

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>留寿都商工会 (法人番号 3430005008372) 留寿都村 (地方公共団体コード 013978)</p>
<p>実施期間</p>	<p>令和6年4月1日 ~ 令和11年3月31日</p>
<p>目標</p>	<p>経営発達支援事業の目標 1. 事業計画策定により小規模事業者の経営力向上を図るとともに、地域資源を活用した新商品開発・6次産業化による需要開拓及び販路拡大 2. 事業承継・新規創業者の創出による小規模事業者減少の抑制</p> <p>地域への裨益目標 地域の持続的発展のための基盤確保と交流人口の増加による地域経済の活性化</p>
<p>事業内容</p>	<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 (1) 地域経済動向分析 (地域経済分析システム「RESAS」データ等の活用) (2) 景気動向分析</p> <p>4. 需要動向調査に関すること (1) 国内外観光客の需要に関する調査 (2) 地域の特産品 (6次産業化含む) を活用した新商品や、既存商品のブラッシュアップに対する需要動向調査 (3) 展示商談会・物産展等需要動向調査</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること (1) 巡回訪問等による経営分析対象事業者の掘り起こし (2) 財務分析と非財務分析の実施</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること (1) DX推進セミナーの開催 (2) 事業計画・創業計画・事業承継計画の策定支援 (個別支援)</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること (1) 事業計画・創業計画 (第二創業計画含む)・事業承継計画策定事業者に対する継続的フォローアップ支援 (2) 進捗状況の確認と事業計画の変更または修正に関する支援</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること (1) 展示商談会・物産展等への出展支援 (2) ITを活用した販路開拓の支援 (BtoC)</p>
<p>連絡先</p>	<p>留寿都商工会 〒048-1731 北海道虻田郡留寿都村字留寿都 26 番地 TEL : 0136-46-3453 FAX : 0136-46-3963 E-mail : rusutu@tiara.ocn.ne.jp</p> <p>留寿都村 企画観光課 商工観光係 〒048-1731 北海道虻田郡留寿都村字留寿都 175 番地 TEL : 0136-46-3131 FAX : 0136-46-3545 E-mail : s-kikaku@vill.rusutsu.lg.jp</p>

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 目 標

(1) 地域の現状及び課題

① 現 状

ア. 立 地

留寿都村は、札幌市の南西約80kmの距離に位置し、周囲をほぼ山に囲まれた標高370m程の高原の村である。北側には日本百名山の一座に数えられる羊蹄山（別名：蝦夷富士）を、南側には洞爺湖や有珠山を望むことができる。総面積は119.84平方キロメートルでありその約6割は森林となっている。

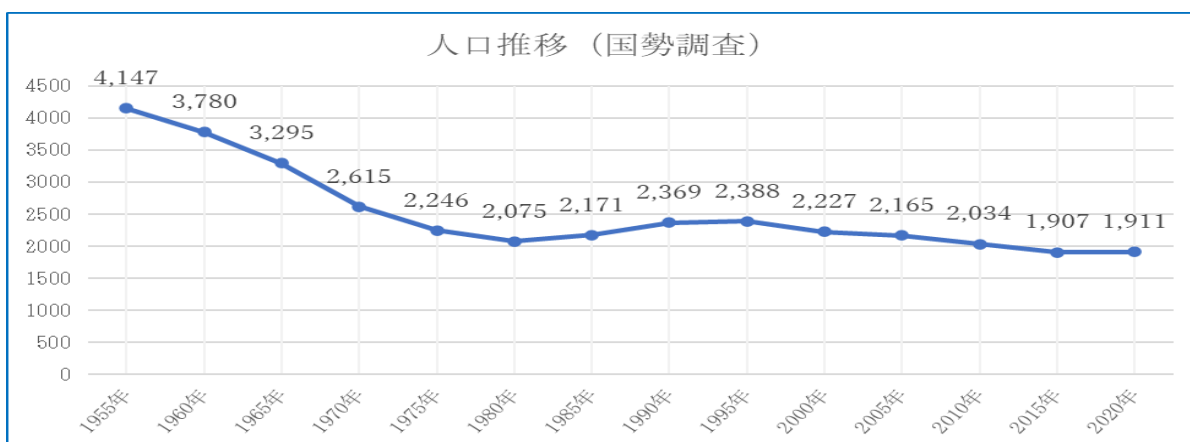
本村は、開拓期以来畑作を中心とした農業を基幹産業としており、耕地面積は総面積の約2割を占めている。村内には、札幌市と函館市を最短ルートで結ぶ主要幹線道路である国道230号が縦貫し、その沿線に市街地が形成されている。

1972（昭和47）年に民間資本によるスキー場の開設がおこなわれ、これを契機としてリゾート開発が進み、現在では国内はもとより海外でも知られる道内屈指の規模を誇るリゾート地として成長を遂げている。

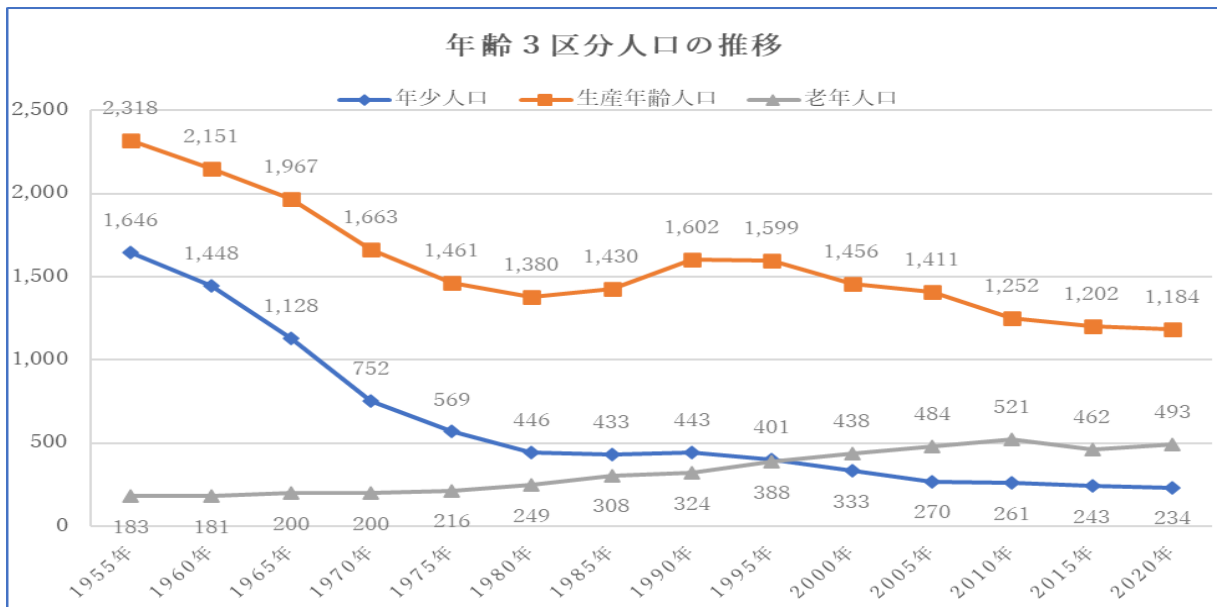


イ. 人口の推移

2020（令和2）年の人口は1,911人となっており、道内179市町村の中では15番目に人口の少ない自治体である。人口は1955（昭和30）年の4,147人をピークとして、高度経済成長期に急激に減少した。減少は1980（昭和55）年まで続き、その後のリゾート開発により増加に転じたものの、2000（平成12）年以降は再び減少に転じており、2015（平成27）年には初めて2,000人を割り込んでいる。



年齢3区分人口については、年少人口（15歳未満）の減少、老年人口（65歳以上）の増加が続いており、2000（平成12）年からは、老年人口が年少人口を上回っている。その後も老年人口は増加傾向にある一方、年少人口は生産年齢人口（15～64歳）とともに減少が続いている。



ウ. 産 業

村の基幹産業は、畑作を中心とした農業と村を代表するリゾート施設である「ルスツリゾートホテル&コンベンション」を中心とした観光産業が二本柱となっている。



農業については、全道屈指の生産量を誇る大根をはじめ、馬鈴薯、甜菜、豆類、アスパラガス、長いも等の生産が盛んであり、その品質については全国市場で高く評価されている。しかしながら、地元JAの広域化（合併）に伴い、近隣9町村との共同による出荷、流通、販売体制となっているため、村独自のブランドの確立には至っていないのが現状である。

一方、村内の大規模養豚場で生産される豚肉について

は、留寿都村産ブランド肉として市場に浸透しており、一般の豚肉より高値で取引されている。

このように農畜産物の比較的豊富な生産地でありながら食品加工業者が少なく、村内で加工に利用されている農畜産物の量はごくわずかであり、大部分は素材のまま出荷されている現状から、特産品等への加工による付加価値を高める取り組みの必要性が指摘されている。



＜ルスツリゾートホテル&コンベンション＞

観光産業は、農業とともに本村の地域経済を支える重要な産業として成長し、新型コロナウイルス感染症の感染拡大前には国内外から年間約 150 万人の観光客を集める規模となり、近隣のニセコ地区とともに国際観光リゾートエリアを形成している。観光関連事業所の大部分は、村の中心部から 2～3 km離れた地区に集積しており、大規模観光事業者である加森観光株式会社が運営するルスツリゾートホテル&コンベンション（大規模スキー場・遊園地・宿泊施設・ゴルフ場等の複合施設）に加え、ペンション、土産物店、飲食店、道の駅等によって構成され、リゾートエリアを形成している。

近年の傾向としては、国内におけるスキー及びスノーボードの愛好者数は減少傾向にあるものの、北海道へのインバウンドの増加と相まって外国人観光客の入込数は増加傾向にあった。コロナ禍より入込数は一時的に大幅に減少したものの、当地域の雪質の良さは海外において特に高く評価されていることから、今後は徐々に回復に向かうことが予想されている。

本村の観光は、スキーやスノーボードを中心とした冬型観光がメインであり、入込客の 6 割弱は積雪期（12 月～3 月）に集中するため、観光客入込数の季節変動（繁閑の差）が大きいといった特徴がある。

観光客入込数と外国人宿泊客数の推移

(単位:千人)

区分	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4
観光客入込総数	1,402	1,480	1,484	1,496	1,507	1,510	1,511	1,370	471	663	1,011
外国人宿泊客数	30	38	50	64	57	43	57	47	1	1	23

出典：北海道観光入込客数調査報告書（北海道経済部観光局観光振興課調査）

村内の商工業者数は 82 事業者であり、その内小規模事業者が 88%（72 事業者）と大部分を占めている。小規模事業者の業種別割合では、卸・小売業が 22.2%（16 事業者）で最も多く、次いで飲食業が 20.8%（15 事業者）となっている。平成 24 年からの 10 年間の推移では、商工業者数が 10 事業者減少しており、その主な理由は高齢化に伴う廃業となっている。

商工業に関しては、経営者の高齢化などを理由とする廃業によって、不足業種が目立つなど今後の住民生活への影響が懸念されている。また、人口減少、高齢化、購買力流出などの要因により、特に小売・サービス・飲食業の売上は減少傾向にある。

村全体としては交流人口に恵まれてはいるものの、市街地エリアに立地する小売・飲食業では、一部を除き豊富な交流人口が売上に結び付いていない点が課題となっている。

業種別商工業者数、小規模事業者数、商工業者会員数

区 分	卸売業 小売業	飲食業	宿泊業	サービス業	農林業	建設業	製造業	その他	合 計
商工業者数 (構成比：%)	21 (25.6)	15 (18.3)	13 (15.9)	13 (15.9)	7 (8.5)	5 (6.1)	5 (6.1)	3 (3.7)	82
小規模事業者数 (構成比：%)	16 (22.2)	15 (20.8)	12 (16.7)	12 (16.7)	6 (8.3)	5 (6.9)	5 (6.9)	1 (1.4)	72
商工業者会員数 (構成比：%)	15 (25.0)	10 (16.7)	9 (15.0)	11 (18.2)	4 (6.7)	3 (5.0)	5 (8.3)	3 (5.0)	60

令和5年10月1日現在（留寿都商工会独自調査）

エ. 交 通

本村から札幌市中心部及び新千歳空港へは共に車で約90分の位置にあり、北海道内の市町村の中では都市部や道外とのアクセスに関して比較的利便性が高い地域といえる。また、周辺の観光地とのアクセスも良く、ニセコリゾートエリアや洞爺湖は共に車で30分ほどの位置にある。

現在、2030（令和12）年の全線開通を目指して北海道新幹線の札幌延伸工事が進められており、完成した場合には本村から車で約30分の位置に設置される最寄り駅を利用することで、札幌までの移動時間が大幅に短縮され1時間程度となる見通しである。

② 課 題

ア. 小規模事業者の課題

【課題1】

人口の減少及び高齢化が進んでいることに加えて、都市部への消費流出やネット通販の急速な普及などにより、小規模事業者が経営を維持して行けるだけの十分な利益を確保することが厳しい状況となっている。

また、経営者の高齢化及び後継者不在による小規模事業者の廃業が増加することが確実な状況にある。今後は、不足業種の増加によって地域住民の日常生活に支障を来たすことが懸念されている。このため、円滑な事業承継及び新たな事業の担い手を創出することが課題である。

【課題2】

リゾートエリア外の小売・サービス業では、年間150万人に上る観光客が訪れているにもかかわらず、これら観光客のニーズに対応できる体制が整っていない。また、本村における観光入込みの中心は積雪期である。そのため、豊富な交流人口をどのように取り込み、小規模事業者の売上に結び付けるか、行政と連携し村全体を観光エリアとして取り組むことが課題である。

イ. 商工会の現状と課題

商工会は、経営指導員1名、補助員1名、記帳指導職員1名という限られた職員体制の中、記帳・税務・金融等に関する指導や助言、専門家の派遣による課題解決、各種施策の活用支援を中

心として小規模事業者の経営改善に取り組んできた。これまでの取り組みは、どちらかという小規模事業者からの求めに応じる受け身の支援スタイルとなっていた反省から、現状分析を通じた提案型の支援への転換を図っているものの未だ十分とは言えない状況にある。また、課題であった職員間での知識・情報の共有化、明確化については、徐々に改善されつつあるものの、経営支援体制が効率的かつ体系的に構築されているとまでは言えない段階にあることから、より一層ノウハウや情報の共有化を図ることが求められる。

過去には歳末大売出し等にも取り組んできたが、商店数の減少に伴い実施が困難となるなど、販売促進については有効な対策が見いだせない状況である。

現状の職員体制では、小規模事業者及び地域の抱える様々な課題の解決には限界があることから、より一層行政及び関係団体と連携した取り組みが必要となっている

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① これからの10年程度の期間を見据えて

本村では、人口の減少及び消費購買力の流出により、地域の小規模事業者の経営環境がこれまで以上に厳しくなることが予想される。加えて、小規模事業者の高齢化や売上の減少などを理由とする廃業の増加によって、小規模事業者の減少も避けることは出来ない状況にある。このような社会・経済環境の変化は、地域における雇用や住民生活に対して深刻な影響を与えることが危惧される。

予想される状況への長期的対応としては、事業承継支援や創業支援により雇用の場の確保と商業機能の維持を図ることが重要である。併せて、農業者や観光関連事業者とも連携した新商品開発や6次産業化の推進による需要開拓及び販路拡大などを支援し、小規模事業者の売上増加と経営基盤の強化を図る取り組みも必要である。

これらの取り組みを通じて、小規模事業者の持続的発展につなげるためには、事業者自身が「本質的課題」に気づき、現状を理解し納得したうえで課題に取り組むことが肝要であることから、経営指導員等が小規模事業者との「対話」と「傾聴」による伴走型支援を実施し、能動的行動を促すことや潜在能力を引き出すなどにより自走化へと導くための支援を実施する。

② 留寿都村総合計画との連動性と整合性

留寿都村では、令和3年度から令和12年度の10年間の計画期間とし「第6次留寿都村総合計画」を策定している。総合計画の基本目標にある「村に活気を生み出す」の実現に向け以下の施策が示されており、各施策について本村と当会が連携し支援を実施する。

◆ 村民や観光客にとって利便性の高い商工業の振興を促す

- ・ 後継者の育成や事業承継につながる取り組み
- ・ 地域資源の発掘と、6次産業化の支援
- ・ 特産品を活用した新商品開発

③ 商工会としての役割

地域で唯一の総合経済団体である商工会の役割は、地域経済を牽引する小規模事業者が抱える課題やニーズを把握し事業計画を策定するとともに、適切な伴走型支援による販路拡大等の支援や円滑な事業承継の推進、創業支援等、売上向上・経営の持続化を通じて留寿都村全体の地域経済を活性化することである。

第1期計画においては、経営者の高齢化や後継者不在に伴う事業承継への支援が思うように進まなかったのが現状だが、一方で、新型コロナウイルス感染症などの影響で、事業計画の見直し等積極的に行い、小規模事業者の持続的発展に寄与した。

第2期においては、喫緊の課題である事業承継支援に引き続き取り組むこととし、また、本村の2大産業である農業と観光業との連携を強化し、6次産業化の推進と道内外からの観光客及びインバウンドへの積極的なアプローチによる小規模事業者の売上拡大を図っていく。そのためには、伴走型支援を強化し、「対話」と「傾聴」により課題を解決することで、経営者との信頼関係を深め、自走化のための内発的動機付けを促していく。

(3) 経営発達支援事業の目標

留寿都村の現状と課題、第6次留寿都村総合計画と小規模事業者に対する長期的な振興のあり方を踏まえ、経営発達支援事業における5か年計画の目標を次のとおり設定する。

① 小規模事業者の目標

ア. 事業計画策定による小規模事業者の経営力向上を図るとともに、地域資源を活用した新商品開発・6次産業化による需要開拓及び販路拡大

小規模事業者に対し、地域資源を活用した新商品開発や6次産業化への取り組みについて推進するとともに、展示商談会、物産展への出展を支援し、需要の開拓を図り売上増加を目指す。

<事業計画策定事業者数>	3者/年
<物産展への参加>	1者/年・売上5万円
<展示商談会への参加>	1者/年・商談成立1件

イ. 事業承継・新規創業者の創出による小規模事業者減少の抑制

経営者の高齢化が進んでいることから、事業承継への支援と創業支援により、小規模事業者の減少を抑制する。

<創業計画策定事業者数>	1者/年
<事業承継計画策定事業者数>	1者/年

② 地域への裨益目標

上記「小規模事業者の目標」を踏まえ、地域資源を活用した新商品開発や6次産業化の推進、販路拡大への取り組みにより小規模事業者の経営基盤を強化するとともに、事業承継支援や創業支援により小規模事業者を維持・確保する。これらの取り組みにより、地域住民にとっての雇用の場及び日常生活に欠かせない商業機能を維持し、地域の持続的発展のための基盤を確保する。また、地域の特産品等を活用した新商品開発及び村外への販路拡大によって、交流人口の増加を促し村内経済への波及効果をもたらすことを目標とする。

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6年4月1日～令和11年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

① 小規模事業者の目標

ア. 事業計画策定による小規模事業者の経営力向上を図るとともに、地域資源を活用した新商品開発・6次産業化による需要開拓及び販路拡大

小規模事業者の持続的発展には、リゾートエリアの年間150万人にも上る豊富な交流人口をどのように売上に結びつけるかが課題となっていることから、地域内の観光客に対する需要動向を調査し、小規模事業者に情報を提供することで、新たな商品やサービスの開発に活かし売上・利益率の向上を図る。

また、地場産品である農産物や6次産業化の取り組みにより新商品を開発し販路開拓を図るため、事業計画の策定と開発した商品の販売や集客に向けての取り組みを支援する。

支援手法としては、小規模事業者との「対話」と「傾聴」を通じて、本質的な課題に対して事業者自らが「気づき」「腹落ち」することで、「内発的な動機付け」から能動的行動と潜在力を引き出し、「自己変革」と「自走化」へと導くため、事業者に寄り添った伴走支援を行う。

イ. 事業承継・新規創業者の創出による小規模事業者減少の抑制

人口減少による売上低下や後継者不足による廃業等で、不足業種も目立つことから、地域コミュニティ維持のため、自社の経営状況を見つめ直し、強みを活かして機会を捉えるビジネスモデルの再構築に向けた事業計画の策定を支援する。

事業承継については「北海道事業承継・引継ぎ支援センター」などの専門機関と連携し、第三者承継やM&A等についても積極的に支援する。

また、創業・第二創業への支援も重要なため、専門家等積極的に活用し、早期の経営安定と地域住民との信頼関係構築など、生活面を含めた支援を行う。

② 地域への裨益目標の達成に向けた方針

前述の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につなげ交流人口の増加による地域活性化を図る。

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区内人口の維持及び増加により地域経済の活性化を図る。

I. 経営発達支援事業の内容

3. 地域経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

第1期においては、北海道財務局等が実施している地域経済動向調査の分析内容を、ホームページや巡回訪問、窓口相談時に情報提供を行った。しかし、全国や北海道、管内ごとの経済動向のデータでは、対象範囲が広く、当地域の小規模事業者にとっては、自らを取り巻く経営環境としての認識に至らず、提供した調査結果を事業計画策定等の実施支援に十分活用しきれなかったのが現状である。

第2期では、地域の経済動向や小規模事業者の経営課題を明確に把握するため、国が提供する地域経済分析システムのビックデータ等と村内事業者個々の経済動向を組み合わせた調査を実施することで、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つなげていく。

(2) 目 標

項 目	公表方法	現 状	令 和 6 年度	令 和 7 年度	令 和 8 年度	令 和 9 年度	令 和 10 年度
地域経済動向分析の公表回数	HP 掲載	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
景気動向分析の公表回数	HP 掲載	-	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

(3) 事業内容

① 地域経済動向分析（地域経済分析システム「RESAS」データ等の活用）

経営計画の策定や事業承継を推進する際の資料としての活用を目的として実施する。

地域経済分析システム「RESAS」や北海道経済産業局が発行する「管内経済概況」などの各種データを活用することにより、道内の経済動向を年1回分析し、その結果を公表する。

【調査手法】

- ・経営指導員等が『地域経済分析システム「RESAS」』、「管内経済概況」を活用し、地域の経済動向分析を行なう。

【調査項目】

- ・「地域経済循環マップ」を活用した地域における生産、分配、支出の流れや影響度を分析する。
- ・「産業構造マップ」を活用し、業種毎の売上額、労働生産性、付加価値額など産業の現状等を分析する。
- ・「観光マップ」を活用し、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する。

② 景気動向分析

村内の景気動向について詳細な実態を把握するため、当会が把握できる小規模事業者すべてに対し、景況感や経営状況等に関する調査を年1回実施する。

【調査手法】

- ・調査票を毎年 7 月頃に配布し、職員等で回収する。

【調査対象】

- ・村内小規模事業者 72 者（令和 5 年 10 月 1 日現在）
※回収率は 50%を目標とする。

【調査項目】

- ・業況、売上額の推移、資金繰り、採算、後継者の有無

(4) 調査結果の活用

情報収集・分析した結果は、当会ホームページに掲載し、広く事業者等に周知する。

また、小規模事業者への個社支援時に経営課題の解決に向けた経営分析及び事業計画策定に活用するほか、事業承継支援を行う際の基礎資料としても活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

第 1 期では、本村に訪れる豊富な観光客（年間約 150 万人）の需要を取り込むことが出来れば、小規模事業者の売上及び利益に極めて大きなインパクトを与えることが可能と考えられるため、国内外の観光客に対し調査を実施することとしていたが、新型コロナウイルスの影響で実施することが出来なかった。

第 2 期においては、新型コロナウイルスの感染者も減少傾向にあり、外国人観光客も回復傾向にあることから、人口減少と購買力流出により先細る購買力を補完する、新たなターゲットとなる国内外観光客の需要動向について積極的に調査・分析を行い小規模事業者に提供する。

(2) 目 標

項 目	現 状	令 和 6 年度	令 和 7 年度	令 和 8 年度	令 和 9 年度	令 和 10 年度
①観光客への 需要動向調査対象事業者数	-	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
②新商品・既存商品の 需要動向調査対象事業者数	-	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
③展示商談会・物産展等の 需要動向調査対象事業者数	-	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者

(3) 事業内容

① 国内外観光客の需要に関する調査

近年、外国人観光客が増加するとともに多国籍化していることから、村内宿泊施設等を利用する外国人を含む観光客に対して、各種情報（国籍・来訪回数・滞在日数・行動パターン・嗜好・生活水準・消費金額・接客態度等）を独自に調査・収集・分析・整理し、小規模事業者のニーズを的確に捉えたサービスの提供による新たな販路開拓に向け、アンケート調査を実施する。

【対象事業者】

- ・事業計画の策定・需要開拓を行う宿泊業等の観光関連事業を営む小規模事業者

【調査手法】

- ・村内宿泊施設内でアンケート調査

【サンプル数】

- ・1回の調査につき50名

【調査項目】

- ・国籍、来訪回数、滞在日数、訪問場所、レジャー娯楽、飲食（嗜好）、消費金額、施設設備（快適性）、接客態度、満足したこと、改善点など

【分析手法】

- ・経営指導員が専門家と連携してクロス集計し分析を行う。

【分析結果の活用】

- ・分析結果は、宿泊施設等にフィードバックすることで、ターゲットの絞り込みや検証による見直し、新たな事業展開の立案などにより事業計画の策定や見直しの支援に活用するとともに、広告宣伝やパブリシティなどの新たな需要開拓に向けた取り組みの支援に活用する。

② 地域の特産品（6次産業化含む）を活用した新商品や、既存商品のブラッシュアップに対する需要動向調査

経営状況の分析及び事業計画を策定した小規模事業者を対象として、新商品・既存商品のアンケート（年齢、性別、家族構成、居住地、訪問回数、味（食品）、商品完成度・パッケージ等）を行い、新たな需要の可能性を検証する。

ルスツリゾートを中心とした観光地及び道の駅には、地域内外から多くの観光客が訪れており、来村者に対し地域資源を活用した新商品開発のアンケートを実施する。

【対象事業者】

- ・新商品、新サービスや既存商品等による販路開拓を計画する小規模事業者

【調査手法】

- ・道の駅の利用者に対して、対面（商品サンプル）によるアンケート調査を行う。

【サンプル数】

- ・1調査につき50名

【調査項目】

- ・年齢、性別、家族構成、居住地、訪問回数（利用頻度、購入頻度）、味（食品）、価格、高級感（または、手ごろ感）、色、大きさ、風合い（非食品）、商品完成度・パッケージ等

※調査項目は個別商品の特徴にあわせて変更する。

【分析手法】

- ・経営指導員が専門家と連携してクロス集計し分析を行う。

【分析結果の活用】

- ・分析結果は、個者にフィードバックすることで、ターゲットの絞り込みや検証による見直し、新たな販売戦略の立案など事業計画の策定や見直しの支援に活用するとともに、地域外への販路開拓や広告宣伝、パブリシティなどの新たな需要開拓に向けた取り組みの支援にも活用する。

③ 展示商談会・物産展等需要動向調査 <新規>

地域資源を活用した新商品開発（6次産業化含む）や既存商品等のブラッシュアップにより販路拡大を目指す小規模事業者に対し、展示商談会・物産展等の出展支援を行った際に、会場においてバイヤーや消費者へアンケートによるニーズ調査を実施する。

また、調査結果を分析したものを小規模事業者にフィードバックし、商品の改良につなげ、売れる商品づくりを支援し、新たな需要の可能性を検証する。

【対象事業者】

- ・地域資源を活用した新商品開発等により販路拡大を目指す小規模事業者
- ・既存商品等のブラッシュアップにより販路拡大を目指す小規模事業者

【調査手法】

(情報収集) 展示商談会・物産展等の出展支援を行った際に、経営指導員等が会場においてバイヤーや消費者に対して、アンケートによる市場の動向やニーズ調査を実施する。

(情報分析) 経営指導員等により集計分析を行う。必要に応じて中小企業診断士などの専門家により、分析結果に対する商品等への助言をもらう。

【サンプル数】

- ・来場したバイヤー及び消費者 50 名

【調査項目】

- ・属性(居住地域、性別、年齢等)、内容量、価格、デザイン、ネーミング、味(濃い・薄いなど)、使用感(使いやすさなど)等

※調査項目は個別商品の特徴にあわせて変更する。

【想定する展示商談会】

名 称 : 「北の味覚、再発見！！」

主 催 者 : 北海道商工会連合会

開 催 地 : 札幌市

開催時期 : 10 月下旬

出展者数 : 39 者

対 象 者 : 小規模事業者

来場バイヤー数 : 88 社 (※出展者及びバイヤー数は 2022 年の実績数)

【想定する物産展】

名 称 : 「にぎわい市場さっぽろ」

主 催 者 : にぎわい市場さっぽろ実行委員会

開 催 地 : 札幌市

開催時期 : 11 月下旬

出展者数 : 46 者

対 象 者 : 小規模事業者

来場者数 : 約 6 万人 (※出展者及び来場者数は 2022 年の実績数)

【調査・分析結果の活用】

- ・調査結果は、事業者に対してフィードバックすることで、商品、メニューの改良・改善や販売戦略の立案等に活用し、小規模事業者の販路拡大につなげる。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

第 1 期においては、巡回支援時の経営課題の解決に向けた支援を実施するため、経営の現状について調査・分析し課題の抽出を行う。独自アンケート調査及び巡回訪問等の実施により、現在、経営上の課題を抱えている小規模事業者及び今後課題が表面化するおそれのある小規模事業者を抽出し、重点的に実施することとしていたが、経営状況の分析の必要性について理解してもらいにくい状況となっていた。

第2期においては、新型コロナウイルス感染症や原材料価格の高騰等の影響など、外部環境の変化に迅速に対応するため、事業者自身が自分ごととして自社の経営状況を把握し、事業計画策定につなげる必要があることから、外部環境変化の影響を受ける全ての小規模事業者に対し、「傾聴」と「対話」を通じて経営分析の重要性について理解を求めていく必要がある。

(2) 目 標

項 目	現状	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
経営分析事業者数	3者	5者	5者	5者	5者	5者

※ 現状は令和4年度の実績

(3) 事業内容

○ 経営分析を行う事業者の発掘と内容

積極的な巡回訪問を行い、当会ホームページや会報などを活用し経営分析の実施を促し、販路拡大や事業継続・発展に意欲的な事業者を掘り起こし選定する。

また、新型コロナウイルス感染症等の影響で、経営環境が大きく変化していることから、観光客等地域外からの需要の取り込みと、地域住民をはじめとする地域内の需要の取り込みの両面を意識し、巡回訪問にて「対話」と「傾聴」を通じ、自社の強み・弱みなどの気づきを与え、自社の経営課題を自分ごととしての認識を促し、環境変化に応じた事業計画策定につなげていく。

【対 象 者】

- ・新たな事業展開や販路拡大などにより経営基盤強化を目指す小規模事業者

【分析項目】

- ・定量分析「財務分析」と、定性分析「非財務分析」の双方を実施
 - 《財務分析》 売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率等
 - 《非財務分析》 下記項目について、対話を通じて事業者の強み、弱み、事業者を取り巻く外部環境の脅威、機会を整理する。
 - (内 部 環 境) 強み・弱み・商品、サービスの特徴・人材、組織・ITの活用の状況など
 - (外 部 環 境) 機会・脅威・商圏内人口、人流・競合・業界動向など

【分析手法】

- ・財務分析は、当会の記帳機械化システム（クラウド会計ソフト「MA1」）を利用している事業者については財務分析ツールを活用し、それ以外の事業者については、経済産業省の「ローカルベンチマーク」を活用し経営指導員等が分析を行う。
非財務分析は、SWOT分析のフレームで整理し分析を行う。必要に応じ専門家とも連携し支援を行う。

(4) 分析結果の活用

分析結果は、事業者の強みや弱み等が可視化されることで、改めて自社を理解することが出来ることから、経営課題解決へ向けた糸口になることを説明し、さらに事業計画策定へとつなげていくため、事業者へフィードバックする。

また、分析結果をデータベース化し内部共有することで、支援事業者の経営状況を職員全体で把握する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

第1期では、小規模事業者と経営指導員が、経営状況の分析によって得られた財務及び経営環境の現状と経営課題について十分に認識を共有したうえで、小規模事業者の主体性を尊重した事業計画の策定支援を金融機関や各種支援機関とも連携して実施することとしていたが、ほとんどが補助金活用及び融資等の限定的な要因によるものだった。

第2期においては、事業計画策定の意義や重要性を広く浸透させ、新たな販路開拓や事業展開、などにおいて事業者自らが事業計画を策定し自走化できるように支援していくことが重要である。

併せて、創業予定者の掘り起こしを行い、創業計画の策定支援や、事業承継を検討している事業者に対して事業承継計画の策定支援を行う必要がある。

また、消費者のSNSによる情報収集やインターネット通販などの購買動向の変化に対応するため、DXへ向けた取り組みが求められている。

(2) 支援に対する考え方

事業計画策定の意義・重要性の意識付けとともに、経営分析を支援した事業者に対し事業計画策定について支援する。支援にあたっては、持続化補助金等の申請に係る支援のほか、地域資源を活用した新商品開発やブラッシュアップへ向けて、経営状況分析や需要動向調査等の結果を踏まえ、売上げ増加につなげるための事業計画策定について支援する。

支援については、経営指導員等が、巡回訪問などにより事業者との対話と傾聴を通じた支援を行うことで、事業者が本質的課題を認識し、納得した上で自ら課題に取り組むよう促し、より実効性のある事業計画策定につなげていく。併せて、策定した計画に対して事業者が、当事者意識を持って能動的に取り組めるよう伴走支援を実施していく。

また、創業及び事業承継計画策定支援については、関係機関や専門家等との連携により実現性の高い事業計画策定支援を行う。

なお、事業計画策定の前段階においてDX化に向けたセミナー等を開催し、DXの基礎知識の習得やITを活用した販路開拓、業務効率化を図り小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

(3) 目 標

項 目	現状	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
DX推進セミナー・個別相談会	-	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定事業者数	3者	3者	3者	3者	3者	3者
創業・第二創業計画策定事業者数	-	1者	1者	1者	1者	1者
事業承継計画策定事業者数	-	1者	1者	1者	1者	1者

(4) 事業内容

① DX推進セミナーの開催

地域内小規模事業者において、SNSによる情報発信の利用度は徐々に増えてきているが、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、DXに関する基礎知識の習得と意識の醸成を図るためセミナーを開催する。

支 援 対 象	I Tを活用した販路開拓を目指す小規模事業者 経営状況の分析を実施し、事業計画策定を目指す小規模事業者
募 集 方 法	チラシを作成し、地域内小規模事業所へ配布、商工会窓口での配布のほか、巡回訪問時等に周知する。
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	年1回
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
参 加 人 数	3名

② 事業計画の策定支援

事業計画の策定を目指す小規模事業者へ、新たな販路開拓や経営革新、事業承継等の様々な課題解決に向け事業者の実状に合った定量的、定性的な面から事業計画策定を支援する。

支 援 対 象	D X推進セミナー、事業計画策定セミナーに参加した小規模事業者 持続化補助金等の申請並びに融資斡旋を行う小規模事業者 地域資源を活用した新商品開発を行い、売上増加を図る小規模事業者
手 段 ・ 手 法	経済動向調査、需要動向調査、経営状況分析の結果を踏まえ、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た事業計画策定が円滑に進むよう専門家と連携し支援を行う。

③ 創業計画の策定支援

創業支援については、留寿都村や関係機関との連携により、創業に関する施策や移住に係る地域情報を提供し創業者の掘り起こしを行い、地域おこし協力隊とも連携し、創業予定者の意欲向上を図り創業計画の策定を支援する。

また、創業後間もない事業者についても創業時の計画の見直しなど経営の安定に向けた支援を行う。

支 援 対 象	創業予定者、創業後間もない事業者
手 段 ・ 手 法	窓口相談等により経営指導員がヒアリングを行い、地域の経済動向や需要動向を踏まえた創業計画策定を支援する。 なお、専門的な案件については、各支援機関や専門家等と連携し支援する。

④ 事業承継計画の策定支援

事業承継支援については、北海道事業承継・引継ぎ支援センター等と連携し、事業承継を計画する小規模事業者に対し、円滑な事業承継に向けた事業計画策定を支援する。

支 援 対 象	事業承継を希望する小規模事業者
手 段 ・ 手 法	巡回訪問や窓口相談により経営指導員等がヒアリングを行い事業承継の有無を確認するなどして、経営状況分析や地域の経済動向を踏まえた事業承継計画の策定を支援する。 なお、専門的な案件については、北海道事業承継・引継ぎ支援センターなどの支援機関や専門家と連携し支援を行う。

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期では、小規模事業者の持続的発展に向け、策定した事業計画を着実に実行するため、計画策定事業者に対しては3ヶ月に1回の巡回訪問を行い、計画の進捗状況について検証を行うことを目標に掲げていたが、結果的には不定期の訪問となった。

また、事業承継及び創業者に対しては2ヶ月に1回のフォローアップ支援を計画していたが、創業に係る対象者がいなく、事業承継においては1件のフォローアップを行ったが、不定期の支援となってしまった。

第2期においては、第1期の目標を継続し、確実に実行するよう、計画立てて支援を実施する。

また、小規模事業者の売上及び経常利益の増加目標の達成に向けて、「対話」と「傾聴」を丁寧に行うことにより、計画実行からフォローアップ支援に至る成功体験を蓄積し、能動的な問題解決から実現性を持たせることが可能となり、事業者自らが行動を起こしながら心理的障壁を下げ、PDCAサイクルがしっかりと回るように、計画策定後のフォローアップ支援を実施する。

(2) 支援に対する考え方

事業計画策定後の実施支援については、経営者と対話を通じて事業計画の進捗状況を確認するとともに、経営者のみならず従業員からも状況を聞くことによって現場目線からの進捗状況についても確認する。

事業者自らが計画内容の修正点や問題点に気づくことによって当事者意識を持つことができ、その問題点に対して計画のフォローアップを促すことで経営者への内発的動機付けにつながり、自立的で柔軟な経営を行えるような支援を目指す。

フォローアップ支援は事業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、事業計画の遅延や軌道修正が必要な際には、集中的な支援が必要となるため訪問回数を増やすなどの対応を図る。

第1期では不定期となってしまったフォローアップ支援への改善として、職員間で情報を共有し、指導員以外でも進捗状況のヒアリングが出来る体制の構築を図ることとする。

フォローアップ支援の結果、ある程度順調と判断し“自走化”が見込める場合は、訪問回数を減らすなど臨機応変に対応する。

(3) 目 標

項 目	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
①事業計画策定 フォローアップ対象事業者数	3者	3者	3者	3者	3者	3者
頻度(延べ回数)	12回	12回	12回	12回	12回	12回
②創業・第二創業計画策定 フォローアップ対象事業者数	1者	1者	1者	1者	1者	1者
頻度(延べ回数)	6回	6回	6回	6回	6回	6回
③事業承継計画策定 フォローアップ対象事業者数	1者	1者	1者	1者	1者	1者
頻度(延べ回数)	6回	6回	6回	6回	6回	6回
年間売上額2%増加事業者数	-	3者	3者	3者	3者	3者
利益率1%増加事業者数	-	2者	2者	2者	2者	2者

(4) 事業内容

① 事業計画策定事業者に対するフォローアップ支援

事業計画の策定を行った事業者を対象に、経営指導員等の職員が巡回訪問を実施し、策定した事業計画が着実に実行されているか定期的・継続的にフォローアップを行う。

目標回数は年4回を設定し、策定事業所の進捗状況によっては随時対応する。

② 創業・第二創業計画策定事業者に対するフォローアップ支援

創業及び第二創業に係る計画策定事業者については、創業当初は資金繰りや経営全般について不安定な要素を含んでいるため、細かく丁寧な支援を心掛け、2ヶ月に1回の経営指導員等の職員による巡回訪問を実施し、計画通りに創業の進捗が進んでいるか、資金繰りの確保は出来ているかなど、事業の進捗状況を把握する。

③ 事業承継計画策定事業者に対するフォローアップ支援

事業承継に関する支援については、経営指導員等の職員による巡回訪問を2ヶ月に1回を基本とし、計画策定実行中も様々な問題が生じると考えられるため、進捗状況に応じてフォローアップ頻度を月1回にするなど対応する。

④ 事業計画と進捗状況とズレが生じている場合の対処法

進捗状況が思わしくない事業者に対して、当初の事業計画とのズレが生じている場合には、巡回訪問による聞き取りを行い、「対話」と「傾聴」による問題点や原因等の抽出によって、計画の変更または軌道修正を図る。

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期では、食品製造業者等を対象に各種展示商談会や物産展への出展を計画していたが、新型コロナウイルス感染症によるイベントの中止や、対象事業者の高齢化やスタッフ等の人手不足など、様々な要因で参加することが出来なかった。

第2期においても、引き続き展示商談会や物産展へ参加可能な事業者の掘り起しを行うため、対象事業者に対して情報提供を積極的に行う。

また、今後はDXを活用した販路開拓が重要となるため、支援対象事業者についてはDXの必要性を理解・認識してもらい、導入・活用も含めた支援を行うことが必要である。

(2) 支援に対する考え方

道内の大消費地における新たな販路開拓や需要拡大を図るため、展示商談会や物産展等への出展を支援する。出展にあたっては、経営指導員等が事前・事後の出展支援を行うとともに、出展期間中は、陳列、接客、購入者へのアンケート調査などきめ細かな伴走支援を行う。

また、DX推進に向けた取組みとして、SNSによる情報発信などの支援や、ECサイトの利用等、IT活用による販路開拓についても支援する。

(3) 目 標

項 目	現状	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
展示商談会出展事業者数(BtoB)	-	1者	1者	1者	1者	1者
展示商談会成約目標件数/者	-	1件	1件	1件	1件	1件
物産展出展事業者数(BtoC)	-	1者	1者	1者	1者	1者
物産展売上目標額/者	-	5万円	5万円	5万円	5万円	5万円
SNS等のITを活用した 販路開拓事業者の数(BtoC)	-	1者	1者	1者	1者	1者
SNS等のITを活用した 販路開拓事業者の売上増加率	-	2%	2%	2%	2%	2%

(4) 事業内容

① 展示商談会・物産展等への出展支援

【想定する展示商談会】

- 名 称 : 「北の味覚、再発見!!」(B t o B)
主 催 者 : 北海道商工会連合会
開 催 地 : 札幌市
開催時期 : 10月下旬
概 要 : 道内の小規模事業者を対象に、地域特産品を活用した販路開拓事業の一環として開催される事業で、バイヤーや流通事業者との商談により、地域特産品の販路開拓・販路拡大を図る。
- 出展者数 : 55者
来場者数 : バイヤー等 132社 (※出展者及び来場バイヤー数は2022年の実績数)

【想定する物産展】

- 名 称 : 「にぎわい市場さっぽろ」(B t o C)
主 催 者 : にぎわい市場さっぽろ実行委員会
開 催 地 : 札幌市
開催時期 : 11月下旬
概 要 : 道内各地の特産品が集まる道内最大規模の物産展であり、商品の認知度向上及び販路拡大により地域の活性化が期待できる。また、直接消費者のニーズを把握するとともに商品に対する評価を得て、新商品開発や商品改良に活用する。
- 出展者数 : 69者
来場者数 : 約 1.1万人 (※出展者及び来場者数は2022年の実績数)

【支援対象】

- ・地域資源を活用した新商品の開発や新サービスの提供により、積極的な販路拡大を目指す事業計画を策定した小規模事業者
- ・事業計画を策定し既存商品等のブラッシュアップにより、販路拡大を目指す小規模事業者

【支援内容】

- ・ 出展前 ⇒ 出展申込等手続き、出展商品規格書作成・確認、来場者向け自社商品パンフレット作成支援、出展ブースのレイアウト設計支援、接客対応支援
- ・ 出展時 ⇒ 出展全般の運営支援、バイヤー・来場者等へのアンケート調査、商談成約サポート
- ・ 出展後 ⇒ アンケート調査の集計・分析支援、商品改良提案・見直しに関する支援

② ITを活用した販路開拓の支援（B to C）

【支援対象】

- ・ 『6. 事業計画策定支援に関すること』に記載のDX推進セミナーへの参加者の中から、IT活用に対して積極的な小規模事業者を選定する。

【支援内容】

- ・ SNS（Instagram、Facebook、X（旧Twitter）、TikTok、LINE、YouTube等）ページの立ち上げ、ページ構成、具体的PR方法等を伴走型で支援する。また、オリジナルホームページの開設やEC販売、動画制作等に関する支援も実施する。支援にあたっては、必要に応じてIT専門家の派遣等を実施する。

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1期では、経営発達支援事業の成果・評価の見直しについては、評価委員会を年1回開催し、各事業の目標達成度合い等の事業評価を実施し、その内容を理事会にて報告するにとどまり、事業の実施方針へと反映させるに至っていなかった。

第2期においては、PDCAサイクルによる各事業の進捗管理及び目標設定の確認・見直しを行う。問題点の改善については、留寿都村企画観光課長や外部有識者を含めた評価委員会及び理事会にフィードバックしたうえで、事業実施方針等に反映させる仕組みを構築する。

（2）事業内容

① 事務局会議の開催

事務局内にて、3か月ごとにPDCAサイクルによる各事業の進捗管理及び目標設定の確認と見直しを行い、問題点の改善と方向性の修正等を図る。

なお、本事業の進捗状況等を定量的に管理するため、クラウド型商工会経営支援システム「Shoko Biz」を活用する。支援システムの活用により、日々の支援実績の蓄積と管理が容易に行え、小規模事業者の支援データを職員間にて随時情報共有し、支援事業に対する進捗状況や支援結果を管理・検証することが可能となる。

② 評価委員会での評価・検証

経営発達支援計画における各事業については、留寿都村企画観光課長、留寿都商工会正副会長、法定経営指導員、外部有識者（北海道信用金庫留寿都支店長等）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う。

また、評価委員会の評価結果については、留寿都商工会理事会へフィードバックし、事業実施方針等に反映させるとともに、当商工会HPに掲載（年1回）し、計画期間中公表することで、地域の小規模事業者等に広く周知する。

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1期では、経営指導員等の資質の向上に関する事業については、北海道商工会連合会が開催する職種別の研修会や中小企業大学校が開催する小規模事業者支援担当者研修等を受講することにより、各職員の支援能力の向上を図ってきた。

第2期においては、上記の内容に加え職員間の経験年数やスキルにバラつきがあることから、これまで受講してきた研修会と合わせ、不足している分野の研修会にも積極的に参加するほか、専門家派遣に随行することで実践的なノウハウを学ぶなど、今後は小規模事業者や地域経済の危機的状況を克服するため、その中心的役割を担う商工会の支援担当者として、小規模事業者のDXに対する推進や取組みに係る相談・指導能力の向上と、「経営力再構築伴走支援」についても相談・指導能力や知識の向上を図る。

(2) 事業内容

① OJT

中小企業診断士等の専門家派遣に同行し、事業者に対する聞き取り内容や要点など、支援手法に関するノウハウを学び、支援に係る資質の向上につなげる。また、経営指導員等が支援した各小規模事業者の支援内容のデータを共有するほか、支援業務を他の職員と分担することにより、更なる個々の支援能力の向上を図る。

② OFF-JT

SNSの活用やECサイトの利用による新規販路開拓等の支援が求められることから、中小機構が開設しているECオンライン講座（ebiz オンライン講座）など、外部機関が実施する研修を積極的に受講させることにより職員全体のIT活用に関する支援能力の向上を図る。

③ DX推進に向けたセミナーへの参加

喫緊の課題でもあるDXの推進に向けては、経営指導員等の職員のITに関するスキルを向上させ、小規模事業者のニーズに合った相談・指導に対応し、下記に記載の取組みに対しても必要なスキルアップに係るセミナーなどへの参加も積極的に行い支援能力の向上を図る。

【想定されるDX推進に向けたセミナー】

ア. 事業者にとって業務効率化等の取組みに向けたセミナー

（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）

イ. 事業者にとって需要開拓等の取組みに向けたセミナー

（ホームページを活用した情報発信・ECサイト構築・運用、SNSによる情報発信等）

④ 経営力再構築伴走支援研修会への参加

中小機構が主催する支援機関向けの「経営力再構築伴走支援研修会」へ経営指導員等が出席し、支援に必要とされる知識とノウハウを習得し、小規模事業者に対する支援能力と支援手法の向上を図る。

⑤ 職員間の定期ミーティングの実施

情報の共有不足による業務の生産性低下を防ぎ、これまでは「職員間での知識を共有する機会が少なかった」という問題を解決するため、職員間にて月1回（必要に応じて随時開催）ミーティングを行い情報の共有を図る。

職員間の定期ミーティングでは、職員間の情報共有と職員研修にて取得した知識等に関する報告を行うことで情報・知識の格差解消を図り、小規模事業者からの相談等への対応について、全職員がワンストップサービスで行える支援体制を構築する。

⑥ 支援内容等のデータベース化

経営指導員等が小規模事業者に関する財務や経営情報、経営課題と問題解決に向けた情報蓄積については、クラウド型商工会経営支援ツール「Shoko Biz」に的確に入力・蓄積を行い、支援中の小規模事業者の進捗状況や職員間での相互情報共有により、リアルタイムで情報が確認できるシステム構築を図る。

これにより、職員全員が一定レベルの支援ノウハウを習得し、組織全体での支援レベルの向上を目指す。

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1期では、村行政や金融機関及び各支援機関等との連携を通じて、地区内・管内の景況や動向に関する情報交換を円滑に実施しすることができた。また、北海道商工会連合会が開催する研修会では、道内各地域を代表する経営指導員からの支援事例などに関する情報を得ることができた。

第2期においても、これまで通りの推進手法を活用し、関連支援機関との連携をさらに強化し、支援ノウハウに係る貴重な情報交換をすることにより、さらなる支援能力の向上を図る。

(2) 事業内容

① 各金融機関との連携及び情報交換（年2回）

小規模事業者に対する経営及び金融に関する支援を強化するため、日本政策金融公庫が開催する「小規模事業者経営改善資金貸付推薦団体連絡協議会」へ出席することにより、他商工会地域の金融情勢及び地域の動向に係る情報を得る。また、本村の融資制度の積極的活用については、北海道信用金庫留寿都支店との連携・協調を図り、金融支援に係るノウハウを積極的に活用し、小規模事業者への支援能力の向上を図る。

② 商工会広域連携協議会への出席（年1回）

近隣の6町村（ニセコ町、蘭越町、真狩村、京極町、喜茂別町、留寿都村）の商工会で組織する広域連携協議会では、商工会の経営指導員が集まる「経営支援会議」にて、小規模事業者に対する支援事例や課題解決への糸口などを相互に情報交換することにより、支援ノウハウを共有しながら小規模事業者に対する支援能力の向上を図る。

③ 管内職員協議会への出席（年1回）

管内の経営指導員が一堂に集まる研修会にて、地域の小規模事業者に対する支援の現状や課題など、解決手法に係る種々のノウハウを共有し、経営指導員の支援能力の向上を図る。また、全職員にフィードバックし職員全体の支援能力向上を図る。

Ⅲ. 地域経済の活性化に資する取組

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

本村における地域経済活性化の取り組みについては、各機関の単独での事業実施によるものが多く、わずかに「ふるさとまつり」や「産業まつり」といった集客イベント実施に際しての連携程度しか図られておらず、効果的な地域経済の活性化には至っていないのが現状である。

人口の減少や事業主の高齢化さらには新型コロナウイルス感染症の影響などにより地域の活力が失われつつある中において、それぞれの機関が持つ限られた経営資源を有効に活用することが求められる。そのためには、地域の各機関が地域経済活性化に対する意識を共有したうえで、各機関が有するネットワーク、ノウハウ、情報を共有し、基幹産業である農業と観光産業との連携を深めて6次産業化への取り組みや、異業種連携による新商品開発など、地域一体となった活性化への取り組みが必要である。

(2) 事業内容

① 「留寿都村経済活性化協議会（仮称）」の開催

留寿都村、留寿都商工会、留寿都村観光協会、ようてい農業協同組合留寿都支所、一般社団法人留寿都村ふるさと振興公社、による「留寿都村地域経済活性化協議会（仮称）」を年1回程度開催し、村の地域振興及び観光振興等に対する認識の共有を図り、効果的な地域経済の活性化を推進していく。6次産業化や異業種連携による新商品開発を行うことにより、交流人口の増加や地域活性化を目指して関係機関との積極的な情報交換を行い、新商品開発に向けた取り組みを推進する。

② 地域資源を活用した新商品の開発と販路開拓事業

村では、主に大根をはじめとする農産物を地域特産品として活用している。しかし、それに加えて「農畜産物」を活用した新商品の開発や販路の拡大などを通じて、地域ブランドとしての地位を築き、認知度を高めるために、関連する各団体と連携し、村内のイベントでの出展や試食販売などを実施し、積極的なPR活動を支援する。

③ 地域資源および特産品等の情報発信強化

地域資源を活用した特産品のブランド力強化や、6次産業化に向けた取り組みにより、村の農産物や畜産加工品などの競争優位性を確保するため、計画的な各種PRとマスメディアを活用したプロモーション活動を実施する。特に、SNSやITを活用した手法を積極的に取り入れ、村の情報を全道・全国に広く周知する取り組みを推進する。

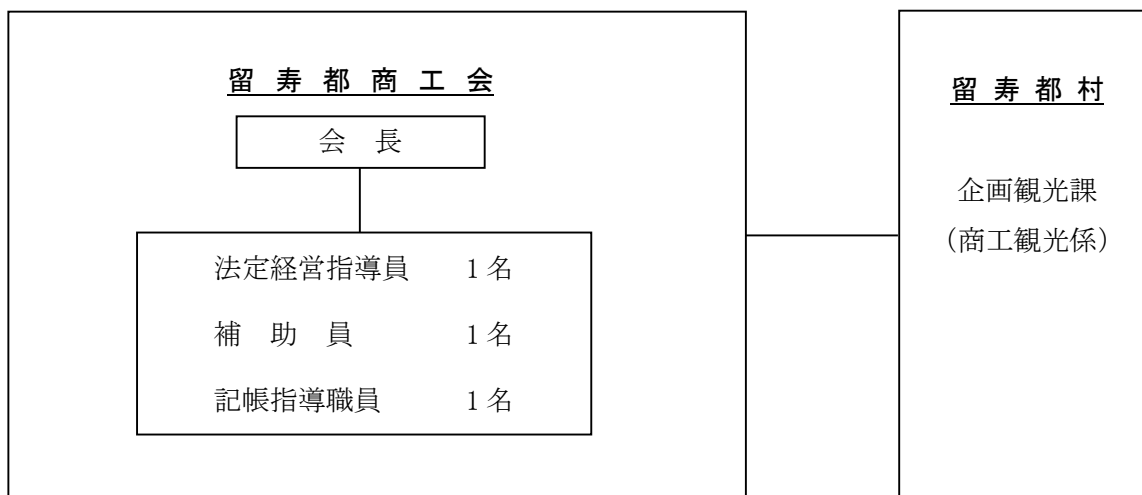
(別表2)

経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(令和7年4月現在)

- (1) 実施体制 (商工会又は商工会議所の経営発達支援事業実施に係る体制／関係市町村の経営発達支援事業実施に係る体制／商工会又は商工会議所と関係市町村の共同体制／経営指導員の関与体制 等)



- (2) 商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律第7条第5項に規定する経営指導員による情報の提供及び助言に係る実施体制

- ① 法定経営指導員の氏名、連絡先
 - ・氏名：大野 裕斗
 - ・連絡先：留寿都商工会 TEL 0136-46-3453
- ② 法定経営指導員による情報の提供及び助言
 - ・経営発達支援事業の実施に係る指導及び助言
 - ・目標達成に向けた進捗管理
 - ・事業評価委員会における事業評価、見直しに係る情報の提供

- (3) 商工会、関係市町村連絡先

- ① 商工会
〒048-1731 北海道虻田郡留寿都村字留寿都 26 番地
留寿都商工会
TEL：0136-46-3453 FAX：0136-46-3963
E-mail：rusutsu@tiara.ocn.ne.jp
- ② 関係市町村
〒048-1731 北海道虻田郡留寿都村字留寿都 175 番地
留寿都村企画観光課
TEL：0136-46-3131 FAX：0136-46-3545
E-mail：s-kikaku@vill.rusutsu.lg.jp

(別表3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
必要な資金の額	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
地域経済動向調査	10	10	10	10	10
需要動向調査	15	15	15	15	15
経営状況分析	15	15	15	15	15
事業計画策定支援	200	200	200	200	200
事業計画策定後の支援	150	150	150	150	150
新たな需要の開拓	500	500	500	500	500
事業評価の見直し	10	10	10	10	10
経営指導員等の資質向上	100	100	100	100	100
地域経済活性化の取組み	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、国補助金、道補助金、村補助金、手数料ほか

(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。

