

経営発達支援計画の概要

実施者名	新冠町商工会（法人番号 6430005009252） 新冠町（地方公共団体コード 016047）
実施期間	令和 8 年 4 月 1 日～令和 13 年 3 月 31 日（5 年間）
目標	【目標 1】小規模事業者の経営力向上と DX 推進 【目標 2】事業承継や創業による小規模事業者数の維持・減少率の縮減 【目標 3】観光連携を行った地域特産品の販路開拓 （キャッシュレス化推進）による経済活性化 【目標 4】地域ブランドの確立と知的財産保護・知財戦略による経営力向上
事業内容	3. 地域の経済動向調査に関すること ①RESAS 活用による産業構造分析 ②地域経済動向調査の情報分析と提供  4. 需要動向調査に関すること ①展示会や商談会出展時に行う需要動向調査 ②新開発（ブランド）商品の試食、市場アンケート調査  5. 経営状況の分析に関すること ①AI 等を活用した経営状況の分析（財務+非財務） ②金融相談会における経営（財務）分析 ③経営課題テーマ別分析（非財務）  6. 事業計画策定支援に関すること ①DX（生成 AI）等経営課題活用セミナー、計画策定相談会実施 ②新規創業者等向け制度・計画策定セミナーの開催 ③事業承継税制制度・計画策定セミナー  7. 事業計画策定後の実施支援に関すること ①経営課題発見と対策設定及び事業計画策定後のフォローアップ ②知的財産等の専門的支援フォローアップ  8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ①展示会・商談会等販路開拓事業への出展支援 ②共同 EC サイト作成等による域外へのネット販路開拓支援 ③知的財産（商標等）登録・活用 ④工業事業者販路開拓（SNS、AI 活用）による業務効率化、新規顧客獲得・人材支援
連絡先	新冠町商工会 〒059-2401 北海道新冠郡新冠町字本町 44 番地 電話：0146-47-2421 FAX：0146-47-3596 Mail： <a href="mailto:contact@niikp.info">contact@niikp.info</a> 新冠町 企画課商工労働観光係 〒059-2403 北海道新冠郡新冠町字北星町 3 番地の 2 電話：0146-47-2111 FAX：0146-47-2600 Mail： <a href="mailto:teijyu@niikappu.jp">teijyu@niikappu.jp</a>

(別表1)

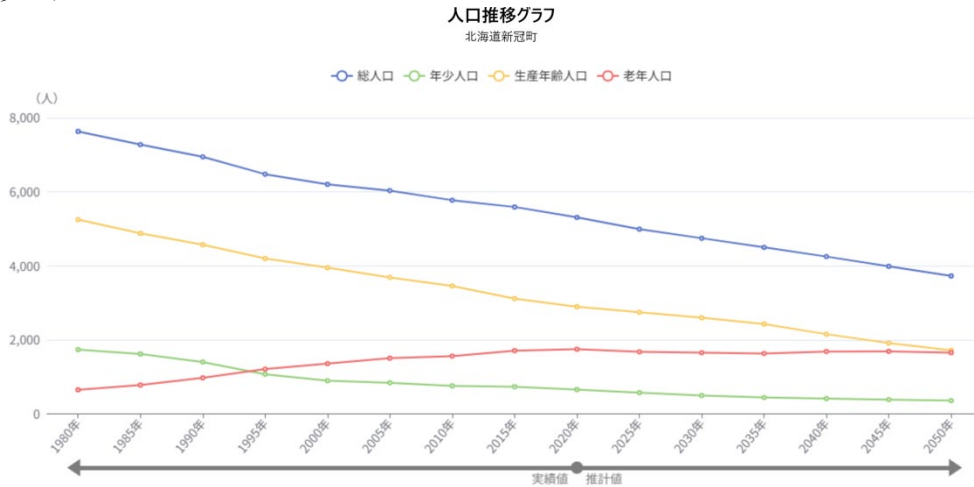
経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標
<p>(1) 地域の現状及び課題</p> <p><b>【①新冠町の概要】</b></p> <p>本町は、北海道の南部、日高振興局管内のほぼ中央に位置し、人口が約 50 百人、世帯数が約 28 百世帯である。東側は新ひだか町（人口／約 200 百人）と丘陵性台地によって接し、西側は厚別川を境界に日高町（人口／約 108 百人）と接しています。</p> <p>北側は「日高山脈襟裳国定公園」の主峰、幌尻岳を擁する日高山脈を境界として十勝地区に連なり、南部は太平洋に面し全体として、北東から南西にのびる帯状の行政区域となっており、面積は 585.88 km<sup>2</sup>で約 75%を山林が占めています。</p> <p>海洋性気候に属し、年間の平均気温は 8.5℃で夏は涼しく、冬は温暖であり、最深積雪量は 15 cm程度と北国としては少なく、年間を通じて過ごしやすい気象条件です。</p> <p>(道路・交通)</p> <p>住民の日常生活における移動の交通手段は車両が中心であり、太平洋沿線の国道 235 号線は災害や物流等のライフラインとなっています。</p> <p>平成 30 年 4 月に高規格基幹道路「日高自動車道」が日高町厚賀まで延伸、令和 7 年度中には高規格基幹道路「日高自動車道」が新冠町まで延伸され「新冠 IC」が開通されます。</p> <p>苫小牧市は約 78 km（約 1 時間 00 分）、新千歳空港は約 97 km（約 1 時間 10 分）、札幌市は約 130 km（約 2 時間）と北海道内では車両のアクセスが比較的恵まれた地域であります。</p> <p>しかし、小規模事業者、特に商業（日販品小売業等）においては、消費者の町外への需要流出が懸念されます。</p> <p><b>【②地域の現状と課題】</b></p> <p>新冠町のこれまでの人口推移と将来人口は、昭和 35 年（1960 年）の 11,166 人（世帯数 2,173 世帯：1 世帯あたり人員 5.1 人）をピークに 2025 年は 4,944 人と減少が続いており、将来人口は 2040 年は 4,251 人（生産年齢人口約 50%）と「国勢調査」と「国立社会保障・人口問題研究所」のデータに基づく推計値で予測されています。</p> <p>世帯数は新冠町定住移住施策と外国人労働者の増加もあり、令和 7 年 1 1 月末は 2,808 世帯と平成 22 年 1 月末（2,626 世帯）からは増加しておりますが、人口減少数を鑑みると核家族化や高齢者や外国人等の単身世帯の増加が窺えます。</p> <p>また、新冠町総合計画では 1 世帯当たりの世帯人員を 2.2 人と想定しています。（資料：住民基本台帳）年齢別人口構成は、新冠町総合計画最終年次（令和 11 年度）において若年層の流出、出生率の低下や長寿化による少子高齢化が進んでいることから、総人口 4,671 人に対し年少人口（0</p>



～14歳)が537人11.5%、生産年齢人口(15～64歳)が2,438人52.2%、老年人口(65歳以上)が1,696人36.3%と予測されています。

■人口推移グラフ



資料：国勢調査、人口動態調査 R2 (2020) 以降は推計

■高齢化率の推移 (各年度3月31日現在)

資料 保健福祉課

年度	総人口	65歳以上の高齢者	高齢化率
令和元年度	5,417	1,780	32.9%
2年度	5,325	1,760	33.1%
3年度	5,178	1,730	33.4%
4年度	5,189	1,723	33.2%
5年度	5,106	1,713	33.5%

産業別人口構成は、高齢化による廃業などから第1次・第2次産業の構成比が急速な低下傾向にあり、就業者総数は総人口の28.8%にあたる1,530人(第1次産業が20.06%、第2次産業8.8%、第3次産業55.8%)と想定されております。

■産業別就業人口

資料 国勢調査

年	第1次産業				第2次産業			
	農業	林業	漁業	小計	鉱業	建設業	製造業	小計
平成7年	1,406	43	106	1,555	3	504	170	677
12年	1,304	25	71	1,400	2	414	98	514
17年	1,218	18	78	1,314	7	360	86	453
22年	1,099	20	62	1,181	1	276	76	353
27年	995	16	59	1,070	4	251	172	427
令和2年	1,013	12	40	1,065	3	286	176	465

年	第3次産業							分類不能	総数
	販売小売業	金融保険不動産業	運輸通信業	電気ガス水道	サービス業	公務	小計		
平成7年	357	40	113	11	599	145	1,265		3,497
12年	390	30	111	11	673	126	1,341	2	3,257
17年	347	29	53	15	784	122	1,350	1	3,118
22年	282	46	73	9	789	141	1,340		2,874
27年	292	34	71	10	885	134	1,426	11	2,934
令和2年	305	31	60	10	898	128	1,432		2,962

### 【③地域産業の強み】

主要産業は、地域の気象と地形を活かした林業、酪農業、米、野菜生産が盛んで「ピーマン」は道内一の出荷数であります。

特徴的なのは軽種馬生産地帯として有名で、国内生産頭数の約 80%を占めています。また、太平洋を漁場とした水産業も盛んであり、鮭、タコ、昆布などの漁獲など、第1次産業を中心とし発展した地域であります。

観光資源としても、海、山、川、牧歌風景、森林公園などの豊かな自然に代表され、軽種馬牧場が集積された「サラブレッド銀座」は、軽種馬がのどかに草を食む日高地方特有の風景であり、その牧歌的風景は国内有数の景観と評されています。

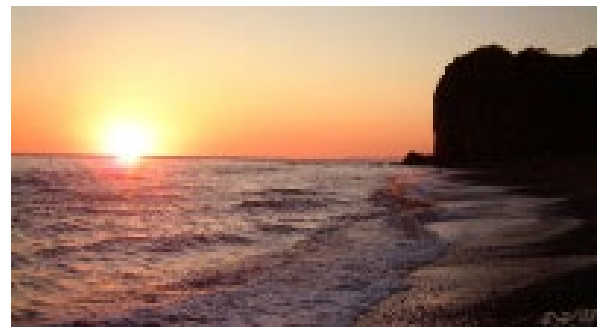
### ■地域の魅力

- ・食材／米、野菜、肉牛、牛乳、海産物
- ・サラブレッド生産地と景観／「サラブレッド銀座」「ほろしり乗馬クラブ」など



- ・レ・コード館／道の駅

- ・判官館（右）



- ・美術館／太陽の森ダイヤモンド美術館



### 【廃小学校を再利用したビジネスモデル】

令和6年に展示されている油彩画が世界最大サイズとしてギネス認定されたこともあり、注目されている施設。

## 【④新冠町の小規模事業者の現状と課題】

### ■新冠町の商工業者数と小規模事業者数

	(計)	建設業	製造業	卸売業	小売業	宿泊業		サービス業	その他	農業系
						飲食業	宿泊業			
商工業者数(R2)	308	38	12	2	28	20	4	49	59	96
商工業者数(R7)	295	36	12	2	27	20	3	45	54	96
小規模事業者数(R2)	216	30	9	2	22	18	3	41	34	57
小規模事業者数(R7)	210	29	9	2	21	17	3	38	37	54

### ■新冠町商工会員数【令和7年4月現在】

会員数	(計)	会員事業所の業種別内訳									定款会員
		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	
						飲食店	宿泊業	娯楽業	娯楽業以外		
160	146	32	9	2	20	11	3	2	38	29	14

#### ・商業の現状と課題

当町の商業の状況は、従業員数が5人以下の小規模な小売業、サービス業、飲食業が主体となっております。

小規模事業者数については、旧計画の初年度である令和2年度と比較して建設業1件、小売業1件、飲食業が1件、サービス業が3件の計6件と減少しております。

小規模事業者の減少理由としては経営者の高齢化による廃業が多く、引継ぎ先を探すよりも自分の代で終了するといった意思の廃業が多い状況です。小規模事業経営者の経営者の高齢化、後継者未定の事業者は多く存在し、今後の事業承継に関しての支援が重要です。

地域として様々な業種で廃業となることで地域需要へ対応出来ないことや域外流出が加速する可能性が高く、創業に対する支援やサポートなどで業種維持が必要です。

また、事業を持続するための働き手確保、人手不足という課題が地域事業者調査の結果やヒアリングから全業種にあることがわかっています。新冠町人口推移でも示されているように生産年齢人口の減少や人材の都市部流出等から生産性向上に向けた人手確保や省人化を図ることが今後の最も大きな課題です。

なお、消費傾向としては、苫小牧市内をはじめとした大規模店舗への商圈拡大や、新ひだか町等の近隣における中核的商業ゾーンの充実といった影響を受け、町外への購買力の流出が続いております。

これは、旧計画実施期間において実施した消費者動向調査や経営者意識調査においても、消費の町外流出を経営課題とするという結果となって表れております。

また、町内においても、国道沿いへの役場庁舎等の公共施設の移転やコンビニエンスストアの進出などにより、購買行動の流れが変わり厳しい状況が続いております。

これらの状況に加え、多様化する消費者ニーズへ対応できず、売上高の減少が続くことによる小規模事業者の廃業が連鎖している状況です。

このことから既存商店の顧客確保に向けて、高齢化に対応した利便性の高い買い物環境による、買い物弱者等への区域内消費対策や多様な需要に応じた商品・サービスの販売方法の工夫、更には、地場産品・特産品を活かした商品開発による新しい販路開拓が課題となっております。

「商業の課題」 **①町外への消費流出**

**②働き手不足による生産性低下**

**③高齢・後継者不在等による事業承継問題**

**④多様化する消費者ニーズの変化**

## ・工業の現状と課題

工業の小規模事業者は令和2年度と比較し建築業が1件、廃業等の理由により減少しております。

公共工事の減少傾向は続いており、人員数の縮減や資材処分など事業の見直しを進めた企業が多く、新冠町は第2次産業の人口構成比率が低下している状況です。

土木・建築業については、労働者の高齢化による特定業種の技術者不足や若年労働者の不足は前回計画（令和2年度）でも予測されておりましたが、事業所ヒアリング調査等からも5年間で労働者の高齢化が進み、若年労働者の雇用も増えず、人材不足による機会損失にも繋がっており、大きな課題となっております。

なお、近年、新冠町定住移住施策により新築住宅の建築需要はありますが、高規格幹線道路の延伸による交通アクセスの向上等により、地域外企業（ハウスメーカー等）の建築等受注高が増加傾向にあり、受注競争の激化は既存事業者の受注数の減少につながっております。

また、地域経済に対する先行きの不透明感から若手育成、若年雇用による技術承継に対して躊躇する企業も多く、特に事業承継・後継者不足といった課題に早急に対応を必要とする現状です。

製造業においては、新冠町での新規開業は少ないですが、平成27年に企業誘致として（株）高食肉センター（製造業、従業員数約100人）が開業し、従業員数も増加しており、町内就業人口増加に寄与している。

製造業における事業所数は少なく、新規参入等が激しいことはないが、共通した人手不足や省人化に向けたDX等における課題があります。

- 「工業の課題」
- ① 働き手不足による生産性低下
  - ② 生産性向上に向けた省人化やDX等における利活用
  - ③ 高齢・後継者不在等による事業承継問題
  - ④ 大手ハウスメーカーの進出による受注減少

## ・観光業の現状と課題

当町の観光入込数は、令和6年度の調査で約32万人であり、その内5月から9月のグリーンシーズンの観光客は約22万人と68%を超えています。

近年では、道外や海外のバスツアー客の増加や軽種馬ファンやゲームコンテンツ（ウマ娘）によるファンの聖地巡礼等による観光入込客数の増加があります。また、令和6年11月には町内にあるディマシオ美術館の油彩画がギネス世界記録認定などもあり、注目されることもあり、観光入込客数が増加しております。

なお、最大の観光資源は軽種馬であり、競馬ブームと呼ばれた時期の平成8年から平成12年の入込客数は20万人から49万人に急増しました。

しかし、軽種馬は生産者にとって経済面で高価な生産物であるため、見物等には大きな制約をせざるを得ないことから、現在は観光資源として十分な活用に至っておりません。

道の駅「サラブレッドロード新冠」は町内中心に立地する施設であり、道の駅の利用者数は令和5年度に20万人、令和6年度に21万人の入込数と観光施設の中心となっております。

町内の主な観光施設としては道の駅以外に、道の駅に隣接しているレ・コード館があり、館内には100万枚以上のレコードが存在し、レコード視聴などを目的に道外観光客などの来訪もあります。

当町のインバウンドによる観光客の中心はアジア圏（中国、韓国、台湾、香港等）であり、競走馬ファンによるツアー客が増加傾向にあり、令和5年と比較して令和6年は125%の増加となっております。

現況下での課題としては、観光地の中心である道の駅へ来訪する観光客の町内滞在型観光への誘導が求められており、町内滞在観光客を増やすことで、飲食店や小売店への波及効果が生まれるよう、滞在誘引出来るPRの取組が課題となっております。

併せて、当町でしか買えない商品や特色を活かした商品開発、販売場所としての拡充（EC等）

による観光消費拡大に向けた動きが課題となっております。

地域魅力を域外へ情報発信を SNS やアバター等地域キャラクター等における発信や話題性を生み出すことが課題となっております。

- 「観光業の課題」
- ①観光客の滞在型観光へのシフト（飲食業への誘致）
  - ②特色のある商品開発と販売形態の拡大（地域 EC サイト）
  - ③外国人観光客対応や省人化に向けた AI 等デジタル技術の活用

【新冠町観光者増減対比（令和6年度）】

単位：千人

令和6年度	令和5年度	増減数	前年対比
325.2	302.3	22.9	107.6%

【日高管内の観光入込客数の概要】

単位：千人

区分	令和6年度	令和5年度	増減数	前年度比	構成比
日高管内総数	1,737.4	1,640.4	97.0	105.9%	—
道外客	321.3	297.2	24.1	108.1%	18.5%
道内客	1,416.1	1,343.2	72.9	105.4%	81.5%
日帰り客	1,598.1	1,482.5	115.6	107.8%	92.0%
宿泊客	139.3	157.9	▲18.6	88.2%	8.0%

（2）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10年程度の期間を見据えて

以上のように、新冠町の小規模事業者を取り巻く環境は、人口減少・少子高齢化に伴う、人手不足・購買消費力の低下など見受けられ厳しい状況が続いており、商圈の縮小や近隣町の大型商業施設への消費流出、原材料等の高騰からも地域経済への影響は著しい状況にあります。

また、小規模事業者の減少や事業者の高齢化が進み、後継者の目途がたたない事業者も見られることから、経営の安定及び後継者の確保等が求められています。

これらのことから、当商工会としては、10年程度の期間を見据えた小規模事業者の振興のあり方を次のとおり定め、経営発達支援事業による小規模事業者の持続的発展を図ります。

【DX先進地域】

デジタルツール導入率 80%超、生成 AI 活用率 60%超の「北海道 DX モデル地域」として確立

【事業承継モデル地域】

後継者不在率を 50%以下に改善し、円滑な事業承継システムを構築

【にいかっぷブランドの確立】

一次産業（軽種馬等）・商工業・観光の連携により「にいかっぷブランド」を全国展開

【交流人口の拡大】

観光客の平均滞在時間 4 時間超、年間外部販路売上 3 億円以上の実現（新冠 EC サイト構築）

【持続可能な経済圏】

小規模事業者数 200 社以上を維持し、雇用創出と地域経済循環を確立

②新冠町総合計画との連動性・整合性

新冠町では、第6次新冠町総合計画（令和2年度～令和7年度）において、「思いやりと笑顔あふれる“レ・コードなまち”にいかっぷ」というまちづくりの将来像を目指し各種施策を展開しています。

その中で産業振興策の基本方針を「力強く安定した産業づくり」として、商工業の振興策では①魅力ある個店づくり、②地域と連携した商業機能の向上、③新分野への進出を掲げており、観光の振興策においては①観光の魅力づくり、②魅力ある滞在型観光や着地型・体験型観光の推進、③情報発信の拡充が掲げられています。

また、地域の課題、さらには旧経営発達支援計画において実施した、消費者動向調査及び経営者意識調査から浮かび上がった諸課題の解決には、地域産業の活性化に寄与する取組みが不可欠であります。

これらのことから、商工会が掲げる「小規模事業者の長期的な振興のあり方」と、新冠町総合計画における方針は、その方向性を一つにしております。

※第6次新冠町総合計画における「レ・コード／RE・CORD」表記について、「RE」はその頭文字からなるリターン（帰る）、リメンバー（思い出）、リラックス（くつろぎ）、リフレッシュ（回復）などの言葉を指し、「CORD」はラテン語で「心」という意味で、これを組み合わせた「レ・コード」は“心の再生・回復”現代において失われかけている大切な価値「心・やさしさ・いやし・ゆとり・やすらぎ」が実感できるまちを「レ・コード」と定義している。

### 【第6次新冠町総合計画より抜粋】

#### 商・工業の振興

商・工業の振興	<p>[基本方向]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○少子高齢化や近隣町の大型商業施設への消費流出など、小売商業を取り巻く環境変化に対応するため、経営改善の推進と魅力ある個店づくりを支援します。</li> <li>○商・工業経営の安定化を図り、新規事業者への支援及び後継者の確保への取組みを推進します。</li> <li>○地域農業と連携した6次産業や観光分野、定住移住促進、交流人口の拡大など地域と連携した商業機能の向上を支援し、経営の近代化と地域の産業力を高めます。</li> <li>○関係機関と連携し、新技術・新サービスの導入、新分野への進出などを支援し、地域の活性化と雇用の拡大を推進します</li> </ul>
観光の振興	<p>[基本方向]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○観光施設の充実を進め、観光客の多様化及び個性化に対応できる観光産業の育成を図るため、地域資源を活用した観光メニューの創出や観光ネットワークを推進し、さらなる観光の魅力づくりを高めます。</li> <li>○ホームページやSNSを活用した情報発信を拡充するとともに、受入体制の整備・向上を図ります。</li> <li>○地域が一体となった観光振興施策の推進を図ることを目的に、観光協会や関係機関との着地型・体験型観光の企画促進や広域的な連携による観光プロモーションや新たな観光ルートの開発などを推進します。</li> <li>○日高管内7町の連携により、日高管内における新たな観光機会を創出するまちづくりをめざします。</li> </ul>

### ③商工会としての役割

これまで新冠町商工会は唯一の地位の経済団体として、経営改善普及事業を中心とした、地域小規模事業者の発展や地域中小企業の抱える課題に対しての相談支援や地域課題に対する取組（高齢者の買い物支援事業）など様々な分野に対する地域発展に繋がる事業を行ってきました。

併せて、地域の支援機関として、地域小規模事業者の課題解決や事業者の持続的発展に向けた幅広い支援体制を構築し、これまで以上にきめ細やかな伴走型支援を行ってまいります。

### (3) 経営発達支援事業の目標

経営発達支援事業の実施により、地域小規模事業者が自助で克服できる経営基盤強化、経営の持続的発展へと繋がるよう伴走型支援を実施します。

また、商工会としての役割を踏まえて、商工業者の活性化推進と自主的な取組みや活動を支援する実施方法等の見直し、人手不足解消に向けた DX や IT ツールの活用推進、新たな販路開拓支援を行うなど、行政と商工会が連携を図り事業を展開します。

小規模事業者の経営安定化により、地域の活性化や流入人口の増加などに繋がるような取組みを関係機関と連携し、産業基本方針「力強く安定した産業づくり」を踏まえたうえで次のとおり経営発達支援事業の目標を定めます。

#### I. 小規模事業者の経営力向上と DX 推進

小規模事業者が自社の経営状況を把握し、目標を定めて事業展開していくことにより、事業の持続的発展を図ります。

また、デジタルツール・AI活用により生産性向上と人手不足解消を実現し、売上や利益率増加の底上げを図ります。

##### 【支援計画の認定機関（5年間）目標】

KGI：売上増加（5%以上）事業者数	35 件
営業利益率（3%以上）増加事業者数	25 件
KPI：AI活用経営診断実施	50 件
事業計画策定件数	50 件
AI 活用事業者（新規）	50 件

##### 【設定理由】

KGI 設定：経営支援および DX 導入支援を通じて、売上および収益性の向上を実現した事業者数を成果指標として設定し、経営力向上の実効性を測定します。

KPI 設定：経営改善・DX 推進に向けた具体的支援活動として、AI を活用した経営診断、事業計画策定支援および AI 活用の新規導入支援件数を KPI として設定します。

#### II. 事業承継や創業による小規模事業者数の維持・減少率の縮減

円滑な事業承継のために後継者支援、創業者への支援を重点的に実施します。廃業率の減少と開業率の向上、及び創業時の空き店舗の利活用に繋げることで、新冠町内における経済の活性化を図るとともに、小規模事業者の維持と雇用の拡大を図ります。

##### 【支援計画の認定機関（5年間）目標】

KGI：小規模事業者数：210 社（R7）	→	200 社以上（R12）	【10 社以内の減少】
後継者不在率：65.7%（R6）	→	55%以下（R12）	【△10.7 ポイント】
KPI：事業承継支援実施：累計 20 件			
創業支援実施：累計 15 件			

##### 【設定理由】

KGI 設定：事業承継および創業支援を通じて、小規模事業者数の維持および後継者不在率の改善を図り、地域産業基盤の持続性の確保を目標に設定します。

KPI 設定：事業承継および創業に関する個別支援の実施件数を KPI とし、相談対応から計画策定、関係機関連携までの支援活動の進捗を管理します。

### **III. 観光連携を行った地域特産品の販路開拓（キャッシュレス化推進）による経済活性化**

新冠町の観光入込客数は堅調に推移しており、更に観光客やインバウンド需要を増加させるために、地域ブランド（軽種馬、特産品）を確立することによる新冠町の認知度向上を図ります。

また、インバウンド対応強化として決済環境整備の実施や販売時等における多言語対応を推進していきます。

観光客を新冠町に誘引することを目的とした地域限定商品の開発と販売により、滞在期間内の町内観光関連業種以外にも波及効果をもたらし、町内全域での経済活性化を図ります。

来訪後観光客にも継続したファンとして関係人口に繋がる、新冠地域商品 EC サイト構築と販売による小規模事業者の販売手法の追加や新たな顧客開拓による経済活性化を目指す。

#### **【支援計画の認定機関（5年間）目標】**

KGI: 共同 EC サイト売上高：2,000 万円

観光・新商品開発事業者売上 8%増

KPI: 商工会地域共同 EC 活用新規事業者：10 社

地域ブランド商品開発事業者：5 社

キャッシュレス決済新規導入：20 件

アバター等遠隔接客を活用した展示会・商談会新規参加：10 社

#### **【設定理由】**

KGI 設定: 観光連携、EC 活用およびキャッシュレス化を通じて、地域外からの売上獲得を拡大し、地域経済の活性化を図ります。

KPI 設定: 販路開拓に向けた具体的支援として、EC 導入、キャッシュレス決済導入および展示会・商談会参加支援の件数を KPI として設定する。

### **IV. 地域ブランドの確立と知的財産保護・知財戦略による経営力向上**

地域統一ブランド商品を EC サイト等による全国展開による販路開拓を行っていきます。生産、加工、販売までの体制を地域内で行えるような形を商工会がネットワークづくりを行うことで、安定した基盤づくりに寄与する。

また、小規模事業者における技術保護に向けた対応が現状まで少ない部分ではあったが、新たな地域ブランド商品等の開発においては知的財産保護や知財戦略による経営力向上によって、新たな販路開拓や売上高増加へと繋がります。

#### **【支援計画の認定機関（5年間）目標】**

KGI: 地域ブランド商品売上：1,000 万円

知的財産等ブランドの各商品利益率上昇 15%

KPI: 知財相談対応：20 件

商標・意匠・GI 等登録：10 件

知財登録ブランド商品の EC サイト販売：5 件

#### **【設定理由】**

KGI 設定: 地域資源を活用したブランド化および知的財産の活用により、付加価値の高い商品・サービスの売上創出を成果指標として設定します。

KPI 設定: ブランド構築および知的財産の保護・活用に向けた相談対応および権利取得支援の件数を KPI として設定します。

## 経営発達支援事業の内容及び実施期間

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和8年4月1日 ～ 令和13年3月31日）

(2) 目標の達成にむけた方針

### 【小規模事業者の目標達成に向けた方針】

#### I. 小規模事業者の経営力向上とDX推進

##### **達成方針1：小規模事業者の経営分析と経営力向上**

小規模事業者の自社の状況把握、経営分析を50件支援します。事業者の抱える経営課題を明確にすることで、経営課題解消による経営力向上を図る。また、AI等を活用した分析を行うことで業務効率化やより支援力の向上に繋がります。

**設定した理由：**小規模事業者独自で経営分析等を行っている事業者は少なく、前回計画実施時にも分析を行っていない事業者ほど経営課題が見えていないことが多いため、経営状況の分析を行い事業者の抱える課題を明確にすることにより、未来の事業者のあり方とライフプランを含めた計画策定支援を行い、事業者の経営力の底上げ並びに持続的発展を図ります。

#### II. 事業承継や創業支援による小規模事業者数の維持・減少率の縮減

##### **達成方針1：創業支援ネットワークと事業承継支援による事業者数の維持**

持続的な地域産業維持のために、地域内創業数の増加（10件）を目指した創業支援を行う。また、事業承継における後継者不在等による廃業による衰退は地域として大きな課題であり、後継者不在数の減少（不在数10%減）、事業承継支援数の増加（15件）を図ります。

**設定した理由：**地域における創業補助制度がないこともあり、空き店舗はあるが開業率は伸びないため、新冠町と連携した創業補助金制度創出による開業率の向上、事業承継課題としての後継者不在事業所の承継に対する相談会等のサポートによる廃業ではなく事業の持続と発展による活性化を目指します。

#### III. 観光連携を行った地域特産品の販路開拓（キャッシュレス化推進）による経済活性化

##### **達成方針1：新たな販路開拓方式の創出と支援**

地域製造業や小売店による販売方法の多層化を図ります。販売方法として、店舗販売だけではなく、地域ECサイトへの出品（10社）やふるさと納税返礼品登録の支援。全国展開として、都市部開催の商談会や販売会への出展による開拓を行います。

**設定した理由：**地域製造業者や小売店による自社ECサイトの導入は管理等の面で行えていない事業者が多いことから、地域ECサイトを構築し、各事業者の地域商品管理運営を商工会で行うことで、販売機会の創出と全国展開、販売状況を見た分析と支援を行い、商品のブラッシュアップを行います。

##### **達成方針2：省人化（遠隔アバター接客）等における新たな販売機会創出**

前回計画までの販路開拓支援として、商談や販売会への支援としては事業者が人手を出すことが出来る事業者しか支援できていなかったが、新たな接客方式導入（アバター等）による商談会等への出展事業者を増加（10件）による販路開拓機会創出を行います。

**設定した理由：**小規模事業者は人手不足の問題から域外への商談や販売会等への出店することが難しいという課題がある。遠方の商談や販売会への販路開拓機会の損失を解消するために、アバターや遠隔接客システムによるサポートを行うことで、事業者の省人化と業務効率化、販路開拓へと繋がります。

##### **達成方針3：キャッシュレスやPOS等の活用による観光基盤支援**

現金のみの対応事業者では観光客等における購買や消費機会を失うことから、キャッシュレス決済やPOSレジ等を活用した事業所を支援する（20件）。また、商品構成分析等の活用により、商品改良等へ活かします。

**設定した理由：**キャッシュレス等未導入事業者の観光客等販売機会損失が増加していることから、キャッシュレス導入支援による観光客消費対応やPOS等を活用した商品販売構成分析等を行うことで、過剰在庫等の削減やロス減少に繋がります。

#### IV. 地域ブランドの確立と知的財産保護・知財戦略による経営力向上

##### 達成方針 1：地域ブランド品の知財保護化

地域産業と商品を活かした商品に対して、商標や GS1 などの取得を 10 件支援する。地域内の商品や技術の権利化や知的財産保護に関してのセミナー開催や個別相談等による知的財産権利を取得し、信頼性を高めます。

**設定した理由：**地域内産品や商品（特産品活用）の知的財産保護や知財を活用した戦略的な販売や開拓などが行えていないことから、知財制度に関する理解と権利化等における経営力向上を図ります。

#### 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

**現状：**・旧計画実施期間においては、地域経済動向調査として統計資料や経営指導員等の巡回ヒアリング経済センサスなどの情報を活用し、調査結果を地域の中小企業・小規模事業者へ提供や説明。

- ・REASAS 等の情報分析ツール活用を定期的な調査実施、公表が出来ていない。
- ・調査内容の具体的な活用方法（販路開拓や事業計画・補助金計画）に至っていない。

**課題：**・REASAS 等の情報分析ツール活用を活用し有益な情報提供の事業者件数が少ない。  
・調査内容の公開や事業者が確認できる情報公開が出来ていない課題がある。  
・各情報の分析や調査を行うことで回数等が多くなり、有益な分析情報を伝えられていない。  
・経済動向調査内容を事業者支援として補助金活用や経営分析へ活かしてきれていない。

#### (2) 目標

事業内容（分析公表回数）	公表方法	現行	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
RESAS 活用による産業構造分析	HP SNS	1	1	1	1	1	1
地域経済動向調査の情報分析と提供	HP SNS	—	1	1	1	1	1

#### (3) 事業内容

##### ①RESAS 活用による産業構造分析

###### 【目的】

国が提供している地域経済分析システム“RESAS”を活用し、経営指導員等が地域産業構造の変化や商圏内の人口増減推移、地域経済動向調査等についての分析内容を創業計画や補助金、販路開拓等に活かします。

###### 【調査対象】

地域産業別構成、商圏内人口増減推移、地域経済動向（付加価値等）の調査

###### 【分析手法】

分析項目	分析内容
地域経済循環マップ	地域における生産、分配、支出についての循環内容、近隣町村との比較について分析を行う
人口動態調査マップ	商圏内の人口増減推移や生産年齢人口の変化による商圏内の消費動向について分析を行う
産業構造マップ	地域産業構造の変化や産業別就労人口等についての変化に対して分析を行う

## ②地域経済動向調査の情報分析と提供

### 地域金融機関「月例レポート」等を活用した動向調査と情報収集

#### 【目的】

地域密着型である信用金庫の「景況レポート」「地区内経済概況」、その他北海道商工会連合会が行っている「中小企業景況調査」等を活用し、近隣地域を含む地域の経済動向の把握に活用します。

また、地域経済動向を把握し、貸出し状況や資金需要について金融機関職員との情報交換を行い、経営指導員等が巡回・相談等を通じて、経営分析や事業計画の見直し、補助金計画書作成時に活用します。

#### 【調査内容】

景況レポート（調査機関：苫小牧信用金庫）

中小企業景況調査（調査機関：北海道商工会連合会）

#### 【調査項目】

地域の業種別景況動向（売上額、収益、資金繰り、人手、設備状況）

貸出し状況による資金需要や設備投資の状況

#### 【分析方法】

経営指導員等と金融機関が連携し、地域の景況動向や設備投資による融資等の実態、小規模事業者からヒアリングにより得た情報を踏まえて、分析を行います。

## （４）調査結果の活用

### ・地域経済動向の課題抽出と課題に対する支援

地域経済動向の景況調査分析結果を基に売上減少等の課題（価格転嫁等）・資金繰り・人材確保・設備投資等の現状課題を把握し、職員の経営支援や専門家派遣による経営改善に活かす。

#### 手法：

- ・景況調査の分析を業種別に集計し、業種別課題等の抽出  
項目例（売上減少・資金繰り・人材確保・設備投資等）
- ・調査抽出課題を地域企業への巡回ヒアリング時の確認による各企業実態確認と支援
- ・職員の経営支援や専門家派遣等における改善支援

### ・分析結果活かした販路開拓や補助金活用支援

分析結果と巡回ヒアリングや窓口相談等による抽出された課題に対して、新たに行える販路開拓や補助金等を活用した生産性向上等の課題解決に向けた支援を行う。

#### 手法：

- ・RESAS 分析で抽出した商圈内の消費行動分析やマーケティングマップを活用した消費地分析から新たなターゲットや販路開拓を目指せる情報提供
- ・業種別課題等に活かせる補助金情報、活用例等の提供と計画策定
- ・専門家派遣等を活かした経営改善・補助金を活用した販路開拓等の支援

#### 4. 需要動向調査に関すること

##### (1) 現状と課題

**現状：**「細分化したターゲットを絞った需要動向の把握」や「高齢者対策に関わる買物弱者の需要動向調査」による需要動向の分析を実施しました。

分析した結果を小規模事業者へフィードバックしたことにより、地域や全国的な需要動向、商品内容による購買意欲などを把握することができ、不足商品の実態把握や新商品開発に役立つ情報となりました。

また、町内の高齢買物弱者の需要動向を把握することで、高齢者商品ニーズが的確に把握することができ、需要の高い不足商品の供給へと繋げることが出来ました。

**課題：**本計画では、調査内容に関しても専門家と連携し、調査資料の分析方法の幅を広げ、事業者の適切な商品管理による在庫ロスの減少、既存商品の改良や新商品開発促進に有益なデータを提供することで、新たな販路開拓・販路拡大に繋がります。

##### (2) 目標

事業内容（調査対象事業者数）	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
①展示会や商談会出展時に行う需要動向調査対象事業者数	1	2	2	2	2	2
②新開発（ブランド）商品の試食、市場アンケート調査	—	3	3	3	3	3

##### (3) 事業内容

商工会にて実施している高齢者買物難民支援事業（宅配サービス・移動販売）を活用した買物弱者の需要動向調査と分析に関しては、経営支援時に有益であったことから、継続して本事業でも実施を行います。

また、域外の需要動向調査として、販路拡大や新規販路開拓に繋げるために、新たに展示会・商談会開催時において出展商品等への評価を調査します。

調査内容に関しては、既存商品の改良や新商品開発に役立つ情報として提供できるよう、経営指導員等が専門家と連携し分析を行った内容を巡回支援時に提供し、事業計画策定に反映させることで販路開拓に繋がります。

##### ①展示会や商談会出展時に行う需要動向調査

【サンプル数】 バイヤー40人分を想定

【調査手法・手段】 展示会等の会場にて、事業者と経営指導員等が作成したアンケート票をバイヤー等に配布し、出展する商品について意見を収集します。

また、展示会場ではアンケートの回答が出来ない場合でも回答を得られるように、インターネットから回答が出来るQRコード等を活用したアンケートにします。QRコードを掲載したショップカード等を配布します。

【分析手段・手法】 収集した意見は、経営指導員等が単純集計とクロス集計（属性クロス集計）を専門家と連携して分析を行い、バイヤー目線の出展商品課題を抽出します。

【調査項目】 展示会等で出展商品についての商品価格、味、見た目、パッケージ、品質、サイズ、商品評価等具体的な項目を作成したアンケートを展示会にて配布し、調査内容分析を行います。

【支援対象】 販路開拓支援を希望する食品製造関係小規模事業者（出展事業者）

【調査回数】 年1回（商談会等出展時）

【調査・分析成果の活用】 調査結果を調査項目ごとに集計した内容を専門家と連携し、需要ニーズの明確化。

支援にあたっては、経営指導員等が巡回訪問等を通じて出展事業者へフィードバックし、調査後の課題に対しては外部専門家（中小企業診断士等）の支援を受けながら、事業計画策定支援や既存商品等の改善提案を行い、商品改良や新商品開発に繋げていきます。

## ②新開発（ブランド）商品の試食、市場アンケート調査

- 【サンプル数】 調査件数 100 件（新冠道の駅、商談・展示会会場）
- 【調査手法・手段】 新冠観光協会と連携し、事業者が開発した地域ブランド商品の試食等を新冠道の駅や商談会場等で QR コードやアバターとの対話によるアンケート回答を得る。
- 【分析手段・手法】 収集した意見は、経営指導員等と新冠観光協会、専門家が連携し、アンケート項目から商品課題や強み等の抽出を行い、商品改善につなげます。
- 【調査項目】 基本属性・購買行動の把握・商品化だい認識・新商品コンセプト評価・価格受容性・パッケージ・想定購入要素等の項目を作成したアンケートを試食時に配布し、調査分析を行います。
- 【支援対象】 新商品開発中や商品ブランド化に向けて開発している事業者（小売業、飲食業）
- 【調査回数】 年 1 回（2 事業者）
- 【調査・分析成果の活用】 調査結果に関しては、専門家等と連携し、単純集計やクロス集計、購入意向スコア化や自由記述のキーワード分析を行い、分析結果と改善点等を事業者へフィードバックします。  
分析結果を活かした新商品の改良等から販路開拓までの事業計画策定を行い、実効性のある商品を完成させ、売上増加に繋がります。

## 5. 経営状況の分析に関すること

### （1）現状と課題

- 現状：**
- ・現状の経営分析支援は、経営指導員等が融資相談支援時に小規模事業者に対して、決算書等から財務分析と経営環境分析や意識調査などを実施し、課題に対する支援を行っている。
  - ・ローカルベンチマークや経営計画ツール等の活用がほとんどされておらず、同業同規模と比較した分析等の数値が少ない。
  - ・経営分析の精度を高く、分析件数を増加させるために AI ツール等の活用が必要。

- 課題：**
- ・非財務における分析件数の増加と支援のために経営課題テーマ別（人手不足等）における非財務分析の実施が必要。
  - ・分析方法が属人化されたものではなく、全職員が行えるようにテーマ別指標やヒアリングシート、AI を活用した分析実施と支援体制のノウハウ整備。
  - ・創業・新事業展開、販促戦略、事業承継など目的別に適した分析方法の構築と分析課題に対する支援体制構築。
  - ・財務分析と非財務（SWOT や 3C・VRIO 分析）等を連動した分析の解析支援体制の構築。

### （2）目標

事業内容 (分析件数)	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
AI 等を活用した経営状況の分析 (財務+非財務)	16	20	20	20	20	20
金融相談会における経営（財務）分析	3	10	10	10	10	10
経営課題テーマ別分析（非財務）	0	5	5	5	5	5

### (3) 事業内容

#### ①AI等を活用した経営状況の分析（財務+非財務）

##### 【目的】

巡回時や窓口相談時における状況の分析として、AI等を活用した分析（財務+非財務）を行うことで、今まで見えてこなかった課題の抽出と課題に対しての支援個別計画策定へと活かす。

##### 【対象者】

自社の現状分析と課題解決に意欲のある小規模事業者 10 件（随時）

事業計画策定を必要とする小規模事業者 10 件（随時）

##### 【分析項目】

財務分析（売上高増加率、粗利益率、経常利益、損益分岐点、キャッシュフロー計算）

非財務分析（企業理念、SWOT（クロス）分析、3C分析、人的資本分析等）

##### 【分析手法】

巡回訪問、窓口相談時において経営者との対話により経営情報をヒアリングし、経営分析ツール「ローカルベンチマーク」や「経営計画つくるくん」や生成AI等を活用して分析します。また、業種等により専門的な知見を要する案件等の場合は、専門家との連携により経営状況の分析を行います。

#### ②金融相談会における経営（財務）分析

##### 【目的】

金融（融資）相談会開催時に金融機関と連携した経営（財務）分析を行うことで、資金繰りや将来的な投資に向けた経営計画策定を目的とした分析を行う。

##### 【対象者】

金融相談会参加事業者（8社）

相談会以外融資相談事業者（2社）

##### 【分析項目】

財務分析（直近2期分）

（収益性分析、生産性分析、安全性分析、損益分岐点分析、CF分析）

##### 【分析手法】

ローカルベンチマーク等の分析ツールと金融機関における分析を行うことで、より詳細な財務把握と借入等における状況を踏まえた分析を行う。

#### ③経営課題テーマ別分析（非財務）

##### 【目的】

地域経済動向調査等から抽出された経営課題に対しての各事業者課題を抽出する非財務分析を行う。

主なテーマ：企業内外部分析（SWOT分析、5フォース分析、ペルソナ分析、人的資本分析）

##### 【対象者】

抽出経営課題テーマに対する課題分析を希望する事業者（5社）

##### 【分析項目】

非財務分析

（企業理念、内部環境、外部環境、内部管理体制、人材・組織・ノウハウ・後継者の有無）

##### 【分析手法】

事業者ヒアリング、生成AIを活用した非財務分析、分析ツール（経営デザインシート、経営計画つくるくん）、動向調査結果等の同業分析の実施。

本計画では、各関係機関が提供する各種ツールを活用することで、財務内容の分析、収益性や安全性分析等を経営指導員以外の職員も実施できる環境を構築することで、対象事業者の経営分析件数の増加に繋がっていきます。

なお、高度な経営課題に対しては、外部専門家と連携して課題解決に向けた小規模事業者への伴走型支援をします。

#### (4) 分析結果の活用

分析結果は、経営指導員等の商工会職員が巡回訪問時の際に対象事業者へフィードバックし、経営課題の抽出に活用します。

抽出された経営課題の解決を図るため、今後の経営戦略立案といった事業計画策定へ繋がります。

##### ①事業計画策定・経営戦略立案への活用

- ・事業計画策定への接続

経営状況の分析結果（財務+非財務）を基に、課題に対してのアプローチや経営発展に向けた事業者ごとの短期計画、中長期計画を策定し、分析内容を活用した実現性の高い計画策定に活用。

- ・短期計画（1年）：キャッシュフロー分析を基にした資金繰り計画作成、金融機関との借入れ等の支援。
- ・中長期（2年～5年）：非財務分析等を活かしたターゲットの見直しや強みを活かした販路開拓、省人化や業務効率化、生産性向上に向けた設備投資計画、設備投資等に向けた補助金計画作成。

##### ②組織内情報共有におけるナレッジ化

- ・経営分析情報共有と分析方法のフォーマット化

経営分析方法の組織共有とAIや分析ツールを活用した手法のフォーマット化することで全職員の対応と業務効率化へ繋げる。

##### ③金融機関等他団体との連携支援活用

- ・分析内容から他団体との共同支援活用

分析結果から支援に必要な連携期間と情報共有を行うことでより良い支援制度（金融支援・補助金制度等）の提案を行えるよう実施。

## 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、事業計画策定セミナーを開催し、事業計画策定の基礎知識や経営持続のための必要性などの習得を図り、セミナー後に専門家と連携した個別相談会を実施することで事業計画の策定に繋がりました。

事業計画の策定に関するセミナーや個別相談では一定数の計画策定を行えたが、創業計画・事業承継計画策定や未策定事業者への違うアプローチ（生産性向上や人手不足などの課題解決型計画策定）が必要です。

**課題：**事業計画策定小規模事業者が一定数の策定は出来たことで、事業計画策定セミナーなどの内容で新たな参加者が少なくなっており、支援手法の見直しが必要です。

また、創業や事業承継に関する計画策定や事業者課題の解決に向けた計画策定などのアプローチをセミナー、個別相談で実施することで新たな計画策定事業者の掘起しが必要です。

特に人手不足等による経営の見直し状況の事業者が増加傾向であり、人手不足解消に向けた省人化や業務効率化に繋がるDX（AI活用等）のセミナーや相談会等の実施を行う必要が求められています。

### (2) 支援に対する考え方

事業計画策定という内容のセミナーや個別相談会の周知では、経営課題を持った事業者でも参加することには繋がらない状況であることから、経営課題解決に繋がるテーマの事業計画策定（生産性向上や人手不足などの課題解決型計画策定）の実施を行い、より具体性のある事業計画策定を行います。

また、計画策定時には経営分析等で明確となった小規模事業者の経営課題に対して、各種調査結果を活かした課題に対する支援方法等に繋がるよう事業計画を策定することで、課題解決までの道筋や事業発展に繋げることに活かします。

具体的には、事業計画策定を支援するにあたり、実施内容としては下記の内容を実施します。

セミナー開催後は、「事業計画策定に関する個別相談会」を行い、5. 経営状況の分析を行った事業者の5割程度（1年）の事業計画策定を目指します。

- ・事業計画策定としての幅広さを拡大  
(経営計画・創業計画・事業承継計画・課題解決型計画策定 (DX (AI) による課題解決))
- ・創業に関して、創業予定者や創業間もない事業者への計画策定を創業補助金等の活用出来る制度と合わせた開催実施。
- ・事業承継に関する個別相談時対応だけではなく、事業承継に係る制度や税制等の情報や計画策定の前段階としての準備を含めたセミナー等の実施により承継に対して目を向ける計画策定支援を行う。
- ・事業課題解決型計画策定 (生産性向上や人手不足等に対する解決アプローチ) としてDX推進やアバター等による遠隔接客等の新技術等の情報から課題解決提案支援と計画策定を行う。

### (3) 目標

事業内容 (計画策定件数)	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
課題解決型事業計画策定セミナー、 個別相談会による事業計画策定件数	5	10	10	10	10	10
①DX (生成 AI) 等活用セミナー実施	—	1	1	1	1	1
②新規創業者等向け制度・計画策定セミナー 新規創業者向け創業計画策定件数	0 1	1 2	1 2	1 2	1 2	1 2
③事業承継税制制度・計画策定セミナー 事業承継計画策定件数	0 1	1 3	1 3	1 3	1 3	1 3

### (4) 事業内容

#### ①DX (生成 AI) 等経営課題活用セミナー、計画策定相談会実施

##### 目的

既存の経営課題等に悩まされている事業者に対して解決手法の一つとして、DX (生成 AI 等の活用) 推進へと繋がる課題解決型セミナーの実施にて、IT 等による課題解決を推進します。

DX に関する知識や活用方法等をセミナー等にて学ぶことで、活用や導入に向けた実施や事業計画の策定へと繋げていきます。

##### セミナー・個別相談実施内容等手法

【募集方法】 地域小規模事業者向け案内文書、HP、SNS による周知

【参加事業所数】 1 開催 5 名程度、個別相談事業者数 5 件

【実施方法】 セミナー年 1 回程度実施、個別相談 (巡回や経営相談等必要に応じて随時実施)

【講師】 IT コーディネータ、中小企業診断士、IT 企業等

【内容】 地域企業の課題として多い、人手不足等に対応するための省人化や業務効率化に繋がる DX 推進や AI、SNS、EC 活用等を各企業が利用できるようなセミナー開催。

セミナー後継続支援と計画策定として個別相談の実施。

##### 成果指標

セミナー、個別相談参加企業の事業計画策定 70%、IT ツール導入、生成 AI 活用件数 5 件

#### ②新規創業者等向け制度・計画策定セミナーの開催

##### 目的

新規創業予定者や第 2 創業を計画している事業者の掘起しを行い、中小企業診断士等の専門

家と連携し、セミナーと個別相談会を開催します。

創業や第2創業に対しての各種支援施策や新冠町における創業補助制度の情報提供や創業時の店舗等に利用が出来る空き店舗情報の周知や当町の空き店舗を活用した創業事例などを交えて、創業予定者等の意欲向上に繋がります。

#### **創業計画策定セミナー・個別相談会実施内容等手法**

- 【対象者】 新規創業予定者、第2創業予定の事業者等
- 【募集方法】 案内文書の送付、商工会ホームページやSNS、町広報による周知
- 【開催内容】 セミナー1年1回開催、個別相談（創業相談支援必要時に随時）
- 【参加者数】 1開催3名程度
- 【講師】 中小企業診断士、創業経験経営者、公的機関等

#### **成果指標**

セミナー、個別相談会参加者の創業2件、創業における計画策定2件  
創業補助金等の活用件数2件

### **③事業承継税制制度・計画策定セミナー**

#### **目的**

当地域の経営者の高齢化が進み、巡回によるヒアリングでも事業承継を予定している経営者からの相談は増加傾向にあります。承継までの計画未策定事業者、後継者不在事業者が多くあります。

本計画では、事業承継に関する流れや理解を促進できるセミナー開催、事業承継における個別相談会を開催します。

事業承継における交代時期や株式の移動に関すること等を経営指導員と専門家と連携した支援を行うことにより、円滑な事業承継に繋げることで地域事業者数の減少を抑えます。

#### **セミナー・個別相談実施内容等手法**

- 【対象者】 事業承継について検討企業、後継者不在企業
- 【募集方法】 案内文書の送付、商工会ホームページやSNSによる周知  
経営指導員等が巡回指導時に個別相談会参加への提案
- 【開催内容】 セミナー1年1回開催、個別相談（相談支援必要時随時（年2回予定））
- 【参加者数】 セミナー1年3事業者、個別相談2事業者想定
- 【講師】 税理士・中小企業診断士等

#### **成果指標**

セミナー参加事業者その後個別相談件数1年1件、事業承継計画策定2件  
事業承継に必要な知識や情報の提供5件、後継者不在事業所の相談2件

## **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：** 事業計画策定後のフォローアップは策定後1、2年の事業者には年4回程度の実施を行い、事業計画の進捗状況などを確認し、補助金等の活用・申請について必要な支援を事業者へ専門家と共同して支援を実施してきました。

また、専門的相談に対して専門家との連携体制が整い、高度な相談時にも的確な支援を行うことができ、小規模事業者の課題解決に繋がっています。

進捗状況に遅れが出る事業者に対してのフォローアップとして、計画見直しとして巡回フォローアップ支援や専門家による支援や各種施策活用の対応幅を広げる必要があります。

**課題：** ・経営課題の多様化や専門的な課題（知的財産、省人化等に向けたIT利活用、人材確保戦略）が増加しており、経営支援として支援力向上と様々な専門家と連携した支援が必要です。  
・フォローアップに関するPDCAが見える化（KGI達成に向けた現在と目標差等）の形式化。

- ・計画時に想定していなかった、環境変化への対応としてデジタルツールの活用や知的財産保護や人材育成等に向けた情報支援等の実施をします。

## (2) 支援に対する考え方

本計画においては、事業計画策定初期の事業者に対して、四半期に1回巡回訪問を基本とし、事業計画と突合しながら、事業実施後の進捗状況の確認を行います。

なお、進捗状況の確認について画一的に実施するのではなく、経過が順調な事業者は頻度を落とし、密に伴走が必要な事業者については、頻度を上げるなど事業計画の進捗状況等により巡回計画を見直して、フォローアップ頻度を設定します。

また、フォローアップ方法として効率化や支援幅を広げるために、随時連絡が出来るようなグループチャットを利用したフォローアップや新着確認、進捗状況に応じた支援を実施します。

高度な専門性のある相談に対しては、外部専門家と連携して問題解決に向けて支援します。

進捗状況が芳しくない場合には、KGI や KPI の達成度と経営者へ達成度の乖離等の確認から、計画の見直しまたは事業改善等についての支援頻度をグループチャットや専門家を含めたオンラインミーティング等による支援増加を行います。

## (3) 目標

事業内容 (実施回数)	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
①事業計画策定 (創業、事業承継含) 後のフォローアップ事業者数	10	12	12	12	12	12
①フォローアップ支援延回数 (四半期に1回)	40	48	48	48	48	48
②知的財産等の専門的支援フォローアップ事業者・実施件数	2	5 10	5 10	5 10	5 10	5 10
計画策定後の利益増加 (5%) 事業者数	4	7	7	8	8	8

## (4) 事業内容

### ①経営課題発見と対策設定及び事業計画策定後のフォローアップ (IT ツール活用)

事業計画策定後の小規模事業者に対して定期的 (年4回程度) な巡回訪問やグループチャット等を活用した経営相談時に事業計画の実施状況に対する確認など、PDCA サイクルを行いながら、経営課題を発見します。

経営課題の発見、事業承継計画の変更の必要性などに関しては、連携している外部専門家による支援の実施を行い、事業計画の見直しと今後の検討を行い、経営基盤を強化できるよう支援します。

事業計画策定事業のフォローアップの一つとして、IT を活用した業務効率化や生産性向上につながる活用方法、先進的設備の導入に関する補助金活用など、経営指導員等が外部専門家と連携し、IT 導入に関する支援を行います。

施策活用の中でも持続化補助金やものづくり補助金など販路開拓を行えるような支援を中心に、助成金等活用の提案を行い、小規模事業者の持続的な発展に繋がるよう支援を行います。

### フォローアップ頻度

事業計画策定年度、翌年度は四半期に1度のフォローアップと進捗確認の実施

フォローアップ等は IT ツール等を活用 (グループチャット) した、フォローアップと事業進捗の確認を行い、いつでも経営相談が出来る体制構築。

12 事業所×4 回 (オンライン等含) = 48 回

## ②知的財産等の専門的支援フォローアップ

知的財産保護に向けた出願前調査～登録までには1年以上の期間を要することもあり、保護や知財戦略の策定や活用した販路開拓等に向けた期間中のフォローアップを実施します。

また、出願や知財活用支援としては専門家（弁理士等）と連携した支援フォローアップの実施を行います。

フォローアップ頻度

知的財産等に関する支援事業所 5 件×2 回=10 回

## 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：**
- ・商品等の製造事業者が少ないことと、小規模事業者が出展期間中事業所を離れることが難しく、新たな販路開拓に限られた事業者への商談会や販売会への出展支援に留まっています。
  - ・製造業や加工業の事業者のみの販路開拓として、商談や販売会の出展支援を行ってききましたが、地域の事業者数が少なく、全体的な販路開拓支援としては弱い。
  - ・飲食店等についてのデジタル飲食店 MAP「にいかっふ三昧」などの冊子配布や HP による情報発信などの共同事業が行えている。
  - ・域外への販路開拓として EC サイト等構築や SNS 等による情報発信などが各事業者行えておらず、各事業者への支援としては限られたものになっている。
  - ・デジタルツール（生成 AI や SNS、EC サイト構築）等のニーズに対しての課題解決に繋がる支援としては不足している。
  - ・工業（土木・建築業）における情報発信や新規顧客開拓、人手不足等の販路開拓に係る部分への IT ツール活用人材不足や情報発信力強化等が課題となっております。

- 課題：**
- ・展示会等のみの販路開拓だけではなく、新たな商品開発や販売網（EC サイト）等の開拓手法に対する支援が必要。
  - ・EC サイト構築後の管理運営が各事業者行う時間や人材が不足しているという課題があり、運営等を集約した共同 EC サイト（商工会運営）を構築することで課題解決に向かう。
  - ・工業における新たな販路開拓に繋がる情報発信強化や DX（生成 AI 等活用）を推進した業務効率化による人手不足課題への支援を行う必要がある。
  - ・展示会出展後における、商品フィードバックや新商品開発に向けたフォローアップ等にて商品販路開拓戦略と事業計画の見直し等を行う。

### (2) 支援に対する方針

製造業や加工業のみならず、新商品（地域産品の活用）開発を行える 1 次産業（米、野菜、海産物）や小売業、飲食業などへの開発支援を行います。

また、工業事業者等への販路開拓支援としては、DX 推進による（情報発信力強化（SNS）、業務効率化・省人化（生成 AI や IT ツール活用）販路開拓支援を行います。

なお、域外・域内での需要取り込みを図るため、地域共同 EC サイト等の開発により、情報発信や共同チラシによる PR などの販売促進支援を行います。

#### 新商品開発等販路開拓・EC サイト等販路開拓支援

業種：1 次産業（加工）、食品加工、小売業、飲食業、観光サービス業

対象者：地域特産等を活用した新商品開発販路拡大意欲が高い小規模事業者

販路開拓支援：域外商談（国内）会への出展支援、共同 EC サイト 構築による販路開拓

#### 工業事業者等販路開拓に向けた DX 等推進

業種：工業（建築・土木）、製造業、小売業、サービス業等

対象者：人手不足等による営業活動等

DX 推進：SNS 発信・業務効率化（生成 AI、IT ツール活用）・新規開拓営業活動について支援

### 知的財産保護や活用による戦略推進

業種：製造業、1次産業加工業、その他業種

知財活用：セミナーや個別相談対応にて知的財産に関する理解や普及を行い、特許・商標・著作権の保護とブランド戦略を活用。

### (3) 目標

事業内容（事業者数）	現行	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
①展示会・商談会等販路開拓事業への出展支援事業者数	1	2	2	2	2	2
①展示会・商談会成約・販路開拓件数	—	2	3	4	4	4
②地域産品共同出品ECサイト作成等による域外への販路開拓支援事業者数	—	5	5	5	5	5
②ネット販路拡大支援による全体売上増加率（5%以上）	—	3	4	5	5	5
③知的財産（商標等）登録・活用事業者数	1	2	2	2	2	2
④工業事業者販路開拓（SNS、AI等活用）による業務効率化、新規顧客獲得件数	—	2	2	2	2	2

### (4) 事業内容

#### ①展示会・商談会等販路開拓事業への出展支援

目的：地域商品の域外へ販路拡大や商品に対する見直しやブラッシュアップを行い、持続的な事業発展や雇用創出等の拡大による地域循環を目指す。

また、小規模事業者が商談会等への課題として、出展期間中の人手不足があり、販路開拓への活動を行えない事業者が多くみられることから、遠隔接客システム等（アバター）を利用した出展方法による、出展事業者の省人化を行います。

【支援対象者】 地域の特産品等を活用した商品を域外へ発信できていない、販路開拓支援を希望する食品製造関係や新商品開発小規模事業者

【出展者数】 2事業者予定（年）

【商談会内容】 北海道内における販売会や、北海道産品の域外販路拡大を目的とした展示、商談会への出展商談には各事業所複数名の対応が必要であるが、遠隔接客システム（アバター）等の利用による省人化が図れることで、事業所にて業務と商談の両方を行える支援体制の構築により事業者の販路開拓機会を創出する。

#### ②共同ECサイト作成等による域外へのネット販路開拓支援

##### 目的

当地区の事業者で自社ECサイトやネット販売を行っている事業者は少なく、域外への販路開拓や拡大や行えていない事業者が多くいるが、管理運営人材が各事業者にいないことが課題とです。販路開拓機会の損失を解消するために、共同ECサイトを構築し、各事業者の商品販路拡大とSEO対策や各企業からの情報発信により、発信力強化にて事業者が取扱う商品・サービス等の認知度を向上させ、新規顧客の獲得や売上向上に向けた支援をすることで、販路拡大や新規販路開拓に繋がります。

【支援対象者】 域外へのPRや販路開拓を目的とした、自社ホームページやECサイトがない事業者（製造、新商品開発事業所）を支援します。

【支援内容】 対象事業者に対して、出品商品の販売状況等から分析と情報発信力の強化に繋がる、SNS等活用方法の支援等を実施します。

### ③知的財産（商標等）登録・活用

#### 目的

新商品開発や地域事業者が持つ技術や商品に関しての知的財産保護や制度についての理解浸透が弱く、リスク要因ともなりかねない部分を保護し、知財戦略による新たな需要開拓へ繋がります。

【支援対象者】 地域小規模事業者の開発商品や技術に対しての特許・商標・実用新案等の未登録事業者、ブランド戦略の弱い事業者

【支援内容】 ・知財制度に関するセミナー開催（知的財産の基礎、知的財産の活用方法等）  
・事業者新商品等における知財保護個別相談（出願手続、権利活用について、専門家支援）  
・ブランド戦略策定支援（新商品等のネーミングやロゴ等の支援）

【支援成果】 知的財産（商標・特許・GS1等）の出願登録・知財活用支援件数 2事業者

### ④工業事業者販路開拓（SNS、AI活用）による業務効率化、新規顧客獲得・人材支援

#### 目的

工業（建築や土木工事業）の小規模事業者に対する、新たな需要開拓、販路開拓支援としては、DX推進による（情報発信力強化（SNS）、業務効率化・省人化（生成AIやITツール活用）販路開拓支援を行います。

町内小規模事業者だからこそ出来る、迅速なサービス対応や施行者との密接な関わり合い等の情報が届くような発信（SNS）やSNS広告等における手法などの支援による、域内外の新規販路開拓を目指します。

【支援対象者】 域内外にて販路開拓を目指す工業小規模事業者（建築、土木工事業等）

【支援内容】 ・DX推進導入セミナーや個別相談開催（情報発信力強化（SNS）、業務効率化・省人化（生成AI等活用方法）  
・人材確保に向けた支援制度や事例紹介

【支援成果】 SNS・AI等のデジタルツールによる業務効率化・新規顧客獲得2件

## 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：・毎年度、年度末に実施する評価委員会にて、事業の実施や実行の進捗状況及び成果についてPDCAサイクルによる事業の評価及び見直しの実施。

- ・評価委員会による意見等を取り入れながら実施を行い、改善した内容の実行により、効果的な内容となるよう取組み。
- ・評価結果についての公表内容の周知が行えていない。

課題：・単年事業評価だけではなく、発達支援計画に沿った目標値との比較と分析の実施  
・毎年度1回以上の評価・見直しの定期化と、内容の周知（HP、SNS）会報等掲載  
・事業評価内容を次年度への改善と他地域の実施内容等における情報交換による連携

#### （2）事業内容

##### 定量的把握

KPI設定：経営分析件数、事業計画策定件数、事業計画策定後事業者フォロー件数、販路開拓支援件数、セミナー参加者数

データ収集：支援先事業所ヒアリングアンケートや販路開拓効果等の実績値について集計し、掲載  
評価手法

事業評価委員会に毎年（1回）計画実施内容をP D C Aサイクルにて事業の評価と見直しを実施します。また、事業の評価と見直しの結果に関しては、地域の小規模事業者がいつでも閲覧出来るように商工会ホームページにて掲載をします。

事業の実施状況については、商工会基幹システムの経営カルテを利用し、支援情報を管理することで定量的に把握するとともに、職員間の情報共有を図り、実施状況の確認と把握をします。

・事業評価委員会の開催（継続）

【経営発達支援評価委員会の構成】

所 属	担 当 職
新冠町商工会	法定経営指導員
新冠町	企画課担当職員
外部有識者	中小企業診断士
	苫小牧信用金庫新冠支店長

経営発達支援評価委員会は上記の構成とし、事業の成果や評価を毎年 1 回以上の開催を行い、事業見直しの機会を設けます。

また、事業の評価や見直しに関しては当商工会のホームページ等にて公表し、地域小規模事業者がいつでも閲覧できる状況にします。

#### 評価・見直しの頻度

1. P・D 上記の支援計画について法定経営指導員を中心とした職員会議を開催し、年間計画を作成します。作成された計画に基づき実行します。
2. C・A 評価委員会（行政・その他関係機関・専門家）に、年1回、本計画の事業評価を依頼します。
3. C 上記①の事業評価を受け三役会議において、成果の評価、見直しを検討し方針を決定します。
4. C 上記③で決定した事業の評価、見直しの方針は当商工会理事会に報告し承認を受けます。
5. C・A 承認を受けた本事業計画の結果について、商工会報や当商工会のHP上で公表し、小規模事業者に広く周知し、寄せられた意見についても反映させます。

#### 結果の公表方法

評価結果はHP等、会報に掲載し、地域事業者が常時閲覧可能な状態にする。

#### 広域的支援体制の活用

評価内容等について隣接等の商工会と情報共有等を行い、支援課題に対しての別支援方法等を学び共有化することで支援効率を高める。

## 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:** 北海道商工会連合会が実施する職員別研修、中小企業大学校の開催する研修等へ参加し、職員個々の資質向上に努めています。

研修内容等について、職員間で情報共有不足等における、支援能力に差があることが現状の課題となっています。さらに、様々な相談等に対して支援の幅を広げられるよう、これまで以上に職員の研鑽と職員間のノウハウの共有化を実施します。

また、経営課題内容の高度化や多岐にわたることから、従来の研修のみならず、DX 対応や知的財産知識の取得、多岐にわたる学べる機会を活用し、支援力の向上を図る。

**課題:** ・ 経営指導員と一般職員双方の支援スキルを計画的に向上させる必要。

・ O J T や情報共有の仕組みを整備し、ノウハウを組織資産化すること。

・ 既存研修以外の資質向上に繋がる研修会や勉強会への積極的な参加と参加に伴う業務効率化

### (2) 事業内容

#### 目的

本計画では上記課題解決のため、経営指導員のみならず、職員全員の支援能力向上のために下記の取組みを行い、地域の小規模事業者の相談対応件数の増加に繋がります

また、各種研修会への参加、専門家派遣相談時の学習や職員協議会実施研修に関しては、職員の資質向上に有益であるため、継続して本計画でも実施します。

#### ①各種研修会参加による職員資質向上

現在、北海道商工会連合会主催の職員別に実施されている、各種研修等への参加、管内商工会職員協議会資質向上研修会に参加しています。今後の小規模事業者への支援として必要となる、スキルや知識を中小企業大学校や各種専門機関等が実施している実践型研修（事業承継生成 AI 活用等の DX 推進、知的財産研修）へ参加することで学び、職員内でナレッジ共有を行い、全体の資質向上へ繋がります。

#### ②専門家派遣事業実施時の実務勉強会

専門家派遣事業や小規模事業者の支援時に利用する相談会時に、当計画により連携する「中小企業診断士」「社会保険労務士」「税理士」「弁理士」「弁護士」等の協力のもと、小規模事業者の様々な経営課題に対する解決手法ノウハウの習得や新制度に対しての実務的な勉強会を開催します。

専門家による支援手法や知識、ノウハウを学び、経営指導員のみならず、職員全体の資質向上を図ります。

#### ③O J T（職員内研修会、勉強会）

職員が受講した研修等についての情報共有を行う勉強会を開催し、職員にとっての知識のアウトプット、その後小規模事業者へ知識をフィードバックできる体制を作ります。

また、IT ツールなど日々進化するツール（生成 AI や分析ツール・クラウド関係）や情報に関しては随時勉強会等を開催し、活用した支援力の向上。

#### ④経営支援内容等のデータベースによる共有化（クラウド・AI 等ツールの活用）

各職員による事業者に対する経営支援内容などを共有化できるように、事業者のデータベースを AI 活用にて作成し、各職員の支援内容を職員全員で共有化します。

担当職員不在時にも別の職員が支援の続きを行えるような体制を作ります。

また、支援ノウハウを職員間のミーティング時に事例として話し合うことで、職員の支援能力の向上を図ります。

## 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：**日高管内各商工会や北海道における他地域商工会とは情報交換等を行い、経営課題に対するアプローチや支援ノウハウの共有を行っています。また、新冠町、地域金融機関（苫小牧信用金庫）や事務委託を受けている新冠町観光協会とも支援や地域課題に関する課題共有や支援推進に向けたネットワーク体制を構築している。

**課題：**情報交換の場は存在するものの、支援ノウハウの体系的な蓄積や共有が十分とは言えず、より具体的な事業者支援に対しての共同支援やノウハウや制度情報に対する勉強会等の開催を行い、支援力を向上させる必要性があります。

### (2) 事業内容

#### 目的

小規模事業者の持続的発展を円滑に推進するため、定期的な情報交換を行い、支援ノウハウの向上を図ります。

#### 【北海道（日高管内）商工会連合会への会議参加や情報共有】（随時）

全道経営指導員研修会・管内指導員研修会議等において知り得た経営改善普及事業の取組みを参考として、当商工会が同事業を円滑に進める一助とします。また、同一地域の特性的な経営課題や需要開拓支援に係る情報共有を行うことによって、小規模事業者経営発展に寄与できる支援ノウハウを習得し、支援力の向上に努めます。

当地域で小規模事業者の新たな販路開拓支援における展示会・商談会への出展、アンテナショップの活用での諸手続きやノウハウを学ぶことで、地域小規模事業者の相談支援等に迅速な対応ができる体制づくりを行います。

#### 【支援ノウハウ情報交換（日高管内商工会（5商工会））（年3～4回）

各商工会が知り得た経営支援ノウハウ・支援フォームを共有し、効率的支援の手法強化を行います。

また、事業計画策定・実行支援や需要動向調査・経営者意識調査など、共通する地域課題の解決に向けた事業を実施することを通じて、地域需要・経営課題等の把握や解決に向けた商工会職員の資質向上に向けた体制づくりを行います。

#### 【金融機関と行う地域経済情勢等の情報交換】（年2回）

地域金融機関が知り得た経済情勢、町融資制度の円滑な金融・融資支援について情報交換を行うことで経済動向調査や需要動向調査の情報を把握し、事業計画策定・創業支援に活用します。

日本政策金融公庫が開催するマル経協議会「小規模事業者経営改善貸付推薦団体連絡協議会」において、地域経済活性化策や支援施策等の情報交換を行い、支援体制強化に有効活用をします。

#### 【北海道中小企業総合支援センターとの情報共有】（専門家派遣時）

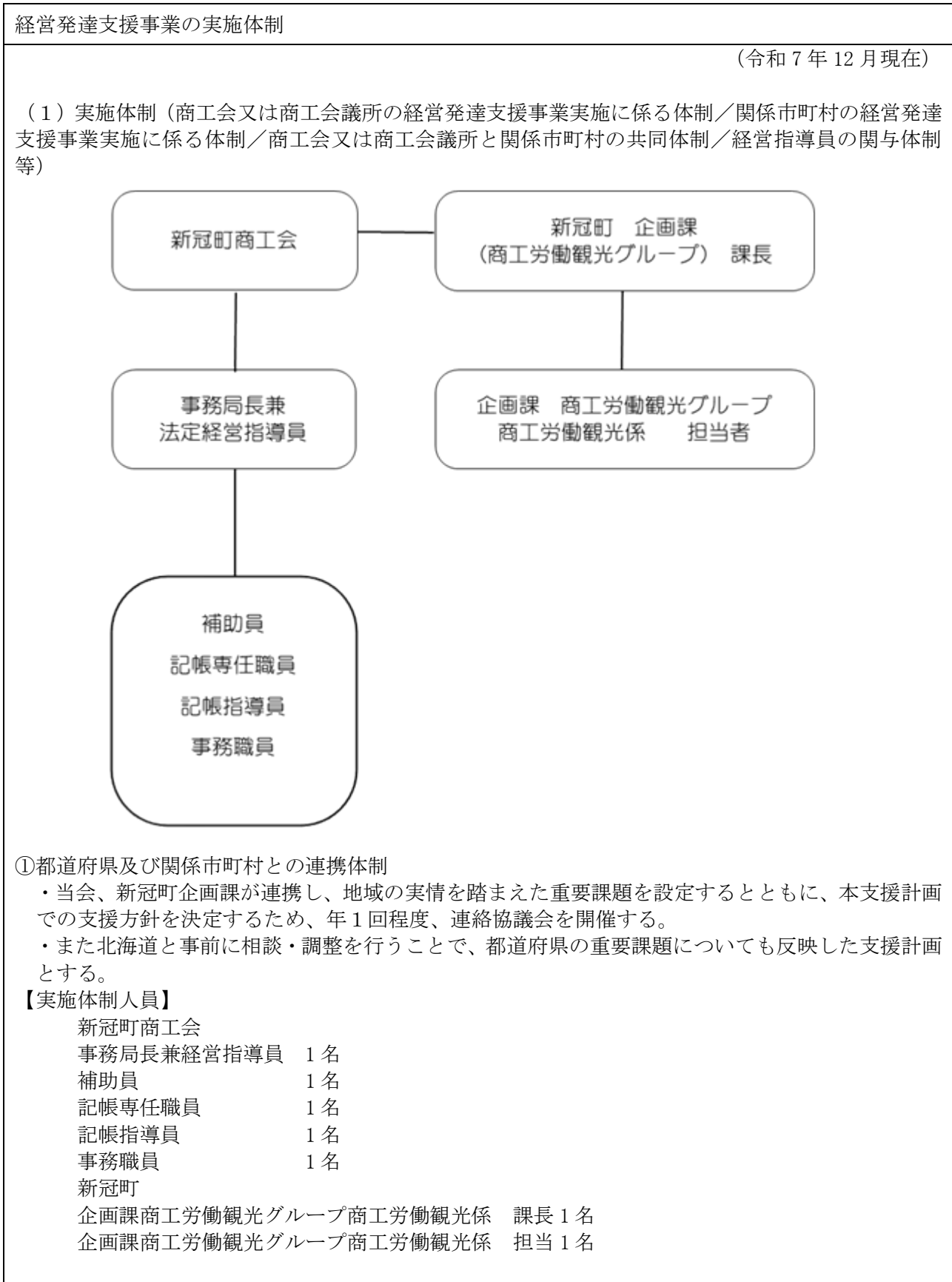
小規模事業者の設備導入支援等において、事業計画の実行性の検証や販路開拓に向けた経営支援の際に、専門知識が豊富な専門家との連携のもとで伴走型支援を行います。

#### 【中小企業基盤整備機構との支援ノウハウ共有】（専門家派遣時）

地域資源の活用、農商工連携、新事業支援に対し情報交換に努め、支援ノウハウや施策の有効活用を小規模事業者に提供できる支援力強化を図ります。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



②商工会の経営発達支援事業実施に係る体制

- ・法定経営指導員1名と職員4名の体制で巡回指導を行う。経営指導員含む職員を小規模事業者ごとに選定し、策定支援からフォローアップまで一体の支援体制を構築する。
- ・また、北海道商工会連合会やよろず支援拠点等と連携し、事業所課題に対して適材専門家を伴走支援やセミナー個別相談の支援体制とする。

③定量的に実施状況を把握し評価を行う体制

- ・法定経営指導員1名、事務員4名の体制で、実施状況を定量的に把握し効果測定を行う。
- ・上記で把握・検証した実施状況を当会と新冠町の連絡協議会（年1回開催予定）で評価するとともに、次年度の支援内容の検討を行う。また、必要に応じて変更申請を行い、支援計画にも反映していく。

④経営指導員等職員の資質向上に係る体制

- ・当会職員向けに研修や勉強会等を開催し、DX化や生成AI、財務諸表の分析手法、経営戦略、マーケティング、起業・創業、事業承継、価格転嫁など適宜専門知識の習得を図り、小規模事業者の内発的動機づけを行うためのロールプレイング、事例共有などを行う。

（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

法定経営指導員 氏名 森永 一  
連絡先 新冠町商工会（北海道新冠郡新冠町字本町44番地）  
TEL：0146-47-2421

②当該経営指導員による情報の提供及び助言（手段、頻度 等）

経営発達支援事業の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を行う。

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1名の配置を行うこととする。

③広域経営指導員の当否

申請書に記載の経営指導員・森永一は、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する又は該当しない。

（3）商工会／商工会議所、関係市町村連絡先

①新冠町商工会

〒059-2401  
北海道新冠郡新冠町字本町44番地  
電話：0146-47-2421 FAX：0146-47-3596  
Mail：[contact@niikp.info](mailto:contact@niikp.info)

②新冠町 企画課商工労働観光係

〒059-2403  
北海道新冠郡新冠町字北星町3番地の2  
電話：0146-47-2111 FAX：0146-47-2600  
Mail：[teijyu@niikappu.jp](mailto:teijyu@niikappu.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)

	8年度	9年度	10年度	11年度	12年度
必要な資金の額	3,800	3,800	3,800	3,800	3,800
・調査分析費	200	200	200	200	200
・個別相談専門家派遣費	300	300	300	300	300
・セミナー開催費	200	200	200	200	200
・販路開拓出展費	500	500	500	500	500
・販路開拓遠隔接客システム費	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
・販路開拓ECサイト運営費	600	600	600	600	600
・デジタルツール(グループウェア)導入費	500	500	500	500	500

(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：500,000円 ・伴走型補助金：3,300,000円等

(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。

