活用

項目	内容
ノウハウの共有と改善	評価結果や事業の成果については、近隣の商工会（天塩川中部商工会広域連携協議会）とも共有し、共通する地域課題への対応策や支援ノウハウの改善に役立てます。

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】

これまでは、経営指導員や補助員等の職員が、個人の関心や必要性に応じて外部研修（販路開拓、IoT等）を選択し、受講するスタイルが中心でした。また、支援現場で得た知見やノウハウは各職員に属人化しており、組織全体での体系的な共有や蓄積が十分に行われていないのが現状です。

【課題】

本計画で掲げた「DX推進」や「複雑化する事業承継」といった高度な経営課題に対応するためには、個人のスキルアップ任せにするのではなく、組織として計画的に専門知識（ITツール活用、M&A実務等）を習得する必要があります。また、研修成果や支援ノウハウを「形式知」として共有し、誰が担当しても一定レベルの支援ができる標準化された体制づくりが課題です。

(2) 事業内容

① 重点テーマに即した計画的な人材育成

本計画の3本柱を推進するため、必要なスキルを特定し、中小企業大学校や北海道商工会連合会が主催する専門研修へ全職員を計画的に、これまでの支援経験を踏まえ、特に以下の事項について当会では知識不足として考えているために派遣します。

項目	内容
DX支援力	クラウド会計、EC、SNS等のITツールを「支援者として使いこなす」ための実務研修。
承継・創業支援力	事業承継、創業、第二創業等に関する基礎知識や創業計画策定のコーチングスキルを学ぶ研修。
対話力	経営者の本質的な課題を引き出すための「傾聴・対話力」向上研修。

② OJTによるチーム支援の実践

経験豊富な職員でチームを組み、実際の支援現場（巡回指導）でOJTを行います。特に「DX導入支援」や「販路開拓」の現場において、職員全体が実務を通じてノウハウを体得できる機会を意図的に創出します。

③ 支援ノウハウの共有と標準化

個人の経験則に頼る支援から脱却するため、以下の仕組みを導入します。

項目	内容
ケーススタディ会議の開催	定期的に職員会議の時間を使い、成功事例や「なぜうまくいかなかったか」という失敗事例等を共有・分析し、組織全体の対応力を底上げします。
支援ツールの標準化	経営分析シートやヒアリングシート等の支援ツールをデータベース化・標準化し、担当者が変わっても質の高い支援が継続できる環境を整えます。

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

(1) 現状と課題

【現状】他の支援機関と連携については、各担当者がそれぞれの立場で参加した研修や会議等の資料や情報をもとに情報交換を行っています。また、それをお互いに共有するための情報交換会等は広域連携を活用して実施しています。

【課題】本計画で掲げた「DX推進」や「複雑化する事業承継」といった高度な経営課題に対応するためには、個人のスキルアップ任せにするのではなく、組織として計画的に専門知識（ITツール活用、M&A実務等）を習得する必要があります。また、研修成果や支援ノウハウを「形式知」として共有し、誰が担当しても一定レベルの支援ができる標準化された体制づくりが重要であり、広域連携等を活用してしっかりと情報を共有することが課題です。

(2) 事業内容

- ・天塩川中部商工会広域連携協議会における支援ノウハウ共有の情報交換会の開催
前回に引き続き、天塩川中部商工会広域連携協議会を活用して、情報交換会を開催することで課題解決を図ります。美深町、音威子府村、中川町の3町村にある商工会は、天塩川中部商工会広域連携協議会にて協力しながら、広域連携ならではの支援活動を行っていますので、これを活用して支援ノウハウ等に関する情報交換会を年1回以上開催し、本協議会の地域内における支援能力向上を図り、情報を共有しながら企業支援を行い、連携している地域全体の経営力向上を目指して、当該地域の活性化につなげることを目的として実施します。

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

【現状】中川町における地域経済の活性化に関する取組として、当会は、東京都世田谷区や日大文理学部、下高井戸商店街との交流に関する「中川町交流情報発信拠点施設運営協議会」について、地域経済に裨益する事業として事務局的な役割を担っており、活動を行っています。また、特産品は、これまでの当会を主とした開発事業において、いくつか誕生しており、東京との交流については、地方創生推進交付金を活用して、令和2年から6年までの事業として、地域商社の設立を目指した中でスタートしています。

【課題】地域経済活性化のため、各方面での事業の支援を実施していますが、中川町における地方創生事業や地域振興事業（特産品開発、観光入込数に関連付けた関係人口増加、世田谷区との交流、UIJ ターン促進、ふるさと納税増加等）が滞りなく進行するように、どのように事業を行っていくかが課題となっています。

(2) 事業内容

中川町の地域活性化等について協議するため、前記記載事項と同様に、当会会長、事務局局長、法定経営指導員や中川町産業振興課担当者、外部有識者として北星信用金庫中川支店支店長やJA北はるか中川支所支所長等をメンバーとする会議を開催いたします。「中川町地域活性化協議会」は、本事業の評価を行う会議とは別に、年1回、開催して下記の各種課題に関する情報交換を行います。

なお、本会議の運営については、当会が事務局を担い、会議の中心的な役割を果たしていく予定であり、事業としては、次の内容について協議する計画です。

◎経営発達支援事業に関する状況報告

◎首都圏との交流による地方創生事業（関係人口増大等）に関する情報交換

◎観光客の誘致による観光産業の活性化事業に関する情報交換

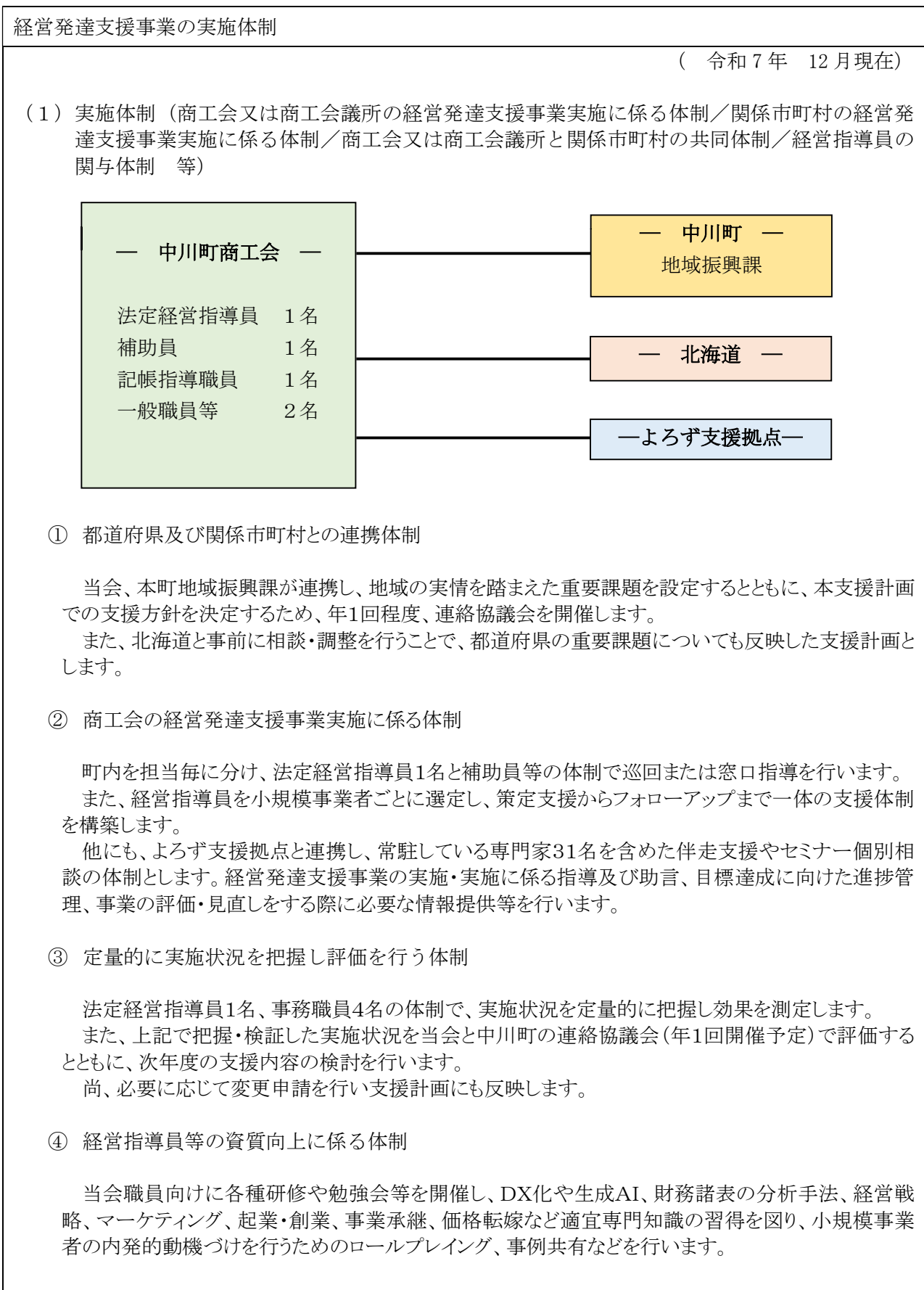
◎地域資源の活用や6次産業化に関する情報交換

◎地域ブランド「ナカガワのナカガワ」に関する情報報告

◎町内就労促進事業並びに若者地元就職のためのU・I・Jターン事業に関する現状確認

(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当該経営指導員の氏名、連絡先

- ・氏名 : 横山英樹
- ・連絡先 : 中川町商工会 TEL 01656-7-2117

②法定経営指導員による情報の提供及び助言

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

当計画の法定経営指導員又は広域経営指導員については、設置定数が定められている等の理由により、1名の配置を行うこととします。

③広域経営指導員の当否

申請書に記載の経営指導員 横山英樹 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ません。

(3) 商工会、関係市町村連絡先

①商工会

【中川町商工会】

- ・住所 : 〒098-2802 北海道中川郡中川町字中川 400 番地 1
- ・TEL : 01656-7-2117、FAX : 01656-7-2177
- ・e-mail : midriver@rose.ocn.ne.jp

②関係市町村

【中川町】

- ・住所 : 〒098-2892 北海道中川郡中川町字中川 337 番地
- ・TEL : 01656-7-2816、FAX : 01656-7-3511
- ・e-mail : nakagawa-chiikishinko@town.nakagawa.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	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200
地域経済動向調査	20	20	20	20	20
需要動向調査	20	20	20	20	20
経営状況の分析	20	20	20	20	20
事業計画策定支援	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
事業計画策定後支援	100	100	100	100	100
新たな需要の開拓支援	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
事業の評価及び見直し	20	20	20	20	20
経営指導員等の資質向上	20	20	20	20	20

(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 等

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

