

## 経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	赤井川村商工会（法人番号 2430005008126） 赤 井 川 村（地方公共団体コード 014095）
実施期間	令和 6 年 4 月 1 日～令和 11 年 3 月 31 日
目 標	<p><b>経営発達支援事業の目標</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 経営分析、事業計画の策定、販路開拓、事業再構築を「対話」と「傾聴」を通じて実践し、売上の増加、利益の拡大を実現し、経営基盤の安定と強化を図る。</li> <li>2. 創業支援や事業承継支援により、小規模事業者の減少を抑制するとともに、地域経済の維持発展に寄与する。</li> <li>3. 地域資源を活用した商品・サービスの開発、ブラッシュアップを支援することで付加価値を創出し、販路開拓、販売促進を図ることで小規模事業者の利益の創出と基幹産業である農業、観光業等の振興につなげる。</li> </ol> <p>【地域への裨益目標】6 次産業化の取り組みを促進し、開発された商品を新たな観光資源として活用するなど、農業と観光業の連携を強化し、交流人口の増加による地域活性化を促進する。また、地域内の小規模事業者の持続的な成長を支援することで、雇用を確保するとともに、地域住民の生活の利便性向上に貢献する。</p>
事業内容	<p><b>経営発達支援事業の内容</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. 地域の経済動向調査に関すること <ol style="list-style-type: none"> <li>①地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）</li> <li>②景気動向分析</li> </ol> </li> <li>4. 需要動向調査に関すること <ol style="list-style-type: none"> <li>①新商品開発の調査</li> <li>②試食、アンケート調査</li> </ol> </li> <li>5. 経営状況の分析に関すること <ol style="list-style-type: none"> <li>①経営分析を行う事業者の発掘（経営分析セミナーの開催）</li> <li>②経営分析支援</li> </ol> </li> <li>6. 事業計画策定に関すること <ol style="list-style-type: none"> <li>①D X推進セミナー開催・I T 専門家派遣</li> <li>②事業計画策定支援（個別相談会）</li> <li>③新規創業・第 2 創業計画策定支援</li> <li>④事業承継計画策定支援</li> </ol> </li> <li>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること <ol style="list-style-type: none"> <li>①事業計画策定事業者に対するフォローアップ支援</li> <li>②新規創業・第 2 創業計画策定フォローアップ支援</li> <li>③事業承継計画策定フォローアップ支援</li> </ol> </li> <li>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること <ol style="list-style-type: none"> <li>①物産展・出展事業</li> <li>②商談会・出展事業</li> <li>③動画作成による販促活動支援</li> <li>④ホームページ等活用支援</li> <li>⑤メディアの掲載</li> </ol> </li> </ol>
連絡先	<p>赤井川村商工会 〒046-0501 北海道余市郡赤井川村字赤井川 83 番地 TEL:0135-34-6755 FAX:0135-34-6614 E-mail:akaigawa@rose.ocn.ne.jp</p> <p>赤井川村産業課 〒046-0501 北海道余市郡赤井川村字赤井川 74 番地 2 TEL:0135-34-6211 FAX:0135-34-6644 E-mail:sangyou1@vill.akaigawa.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

【赤井川村の概況】

赤井川村は、北海道の南西部、後志総合振興局管内にあり、隣接する余市町まで13km、小樽市まで約32km、道都である札幌市まで約70kmに位置している。

村の総面積は280.09平方kmと広大であるが、その8割が山林で占められており、四方を美しい山々に囲まれた「カルデラ盆地」状の地形をなしている。その地形故に四季の表情は多彩に変化する。

気象条件は盆地特有の内陸型気候であり、夏は昼夜の寒暖差が大きく、果菜類の栽培に適している。また、冬は非常に積雪が多く、北海道でも有数の豪雪地帯である。

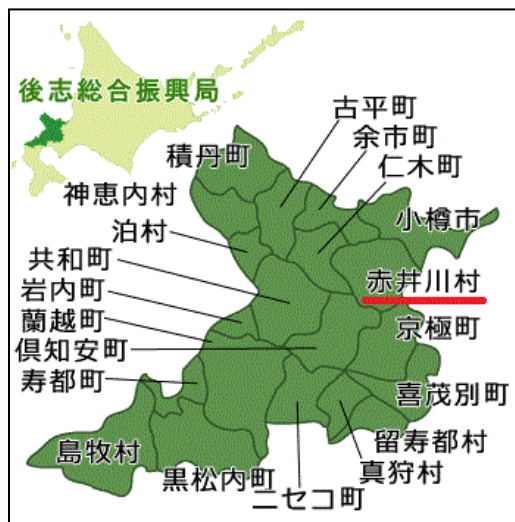
赤井川村の主産業は農業と観光業であり、村内では多岐に渡る農産物が栽培され、北海道で栽培できる農産物は何でもできると言われている。作付面積が多い品目としては、米・南瓜・蔬菜類（ブロッコリー、ミニトマト、カラーピーマン等）などである。観光業では、キロロスノーワールドを中心としたウィンタースポーツが有名であるが、グリーンシーズンにはパラグライダー、カヌー、トレッキング、キャンプ等のアウトドアや美味しい食材を求めるドライブ観光客も増えている。また、美人湯の代表格と言われる塩化物・炭酸水素塩・硫酸塩の日帰り温泉施設「カルデラ温泉」も人気がある。

NPO法人「日本で最も美しい村」連合加盟。

【人口推移】

村内の人口は、昭和10年の3,592人をピークに昭和30年の3,045人から急激な減少が続き、平成3年に大型リゾート施設「キロロリゾート」がオープンしたことで、従業員等の転入により一時的に増加に転じた（平成2年の1,470人から平成7年の1,552人）ものの、その後は再び減少傾向に転じ、近年ではほぼ横ばいの状況となっている。

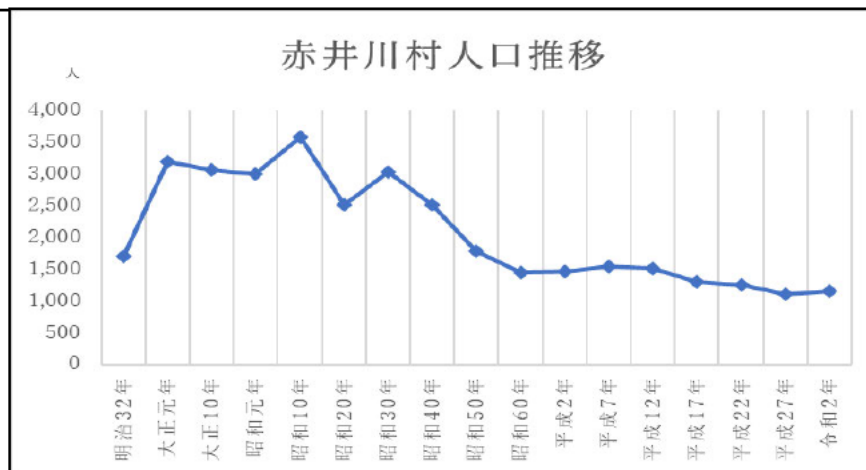
最新の状況としては、令和5年10月1日時点で1,100人となっている。



(赤井川村の位置 (出典：北海道))



(赤井川村の景色)



S 3 0	S 4 0	S 5 0	S 6 0	H 0 2	H 0 7	H 1 2	H 1 7	H 2 2	H 2 9	R 2
3, 045	2, 527	1, 784	1, 460	1, 470	1, 552	1, 512	1, 311	1, 262	1, 185	1, 165

(出典：赤井川村)

## 【産業の現状】

### ・農業

赤井川村は、農業を基幹産業として発展してきた村であり、カルデラ特有の昼夜の寒暖差が大きい気象条件や土づくりされた農地、整備されたかん水施設等を生かし、平坦地では稲作、丘陵地では畑作や畜産などが行われ、米、かぼちゃ、馬鈴薯、ブロッコリー、トマト、ピーマン等、多品目の農産物が生産されている。

しかし、人口減少に伴い、販売農家戸数は減少、耕地面積も減少傾向にある。また、遊休農地の増加、労働者不足も深刻である。

2020農林業センサスによると農業従事者の平均年齢は59.3歳である。

農業と観光業との連携による新しい農業経営の展開に向けての取り組みが始まっており、2015年より道の駅あかいがわ農産物直売所に村内生産者34戸による共同直売所を開設(5月～10月)し、地元産農産物のPR販売を行っている。

### ・観光、リゾート

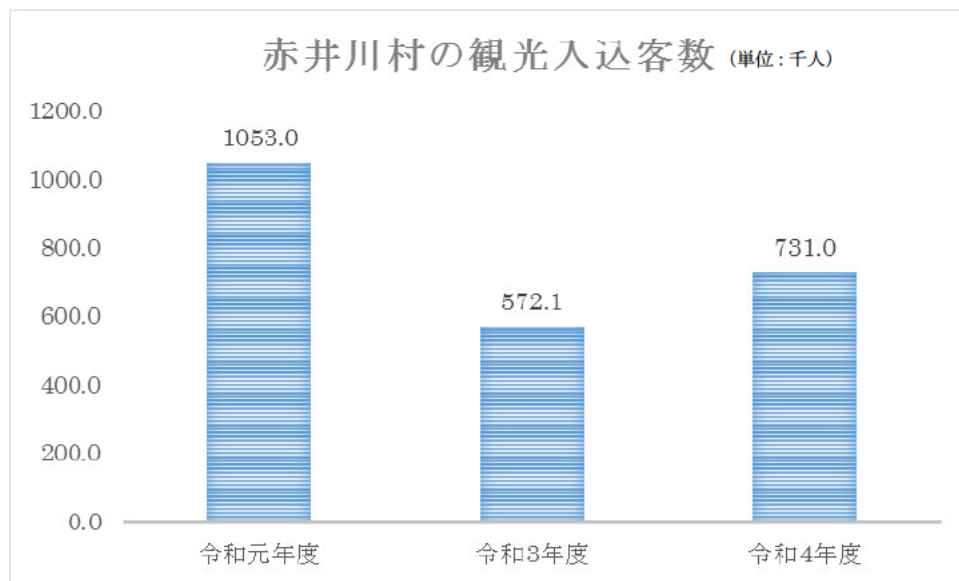
観光・リゾートは、地域産業・経済の発展はもとより、新たな人の流れを生み出し、交流人口や移住者の増加につながるものとして、地域活性化に大きな役割を果たしている。

当村は、農業とともに観光・リゾートを基幹産業として発展してきた村であり、スキー場を中心とした総合リゾート施設「キロロリゾート」が有名であるが、パラグライダーやキャンプが楽しめる施設や、「道の駅あかいがわ」、温泉施設「保養センター(通称：赤井川カルデラ温泉)」、ファームやペンション、民宿、飲食店、さらには四季折々の祭りやイベント等々、魅力ある観光資源がある。

観光客が重要視する観光目的として必ず上位に挙げられるものとして「食」がある。今や「観光」と「食」は切り離すことが出来ない重要な要素であり、健康志向の高まりもあり、当村の新鮮な「農産物」は大きな観光資源となり得る。

後志総合振興局の「観光客入込客数市町村一覧」によるとコロナ禍で一度落ち込みはしたものの、令和4年には約73万人もの観光客が来村している。

このように当村には多くの観光客が訪れているが、キロロリゾートの来場客、観光シーズンのドライブ客が多く、道の駅あかいがわと、キロロリゾート以外は通過点となっており、村内小規模事業者にとっては観光客の恩恵を得られていないのが実情である。



(出典: 後志総合振興局「令和4(2022)年度 後志総合振興局管内観光入込客数の概要」)

#### ・商工業及び小規模事業者

村内には、商工業者が46者おり、その内小規模事業者が43者である(令和5年4月)ため、実質的に商工業者と小規模事業者は同義であると言っても過言ではない。以下では商工業の現状と課題を記載するが、実質的には小規模事業者の現状と課題と同義となる。

村内の商工業者の業種別の事業者数は下記の表のとおりである。

村の人口減と比例するように、商工業者も平成10年の57者から減少を続けている。

商業及び工業については、絶対数が少ないこともあり、集積されておらず、いわゆる“商店街”はなく、小売業が16者となっているが、店舗を構えて通年営業しているのが実質的に2店舗のみとなっている。

商業については、近年、村内人口の減少に加え、ネットショッピングの普及や大型店舗の地方進出等により、地域商業全体の機能が疲弊し、衰退が加速している。

「RE S A S」(地域経済分析システム)の年間商品販売額を見ても1997年以降、急激な減少を経て非常に低い水準で推移していることがわかる。

工業についても、地域企業の規模縮小や撤退等の状況がみられ、取り巻く状況は厳しさを増している。

建設業については、当村からの公共工事の発注が一定程度あることで経営が維持されている状況にある。

こういった状況の中、近年、飲食店の開業や商品開発を行う農業者や地元農産物を活用した商品(メニュー)開発を行う小規模事業者が出てきており、6次産業化の動きや、創業、第2創業の動きがみられる。

一方で事業者の高齢化は進んでおり、地域商工業の機能維持のためには事業承継が必要であるが、進んでいないのが現状である。

<参考: 商工業者及び小規模事業者の業種別内訳>

業種	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食・宿泊業	サービス業	その他	合計
商工業者	7	0	0	16	9	10	4	46
小規模事業者	7	0	0	15	7	10	4	43

(出典: 令和5年4月全国商工会連合会実態調査)



<参考：商工業者数及び小規模事業者数の推移>

年 度	H 1 0	H 1 5	H 2 0	H 2 5	H 3 0	R 5
商 工 業 者	5 7	5 3	4 0	4 0	3 8	4 6
小規模事業者	4 3	4 4	3 7	3 6	3 7	4 3

(出典：商工会独自調査)



(出典：「RESAS」(地域経済分析システム))

## ②課題

### ・農業、観光業

農業は季節性が高く、昨今の異常気象による収穫量の増減や取引価格の増減といったリスクが年々大きくなっているなか、農産物加工による商品開発等で農産物のロスを減少させるだけでなく、通年販売を可能とすることで利益率を高め、事業者の経営安定を図ることが必要である。

当村での多品種の作物の栽培可能な気候条件を活かして、少量で季節感の感じられる作物や飲食業等事業者のニーズを的確にとらえた安全で品質の高い農産物の生産・提供体制を確立していくことが必要である。

観光業における課題については、村内にある沢山の観光資源が十分に活用されておらず、キロリゾートを訪れる観光客以外は、目的のない通過型の観光客が多い事である。

このため、景観づくり等による観光資源の一層の充実・活用、農業の村としての特性・資源を生かした新たな事業の展開、インバウンドの誘致に向けた取り組みの強化など、多面的な取り組みを推進し、観光客の増加と、観光から定住・移住への展開を目指していく必要がある。

また、観光客の「食」への関心をビジネスチャンスと捉え、地元農産物のPR販売の継続や農産物の加工品を新たな観光資源として活用していくことが必要である。

### ・商工業及び小規模事業者

人口減少や近隣商圏への消費の流出、ネットショッピングの普及など、経営は厳しい状況にある。小規模事業者が維持発展するためには、激変する経営環境に対応するため、経営基盤強化に向けて事業計画の策定・実行による売上増加を図っていくことが必要である。

農産物など地域資源を活かした商品（サービス）を提供する小規模事業者については、商品（サービス）開発やブラッシュアップ、商品（サービス）の販路開拓や需要拡大による売上増加が必要である。

なお、農産物など地域資源を活かして開発した商品（メニュー）はＩＴ・メディア等のツールを活用しながらＰＲし、観光客を呼び込む観光資源として育てていくことが必要である。

また、小規模事業者の減少に歯止めをかけるべく、創業、第２創業の潜在的な希望者の掘り起こしや円滑な創業の促進、Ｍ＆Ａを含めた事業承継による事業の維持継続が必要である。

## （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

「現状と課題」に記載のとおり、当村の小規模事業者を取り巻く環境は、村内人口の減少や高齢化に加え、ネットショッピングの普及や大型店舗の地方進出等による村外への消費流出等、大変厳しい状況にあり、激変する経営環境への対応、農業の６次産業化、地域資源の活用、農業と観光業の連携、通過型観光からの脱却と様々な課題がある。

さらに厳しくなることが想定される状況の中で、小規模事業者が今後の１０年間、事業を維持発展し、雇用の創出や地域住民の生活機能を支えていくためには、小規模事業者にとって最も身近な支援機関である商工会が村、関係機関、専門家と一体となったより一層の支援が不可欠である。

そのために、第一に小規模事業者との「傾聴」と「対話」による経営力再構築型（課題設定型）の伴走支援によって事業者自身が課題に気づき、腹落ちした上で自立的な経営ができるようサポートする必要がある、１０年程度の期間を見据えた小規模事業者の振興を次のとおり定め、小規模事業者の売上の増加、利益の拡大、収益性の向上を支援し、小規模事業者及び地域経済の持続的発展を目指す。

ア．経営分析による経営課題の発見、設定、その課題解決に向けた事業計画の策定、策定した事業計画の遂行のための販路開拓、事業再構築を「対話」と「傾聴」を通じて実践することで、売上の増加、利益の拡大を実現し、激変する経営環境に順応する経営基盤の安定と強化を図る。

イ．創業支援や事業承継支援により、小規模事業者の減少を抑制するとともに、地域経済の維持発展に寄与する。

ウ．地域資源を活用した商品・サービスの開発、ブラッシュアップを支援することで付加価値を創出し、展示販売会、展示商談会、メディア、ＩＴ等を駆使し、販路開拓、販売促進を図り、小規模事業者の利益の創出と基幹産業である農業、観光業等の振興につなげる。

### ②赤井川村総合計画との連動性・整合性

第四期赤井川村総合計画「わたしの赤井川２０２５プラン」後期基本計画（令和３年度～令和７年度）では商工業への方針、施策として下記のとおり定めている。

ア．商工会への支援

商工業振興の中心的な役割を担う商工会の運営を支援し、各種活動の活発化を促進する。

イ．商工業経営の安定化の促進

国・道の融資・支援制度や新型コロナウイルス感染症に関する支援制度の周知と有効活用を促すとともに、商工会と連携した助言・指導等を行い、商工業経営の安定化を促進する。

ウ．新規参入・起業の促進

商工会等と連携し、本村へ新規に参入する経営者や起業する経営者に対する支援体制を整

備し、新規参入や起業を促進する。

エ. 企業立地に向けた取り組みの検討

村経済の活性化と雇用の場の確保を目指し、企業の立地に向けた取り組みについて検討していく。

この方針、施策は商工業経営の安定化や起業の支援、雇用の創出、経済の活性化に向けて商工会、村が連携して取り組む事を明示しており、商工会の取り組みの方向性と一致する。

③商工会としての役割

当商工会は、上記、赤井川村総合計画に則り、商工業経営の安定化、新規参入や起業の促進、雇用の場の確保や村経済の活性化といった商工業振興の中心的な役割を担う。

また、常に変化する厳しい経営環境の中、商工業の維持、発展に資するため、上記の他、当商工会としての小規模事業者の長期的な振興の在り方を次のとおり定め、引き続き村と目指すべき方向を共有の上、協力して小規模事業者を支援していく。

小規模事業者の長期的な振興のあり方：「最も身近で頼りになる相談相手として、小規模事業者の経営力の向上及び承継を含めた事業継続の支援を通じ、地域商工業の維持発展と賑わいの創出に寄与する」

**(3) 経営発達支援事業の目標**

**【小規模事業者の目標】**

当商工会はこれまで、地域唯一の総合経済団体として、地区内小規模事業者の振興発展と地域のにぎわいの創出に取り組んできた。

特に小規模事業者への支援については、従来の経営改善普及事業や地域振興事業を通じて行っており、平成31年からは経営発達支援事業に基づく伴走型小規模事業者支援推進事業で主に個別事業者の支援を中心に行ってきた。

今後、支援内容については基本的には今までの支援を踏襲しながら、改めて下記のとおり目標を設定する。(計画期間5年間)

①小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続を実現

**【事業計画策定事業者数目標】**

- ・対前年比売上3%増加事業者数 15者／5年間

②新規創業、第二創業、事業承継への支援

**【小規模事業者の新規創業・第二創業者数目標】**

- ・5者／5年間

**【事業承継事業者数目標】**

- ・5者／5年間

③商談会・物産展出展による販路開拓支援

**【商談会・物産展出展による販路開拓支援事業者数及び成約・売上目標】**

- ・商談会、物産展それぞれ 15者／5年間
- ・商談成約件数 1件／1者
- ・物産展出展による売上額 10万円／1者
- ・ITを活用した販路開拓による売上5%増加事業者数 15者／5年間
- ・メディアを活用した販路開拓による売上5%増加事業者数 15者／5年間

**【地域への裨益目標】**

基幹産業である農業の6次産業化の取り組みを促進し、6次化によって開発された商品を新たな観光資源として活用するなど、農業と観光業の連携を強化し、交流人口の増加による地域活性化を促進する。

また、地域内の小規模事業者の持続的な成長を支援することで、雇用を確保するとともに、地域住民の生活の利便性向上に貢献する。



## 2. 経営発達支援事業の実施期間、目標達成方針

### (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小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続を実現

激変する環境変化に対応し、業務改善をはかっていく上で、財務データ等から見える表面的な経営課題だけでなく、事業者との対話と傾聴を通じて経営の本質的な課題を事業者自らが認識することに重点を置き、本質的課題を反映させた事業計画策定の支援を行う。また、将来的な自走化を目指し、多様な課題解決ツールの活用提案を行いながら、事業者が深い納得感と当事者意識を持ち、自らが事業計画を実行していくための支援を行う。

#### ②新規創業、第二創業、事業承継への支援

事業者の高齢化、後継者不足に対応するため、北海道事業承継・引継ぎ支援センター、日本政策金融公庫などの支援機関や行政と連携しながら後継者育成やマッチング支援を行い、円滑な事業承継、新規創業・第二創業を促す。

事業承継の支援にあたっては、巡回訪問を中心に後継者の有無や承継の意思、事業承継に向けた準備状況などのヒアリングを実施し、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する。後継者のいない事業者には、経営状況を把握したうえで北海道事業承継・引継ぎ支援センター等の専門家と連携し、マッチング支援や創業希望者とのマッチングを支援する。

創業支援については、行政と連携しながら地域おこし協力隊を含む創業者の掘り起こしと創業に向けた支援を強化していく。創業間もない事業者には、創業計画の策定や融資や補助金申請などの支援を行う。

#### ③商談会・物産展出展による販路開拓支援

地域資源を活用した新商品等の販路拡大による売上向上を目指すには、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・サービスの開発・改善することが重要である。そのため、需要動向調査を実施し、消費者ニーズを踏まえた中でターゲットの設定等について事業計画を策定し、新たな商品等の開発と商品のブラッシュアップ、販路拡大の支援に繋げ、小規模事業者の売上アップを図る。

### 【地域への裨益目標の達成に向けた方針】

6次産業化や「食と観光」との連携について、地域が一体となって商品等開発を行い、地域内はもとより、地域外への販売促進を支援する。

これにより、商品等取り扱い事業者の売上向上のみならず、赤井川村の知名度アップへと繋げ商品・サービスを求めて来訪する観光客（交流人口）の増加を図ることで地域活性化に寄与する。

## 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

##### ①現状

行政・金融機関の統計資料（北海道財務局「しりべし経済レポート」、北海道「家計消費調査」、全国連「景況調査」、北海道信用金庫「経済動向調査」、日本政策金融公庫「中小企業動向調査」等）の情報を必要に応じて小規模事業者提供している。

##### ②課題

上記のとおり実施しているものの、上記レポートは地域の経済動向を客観的に把握するものとして有効であるが、ビッグデータ等を活用した専門的な分析が出来ていなかったため、地域内の小規模事業者が事業の意思決定に活用できていないのが実情であり、小規模事業者にとって活用可能な情報として改善した上で情報提供を実施する。

#### (2) 目標

	公表方法	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地域の経済動向分析の公表回数	HP掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回
②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地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）

当地域において真に稼げる産業や事業者に対し、限られたマンパワーや政策資源を集中投下し、効率的な経済活性化を目指すため、経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用した地域の経済動向分析を行い、年1回公表する。

【調査手法】経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用し、地域の経済動向分析を行う。

【調査項目】・「地域経済循環マップ・生産分析」

→ 地域経済の循環を把握し、お金の流出入の状況等を分析する。

・「まちづくりマップ・From to 分析」

→ 人の動き等を分析する。

・「産業構造マップ」

→ 当村の主要産業等の状況を分析する。

##### ②景気動向分析

管内の景気動向等についてより詳細な実態を把握するため、全国商工会連合会が行う「小規模企業景気動向調査」に独自の調査項目を追加し、管内小規模事業者の景気動向等について、年1回調査・分析を行う。

【調査手法】・調査票を郵送し返信用封筒、巡回等で回収する

・経営指導員等が回収したデータを整理し、外部専門家と連携し分析を行う。

【調査対象】 村内小規模事業者 43 者

【調査項目】 売上額、仕入価格、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資等

(4) 調査結果の活用

- ・調査した結果はホームページに掲載し、広く管内事業者等に周知する。
- ・経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とする。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

①現状

新商品、新メニューを開発する際、消費者目線での評価は重要であるが、新型コロナウイルス感染症予防の観点から試食を自粛する等の事由によりこれまで実施していなかった。

②課題

調査については手間や時間がかかるため、事業者の意識づけが必要である。また、調査項目や分析内容が不十分な場合、新商品、新メニュー開発、ブラッシュアップにつながる有用なデータとならないため、事業者の意識づけをし、内容を十分に精査した上で実施する。

(2) 目標

	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新商品開発の調査 対象事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者
②試食、アンケート 調査対象事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者

(3) 事業内容

①新商品開発の調査

特産品を活用した新商品（メニュー）を開発するため、意欲的な事業者に対し、特産品の野菜等を活用した新たな商品（メニュー）開発を支援する。具体的には、「道の駅あかいがわ」において、試食及び来場者アンケートを実施し、調査結果を分析した上でフィードバックし新商品開発に役立てる。また、当該調査の分析結果を事業計画に反映させる。

【調査手法】（情報収集）

「道の駅あかいがわ」の来場客が増加する5月～10月に、年1回来場客に開発中の商品、メニューを店頭で試食してもらい、経営指導員等が聞き取りの上、アンケート票へ記入する。

（情報分析）

調査結果は、専門家等に意見を聞きつつ、経営指導員等が分析を行う。

【サンプル数】 来場者50人

【調査項目】 ①味、②量（サイズ）、③食感、④見た目、⑤価格、⑥パッケージ等、商品（メニュー）により設定する。

【調査結果の活用】 調査結果は、経営指導員等が当該事業者に対して直接説明する形でフィードバックし、更なる改良等を行う。

## ②試食、アンケート調査

北海道商工会連合会が主催する「北の味覚、再発見!!」等、展示・商談会において、来場するパイヤーに対し、試食、アンケート調査を実施する。

### 【調査手法】（情報収集）

北海道商工会連合会が主催する「北の味覚、再発見!!」等、展示・商談会等において、来場者に開発中の商品（メニュー）や、ブラッシュアップを図る商品（メニュー）を試食してもらい、経営指導員等が聞き取りの上、アンケート票へ記入する。

### （情報分析）

調査結果は、専門家等に意見を聞きつつ、経営指導員等が分析を行う。

【サンプル数】 来場者50人（パイヤー等）

【調査項目】 ①味、②量（サイズ）、③食感、④見た目、⑤価格、⑥パッケージ、⑦取引条件等、商品（メニュー）により設定する。

【調査結果の活用】調査結果は、経営指導員等が当該事業者に対して直接説明する形でフィードバックし、更なる改良等を行う。

## 5. 経営状況の分析に関すること

### （1）現状と課題

#### ①現状

商工会の分析システムであるShokoBizによる財務分析（売上、安全性、収益性、キャッシュフロー等）に加え、SWOT分析を活用した小規模事業者の強み・弱み・機会・脅威の明確化による課題の抽出を行っている。

#### ②課題

これまで上記のとおり実施しているものの、「利益率の改善」といった財務データから見える表面的な課題の抽出、事業環境の把握にとどまっており、小規模事業者自身が腹落ちし、課題として認識するまでには至らないケースが多いため、さらに「対話と傾聴」を通じて経営の本質的課題の把握に繋げる。

### （2）目標

	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セミナー開催件数	—	1回	1回	1回	1回	1回
②経営分析事業者数	5者	5者	5者	5者	5者	5者

### （3）事業内容

#### ①経営分析を行う事業者の発掘（経営分析セミナーの開催）

実際に参加者自らが経営分析を行うワークショップ型のセミナーを通じて、自社の強み・弱みなどの気づきを与えることで、自社の経営課題等を把握し、事業計画の策定等への活用について理解を深めるとともに、対象事業者の掘り起こしを行う。

【募集方法】巡回による声掛けのほか、会報やチラシの配布、ホームページへの掲載、ポスター掲示により周知する。



## ②経営分析の内容

【対象者】 セミナー参加者、巡回、対話によって動機づけられた小規模事業者の中から、意欲的で販路拡大の可能性の高い5者を選定

【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」の双方を行う

《財務分析》 直近3期分の収益性、生産性、安全性および成長性の分析

《非財務分析》 下記項目について、対話を通じて、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、機会を整理する。

(内部環境)	(外部環境)
<ul style="list-style-type: none"><li>・商品、製品、サービス</li><li>・仕入先、取引先</li><li>・人材、組織</li><li>・技術、ノウハウ等の知的財産</li><li>・デジタル化、IT活用の状況</li><li>・事業計画の策定、運用状況</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・商圏内の人口、人流</li><li>・競合</li><li>・業界動向</li></ul>

【分析手法】 事業者の状況や局面に合わせて、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」、中小機構の「経営計画つくるくん」等のソフトを活用し、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する。

## (4) 分析結果の活用

- ・分析結果を当該事業者にはフィードバックし、事業計画の策定等に活用する。
- ・分析結果は、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

#### ①現状

専門家等の派遣による個別相談会の開催等により事業計画の策定支援を行っている。

#### ②課題

上記のとおり支援を実施しているが、融資や補助金申請のためという動機が多く、本来あるべき順序を踏まえておらず、本質的な課題解決のための事業計画の策定支援にはなっていないケースがある。その一因として事業計画策定の意義や重要性の理解が浸透していないためであると考えられるので、セミナー開催方法を見直すなど、改善した上で実施する必要がある。

また、創業、第2創業については商工会が相談先として認知されていない場合があるため、周知を図り、潜在的な希望者の掘り起こしが必要である。

事業承継については時間がかかるため、経営指導員が現状を把握し、事業者の動機づけをする必要がある。

### (2) 支援に対する考え方

事業計画策定の意義や重要性を経営分析の段階から訴求していくとともに、地域の経済動向や需要動向、経営分析などを踏まえた事業計画策定を支援する。また、持続化補助金の申請を契機として経営計画の策定を目指す事業者の中から、実現可能性の高いものを選定し、事業計画の策定につなげていく。その際は補助金ありきではなく、事業計画の策定過程により本質的な課題解決につながるよう留意する。

また、人口減少、少子高齢化による域内需要の縮小、村外の大型店や通信販売等の影響による消費購買力の流出や経営基盤強化のための生産性向上などに対応するため、事業計画の策定前段階においてD Xに向けたセミナーを開催し、I T等を活用した販路開拓についての手法を習得し、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

前述の、経営分析セミナーを通じて、事業者が自社の強み・弱みなどの気づきを得て、現状を正しく認識した上で分析し、事業者が当事者意識を持って課題と向き合い、事業計画策定に能動的に取り組むため、「対話」と「傾聴」を通じて最適な意思決定のサポートを行う。

また、創業、第2創業については窓口相談等にて対応し、空き店舗等の情報や創業希望者の状況などについて情報提供し、業種により専門的な知識が必要な場合は、専門家や関係機関と連携しながら計画策定について支援を行う。

事業承継については事業者との「傾聴」と「対話」により動機づけを行い、北海道事業承継・引継ぎ支援センターや日本政策金融公庫の事業承継マッチング支援等を利用しながら計画策定を支援し、円滑な事業承継を目指す。

### (3) 目標

	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
①D X推進セミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回
②事業計画策定事業者数	3者	3者	3者	3者	3者	3者
③新規創業・第2創業計画策定事業者数	—	1者	1者	1者	1者	1者
④事業承継計画事業者数	—	1者	1者	1者	1者	1者

### (4) 事業内容

#### ①「D X推進セミナー開催・I T専門家派遣」の開催

D Xに関する意識の醸成や 基礎知識 を習得するため、また実際にD Xに向けたI Tツールの導入やW e bサイト構築等の取組を推進していくために、セミナーを開催する。

【支援対象】 経営分析を行った小規模事業者、D Xにより事業の効率化、販路開拓を目指す小規模事業者を対象とする。

【募集方法】 巡回による声掛けのほか、会報・チラシの配布、ホームページへの掲載、ポスター掲示により周知する。

【講師】 I T・D Xを専門としている中小企業診断士、I Tコーディネーター等

【回数】 年1回

【参加者数】 3者

【カリキュラム】 ・D X総論、クラウドサービスやA I等の具体的な活用事例

・S N Sを活用した情報発信方法

・E Cサイトの利用方法等

・G o o p e（グーペ）の利用方法等

※G o o p e（グーペ）：GMOペパボ株式会社が運営する国産のホームページ作成サービスである（全国商工会連合会推奨サービス）。簡単にホームページが作成でき、事業者の販路開拓に有用である。

【支援手法】 セミナーを受講した事業者の中から取り組み意欲の高い事業者に対しては、経営指導員等による相談対応・経営指導を行う中で必要に応じてI T専門家派遣



を実施する。

② 事業計画策定支援（個別相談会）

【支援対象】経営分析を行った事業者のうち、新商品・新サービス等開発及び販路拡大、売上維持・利益拡大による経営基盤に向けた事業計画策定に意欲のある事業者

【募集方法】案内文書の送付、商工会ホームページや経営指導員等が巡回時に提案する。

【回数】 年1回

【参加者数】3者

【招聘する専門家】中小企業診断士等

【支援手法】個別相談会を開催することで、需要動向調査、経営分析にて抽出された課題の解決に向けた個別の相談に応じることができ、1対1でじっくり対話することで確実な事業計画策定へと繋げていく。

③ 新規創業・第2創業計画策定支援

【支援対象】赤井川村で創業を希望する者

【支援手法】創業希望者に対し、窓口相談等で創業計画の策定支援を行う。  
創業計画策定では、日本政策金融公庫国民生活事業の開業計画や中小企業基盤整備機構の「創業・サポート様式集」を活用し策定を支援する。

④ 事業承継計画策定支援

【支援対象】事業承継に前向きな事業者

【支援手法】経営指導員等が巡回訪問でヒアリングを実施し、後継者の有無や承継の意思、事業承継に向けた準備状況など情報を収集し、対象者を掘り起こす。  
収集した情報は整理し、定期的な巡回訪問により「対話」と「傾聴」を重ね、事業承継計画策定に繋がるよう支援を行う。また、確実に事業承継が実現するよう北海道事業承継・引継ぎ支援センター等とも連携する。

## 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

#### ① 現状

事業計画を策定した小規模事業者に対し、年4回を目途にフォローアップを実施している。

#### ② 課題

上記のとおり実施しているものの、不定期であり、進捗状況の確認等にとどまり、計画的とは言えず、準備も不十分であったため、目標に対しての効果、見直しを意識したフォローアップを行う必要がある。

### （2）支援に対する考え方

自走化を意識し、経営者自身が「答え」を見いだすこと、対話を通じてよく考えること、経営者と従業員が一緒に作業を行うことで現場レベルでの当事者意識を持って取組むことなど、計画のフォローアップを通じて経営者へ内発的動機づけを行い、潜在力の発揮に繋げる。

事業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、事業計画の進捗状況や事業者の課題等により、訪問回数を増やして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、事業者に合わせたフォローアップを行う。

**(3) 目標**

	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（延回数）	16回	28回	28回	28回	28回	28回
対前年比売上増加率3%以上増加事業者数	1者	3者	3者	3者	3者	3者
②新規創業・第2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
頻度（延回数）	—	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
頻度（延回数）	—	6回	6回	6回	6回	6回

**(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**

事業計画を策定した事業者を対象として、経営指導員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定期的かつ継続的にフォローアップを行う。

頻度については、事業計画策定3者のうち、2者は毎月1回、1者は四半期に一度とする。ただし、事業者からの申出等により、臨機応変に対応する。

**②新規創業・第2創業計画策定フォローアップ支援**

創業者及び第2創業者は、創業前後に様々な課題を抱えているケースが多いので、創業後は2カ月に1度の頻度で巡回による支援を実施する。なお、巡回訪問の頻度については、創業計画の進捗状況に応じて通常の事業計画策定事業者と同様に四半期ごとの支援にするなど臨機応変に対応する。

**③事業承継計画策定フォローアップ支援**

事業承継計画は、体制整備や手続き等のスケジュール管理が重要であるため、2カ月に1度の頻度で経営指導員等が巡回訪問を実施し、事業承継後の経営が安定するまでフォローアップを実施する。

**④進捗状況が思わしくない場合の対処方法**

進捗状況が思わしくなく、計画との間にズレが発生した場合には、まずは訪問機会を増やしさらなる「対話」と「傾聴」を意識した積極的なコミュニケーションにより問題点の抽出と改善点の再検討を行う。計画の軌道修正等がうまくいかない場合は、専門家を派遣し、原因の把握や今後の対応策を検討、フォローアップ頻度の変更等によりズレが解消するまで支援を行う。

## 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

#### ①現状

事業計画を策定した小規模事業者に対し、目的に合わせ、道内外の各種商談会等への出展支援を行ってきた。

一方で、地域内の小規模事業者の多くはオンラインによる販路開拓等に関心があるものの、「高齢化」「知識不足」「人材不足」等の理由により、ITを活用した販路開拓等のDXに向けた取組が進んでおらず、商圏が限られた範囲にとどまっている。

#### ②課題

上記のとおり実施してはいるものの、展示会出展の事前・事後のフォローが不十分であり、最大限の成果を得られたとは言いがたい結果となった。第2期においては、より成果を意識した支援が必要であり、今後、新たな販路の開拓にはDX推進が必要であるということを理解・認識してもらい、取組みを支援していく必要がある。

赤井川村は札幌市と倶知安町（ニセコ町）、余市町を結ぶ位置にあり、「道の駅あかいがわ」を含め、長時間滞在せず通過してしまうドライブ客が多いため、道内ドライブ観光客に対し、メディア（雑誌等）を活用したPRが必要である。

### (2) 支援に対する考え方

経営状況の分析、事業計画策定支援を行った意欲ある事業者を重点的に支援する。

商工会が自前で展示会等を開催するのは困難なため、事業者のレベル、ターゲットに合わせ、道内、首都圏、大都市で開催される既存の展示会への出展を目指す。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、出展期間中には、陳列、接客など、きめ細かな伴走支援を行う。

DXに向けた取組として、データに基づく顧客管理や販売促進、SNS情報発信、ECサイトの利用等、IT活用による営業・販路開拓に関するセミナー開催や相談対応を行い、理解度を高めた上で、導入にあたっては必要に応じてIT専門家派遣等を実施するなど事業者の段階に合った支援を行う。

メディア（雑誌等）の活用により、道内ドライブ観光客に村内小規模事業者の商品（メニュー）の魅力を伝えることで、目的地として観光客を誘致し、事業者の利益につなげるとともに産業の活性化を図る。

### (3) 目標

	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物産展出展事業者数	3者	3者	3者	3者	3者	3者
売上額／者	—	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
②商談会出展事業者数	1者	3者	3者	3者	3者	3者
成約件数／者	—	1件	1件	1件	1件	1件
③ITを活用した販路開拓 (動画作成事業者数)	—	3者	3者	3者	3者	3者
売上増加率／者	—	5%	5%	5%	5%	5%
④ITを活用した販路開拓 (HP等作成事業者数)	1者	3者	3者	3者	3者	3者
売上増加率／者	—	5%	5%	5%	5%	5%
⑤メディアを活用した販 路開拓事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者

売上増加率／者	—	5 %	5 %	5 %	5 %	5 %
---------	---	-----	-----	-----	-----	-----

#### (4) 事業内容

##### ①物産展出展事業（B to C）

【支援対象者】事業計画を策定し地域資源を活用した商品・サービスを提供し、都市部への販路拡大に意欲的な事業者

【支援内容】 出展前：パンフレット・ポップ作成、商品企画書の作成等出展事前準備支援  
出展時：効果的な陳列・接客対応、販売促進支援、アンケート調査の実施  
出展後：アンケート調査の集計・分析、成果・課題の検証

【想定する物産展】 名 称：「なまらいいっしょ北海道フェア」  
概 要：北海道をPRする特産品の販路拡大イベント  
主 催：一般社団法人北海道移住交流促進協議会  
開催時期：11月中旬  
開催場所：東京都三軒茶屋  
規 模：約20,000名  
出展者：約30件程度

##### ②商談会展展事業（B to B）

【支援対象者】事業計画を策定し地域資源を活用した商品・サービスを提供し、都市部への販路拡大に意欲的な事業者

【支援内容】 出展前：効果的なブース イアアウト・販売促進手法支援・商品企画書作成支援  
出展時：効果的な陳列・バイヤーへの対応、商談成立へのサポート、バイヤーへのアンケート、ヒアリング  
出展後：バイヤーへのアンケート・ヒアリング結果を基に振り返りを行い、成果や課題を分析しフォローアップ支援

【想定する展示会等】 名 称：「北の味覚、再発見！！」  
概 要：道内商工会地域の中小・小規模事業者の販路拡大を目的とした展示・商談会  
主 催：北海道商工会連合会  
開催時期：10月下旬  
出展者数：約50件程度  
来場バイヤー数：約150名

##### ③動画作成による販促活動支援

・下記④によりホームページ、ECサイト、SNS等を開設した事業者のうち、動画での広告が有効だと思われる事業者（2者／年）を対象にPR動画を作成のうえYouTubeに公開し、自社のホームページ・ECサイトやSNSと連携した情報発信を実施し訴求効果を高める。

##### ④ホームページ等（ECサイト・SNS等）活用支援

・全国商工会連合会が推奨するホームページ作成サービスで、GMOペパボ株式会社が運用する「Goope（グーペ）」の商工会員向け無料プランを活用し自社ホームページ作成支援を実施する。  
・ECサイトについては、グーペと同じくGMOペパボ株式会社が運用する「カラーミーショップ」の無料プランを活用し、軌道に乗った際にはプランアップや、より拡張性の高いツールの活用を促進する。  
・ホームページと合わせインスタグラム等のSNSを活用した販売促進についても支援する。

#### ⑤メディアの掲載（B to C）

知名度を上げるにはメディアに紹介されることが最も効果的で即効性があると考えられる。地域資源を活用した商品（メニュー）等を地域雑誌に掲載することで、ドライブ観光客の取り込みを図り、利益につなげるとともに地域のにぎわいの創出を図る。

#### 【想定するメディア】

「北海道じゃらん」：北海道旅行のツアーや宿情報、ドライブ観光情報を提供する旅行雑誌で幅広い購読者がいる。季節やテーマに合わせた特集が組まれ、地域の商品やお店の情報も紹介している。

## 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

##### ①現状

年に1回、当会理事と赤井川村産業課長等、外部有識者を交えた事業評価委員会を開催し、事業の報告と意見聴取、次年度に向けた見直しを行っている。

##### ②課題

実際に支援にあたっている経営指導員、職員と理事、有識者では事業に対する理解、意識の違いがあり、効果的な見直しが出来ていなかった。中小企業診断士等、専門的な知識を有する外部有識者を交え、事業の重要性を共有し、共通の認識のもと効果的な協議が必要である。

#### （2）事業内容

- ・当会の理事会と併設して、赤井川村産業課長、法定経営指導員、外部有識者として中小企業診断士等をメンバーとする「協議会」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5段階評価を行い、次年度への改善対応を図る。
- ・当該協議会の評価結果は、役員会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、HP及び会報へ掲載（年1回）することで、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

### 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

##### ①現状

北海道商工会連合会が主催する職種別等の研修会への積極的な参加に加え、中小企業大学校や中小企業基盤整備機構が主催する研修に参加する事で、経営支援能力等の向上を図っている。各種研修会へ参加し能力の向上に取り組むことは職員の資質向上に大きく貢献する有効な手段と評価を得ている。

##### ②課題

経営発達支援事業の円滑な実行にあたり、継続して研修等の参加を通じてスキルアップを図るとともに、小規模事業者支援に必要なDXや対話力の更なるスキルアップが必要である。

#### （2）事業内容

##### ①外部講習会等の積極的活用

#### 【経営力再構築伴走支援研修】

経営指導員及び一般職員の支援能力の一層の向上のため、独立行政法人 中小企業基盤整備機構が主催する「経営力再構築伴走支援研修」に参加し、経営者に寄り添い、中小企業の自己変革力の強化につなげる「伴走支援」に必要なスキルを習得する。

#### 【D X推進に向けたセミナー】

喫緊の課題である地域の事業者のD X 推進への対応にあたっては、経営指導員及び一般職員のI Tスキルを向上させ、ニーズに合わせた相談・指導を可能にするため、下記のようなD X推進取組に係る相談・指導能力の向上のためのセミナーについても積極的に参加する。

##### <D X に向けたI T・デジタル化の取組>

- ・事業者にとって内向け（業務効率化等）の取組  
R P Aシステム、クラウド会計ソフト、電子決裁システム等のI Tツール、オンライン会議対応、ペーパーレスによる業務デジタル化、情報セキュリティ対策等
- ・事業者にとって外向け（需要開拓等）の取組  
ホームページ等を活用した自社P R・情報発信方法、E Cサイト構築・運用オンライン展示会、S N Sを活用した広報、モバイルオーダーシステム等
- ・その他取組  
オンラインによる経営指導、事例のオンライン共有、チャットツール導入等

#### 【コミュニケーション能力向上セミナー】

対話力向上等のコミュニケーション能力を高める研修を受講することにより、支援の基本姿勢（対話と傾聴）の習得・向上をはかり、事業者との対話を通じた信頼の醸成、本質的課題の掘り下げの実践につなげる。

#### 【小規模事業者課題設定力向上研修】

課題設定に焦点を当て、そのポイントと手順を習得する研修を受講することで、その後に続く課題解決をスムーズに行うことを目的とする。

#### ②O J T制度の導入

支援経験の豊富な経営指導員と一般職員とがチームを組成し、巡回指導や窓口相談の機会を活用したO J T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る。

#### ③職員間の定期ミーティングの開催

経営指導員研修会等へ出席した経営指導員が補助員に対し、I T等の活用方法や具体的なツール等についての紹介、経営支援の基礎から話の引出し術に至るまで、定期的に情報共有をする機会（月1回、年間12回）を設け意見交換等を行うことで、職員の支援能力の向上を図る。

#### ④データベース化

担当経営指導員等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職員全員が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対応ができるようにするとともに、支援ノウハウを蓄積し組織内で共有することで支援能力の向上を図る。



## 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

#### ①現状

当商工会を含めた4商工会（仁木町商工会、古平町商工会、積丹町商工会）で構成する北後志ブロック商工会広域連携協議会にて開催している経営指導員情報交流会議、北海道商工会連合会が主催している後志管内経営指導員情報交流会議、経営支援事例発表大会といった商工会の組織を通じた情報交換を中心に、金融機関や他団体の各種会議等を通じて情報交換を行っている。

#### ②課題

上記のとおり実施しているが、支援スキルの向上のために、これまで以上に連携を密にして支援ノウハウを共有していくことが必要となる。

### (2) 事業内容

#### ①地域経済支援対策会議への出席（年1回）

赤井川村、一般社団法人赤井川観光協会等の関係者が参画する各種会議に出席し、赤井川村の最新の経済動向等を把握するとともに、参加者相互の支援ノウハウの交換を行うことで、支援ノウハウの一層の向上に努める。

#### ②北後志ブロック商工会（4商工会）広域連携情報交流会議の開催（年2回）

北後志ブロック商工会広域連携協議会で開催される情報交流会議に年2回参加し、地域独自の経営課題、支援ノウハウを共有することでスキルアップを図る。また、実際の事例について各経営指導員の意見を集約し、フィードバックすることで小規模事業者の支援に生かす。

#### ③北海道商工会連合会主催の経営支援事例発表大会への出席（年1回）

北海道商工会連合会が主催する経営支援事例発表大会に出席し、優れた経営支援事例を知ること、経営指導員同士で刺激を与え合うと共に支援の心得やノウハウの共有を図る。

#### ④金融機関による情報交流会議への出席（年2回）

日本政策金融公庫との情報交流では、金融情勢や地域の動向、小規模事業者に有益な資金の活用についての有用な情報が得られる。

## 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に関すること

### (1) 現状と課題

#### ①現状

産業まつり「まるっとカルデラ農村フェス」、「ひと・まち・みりよく連携事業」の開催によるにぎわいの創出、北後志観光連絡協議会への参加、各種観光イベントへの出展参加等、マスコットキャラクター「あかりん」を通じたPR、一般社団法人赤井川村国際リゾート推進協会（赤井川村DMO）への参加により地域経済の活性化に取り組んでいる。

#### ②課題

赤井川村は農業と観光の村であるが、「食と観光」の推進に向けた村一体となった取り組みは産業まつりだけであり、一時的なものにとどまっている。

6次産業化を含め、農業者、観光事業者の意見を集約し、将来を見据えた方向性を協議する

場が必要である。

## (2) 事業内容

### ①「赤井川村地域活性化協議会」(仮称)の開催(年1回)

観光客の誘致による観光産業の活性化、地域資源の活用による6次産業化など、赤井川村の活性化等を協議するため、赤井川村役場、非営利活動法人赤井川観光協会、J A新おたるなどの関係者が一堂に参画する協議会を定期的に年1回開催する。

商工会は、協議会の事務局を担うとともに、「6次産業化部会」の中心的な役割を果たしていく。

### ②産業まつり「まるっとカルデラ農村フェス」の開催

赤井川DMO、非営利活動法人観光協会、J A新おたる、赤井川村が一体となり産業まつりを開催することで赤井川村の農産品、産業等、地域資源の魅力をPRし、交流人口を増やし、にぎわいを創出する。

小規模事業者には出店の場の提供やテストマーケティングに活用してもらう。

### ③「ひと・まち・みりよく連携事業」の実施

近郊町村と連携し、イベント的に小規模事業者の商品や事業、連携先町村、事業者の商品を同時にPRする場を提供し、お互いの販路拡大を支援する。

(別表2)

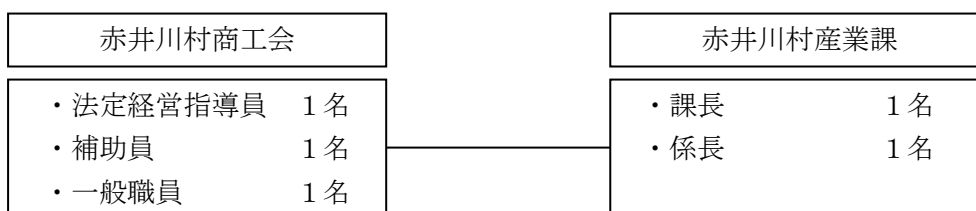
経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(令和5年11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 朝倉 裕介

■ 連絡先 赤井川村商工会 TEL. 0135-34-6755

② 法定経営指導員による情報の提供及び助言

経営発達支援事業の実施、実施に係る指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価・見直しをする際の必要な情報の提供等を行う。

(3) 商工会、関係市町村連絡先

① 商工会／商工会議所

〒046-0501 北海道余市郡赤井川村字赤井川 8 3 番地

赤井川村商工会

TEL : 0135-34-6755 / FAX : 0135-34-6614

E-mail : akaigawa@rose.ocn.ne.jp

② 関係市町村

〒046-0501 北海道余市郡赤井川村字赤井川 7 4 番地 2

赤井川村産業課

TEL : 0135-34-6211 / FAX : 0135-34-6644

E-mail : sangyou1@vill.akaigawa.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	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
○専門家派遣費	200	200	200	200	200
○協議会運営費	50	50	50	50	50
○セミナー開催費	200	200	200	200	200
○チラシ作成費	50	50	50	50	50
○展示会等出展費	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
○メディア掲載費	1,000	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、手数料収入 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。

(別表 4)

経営発達支援計画を共同して作成する商工会又は商工会議所及び関係市町村以外の者を連携して経営発達支援事業を実施する者とする場合の連携に関する事項

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあっては、その代表者の氏名	
連携して実施する事業の内容	
①	
②	
③	
・	
・	
・	
連携して事業を実施する者の役割	
①	
②	
③	
・	
・	
・	
連携体制図等	
①	
②	
③	