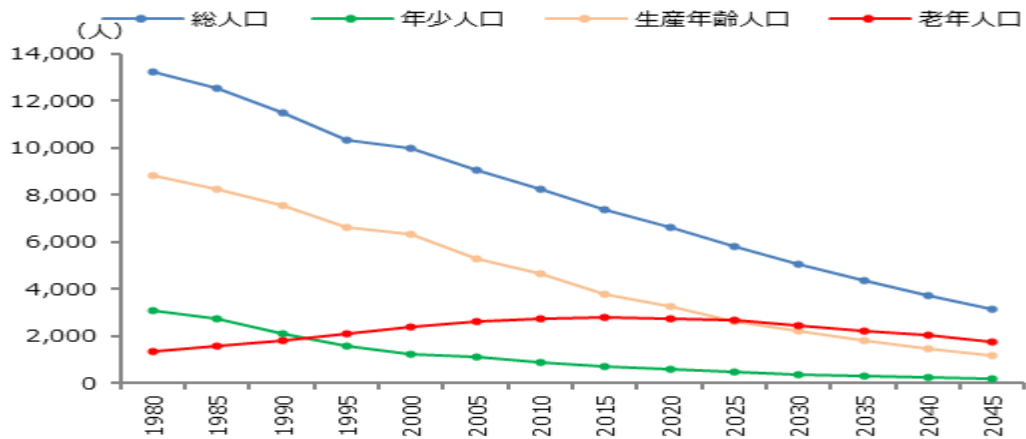


経営発達支援計画の概要

実施者名	本別町商工会（法人番号：5460105001438） 本別町（地方公共団体コード：016462）
実施期間	令和7年4月1日～令和12年3月31日
目 標	<p>経営発達支援計画の目標</p> <p>（1）経営基盤強化支援による小規模事業者の収益力向上 （2）創業および事業承継支援による地域業種の維持 （3）地域特産品を活用した商品の需要開拓・販路開拓 （4）DX（デジタルトランスフォーメーション）の推進</p> <p>地域への裨益目標</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・小規模事業者の経営力強化や事業承継・創業による新陳代謝を促し、地域住民にとって必要な生活インフラが維持され地域の利便性向上につなげます。</li> <li>・特産品を活用した商品による販路開拓を支援を通じて、域外需要の取込みや観光客の誘因につなげ、小規模事業者及び地域の持続的発展に寄与します。</li> </ul>
実施内容	<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> <ul style="list-style-type: none"> <li>①地域経済動向調査（地域経済分析システム「RESAS」）の実施</li> <li>②景気動向調査の実施</li> </ul> <p>4. 需要動向調査に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①商談会・物産展におけるアンケート調査による動向分析</li> </ul> <p>5. 経営状況の分析に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①事業者の発掘と経営分析の実施</li> </ul> <p>6. 事業計画策定支援に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①DX推進セミナー・個別相談会</li> <li>②事業計画策定セミナー・個別相談会</li> <li>③創業計画策定支援</li> <li>④事業承継計画策定支援</li> </ul> <p>7. 事業計画策定後の実施に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①事業計画策定事業者に対する支援</li> <li>②創業・第二創業計画策定事業者に対する支援</li> <li>③事業承継計画策定事業者に対する支援</li> <li>④事業計画と進捗状況とズレが生じている場合の対処方法</li> </ul> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①商談会・展示会等への出展支援</li> <li>②DXの取組としてIT活用による販路開拓支援</li> </ul>
連絡先	<p>本別町商工会 〒089-3334 北海道中川郡本別町北1丁目4番地19 TEL：0156-22-2529 FAX：0156-22-2120 Mail：honbetsu@rose.ocn.ne.jp</p> <p>本別町 未来創造課 〒089-3392 北海道中川郡本別町北2丁目4番地1 TEL:0156-22-2141 FAX:0156-22-3237 Mail:syoukou@town.honbetsu.hokkaido.jp</p>





(資料：RESAS よりデータ参照)

### ③産業別の現状と課題

#### ア. 農業

本別町の経済を支える基幹産業は農業であり、肥沃な大地と恵まれた気候の中、広大な土地を活かした畑作・畜産が営まれています。「十勝ブランド」とも称される優れた農産物を生産しており、中でも特産品の豆は高い評価を得ていて良質な豆で作った特産品が数多くあり「豆のまち」と呼ばれるほどです。また、原料としての出荷だけではなく良質な農産物を活かした加工品の製造・開発にも積極的に取り組んでおり、本別町が原産となる黒豆「中生光黒大豆」を原料として開発されたご当地ブランド「キレイマメ」シリーズとして売り出しています。

しかし、新規就農者はいるものの、少子高齢化の影響を受けて農業従事者、農家数は減少傾向にあり、平成17年には1,113人いた農業従事人口は令和2年には約半数の635名となっており、主副業別農家数では主業農家の減少が著しく、その数は平成17年時点の約半数である170件となっています。

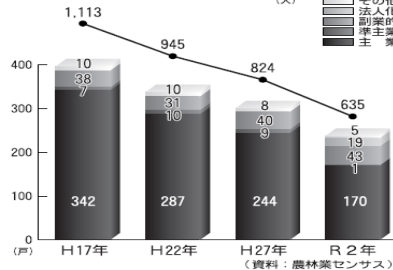
そのような状況ではありますが、畑作・畜産において良質な素材が生産できる特色を活かし、農業者の6次産業化が進んでおり、小麦粉・ポップコーン・ハンバーグ・ジャム・アマニ油といった様々な製品の開発を行っており、産業の活性化を図っています。

#### 農業の概要

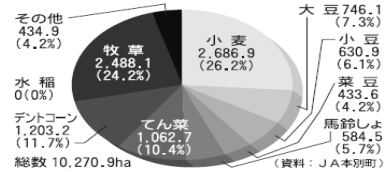
区分		R2年
農家総数(戸)		238
主副業別農家数(戸)	主業	170
	準主業	1
	副業的	43
	その他	5
農業就業人口(人)		635
耕地面積(ha)	総面積	9,781
	畑	9,778
	樹園地	3

(資料：2020(令和2年)農林業センサス)

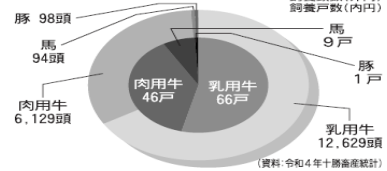
#### 農業の推移



#### 主要作物作付面積割合



#### 家畜の飼養頭数



#### 農業粗生産額

区分		R2年	R3年	R4年
内訳	耕種粗生産額	5,145	6,617	5,265
	畜産粗生産額	7,478	7,440	6,602
総数		12,623	14,057	11,867

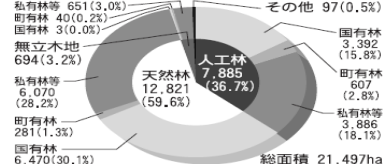
(資料：JA本別町取扱高)

#### 森林面積

区分		総面積	天然林	人工林	無立木地	その他
国	有林	9,962	6,470	3,392	3	97
町	有林	928	281	607	40	0
私有林等		10,607	6,070	3,886	651	0
総数		21,497	12,821	7,885	694	97

(資料：北海道林業統計)

#### 森林面積の割合



### イ. 商工業

本別町はかつて林業の町として栄え、帯広・北見・釧路の交通の要所であったことから、人口のピークは昭和 34 年の 18,858 人でありましたが、流通の発達により徐々に人口が減少するに従って、商工業者数も減少しています。地域内の事業所数は平成 21 年から令和 3 年にかけて約 20%、従業者数は約 14%減少し、現在の商工業者数は 294 件となっています。内小規模事業者数は 247 件であり、業種別にみた事業者数の割合は、サービス業が 79 件と 26.8%を占めており、続いて小売業の 25.5%となっています。

減少割合が最も多いのは小売業で、書籍販売店は令和 4 年、靴販売店は平成 12 年に町内から無くなりました。その他各小売店も減少が進んでおり、町の利便性の低下と消費活動の流出が危惧されているため、事業承継や新規創業支援などを通じて業種を維持するための取組が必要です。

### ウ. 観光業

本別町の観光資源としては、道の駅「ステラほんべつ」と本別公園の 2 つの施設が主要な存在となっており、それぞれ年間 32 万人、10 万人の来訪者を誇っています。

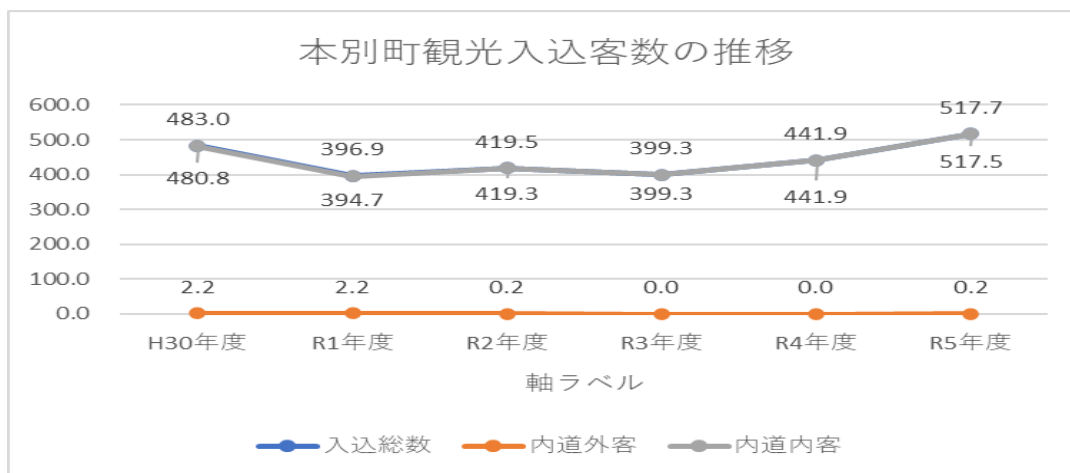
道の駅「ステラほんべつ」は約 100 年の間地域交通として重要な役割を果たした旧本別駅で、平成 18 年に「ふるさと銀河線」が廃止された後も地域の拠点施設として、簡易郵便局や町の観光案内、農産物・豆加工品、特産品の販売を行っています。

本別公園内にはゴーカートやアスレチック、かぶと池のボートといった子どもが楽しめる施設のほか、義経の里御所、静山キャンプ村等の宿泊施設があり、家族で楽しめる施設となっています。

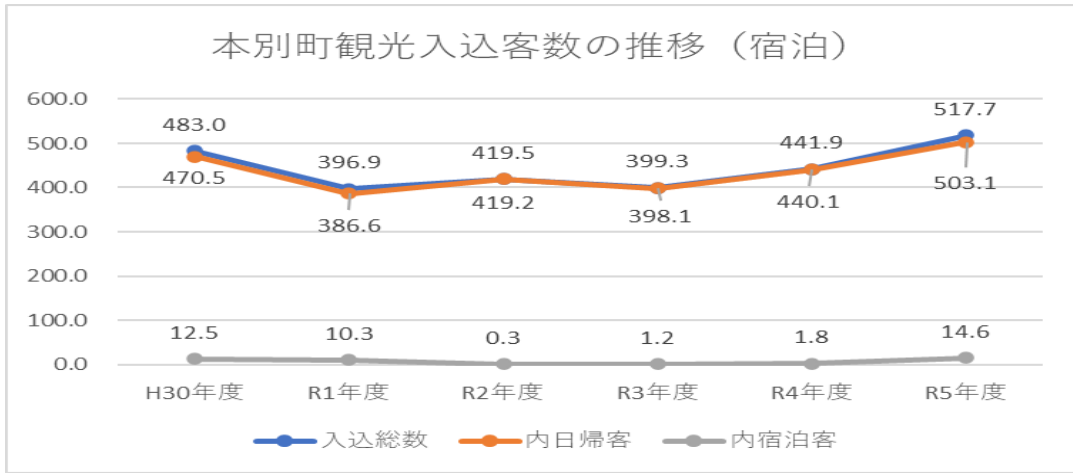
しかし、これらの観光施設における集客には限界があり、今後の観光振興に向けて新たな戦略が必要です。特に、本別町を通過する国道 242 号線は、帯広市から北見市を結ぶ幹線道路であり、その沿線には「池田町（ワイン城）」、「足寄町（オンネトー）」、「陸別町（りくべつ鉄道）」といった観光資源の豊かな町が点在しています。本別町はこれらの町の中心に位置しており、立地的な利点を活かした観光客の誘致が求められています。

また、道東自動車道本別―釧路間の無料区間を通じて多くの観光客が釧路と本別間を往来していますが、現状では道東道を利用する観光客の取り込みが十分に行われていません。このように、地域の観光資源自体は限られているものの、近隣の観光地との連携や通過観光客を滞在型に誘導する戦略が重要な課題となっています。

今後、本別町の観光業の発展には、観光客が思わず手に取るような魅力的な商品や、再訪したいと思わせるようなユニークなサービスの開発が不可欠です。これにより、観光客の滞在を促し、町全体の集客数を増加させる取組みが求められています。



(資料：北海道観光入込客数調査報告書 (北海道))



(資料：北海道観光入込客数調査報告書 (北海道))

④小規模事業者の現状と課題

ア. 小規模事業者の推移

当地域の商工業者のうち、8割以上が小規模事業者であり、最も多い業種はサービス業で、次いで小売業、建設業が続いています。しかし、小規模事業者の全体数としては減少傾向にあり、令和元年4月1日時点で278件だった事業者は令和6年4月1日時点で247件となり、6年間で12.2%の減少を記録しています。特に減少率が顕著なのは小売業であり、この業種の衰退が深刻化しています。

減少の主な要因としては、健康上の理由や事業主の死亡、経営上の理由や事業所移転などが挙げられますが、最も多いのは事業主の高齢化とそれに伴う後継者不足が大きな影響を及ぼしています。

一方、製造業、卸売業、飲食・宿泊業においては、事業者数はほぼ横ばいで推移しています。特に、飲食・宿泊業においては廃業する事業者があるものの、毎年約2件の新規創業があり、総合的な数値の変動は見られません。

しかし、地域の小規模事業者を取り巻く環境は変化しており、事業者の持続的な発展にはより一層の支援が求められており、商工会としては事業者が自らの課題を認識し、それに対する「気づき」や「腹落ち」を得ることが重要です。これにより、内発的動機付けを引き出し、事業者の潜在力を最大限に発揮させ、自走できるよう支援する「伴走支援」が必要です。

	R1		R2		R3		R4		R5		R6	
	商工業者数	小規模事業者数	商工業者数	小規模事業者数	商工業者数	小規模事業者数	商工業者数	小規模事業者数	商工業者数	小規模事業者数	商工業者数	小規模事業者数
建設業	55	48	53	46	51	44	50	45	47	42	46	41
製造業	24	21	24	21	25	22	24	21	24	21	22	19
卸売業	9	7	10	8	10	8	10	8	10	8	10	8
小売業	87	67	88	66	85	63	81	59	77	56	75	55
飲食・宿泊業	34	34	33	33	35	35	34	34	32	32	32	32
サービス業	90	81	88	79	83	74	82	73	81	72	79	70
その他業種	28	20	29	21	29	21	30	22	30	22	30	22
合計	327	278	325	274	318	267	311	262	301	253	294	247

※商工会独自調査による

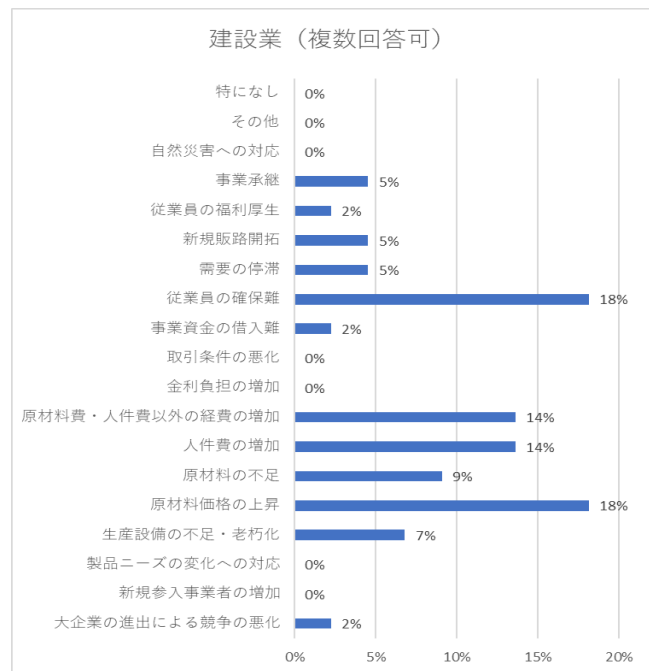
#### イ. 建設業の現状と課題

建設業は他の産業と異なり、受注生産や屋外生産が主であるため、厳しい労働環境が特徴です。このため、建築技術者の減少が顕著であり、就業後3年以内の離職率も他産業と比べて高い傾向があります。その結果、建築技術者の不足が慢性的な問題となっており、特に首都圏と比べて当町の労働環境や生活環境が見劣りするため、労働力の確保が難しくなっています。こうした状況に対応するため、町内の建築業者は不足する労働力を補うために外国人労働者の雇用を進めています。

さらに、経営環境にも厳しい課題が生じており、最低賃金の増加や、燃料代、原材料価格の高騰といった製造原価の圧迫により利益確保が困難となっています。また、大手建設業が積極的に取り組む建設機械導入による業務効率化を進める一方で、経営資源が限られた小規模事業者はこの動きに大きく遅れをとっています。

令和6年度に実施した会員事業所へのアンケート調査では、原材料価格の上昇、人材確保の難しさ、人件費の増加、そして原材料・人件費以外のコスト増加が経営課題の上位に挙げられています。これらの課題は、全国的に厳しい経済状況の影響を反映しており、地域の建設業者にとっても大きな負担となっています。

このような厳しい状況において、事業者の持続的発展を支援するためには、経営の本質的な課題を事業者自身が認識し、「気づき」や「腹落ち」を得ることが必要です。商工会としては、「対話と傾聴」を通じて、事業者が自らの課題を認識し、経営基盤の強化や自走化を促す支援が必要です。



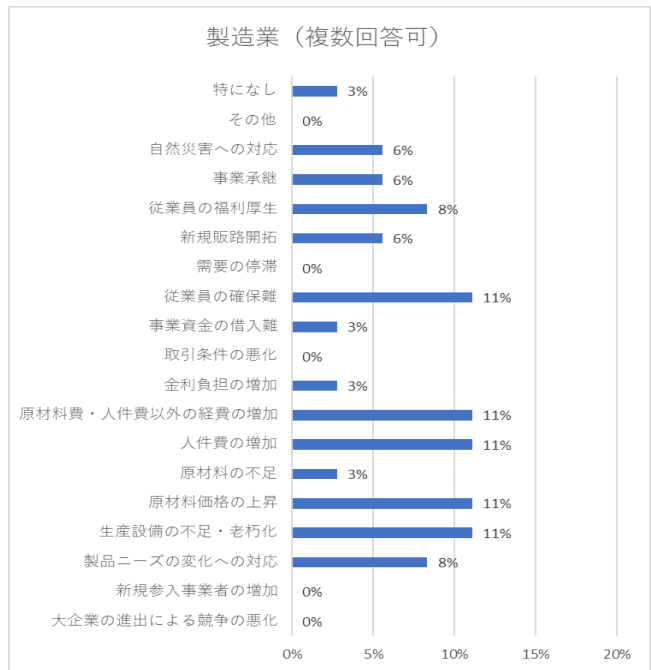
#### ウ. 製造業の現状と課題

当地域の製造業者は、地場産品の農産物を加工する食品加工業者が多く、乳製品や製糖、味噌・醤油などの発酵食品からポップコーンなどのお菓子まで、さまざまな加工品が製造されています。大手製造業者も2社存在していますが、1社は2023年3月に本別工場の生産を停止し、もう1社も2027年には生産を終了する予定であり、地域経済に大きな影響を及ぼすことが予想されています。

小規模事業者においては、人口減少により町内需要が縮小しており、近年では域外への販路開拓が積極的に行われています。しかし、流通コストの増加や原材料の高騰などの影響で利益確保が難しく、大手他社と比較して価格面で競争が厳しくなっています。これにより、他社との差別化が求められており、価格面で競争を避けるためには、独自の商品やサービスを開発し、付加価値を高めることが必要です。

また、令和6年度に実施した会員事業者へのアンケート調査では、原材料の高騰や人件費の増加、設備の老朽化、従業員確保の難しさなど、経営課題が浮き彫りになりました。これらの課題は、価格高騰や人手不足といった外部要因が影響しており、事業者にとって持続的な発展が難しい状況となっています。

事業者の持続的発展のためには、まず経営分析を行い、事業者自らが課題を認識し、「気づき」と「腹落ち」を得ることが必要です。その上で、経営基盤の強化に向けた取り組みを支援することが求められます。具体的には、事業計画の策定をサポートし、既存の商品・サービスの見直しや新開発を進めることで付加価値の向上を図ります。さらに、地域ブランドとしての売り出しを強化し、商談会や展示会への出展、ECサイトやSNSを活用した広報・販売活動を通じて、新規販路の開拓を支援し、事業者の自走化を促進することが重要です。



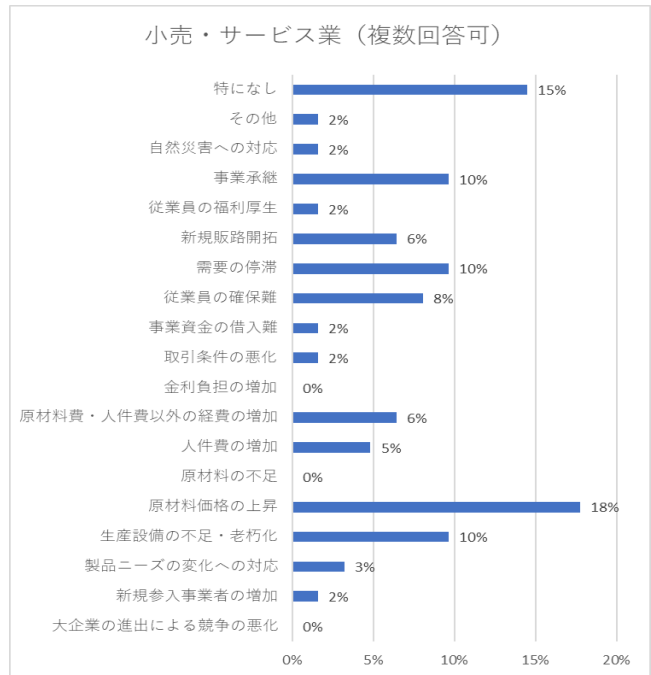
#### エ. 小売業・サービス業の現状と課題

小売業・サービス業の経営課題として、地域が抱える人口減少に伴う町内需要の縮小が挙げられます。特に、若年層消費者においては、車社会の発展により帯広市への需要流出が加速しており、地元の消費活動が減少しています。また、流通が発達した現代では、ネット通販の利用が拡大し、消費者の購入方法が多様化しています。平成28年度の本別町消費者動向調査によれば、ネット通販の利用者は約6割に達しており、その理由として「価格の安さ」と「品揃えの豊富さ」が挙げられています。このような状況下で、経営資源が限られた小規模事業者は、価格競争や品揃えにおいて大手と競合することが難しく、他の方法で競争力を強化する必要があります。

さらに、人口減少による需要の停滞に加えて、仕入れ価格の上昇や設備の老朽化、後継者不足といった事業承継問題が事業継続に対する脅威となっています。

これらの課題は、小規模事業者の経営を一層厳しくしており、事業の持続可能性を確保するためには早急な対応が求められます。

令和6年度に実施した会員事業者へのアンケート調査では、上記の課題に加えて新規販路開拓や従業員の確保難、仕入・人件費以外の経費の増加や人件費の増加も数多く挙げられており、小売・サービス業の経営状況の厳しさを示しています。



一方で町内において事業に向けた積極的な取り組みもあり地域唯一の仕出し業、葬儀社、冠婚葬祭会場、ホテルを運営する事業者が経営危機に瀕し、事業の廃止を検討した際、「地元のことには地元で」という理念のもと、地域の既存事業者が事業の多角化に取り組む支援を商工会が行い、これらの事業の承継を実現しました。また、商工会は地域内の高校生や教員、地域おこし協力隊と連携し、本別町産の小麦や希少ブランド『キレイマメ』（光黒大豆）を活用した新商品の開発・販売の取り組みを支援し、地域資源を活かした新たなビジネスチャンスの創出にも力を入れるなど、商工会が中心となって事業展開の推進を行っており、小規模事業者を取り巻く環境は常に変化しており、商工会としては、事業者自らが課題を認識し、そこから得た「気づき」や「腹落ち」をもとに内発的動機づけを行い、潜在力を引き出して自走化を支援することが重要です。具体的には、事業者自身による自己分析と他者分析を実施し、ターゲット市場の再設定を行います。それに基づき、販売方法（ECサイトやSNSの活用など）の改善を模索し、新たな販路の開拓を支援するとともに、事業継続のためには事業承継支援が不可欠であり、後継者不足に対しても積極的な支援が求められます。

## （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

本町の小規模事業者の長期的な振興に向けて、地域の現状や課題を踏まえた戦略的な支援が求められます。現在、町の人口は減少を続け、少子高齢化が進行する中、町内の経済活動の低下が予想されています。加えて、新型コロナウイルスの影響で資材費や人件費の上昇が続き、経営の厳しさが増えています。さらに、深刻な人手不足と設備の老朽化が進み、多くの事業所で事業継続が困難になりつつあります。特に、事業主の高齢化と後継者不足が進んでおり、これが原因で廃業が増加し、商店街としての機能低下が懸念されます。

このような状況を打開するため、『キレイマメ』をはじめとする本町特産の豆類について、新商品の開発支援や既存商品のリブランディングを進めます。また、復活の兆しを見せる亜麻産業の生産物や、土づくりにこだわった飼育による高品質な食肉牛など、本別ならではの魅力ある優れた地域資源を効果的に活用し、新たな販路開拓を支援するとともに、地域における創業機会の創出を図ります。

一方で、毎年新たに起業する者もあり、これらの起業家に対する支援が重要です。しかし、既存の事業者に対しても、事業継続や事業承継に関する支援が必要不可欠です。事業所数の減少を抑えるためには、これらの事業者に対する積極的な支援が求められます。

小規模事業者が持続的に経営を続けていくためには、早期の経営課題の発見とその解決策の実行が重要です。このためには、事業者との「対話」と「傾聴」を通じて、経営課題を明確にし、事業者自らが気づき、実行できるように支援することが求められます。また、事業者が自ら課題解決に向けた事業計画を策定し、それを実行に移す支援が必要です。

さらに、現代の経営環境においては、ITやデジタル技術の活用が重要な鍵を握っています。販路開拓や商品・サービスの開発、業務効率化を実現するために、DX（デジタルトランスフォーメーション）を積極的に推進し、事業者がこれを便利に活用できるよう支援することが不可欠です。

以上を踏まえ、小規模事業者の持続的な経営を支援するためには、事業者自らが自走化できるような取り組みを推進し、事業の持続的発展を実現するため「小規模事業者に対する長期的な振興のあり方」を下記のとおり設定します。

#### ア．地域資源を活用した新産業の創出及び、地域ブランド確立

本町の特産である『キレイマメ』などの豆類や、復活が期待される亜麻産業、土づくりにこだわった高品質な食肉牛など、地域固有の資源を活用した新商品開発や既存商品のリブランディングを支援します。これらの取組を通じて、本別町ならではの価値を創出し、独自性のある地域ブランドの確立を目指します。さらに、新たな販路開拓を積極的に支援す

ることで、地域における創業機会の創出と産業の活性化を図ります。

イ. 事業者の魅力掘り起こし

需要動向や地域経済動向を適切に把握し、小規模事業者が自社の強みを活かした事業計画目標を定めて事業を展開していくことで、事業の持続的発展と経営力向上に繋げていき、事業継続力の強化を図ります。

ウ. 起業家支援並びに事業承継支援による雇用の創出

起業家支援施策を積極的に活用し、円滑な創業後の安定的な経営活動により開業率を向上させることで地域経済を活性化させ、地域の雇用創出を図ります。

また、事業承継支援を行い町内における必要事業の継続と雇用の維持を図ります。

②本別町総合計画との連動性・整合性

本別町総合計画（令和3年度～令和12年度）では、将来像を実現するための基本目標として以下の通り5つ掲げています。

◆ 第7次本別町総合計画

■本別町の将来像

『心を合わせて みんなの笑顔を 未来につなぐ』

■将来像を実現するための基本目標

- (1) 安定した産業から、わくわく笑顔をつくり出すまち
- (2) 人と人のつながりで、いきいき笑顔で暮らすまち
- (3) 豊かな心と、きらきら笑顔を育むまち
- (4) 安全と安心を確保して、にこにこ笑顔で暮らすまち
- (5) みんなの笑顔を未来につなぐまち

上記に掲げた基本目標に向け、商工業及び観光の振興施策（重点的な取組み）は以下のとおりとなっています。

【商工業の振興施策における重点的な取組み】

- (1) 事業者が安定的な経営基盤を確立するため、本別町商工会と連携した事業を展開します。
- (2) 人材育成および後継者対策、新商品開発に向けた起業家支援事業を実施します。
- (3) 観光など一時的に本別町を訪れる交流人口、本別町と何らかの関りを持つ関係人口対象者等へ、特産品等の情報発信を行うとともに農林業と連携し、魅力ある特産品の開発を進めます。
- (4) 工業用地を確保するとともに企業立地を促進します。
- (5) 雇用の安定と労働者福祉の向上を図ります。

【観光の振興施策における重点的な取組み】

- (1) 義経の里本別公園一帯について、自然環境に恵まれたレクリエーション地区として、環境の保全と適切な活用に努めるとともに魅力ある施設整備を進め、交流人口を増やします。

- (2) 道の駅および周辺施設の整備・充実を図り、誘客数の拡大を図ります。
- (3) きらめきタウンフェスティバルを町民誰もが誇れる事業として継続していきます。
- (4) 農畜産物を活用した特産品等の販路拡大など経済活性化につなげる取り組みを強めます。

上記のとおり、町が目指す将来像に向けた重点的な取り組みと商工会による小規模事業者に対する10年後を見据えた振興のあり方に掲げている方向性は連動性・整合性が高いことから、経営発達支援計画を「本別町」と連携して実施することで地域産業の形成・活性化を図られ、小規模事業者はもとより地域の持続的発展に寄与していきます。

### ③商工会としての役割

上記の現状と地域特性を踏まえ、小規模事業者が今後10年間にわたって持続的に成長するためには、小規模事業者への経営支援をより効率的に実施する必要があります。小規模事業者を取り巻く経営課題の解決と長期的な持続的発展を目指し、基礎的な支援を実施する中で「対話と傾聴」を基本として経営分析を実施します。

分析結果に基づき、課題についてどのような解決をするか事業計画の策定を支援することで明確化します。

加えて、地域資源の活用や魅力を掘り起こし、業務軽減とともに販売促進のためのデジタル化・IT活用、観光業との連携、地域コミュニティとの協力、労働力確保など事業者が抱える課題や観光業との連携、地域コミュニティとの協力などを含む、多角的な取り組みを各関係機関と連携して小規模事業者支援を実施していきます。

### (3) 経営発達支援事業の目標

上記を踏まえ、5年間の本事業期間において、以下の目標を掲げ支援を行います。

#### 目標1. 経営基盤強化支援による小規模事業者の収益力向上

町内の購買力の低下は、高齢化や人口減少のみならず、価格高騰のあおりを受けた安さ、利便性を求める消費者の町外流出に由来しています。経営課題の把握と分析を行い、事業計画策定支援をして課題解決に向けてPDCAサイクルを回し、経営基盤を強化して事業者の売上増加を目指します。

【事業計画策定事業者数 50者/5年】

【支援した事業者の売上率増加目標 2% (対前年)】

#### 目標2. 創業および事業承継支援による地域業種の維持

事業承継については国の重要課題として取組んでおり、創業においても地域の多様な業種の維持を図るため積極的に支援し小規模事業者の新陳代謝を図り地域の利便性維持を目指します。

【新規創業・第二創業者数目標 10者/5年】

【事業承継者数目標 10者/5年】

#### 目標3. 地域特産品を活用した商品の需要開拓・販路開拓

小規模事業者の多くは、地域外への営業力に乏しいため、需要動向調査などの情報提供を積極的に行うことにより、新商品開発や既存商品の改良や付加価値の向上による販路拡大・売上増加を目指します。

【商談会出展支援目標数 10 者／5 年、商談成立目標件数（1 者につき）10 件／5 年】  
【物産展支援目標数 10 者／5 年、売上率増加目標 2%以上（対前年）】

#### 目標 4. DX（デジタルトランスフォーメーション）の推進

町内の人口減少・高齢化に伴う消費活動の低下対策として、DXを推進し、ECサイトやSNSといった販促活動の新たな場として活用できるよう支援を行います。町外からの消費を促進するとともに、潜在的な不便をデジタル化することで解消し、小規模事業者の業務効率化と人手不足の改善を目指します。

【DX活用支援事業者 10 社/5 年、売上率増加目標 2%以上（対前年）】

#### 【地域への裨益目標】

上記目標を達成することで、小規模事業者の経営力強化や事業承継・創業による新陳代謝を促し、地域住民にとって必要な生活インフラが維持され地域の利便性向上につなげることを目標とします。

また、本別町や関係機関と連携し、特産品を活用した商品による販路開拓を支援を通じて、域外需要の取込みや観光客の誘因につなげ、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) 目標の達成に向けた方針

### 【小規模事業者の目標達成に向けた方針】

#### 目標1. 経営基盤強化支援による小規模事業者の収益力向上

小規模事業者を取り巻く環境は厳しく、内在する問題も年々複雑化をしています。小規模事業者の事業継続、発達を図るには、自社の現状を把握し、数年先を見据えて目標、計画を立てて自社の経営課題に対応し、経営基盤を強化して収益力向上を図る必要があります。

そのために、事業計画策定に向けたセミナーや個別相談会を開催し、状況によっては高度な分析を実施するため専門家を活用するといった手法をとりながら、「対話と傾聴」をもって事業者自身が、気づき、納得して自らの事業を進め、継続と発展を目指すための支援を実施します。

#### 目標2. 創業および事業承継支援による地域業種の維持

人口減少、少子高齢化が著しい当町において、事業者の高齢化による廃業は小規模事業者減少の大きな要因となっています。地域の小規模事業者の減少は、町の利便性を損ない更なる消費活動の減退や人口流出を招いてしまう恐れがあるため、北海道事業承継・引継ぎ支援センターや当町の地域おこし協力体制度といった外部機関と協力し、円滑な事業承継を実現できるよう支援するとともに、起業家支援制度といった町の制度も活用しながら創業支援を行い、地域業種の維持を目指します。

#### 目標3. 地域特産品を活用した商品の需要開拓・販路開拓

地域特産品を活用した商品の需要開拓並びに販路開拓支援を実施します。当町の現状の地域特産品の特徴を踏まえ、ECやSNSといった手法を用い、近隣のみならず、広く周知を図り知名度の低い『本別町』の認知度を高め、新規販路開拓を支援し、地域外の顧客獲得を狙います。実施に当たっては、行政や関連機関等との連携を図ります。

#### 目標4. DX（デジタルトランスフォーメーション）の推進

当町においては、小規模事業者のDX化が進んでおらず、人手不足の事業所も多い現状から、導入編としてDXに対する関心を高め、基礎知識を習得させ、生産性の向上を目指すと共に、事業所の信頼度の向上並びにSNS及びECサイトによる新たな販路の開拓、売上増加への支援を行います。

### 【地域への裨益目標の達成に向けた方針】

小規模事業者は町内に存在する商工業者の8割以上を占めています。そのため、小規模事業者の持続的な発展及び維持は地域そのものの地盤強化に等しいと考えます。

当商工会は小規模事業者にとって最も身近な支援機関です。小規模事業者の目標の達成を通じて、特産品や地域資源を活用した新商品等を開発し、販売促進を支援することで、地域の知名度向上や特産品のPRにつなげ地域活性化を図ります。

また、地域を支える小規模事業者の経営基盤強化と、事業承継や創業が促進されることで、雇用の確保と新陳代謝の促進による地域コミュニティの維持・活性化を図ります。

## 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

第2期では、地域経済分析システム（RESAS）及び「中小企業景況調査」の四半期ごとの結果を小規模事業者へ巡回訪問の際や窓口支援の際などに情報提供を行いました。情報提供を行うだけでは、単なるデータとして関心を持って貰えませんでした。定期的な発信を行うに至っていない部分もあり、十分にデータを活用しきれなかったといえます。

第3期においては、RESAS及び「中小企業景況調査」等各機関が発行する景気動向調査の報告書から情報を活用し、分析したデータを基に地域の経済分析を行い、巡回や窓口支援の際に情報提供を行いつつ地域内の事業構造の把握と事業者自身の経営戦略に活かせるよう身近なデータとして調査結果に関心を持ってもらい、実効性のある事業計画策定支援へと繋げていきます。

#### (2) 目標

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

#### (3) 事業内容

##### ① 地域経済動向調査の実施

マクロ的経済動向調査として、国が提供するビッグデータを活用。地域の小規模事業者にも町内の状況（経営環境の変化等）を周知することで、小規模事業者が今後の事業展開を検討する際の基礎資料とします。

【調査手法】経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）のデータ分析機能を活用した地域の経済動向分析を行います。

##### 【調査項目】・地域経済循環マップと生産分析

地域の資金の流れを生産、分配、支出の三段階で可視化し、地域経済の全体像と、各段階における資金の流出・流入の状況を分析します。また、生産分産業別の移輸出の収支状況から、経済動向が他産業の経済動向に及ぼす「影響度」や、地域全体の経済動向から受ける「感応度」を分析します。

##### ・産業構造マップ

事業所数や従業員数など数の大きさだけでなく、利益を生み出す力の大きい産業を抽出するため当地域の産業の「付加価値額」について産業構造マップを用いて分析します。

##### ・消費マップ

地域の日常的な消費傾向を予測分析し、地元製品のPR先の検討等に活用します。

##### ・観光マップ

経路検索サービスの利用情報を基に、観光客の属性、人の動き等について分析をすることで、観光需要との関連性を見出し、小規模事業者の事業計画策定・販路開拓支援等に活用します。

##### ② 景気動向調査の実施

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「小規模企業動向調査結果」（北海道分）、日本政策金融公庫帯広支店の「小企業動向調査結果」と帯広信用金庫の「地域企業景気動向調査レポート」の各項目を整理・分析し、小規模事業者が事業計画を策定するための

資料として、年2回情報提供します。

【調査手法】各支援機関等から提供される調査方法を活用する。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。

【調査項目】業況D I、売上D I、資金繰りD I、採算D I他必要に応じて増加

#### (4) 調査結果の活用

調査した分析資料は、根拠に基づいた小規模事業者の事業計画策定、創業予定者の事業計画策定として活用します。事業者だけでなく、支援者もこれを理解・活用することにより、業種ごとの課題や地域のトレンドを理解し、事業者と同じ視点・問題意識をもって支援します。

また、職員間の情報共有については、定期的な職員会議に分析結果を提示するとともに、商工会HPに掲載し、小規模事業者に周知を行います。

### 4. 需要動向調査に関すること

#### (1) 現状と課題

##### ①現状

第2期では即売会開催時に、商品購入者に対しアンケート調査を実施しましたが、コロナ禍の影響で即売会が減少し、十分なアンケートデータを収集することができませんでした。また、アンケートの目的や実施方法が不明確であったことが課題として浮き彫りになりました。

第3期では、この課題を踏まえ、商品・サービスの販路を開拓する小規模事業者に対して、地域内外で開催される商談会や物産展時を活用し、アンケート調査による消費者ニーズなどの把握を支援します。これにより、事業者は市場の需要動向を明確に把握し、その結果を事業計画に反映させることができるようになります。さらに、この調査結果を基に商品やサービスのブラッシュアップを行い、販路開拓や拡大に繋げることができるよう、支援体制を強化していきます。

#### (2) 目標

事業内容	現状	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
商談会での需要動向調査事業者数	-者	2者	2者	2者	2者	2者
物産展での需要動向調査事業者数	2者	2者	2者	2者	2者	2者

#### (3) 事業内容

地域外への販路拡大などのため小規模事業者が提供する商品やサービス等について、事業者が何を調査したいかを含め事前に明確化し、商談会・物産展への出展時に最終消費者とバイヤー両方を対象とし、アンケート調査による需要動向を調査・分析を行います。結果を事業者へフィードバックし商品のブラッシュアップ、新製品開発やペルソナ設定等に向け商品戦略策定の資料として活用します。

【対象者】地域資源等を活用した商品開発に取組み、事業計画を策定した小規模事業者

【想定される商談会・物産展】

##### 1) 北の味覚、再発見!! (BtoB) など (以下数値は令和5年度のを参照)

主催：北海道商工会連合会

概要：地域特産品などを販路開拓支援の一環として、流通業者との商談会を実施し販路開拓・拡大を図ります。

来場者：流通・観光関係のバイヤー、関係機関

規模：出展社58社、来場流通バイヤー116社229名のほか関係機関、札幌消費者協会、報道機関

【サンプル数】来場したバイヤーなど100名

【調査手法】 来場者に対して、経営指導員等がアンケートを実施。

【調査項目】 規格・パッケージデザイン・素材・数量・価格帯・量・トレンド、味、商圏等、改善点、評価、要望。など

2) GOOD LIFE フェア (BtoC) など

主催：朝日新聞社

概要：地域特産品など販路開拓支援の一環として、知名度の向上並びに首都圏の比較的富裕層に対しての需要調査及び商品のブラッシュアップ、商品ターゲット層の調査を行います。

来場者：40,000人程度

【サンプル数】 来場した一般客 (400名) 及びバイヤー (30社)

【調査手法】 来場者に対して経営指導員等がアンケートを実施

【調査項目】 パッケージデザイン・素材・量・価格帯・トレンド、味、商圏等、改善点、評価、要望、再度購入したいか。等 (項目については出展事業者によって変動する場合有)

(4) 調査結果の活用方法

経営指導員等が専門家等と連携し、分析結果を事業者にフィードバックします。その情報をもとに、商品やサービスのブラッシュアップを行い、販路開拓や拡大につなげられるよう支援します。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

第2期では、ローカルベンチマークを活用した財務分析とSWOT分析を行い分析結果について提供を行いました。定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「SWOT分析」が単なる分析結果の提供となっておりました。

第3期においては、これまで同様、財務面、非財務面と併せて経営状況の分析を行います。多様化している小規模事業者の問題を、より迅速に、よりの確な経営を行うために「対話と傾聴」を通じて事業者へ内発的動機付けをもって、経営の本質的課題を認識させ事業計画策定に繋げる必要があります。

そのためにも中・長期的な事業計画の策定も必要であることから財務分析とSWOT分析を活用し、より密な計画策定を支援します。

(2) 目標

事業内容	現状	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
経営分析事業者数	20者	20者	20者	20者	20者	20者

(3) 事業内容

①事業者の発掘と経営分析の実施

経営状態の自己把握は、自社の本質的な問題に対する気付きを得るための第一歩です。財務分析はもとより、「対話と傾聴」をもって自社の内包する課題 (非財務面) を事業主自身に明確に把握してもらい、計画立てて問題解決に取り組む支援を行います。巡回や窓口相談、融資や補助金の相談時といった普段の業務から対話をし、掘り起こした小規模事業者に対して経営分析を実施します。

【対象者】 販路開拓や生産性の向上などを目指す小規模事業者

【分析項目】 財務分析 (3期分の決算を基に分析)

収益性 (売上高総利益率、売上高営業利益率、売上高経常利益率、売上高当期純利益)

率、損益分岐点比率)、安全性(自己資本比率、流動比率、固定比率)、生産性/効率性(労働生産性、付加価値額、一人当たりの付加価値額、総資本回転率)より分析を行います。

非財務分析(事業者との対話と傾聴を基に分析)

内部環境(商品・サービス、価格、品質、技術開発力、人材、ノウハウなど)、外部環境(業界動向、競合・競争相手、法改正、SNSなどの活用、顧客・購買動向など)より分析を行います。

【分析手法】(財務分析) 経済産業省の「ローカルベンチマーク」などを活用して経営指導員が分析(外部分析) SWOT分析などの分析方法を活用して、必要に応じ専門家とも連携し支援を行います。

#### (4) 調査結果の活用方法

定量性を計る財務分析と、定性性を計るSWOT分析を活用します。分析結果は事業者にフィードバックし、現在発生している課題に対し対応すべき優先順位を「対話と傾聴」をもって行います。

対応においては、短期的目標、中期的な目標、長期的な目標を設定し、自社の潜在的な課題を把握して事業継続について将来的な方向性を示すことで、事業計画策定等への活用を図ります。

また、クラウド型経営支援ツール「ShokoBiz」にデータベース化し経営指導員以外にも情報共有した支援体制を図り経営力向上に向けた事業計画の策定を行います。

※「ShokoBiz」: 経営発達計画の支援対象である事業者及び支援の情報をデータ化し、分析・評価するための経営支援ツール。

## 6. 事業計画策定支援に関すること

### (1) 現状と課題

第2期では、コロナ禍のため事業計画策定セミナー等の開催が出来ず、事業計画を作成する意義や重要性を十分に伝えることが出来ませんでした。

近年においては、事業計画を策定していなければ事業承継や経営環境の変化に対応することが難しく、素早く対応するために事業計画を作成する意義や重要性を十分に伝えることが必要でありあります。

第3期においては、小規模事業者における事業計画の策定が事業経営の持続的発展・成長のため必要不可欠であるとの認識を浸透させ自走化できるよう支援します。

また、創業支援では創業予定者の掘り起こしを行い、創業計画策定支援や事業承継を検討している事業者に対しては事業承継計画策定支援を行う必要があります。

加えて、経営環境の急激な変化に対応し、経営の持続的な成長を実現するためにはDX活用によるビジネスモデル変革を加味した事業計画策定の支援を行います。

### (2) 支援に対する考え方

急速に変化する経営環境に対応し、持続的に事業を行うためには、小規模事業者自身が自社の強みや弱みを明確に把握し、確かな方向性を定めて取り組むことが必要です。そのために事業計画の策定を支援する前段階として、DXに関するセミナーを開催し、小規模事業者が直面する人手不足や新規販路開拓に向けた手段を学び、実践できるよう支援します。

その際、ITを活用して従来の業務を効率化する方法や、ECサイトやSNSを活用した新しい販売手法、広告宣伝など、現代の経営において重要な手段を提供し、事業基盤の強化を図ります。

さらに、「対話と傾聴」のアプローチを通じて、事業者自身が自社の課題に気づき、納得することを促します。これにより、内発的な動機づけが生まれ、事業者が自ら課題を認識し、事業計画を策定する意義を理解し、将来的な自走化へと繋げられるよう支援します。

また、定期的な巡回や窓口相談、経営分析を行う中で、事業計画策定の重要性を浸透させ、必要

に応じてセミナーや個別相談会を開催し、実践的な支援を行います。

創業や事業承継に関しては、関係機関や専門家と連携し、実現可能で具体的な事業計画の策定を支援します。これにより、事業の継続や新たなスタートを支える強固な基盤を確立し、小規模事業者が持続的に成長できるよう支援します。

### (3) 目標

事業内容	現状	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
D X 推進セミナー・個別相談会	0 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
セミナー・個別相談会参加者	0 者	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
事業計画策定セミナー・個別相談会	0 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
事業計画策定事業者数	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者
創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	0 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者

### (4) 事業内容

#### ① D X 推進セミナー・個別相談会

地域内小規模事業者において、E C サイトの開設や S N S による情報発信の利用度は徐々に増えてきていますが、個人レベルでの利用が主であり、販路拡大や生産性向上など事業に取り入れている事業者は少なく、新たに開設したものの、活用までには至らないといったケースがみられます。

D X に関する基礎知識の習得と新たな気づき、意識の醸成を図り、小規模事業者の競争力の維持・強化のためセミナーを開催します。

【対象者】 経営状況分析を実施した小規模事業者  
D X 推進に意欲のある小規模事業者  
経営環境の変化に対応が必要な小規模事業者

【募集方法】 募集チラシを作成し巡回・窓口支援等に該当者に配布、商工会 H P 掲載

【講師】 I T コーディネーター、中小企業診断士など

【開催回数】 セミナー、個別相談会 各 1 回／年

【参加者】 25 者／5 年

【手段手法】 経営指導員等による相談対応・経営指導により事業計画策定、事業者の D X に向け継続した支援を行います。必要に応じて各種専門家派遣やよろず支援拠点と連携して支援します。

【カリキュラム】 D X の基礎知識、I T を活用した販路開拓事例、S N S を活用した情報発信、E C サイトの利用方法、I T を活用した業務効率化など

#### ② 事業計画策定セミナー・個別相談会

事業計画策定の意義の浸透や重要性の意識づけを行い、経営分析にて抽出された課題について、優先順位を決めて計画的に取り組み、計画的な考え方に基づく経営に寄与するため事業計画書の作成を目的として開催します。計画の策定にあたり専門家の知見が必要な場合については、関係支援機関である、よろず支援拠点などの専門家派遣を利用するなど個別に伴走しながら支援します。

【対象者】 D X 推進セミナー参加、経営状況分析を行った小規模事業者

【募集方法】 巡回・窓口支援等に、商工会 H P 掲載

【講師】 中小企業診断士など

【開催回数】 セミナー、個別相談会 各 1 回／年

【参加者】 50 者／5 年

【手段手法】 地域資源を活用した新商品開発やブラッシュアップにより売上げ増加を図る小規模事業者や補助金申請等を行う事業者の将来性を見極め、実効性のある事業計画策定について、経営指導員等による「対話と傾聴」を通じて把握した課題の解決へ向け支援します。

【カリキュラム】 事業計画概論、経営分析の必要性、現状分析と自社の強みの把握、決算書の構造、財務分析の基本、CF 計算書の基礎、数値計画について

### ③創業計画策定支援

創業を希望する方々との個別相談を通じて、事業内容や目指す方向性、事業計画の初期構想について詳細に聞き取りを行い、事業の強みや市場ニーズに基づいた創業計画の策定を支援します。

また、必要に応じて、関係機関や専門家（税理士、金融機関など）と連携し、より専門的な支援により、創業者が抱える初期の不安やリスクを軽減し、より実効性のある計画策定支援を行います。

【対象者】 創業予定者、創業後間もない事業者

【開催回数】 1 回／年

【参加者】 10 者／5 年

【手段手法】 本別町の支援制度である起業家支援制度を活用した新規創業における支援や専門家派遣を実施し、創業前または創業後間もない状況で行う戦略等、事業を持続発展できるように支援します。

### ④事業承継計画策定支援

経営分析の状況などにより事業承継に課題を抱えていると判断される事業者などを対象に、数年にわたる内容で計画的に事業承継を進めていく必要があることの動機づけなどを目的として、事業承継計画書の策定を支援する事業者の掘り起こしを図ります。

経営指導員が巡回訪問等により個別にヒアリングを行い、事業承継における現状や課題の洗い出しを事業者と整理するとともに、北海道事業承継・引継ぎ支援センターや専門家と連携して個別に事業計画書策定支援を行います。

【対象者】 事業承継を希望する小規模事業者

【開催回数】 1 回／年

【参加者】 10 者／5 年

【手段手法】 現状分析と自社の強みの把握から事業承継の重要性、必要性を啓発するため、「対話と傾聴」により、個々の事業者に応じた個別対応を関係支援機関と連携し診断、誘導、支援への移行とすることで、小規模事業者の経営持続力を維持を図ります。

## 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

### (1) 現状と課題

第2期では、事業計画を策定した事業者についてフォローアップを実施しましたが、事業計画策定の支援対象者が、補助事業申請者や金融支援対象者に偏っていたため、事業計画策定後のフォローアップ対象者についても必然的に補助事業の実施経過と補助事業実績についての支援が中心となっていました。

事業者が自ら考え事業計画を策定し、実施内容について評価・改善し新たな事業計画を策定するPDCAに取り組むプロセスについて伴走支援を実施する必要があります。

第3期においては、小規模事業者における事業計画策定や当所の策定支援の主な目的が、補助金申請や融資等となっていることから、事業計画の本来の目的を達成するためにフォローアップを定期的実施し、計画の進捗状況や課題を「対話と傾聴」を重ね把握し、必要に応じて支援機関及

び専門家と連携して計画修正や課題解決へ支援します。

## (2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した事業者に対しては、定期的な巡回訪問や窓口相談を通じて、進捗状況を細かく確認し、達成度や課題を把握します。支援の過程では、「対話と傾聴」を大切にし、事業者自身が直面している現状や課題を正確に理解し、事業者が納得できる形で支援を行います。特に、事業者が自ら考えた計画を着実に進められるようにするために、具体的なアドバイスや改善点を提供し、実行可能な方向性を導くための支援を行います。

また、フォローアップの頻度は、原則として四半期ごとに実施し、計画の進捗状況や課題の緊急性に応じて柔軟に対応します。進捗が順調で事業者が自立的に進められる場合には、フォローアップ回数を減少させる一方で、深刻な課題が顕在化している場合や計画修正が必要な場合には、支援回数を増やすなど事業者の状況に応じた個別対応を行い、計画が確実に実行されるよう伴走型支援をします。

## (3) 目標

事業内容	現状	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
①事業計画策定後のフォローアップ事業者数	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者
頻度 (延べ回数)	10 回	40 回	40 回	40 回	40 回	40 回
売上率 2%以上増加の事業者数	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
②創業計画策定後のフォローアップ事業者数	1 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
頻度 (延べ回数)	3 回	8 回	8 回	8 回	8 回	8 回
③事業承継計画策定後のフォローアップ事業者数	1 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
頻度 (延べ回数)	4 回	8 回	8 回	8 回	8 回	8 回

## (4) 事業内容

### ①事業計画策定事業者に対する支援

事業計画策定事業者に対し、四半期に一度巡回訪問や窓口相談等を通して事業計画の進捗状況や問題点を「対話と傾聴」に基づき把握し、自走化に向け継続的にフォローアップを実施します。

フォローアップ内容は ShokoBiz にデータを蓄積して進捗状況を管理するとともに、職員間で情報共有してフォローアップ体制を強化します。

### ②創業・第二創業計画策定事業者に対する支援

創業及び第二創業直後の小規模事業者は不安定な経営状況が続くことが予想されるため、四半期に一度のフォローアップと、こまめな巡回を通し、「対話と傾聴」を通じて信頼関係を築いて進捗状況の把握と現状の課題を把握し、支援します。

フォローアップ内容は ShokoBiz にデータを蓄積して進捗状況を管理するとともに、職員間で情報共有してフォローアップ体制を強化します。

### ③事業承継計画策定事業者に対する支援

事業承継計画は長期的な計画になる場合が多く、計画策定実行中も様々な問題が生じると考えられます。四半期に一度の巡回等でフォローアップを実施し、経営者・後継者双方に対して「対話と傾聴」を行い、円滑な事業承継を進めるため支援します。

フォローアップ内容は ShokoBiz にデータを蓄積して進捗状況を管理するとともに、職員間で情報共有してフォローアップ体制を強化します。

#### ④事業計画と進捗状況とズレが生じている場合の対処方法

計画策定事業所の進捗状況が思わしくなく、計画にずれが生じている場合や、事業者との「対話と傾聴」の中で抽出した課題の緊急性に応じて、フォローアップ頻度の変更や関係支援機関や専門家等と連携し、計画の軌道修正を図り、今後の対策を検討の上、課題解決に向け支援を行います。

### 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2期では、コロナ禍の影響で予定していたアンテナショップによる販路開拓支援（BtoC）の会場が廃止となり、代替として首都圏で開催された「GOOD LIFE フェア」に2回、4社が出展しました。出展にあたり、事前支援として「ブース作り」「商品企画書の作成」「PR方法」などを事業者に対し行う予定でしたが、補助金決定から実施までの期間が短かったため、十分な支援ができませんでした。

第3期においては、より効果的な商談や販売会を実施できるよう、事前準備を行うために事業者の進捗状況や課題を「対話と傾聴」を通じて把握し、ブース作りやPR方法、商品企画など販路開拓に必要な支援をします。また、SNSやECサイトなどのデジタルツールを活用し、新たな需要開拓に向けた支援を行います。

#### (2) 支援に対する考え方

地域外にて新たな販路開拓を目指す小規模事業者に対し、事前に小規模事業者自身の目標・目的を確認し、事業計画を策定し販路開拓を行おうとする事業者に対して、商談会や展示会に臨み、効果が得られるよう支援を行います。

出展に際しては、専門家と連携し、事前・事後の出展支援を強化するとともに、需要動向調査も並行して実施し、結果を事業者にフィードバックします。このフィードバックを基に商品のブラッシュアップや新商品の開発に繋げられるよう支援します。

また、SNSやECサイトなどのデジタルツールを活用した販路開拓も支援します。オンラインでの販売促進方法やターゲットに合わせた効果的な情報発信を提案し、営業力強化や新たな販路開拓に繋がるよう支援します。

これらの支援により、地域外での販路開拓を目指す小規模事業者が効果的に成長し、新たな市場を開拓できるように伴走支援をしていきます。

#### (3) 目標

事業内容	現状	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
商談会出展事業者（BtoC）	2者	2者	2者	2者	2者	2者
商談成立目標件数(1者につき)	2件	2件	2件	2件	2件	2件
物産展出展事業者（BtoC）	2者	2者	2者	2者	2者	2者
売上率増加目標	2%増	2%増	2%増	2%増	2%増	2%増
DX（SNS等）を活用した販路開拓事業者	2者	2者	2者	2者	2者	2者
売上率増加目標	2%増	2%増	2%増	2%増	2%増	2%増

#### (4) 事業内容

##### ①商談会・展示会等への出展支援

【想定している商談会・物産展】

1) 北の味覚、再発見!!（BtoB）など（令和5年度参照）

主催：北海道商工会連合会

開催時期：10月頃

概要：地域特産品などを販路開拓支援の一環として、流通業者との商談会を実施し販路開拓・拡大を図る。

来場者：流通・観光関係のバイヤー、関係機関

規模：出展社 58 社、来場流通バイヤー116 社 229 名のほか関係機関、札幌消費者協会、報道機関

## 2) GOOD LIFE フェア (B to C) など (令和 5 年度参照)

主催：朝日新聞社

開催時期：10 月末

概要：地域特産品など販路開拓支援の一環として、知名度の向上並びに首都圏の比較的富裕層に対する需要調査及び商品のブラッシュアップ、商品ターゲット層の調査を行う。

来場者：一般客 (80%) 及びバイヤー (20%)

規模：40,000 人程度

## ②DXの取組としてIT活用による販路開拓支援

ITを活用したオンライン販売促進やターゲット層に合わせた効果的な情報発信は、新たな需要開拓を促進し、地域外市場への販路開拓を目指す小規模事業者の成長と競争力強化に繋がります。このため、事業者に対する伴走支援が重要です。

SNSやECサイトは商品の認知度向上と販路拡大に不可欠なツールであり、これらを活用することで、地域外市場へのアクセスを広げ、どこからでも購入可能な環境を整えます。

また、ホームページやSNSは自社商品のストーリーを直接伝える場として、ターゲット層へのアプローチを強化するために重要であり、顧客が手軽に購入できる場を提供することが、広告宣伝効果を最大化し、売上の拡大に繋がります。

効果的な広告宣伝方法やサイト活用法については、専門家と連携し、販路拡大と売上増加を目指した支援を実施します。

### 【想定している支援ツールと支援内容】

#### 1) グーペ ※全国商工会連合会が提供する無料ホームページ作成ツール

ホームページ開設支援、視認性の高いレイアウト等といった支援を経営指導員が行います。

#### 2) カラーミーショップ ※全国商工会連合会が提供するECサイト構築サービス

サイト開設支援、効果的な商品の写し方等の支援を、経営指導員や専門家が行います。

#### 3) LINE等

アカウント登録支援、LINEクーポンによる販促方法等の支援を、経営指導員や専門家が行います。

## 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

第2期では年に1回事業評価委員会を開催し実施した事業内容について目標の達成度合い等の評価を行い、課題抽出と次年度へ向けた実施内容の検討をし、当初計画では、実現困難な目標設定などがあり、都度内容修正について協議し、理事会・通常総会を経て商工会のホームページに掲載することで評価の見直しと評価結果の開示を行いました。

第3期では、経営発達支援計画のPDCAサイクルを回すことは重要なことであるため、継続して評価委員会による実施状況・評価・検証・見直しにより、実現的な計画を作成し、円滑な事

業推進や計画実行の確実性を高め、小規模事業者の持続的発展につなげます。

## (2) 事業内容

### ①事業評価委員会の開催

事務局内で四半期に一度、P D C A サイクルで進捗状況管理を行い、事業内容や状況について確認、検討し、問題点について改善します。

法定経営指導員及び本別町未来創造課長が各事業の進捗事業及び事業内容等の検証と意見交換を事前に行います。

検討・精査した内容を、金融機関、中小企業診断士等の外部有識者を加えた事業評価委員会を年1回実施し、事業内容の評価、検証、見直し案を作成します。

事業評価委員会で評価された事業及び見直し結果を理事会にその内容を報告後、総会において報告します。また、事業の成果、評価、見直しの結果については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が常に閲覧できる状況とします。

## 10. 経営指導員等の資質の向上等に関すること

### (1) 現状と課題

第2期では北海道商工会連合会が開催する研修や中小企業大学校が開催する支援担当者研修に参加することで職員の資質向上を図り、支援能力の向上が図られました。

これまで実施してきた支援能力向上研修への参加を継続し資質向上を図るとともに、支援能力の職員間共有について取り組むことで、支援能力の底上げを図っていくことが必要です。

第3期においては、経験年数の差による支援スキルのバラつきを軽減するため、さらなる支援能力の職員間共有に取り組むとともに、小規模事業者の本質的課題を引き出すための対話と傾聴重点を置いた支援能力の向上を図ります。

加えて、人手不足に苦しむ小規模事業者の業務軽減及び販路開拓に活用するためのD X 推進に向けた知識の習得を図ります。

### (2) 事業内容

#### ①外部講習会等の積極的活用

経営指導員は支援先の事業の持続的発展のために、「事業承継支援」及び「売上向上支援」といった分野の支援能力の向上が喫緊の課題となっていることから、北海道商工会連合会が主催する職種別研修会や専門課題別研修会へ参加します。

また、中小機構の「経営力再構築伴走支援研修会」へ経営指導員等が出席し、知識とノウハウを習得することで、支援能力・手法の向上を図るとともに、関係支援機関が主催する支援能力向上のための研修（事業承継セミナーや新商品開発・販路開拓支援セミナー）への参加を積極的に進めます。

補助員及び記帳専任職員については、「経営分析による支援」及び「地域資源の活用に関する支援」といった分野の支援能力が不足していることから、中小記帳基盤整備機構北海道本部が主催する研修（経営分析セミナーや地域資源活用セミナー）への参加を積極的に推進します。

また、喫緊の課題でもあるD X の推進に向けては経営指導員等の職員のI T に関するスキル及び、小規模事業者のニーズに合った相談対応力向上のため、各種セミナーなどへの参加も積極的に行います。

#### ②O J T による支援能力の向上

経営指導員をはじめとするベテラン職員の窓口業務や巡回支援への動向を行うことで、支援の流れや手法について学び、職員個々の支援スキル向上を図る。各職員の支援スキル向上が図られることで、本別町商工会全体の支援スキルレベルの底上げが図られます。

### ③ 職員間の定期ミーティングの開催

支援能力向上の研修を受講した職員が講師となり、支援の手法について定期的なミーティングを開催し、意見交換等を行うことで支援能力の向上を図ります。また、支援ノウハウや巡回訪問時のヒアリングで得た企業情報について、職員個人に帰属されがちな情報についてデータベース化を図り一元管理をする仕組みを構築することで、個人の能力に左右される支援体制から脱却し、組織としての継続的な向上を図ります。

## 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

第2期では、多様化・高度化する小規模事業者の経営課題に対して、支援機関においても効率的な支援を実施するために他の支援機関や専門分野の機関との連携や情報交換を行う体制作りが必要とされ、北海道商工会連合会が開催する研修会への参加にて支援力向上に向けた研修に取り組むほか他商工会との情報交換を行っており、地域内の情報交換に関しては、年に2回行われる「金融懇談会」において、行政・金融機関・商工会が同席し景気動向や支援施策について意見交換を行っています。

専門分野においては、専門家派遣事業を活用し支援を実施する際に、支援機関として同席し支援先と地域経済についての情報提供と専門家からの支援ノウハウの情報提供を受けています。

現代の小規模事業者の経営課題は多様化・高度化しており、経営環境の厳しさも増しているため円滑な支援が求められます。常に最新の情報を得るためには、他の支援機関との情報交換が必要です。

第3期においても引き続き他の支援機関や行政機関、他商工会と情報交換を行い、連携を強化して適切な支援が行えるように能力向上を図ります。

### (2) 事業内容

#### ①金融懇談会

地元金融機関の北洋銀行・帯広信用金庫 2 行と本別町副町長と担当課である未来創造課と商工会で構成する金融懇談会（年1回）に参加し、地域の小規模事業者の景気動向や地方の業況について情報交換を図ることで、今後の経営戦略策定における情報提供を行います。

#### ②十勝管内商工会との情報交換

十勝管内18商工会の職員が集まる「十勝管内商工会経営指導員研修」及び「指導員連絡会議」へ参加することで、他町村の小規模事業者支援施策や企業支援の手法について横の連携による情報交換をする場として支援ノウハウの向上を図ります。

#### ③専門家派遣活用による支援ノウハウの向上

専門家派遣による企業支援に経営指導員が帯同・同席することで小規模事業者が抱える課題や経営不振の原因特定するための分析手法や経営課題を解決する経営戦略立案の手法についてのノウハウを得られる貴重な場であることから、積極的に習得に努めます。

## 1 2. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

### (1) 現状と課題

第2期では、本別町が第6次総合計画に定めた5つの基本方針の中で、商工会が担うべき役割として創業・起業を促進および地域資源を活用した新産業の創出、育成による地域産業の形成と活性化を図り、雇用を創出し新たなまちづくりへとつなげていくことが求められているため、地域ブランドをはじめとする「豆のまち本別町」のPRや交通機関を活用した観光の活性化に取り

組みました。

豆の魅力発信や地元小中学生への食育についての取組が話題となり「豆まき」のイベントである「豆まかナイト」が多くのメディアに取り上げられましたが、地域ブランド戦略の支援を行っている特産品の「豆」を使った加工品の認知度が低い状況であることが課題です。

第3期では「豆のまちの本別町」の知名度向上を図るとともに、『SDGs 未来都市計画』の優先事業として『本別町ブランド認証制度』を導入し、地域課題解決協力の資金調達と豆だけではなく本別町の加工品やサービスをPRして行きます。

## (2) 事業内容

### ①地域ブランド戦略の支援

現状では、地域ブランドとしてすでに確立している「十勝本別クレイマメの会」をはじめ、本別町の特産品として知名度の高い「豆」を原料とする加工食品が多くあるほか、農業の6次化による加工品の開発がされています。『本別町 SDGs 未来都市計画』の優先推進事業の一つとして、『本別町ブランド認証制度』を導入し、地域資源を使った商品や特色を生かしたサービス等地域性の高い商品を企画・開発、またはリブランディングした既存商品を『本別町ブランド』として認定、売り出します。これらの特産品について関係機関と連携を図りブランド化戦略を進めるとともに、特産品を活用した本別町のPRを行っていきます。また、地域外へと積極的に特産品のPRを図り、販路開拓に取組む事業所に対し、積極的な支援を実施します。

- 特産品を活用した地域ブランド戦略における活性化の手法について共有を図るため、役場未来創造課、本別町農業協同組合、本別町観光協会、本別町商工会、本別町内の加工業者6社、飲食業者2社が一堂に参画する会議を年2回開催します。

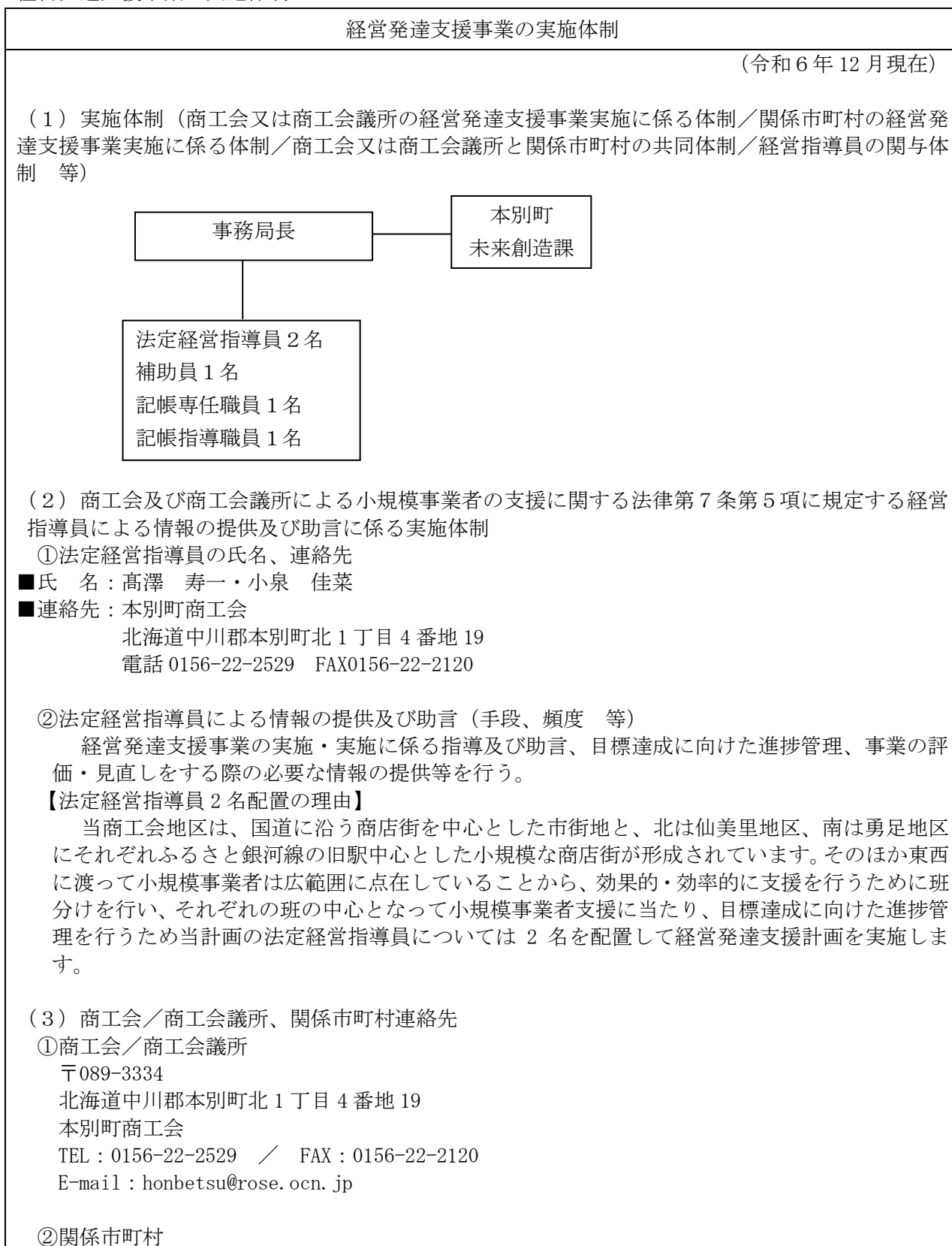
### ②「豆のまち本別町」の知名度向上

本別町は近隣町村である足寄町、池田町と比較しても知名度が低く、高速道路の好立地である特性を活かしきれていないのが現状です。地域には「豆」を活用した良質な加工品が数多く存在し、「豆のまち本別町」をキャッチフレーズにPRしていますが高い効果が得られていません。しかしながら近年では、商工会青年部が主管となり実施している「豆まき」のイベント「ほんべつ豆まかナイト」について商工業・農業・行政が連携し、豆の魅力の発信をするだけでなく地元小中学生への食育についても取り組んでいることが話題となり、全国版農業新聞やTV番組をはじめとする多くのメディアに取り上げられたことから「豆のまち本別町」の知名度が徐々に広がりつつあります。今後も「豆まかナイト」を積極的に支援し、「豆のまち本別町」のPRを図っていきます。

- この知名度向上を図るイベント「ほんべつ豆まかナイト」の場を活用し、本別町・域内小規模事業者の活性化について協議します。構成団体として本別町役場・本別町農業協同組合・JA本別町青年部・本別町商工会青年部の代表を実行委員として委員会にて年3回協議をします。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



〒089-3392  
 北海道中川郡本別町北2丁目4番地1  
 本別町 未来創造課  
 TEL：0156-22-2141(代表) FAX：0156-22-3237  
 E-mail：syokou@town.honbetsu.hokkaido.jp

(別表3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	7年度	8年度	9年度	10年度	11年度
必要な資金の額	2,850	2,850	2,850	2,850	2,850
I. 経営発達支援事業	<u>2,500</u>	<u>2,500</u>	<u>2,500</u>	<u>2,500</u>	<u>2,500</u>
①地域経済動向調査に関する こと	(0) (200)	(0) (200)	(0) (200)	(0) (200)	(0) (200)
②需要動向調査	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)
③経営状況の分析に関する こと	(200) (200)	(200) (200)	(200) (200)	(200) (200)	(200) (200)
④事業計画策定支援に関する こと	(1,800)	(1,800)	(1,800)	(1,800)	(1,800)
⑤事業計画策定後の実施に 関すること					
⑥新たな需要の開拓に寄与 する事業に関すること	<u>350</u>	<u>350</u>	<u>350</u>	<u>350</u>	<u>350</u>
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	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)
1. 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	(200) (50)	(200) (50)	(200) (50)	(200) (50)	(200) (50)
2. 経営指導員等の資質向 上等に関すること					
3. 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					

(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

①会費、②国補助金、③北海道補助金、④本別町補助金、⑤事業受託費 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。



