

経営発達支援計画の概要

実施者名	遠別商工会（法人番号 5450005003015） 遠別町（地方公共団体コード 014869）
実施期間	令和8年4月1日～令和13年3月31日
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>(1) 小規模事業者との対話と傾聴を通じた経営分析・事業計画策定支援・課題設定による経営力の強化・売上増加・収益力強化</p> <p>(2) 事業承継計画策定支援や創業計画策定支援による、地域の商機能維持及び小規模事業者の減少を抑制する</p> <p>(3) 地域資源を活用した新商品・サービス、メニュー開発及び販路の拡大を強化することによる売上増加</p> <p>【地域の裨益目標】地域の商業機能の維持、魅力あるまちづくり</p>
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <p>3. 地域の経済動向調査に関すること</p> <p>①中小企業景況調査の情報提供</p> <p>②地域経済動向分析の活用</p> <p>4. 需要動向調査に関すること</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>5. 経営状況の分析に関すること</p> <p>①経営実態の把握による対象事業者の発掘</p> <p>②経営状況の分析支援（基本分析）</p> <p>③経営状況の分析支援（高度な分析）</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること</p> <p>①事業計画策定セミナーの開催</p> <p>②事業計画策定支援（個別支援）</p> <p>③新商品開発・販売促進計画策定支援（個別支援）</p> <p>④事業承継支援（個別支援）</p> <p>⑤創業支援（個別支援）</p> <p>⑥DX推進セミナーの開催・IT専門家派遣の実施</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</p> <p>①定期的な巡回支援の実施、個社の課題に応じた支援の実施</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）</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>②パンフレット等作成による新たな需要開拓のための支援</p> <p>③IT利活用による販路開拓支援（販売促進DX）</p>
連絡先	<p>遠別商工会</p> <p>〒098-3543 北海道天塩郡遠別町字本町4丁目1番地の25</p> <p>TEL：01632-7-2245 FAX：01632-7-3693</p> <p>E-mail：ensyokai@rose.ocn.ne.jp</p> <p>遠別町役場まちづくり推進課商工観光係</p> <p>〒098-3543 北海道天塩郡遠別町字本町3丁目37番地</p> <p>TEL：01632-9-7772 FAX：01632-7-3695</p> <p>E-mail：shoko@town.embetsu.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町の概要

遠別(えんべつ)町は、北海道の西海岸側に位置し、北は最北の稚内市まで約100km、南はかつてニシン漁で栄えた留萌市まで約100km、東内陸部ではパウダースノーの名寄市(直通の道道は未開通)まで約110kmと、ちょうど三市の交わる中心にあります。

遠別川流域に町がかたち造られ、日本海へ沈む夕日がとてもきれいな町です。



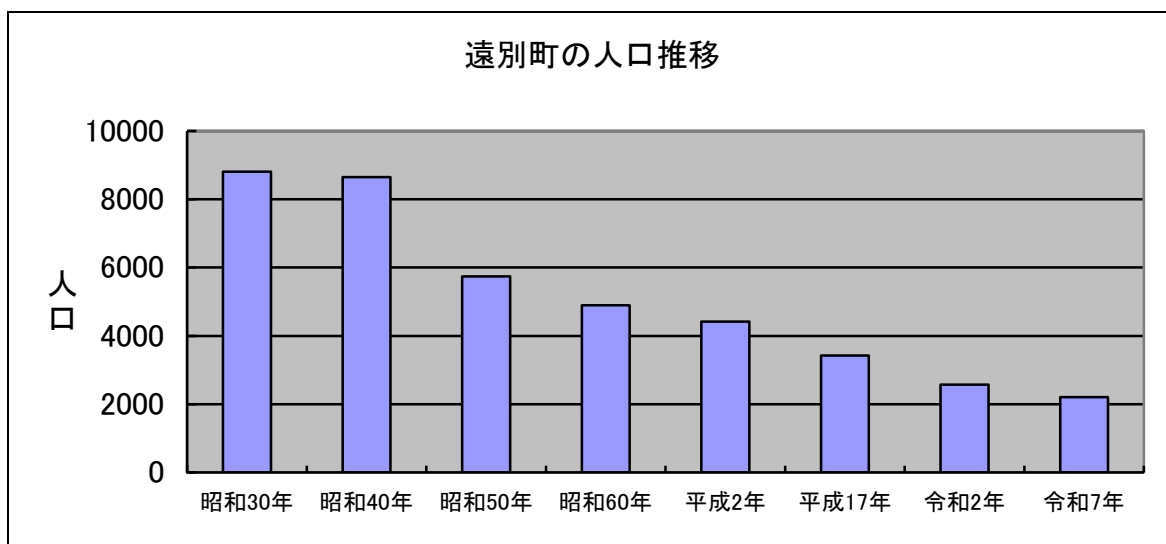
(図) 遠別町ホームページより転載

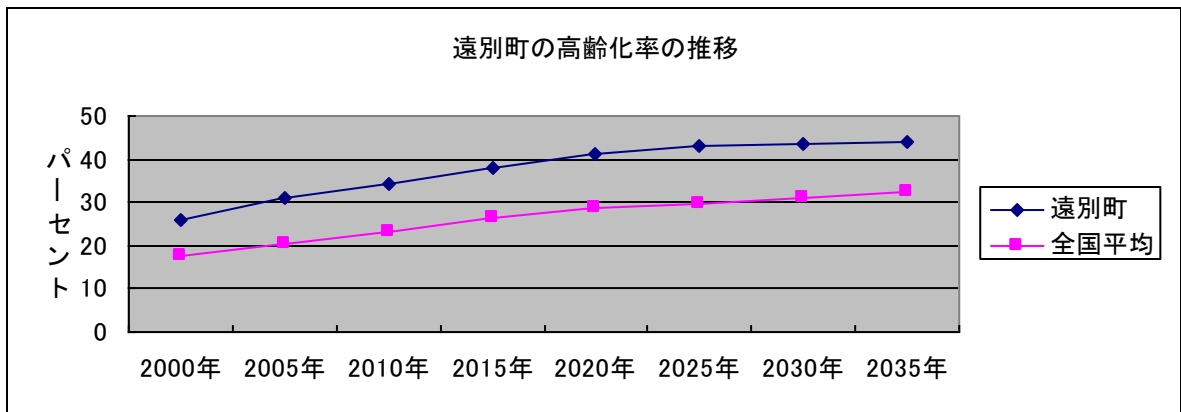
②人口の推移

明治20年に開拓の鋤が下ろされ、富士見・北里地区でのニシン漁の盛んな時期や、町の面積の89%を占める森林など、遠別川流域を中心とした農林漁業や砂利採取業などが盛んで、農産物や木材、砂利等の運搬路線である国鉄羽幌線(昭和33年遠別～初山別区間)が全線開通し、人々の生活や経済が活発となり、ピーク時には人口8,800人となりました。

しかし、昭和40年以降は転入者よりも転出者が多くなり、昭和62年3月には国鉄分割民営化により、国鉄羽幌線(幌延～留萌間全線)が道内で最初に廃線となり、町の中心であった駅前通りが衰退していきました。以後、営林署の廃止統合などにより人口の減少が加速化していき、現在の人口は2,187人(1,228世帯)となりました。(令和7年11月末現在)

また、人口に占める65歳以上の人口の割合は(高齢化率)は42.9%(令和4年1月時点)と全国平均を大きく上回っております。





(データ出典) 総務省 国政調査及び国立社会保障・人口問題研究所将来推計人口
 総務省 住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数

③産業別の現状と課題

ア. 農業

冷涼な気候風土からなる日本最北限の稲作地帯であり、かつ北部に酪農地帯を有することから、稲作・畑作・畜産と多様な経営形態が混在しているのが特徴で、農業は町の基幹産業となっています。

稲作については、昭和24年米作日本表彰競争大会で反収11俵という驚異的な収量(米作り日本一)を上げて入賞しましたが、昭和57年に国の減反政策等によりうるち米からもちち米への転換を余儀なくされました。現在では、ライスセンターや粃殻堆肥センターを整備するなど、農業生産性の向上と経営の安定化に取り組んでいます。

畑作については、転作作物として小麦や大豆等への転換が進んでいますが、高収益作物野菜の産地形成を図り、安定した農業経営を目指す必要があります。

畜産については、酪農や肉牛経営が行われていますが、高齢化や労働力不足に加え飼料価格の高騰等により生産者の減少が続いており、経営の安定化を図るためにも、飼料自給率の向上やスマート畜産の導入等に取り組み、家畜ふん尿処理による有機堆肥製造を行い、環境にやさしい農業を継続していく必要があります。

今後、農業を継承すべき担い手も少なく農業者の減少が予想されるため、地域の中核的担い手農家となる地域リーダーの確立と、家族経営から農地所有適格法人への法人化など、農業者の地域確立、経営管理の近代化が求められています。

イ. 漁業

漁業については、ニシン漁の衰退後、タコ漁や鮭の稚魚の放流、ホタテ貝の育成加工に取り組んでいます。

ホタテ漁業は、稚貝と半成貝の養殖により水揚げ高の9割を占めており、稚貝はオホーツクのホタテ生産地に出荷され、半成貝は本州へも出荷されています。また、近年では活きた成貝を直接韓国などに輸出するなどの取り組みを行っています。

また、煮ダコの加工量は全道でトップクラスであり、タコは年間400トン弱の処理量であり、水揚げから加工、パッケージ、販売まで遠別漁業協同組合が一貫して運営しております。

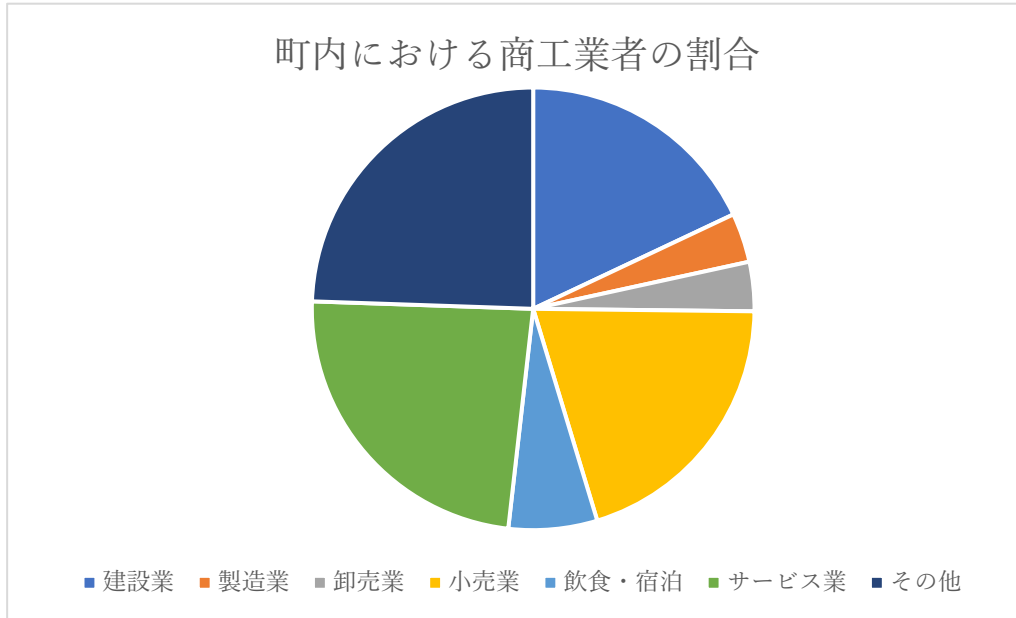
5月から6月に漁獲される遠別のヒラメは、畜養水槽で保存されるため生きたままでの出荷が可能で、漁による自然環境への負荷を軽減するため育てる漁業にも注力し、安定した漁獲量を維持しています。

しかしながら、近年の海洋環境の変化による海水温の上昇等、気候変動の影響も顕在化

しつつあり、水産資源の現状や漁業・養殖業への影響について考える際には、様々な視点での漁場の環境改善に向けた施策と取り組みの推進が重要となっています。

ウ. 商工業

本町における商工業については、業種別の割合は以下のグラフととおりです。



(データ元：商工会の独自調査による)

本町における商工業については、小規模事業者が中心であり、近隣に比較的大きな町や商業施設等がなく、地域内でお金（消費）が循環しているのが現状です。（※業種別の商工業者数及び小規模事業者数は「小規模事業者の現状と課題」に記述）

一方で、一店舗あたりの販売額は全道平均と比較しても約15%程度と低い水準に留まっており、また、近年はインターネット通販や都市部の大型商業施設への流出が顕著となっており、消費の域外流出が懸念されます。

令和6年1月には「Aコープえんべつ店」及び株中央スーパーが運営するグループスーパー「チューオー遠別店」が閉店し、町内からスーパーマーケットがいなくなる事態となりました。

現在では、町の出入口のそれぞれにはコンビニエンスストア、中心部にはコープさっぽろの店舗があるなど一定の商業機能は維持されているものの、今後ますます人口が減少することで、地域購買力の減少が予想されます。

そのため、地域循環型経済の仕組みを構築するため、「共通商品券」及び「プレミアム商品券」発行事業に取り組んでいます。

また、当町のポイントカード会と連携して、令和元年にキャッシュレス・ポイント還元事業により、従来のポイントカードに地域電子マネー「たまPay」を付帯した新しいポイントカードシステムを構築し、ポイントカード事業による消費者サービスに加え、地域電子マネーシステムによる地域への消費の囲い込みを行っており、内需への貢献を果たしています。また、行政によるポイント付与「行政サービスポイント事業」の支援を受け、行政によって、転入者や健診受診者、公共施設の利用者等へポイント付与を行うことで、地域の加盟店への購買行動を促進する取組となっており、地域に根差したポイントカード事業として、消費者サービス事業を展開し、地域経済の活性化を図っています。

今後も、地域の高齢者世帯が増加する中において、消費者ニーズを的確に把握し、それに対応したサービスの向上を推進し、経営の近代化及び経営体質の強化を図ることが必要です。

また、近年では事業主の高齢化や後継者不在による廃業が相次いでいることから、事業承継対策や新たな創業による商機能の維持や小規模事業者の減少を抑制することが急務となっています。

エ. 観光業

観光については、平成5年に北海道で8番目に認定された「道の駅富士見」が令和2年4月に「道の駅えんべつ富士見」としてリニューアルオープンし、遠別町の観光情報発信拠点となっています。「道の駅えんべつ富士見」では、日本最北のもち米生産地として「もち米を使ったラーメン」の販売や、第8回全国コロッケフェスティバルで第3位を受賞した「えんべつコロッケ」の販売、日本最北の農業高校である遠別農業高校の生徒による「加工品等販売」を行っています。また、農協女性部が期間限定で毎年6月から10月までの毎週日曜日に運営している「フレッシュ市場「花菜夢（かなむ）」では新鮮野菜の直販も行っており、町内外から新鮮な野菜を求めて多くの人が訪れています。

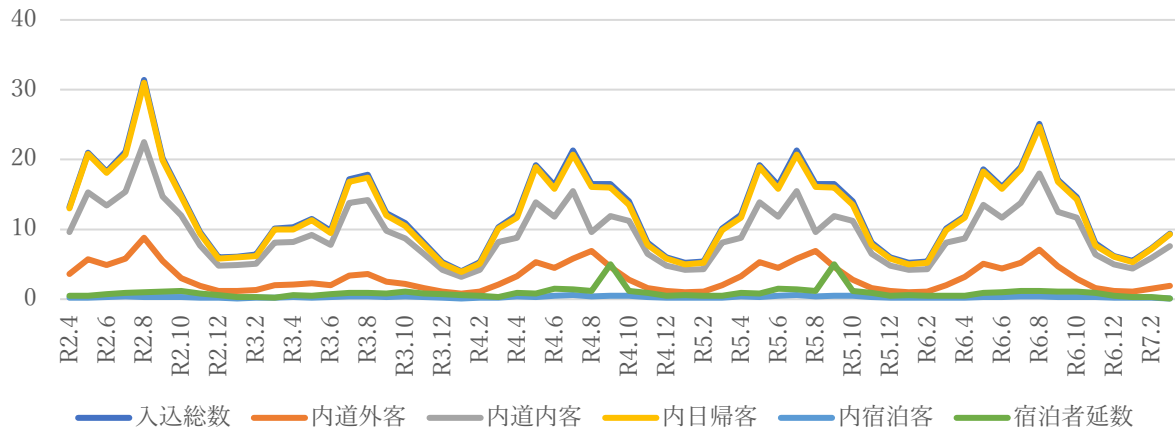
「富士見ヶ丘公園」では、日本海や天売焼尻・利尻礼文を一望できるロケーションでのキャンプやパークゴルフを楽しむことができ、「海浜公園」付近では釣りができ、パラグライダーの全国大会が行われるなど、アウトドアを存分に楽しむことができます。

国道232号線から約6km、山間部に入った場所で森の中にひっそりと佇む「旭温泉」は、旭地区の天然ガス試堀の際に副産物として湧き出た冷泉を沸かした留萌管内で一番古い天然温泉であり、中心市街地より16kmも離れており、秘湯・湯治場として町内外からの人々から人気があり、じゃらんnet口コミ評価では第30位、温泉のお風呂は98.9点と道内屈指の高い評価を受けており、全国温泉総選挙2019においてはフレッシュ部門第2位を受賞しています。

地域での催し物としては、春には「富士見ヶ丘公園開き山菜祭り（主催：観光協会）」、夏には「消費者還元祭商工夏まつり（主催：商工会）」、冬には「えんべつ冬まつり（観光協会主催）」が開催され、近年では町内経済団体の青年部が中心となって活動する青年部連携地域活性化実行委員会による「えんべつ花火大会」が開催されるなど、年間を通じて日本海の恵まれた“海の幸・山の幸”を活用した小規模なイベントを定期的に開催することにより、地域経済の活性化が図られています。

近年では、観光施設の整備や体験型コンテンツへの関心の高まりにより、地域の魅力を高める動きがみられる一方、施設の老朽化や人材不足、通過型観光からの脱却、国際化対応の遅れなど多面的な課題に直面しています。また、観光入込客数は毎年8月をピークに減少しており、当町の観光需要が季節に左右されていることが伺えます。（下表参照）自然体験型観光は道内他地域でも展開されていることから、本町独自の体験メニューの開発や、とんがりかん・道の駅等との連携による差別化戦略が求められており、道北圏の関係市町村と連携した広域観光圏形成・情報発信の強化も地域商工業の活性化にも不可欠となるといえます。

月別観光入込客数



(単位：入込総数→千人、宿泊客延数→千人泊)
(データ出典) 遠別町による観光入込客数調べによる

④小規模事業者の現状と課題

ア. 小規模事業者数の推移

商工業者数や小規模事業者数は年々減少しており、会員事業所においては、会員数こそ横ばいではあるものの、およそ半数の66件が65歳以上の高齢者であり、その内の27件は75歳以上の後期高齢者であるのが現状です。(下表参照)

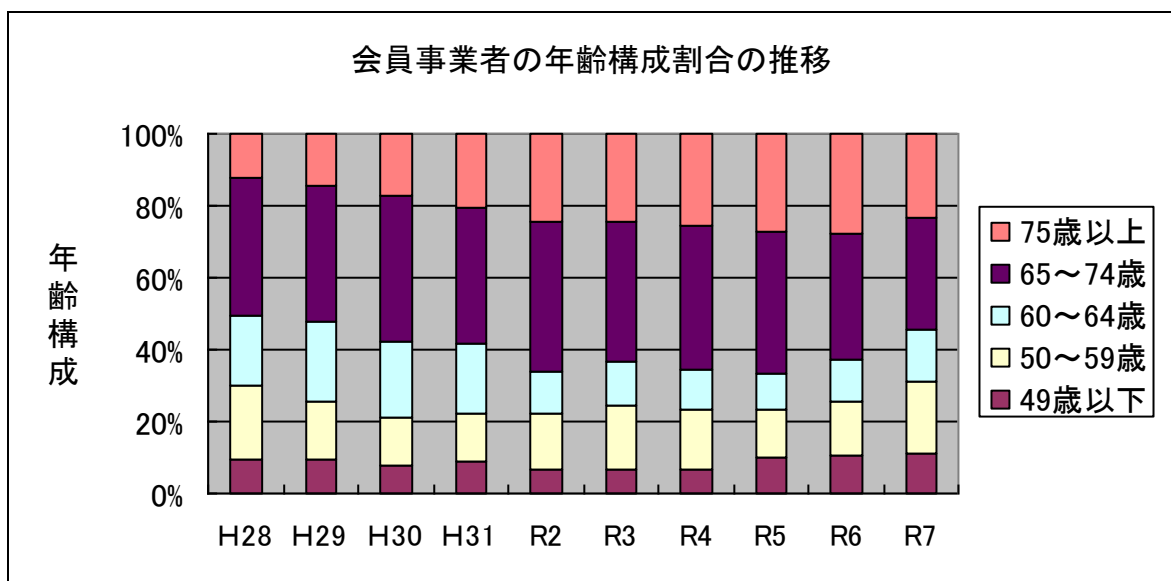
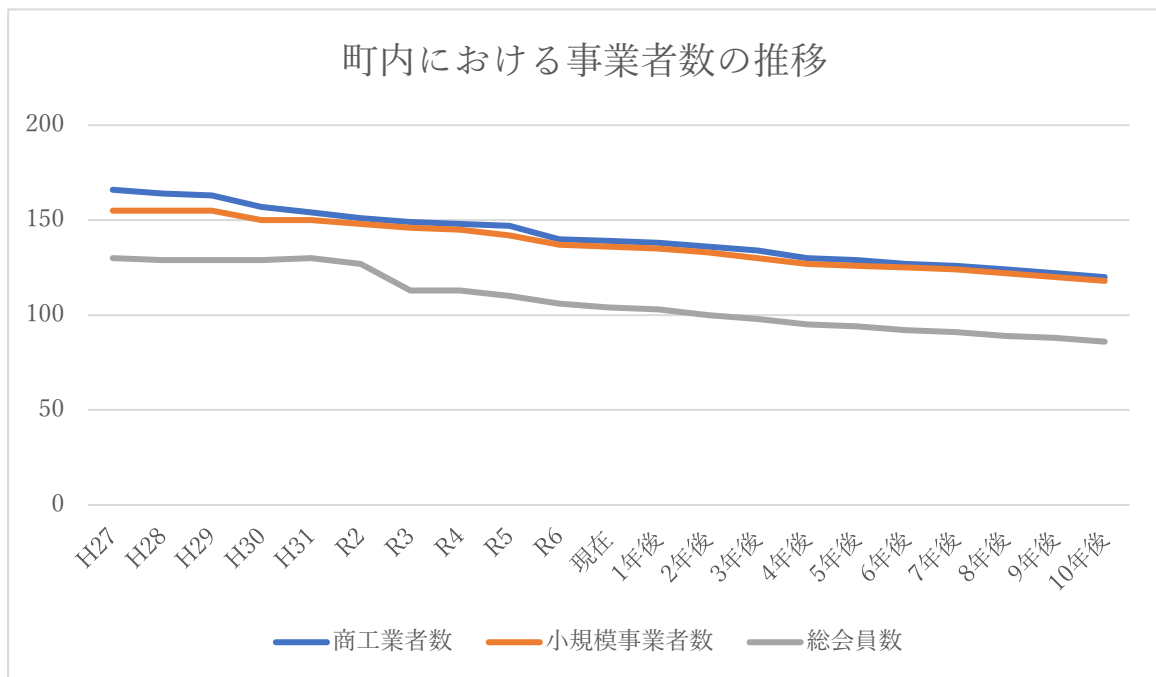
小規模事業者の平均引退年齢である74歳を目安に考えると、10年後には10者が廃業を迎えるため、今後ますますの事業者の減少が想定されます。

このため、事業承継や創業への取り組みによって、地域住民の生活機能や地域内経済循環が欠かせない業種や業態の維持が必要となっています。

他方、近年では、遠別町による起業化支援事業を活用した新規創業が続いていることから、創業支援や外部人材とのマッチングなど、持続可能なビジネスモデルの創出を通じて、商工業の担い手確保を図る必要があります。

		建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食業 宿泊業	サービス業	その他	定款	合計
平成24年4月	商工業者数	28	6	7	40	23	36	37	9	186
	小規模事業者数	28	6	7	40	23	34	37	8	183
	会員数	22	3	3	34	20	31	14	5	132
平成28年4月	商工業者数	26	5	6	37	19	36	35	10	174
	小規模事業者数	26	5	6	37	19	33	35	10	171
	会員数	22	3	2	32	17	33	14	6	129
令和2年4月	商工業者数	25	5	4	32	15	36	34	10	161
	小規模事業者数	25	5	4	32	15	33	34	10	158
	会員数	22	3	3	30	14	29	14	6	121
令和7年4月	商工業者数	25	5	5	28	9	33	34	8	147
	小規模事業者数	25	5	5	28	9	30	34	8	144
	会員数	22	3	3	26	8	28	14	6	110

(データ元：商工会の独自調査による)



イ. 商業の現状と課題

町内には商店、食料品店、酒店、各種小売店等があるものの、町民の消費の大半が町内コンビニエンスストアや大型店に流れており、商品力や価格競争力に乏しい小規模事業者にとっては売上が減少傾向にあり、厳しい経営を余儀なくされています。

しかし、小さい町でも菓子製造小売店が二店舗あり、それぞれに「遠別旅情」や「たわら最中」などといった名物菓子があり、お土産として定着しており、お盆やお正月などには帰省客に好評を得ています。

このことから、町のコミュニティ機能としての地元商店は必要不可欠であるといえるため、住民ニーズをとらえた商品・サービスの展開や、新商品・新サービスの開発に積極的に取り組み、魅力ある商店街を形成していくことが必要です。

ウ. 飲食業の現状と課題

町内の大半が小規模事業者である飲食業においては、事業主の高齢化や後継者不在等によってここ5年間で6件が廃業しており、事業承継対策や新たな起業支援が急務です。

他方、近年では、町による「起業化支援事業」の影響等もあって、3件の創業があり、地元のニーズに応じた商品やサービスを提供することで、地域密着型の起業が展開されています。

今後も、創業支援や外部人材とのマッチング、地域資源を活用した商品開発など、持続可能なビジネスモデルの創出を通じて、将来の担い手確保を図る必要があります。

エ. 建設業の現状と課題

近年、公共事業の縮小や民間住宅建設の減少を背景に、町内雇用の大部分を占める建設業の受注が減少傾向にあり、加えて人口減少と高齢化の進行により、産業全体で人材不足が深刻化しており、技術者の世代交代も十分に進んでいません。特に、町内の技能士会においては、新規加入者の減少が顕著であり、若手人材の育成及び確保による産業の活性化が求められています。

オ. 製造業の現状と課題

町内には製品の多様性と高い品質をもつ食品添加物を製造する事業者がおり、多方面からの需要はあるものの、域内における需要は地域の経済に直接的な影響を与えるものではありません。

また、農業・水産業ともに地域に豊富な資源があるものの、加工製造する小規模事業者がおらず、地域の魅力を町内外に発信することができていないのが現状です。

今後は、一次産品を活用した特産品の加工・開発による雇用を生み出せる商工業振興の仕組みや農業高校も巻き込んだ産学官連携による取り組みを行うことで、小規模事業者の売上向上や地域経済の活性化を図り、豊かな日本海の環境を活かした魅力あるまちの魅力発信を行っていくことが必要です。

カ. 総括

小規模事業者を取り巻く経営環境は急速に変化しており、柔軟に対応する経営力を強化・再構築し、事業者の持続的発展に繋げるため、支援する商工会は、個々の課題の掘り下げによる事業者自らの「気づき」、「認識」に繋げ、内発的動機づけから潜在力を発揮させ、自走化へと導く伴走型支援が重要となってきます。

(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

10年後の当町における人口は、現在より22%程度が減少することが予想されています。また小規模事業者においても、高齢化や後継者不足等の要因から廃業件数が増加していき、町内の商業機能が失われ、人口減少と小規模事業者の減少の悪循環となることが懸念されます。

これらの課題に対して、遠別町民の暮らしを支える商業機能の維持するためにも、町と協働しながら地域経済を支える小規模事業者の事業継続と持続的発展のために今後の10年間の振興のあり方を以下のとおり設定いたします。

【目標と計画に基づいた経営による事業の安定と持続的発展】

経営基盤が脆弱な小規模事業者が経営リテラシーを向上させ、稼ぐ力を身に着けることにより廃業を抑制させ、地域商店街機能を維持していくことが重要と考えます。

当会では、経営指導員等による巡回訪問・窓口相談による支援のほか、「対話と傾聴」によって、専門家とも連携し、事業者に寄り添った事業計画策定とその実行について伴走型支援を実施します。

小規模事業者が明確な目標と計画に基づいた経営を行うことで、これまでの経営を見直すきっかけを作り、経営に対する意識を向上させ、事業の安定と持続的発展を図ります。

【新規創業や事業承継等による地域経済の安定化】

町内起業家や外部からの移住起業家支援や事業承継等により、地域の小規模事業者の減少を抑制させ、地域経済の活性化及び安定化を図ります。

特に、地域の高齢者世帯が増加する当町においては、買い物弱者支援など、日常の利便性を高める取り組みが求められており、町民のニーズを的確に把握し、持続可能なビジネスモデルの創出を通じて、商工業の担い手確保を図ります。

【地域資源を活用した特産品の開発】

小規模事業者が、地域資源を活用した新商品・サービスを開発し、地域ブランドを構築することにより、関係人口の拡大を視野に入れ、都市部とのつながりを活かしたマーケティングや販路拡大により、自社の発展と地域の産業振興の担い手となるための取り組みを支援します。

② 遠別町総合計画との連動制・整合性

現在策定中の第7期遠別町総合計画（令和8年度～令和17年度）では、「ともに創る。住み続けれるまちづくり」を掲げ、町民一体となったまちづくりを目指しています。

まちづくりの基本目標では、「1. 活力ある産業を持続できるまち」を目標として、本町の基幹産業である農林水産業を次世代へ持続可能な形になるよう取り組みを進め、富士見ヶ丘公園周辺施設の改廃と旭温泉の移転など、道の駅「えんべつ富士見」を中心とした観光・交流人口の増加と商工業の事業承継に係る支援により、地域経済が発展するまちづくりを目指しています。

また、商工業については、以下記載のとおり、経営体質の強化・商工業機能の充実に取り組むこととなっております。

【第7期 遠別町総合計画（令和8年度～令和17年度）素案】（一部抜粋）

- ①消費者ニーズを的確に把握し、それに対応したサービスの向上を推進し、経営の近代化及び経営体質の強化を図ります
 - 1) プレミアム商品券発行事業
- ②商工会機能の充実を促進するため、商工会活動補助金による支援を継続するとともに、自主的運営の強化を図ります
 - 1) 商工会活動補助金
- ③事業承継及び新規起業者への支援を図ります。
 - 1) 起業化支援事業
 - 2) 事業承継支援補助金

このことは、当会が設定する小規模事業者の長期的な振興のあり方と方向性が一致しています。

そのため、遠別町をはじめ関係機関と連携を深めながら小規模事業者の持続的発展を実現させ、強いては遠別町の振興発展を図っていきます。

③商工会としての役割

商工会は町内の小規模事業者にとって身近な相談できる支援機関であり、地域で唯一の総合経済団体としての役割を担っています。第2期においては事業承継支援をはじめ、新たな需要の開拓に寄与する事業として、パンフレットの製作や「北海道じゃらん」への掲載を行い、地域の認知度向上及びまちの魅力発信へ一定程度の効果をえることができました。

このことから、地域の小規模事業者が抱える経営課題を的確にとらえ、専門家や各種支援機関と連携をとりながら、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商工会の役割です。

また、近隣4商工会で構成する「天塩郡四商工会広域連携協議会」においては、定期的な会議等によって、他商工会経営指導員等と実際の経営支援事例に関する情報交換を行い、どのような課題に対しても解決策を提案できる相談窓口となれるよう、職員の支援能力向上を図ります。

(3) 経営発達支援事業の目標

遠別町総合計画と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する。

①小規模事業者との対話と傾聴を通じた経営分析・事業計画策定支援・課題設定による経営力の強化・売上増加・収益力強化

特に経営リテラシーを高める必要がある小規模事業者に対しては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利益率の増加を目指します。

K G I : 支援した事業者の対前年比利益率3%増加事業者数 15者/5年

K P I : 事業計画策定セミナー 5回/5年

経営分析実施事業者数 30者/5年

事業計画策定事業者数(新商品開発・販路開拓に係る事業計画策定を含む) 25者/5年

【設定理由】

小規模事業者にとって、売上の大幅な向上は外部環境に左右されやすい一方、「利益率」の向上はコスト削減や付加価値(単価)の見直しといった自社の努力(経営力強化)でコントロールが可能となることから、持続可能な経営を目指す上で、現実的かつ意欲的な目標値として設定します。また、経営分析による本質的経営課題の設定や事業計画策定セミナーによる経営リテラシーの向上から、より実効性のある事業計画策定につなげることが、K G I を着実に達成することに結びつくことから上記K P I を設定します。

②事業承継計画策定支援や創業計画策定支援による、地域の商機能維持及び小規模事業者の減少を抑制する

地域の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、事業承継が経営課題となっている承継準備時期を迎えている小規模事業者等を積極的に支援し新陳代謝を図ります。

K G I : 新規創業・第二創業事業者数 5者/5年

K P I : 創業・第二創業計画策定事業者数 5者/5年

K G I : 事業承継完了事業者数 5者/5年

K P I : 事業承継計画策定事業者数 5者/5年

【設定理由】

当町商工業者の約98%が小規模事業者である中で、その半数以上が65歳以上の高齢者であることから、事業承継及び新規創業を活性化させていかなければ地域コミュニティ機能が失われてしまいます恐れがあります。そのため、創業者のスタートアップ及び円滑な事業承継を計画的かつ着実に実施していくためには北海道事業承継・引継ぎ支援センターなどの関係機関や専門家と連携し、支援を進めていく必要があることから上記目標を設定します。

③地域資源を活用した新商品・サービス、メニュー開発及び販路の拡大を強化することによる売上増加

地域の特色を活かし、地域資源の活用した特産品の加工・開発による二次産業、三次産業、六次産業の雇用を生み出せる商工業振興の仕組みを確立し、小規模事業者の売上向上を図ります。

K G I : 商談会・物産展出展による対前年売上高3%増加事業者数 10者/5年

K P I : 商談会・物産展出展事業者数 10者/5年

K G I : 共同チラシ等の販路開拓による対前年比売上高3%増加事業者数 10者/5年

K P I : 共同チラシ等掲載事業者数 10者/5年

K G I : SNS等を活用した販路開拓による対前年売上高3%増加事業者数 10者/5年

K P I : S N S等アカウント開設事業者数 10者/5年

【設定理由】

「事業計画策定」をK P Iとすることで、場当たりの販売ではない「戦略的な販路開拓」を実現させます。まず、地域資源の強みや原価計算、ターゲット設定を含む事業計画策定を先行させ、その戦略に基づき「対面」「地域連携」「デジタル」の各チャネルへ展開することで、確実な売上向上へと繋がります。

さらに、これらの取り組みに農商工連携による「6次産業化」の視点を盛り込むことで付加価値を高め、各販路での反応を相互にフィードバックさせるP D C Aサイクルを回すことにより、個々のK P Iが相乗効果を生み出し、地域全体の商工業振興に寄与する強固な仕組みを構築させていくことで、上記目標は達成可能である数値です。

【地域への裨益目標】

上記の目標を実施することで、小規模事業者の経営基盤の強化を図るとともに、事業承継・創業の促進により事業者数の減少率を抑え、地域の商業機能の維持を目指します。

また、地域資源を活用した特産品の開発を通じて、域外からの交流人口を増加させることで、小規模事業者の売上向上へとつながり、地域の活性化を図り、魅力あるまちづくりを目指します。

今後も、遠別町との連携強化により、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。

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時期、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）

(2) 目標の達成に向けた方針

【小規模事業者の目標達成に向けた方針】

①「小規模事業者との対話と傾聴を通じた経営分析・事業計画策定支援・課題設定による経営力の強化・売上増加・収益力強化」に対する方針

はじめに経営分析支援により事業者と対話と傾聴を重ねながら財務分析・非財務分析により本質的経営課題を設定し、事業計画策定セミナーにより計画策定の重要性について理解を深めた中で、事業計画策定に結びつけることで、事業者の気づきと納得を促し、自走化につながるよう支援を行っていき、小規模事業者の経営力強化・売上増加・収益力強化に着実につなげていきます。

②「事業承継計画策定支援や創業計画策定支援による、地域商機能維持及び小規模事業者の減少を抑制する」に対する方針

地域内の小規模事業者においては、約半数が65歳以上の高齢者であり、後継者の目途がたたない事業者も多くみられることから、小規模事業者の減少に歯止めをかけるためにも、事業承継や創業に向けた取り組みが求められています。

支援にあたっては、巡回訪問を中心に、後継者のいる事業者には経営者との対話と傾聴により事業承継計画の策定を支援します。また、後継者のいない事業者には、経営状況を把握したうえで北海道事業承継・引継ぎ支援センターなどの支援機関や専門家等と連携して支援を行います。

創業支援については、町が行っている起業化支援事業の活用を含めた支援を行い、創業間もない事業者には、創業計画の策定、融資や各補助金の活用をはじめとした申請支援を実施します。このことによって、事業者の将来的な自走化のための内発的動機付けを行い、潜在力を引き出しながら事業承継・創業を活性化させ、小規模事業者の減少を抑え、地域経済の維持・発展に努め、目標の達成を目指します。

③「地域資源を活用した新商品・サービス、メニュー開発及び販路の拡大を強化することによる売上増加」に対する方針

地域資源を活用した特産品の開発支援や販売促進計画等の事業展開については、既存の特産品については販売促進計画等に基づいた販路拡大を支援し、新たな特産品の開発支援については、地域資源の掘り起こしによる特産品開発や販売促進計画の策定を支援します。

また、農業や漁業と連携することで、事業者の稼ぐ力を見出し、地域内外への販売促進支援を実施することで、地域ブランド化を視野に入れた事業を展開します。

地域の購買力流出を防ぐためにも、地域循環型経済への取り組みを支援し、町内の小規模事業者の売上増加に向けた支援を実施します。

【地域への裨益目標の達成に向けた方針】

町の方針でもある「道の駅を中心とした交流人口の増加」に向けて、地域資源を活用した特産品の開発支援や販売促進への支援を行い、道の駅を有効活用した特産品販売や“魅力あるえんべつ”の情報発信を展開します。

このためには、地域がより一体となって観光振興を推進する必要があるため、地域振興協議会等による協議のなかで地域活性化の方向性を定め、観光客誘致による交流人口の増加を図る事業を行います。

また、当商工会が幹事商工会となっている天塩郡四商工会広域連携協議会においても、4町が連携して地域のPR事業を行うことで、地域の技術や人材・資源を生かした新たな産業の振興促進という広域的な視点から「新たな観光ルートの開発」や「商業地区への誘導」等によって観光客の誘引による交流人口の拡大と小規模事業者の売上向上を図り、行政等を巻き込んだ、地域に人を呼び込む事業を検討していきます。

地域内においては、地域イベントにおける地域の活性化については、日本海の豊かな資源に恵まれた環境を活かした地域の賑わいの創出を推進します。

併せて、青年部連携地域活性化事業への支援やふるさと納税の寄附金を活用した地域活性化事業への支援などを行い、「ともに創る。住み続けられるまちづくり」に向けた取り組みを実施します。

I. 経営発達支援事業の内容

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

第2期では、北海道商工会連合会が公表している中小企業景況調査報告書や日本政策金融公庫旭川支店が発行する調査レポート等の情報を巡回訪問、窓口相談時に提供してきましたが、小規模事業者への経営改善に繋げるきめ細やかな情報として提供していないため、事業計画策定等に活かしきれていない状況となっております。

[課題]

第3期では、提供してきた情報が小規模事業者の事業計画策定に活かされていないことが課題として挙げられるため、今後は国が提供する『地域経済分析システム』(RESAS)を活用し、当町を中心とした経済環境の分析結果を提供することで、身近なデータとして必要性を十分に説明し、興味を持ってもらうとともに、事業計画策定の基礎資料として有効活用いたします。

(2) 目標

上記の事業内容を効果的・効率的に進めるために下記のとおり計画する。

	現行	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
中小企業景況調査の分析・公表回数 (公開方法：ホームページ掲載)	4回	4回	4回	4回	4回	4回
地域経済動向分析の公表回数 (公開方法：ホームページ掲載)	—	1回	1回	1回	1回	1回

※現状の件数については、令和6年度の実績

(3) 事業内容

① 中小企業景況調査の情報提供

全国商工会連合会が実施している「中小企業景況調査」の道内分(調査対象300企業)における業況等を把握し、日本政策金融公庫旭川支店が発表している道北の小企業動向調査結果や遠別町の観光客の入込数など、地域における独自項目について分析し、地域の景気動向について四半期ごとに公表を行う。

【調査項目】

- ・業種別業況推移、設備投資の実施や計画状況、経営上の問題点、季節毎の観光客数等

【調査手法】

- ・全国商工会連合会が実施している「中小企業景況調査」に、日本政策金融公庫旭川支店が発表している「道北の小企業動向調査」を追加し、北海道規模と道北地域の状況を調査・把握し、遠別町の観光客の入込数を行政機関から入手して調査する

【分析手法】

- ・経営指導員等が調査分析を行う。また、必要に応じて金融機関や外部専門家と連携して調査分析を行う。

② 地域経済動向分析の活用

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】

- ・「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。
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う。
「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する。

- ・「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う。

- ・「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する。

(4) 調査結果の活用

①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。

②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つか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

【現状】

第2期では、特産品などを取扱い販路開拓に意欲的な事業者に対して、自社の売れ筋商品やメニュー等のヒアリングや、来客者の評判やWEBサイトなどによる口コミなどの評価をもとに、消費者ニーズの収集・分析を行い、その結果をフィードバックすることにより、販路開拓へとつなげる事業計画策定支援を行いました。

【課題】

第2期では、当町において、新商品開発等に取り組む小規模事業者が少数であり、商談会・物産展等への出展を想定した需要動向調査を行ってこなかったものの、今後は地域資源を活用した商品展開等を積極的かつ効果的に支援していくことから、第3期では商談会・物産展出展時においても、アンケート調査により消費者ニーズを蓄積し、効果的な支援を行って参ります。

町内においては、町が掲げるように「消費者ニーズを的確に把握しそれに対応したサービスの向上を図る」必要があり、地域需要動向調査により既存商品やサービスのブラッシュアップ支援に繋がります。

(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
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	-	1者	1者	1者	1者	1者
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	1者	1者	1者	1者
地域需要動向調査対象事業者数	-	2者	2者	3者	4者	4者

※現状の件数については、令和6年度の実績

(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。
- ・調査結果は集計、分析し出展事業者にフィードバックし、事業計画を見直すことにより商品改良や新たな商品開発に活かします。

【調査項目】

味、容量、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

【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傾向を分析します。

【サンプル数】

30名程度(1事業者あたり)

【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

【想定される商談会】『北の味覚、再発見!!』(主催:北海道商工会連合会)

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。
- ・調査結果は集計、分析し出展事業者にフィードバックし、事業計画を見直すことにより商品改良や新たな商品開発に活かします。

【調査項目】

- ・来場者の属性：性別、年齢、居住地、来場の動機等
- ・商品の属性：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

【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傾向を分析します。

【サンプル数】

- ・30名程度(1事業者あたり)

【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

【想定される物産展】『にぎわい市場さっぽろ』

『北のおいしさを新発見!「北海道味覚マルシェ in 札幌』

『なまらいいっしょ北海道フェア』

③地域需要動向調査

- ・町内の小規模事業者については、自社の売れ筋商品やメニュー等の把握に留まっているため、町内外の需要を取り込むためにも消費者ニーズを的確に把握するためのアンケート調査を実施し、事業計画策定支援を実施します。
- ・得られた情報をもとに、パンフレット等の作成やITを利活用した販路開拓など、個々の事業者に適した伴走型支援につなげていきます。

【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：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

【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傾向を分析します。

【サンプル数】

- ・30名程度(1事業者あたり)

【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
(小売業・サービス業・飲食業)

(4) 調査結果の活用方法

- ・事業内容①については、この調査でマーケットの需要を把握することが可能となるため、調査結果を経営指導員等が分析したうえで当該事業者へフィードバックし、商品の評価や適正な流通先等について、事業計画策定に活用します。
- ・事業内容②については、地域資源を活用した新商品について来場者の需要動向を把握することが可能となるため、調査結果を経営指導員等が分析したうえで、当該事業者へフィードバックし、商品改良や新たな商品開発等の事業計画策定に活用します。
- ・事業内容③については、地域の消費者ニーズを的確に把握して分析し、当該事業者へフィードバックすることにより、仕入の見直しや販売方法、品揃えや商品の適正在庫の管理など、事業計画策定に活用します。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

第2期においては、経営状況の分析に関する現状は、巡回支援時の実態把握や記帳機械化における財務分析及び補助金申請時の確認など限定的なものに留まっており、経営分析の入口となる実態把握においても特定の小規模事業者に限られ、分析結果についても表面的なものとなり事業計画策定に活かしきれていない状況となっております。

[課題]

『小規模事業者の実態把握不足から経営状況の分析に至らない事業者が多いこと』や、『実態把握から現状分析、財務分析、SWOT分析等を経て課題の抽出に至るまでのフローが確立されていないこと』『分析結果が事業計画策定に活かされていないこと』などが課題として挙げられます。

第3期では、経営分析の入口となる実態把握時に対象者を掘り起し、事業者との傾聴と対話によって事業者自身が経営状況の分析結果と向き合い、経営の本質的な課題の抽出を行い、実効性の高い事業計画策定へとつなげ、事業者の自走化に向けた支援を実施します。

また、情報はデータベース化することで、効果的な分析支援を実施します。

(2) 目標

項目	現状	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
経営分析事業者数 (基本分析)	6者	5者	5者	5者	5者	5者
経営分析事業者数 (高度な分析)	—	1者	1者	1者	1者	1者

※現状の件数については、令和6年度の実績

(3) 事業内容

①経営実態の把握による対象事業者の発掘

巡回訪問や窓口相談時に、ヒアリングにより事業者が経営実態を把握し、経営分析の必要性を認識させることで、経営分析対象者を抽出します。

また、小規模事業者持続化補助金等の申請時等に、前提条件として経営分析の必要性を説明し啓発に努めます。

また、小規模事業者持続化補助金等の申請時等に、前提条件として経営分析の必要性を説明し啓発に努めます。

【支援対象】 地域内のすべての小規模事業者

【情報収集項目】

※経営分析前の実態把握のため分析項目ではなく情報収集項目といたします。

- ・基本情報（事業者の概要、後継者の有無、事業の将来性、経営上の困りごと）
- ・IT関連（インターネットの接続状況、パソコンの活用レベル）
- ・商工会に対する支援ニーズ

【手段・手法】

- ・巡回訪問や窓口相談時におけるヒアリング

※ヒアリング内容は社会環境に応じて項目を変更し、ヒアリングで得た情報は、データベース化し職員間の共有を図ります。

②経営状況の分析支援（基本分析）

事業者自らが経営課題を認識するため、以下のとおり経営分析を実施します。

【支援対象】

経営実態を把握した小規模事業者のうち経営全般に意欲的で、将来的にも販路拡大の可能性が高く、簡易な事業計画の作成を目指す事業者

【分析項目】

- ・財務分析（定量）：（安全性）当座比率、流動比率、自己資本比率、
（収益性）売上総利益率、（生産性）付加価値、
（その他）損益分岐点比率等
- ・非財務分析（定性）：SWOT分析（強み、弱み、機会、脅威）、経営資源の棚卸

【分析手段・手法】

- ・財務分析（定量）：経営指導員が、決算書に基づき、日本政策金融公庫の財務分析サービスを活用し財務分析を行います。
- ・非財務分析（定性）：経営指導員が事業者自らの気づきを引き出すよう経営資源の棚卸とSWOT分析を事業者とともに進行。

※分析については、「経営計画策定支援ツール（全国商工会連合会が作成）」（注）を活用して行います。なお、高度で専門的な内容については専門家と連携し分析を行います。

（注）「経営計画策定支援ツール（全国商工会連合会）」

経営者が自社の経営環境や経営資源等について、どのように認識しているのかを「経営状況まとめシート」を使って、外部環境、商品・サービス、販売、実施体制について、支援者がヒアリングし整理するツール。このシートから強み、弱み、機会、脅威、経営資源を把握し、課題を設置して上で経営方針・目標を導きます

③経営状況の分析支援（高度な分析）

経営実態の把握により、『事業承継の必要性がある小規模事業者』及び『新たな需要開拓の可能性を秘める事業者』に対し以下のとおり経営分析を実施します。

【支援対象】

経営実態を把握した小規模事業者のうち、「事業承継計画策定の必要性がある事業者」、「新商品開発や新たな需要開拓を目指して事業計画作成を目指す事業者」、「事業承継による第2創業（経営革新）などの計画作成を目指す事業者」等

【分析項目】

- ・財務分析（定量）：売上持続性（売上増加率）、収益性（経常利益率）、
安全性（自己資本比率）、生産性（労働生産性）、
効率性（営業運転資本回転期間）、健全性（EBITDA有利子負債倍率）等
- ・非財務分析（定性）：4つの視点（経営者、事業（強み、弱み等）、
企業を取り巻く環境、内部管理体制）、現状把握、
将来目標、課題、対応策、商圏、競合商品等

【分析手段・手法】

- ・財務分析（定量）：経営指導員が、ローカルベンチマークの財務分析シートを作成して企業の健康診断を行う。また、必要に応じて、再度、決算書に基づき、日本政策金融公庫の財務分析サービス等により財務分析を行う。
- ・非財務分析（定性）：経営指導員が専門家と連携して、ローカルベンチマークを活用して、事業者とともに将来目標、対応策を導き出せるよう上記項目の分析を行う。なお、ローカルベンチマークを活用した経営分析については、経営指導員等の資質向上のため専門家と連携して実施する。

（4）分析結果の活用

分析結果については事業者へフィードバックし、事業計画策定支援に活用します。

また、経営指導員等が小規模事業者を支援する際の資料として活用し、事業者の経営環境を把

握や方向性や活用する施策の提案を行います。

併せて分析結果を個々の事業者の経営カルテファイルに保存するとともに、クラウド型経営支援ツール「ShokoBiz」(※)によりデータベース化して、将来目標や対応策について職員間の情報共有に活用します。

(※) 「ShokoBiz」：経営支援支援計画の支援対象である事業者及び支援情報をデータ化、分析並びに評価を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]

第2期では、巡回支援によって、補助金申請時や税務申告時に事業計画の策定支援を行うなど、補助金活用や金融支援等の機会を通じての限定的な計画策定に留まっておりました。

[課題]

これまでは補助金申請時等の要請に応じた受動的な対応であったことが課題として挙げられ、また、激変等に伴う新たなビジネスモデルの検討や町外へ流出している消費を取り込むための販売促進の対応等が課題と考えられます。

第3期においては、経済動向調査及び需要動向調査、経営状況の分析等により導かれた本質的経営課題解決を図るため、以下の支援に対する考え方でより実効性の高い事業計画策定に取り組みます。

(2) 支援に対する考え方

① 経営状況の分析に導き出された共通課題への対応

経営状況の分析及び地域の経済動向調査、需要動向調査により導き出された共通課題を解決するため、事業計画策定に向けた基礎的な支援として財務改善、ビジネスプラン作成手法等をテーマとしたセミナーを開催いたします。

② セミナーにより気づきを得た個別課題への対応

上記セミナーに参加し、新たな課題が現出した企業に対しては、経営指導員の巡回によって対話と傾聴を重ねながら、個別課題に対する具体的な解決策を探るための事業計画策定に結びつけ、事業者には気づきと納得を促し、自走化につながるような個別支援を実施します。

また、専門的かつ高度な案件については他の支援機関や専門家と連携し事業計画策定にあたります。

③ 地域資源を活用した新商品開発計画への対応

地域資源を活用した新商品開発による販売促進が求められる小規模事業者については、経営指導員が実施した地域の経済動向調査、需要動向調査、経営状況の分析結果をもとに、北海道よろず支援拠点などの他の支援機関や専門家と連携し事業計画策定を支援し、事業者の自走化へとつなげていきます。

④ 事業承継計画への対応

経営状況の分析により経営者が高齢化し事業承継計画の作成が急務であると判断した小規模事業者に対しては、北海道事業承継・引継ぎ支援センターなどの支援機関や専門家と連携した個別支援により早急に計画策定に向けた支援を行います。

⑤ 創業支援

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、創業希望者に対しては窓口相談指導を行い、対話と傾聴を重ねながら創業計画の作成支援を行うことによって、事業者には気づきと納得を促し、自走化につながるような個別支援を実施します。

また、行政と連携して、町内外に「遠別町起業化支援事業」等各種優遇制度・施策のPRを実施します。

※遠別町起業化支援事業：開業時に係る設備投資等について3/4以内で補助（上限500万円）

⑥DX推進セミナー

DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得し、実際にDXに向けたサイト構築やSNSの活用等の取り組みを推進するためのセミナーを開催することで、DXの導入による業務改善・販売戦略などを事業計画に落とし込むような支援につなげていきます。

(3) 目標

項目	現状	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
事業計画策定セミナー開催回数	0回	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定事業者数	6者	3者	3者	3者	3者	3者
新商品開発・販売促進計画策定支援事業者数	0者	2者	2者	2者	2者	2者
事業承継計画策定事業者数	2者	1者	1者	1者	1者	1者
創業計画策定事業者数	2者	1者	1者	1者	1者	1者
DX推進セミナー開催回数	—	1回	1回	1回	1回	1回
IT専門家派遣事業者数		2者	2者	2者	2者	2者

※現状は令和6年度実績

※事業計画策定事業者数及び、事業承継計画策定事業者数は、これまでの実績をもとに着実な実施見込みを目標値とした

※創業計画策定事業者数は、町が定めた遠別町起業化支援事業による目標件数1件と同数値

(4) 事業内容

①事業計画策定セミナーの開催

【募集方法】 ホームページ、町内全戸に設置のIP告知端末（テレビ電話）への告知配信等

【回数】 年1回 ※各年度の経営状況分析が概ね終了した段階で実施する

【カリキュラム】 ・事業計画の策定手法について
・財務分析結果に基づく改善計画の策定手法について
・各種成功事例報告

【支援対象】 経営分析が終了している事業者

【参加者数】 年10者

【手段・手法】

セミナーの講師は北海道よろず支援拠点などの支援機関及び専門家を予定し、事業計画策定方針の決定に繋がる気づきを与えます。

②事業計画策定支援（個別支援）

上記①のセミナーに参加し、課題解決に向けたイメージ付けを行うことにより、次のステップとなる具体的な事業計画策定に向けた支援を実施します。

【支援対象】 上記①のセミナー参加事業者

【手段・手法】

「経営計画策定支援ツール（全国商工会連合会作成）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。

【連携する専門家】

中小企業診断士等

③新商品開発・販売促進計画策定支援（個別支援）

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。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】

上記①のセミナーに参加し、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

【手段・方法】

専門家及び各種支援機関と連携し、対象商圏及びターゲットの設定や製造原価、販売コスト等を踏まえた商品開発計画及び販売促進計画の策定を支援します。

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て同様の支援により計画のブラッシュアップを支援します。

【連携する専門家】

中小企業診断士等

④事業承継支援（個別支援）

経営状況の分析の初期段階（実態把握）において、経営者が高齢で「後継者を有する小規模事業者」に対し、経営継続の可能性を探るため、事業承継計画の策定を促し、早期着手に努めます。

【支援対象】事業承継が必要とされる小規模事業者

【手段・方法】

北海道事業引き継ぎセンター及び専門家と連携し、対象事業者に対し親族承継、第三者による承継を含めた計画策定に向けた個別支援を実施します。

対象企業に後継者がいる場合は、円滑な事業承継に向けた巡回訪問等でヒアリングにより課題を整理し、優先順位等及びスケジュール等を踏まえた事業承継計画策定の支援を実施します。

対象企業に後継者がいない場合は、経営資源の磨き上げに係る事業計画策定の支援を行ったのち、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実施します。

【連携する専門家】

税理士・中小企業診断士等

⑤創業支援（個別支援）

当町の商業機能を維持するためには、都市圏からの創業希望者の取込みが不可欠となっているため、創業希望者の円滑なスタートアップにつながるよう以下の手法により創業希望者に対する計画策定支援を実施します。

【支援対象】 町内外を問わず、意欲的な創業意思のある創業希望者

【手段・手法】

定期的に創業塾を開催している関係団体に対し、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。

特に「遠別町起業化支援事業」の活用など（平成27年施行より5件が活用）、町と一体となった創業支援を実施します。

また、事業承継支援での創業マッチングの際には、資金面、法律面等の支援を行い、創業計画の策定を支援します。

【連携する専門家】

税理士・中小企業診断士等

⑥DX推進セミナーの開催・IT専門家派遣の実施

(ア) DX推進セミナーの開催

DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得し、実際にDXに向けたサイト構築やSNSの活用等の取組を推進するためのセミナーを開催します。

【支援対象】DXに関心の高い小規模事業者

【募集方法】ホームページ及び町内テレビ電話にて周知、巡回及び窓口相談時に案内

【講師】ITコーディネーター、中小企業診断士等

【回数】年1回

【内容】DX総論、DX関連技術（サイト構築、SNSの活用等）や具体的な活用事例

【参加者数】10者/年

(イ) 個別支援の実施

セミナーを受講した事業者の中から、取組意欲の高い事業者やIT活用による売上増加等が見込める事業者に対して、経営指導員による相談対応や経営指導を行う中で、必要に応じて専門家派遣を行います。

【支援対象】上記セミナーを受講した小規模事業者

【募集方法】巡回及び窓口相談時に案内

【講師】ITコーディネーター、中小企業診断士等

【回数】2回/2者

【内容】SNSを活用した情報発信方法、ECサイト等の利用方法など

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

第2期においては、事業計画策定後の実施支援は、補助金申請や融資実行などの事案が生じた際に事業計画の進捗状況を確認するなど限定的となっており、事業計画の見直し等PDCAを意識したフォローアップまでには至りませんでした。

[課題]

第3期では、積極的かつ計画的・効果的なフォローアップの実施が課題として挙げられるため、今後は、計画策定後から定期的な巡回訪問による進捗状況の確認により、PDCAサイクルにより着実な計画の実行につなげていくことが求められます。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者が事業計画に基づき事業を遂行し、安定した経営を営むため、事業者が策定した事業計画の進捗状況を経営指導員等が四半期ごとに巡回し、対話と傾聴を通じて経営上の悩み等を共有することで、内発的動機付けを促し、事業者自らが計画的な事業の遂行に納得し、自立した経営に取り組むことができるようフォローアップを行います。

また、当会が導入するクラウド型経営支援ツール「ShokoBiz」によってデータを蓄積して管理することで、事業計画の進捗状況や経営状況の変化に応じて、集中的に支援する事業者と、自走化が可能な事業者を判断し、巡回訪問等のフォローアップの頻度を設定します。

(3) 目標

項目	現状	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
フォローアップ対象事業者数	0者	7者	7者	7者	7者	7者
頻度(延回数)	0回	28回	28回	28回	28回	28回
利益率3%以上増加の事業者数	-	3者	3者	3者	3者	3者
売上高3%増加の事業者数	-	2者	2者	2者	2者	2者

※現状は令和6年度の数値

(4) 事業内容

【支援対象】

事業計画策定を実施した全ての小規模事業者

【支援内容・手段・方法】

①定期的(四半期毎)な巡回支援の実施

『進捗状況確認兼経営発達支援事業報告用シート』(全国商工会連合会作成)を活用した、経営環境の変化及び進捗状況等の確認を行います。

②個社の課題に応じた支援の実施

- ・小規模事業者持続化補助金等を活用する場合

現状の事業計画をベースに、申請書作成から補助事業終了まで伴走型支援を実施します。

- ・事業の持続的発展のための取組みに必要な資金の融資を受ける場合

日本政策金融公庫の小規模事業者経営発達支援融資制度や小規模事業者経営改善資金融資(マル経)を活用し支援します。

専門的・高度な課題については、必要に応じて専門家と連携し支援します。

【計画とのズレが生じた場合の対応】

計画どおりに進んでいない場合には、フォローアップ頻度を四半期に1回から2か月に1回に増やすなど頻度を増やし、その原因を事業者と一緒に検討することで、事業計画の再検討が必要であれば見直しを行うなど、再度経営状況の分析を行うと共に、最新の動向調査を取り込むなど、適宜軌道修正を行っていきます。

また、必要に応じては関係機関や専門家による計画変更や更なる支援を実施し、実現性の高い計画改善を行い、効果的な支援を実施します。

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

第2期目において、計画した物産展等への出展については、要請に応じ単発で出展するケースはあったものの、本事業の目的とする計画的な出展には至りませんでした。

地域資源を活用した特産品の販路拡大についても、出展人員や生産体制が整わないなどの要因によりイベント等での販売に留まっております。

新たな需要開拓支援においては、地域内需要型企业を対象としたホームページの作成支援による販売促進に重心を置き事業展開している状況となっております。

[課題]

これまでは、ホームページの作成支援等により一定の成果があったものの、対象業種及び事業者が限定的であり、今後は飲食業等の業種を網羅したPRパンフレットの作成等による展開が求められています。

また、物産展等への出展については当該特産品の生産量が課題となり、出展に繋がらなかったことから、丹念な経営状況の分析及び需要動向を踏まえた販売計画に基づいた支援が求められます。

(2) 支援に対する考え方

①物産展・商談会への出展支援について

第2期の課題を踏まえ、物産展・商談会等への出展支援対象企業については、経営状況の分析及び需要動向調査結果に基づき各事業者の事業計画（販売促進計画）を必要に応じて見直し、人員体制・生産体制を整えるとともに出展地域及びターゲットを明確化します。また、人員体制を補完するため、事前準備から出展時、出展後のフォローアップまで一貫して支援し、効果的な販路拡大に繋がります。

②パンフレット等作成による販路開拓支援について

当町の課題である、他市町村への購買流出や交流人口減少による町内消費・需要の低迷の対応策として、第2期と同様に紙媒体によるPR支援を実施します。特産品製造業者、小売業者、飲食業者・宿泊事業者等を中心に、町内や周辺地域、観光客の需要取り込みを目指す小規模事業者を掲載したパンフレットを作成し、作成した広報物については、情報誌への掲載や町内の新聞への折込、交流人口の多い近隣町村の道の駅等へ配置します。

また、商談会や物産展等への出展による販路開拓を目指す特産品製造・小売事業者に対しては出展時に効果的な商品PRが行えるよう出展前支援としてパンフレットの作成支援を行います。

③IT活用による販路開拓支援について

ITを活用した新たな販路開拓支援については、DXの推進が必要不可欠なため、事業計画策定の前段としてDXの推進に向けた相談会などを開催することによって理解度を高め、自社のホームページ等の作成支援を実施します。

ホームページやEXサイトでは売上と利益向上には直接つながりにくいため、業種や取扱商品・サービス等に応じてSNSを交えつつ、Google ビジネス等の各WEB媒体を連動させた効果的な情報発信手法を支援することで、販売促進効果を最大化します。

また、高度な案件については、IT専門家等と連携を図りながら支援を行います。

(3) 目標

項目	現状	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
①物産展出展事業者数	0者	1者	1者	1者	1者	1者
対前年比売上高3%増加事業者数	-	1者	1者	1者	1者	1者
②商談会出展事業者数	0者	1者	1者	1者	1者	1者
対前年比売上高3%増加事業者数	-	1者	1者	1者	1者	1者
③共同チラシ・パンフレット等作成事業者数	6者	6者	6者	6者	6者	6者
対前年比売上高3%増加事業者数	-	2者	2者	2者	2者	2者
③IT活用による販路開拓事業者数	1者	2者	2者	2者	2者	2者
対前年比売上高3%増加事業者数	-	2者	2者	2者	2者	2者

※現状は令和6年度

※③共同チラシ・パンフレット等作成事業者数は、過年度に事業計画を策定した事業者も含む。

※①～③の支援対象事業者は重複して支援することを想定した数値

(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】

販売促進に係る事業計画の策定を行い、計画内容において地域外への販売促進が有効と思われる小規模事業者に対し、物産展等の開催情報を提供し、出展による販路拡大を推進いたします。

出展にあたっては、以下に記載する出展前・出展時・出展後のそれぞれのフェーズで重点的に支援を行い、新たな需要の獲得に繋がります。

加えて、これまでの需要動向調査等を踏まえ必要に応じて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】

事業計画を作成し地域外への販売促進が有効と判断した小規模事業者（製造業、小売業）

【支援内容】

・事前支援

出展地の商圏調査、出展手続き支援、接客指導、POP・商品アンケートの作成指導等

・出展時支援

出展ブースのディスプレイ装飾、商品陳列・アンケート収集支援等

・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）等

【想定している物産展、イベント】

・対象者

一般消費者、流通・観光関係企業のバイヤー

・物産展・イベント

■にぎわい市場さっぽろ

開催時期 例年11月下旬

開催場所 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イベント

来場者 一般消費者、流通・観光関係企業のバイヤー

規模(概数) 出展者 約80社、来場者 5万人超

■北海道味覚マルシェ in 札幌

開催時期 9月もしくは11月を予定

開催場所 丸井今井札幌

概 要 札幌圏の消費者に地域性豊かな魅力ある商品を紹介する展示販売会
来 場 者 一般消費者等
規模（概数） 出展者 約68社、来場者 4万人超

■なまらいっしょ北海道フェア

開催時期 例年11月上旬
開催場所 東京都世田谷区三軒茶屋
概 要 商工会と市町村等が連携し商工会員企業の商品PRや市町村施策PRの推進
来 場 者 一般消費者等
規模（概数） 出展者 59社、来場者 2万人超

②商談会による新たな需要開拓のための出展支援【BtoB】

地域資源を活用した新商品開発等の事業計画を策定し、進捗状況が販路拡大の局面にある小規模事業者に対し、展示会・商談会の開催情報の提供を行い、出展による販路拡大を推進いたします。

出展にあたっては、以下に記載する出展前・出展時・出展後のそれぞれのフェーズで重点的に支援を行い、新たな需要の獲得に繋がります。

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】

地域資源を活用した新商品開発等の事業計画を策定し、進捗状況が販路拡大の局面にある小規模事業者（製造業、小売業）

【支援内容】

・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・規格書及びPRパンフレット作成支援、POP等作成支援、バイヤー等へのプレゼン指導など。

・出展時支援

出展ブースの設置及びレイアウト指導、商品陳列指導、バイヤーへのヒアリング支援、アンケート収集支援など。

・事後支援

現場対応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等の対応支援・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）など。

【想定している展示商談会】

・対象者

バイヤー（消費者ニーズの把握のため一般消費者を含む）

・展示会・商談会

■『北の味覚、再発見！！』（主催：北海道商工会連合会）

札幌市で開催される小規模事業者向けの展示商談会であり、地域特産品等やこだわりの逸品、新商品等が出展される商談会。出展者は約60社、来場するバイヤー（百貨店、スーパー、卸売業、商社、観光ホテルなど）約150名との商談の他、消費者ニーズ調査として一般消費者約50名が来場する。

③共同チラシ・パンフレット等作成による新たな需要開拓のための支援

〈地域内における販路開拓を目指す小規模事業者〉

特産品製造・小売業、飲食・宿泊業・サービス業において販売促進計画を策定した小規模事業者を集約し、取扱商品・メニューなどの情報をまとめた共同チラシを作成し、令和2年4月にオープンした「道の駅えんべつ富士見」等に常設するなどの手法で来町客に情報提供することで集客力増加に繋げる支援を行ないます。

【支援対象者】

- ・事業計画（販売促進）を策定した小規模事業者（特産品製造小売業・飲食業・宿泊・サービス業等）

【掲載内容】

- ・店舗のマップ（町内主要施設との位置関係が分かるもの）、主な取扱商品・サービス及び金額、テイクアウト商品リスト

〈商談会等への出展を予定している小規模事業者〉

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。

【支援対象者】

- ・事業計画を策定し商談会への出展を予定している小規模事業者（特産品製造小売業）

【掲載内容】

- ・店舗のマップ（町内主要施設との位置関係が分かるもの）、主な取扱商品・サービス及び金額

〈物産展等への出店を予定している小規模事業者〉

物産展等への出店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PRパンフレットが必要となることから、飲食・宿泊・サービス業において販売促進計画を策定した小規模事業者を集約し、取扱商品・メニューなどの情報をまとめたパンフレットを作成し、令和2年4月にオープンした「道の駅えんべつ富士見」等に常設するなどの手法で来町客に情報提供することで集客力増加に繋げる支援を行ないます。

【支援対象者】

- ・事業計画（販売促進）を策定した小規模事業者（特産品製造小売業）

【掲載内容】

店舗のマップ（町内主要施設との位置関係が分かるもの）、主な取扱商品・サービス及び金額、テイクアウト商品リストなど。

④ IT利活用による販路開拓支援（販売促進DX）

新たな生活スタイルに応じた販売手法として、ホームページやSNS、PR動画は有効な手段であり、販路拡大への足掛かりとなるツールとして導入に向けた支援が重要です。

想定するターゲットに向けた販売手法に関して効率的な販売スタイルを確立するためにも、SNS等を活用した、より効果的な取り組みを行わなければなりません。

DX推進に意欲的な小規模事業者に対しては、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「グーペ」を活用した支援に加え、ターゲットに向けた商品・サービス等の魅力を発信し、SNSやPR動画による広報活動を通じてファンを獲得することで、販路拡大と売上増加に繋がります。

また、ターゲットに向けた広報活動は、中小企業診断士やITコーディネーター等の専門家と連携し、より戦力的な売上拡大に向けた支援を行います。

【支援対象者】

- ・ 事業計画を策定し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
(小売業・飲食業・宿泊・サービス業等)
- ・ 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(特産品製造業)

【掲載内容】

- ・ 店舗のマップ(町内主要施設との位置関係が分かるもの)、主な取扱商品・サービス及び金額、テイクアウト商品リストなど。
- ・ SNS掲載用ショート動画(商品・サービス紹介)

【支援内容】

- ・ ホームページやSNSの開設並びにPR動画の活用を支援します。
- ・ 活用を想定するITツールは以下の通りです
「Goop(グーペ)」(※)、「instagram」、「Facebook」

※GMOペパボ(株)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い商品構成など自社HP作成の支援を行います。

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]

第2期では、経営発達支援事業の成果・評価・見直しについては、外部有識者を加えた評価委員会を設置し、年1回開催して進捗状況の確認及び事業の評価・検証を行ってまいりました。

経営発達支援計画の認定を契機として設置した委員会ではありますが、行政及び外部有識者に対し、商工会事業全般に対する理解が得られるなどの波及効果も感じられております。

[課題]

評価委員会において経営発達支援事業の評価・検証を行った結果、全般的な理解は得られたものの、経営発達支援事業への理解が深化しなかったため、第3期においては、より分かりやすく簡潔な資料の提供や検証方法の見直しなどを行い、委員の理解をより深めることにより、より効果的な事業となるようPDCAを回していくことが課題として挙げられます。

(2) 事業内容

①定量的把握

- ・KPI設定：事業計画策定件数、販路開拓支援件数、セミナー参加者数、EC導入件数、売上増加率3%増加、売上総利益率3%増加
- ・データ収集：フォローアップシート・会員アンケート・実績報告を統合し、より分かりやすく簡潔な資料等を作成することによって、可視化。

②評価手法

- ・第2期に引き続き「評価委員会」を設置し、毎年度（年1回）経営発達支援事業の進捗状況等の評価を行います。
- ・評価委員会の構成については、法定経営指導員、当商工会役員（4名）、遠別町担当課長及び稚内信用金庫遠別支店長（外部有識者）とします。
- ・「経営発達支援事業実施状況調査システム（CSVシート）」を活用して日々の支援実績を管理、保存するとともに、クラウド型経営支援ツール「ShokoBiz」によりデータベース化して、これを基に事業の進捗状況及び成果を分かりやすくまとめることで、事業内容への理解を深めることに繋げ、評価及び計画の見直しを行います。
- ・本事業をKPI・KGIによって評価し、PDCAサイクルにて進捗管理・目標設定の確認や見直しを図ります。

②評価結果の公表

- ・評価委員会の評価結果は、理事会に報告したうえで、次年度の事業実施方針等に反映させるとともに、当会ホームページに掲載することで、地区内小規模事業者が常に閲覧できる状態とします。
- ・また、最終的な事業実績については通常総会において報告いたします。

10. 経営指導等の資質の向上等に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

経営指導員は、定期的に中小企業大学校において基礎研修や専門研修に参加し、資質向上に取り組んで参りました。

補助員・記帳専任職員等については、北海道商工会連合会主催の職種別研修会や専門研修会及びその他の支援機関主催の研修会に積極的に参加し支援能力の向上を図っています。

[課題]

当会は4名体制という限られた人員により、支援案件に対し複数職員の対応が難しい状況となっております。このことによりOJTがなかなか機能せず、情報及び支援ノウハウが属人的となり、組織的共有が図られない状況となっております。

小規模事業者の経営課題が複雑化・多様化するなかにおいて、各職種においても支援ノウハウやスキルが求められており、各支援機関が主催する研修会等に積極的に参加し、総員体制で経営発達支援事業に対応するため情報及び支援ノウハウを共有する仕組みづくりが必要であると考えられます。

(2) 事業内容

① 研修会参加による支援能力の向上

北海道商工会連合会及び中小企業大学校主催の研修に今後も継続して積極的に参加し、支援能力向上を図ります。

特に、当地区で支援案件がこれまで少なく、当会職員に不足している新たな需要開拓支援ノウハウを習得するため、当該研修会及び事例発表会等に優先的に職員を派遣し支援能力の向上に努めます。

また、DX推進に向けた職員全体のITスキルを向上させ、ニーズに合った相談・指導を可能にするためにもDX推進取組に係る指導能力の向上のためのセミナー等に積極的に参加し、支援能力の向上に努めます。

② 職員間の情報共有による資質の向上

毎月1回開催する職員会議において、経営指導員が支援案件の進捗状況及び今後の方針を報告し、職員全員が共有することで支援ノウハウのボトムアップを図ります。また、支援内容をクラウド型経営支援システムに随時入力することに加え、共有サーバーに関連データを保存することで情報共有の仕組みを構築し、全職員が支援案件に対応できるようにします。

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]

支援ノウハウに関する情報の入手に関して、全般的には北海道商工会連合会を通じて、道内商工会等の具体的支援事例及び新たな政策の活用についての情報を得ており、加えて、道内の中小企業診断士・各種コンサルタント・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、各種支援手法（経営分析・経営計画策定・商品開発・販路開拓・販売促進・地域資源の活用・各種金融支援・事業承継等）に関する多くの情報を得ているのが実態であります。

[課題]

経営環境の変化に対応した支援を実施するにあたり、目まぐるしく変化する新たな支援施策にスピーディーに対応するため、効果的な情報入手や職員全体の能力向上の観点から、各種支援機関との連携を図り支援ノウハウを蓄積できる体制づくりが課題となっています。

(2) 事業内容

① 金融機関との連携

稚内信金遠別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。（各1回）

② 近隣商工会との連携

近隣4商工会で構成する「天塩郡四商工会広域連携協議会」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に関する情報交換を行い、職員の支援能力向上を図ります。（年4回）

③ 専門家との連携

経営指導員などによる支援では、解決が困難な高度で専門的な課題に対し、よろず支援拠点や北海道事業承継・引継ぎ支援センターなどの専門家と連携し、経営指導員などが随行した中で、高度で専門的な案件に対しての支援方法などについての解決方法の支援ノウハウを習得し、その他の経営課題の解決方法についての情報交換をすることでより一層の支援能力の向上を図ります。（随時：概ね3回程度）

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]

遠別町内においては地域の振興という観点から、各経済団体が各々でイベントを実施しており、日本海の恵まれた“海の幸”“山の幸”を活用した小規模なイベントが数多く実施されていますが、地域全体が一丸となった地域経済の活性化に資する取り組みとなっていないのが現状です。

当商工会においても「消費者還元祭“商工夏まつり”」などのイベントを行い、地域の特産品や加工品などの試食や販売から、地域住民と商工業者の距離を縮める活動を実施しておりますが、販路拡大や売上増加に対して具体的な取り組みとなっていないのが現状です。

[課題]

今後は、小規模事業者の売上向上に重点を置き、地域経済の活性化に資するため、まち全体が一丸となり地域経済の活性化に資する事業を推進することが課題です。

このため、交流人口の増加や観光振興による地域経済の活性化に向けて、町内の主要団体が集まって協議するする場を設け、地域振興協議会を設立し、地域資源を活用した特産品の開発や販売促進計画の策定を実施し、観光振興を協議する仕組みづくりを行います。

また、当商工会が幹事商工会の天塩郡四商工会広域連携協議会において取り組んでいる「**と**よとみ・**ほ**ろのべ・**て**しお・**え**んべつ”の頭文字を取った『とほてえ事業』によって、パンフレット作成やホームページによる情報発信などのPR事業を行っておりますが、今後さらに検討を重ねることで、行政や観光協会等を巻き込み、定期的に会合を開きながら情報を交換、共有化し、広域的な観光情報の発信など地域に人を呼び込む施策を検討、地域経済の活性化に取り組んでまいります。

(2) 事業内容

①地域振興協議会の設立

これまでも町内で行われるイベントについては、町内の主要な経済団体等が集まり、事業内容や運営方法に関する会議を行ってまいりました。

第3期の事業については、地域がより一体となって、観光客の誘致による交流人口の増加や地域資源の活用による地域活性化を進めるための仕組みとして、遠別町役場、遠別町観光協会、JAオロロン遠別支所、遠別漁業協同組合、遠別初山別森林組合、稚内信用金庫遠別支店、遠別郵便局、遠別農業高校、地域おこし協力隊などの関係者が一堂に参画する協議会を定期的に年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、下記の取り組みについても認識を共有し、検証していきます。

②「道の駅えんべつ富士見」を中心とした観光振興の推進

令和2年4月にリニューアルオープンした「道の駅えんべつ富士見」においては、日本最北のもち米生産地として「もち米を使ったラーメン」の販売や、全国3位の「えんべつコロッケ」の販売、「農業高校生徒の加工品等販売」も行うほか、期間限定で毎週日曜日に地元農家の「新鮮野菜の直売」も行っており、遠別観光の情報発信の拠点となっております

今後は「第7期遠別町総合計画」における取り組み基本目標にも示されている「道の駅えんべつ富士見を中心とした観光・交流人口の増加を図る」ため、道の駅を中心とした観光振興の推進を図り、えんべつの経済が発展するまちを目指します。

③地域資源を活用した特産品開発の推進

日本海に恵まれた“海の幸”や“山の幸”が豊かな当町においては、これまでも数々の特産

品開発が行われてきました。

今後は、経済動向調査や需要動向調査の結果を踏まえた経営分析を実施し、既存商品やサービスのブラッシュアップを実施し、地域経済の活性化を図ります。

④広域連携協議会による観光振興の推進

利尻礼文サロベツ国立公園の一部に本商工会地区があることから、天塩郡四商工会広域連携協議会で取り組んでいる～とほてえロード事業～PRを共同で行うことにより、地域の情報をホームページ等で活用、発信し更なる観光客の誘引による交流人口の拡大と小規模事業者の売上向上を図り、地域経済の活性化を目指します。

また四町の地域資源に着目し、共同での特産品開発を調査研究、商品化を目指し、小規模事業者の売上、利益の向上を図ります。

⑤地域経済活性化イベントの開催

「遠別富士見ヶ丘公園開き“山菜祭り”」においては、他地域では開催していないイベントとしての魅力を発揮し、道の駅を中心とした農村活性化広場を有効に活用した、当商工会女性部による「えんべつコロッケ」の販売、「山菜料理の試食コーナー」、青年部が行う「特産品販売」、実行委員会が行う「山菜入りバーベキューの無料サービス」などを実施しています。

また、えんべつ冬まつりにおいては、冬の日を町民に楽しんでもらうために開催しており、「えんべつコロッケ」の販売を中心とした事業から、青年部が実施している“玉入れ大会”等のイベントにより大人から子供までが参加できる事業を展開しています。

これらの事業により、まちの交流人口の増加が図られており、地域経済活性化につながっています。

今後は町内の小規模事業者においても、売上や利益の向上を図れる場を提供し、町外からのお客様にも特異性と安全・安心の魅力をPRすることで、地域経済の活性化を図ります。

⑥ふるさと納税を活用した地域活性化の推進

当町において、ふるさと納税への取り組みを始めたきっかけは「遠別農業高等学校の存続、活性化」を目指したものでありましたが、このふるさと納税を通じ、農業高校の活動や魅力を全国に発信するきっかけとなりました。この取り組みは「ふるさとチョイスアワード2019」において～未来を支える部門～「部門大賞」を受賞し、農林水産省によるディスカバー農山漁村の宝2019においても、「準グランプリ（コミュニティ部門）」を受賞しました。

遠別農業高校は、シンボルである羊をつかった食品加工や農業生産に取り組んでおり、遠別産にこだわって手作りされた加工品は人気のある商品です。

地域経済の維持のためにも、ふるさと納税を通じた「町のプロモーション」などによる地域の課題解決への推進を支援し、併せてふるさと納税の返礼品としての地域の特産品の活用についての支援し、地域経済の活性化を図ります。

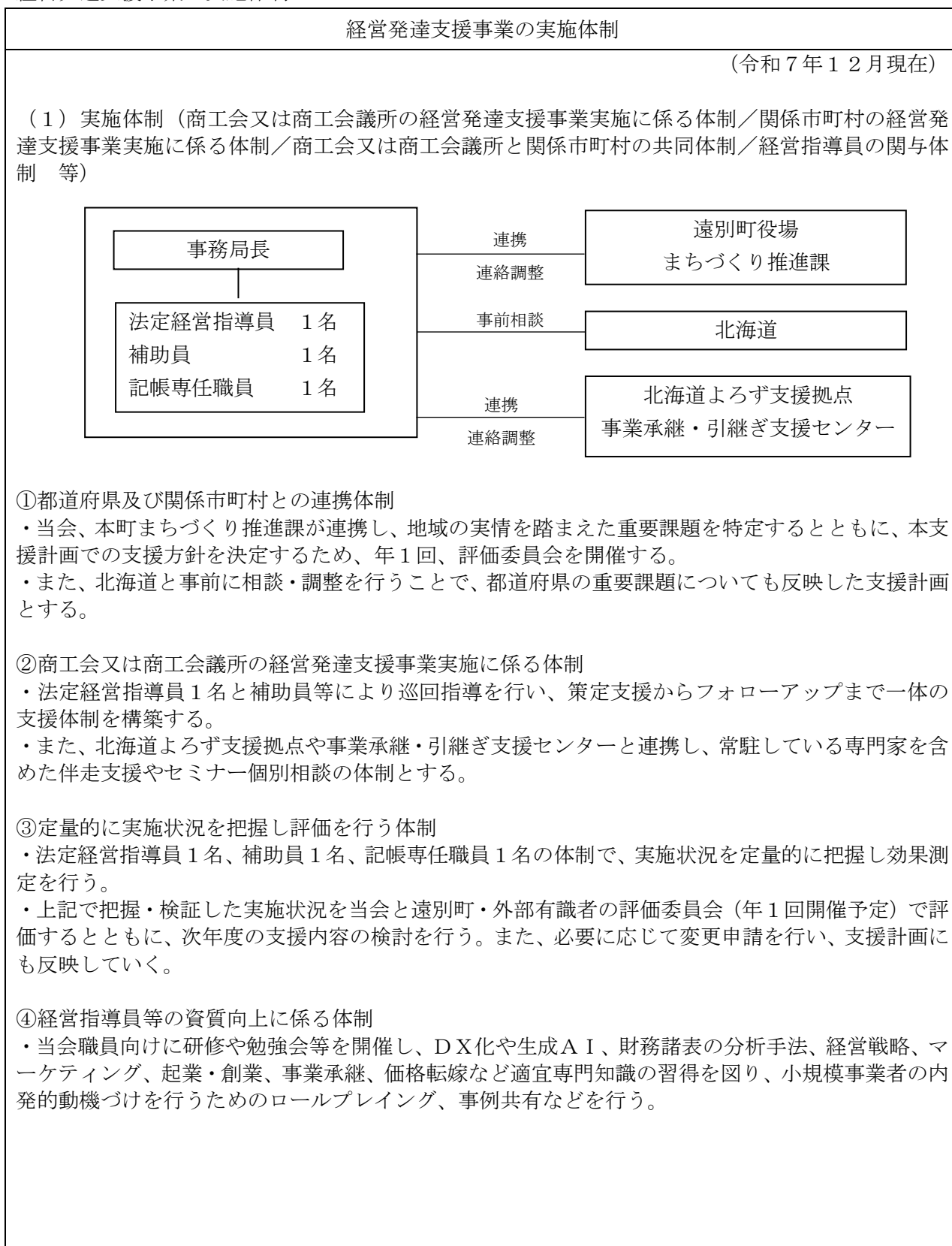
⑦青年部連携地域活性化実行委員会

平成29年に漁協・農協・商工会の青年部が中心となり設立された「青年部連携地域活性化実行委員会」は、まちの活性化を目的として「えんべつ花火大会」や「夏まつり」を開催したり、地域で開催される各種イベントへの販売協力や、地域の特産品を活用した職業体験プログラムの企画運営を行っており、地域活動の若い担い手として、地域経済の活性化に貢献しています。

今後も各産業と連携し、地域ぐるみで既存イベントの活性化や観光客をもてなす事業を取り組むことで、地域経済の活性化を図ります。

(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法定経営指導員の氏名、連絡先

■氏名： 米谷 翔津真

■連絡先： 遠別商工会 TEL：01632-7-2245

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う。

③広域経営指導員の可否

申請書に記載の経営指導員・米谷 翔津真は、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／商工会議所

〒098-3543

北海道天塩郡遠別町字本町4丁目1番地25 遠別町生涯学習センターマナピィ・21内
遠別商工会

TEL：01632-7-2245 / FAX：01632-7-3693

E-mail：ensyokai@rose.ocn.ne.jp

②関係市町村

〒098-3543

北海道天塩郡遠別町字本町3丁目37番地
遠別町役場まちづくり推進課商工観光係

TEL：01632-9-7772 / FAX：01632-7-3695

E-mail：shoko@town.embetsu.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	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
地域経済動向調査	50	50	50	50	50
需要動向調査	100	100	100	100	100
経営状況の分析	150	150	150	150	150
事業計画策定支援	150	150	150	150	150
事業計画策定後の支援	150	150	150	150	150
新たな需要の開拓支援	250	250	250	250	250
事業の評価見直し	50	50	50	50	50
経営指導員等資質向上	50	50	50	50	50
地域経済活性化の取組	50	50	50	50	50

(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
北海道補助金
遠別町補助金
伴走型小規模事業者支援推進事業費補助金
事業受託費
手数料収入

(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。

