

経営発達支援計画の概要

実施者名	幌延町商工会 （法人番号 350005003000） 幌延町 （地方公共団体コード 015202）
実施期間	令和7年4月1日～令和12年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 ① 小規模事業者との対話と傾聴に重きを置き、実効性の高い事業計画に基づく経営力の強化・再構築による売上増加・利益拡大 ② 事業承継・創業計画の策定を通じた地域の商機能を維持、小規模事業者の減少を抑制する 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
事業内容	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 景気動向調査 ② 地域経済分析システム「RESAS」の活用 4. 需要動向調査に関すること ① 地場産品を活かしたメニュー改良・開発調査 ② 展示・商談会での需要動向調査 5. 経営状況の分析に関すること ① 経営分析セミナーの開催 ② 巡回訪問・窓口相談による経営分析 6. 事業計画策定支援に関すること ① 巡回訪問・窓口相談等における策定支援 ② 事業承継等における策定支援 ③ 創業における策定支援 ④ DX推進セミナー開催・IT専門家派遣の実施 7. 事業計画策定支援後の実施支援に関すること ① 巡回訪問・窓口相談等におけるフォローアップ ② 事業承継等におけるフォローアップ ③ 創業者希望者・創業者へのフォローアップ 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ① 商談会・物産商談展への出展支援 ② 共同広告・チラシ・パンフレット等による新たな需要開拓支援 ③ ITの活用による新たな需要開拓支援
連絡先	幌延町商工会 〒098-3213 北海道天塩郡幌延町3条南1丁目1番地 Tel (01632) 5 - 1428 Fax (01632) 5 - 2516 E-mail : horonobe.syokoukai@aioros.ocn.ne.jp 幌延町 産業建設課 〒098-3207 北海道天塩郡幌延町宮園町1番地1 Tel (01632) 5 - 1115 Fax (01632) 5 - 2971 E-mail : sangyokensetsutown.horonobe.lg.jp

(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) 幌延町の現状と課題

①町の概要

幌延町は、北海道の北部に位置し、北緯 45 度線上にあって北方圏のほぼ南端にあり、稚内市まで 50 km の距離となっています。

明治 42 年には幌延村戸長役場が設置され、大正 8 年には 2 級町村制が施行され、幌延村と沙流村(豊富町)が合併して幌延村となりましたが、広範囲な行政区域であったため昭和 15 年に現豊富町である豊富村を分村し、幌延村になりました。昭和 35 年に町制が施行され、高度経済成長の流れにより産業経済、生活環境は大きく変わりました。

しかし、産業構造の転換、国鉄羽幌線廃止、国鉄民営化等社会・経済情勢の変化により、人口の流出に拍車がかかり過疎化が急速に進みました。昭和 56 年から過疎対策として、原子力関連施設の誘致活動を進め、平成 13 年幌延深地層研究センターが設置され、平成 18 年北進地区に深地層研究センターの地上施設が完成し、地下施設の立坑掘削工事が開始され、現在、地下 500m までの掘削を目指し深地層研究施設(令和 5 年度職員数家族併せ 80 名)を活用したまちづくりを展開しています。



出典：北海道

②人口動態

区分	昭和35年		昭和50年		平成2年		平成17年		平成27年	
	実数	増減率	実数	増減率	実数	増減率	実数	増減率	実数	増減率
総数	7,438	△ 38.6%	4,565	△ 27.1%	3,327	△ 16.3%	2,784	△ 12.1%	2,447	△ 12.1%
0歳～14歳	2,869	△ 61.4%	1,106	△ 39.2%	672	△ 47.3%	354	△ 9.6%	320	△ 9.6%
15歳～64歳	4,264	△ 26.6%	3,131	△ 29.0%	2,222	△ 19.1%	1,797	△ 17.8%	1,478	△ 17.8%
うち15歳～29歳 (a)	1,828	△ 39.8%	1,100	△ 57.3%	470	△ 19.1%	380	△ 27.4%	276	△ 27.4%
65歳以上 (b)	315	4.1%	328	32.0%	433	46.2%	649	2.5%	649	2.5%
(a) / 総数 若年者比率	24.6%	24.1%	—	14.1%	—	13.6%	—	11.3%	—	—
(b) / 総数 高齢者比率	4.2%	7.2%	—	13.0%	—	22.7%	—	26.5%	—	—

	令和元年 2019年	令和6年 2024年	令和11年 2029年	令和16年 2034年	令和21年 2039年	令和26年 2044年
0歳～14歳	281	254	217	194	169	147
15歳～64歳	1,334	1,186	1,090	1,004	911	798
65歳以上	685	672	635	567	515	489
合計	2,300	2,112	1,941	1,765	1,595	1,433

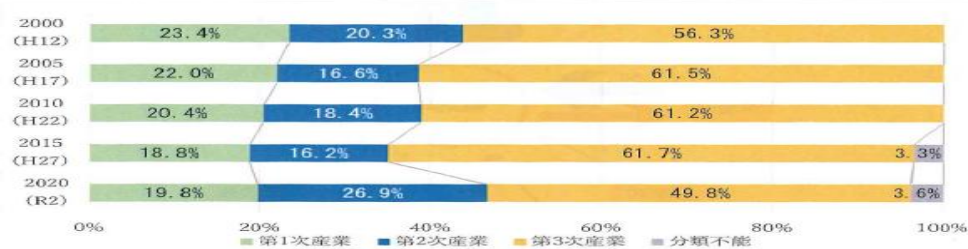
	令和31年 2049年	令和36年 2054年	令和41年 2059年	令和46年 2064年	令和51年 2069年
0歳～14歳	129	112	99	86	75
15歳～64歳	703	623	537	474	398
65歳以上	457	418	396	356	334
合計	1,289	1,153	1,032	915	808

出典：幌延町過疎地域持続的発展市町村計画

幌延町の人口の推移をみると、昭和 35 年 (7,438 人) から平成 27 年 (2,447 人) までの 55 年間に 67.1%減少していますが、近年ではその割合は鈍化の傾向にあります。年齢階級別にみると、昭和 35 年では総人口に占める若年者比率が 24.6%、高齢者比率が 4.2%であったのが、平成 27 年では若年者比率が 11.3%、高齢者比率 26.5%と少子化高齢化が進み、若年層が減少しています。

また、将来人口推計をみると、令和 11 年は 1,941 人、令和 21 年は 1,595 人になると想定されています。産業別就業別人口の推移では、生産人口の減少に伴い、昭和 35 年と平成 27 年を比べると第 1 次産業で 86.4%減、第 2 次産業で 49.4%減、第 3 次産業で 11%減となっています。特に第 1 次産業は離農、第 2 次産業においては、建設業の廃業や従業員の高齢化等による担い手不足により大きく減少し、今後、さらに人口減少が進むことにより、横ばい傾向にある第 3 次産業への影響も懸念され、更なる産業の縮小が予想されています。

③産業の現況（産業別就業人口の推移）



出典：国勢調査

平成 27 年から令和 2 年にかけて建設業の増加により、第 2 次産業の割合が増えています。産業別の割合を見ると、第 3 次産業が全体に占める割合が最も大きいものの、減少傾向にあります。また、就業者数は小売業、宿泊業、飲食業等が多くなっております。

④基幹産業（農林業）の現状

農業は、気候や土壌などの地域特性から酪農を基幹産業として発展してきており、農地の拡大や生産施設の近代化、優良牛の導入、大型機械の導入などの農業施策を展開し、天北地域でも有数の酪農地帯となっています。乳用牛頭数はおよそ 6,500 頭、生乳生産量は年間約 3 万トンで、搾乳される生乳は町内の乳業工場でバターや脱脂粉乳に加工され、全国へと出荷されています。

しかし、経営の大型化・近代化などへの投資に伴う経営の悪化や生乳の消費低迷など、情勢は厳しく、若者の農業離れや農業従事者の高齢化、離農が進んでいます。昭和 45 年には、農家戸数 297 戸ありましたが、令和 2 年度実績での農家戸数は 93 戸となっています。

農家戸数及び人口（※農業センサス）（戸、人）

	平成 17 年	平成 22 年	平成 27 年	令和 2 年
農家戸数	114	115	100	93
農家人口	497	431	358	241

林業は、町総面積の 63%を山林が占め豊富な森林資源を有していますが、林業コストの上昇のほか、担い手の減少や高齢化が進み、林業を取り巻く環境は厳しい状況にあります。

⑤観光の現状

幌延町には年間約 11 万人の観光客が訪れて、主な観光先として多種多様な動植物が生息する利尻・礼文・サロベツ国立公園「サロベツ原野」やトナカイを飼育しているトナカイ観光牧場(40 頭)を中心に夏の名林公園まつり・冬のトナカイホワイトフェスタ等のイベントを開催し、にぎわいを見せています。また、現在、幌延町では観光分野を担う地域おこし協力隊員を採用して、トナカイと花卉観光を重点的に取り組んでいます。観光協会では鉄道系資産を活用した、新たな観光資源の発掘や町産ミズナラ樽熟成ワインなど特産品の開発に取り組むとともに、近隣町村と連携した広域観光の推進に努めています。

幌延町における主な食資源としては、町の基幹産業である酪農業から生産される「生乳」や「トナカイ関連商品」、社会福祉法人で飼育・加工されている「合鴨製品」などがあげられます。幌延町産生乳は、町内にある乳業工場で、バターなどの加工品として製造されていますが、町内事業者による商品開発は進んでいない状況にあります。

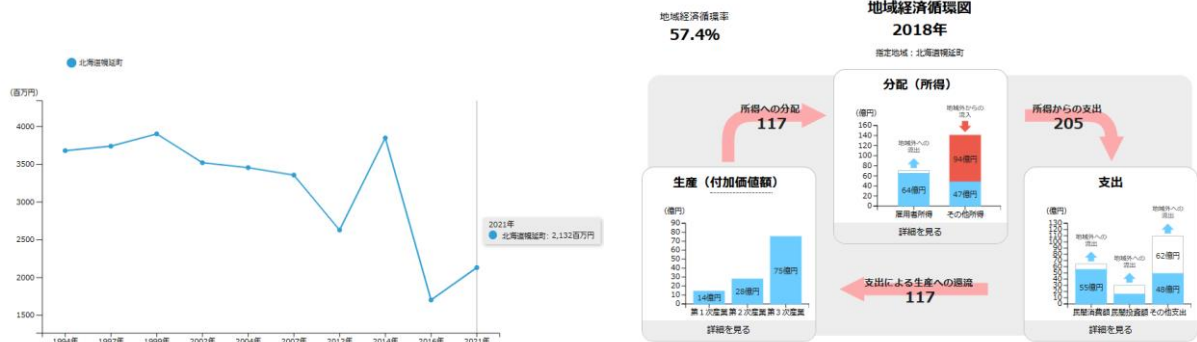
「トナカイ」や「ブルーポピー」といった他の市町村にない特徴のある観光資源はあるものの、観光入込客数は近年増加傾向に転じましたが、平成 15 年度の 141,200 人をピークに減少しています。今後も町内の魅力ある観光資源及び広域観光ルート等について、長期滞在者に向けた PR を図る必要があります。

観光入込数推移

	令和 1 年	令和 2 年	令和 3 年	令和 4 年	令和 5 年
道内	67,787	46,160	45,206	79,376	91,578
道外	30,260	15,891	11,923	19,438	23,511
計	98,047	62,051	57,129	98,814	115,089

出典：幌延町集計データ

⑥商工業の現状



出典：RESAS

地域商工業者の大部分は経営基盤の弱い小売業者であり、経営者の高齢化・後継者不足といった問題のほか、人口減少に加えてインターネットの普及や、近隣都市（稚内市）への専門大型店の出店などにより、2014年の年間販売額 38 億 4 千万円に対し、2021年には 21 億 3 千万円に減少しており、地元購買力の町外流出が進み、商業環境は厳しさを増しております。

また、衣料及び飲食料品小売業の廃業による減少が顕著であり、平成 16 年には商店数は 30 店舗ありましたが、令和 3 年には 18 店舗と 10 年間で 30%減少している状況にあります。

	小売業店舗推移			(件、人)
	平成 16 年	平成 21 年	平成 26 年	令和 3 年
小売業	30	26	24	18
従業員	120	105	100	97

(経済センサス)

建設業は、平成 15 年度には 19 社を数えていましたが、国の構造改革と公共事業費減少などの影響を受け、現在 15 社までに落ち込み、事業所・従業員ともに減少傾向にあり、雇用環境等も厳しい状況であります。また、従事者の約 8 割が 50 歳以上と高齢化が進み、担い手や後継者の育成・確保が課題となっています。近年では、深地層研究センターの立地に伴う下請けなどの受注により雇用に繋げ、冬季間での除雪受注も各企業の大きな収入ウェイトを占め、技術者を確保し通年型の雇用を進めています。

⑦小規模事業者の現状と課題

町民の消費者行動をみると平成 22 年の自動車専用道の開通により、稚内市への移動時間(自動車
で 50 分)が短縮され、これまでの休日のみの買物スタイルが曜日や時間帯を問わなくなった他、インターネットの普及に伴い通信販売の利用も急激に増えつつある状況です。

これにより、衣料品をはじめ、家電、生活雑貨日用品から飲食を扱う多くの町内小規模事業者が消費流出による影響を受けています。

上記の影響に加え、第 1 期計画では新規創業が 7 件あったものの、高齢化や後継者不在により、廃業の検討をしている事業者も多く、悪循環に陥っている状況です。

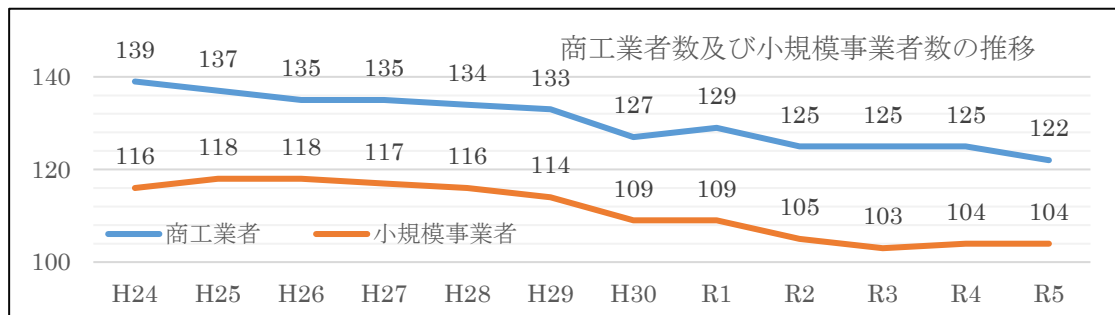
商工業者数及び小規模事業者数の推移をみると、いずれもこの 10 年間で事業者数が 10%以上減少している状況となっています。

このような状況の中、町内にコンビニエンスストア、中心部には Q マート、スーパーの店舗があることにより、消費者購買力を維持している部分はありますが、全体的に商品力や経営資源の乏しい地元の商店、食料品店、酒店、各種小売店等は毎年売上減少の一途を辿っている傾向にあるため、事業計画に基づいた盤石な経営基盤の確保と、域外需要獲得を見据えた新たな行動が必要です。また、人手不足等により営業時間の短縮や休業により、ますます地元購買力の町外流出が進むなど、商業経営は厳しさを増している状況にあることから、町ではプレミアム商品券の発行による域内消費の活性化に取り組んでおりますが、需要を捉えた商品力アップは喫緊の課題といえます。

また、既存事業者への支援と並行して、新規起業・開業を促す仕組みの構築を進めるとともに、少子高齢化や核家族化、高齢者のひとり暮らし世帯の増加など地域課題に対応したサービスについ

て考究し、町民の利便性向上を図ることにより、域内消費を増加させる必要があります。

加えて、町内の小規模事業者 104 件のうち、53%にあたる 56 件が経営者年齢 60 歳以上と高齢化が進展しており **事業承継問題** も大きな課題となっております。



業種別商工業者数内訳（令和5年度）

業種	製造業	建設業	卸小売業	飲食宿泊業	運輸通信業	サービス業	その他	合計
R26 商工業者数	5	25	31	19	8	26	21	135
小規模事業者数	4	16	30	18	8	21	21	114
R5 商工業者数	5	22	18	19	10	29	19	122
小規模事業者数	4	15	16	18	9	24	18	104
後継者不在事業者数	1	7	5	6	0	8	8	35
60歳以上の事業者数	2	8	7	13	2	12	12	56

(幌延町商工会実態調査)

⑧商工会における支援体制の現状と課題

当商工会では、地域に密着した唯一の総合経済団体として、地域内の小規模事業者が抱える諸問題の解決に積極的に取り組み、小規模事業者の総合的な振興発展と各種イベント等の開催及び参画、社会一般の福祉の増進を図ってきました。

小規模事業者が抱える諸問題への支援は、税務・金融・労務・経理に関する基礎的経営支援が中心で、特に記帳を含めた税務指導に重点を置いているのが現状です。

また当商工会は、事務局長を配置せず、経営指導員1名、補助員1名、記帳専任職員1名の3名体制となっております。

そのため、本来、事務局長が担うべき業務を経営指導員が兼務している状況であり、多様化する支援ニーズに対応するためには他の支援機関との連携を図らなければなりません。

小規模事業者は高齢化による後継者問題のみならず、近年消費者ニーズの多様化、人材不足など大変厳しい経営環境が続いており、そのような中、小規模事業者は本質的な経営課題解決に至らず、成り行き経営となっている事業者が多くいることから、事業計画の策定が求められます。

事業承継に関して問題や不安を抱えている事業者が多い中、円滑な事業承継を行う必要があります。また、創業者は近年少ないが町との協働により地域経済の新陳代謝を促し、かつ活性化に繋がっていくことが求められます。

地域の特性を生かした商品開発や消費者ニーズに合致した魅力ある商品開発や販路開拓と特産品づくりのブラッシュアップが必要であります。また、地域の特性や強みを生かした魅力ある店づくりの支援も必要と考えます。

したがって今後は、経営する上で抱えている問題や課題を引き出し、事業者に寄り添ってサポートすることが重要であり、当商工会としては、職員間で情報を共有できる環境を整備し、どのような課題に対してでも解決策を提案できる相談窓口となれるよう、職員の支援スキルを高めていくことが求められます。また、他支援機関や専門家等との連携により小規模事業者へ有益な情報提供やアドバイスができるネットワークを構築し、経営発達支援事業を実施していく必要があります。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

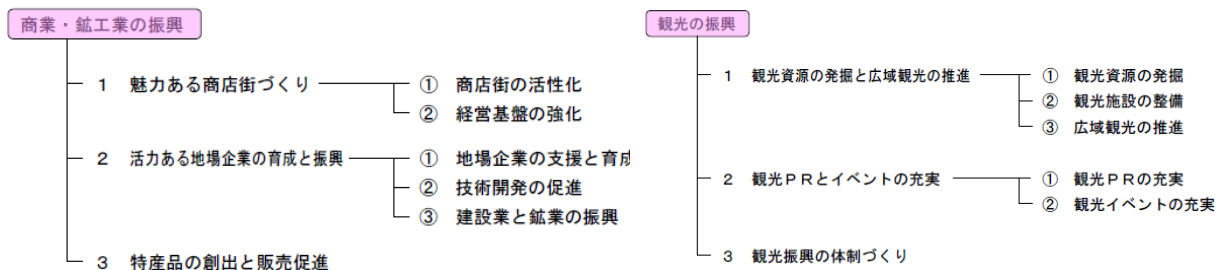
① 10年程度の期間を見据えて

前述した現状から、今後ますます人口の減少や少子高齢化が進み、地域内の消費需要の落ち込みが予想されます。当会としても地域経済を支えている小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取り組みに繋げていく事が重要と考え、そのためには自社の強みや弱みなどの課題を正確に理解し、事業者自らが課題解決に取り組めるようになること（自走化）が必要であると考えます。加えて、小規模事業者数の減少を食い止めるためにも、地域外からの需要の獲得に向けた販路開拓支援、創業者の掘り起こし支援を行う他、親族内承継や第三者承継支援を行い、後継者不在による廃業への対応を行います。

当会では、経営指導員による巡回・窓口支援の他、専門家とも連携し、「対話と傾聴」を行いながら、事業計画策定とその実行支援や販路開拓支援を実施することで、小規模事業者の経営基盤の強化と長期的持続経営を目指していきます。

② 幌延町総合計画との連動性・整合性

当町では、将来に向けて目指していく方向性・ビジョンとして「共に拓き、共に創り、未来へつなぐ！～笑顔と希望に満ちあふれるまち ほろのべ～」を基本構想に掲げ、商工業の振興施策は次のとおりとなっています。



起業及び事業承継支援と雇用の確保

地域特性を活かし起業や開業に挑戦を希望する人を支援するとともに、後継者がいないことで廃業に追い込まれることがないよう、円滑な事業承継の支援を検討します。

また、安心して働くことができる雇用の場を確保するため、企業誘致の推進や既存事業者の雇用及び正社員登用の拡大を図ります。

【具体的な施策とKPI】

具体的な施策	重要業績評価指標[KPI]	第1期実績
商工業等振興促進事業	補助件数 70 件 (第2期累計)	※参考 ・商工業活性化及び事業承継支援事業利用件数 49 件 ・新店舗開業件数 2 件 ・空き店舗活用支援事業利用件数 0 件 ・新規正規職員雇用増加数 0 名 ・先端設備等導入計画認定件数 2 件
商工業人材育成支援事業		
幌延町商工業経営力向上事業		
商工業雇用促進事業	補助件数 2 件 (第2期累計)	
先端設備等導入促進事業	先端設備等導入計画認定件数 2 件 (第2期累計)	

観光資源の活用と新たな魅力の発掘

本町の特色のある観光資源を最大限生かすとともに、地域おこし協力隊を活用しつつ、埋もれた地域資源を掘り起こし、観光資源化を図ります。特に、全国的にも希少な鉄道系資産を活用するとともに、地域産業と連携した「食」をテーマとした観光を推進するなど、幌延町でしか体験できない着地型観光の振興を図ります。また、これからの時代に沿ったまちの拠点の在り方について、引き続き検討を進めます。

【具体的な施策とKPI】

具体的な施策	重要業績評価指標[KPI]	第1期実績
トナカイ観光牧場運営の充実	入場者数年間 50,000 人 (第2期末)	入場者数年間 40,969 人
秘境駅の里「ほろのべ」の推進	鉄道系観光客数年間 2,000 人 (第2期末)	鉄道系観光客数年間 1,449 人
地域おこし協力隊の活用	観光関係協力隊導入者延人数 15 人 (第2期末)	観光関係協力隊導入者延人数 12 人

※第6次幌延町総合計画より抜粋

幌延町では第6次総合計画（前期：令和2年度～6年度（5年間））における商工業の基本目標を「活力と賑わいを創る」として、魅力ある商店街づくりと活力ある地場企業の育成と振興について掲げています。その中で地場企業の経営体質の強化と、後継者不在による廃業の減少を図るため、円滑な事業承継に係る支援、新規創業を促す仕組みの構築により、競争力の高い産業振興と地域経済の域内循環のしくみづくりを推進すると示しております。

また、恵まれた自然環境や美しい風景など地域資源を活かした観光振興等による交流人口の拡大を図るとともに、地域特性を活かした新産業の創出等により魅力あるしごとづくりを目指しているところです。

当会が示す長期的な振興のあり方は、対話と傾聴という事業者によりそう姿勢を基本として、事業計画策定支援や販路開拓支援を行うことで経営基盤の強化や販路開拓により商品（町）の魅力発信を行うことに加え、事業承継支援や創業支援により地域全体の持続的発展に取り組むものです。

これは幌延町総合計画が目指す地域及び商工業の振興の考え方と連動性・整合性があるといえます。

③ 商工会としての役割

商工会は、目的達成のために「小規模事業者が地域資源や自らのノウハウなど、それぞれの強みをしっかりと認識したうえで、お客様から支持される経営体質への転換を促進し、あわせて後継者不在で廃業することのないよう事業承継支援に取組み、さらに関係機関との緊密な連携を図りながら観光振興に取り組むこと」が10年先まで商工業が地域の中で存在感を発揮して事業活動ができることであるとの認識に立って支援を行っていきます。また、地域総合経済団体として、伴走型支援を重視してそれぞれの事業者にあったきめ細やかな支援を行い、事業者の経営力向上を目指し経営の持続的発展や販路開拓を各関係機関と連携しながら取組みます。

(3) 経営発達支援事業の目標

前述で示した小規模事業者に対する長期的な振興のあり方を具現化するために、幌延町との連携のもと、事業者の自立した経営を促すための取組みを伴走して支援することで、経営体質の強化・転換を図ると共に、町外からの需要を取り込むため、消費者ニーズに対応した経営の推進を支援していく必要があると考えます。

また、地域で必要とされていながら後継者不在を理由にした廃業は地域の活力の低下をもたらすことから、事業承継支援を行っていきます。

加えて、地域の特色を活かし、地域資源を活用した特産品の加工・開発による二次産業、三次産業、六次産業と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や交流人口の増加に寄与することで、関係機関と連携しつつ地域経済の活性化を図り、魅力あるまちづくりを目指します。

そのため、本事業における目標を下記のとおり掲げます。

- ① 小規模事業者との対話と傾聴に重きを置き、実効性の高い事業計画に基づく経営力の強化・再構築による売上増加・利益拡大を目標とする。

【事業計画策定事業者数 10者 / 5年】

【支援した事業者の利益率増加目標 3% (対前年)】

- ② 事業承継・創業計画の策定を通じた地域の商機能を持続、小規模事業者の減少を抑制する。

【新規創業・第二創業者目標 5者 / 5年】

【事業承継者数目標 5者 / 5年】

- 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を目標とする。

【商談会・物産展出展支援目標 10者 / 5年・売上増加率 3% (対前年比)】

【共同チラシ等の販路開拓支援目標 25者 / 5年・売上額 10万円 (年)】

【ITを活用した販路開拓支援目標 15者 / 5年・売上増加率 3% (対前年比)】

④ 【地域への裨益目標】

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す。

また、地場産品や自然などの地域資源を利活用した小規模事業者の活性化を図る支援を実施することにより、地域ブランドの推進と観光交流人口を取り込み、関係人口の増加を目指す。

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、目標の達成方針

(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) 目標の達成にむけた方針

経営発達支援事業の目標を達成する為の方針を次のとおり定め、事業を実施していく。

<基本目標①>

「小規模事業者との対話と傾聴に重きを置き、実効性の高い事業計画に基づく経営力の強化・再構築による売上増加・利益拡大」に対する方針

劇変する環境変化に対応し経営改善・事業継続を実現していくうえで、事業者自身が自社の本質的課題に対して、深い納得感と当事者意識を持ち、潜在力を発揮しながら自らが事業計画を実行し、自立的に経営力を強化していく必要があります。

そのためにも、支援対象者の掘り起こしからフォローアップまで一貫して、職員が「対話」と「傾聴」の基本姿勢に臨むことで、事業者の「気づき」と「腹落ち」を得ながら、支援の入口となる「課題設定」から課題に応じた多様な課題解決策の提案、専門家・関係機関との連携により「課題解決」に向け適切な意思決定をサポートします。

また、計画実行に係るフォローアップ支援については、策定する計画の内容や進捗状況に応じて支援頻度を設定し、計画的かつ細やかな支援により計画の実行性を高めることで、事業者の売上増加・利益拡大を目指します。

<基本目標②>

「事業承継・創業計画の策定を通じた地域の商機能を持続、小規模事業者の減少を抑制する」に対する方針

当町の小規模事業者は、高齢化が進み、後継者の目途がたたない事業者も多く見られることから、小規模事業者の減少に歯止めをかけるため事業承継、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、経営者との対話を促し事業承継計画の策定を支援します。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・引継ぎセンター等の専門家と連携し支援します。

創業支援については、幌延町と連携を強化しながら空き店舗の活用促進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。将来的な自走化のための内発的動機づけを行い、潜在力を引き出しながら事業継続を実現させ、小規模事業者の減少を抑え地域の経済の維持・発展に努め目標の達成を目指します。

<基本目標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

多様化する消費者ニーズや需要動向を把握・分析しその結果を基に新たな商品やサービスの開発・改良をすることが重要となることから、需要動向調査に基づき消費者ニーズを踏まえた中でターゲットの設定やコストや経営資源等についてしっかりと事業計画に反映させ、新たな開発とブラッシュアップ支援・販路拡大支援に繋げ、対象事業者の売上・収益アップを図ります。また、個者に応じてホームページ・ECサイト・SNS・PR動画などITの活用や、紙面によるPR、物産展・商談会への出展支援など、支援手法を使い分けることで、より効果的な支援により目標の達成を目指します。

<地域の裨益目標④>に対する方針

幌延町等の関係機関との連携を強化し、円滑な事業承継・創業を促進することで小規模事業者数の減少に歯止めをかけ、地域商業機能と雇用を維持するとともに、自然や地場産品など地域資源を活用した商品やサービスの開発・付加価値向上・販売促進を支援することで、地名度の向上が図られ、観光関係人口増加・にぎわいの創出に繋がります。

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

第1期事業では、地域内の全小規模事業者を対象に企業動向についてのアンケートや経済センサス基礎調査・町の統計資料・金融機関が発行している地区内経済概況・小規模企業景気動向調査などから経済情報を収集し、内部資料としての利用に留まっておりました。第2期事業では小規模事業者への有効な情報提供を行うためビックデータを活用した情報を収集し、地域経済動向を的確に把握・分析し、身近な情報として関心をもっていただき、事業計画の策定へと繋げていきます。

(2) 目標

支援内容	現状	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
① 景気動向分析結果の公表回数 (公表方法：HP掲載)	2回	2回	2回	2回	2回	2回
② 地域経済分析結果の公表回数 (公表方法：HP掲載)	—	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

①景気動向調査

景気動向を近隣地域に絞って把握するため、全国商工会連合会の「小規模企業景気動向調査」(北海道分)、日本政策金融公庫旭川支店の「小企業動向調査結果」と、稚内信用金庫が発行する「景況レポート」の各項目を整理・分析し年に2回情報提供し、事業計画の策定へ活用します。

【調査手法】各支援機関等から提供される調査報告を活用します。経営指導員等が各調査資料から近隣地域に特化した景況感を比較分析及び各調査項目の推移等を整理して情報提供します。また、必要に応じて稚内信用金庫幌延支店や日本政策金融公庫旭川支店等と連携して調査分析を行います。

【調査対象】全国商工会連合会「小規模企業景気動向調査」
日本政策金融公庫「小企業動向調査」
稚内信用金庫「景況レポート」

【調査項目】景気動向(業況、売上高、資金繰り、採算性)、設備投資、経営上の問題点等

②地域経済分析システム「RESAS」の活用

小規模事業者を取り巻く環境を把握し、将来の事業活動や経営判断等の基礎資料として活用できるように、国が提供する「RESAS」(地域経済分析システム)を活用し、地域の経済動向を分析し、年1回情報提供し、事業計画策定へ活用します。

【調査項目・分析手法】

- ・地域経済循環マップ：地域経済の循環を把握し、お金の流入の状況等を分析。
- ・産業構造マップ：経済を支えている主要産業等の状況を分析。
- ・観光マップ：観光人気度(注目度)を分析。
- ・まちづくりマップ：地域別の滞在人口・通期通学人口等を分析。

※調査結果をふまえて、観光業等の取り巻く外部環境とします。

(4) 成果の活用

①調査結果は、ホームページに掲載し、広く地域内事業者等に周知します。

②経営指導員等が巡回訪問を行う際の参考資料や経営状況分析、事業計画策定時における外部環境データとして活用します。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

第1期目では、展示・商談会や町内イベント等を通じて、バイヤーや飲食関連事業者・来場者に対して、簡単な聞き取りアンケート調査を実施し、その収集・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等の改善につな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た事業計画の策定までには至りませんでした。上記を踏まえ第2期事業では、展示会や商談会に対するアンケート調査については、調査項目及び内容を個社ごとに専門家等からアドバイスを受け、分析した調査結果が新たな販路開拓や既存商品の改善への参考となるような支援が重要となります。また、従来とは異なる消費者ニーズが生じることも考えられることから引き続き商品・メニュー・サービスの改善や見直しのための調査を実施する必要があります。

(2) 目標

支援内容	現状	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
① 地場産品を活かしたメニュー改良・開発調査対象事業者数	5者	5者	5者	5者	5者	5者
③ 展示・商談会での需要動向調査対象事業者数	1者	1者	1者	1者	1者	1者

※①現状の対象事業者数は、過年度に事業計画策定を支援した事業所を含む

(3) 事業内容

①地場産品を活かしたメニュー改良・開発調査

小規模事業者の提供する食事メニューが、幌延町に訪れる消費者ニーズに沿っているのかを把握するため、個者ごとに調査を行います。

【対象事業者】 宿泊、飲食業などを対象とします。

【調査手法】 店舗ごとにアンケート用紙や回収率を上げるためアンケートシステム等を活用し、来店されるお客様に対し調査します。

【サンプル数】 50件程度

【調査項目】 属性（居住地、性別、年齢）味、価格、地場産品を羅列（素材選定）

※5段階評価で調査し、事業者の要望に応じて項目を追加。

【結果の活用】 経営指導員等が集約し分析を行った上で、調査結果を当該小規模事業者並びに同様の商品等を提供する事業者へフィードバックし、改良・開発に繋がります。

② 展示・商談会での需要動向調査

広域需要に対応することができる商品・サービスを商談会等に出展した際、来場したバイヤーに対し、アンケート調査を実施します。

【対象事業者】 ※特産品製造業者、食品小売業、特産品販売小売業などを対象とします。

【調査手法】 経営指導員等がヒアリングによるアンケート調査を行います。

【サンプル数】 1商品あたり50件程度

【調査項目】 商談会：味、価格、見た目、内容量、パッケージ等

【結果の活用】 経営指導員等が集約し分析を行った上で、調査結果を当該小規模事業者並びに同様の商品等を提供する事業者へフィードバックし、商品の改良・開発に繋がります。

【想定商談会】 北海道商工会連合会主催「北の味覚再発見」、「なまらいいっしょ北海道フェア」を想定

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

第1期事業では、小規模事業者に対する経営分析の支援は、経営分析セミナーや専門家等による個別相談を実施し、自社の経営状況の把握や課題解決に向けた取り組みの提案などを実施し、一定の成果を得ました。

今後も第1期事業と同様に、専門家による個別相談会を開催し事業者ごとに支援を行います。事業者との対話と傾聴により、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繋げていきます。

(2) 目標

支援内容	現状	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
経営分析セミナー 個別相談会開催件数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
経営分析事業者数	3者	4者	4者	4者	4者	4者

(3) 事業内容

①経営分析セミナーの開催

事業者が経営内容を見直すことができるよう、自社の置かれている状況の分析を行い、経営力強化に繋げることができるよう支援を行います。

また、日々経営環境が変化していることを踏まえ、地域内外の需要等、外部環境を把握した上で分析を行い、事業計画の策定まで繋げることができるよう支援を行います。

【募集方法】 ホームページでの周知、広報・巡回・窓口での開催案内

【開催回数】 年1回

【参加者数】 10者/回

【支援対象】 ・自社の経営状況の把握・分析に意欲のある事業者
・事業計画策定や補助事業の活用を考えている事業者 等

【講師】 中小企業診断士等

【内容】 経営分析の必要性、財務分析、事業性分析 ※必要に応じて個別相談会を開催

②巡回訪問・窓口相談による経営分析

セミナー参加事業者を中心に経営指導員等が巡回訪問や窓口相談時に、現在の財政状況等から問題点を分析することによって経営の現状を診断します。また、必要に応じて中小企業診断士等と専門家と連携し、現状をより正確に把握することで課題に対処するための事業計画策定に繋がります。

【分析項目】 定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「非財務分析」の双方を行います。

《財務分析》 直近3期分の収益性、生産性、安全性及び成長性の分析

《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、機会の整理

(内部環境) 商品、製品等、知的財産、仕入・取引先、人材、後継者、ITの活用状況 等

(外部環境) 商圏の人口、人流、競合、業界動向

【分析手法】 主にセミナー参加者を対象に経営指導員等が巡回支援・窓口相談を通じて経済産業省の「ローカルベンチマーク」「経営デザインシート」等を活用し必要に応じて専門家を招聘し知見を参考に経営分析を行います。

(4) 分析結果の活用

分析結果は、経営指導員等が巡回訪問・窓口相談時に対象事業者へフィードバックし、抽出された経営課題に対応する事業計画の策定支援に活用します。また、事業所ごとの課題等の情報は、経営支援ツールである ShokoBiz 等で管理するとともに、職員間で共有し地域内小規模事業者の課題・傾向等の分析に活用します。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

第1期事業では、コロナ禍の影響もあり補助金の申請や融資斡旋時等の支援が中心となりました。経営の発展をするためには、事業計画は単なる金融機関等への提出書類としてではなく、将来ビジョンと経営理念を実現するためのツールとして事業計画の策定をすることが重要です。このことから第2期事業では、小規模事業者がこの厳しい経営環境の中、経営課題を解決して安定した経営を行うためにも、対話と傾聴を通じて自ら事業計画を策定して自社の取り組むべき事業展開の把握を行えるよう支援します。

(2) 支援に対する考え方

経営分析支援をした事業者を対象に、事業計画策定支援を行うことでビジネスプランに基づく経営改善を図り、小規模事業者を取り巻く経営環境への対応、またDXセミナーを通じた競争力の強化により持続的発展を目指します。特に事業承継・創業を希望する小規模事業者に対し、円滑な支援が行えるよう、関係機関と連携を図りながら継続的に実効性のある計画策定支援を行います。さらに、日常生活の維持に不可欠な業種の減少は地域の利便性の低下による人口流出に繋がり、その結果、購買力の低下等にも繋がるため、事業承継・引継ぎ支援を行い、地域の商業機能の維持を図ります。

(3) 目標

支援内容	現状	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
事業計画策定事業者数	2者	2者	2者	2者	2者	2者
事業承継計画策定事業者数	1者	1者	1者	1者	1者	1者
創業計画策定事業者数	0者	1者	1者	1者	1者	1者
DX推進セミナー開催回数	0回	1回	1回	1回	1回	1回

(4) 事業内容

①巡回訪問・窓口相談等における策定支援

経営状況の分析を行い事業の成長・持続的発展、IT導入や新たなメニュー・商品開発等を目指そうとする小規模事業者に対し、本計画で収集した情報や分析結果から見た、本質的な問題点や解決すべき課題の把握と強みを更に伸ばせる事業計画策定支援を行います。また、事業に必要な資金調達や補助金申請等の際に、迅速に対応できるよう伴走型支援を実施します。

【支援対象】 経営状況の分析を行った小規模事業者

【支援手法】 経営指導員等の巡回訪問・窓口相談を通じて経営課題に向けた支援を行い、各種調査、経営の状況分析結果を踏まえた事業計画の策定支援を実施します。必要に応じて中小企業診断士などの専門家と連携し、知見を参考に実行可能な事業計画の策定支援を行います。事業計画策定者数：年2者

②事業承継等における策定支援

円滑な事業承継を行うため、経営指導員が巡回訪問・窓口相談を通じて現状の課題や事業承継に向けて必要な事項を明確にし、事業承継計画策定の支援を行います。また、高齢でかつ後継者がいない事業者については、経営者の承継に対する意向を把握したうえで、第三者承継に向けたマッチング支援を実施します。なお、支援の際は中小企業診断士等の専門家の招聘、または北海道事業引継ぎ支援センター等の支援機関と連携することにより、専門家の知見もふまえた実効性の高い事業計画策定支援に繋がります。事業計画策定者数：年1者

③創業における策定支援

経営指導員が巡回訪問・窓口相談を通じて支援対象者に、創業の心構え、許認可各種届出、資金調達など幅広い準備等と事業計画策定の支援を対象者に対し継続的に行います。また、幌延町と情報共有などの連携体制を構築し、行政や当会からHP ページ等を通じた空き店舗情報の発信や創業希望者に対する総合的な支援を行います。業計画策定者数：年1者

④DX推進セミナー開催・IT専門家派遣の実施

(ア) セミナーの実施

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

【支援対象】小規模事業者

【募集方法】ホームページで広く周知、広報・巡回・窓口相談等時に案内

【講師】ITコーディネーター、中小企業診断士等

【回数】1回/年

【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

(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活用による売上アップ等が見込める事業者に対して、経営指導員による談対応・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・窓口相談等時に案内

【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

第1期事業における事業計画策定後の支援では、事業計画策定を支援した事業者に対して四半期ごとのフォローアップを実施してきたものの、刻々と変わる制度や経営環境に対応した事業計画の見直しの必要がありました。今後も第1期事業と同様に、職員全体で情報共有を行い、計画的な巡回訪問による支援や中小企業診断士等の専門家と連携しながら策定した事業計画の見直しを行っていきます。

(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巡回訪問等により確認し、対話と傾聴を通じて経営上の悩み等を共有することで、事業者自らが計画的な事業の実行に納得し、自立した経営に取り組むことができるよう引き続きフォローアップを行います。また、当会が導入する経営支援ツール ShokoBizによるデータの蓄積を管理し、事業計画の進捗状況や経営状況の変化に応じて、訪問回数を増やし集中的に支援すべき事業者と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障のない事業者を見極めた上で、フォローアップ頻度を設定します。

(3) 目標

支援内容	現状	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
事業計画策定者フォローアップ数	2者	2者	2者	2者	2者	2者
頻度(延回数)	2回	8回	8回	8回	8回	8回
事業承継計画策定者フォローアップ数	1者	1者	1者	1者	1者	1者
頻度(延回数)	2回	12回	12回	12回	12回	12回
対前年比利益率3%以上増加の事業者数	0者	3者	3者	3者	3者	3者
創業計画策定者フォローアップ数	0者	1者	1者	1者	1者	1者
頻度(延回数)	0回	6回	6回	6回	6回	6回

(4) 事業内容

①巡回訪問・窓口相談等におけるフォローアップ

事業計画を策定した事業者を対象に、年4回経営指導員等が独自様式のフォローアップシートを用いて巡回訪問等を実施し、策定した計画が着実に実行されているか「外部環境の変化」「計画実現上の課題解決」「資金繰り等」についてヒアリング、継続的にフォローアップを行います。なお、進捗状況が芳しくなく事業計画との差異が生じた場合には、中小企業診断士等の専門家と連携し今後の対策方針を検証し、必要に応じてフォローアップ頻度の変更等を行います。

また、融資が必要となった事業者には「小規模事業者経営改善資金(マル経)」等の活用のための支援、補助金申請を要望する事業者には「小規模事業者持続化補助金」等の補助事業活用のための支援を行います。さらに、融資及び補助金を活用した事業者に対しては、四半期ごとに必要に応じてフォローアップ頻度を変更し、調達した資金が効果的に活用されているかどうか等の検証を行います。

②事業承継等におけるフォローアップ

事業承継における体制整備や手続き等が完了するまでは、月1回程度の巡回を通じて支援し、その後は年4回の頻度で進捗状況の確認を行います。また、事業の進捗状況や計画と大幅な差異等が生じた際には、中小企業診断士等の専門家と連携し軌道修正や新たな提案等、個社に応じて支援を行います。

③創業者希望者・創業者へのフォローアップ

経営が安定するまでには時間がかかることから、細かな支援を心掛け、2ヶ月に一度(年6回)の頻度で巡回訪問を通じて状況確認を行い。計画と大幅な差異等が生じた際には、中小企業診断士等の専門家と連携し、軌道修正や新たな提案等、個者に応じた支援を行います。

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

第1期事業では展示会や商談会等の開催周知により、域外への需要開拓希望者を掘り起こしながら出展に繋げ、一定の成果をあげています。また、紙媒体での誘客においては域内消費喚起事業と共同でのPRや域外需要の獲得に向けた情報誌への掲載など、新規顧客の獲得、売上の増加に繋げました。一方、高齢化や知識不足等の理由から、多くの事業者がITツールを活用できていない状況にあります。このことから第2期事業では、引き続き商談会・物産展への出展支援や紙媒体等での販路開拓支援を行うとともに、苦手意識を克服しながらITを活用した新たな販路開拓支援を実施します。

(2) 支援に対する考え方

<商談会・物産展等への出展支援について>

地域資源を活用した新商品、新サービスにより域外へ販路開拓を目指す小規模事業者に対し、出展支援を実施します。出展支援については、状況に応じて専門家と連携して事前・事後の対応方法や、自社や自社商品のPR資料の作成支援、出展時にはバイヤーやターゲット層への需要動向調査も併せて支援を行います。

<共同チラシ・パンフレットの作成による販路開拓支援>

当町の課題である、他市町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1期事業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共同チラシ・パンフレットを作成します。作成した広報物については、情報紙への掲載や町内の新聞や町の広報への折り込み、交流人口の多い近隣町村の道の駅等へ配置します。

<ITを活用した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開催により、理解度を深め自社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ECサイトでは売上と利益向上には直接繋がりにくいため、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

支援内容	現状	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
①商談会(1) 出展事業者数	—	1者	1者	1者	1者	1者
成約件数/者	—	1件	1件	1件	1件	1件
②物産商談展(2) 出展事業者数	2者	2者	2者	2者	2者	2者
売上額	8万円	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
③共同チラシ等 広告掲載事業者数	5者	5者	5者	5者	5者	5者
売上額	6万円	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
④ITの活用による需要 開拓実施事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者
売上増加率(%)	—	3%	3%	3%	3%	3%

※①「北の味覚、再発見!!」(BtoB)、②「なまらいいっしょ北海道フェア」(BtoC)

※②③の売上額目標額は第1事業の実績を基に設定

(4) 事業内容

①商談会・物産商談展への出展支援 (BtoB、BtoC)

多くの小規模事業者は、バイヤーとの商談機会を持っておらず、自社の商品を評価される機会がありません。このことから意欲的な事業所に対して物産商談展への出展を支援し、新たな販路の開拓支援を行うとともに、中小企業診断士等の専門家と連携しながら消費者やバイヤーからの意見を個者ごとに整理・フィードバックすることで「売れる商品づくり」への支援を行います。

- 支援対象 : 地域外へ販路拡大を目指す事業計画を策定した小規模事業者
想定物産展 : (1)「北の味覚、再発見!!」(北海道) (BtoB)
(2)「なまらいいっしょ北海道フェア」(東京都) (BtoB、BtoC)
主催・共催 : (1) 北海道商工会連合会
(2) 北海道移住交流促進協議会/北海道商工会連合会
開催時期 : (1) 10月、(2) 11月
規模 : (1) 出展者 30 商工会 59 事業所
来場バイヤー116 社、229 名
(2) 出展者 21 商工会 40 事業所
来場一般消費者、流通バイヤー、関係機関 20,000 名

【支援内容】

- 出展前 : 出展ブースレイアウト、販売促進手法支援
出展時 : アンケート調査、陳列等のサポート
出展後 : 商談先等へのアプローチ支援、アンケート調査の分析結果に基づく商品の改良・新たな商品開発等への支援

②共同広告・チラシ・パンフレット等による新たな需要開拓支援 (BtoC)

飲食・宿泊・サービス業等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、新メニューやテイクアウト等の情報をまとめて情報紙への掲載や「共同チラシ・パンフレット」を制作し、情報誌や新聞広告、町内外主要観光施設等に常設し、来町者に情報提供することで集客力を高める支援を行います。また、需要動向調査に基づき掲載先・配布先等を選定することでより効果を高めます。

ア. 支援対象者

事業計画策定小規模事業者 (飲食業・宿泊・サービス業等)

イ. 掲載内容

店舗情報 (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等)

③ITの活用による新たな需要開拓支援 (BtoC)

新たな生活スタイルに応じた販売手法が定着する中、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。

これまでもSNS等は活用されていますが、想定するターゲットに向けた販売手法に関し、取組む事業所は少なく効率的な販売スタイル確立のためにも、専門家を交えて、より効果的な取組みを行わなければなりません。

これらを踏まえ、DX推進に向け意欲的な小規模事業者に対し、無料でホームページが作成できるツール「グーペ」等を活用した作成支援を通じて、ターゲットに向けたや商品・サービス等の魅力を発信し、さらに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・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、より戦略的な売上拡大に向けた支援を行います。

- 支援対象 : IT活用による販路開拓を目指す事業計画を策定した小規模事業者
支援手法 : 専門家と連携し、グーペ (無料HP作成サービス)、カラーミー (ECサイト作成サービス)、各種SNSサービス等を活用した販路開拓支援

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

毎年度1回、評価委員会を開催し、経営発達支援事業の実施状況及び成果について事業の評価・検証を行ってきました。

第2期事業においても、引き続き事業の進捗状況の確認を定期的に行うとともに、評価委員会による評価を行います。

(2) 事業内容

①事務局会議の開催

事務局内で、3ヶ月ごとにPDCAサイクルにて進捗管理・目標設定の確認、見直しにより、問題点の改善を行います。なお、事業の実施状況を定量的に把握するため、基幹システムや経営支援ツール上のデータ入力を適時・適切に行い、管理することで職員間での情報共有を図り実施状況の確認と把握を行います。

②評価委員会の開催

商工会法定経営指導員及び幌延町担当課長・担当課係長・稚内信用金庫幌延支店長等の外部有識者をメンバーとする「評価委員会」を年1回開催し、経営発達支援事業の進捗状況等について評価を行います。なお、評価結果は理事会等で役員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とともに、当商工会のホームページにて公表し、地域の小規模事業者等がいつでも閲覧可能な状況にします。

10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

小規模事業者を取り巻く環境は不確実性が高まっており、求められるニーズは高度化・多様化しています。これに対応すべく職員の経営支援能力及び資質向上対策として、北海道商工会連合会職員研修体系に基づき全職員が研修を受講して支援力向上に努めています。

しかしながら、単なる情報の収集や知識を得ることに留まっており、また、職員間で情報の共有に対する意識が低かったことや、研修で得た知識をOJTやOFF-JTなどで活用することが少なかったのが現状となっています。

第2期事業では、商工会内のDXの推進により企業情報や新たな施策内容を共有し、職員の資質向上と支援ノウハウの習得に繋げていきます。

(2) 事業内容

①外部講習会への参加

第1期事業に続き、北海道商工会連合会や中小企業基盤整備機構が定期的実施する経営支援や情報発信手法等に関する研修に各職員が参加することで、職員個々の資質向上に努めます。

研修受講後には職員間の定期ミーティングにおいて受講者が研修内容について報告を行うことで支援ノウハウの共有に繋がります。

また、DX推進に向けて職員全体の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セミナー等に積極的に参加します。

【想定されるDX推進に向けたセミナー】

○業務効率化等の取組に向けたセミナー

クラウド化、電子マネー商取引等のITツール、情報セキュリティ対策等

○需要開拓等の取組に向けたセミナー

ホームページ等を活用した情報発信等

②OJT制度の導入

経営指導員が巡回指導や窓口相談業務を行う際、補助員もしくは記帳専任職員が同席して、支援のための知識とノウハウを習得するため、OJTを積極的に実施し組織全体としての支援能力の向上を図ります。

③職員間の定期ミーティングの開催

研修や情報交換で習得した支援ノウハウについての職員間で共有することや支援担当者として、研修で学んだことが実際の業務に反映されているか検証するために3ヶ月ごとに経営発達支援進捗会議を開催し、意見交換等を行うことで職員の支援能力の向上を図ります。

また、全職員がDX推進に向けて相談や指導能力の向上を図るために、定期ミーティングにあわせて、セミナーに参加した職員が講師となる職場内研修を実施します。

④データベース化

全職員が基幹システムや経営支援システム上のデータ入力を適時・適切に行い、支援中の小規模事業者の状況等を相互共有できるようにすることで、担当外の職員でも一定レベル以上の支援ができる体制を構築します。さらに、データとして支援実績、ノウハウ等を蓄積することにより職員全体の支援能力向上に繋がります。

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

他の支援機関との連携については、専門家派遣によるものなど機会が限られており、支援ノウハウ等の情報交換はあまり行えていなかったのが現状となっています。

これまでと同様、専門家派遣を積極的に活用しつつ、支援の現状、問題解決方法について各支援機関と連携し、高度で専門的なノウハウを吸収していくための情報交換を積極的に行うことが課題となっています。

(2) 事業内容

①幌延町・町内産業団体との連携・情報交換

幌延町とは地域経済状況・助成事業活用状況などの情報交換を行っておりますが、今後は、これまで以上に小規模事業者対策に向けた検討を行うため、本発達計画で得る地域内小規模事業者の経営状態と経営分析についての情報を、町及び町内産業団体と共有し、地域の実情に合わせた事業の実施や地域資源を活用した活性化事業を連携して行いながら、小規模事業者の持続的な維持と発展を図ります。 (頻度：年1回)

②広域連携協議会での情報交換

天塩郡4商工会広域連携協議会(遠別町、天塩町、豊富町、幌延町の4商工会で形成)により支援ノウハウや支援状況または支援事例についての情報交換を行い、支援力のレベルアップを図ります。(頻度：年4回)

③金融機関との連携・情報交換

稚内信用金庫や日本政策金融公庫から経済動向、経済指標の情報提供をいただいているが、さらに金融機関が得られる小規模事業者の経営状況や金融支援策についての情報交換を行うことで、指標等から読み取ることの出来ない地域の経済状況を把握し、小規模事業者の経営発達に資するより適切な金融支援が行えるよう努めます。(頻度：年2回)

1 2. 地域経済の活性化に資する取組みに関すること

(1) 現状と課題

当町においての地域経済活性化の取組みは、各関係機関の単独的な事業の実施によるものが多く、集客イベントの際に連携するだけで効果的な地域経済の活性化には至っていなかったことから、従来のイベント運営方針を見直し魅力ある形に転換していくことが課題となっています。

第2期事業では、行政や関係機関団体等との連携を深め、まちとしての一体感を高めるとともに、既存事業の発展とさらなる地域経済の活性化を図る取組みが必要です。

(2) 事業内容

小規模事業者の事業活動を側面的に支援するためには、人を呼び込む仕組みづくりを行い事業者にとって良好な環境を整備することが重要です。

そこで、「幌延町まち・ひと・しごと創生会議」（構成員：幌延町、金融機関、観光協会、建設協会、飲食組合、商工会等：適宜開催）を通じて、観光客の誘引による小規模事業者のビジネスチャンスの創出や地域資源を活用した新商品の開発に向け取り組みの方向性を共有し、新たな取組を検討することで、観光・交流人口の増加による地域のにぎわいの創出を図ります。

①一過性のイベントから販促型イベントへの転換

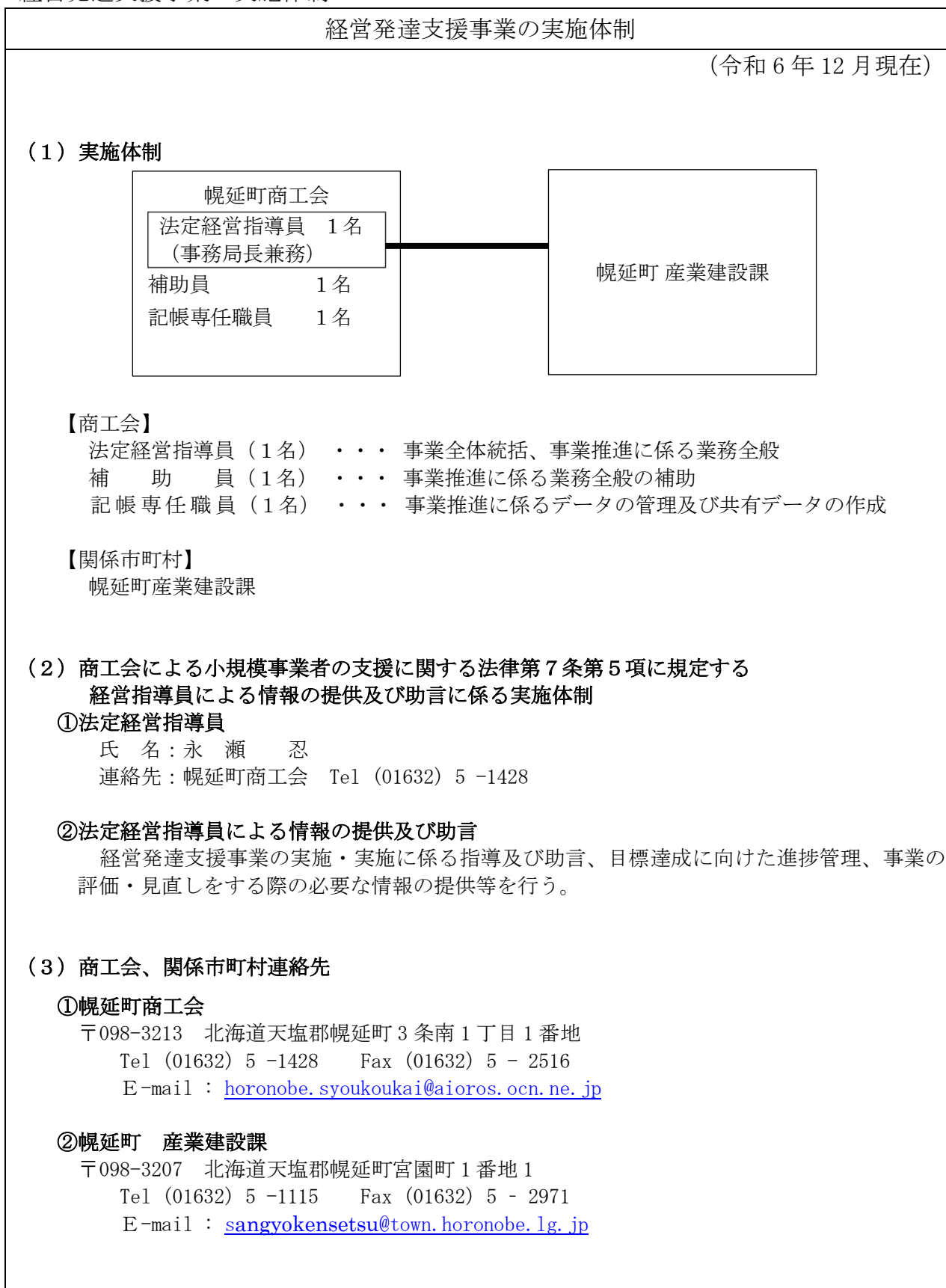
本商工会を中心として行っている販促イベントは、一時的な集客に留まり、継続的な店舗集客には繋がっていないことから、今後は効果的な販促型イベントへの転換を行うため「ほろのべ名林公園まつり」など、各関係機関の主催イベント含め、幌延町の知名度のアップを図ることで、観光・交流人口の増加による町内小規模事業者のPR機会の創出、新たな顧客獲得による売上拡大を図ります。

②広域連携協議会の活用

天塩郡4商工会広域連携協議会において、4町連携PR事業を行うことで「新たな観光ルートの開発」や「商業地区への誘導」等により、観光客の誘引による観光・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、PR事業の際に個者アンケートに取り組み、結果をフィードバックすることで、既存商品のブラッシュアップや新商品・新メニュー開発に繋げ、小規模事業者の売上・利益の向上を図ります。

(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	1,050	1,050	1,050	1,050	1,050
地域経済動向調査	50	50	50	50	20
需要動向調査	100	100	100	100	30
経営状況の分析	150	150	150	150	100
事業計画策定支援	150	150	150	150	200
事業計画策定後の支援	150	150	150	150	200
新たな需要の開拓支援	300	300	300	300	600
事業の評価見直し	50	50	50	50	20
経営指導員等資質向上	50	50	50	50	30
地域経済活性化の取組	50	50	50	50	30

(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 道補助金 町補助金 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。

