

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>愛別商工会（法人番号 5450005000482） 愛別町（地方公共団体コード 014567）</p>
<p>実施期間</p>	<p>令和3年4月1日～令和8年3月31日</p>
<p>目標</p>	<p>(1) 小規模事業者の経営基盤の改善・経営力向上及び売上増加・利益拡大に向けた経営を継続するための支援を行います。 (2) 創業・事業承継（第2創業含む）支援の強化による地域商工業者減少率を抑制し、商業機能の維持を図る支援を行います。 (3) 小規模事業者による地域資源、観光資源、経営資源を活用し、販路開拓支援を行います。</p>
<p>事業内容</p>	<p>3-1. 地域の経済動向調査に関すること ①国が提供するビックデータの活用と町内の地域経済動向調査の実施</p> <p>3-2. 需要動向調査に関すること ①地域内・外需要型企業に向け地域需要動向調査</p> <p>4. 経営状況の分析に関すること ①各種分析ツールを活用した経営状況の分析（定量面と定性面）</p> <p>5. 事業計画策定支援に関すること ①地域内・外需要型の支援先に対する事業計画策定支援 ②事業継承者・創業者を対象とした事業計画策定支援</p> <p>6. 事業計画策定後の実施支援に関すること ①定期的な事業計画策定後のフォローアップ ②専門家と連携したフォローアップ</p> <p>7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ①地域内・外需要向けイベントや商談会等出展による販路開拓支援 ②IT活用及び地域情報誌等の活用による販路開拓支援</p> <p>1.1. 地域経済の活性化に資する取り組みに関すること ①地域特産を活用した商品開発に向けた協議及びイベント事業の見直しと創出</p>
<p>連絡先</p>	<p>愛別商工会 〒078-1405 北海道上川郡愛別町字本町 166 番地 TEL：01658-6-5240／Fax：01658-6-5239 E-Mail：aibetsu@rose.ocn.ne.jp 愛別町 産業振興課 〒078-1405 北海道上川郡愛別町字本町 179 番地 TEL：01658-6-5111／Fax：01658-6-5110 E-Mail：sangyoushinkou@town.aibetsu.hokkaido.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

【第1期の取組みにおける総括】

第1期目の具体的な目標

- 小規模事業者の課題に着目した目標
- 事業承継・空き地空き店舗対策に着目した目標
- 消費者のニーズに着目した目標
- 観光振興に着目した目標

第1期目（平成28年4月1日から令和3年3月31日）では、上記の具体的な目標を掲げて事業を実施しました。

実施にあたり、小規模企業振興基本法による商工会としての支援体制の変革や愛別町の商工業者の将来像などを愛別町役場担当課と協議を行い、「第11次愛別町振興計画」の策定にあたり、商工業の活性化に向けた様々な町内の小規模事業者への支援策を実施し、効果のあった5年間でした。今後の第2期目も上記の目標を掲げ、継続して実施します。

上記の具体的な目標に対する取り組みと評価については以下の通りです。

■ **小規模事業者の課題に着目した目標**

支援の基本である巡回訪問を中心に、小規模事業者が抱えている経営課題等の情報を収集し、その課題に対して、問題解決に向けた支援を行った。その結果、町内小規模事業者の30%が、経営全般（経営改善等）や小規模事業者持続化補助金を始め、各種補助施策をきっかけに事業計画策定支援を行い、経営力向上や販路拡大が図られ、20%の小規模事業者が売上増加に繋がりました。

第2期の本計画において、小規模事業者の持続的発展の為に、専門家派遣事業等を活用した巡回訪問や個別支援の充実を図り、小規模事業者の新たな事業展開を支援し、売上向上及び利益確保に繋がります。

■ **事業承継・空き地空き店舗対策に着目した目標**

地域内の事業者が高齢化に伴って、事業承継することなく廃業をする事業所が増加しています。経営指導員による事業承継計画策定支援や専門家と連携して支援を行ったが、高度で専門性の高い知見が必要とする案件であり、当職員ではなかなか問題解決まで至りませんでした。今後は、高齢世代への寄り添った支援を充実し、廃業前の支援強化を図り、事業承継のマッチングや支援ノウハウの習得、円滑な事業承継ができる支援体制の構築を図る必要があります。過去5年間で事業承継計画策定支援を行った件数11件すべてが専門家と連携し、基礎的な知識や今後の取り組み内容等を確認した支援を行ないました。

第2期では、事業承継に向けた徹底した現状分析を行い、職員では対応しきれない高度で専門的な経営課題（事業承継含）を抱えている小規模事業者へは専門家と連携して、将来を見据えた事業承継計画策定の支援を進めていきます。また、専門家と連携を強化して、高度で専門的な課題にも対応できる支援ノウハウ（専門分野の問題・課題発掘から解決までの手法等）の習得と支援体制（職員等の連携による包括的なアドバイスができる支援体制）を構築し、小規模事業者の持続的発展と経営力強化を目指します。

■消費者のニーズに着目した目標

人口減少などによる地域の購買力の減少が顕著ですが、小規模事業者の経営安定対策「プレミアム商品券」の発行が地域経済活性化の起爆剤となっています。更に、町外流出も防止され、売り上げの増加及び利益の確保にも貢献しています。

第2期目では、プレミアム商品券等の販売促進事業を行う絶好のチャンスを見逃さないように、事業者自らが事業計画策定を行い、持続的発展を目指します。

■観光振興に着目した目標

観光振興に係る地域活性化においては、市街地活性化施設「蔵KURARAら」を中心に賑わい創出事業を実施し、お盆の帰省客や子供たちに喜んでもらう「あいべつ夏まつり」、愛別町の秋の味覚を楽しむ「びっ蔵市」、来場者数の増加を図る為に令和元年から場所を中心市街地に変更して実施している町内一大イベント「きのこの里フェスティバル」によって、少なくとも毎年10,000人近い交流人口が町内へ来町している事で、観光事業の振興が図られ、新たな需要の掘り起こしが出来ました。また、地域特産品である「きのこ」の他に、健康野菜で最近話題である「ビーツ」に着目し、ビーツの生産から加工品の開発、そして、販売といった地域特産品の創出にも繋がりました。

第2期では、中心市街地施設「蔵KURARAら」と連携し、地域特産品と観光イベントを融合させながら、町外からの観光客の来町機会を作り、魅力ある街づくり、商店街作りを目指しながら、販路開拓及び認知度向上につなげ、小規模事業者の持続的発展を目指します。

(1) 地域の現状及び課題

①現状

ア) 立地

愛別町は、中核都市旭川市の東方約 32 km に位置しており、車で約 40 分の距離にあり、町内を国道 39 号線や道道 6 路線が結び合い、上川中部と道東方面の北見や網走へ向かう交通の要となっています。町名は、「矢川」（アイヌ語でアイ・ペット）矢のように流れの早い川（愛別川）があることが語源と言われ、石狩川と愛別川、その支流のパンケ川、狩布川、パンケムナイ川など 54 本の本流れの支流が町内を流れ、この豊かな水源を活かし、稲作を中心にきのこと栽培にも力を入れ、道内有数の「きのこの里」として知られています。また、肉牛などの畜産の導入により、農業の町として躍進を続けています。

気候は、北海道の内陸部に位置するため大陸性気候であり、夏は 30℃ 以上、冬は氷点下 20℃ 以下になる事も度々あり、寒暖の差が激しく四季折々の様々な自然を楽しめます。

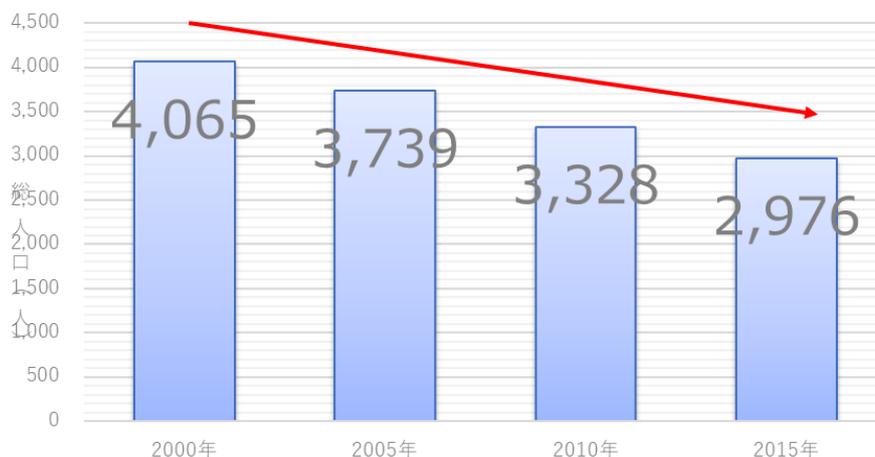
地理的には、北海道のほぼ中央で上川盆地の東北端の大雪山麓に位置し、その面積は、249.71k m²を有しています。



イ) 人口動態

当町の総人口の推移をみると、1955 年に 9,834 人に達し、人口のピークを迎えました。しかし、その後の高度経済成長期には急激に人口が減少しており、1975 年には 6,343 人と 2000 年では 4,065 人となっています。2000 年以降も、減少傾向は緩やかになったものの人口減少が継続しており、2015 年の人口は 2,976 人となります。下記の通り（図表 1）に 15 年間で 1,089 人（△26.8%）の減少ということになります。

図表 1 総人口の推移



（出典：愛別町 HP 掲載の数値を使用し当会で作成）

1980年以降の年齢3区分別人口を見ると、年少人口（0～14歳）は、減少を続けています。2015年には275人ですが、これは、2000年以降の15年間で△42.5%の減少となります。生産年齢人口（15～64歳）は、年少人口と同様に減少し続けており、2015年には1,443人となります。老年人口（65歳以上）は、増加を続けていますが、2005年以降は横ばいで推移しており、2015年には1,258人となります。また高齢化率（老年人口の割合）も1980年の12%から年々上昇し、2015年には、42.3%に達しています。年少人口と生産年齢人口の減少及び老年人口の横ばいという傾向からすると、高齢化率の上昇が続くことが予想されます。（図表2）

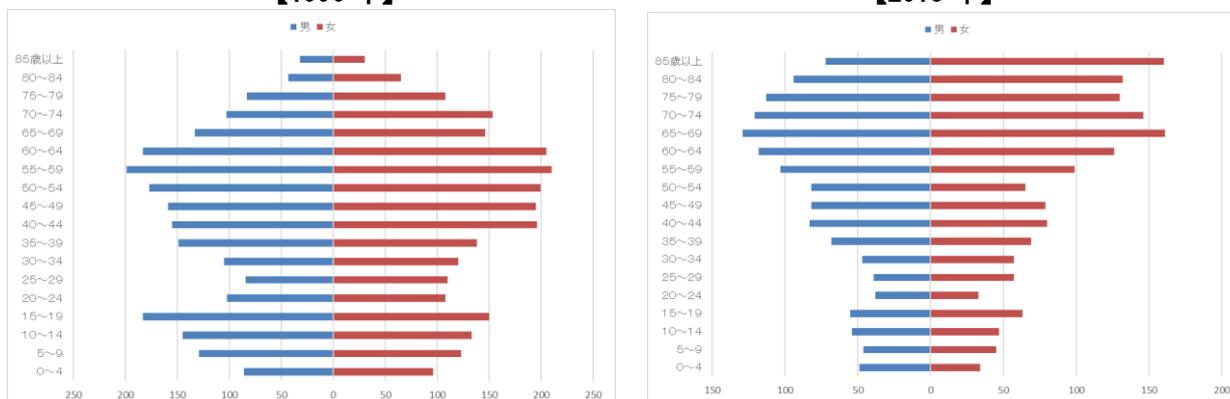
図表2 年齢3区分別人口と高齢化率の推移



（出典：愛別町 HP 掲載の数値を使用し当会で作成）

1990年から2015年の5歳階級別人口ピラミッドの推移をみると「つりがね型」（年齢層の間で人口の差が少ない型）からつぼ型（少子高齢化などにみられる年少人口が少なく、老年人口が多い型）に移行しています。男女問わず、年少人口と生産年齢人口の減少、老年人口の増加という傾向が顕著で、少子高齢化と人口減少の現状です。老年人口の中でも、特に後期高齢者（75歳以上）が増加しています。（図表3）

図表3 5歳階級別人口ピラミッドの推移
【1990年】 【2015年】

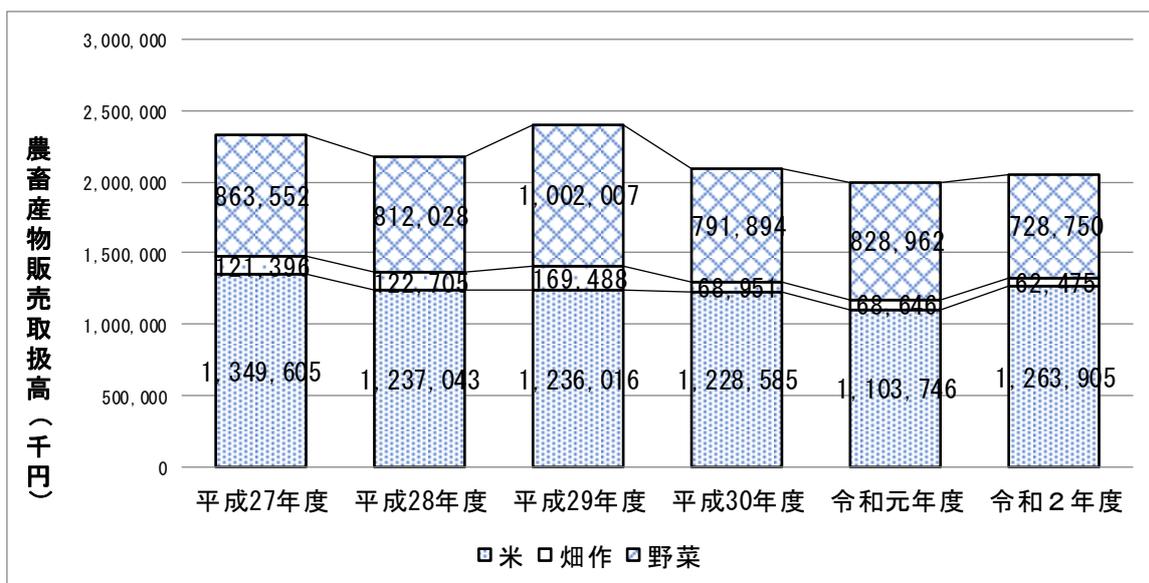


（出典：愛別町 HP 掲載の数値を使用し当会で作成）

ウ) 産業

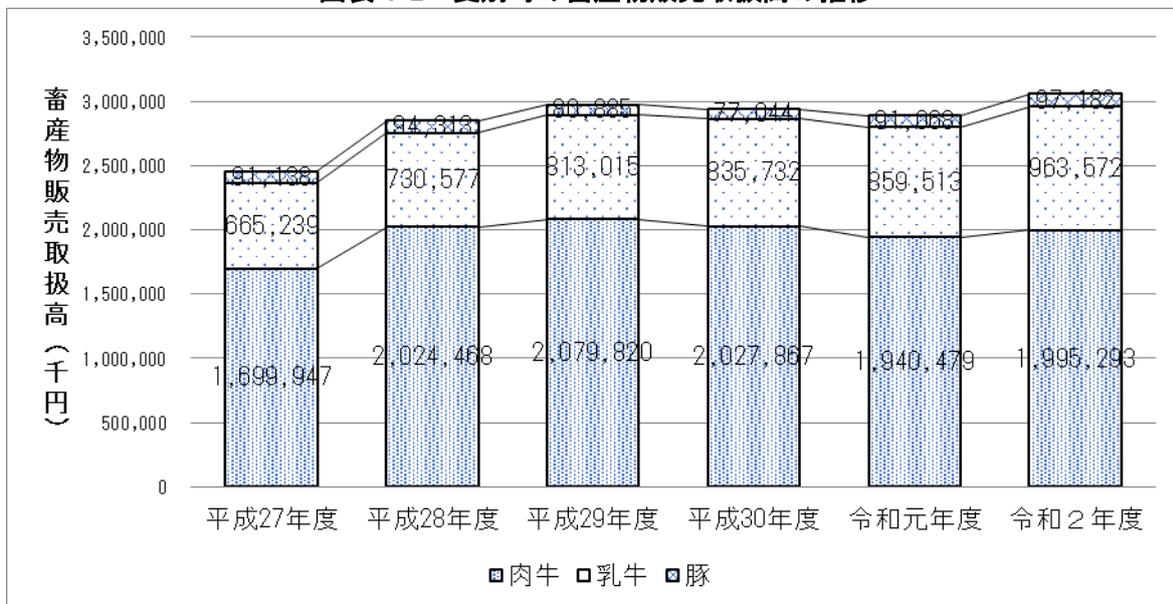
米作り、畜産、きのこ栽培を柱とした農業の町である当町では、米作りや畜産が盛んであり、美味しく安全・安心、良質な米や畜産物が生産され、消費者から高い評価を得ています。米や野菜の年間販売取扱高 21 億円（図表 4-1）、畜産物の年間販売取扱高 31 億円です。（図表 4-2）

図表 4-1 愛別町の農産物販売取扱高の推移



（出典：JA 上川中央総会資料の数値を使用し当会で作成）

図表 4-2 愛別町の畜産物販売取扱高の推移



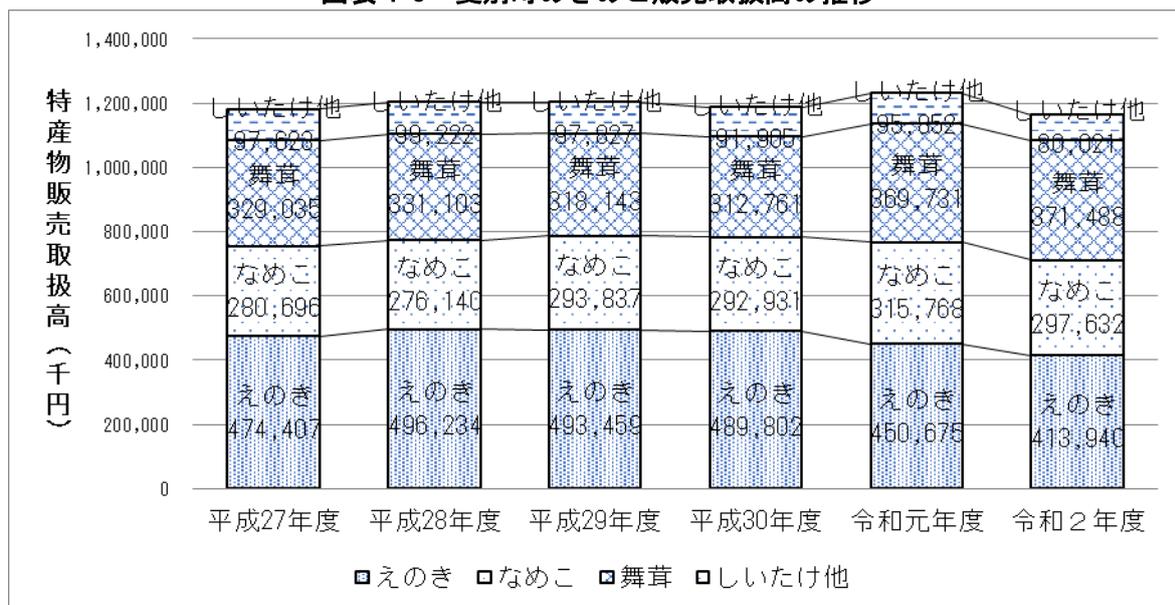
（出典：JA 上川中央総会資料の数値を使用し当会で作成）

米作りや畜産の他にも、「えのきだけ」「なめこ」「しいたけ」などのきのこ栽培が盛んに行われ、特に、「えのきだけ」「なめこ」は北海道内の約70%近くを生産しています。

きのこの年間販売取扱高は12億円(図表4-3)で、北海道有数の生産量を誇り、「きのこの里あいべつ」として認識されています。また、これらの農畜産物を活かした料理や加工品も生産されているほか、飲食店などとも連携し、地産地消の取組みも行っています。

近年では、大規模な農地の再編整備事業が進められ、農業の新たな展開に期待しています。

図表 4-3 愛別町のきのこ販売取扱高の推移



(出典：JA上川中央総会資料の数値を使用し当会で作成)

また、大雪山麓に広がる雄大で美しい自然が息づくまちである当町では、北海道の屋根と呼ばれる大雪山連峰の麓にあって、山々に囲まれ総面積の約8割が山林・原野で占められると共に、大雪山に源を発する石狩川や愛別川、その支流であるパンケ川や狩布川、パンケメムナイ川などの数多くの河川が流れ、緑の大地ときれいな水に包まれた雄大で美しい自然が息づいています。これらの自然は、昔も今も人々に様々な恵みをもたらすと共に、四季折々に変化する優れた景観を生みだしています。このように、自然景観に優れたゴルフ場やパークゴルフ場、オートキャンプ場、温泉などがあり、令和元年には5万人の観光客が当町へ訪れています。

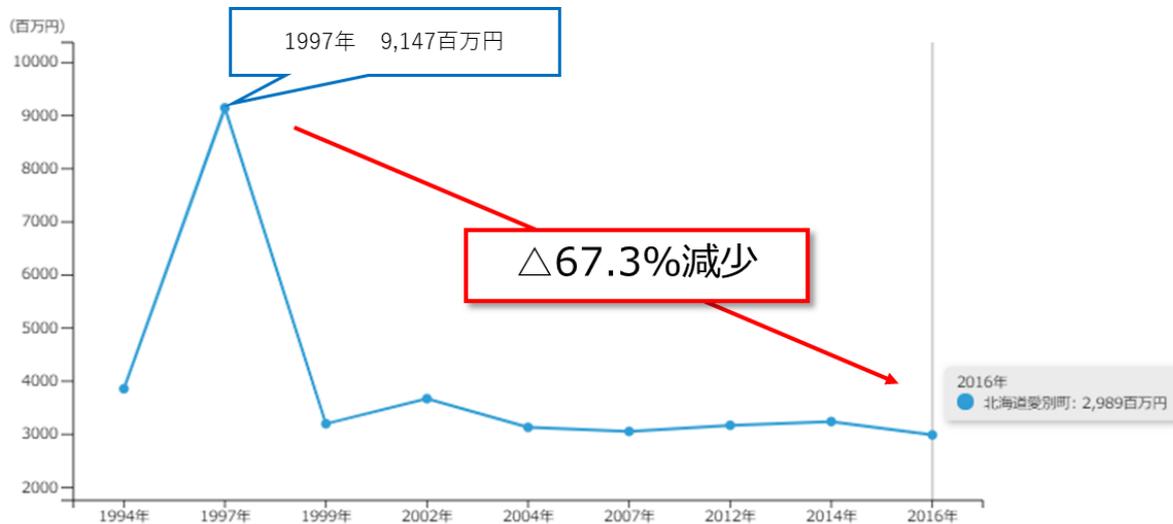
エ) 商工業

商業は、豊かな消費生活の提供をはじめ、まちの賑わいの創出や地域住民の交流の促進や地域住民の交流の促進など、町づくりにおいて重要な役割を担っていますが、過疎化による人口の減少や近隣市町において大型店が進出し、2016年の地域経済分析システム(RE S A S)によると、町内の商品販売額は29億8,900万円であり、1997年の商業統計と比較すると、△67.3%減少しています。(図表5-1)

また、工業においても、2017年の工業統計調査による町内の製造出荷数は、△34%減少となる17億0,800万円となっています。(図表5-2)

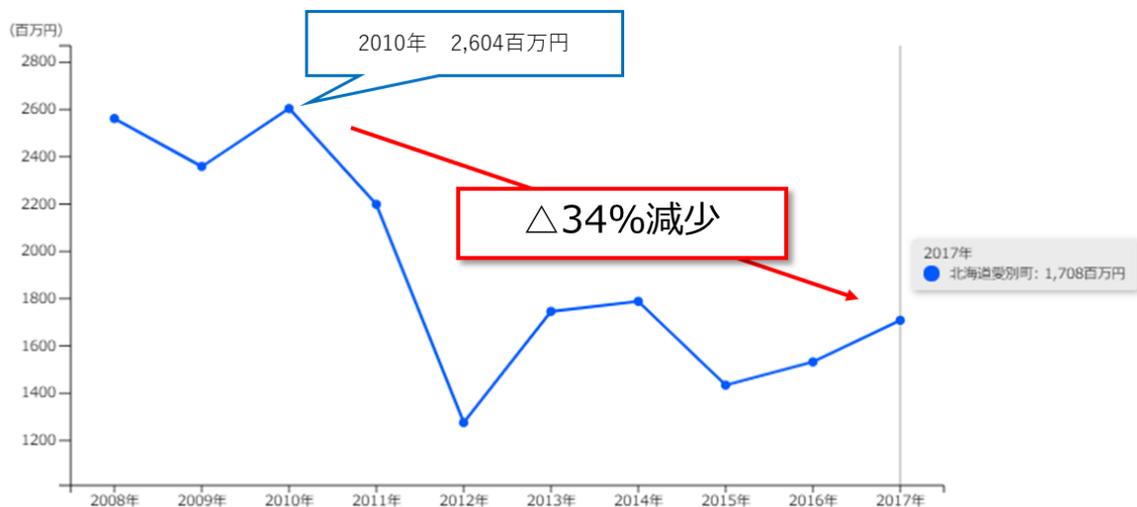
今後の商工業振興の中でも、既存事業所支援、新規起業支援と買い物環境の維持と整備が重要事項となっています。

図表 5-1 愛別町の年間商品販売高の推移



(出典：経済産業省、商業統計調査)

図表 5-2 愛別町の製造品出荷高の推移



(出典：経済産業省、工業統計調査)

②愛別町における小規模事業者の現状と課題

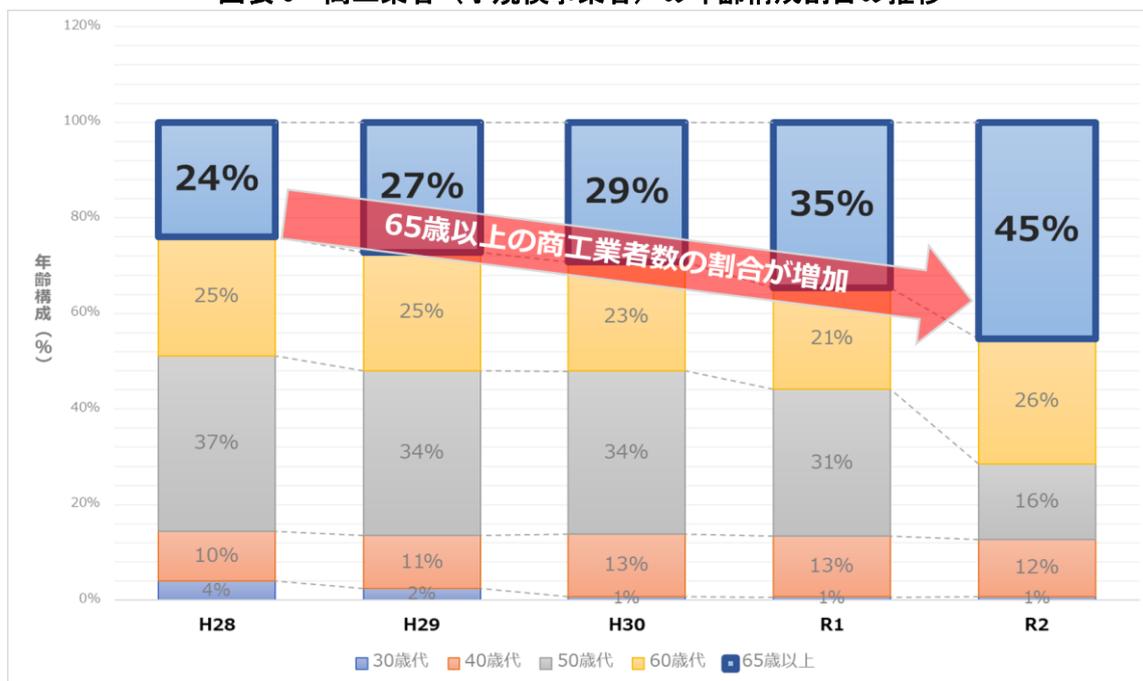
<現状>

上記の産業（商工業）で述べた通り、経営環境が非常に厳しい状況の中で当会独自調べによる商工業者数（小規模事業者数）は、ここ5年間125件前後を横ばいで推移しています。このような中で、過去5年間の商工業者の創業及び廃業を見ると、創業件数は3件で非常に少ない数値となっています。一方、当会地域では、高齢による廃業や後継者不足が著しく、その影響を受け廃業する事業所が14件と激増し、商店街の空き店舗や空き地が多くみられるなど厳しい状況が続いており、商工業者（小規模事業者）が、安定した経営を持続できる

支援をする必要があります。(図表6)

巡回訪問などで得た情報と職員間で共有している情報を把握したうえで、当会の商工業者(小規模事業者)の年齢構成が、令和2年度で65歳以上の商工業者数の割合が45%を超えている状況であり、加えて、後継者の不在率は80%超となっており、黒字企業であっても後継者不在による廃業を余儀なくされる可能性を含んでいます。

図表6 商工業者(小規模事業者)の年齢構成割合の推移



(出典：当会独自調べ)

<課題①>

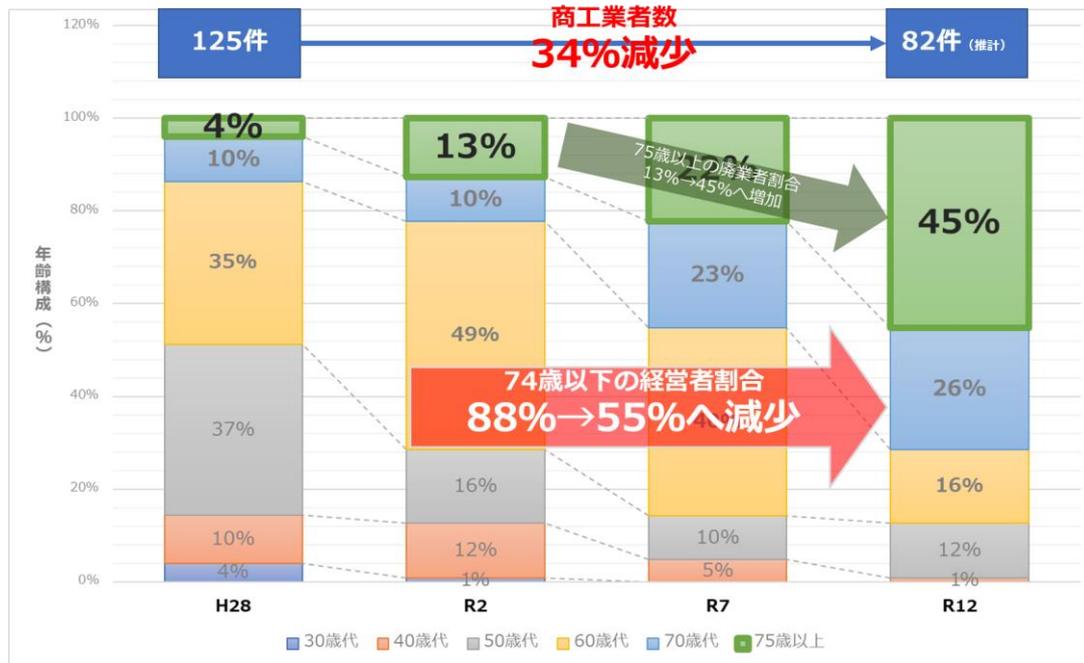
小規模事業者の経営環境は、人口減少や町外へ購買力が流出していることに加えて、近年、町内への大手スーパー配達事業の進出やインターネットの普及などを背景に、既存商店街の衰退が深刻化しています。今後の産業振興を図る上で、小規模事業者の生産性を抜本的に向上させることで、人手不足に対応した経営基盤の強化を図り、売上増加や利益確保に向けた対策、更には、地域経済団体としての市街地全体の活性化に向けた支援対策が大きな課題です。

<課題②>

下記の図表7は、当会が独自に作成し、現経営者の廃業年齢を75歳と仮定し、平成28年度から5年毎に商工業者数と74歳以下の経営者割合を示したものです。

この状況の中で、平成28年度の商工業者(小規模事業者)125件と令和12年度の82件(推計)を比較すると15年後の当町の商工業者(小規模事業者)は、34%以上の減少が見込まれます。更には、75歳以上の廃業者を比較すると令和2年は17件に対して、令和12年になると37件に激増し、45%近くの商工業者(小規模事業者)が廃業を迎えます。このような環境の中で、生活産業を含めた商工業機能やコミュニティ機能が維持できなくなることが危惧されることから、第三者の承継を含めた事業承継及び新規創業による後継者対策及び販売促進計画に基づく売上の向上が課題です。

図表7 商工業者の年齢構成及び74歳以下の経営者割合の将来推計



(出典：当会独自調べ)

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 10年程度の期間を見据えて

小規模事業者の減少や人材不足、後継者難などの事業者の抱える現状と経営課題を認識し、また、地域における人口の減少・高齢化などの社会情勢を捉えた上で町と協働しながら地域経済を支える小規模事業者の事業継続と持続的発展のために今後の10年間の振興のあり方として以下を設定します。

- ア) 小規模事業者が明確な目標と計画に基づいた経営を行うことでこれまでの経営を見直し、経営に対する意識を向上させ、事業の安定と持続的発展を図ります。
- イ) 新たな創業者を生み出し、円滑な事業承継等により、地域の小規模事業者の減少を抑制し、魅力ある商店街、店舗づくりを目指し、商業機能の維持を図ります。
- ウ) 小規模事業者が地域資源や観光資源を活かして新商品・サービスを開発し、地域ブランドを構築することにより、自社の発展と地域の産業振興の担い手となるための取組を支援します。

② 第11次愛別町振興計画との連動性・整合性

上記の(2)小規模事業者に対する長期的な振興のあり方を踏まえて、愛別町では、下記で挙げた「第11次愛別町振興計画」の基本構想の基本目標3で「豊かで活力に満ちた愛別」を掲げ、地域経済を支える小規模事業者の事業継続と持続的発展、商工業の振興に繋がる取組を行います。

そして、「第2期愛別町まち・ひと・しごと創生総合戦略」の基本戦略に掲げられている地域資源の活用による六次産業化や販売促進活動への支援による販路拡大に繋げ、いきいきと働ける元気な産業のまちづくりを取り組みます。また、観光施設の充実や広域的な観光振興・地域振興への取組、観光PRの強化により、新しい人の流れをつくり「あいべつファン拡大」に繋がる取組を行います。

【参考】基本目標3 「豊かで活力に満ちた愛別」の4つの基本戦略

(1) 商工振興事業の促進

地域経済の振興に向け、商工会が行う中小企業・小規模事業者に対する指導事業及び商工業の振興と安定を図るための事業の実施を支援します。

(2) 市街地の活性化に向けた取り組み支援

- ①商店街の活性化に向け「蔵KURARAら」の利用促進と人々が集まるにぎわいのある街並みの整備について、町と商工会、各種関係団体の協働により検討を進めます。
- ②きれいで明るい商店街づくりに向け、関係団体が行う商店街の環境美化活動等の実施を支援します。
- ③魅力ある店舗づくりに向け、店舗等の改築・改修を行う事業主や空き地・空き店舗を活用して新築・改修を行う起業者等に対する支援を行いません。

(3) 中小企業・小規模事業者に対する支援

中小企業・小規模事業者の育成と経営の安定のため、融資制度や補助事業等により支援を行いません。

(4) 地域経済活性化に対する支援

町内商工業が活性化するためには、町内における消費を喚起し、下支えすることが重要なことから、地域経済活性化のための支援を行いません。

③商工会としての役割

当商工会では、愛別町が掲げた上記の基本目標3と方向性を同じくし、地域コミュニティの維持を図るために、小規模事業者の事業承継や事業が継続できるように売上・利益の確保に繋がる支援に取り組み、少しでも地域内の事業者の減少を抑えて、商業機能を維持していく役割があります。

また、小規模事業者の持続的な発展を目指すために、愛別町と共に「商工振興事業の促進」「市街地の活性化に向けた取り組み支援」「中小企業・小規模事業者に対する支援」「地域経済活性化に対する支援」の取組みは、当商工会が担う重要な役割です。

このことを認識した上で、行政や各関係機関と連携し、町の補助制度を十分に活用した手厚い支援を行なうと共にイベント開催などによる交流人口の増加と地域資源の特性を活かしたイベントを通じて、新たな人の流れを作り、小規模事業者の強みを活かした魅力創出や新規顧客（ファン化）獲得に繋げ、当商工会の持つ支援ノウハウやネットワークを十分に活かした支援を実施する必要性があり、愛別町振興計画の基本構想（将来像）である「子どもの笑顔かがやく恵みの大地あいべつ」の推進を目指すことを長期的な振興のあり方として以下の目標を設定します。

(3) 経営発達支援事業の目標

小規模事業者の長期的な振興とあり方を踏まえて、地域経済活性化のために、以下の目標とそれを実現するための方針を設置して支援を行ないます。

<目標1>

1. 小規模事業者の経営基盤の改善・経営力向上及び売上増加・利益拡大（経営の継続）

- ①売上が増加する件数を5年間30件（年間6件／支援件数の25%）
- ②上記①のすべての事業者の粗利益率3%増加を目標とします。

<目標2>

2. 創業・事業承継（第2創業含む）支援の強化による地域商工業者減少の抑制（商業機能の維持）

小規模事業者の減少率10%以内に抑えることを目標とします。

<地域の裨益目標>

3. 小規模事業者による地域資源、観光資源、経営資源を活用した販路開拓・拡大支援

- ①地域経済活性化（交流人口1%増加）
- ②新たな需要開拓及び販売促進計画等の事業展開を支援し、上記の目標1で掲げた件数に繋げ、波及効果の高い支援を目標とします。

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3年4月1日～令和8年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

<目標1の方針>

より深掘した経営分析を通じて、定量面と定性面より小規模事業者の経営状態を把握し、経営課題の抽出、改善の方向性、地域の経済動向などを示しながら、小規模事業者自身が事業計画を作成し、売上の増加、利益の確保に繋がるための事業計画策定支援に取り組みます。策定後は、定期的な巡回訪問によるフォローアップを実施することで小規模事業者の経営基盤の改善・経営力向上を促進し事業の持続的発展を図ります。

<目標2の方針>

愛別町の創業支援事業と連携することで、創業希望者の掘り起こしと各支援機関や専門家と連携して情報共有を強化し、創業予定者の事業計画策定、各種支援制度の情報提供などで持続的にサポートし、新規創業者の増加を図ります。

また、既存事業者の持続的な経営発展と存続を支援するために、巡回・窓口相談時でのヒアリングや会報誌への掲載等の情報提供により後継者や第三者への事業承継を考えている事業者の掘り起こしを行い、他の支援機関や専門家と連携して、事業承継に繋がります。

<地域の裨益目標の方針>

地域資源としての地場産業である「きのこ」や観光資源として町内唯一の温泉やパークゴルフ場やオートキャンプ場、大雪山連峰を見渡す景観などによる地域外からの交流人口・観光客の呼び込みといった、地域の活性化要因があるものを十分に活かし、小規模事業者が有する地域資源（特産品などの地域ブランド）や経営資源（優れた技術やノウハウ等）を十分に活用し、新たな商品開発支援を行なうことで需要開拓に繋げ、ひいては、地域の裨益に繋がる支援を行ないます。具体的には、他の事業者とのビジネスマッチング（技術面・ノウハウ面）、販売ルート等の相互利用、開発後の展開として、ITの活用による情報発信、商談会などへの出展支援などにより販路開拓、拡大のための取組みを行政などと連携しながら支援します。

3-1. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

第1期の事業において、地域の小規模事業者へ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、窓口相談時に情報の提供を行いました。しかし、経営課題が明確でなく、ただ漠然と地域経済動向調査の結果を公表しただけの支援に留まっています。

【第1期実績】

	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度
地域経済動向調査等の活用	1回	1回	1回	1回	1回

※令和2年度は見込回数

[課題]

戦略的に伴走型の支援を実施するためには、地域経済動向や地域の事業者の現状を調査し、把握する必要があります。調査結果を事業者にフィードバックする必要があります。

第2期目の事業では、全ての小規模事業者に対し独自の地域経済動向調査を実施して、情報の整理と分析を行い、効果的な伴走型支援を実現するために、自社が取巻く外部環境を把握し、機会や脅威を見据えた事業計画策定に繋げていく必要があります。

(2) 目標

	現状	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
①町内の地域経済動向調査の実施	1回	1回	1回	1回	1回	1回
②国が提供するビックデータの活用	-	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

①町内の地域経済動向調査の実施

地域の小規模事業者の経営課題等に対する網羅的な支援は非現実的です。そこで、商売をするために必要な外部環境の調査を行い、地域の小規模事業者が本当に求めている支援を調査します。また、新型コロナウイルス感染症による経営環境の激変による現状把握を含めた影響度合いを定期的に確認し、更には、天災や災害を受けた際の経営課題に対しても調査を行います。

項目	内容
調査対象	地域内のすべての小規模事業者
調査項目	景況、売上、費用、利益、資金繰り、設備投資、雇用、価格、経営課題、支援ニーズ、新型コロナウイルス感染症を受けての景況感や影響度合い（数値化）、同業種の動向、収束後の取組み、天災・災害時の取組み
調査手法	郵送によるアンケート調査（返信用封筒、巡回訪問時に回収）
分析手法	商工会職員が、業種毎に集計分析し、ホームページ等で情報提供を行います

②国が提供するビックデータの活用

産業構造や人口動態、人の流れなどを集約して可視化し、地域の「現状と課題」を客観的なデータで把握できるシステムです。国が提供する「RESAS」（地域経済分析システム）を活用し、地域を取り巻く外部環境を的確に把握し、将来に向けた事業活動や経営判断等の基礎資料にするための地域経済動向の分析を行います。

項目	内容	
分析項目	ア) 地域経済循環マップ・生産分析	産業構造を分析し、各産業における一人当たりの生産額、付加価値額、雇用所得、地域のお金の流れ、経済循環の分析をします。

	イ) まちづくりマップ・From-to 分析	当町に滞在している人が、どこの市町村から来ているのかについて、平日・休日別、時間帯別、性別、年齢別に把握し、宿泊者や交流人口の実態を分析します。
	ウ) 産業構造マップ	地域の景況に大きく影響する一次産業を中心とした産業構造を分析します。
分析手法	上記のア) からウ) について、経営指導員が専門家と連携し、地域の小規模事業者が、ビジネスチャンスに繋がる分析結果として整理し、年1回、ホームページで公表すると共に、巡回訪問や窓口相談時で経営分析及び事業計画策定の基礎資料として活用します。	

(3) 成果の活用

- 情報収集・調査・分析した結果は、幅広く小規模事業者に活用を促す為にHPに掲載します。
- 巡回訪問や窓口相談による小規模事業者への経営分析や事業計画策定の基礎資料に活用します。
- 経営の判断だったり、経営分析する際に自社の立ち位置を確認したり、事業計画策定時の新たな販路開拓支援に向けたより実践的な資料として活用します。

3-2. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

消費動向調査の結果を小規模事業者が取り扱っている商品・サービスの販路開拓に繋がるわかりやすいように加工した基礎資料としては有効活用できていません。しかし、地域内需要の把握及び商談会でのバイヤーからの情報収集やインターネットを活用した情報収集を展開し、分析した情報を地域内の小規模事業者に提供し、製品を見つめ直すといった現状分析に繋がりました。

【第1期実績】

	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度
町内の消費者動向調査	1回	0回	0回	1回	1回
観光施設来館者向けアンケート調査	1回	0回	0回	0回	随時
イベント来場者向けアンケート調査	2回	0回	0回	0回	2回
地域外需要動向調査の活用	16回	18回	24回	24回	24回

※令和2年度は見込回数

[課題]

第2期目の事業では、各種調査結果（「RESAS」（地域経済分析システム）の活用）を踏まえ販路開拓等に繋がる資料に加工し、地域内及び地域外需要動向の分析を十分に行いながら、市場動向を把握した上で事業計画策定に繋げ、持続的発展と経営力強化を図っていきます。

(2) 目標

	現行	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
①地域内需要型企业に向け地域需要動向調査	-	2社	2社	2社	3社	3社
②地域外需要型企业に向け地域需要動向調査	-	5社	5社	6社	6社	6社

(3) 事業内容

小規模事業者が取り扱う商品やサービスに関する特定の情報を調査・分析する事により、個社への支援（経営分析や事業計画策定）に活かすことが可能となり、更には、マーケティング等の方向性や課題解決のための基礎データ等に活用する事で、新たな需要の開拓及び拡大に繋がる支援を行います。

①地域内需要型企業向け地域需要動向調査

町内及び近隣市町を商圈とする地域内需要型の小規模事業者（小売業・サービス業・飲食業）に対しては、個社の売れ筋商品や商品属性について、来店客にアンケート調査を実施し、当会の職員が集計し、分析した結果を当該事業者へフィードバックすることで事業計画の策定及び見直しに向けた基礎データとします。

項目	内容
支援対象	町内及び近隣市町を商圈とし、事業計画策定をする地域内需要型の小規模事業者（小売業・サービス業・飲食業等）
調査項目	・来店属性（性別、年齢、住所、主な購入先、来店動機、来店頻度） ・商品属性（味、価格、サービス（接客対応）、競合店との価格差、再購入有無、当店商品構成）
調査手法	・来店客にアンケート形式で5段階方式での記入及び直接ヒアリングで調査を行います。 ・調査結果については、必要に応じて来店者の属性によりクロス集計を行い、専門家とも連携しながら分析を行います。
サンプル数	30名程度

②地域外需要型企業向け地域需要動向調査

ア) イベント出店における消費者への需要動向調査

小規模事業者が取り扱っている商品や地域の特産品等について、地域外から来場者が多いイベントを活用してテストマーケティングを行い、消費者ニーズを把握するため、イベント来店客にアンケート調査を実施します。調査結果を活用し、消費者ニーズを踏まえた新商品の開発、既存商品の改良に活かします。

項目	内容
支援対象	地域外（イベント）に出店し、事業計画（地域資源を活用した新商品開発等）を策定する地域外需要型の事業者（小売業・サービス業・飲食業等）
調査項目	・来店属性（性別、年齢、住所、来場動機） ・商品属性（味、容量、適正価格、パッケージデザイン、競合店との比較、特産品としてのイメージ、購入の有無、再購入手段）
調査手法	・イベント来店客に対してアンケート形式で5段階方式での記入及び直接ヒアリングで調査を行います。 ・調査結果については、必要に応じて来店者の属性によりクロス集計を行い、専門家とも連携しながら分析を行います。
サンプル数	30名程度

イ) 商談会等におけるバイヤー等への需要動向調査

小規模事業者が取り扱っている商品や地域の特産品等について、商談会等に会場したバイヤーに、商品の評価及び適正流通先や価格・容量の改善点及び要望等のアンケート調査を行います。目の肥えたバイヤー目線からの調査結果を活用し、消費者ニーズを踏まえた新商品の開発、既存商品の改良に活かします。

項目	内容
支援対象	事業計画（地域資源を活用した新商品開発等）を策定し、地域外（商談会等）に出店する地域外需要型の事業者（小売業・サービス業・飲食業）
調査項目	・来店属性（バイヤーの情報（商社・百貨店等）、商談会へ参加した動機・目的（新商品の掘り起し等） ・商品属性（味、容量、適正価格、パッケージデザイン、競合店との比較、特産品としてのイメージ、適正流通先、地域、プロモーション手法、商品の改善点）
調査手法	・会場したバイヤーにアンケート形式で5段階方式での記入及び直接ヒアリングで調査を行います。 ・調査結果については、必要に応じてバイヤーの業態や地域によりクロス集計を行い、専門家とも連携しながら分析を行います。
サンプル数	30名程度

(4) 活用方法

回収したアンケート調査を商工会で集計・分析を行い、調査結果は支援事業者に対し、事業計画作成時（特に販売計画）や計画実施時の参考資料として活用します。特に、既存商品のブラッシュアップ、顧客の求める商品の開発、サービスの向上という視点から検討し、販路拡大とリピーター客の確保に繋がります。

4. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

第1期の事業において、ヒアリングシートを活用して自社の外部や内部環境の強みや弱みを把握した上で、経営指導員が独自に経営分析を行ったり、高度で専門性の高い案件は、専門家と連携しながらより効果的な支援を行いました。また、資質向上を図るため、職員も随行し、支援ノウハウの習得を図り、支援力の底上げにも繋げ、この5年間で経営状況の分析回数が1.6倍増加の51回、分析件数も1.3倍増加の25件の経営分析を行いました。経営分析回数は、増加している一方で、定量面と定性面の両面から自社の実態を把握している小規模事業者は少ないのが現状です。

[第1期実績]

	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度
①経営状況の分析回数	31回	32回	35回	51回	57回
②経営状況の分析件数	20件	19件	23件	25件	27件

※令和2年度は見込回数

[課題]

戦略的に事業を実施するためには事業計画の策定が必須ですが、まずは、自社の現状把握をするための経営分析が大切です。事業の継続をするうえでヒト・モノ・カネ・情報と多岐にわたり再検討すべきことが数多くあります。

第2期目の事業では、ヒアリングシートを活用して事業者から聞き取り、更には、財務内容や経営内容をヒアリングし「定量面」と「定性面」の両面から深掘した経営分析を行います。定量面では、数値的事実にもとづいた、誰が見ても共通の認識を得られる要素を明確にでき、定性面では、数字では表せない「質」に関する経営資源を顕在化させ、自社が取り巻く内部環境を確認し、強みや弱みを把握した上で事業計画策定に繋げていく必要があります。

また、ヒアリングシートを使った支援の狙いは、「きっかけ」作りです。事業者の経営内容を把握する事で定量面から定性面まで経営課題を幅広く見つけ出すことが可能になります。更には、定期的な巡回訪問により事業者とコミュニケーションを図ることで、信頼関係を築け、経営分析及び事業計画策定から需要開拓までの一連の支援を円滑に実施する事が可能になります。

新型コロナウイルスの影響により経営環境が激変したため過去五年間の経営分析の資料は参考（基礎）資料として取り扱い、第2期目の計画では、新たな経営環境の中で営業活動を行っていることから支援先を一から経営状況の分析を行います。

(2) 目標

	現状	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
①経営状況の分析件数	27件	30件	32件	32件	32件	32件

※現状＝令和2年度の実績見込み

(3) 事業内容

① 経営状況の分析

ア) 経営分析支援者の抽出及び掘り起こし

経営分析を行う事業者の発掘のために、ヒアリングシートを活用した巡回訪問や窓口相談で経営の状況を聞き取り、経営課題を明確（見える化）にし、経営分析支援者の抽出及び掘り起こしを行います。第2期目の事業では、経営指導員等による巡回訪問や窓口相談時、更には、各種補助金（特に小規模事業者持続化補助金）の申請時や事業承継や創業時に経営分析の重要性と必要性を説明するなど啓発に努めます。経営状況の分析の質と量の向上を図り、経営に困った時の相談相手は「商工会」といった信頼関係を築き、伴走型の支援を推進します。

項目	内容
対象	地域内のすべての小規模事業者
抽出方法	巡回訪問や窓口相談時にヒアリングシートを活用して抽出
ヒアリング内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 基本情報（事業者の概要、事業の将来性、経営上の困りごと、後継者の有無） ・ IT関連（インターネットの接続状況、パソコンの活用） ・ 商工会に対する支援ニーズ

イ) 地域内需要型企业の支援先に対する経営状況の分析（個社支援）

事業者自らの「気づき」を促すことを目的に下記の経営分析を基本に支援を行います。また、近隣の市町を商圈として活動している事業所に対して、上記の通りに地域経済動向調査や需要動向調査の情報を分析した上で経営分析を行い、ターゲットを明確にした形で販売できる体制を整える支援を行います。

項目	内容
対象	経営分析支援者の抽出及び掘り起こした中から、経営全般に意欲的で将来的にも販路拡大の可能性が高く、簡易な事業計画の作成を目指す事業者、又は、近隣市町を商圈とする地域内の小規模事業者 例)「顧客ニーズに合わせた商品の見直しによる販路開拓を目指す事業者」等
分析項目	<<定量面（財務分析）>> （安全性）当座比率、流動比率、自己資本比率 （収益性）売上総利益 （生産性）付加価値 （その他）損益分岐点比率 <<定性面（SWOT分析）>> 強み、弱み、脅威（競合）、機会（商圈）、経営資源の棚卸、商品の見直し、売れ筋商品の見直し
分析手法	<ul style="list-style-type: none"> ・ 経営指導員が、財務内容（決算書等）に基づき、日本政策金融公庫の財務分析サービス（※1）を活用して財務分析を行います ・ 経営指導員が、事業者よりヒアリングを行い、経営資源の棚卸とSWOT分析を行います。また、非財務分析は、「経営計画策定支援ツール（全国商工会連合会が作成）」（※2）を活用します ・ 高度で専門性の高い経営課題については専門家と連携して、上記で作成した経営分析結果（財務分析と非財務分析）を活用して、将来の目標や対応策を導き出せるように分析を行います。 ・ 様々な支援ノウハウの習得を図り、支援力の底上げの為に専門家と連携して分析を行います。

※1 日本政策金融公庫の財務分析サービス

<https://www.jfc.go.jp/n/zaimushindan/index.html>

※2 「経営計画策定支援ツール（全国商工会連合会）」

経営者が自社の経営環境や経営資源等について、どのように認識しているのかを「経営状況まとめシート」を使って、外部環境、商品・サービス、販売、実施体制について、支援者がヒアリングし整理するツール。このシートから強み、弱み、機会、脅威、経営資源を把握し課題を抽出した上で経営方針・目標を導きます。

ウ) 地域外需要型企業の支援先に対する経営状況の分析（個社支援）

基本的には地域外（道内都市圏や道外）を商圏として活動している事業所に対して、ターゲット層の把握、業界内の動向等を明確にし、新たな事業展開に向けて経営分析を行います。

項目	内容
対 象	経営分析支援者の抽出及び掘り起こした中から、新たな需要開拓等を目指す事業者 例)「新商品開発や新たな需要開拓を目指して事業計画を策定する事業者」
分析項目	<<定量面（財務分析）>> （安全性）当座比率、流動比率、自己資本比率 （収益性）売上総利益、売上持続性、経常利益率 （生産性）付加価値、労働生産性、 （その他）損益分岐点比率、営業運転資本回転期間
	<<定性面（SWOT分析等）>> ターゲット、商品の強みと弱み、脅威（競合）、機会（商圏）、良質な商品流通、企業を取り巻く環境、内部管理体制（組織内の強みと弱み、人材）、現状把握、将来の目標、課題、対応策
分析手法	<ul style="list-style-type: none"> ・経営指導員が、商圏分析や類似商品等（定性面）の経営分析を行った結果と財務分析（定量面）の結果に基づき、日本政策金融公庫の財務分析サービス（※1）を活用した経営状況の分析（内部環境）を行い、事業計画策定に繋がる支援を行います ・経営指導員が、事業者よりヒアリングを行い、経営資源の棚卸とSWOT分析を行います。また、非財務分析は、「経営計画策定支援ツール（全国商工会連合会が作成）」（※2）を活用します ・高度で専門性の高い経営課題については専門家と連携して、上記で作成した経営分析結果（財務分析と非財務分析）を活用して、将来の目標や対応策を導き出せるように分析を行います。 ・様々な支援ノウハウの習得を図り、支援力の底上げの為に専門家と連携して分析を行います。

エ) 事業承継や創業の支援先に対する経営状況の分析（個社支援）

基本的には、事業承継や創業を目指して活動している事業所に対して、事業承継に向けた実態の把握と分析、創業者には事業コンセプトの設定（ターゲット層の把握、業界内の動向等）を明確にし、新たな事業展開に向けた経営分析を行います。

項目	内容
対 象	経営分析支援者の抽出及び掘り起こした中から、事業承継や創業を目指す事業者 例)「事業承継計画策定の可能性のある事業者」、「創業に向けて事業計画策定を目指す事業者」等
分析項目	<<定量面（財務分析）>> （安全性）当座比率、流動比率、自己資本比率 （収益性）売上総利益、売上持続性、経常利益率 （生産性）付加価値、労働生産性、 （その他）損益分岐点比率、営業運転資本回転期間
	<<定性面（SWOT分析等）>> 強み、弱み、脅威（競合）、機会（商圏）、商流、企業を取り巻く環境、内部管理体制（家庭環境を含めた内部環境）、現状把握、将来目標、課題、対応策
分析手法	<ul style="list-style-type: none"> ・経営指導員が、創業者に対して、事業コンセプトの設定を明確にし、事業承継者に対しては、家庭環境（後継者の有無等）の分析（親族内承継）や第三者への承継（親族外及びM&A）といった環境の分析を行ないます。また、事業者より上記の分析項目のヒアリングを行い、経営資源の棚卸とSWOT分析（定性面）を行いながら、財務分析も踏まえた事業承継及び創業支援を行ないます。 ・非財務分析（定性面）は、「経営計画策定支援ツール（全国商工会連合会が作成）」（※2）を活用します ・高度で専門性の高い経営課題については専門家と連携して、上記で作成した経営分析結果（財務分析と非財務分析）を活用して、将来の目標や対応策を導き出せるように分析を行います。 ・様々な支援ノウハウの習得し、支援力の底上げの為に専門家と連携して分析を行います。

(4) 分析結果の活用

- 上記の分析結果は、事業者へフィードバックし、事業計画策定支援に活用します。
- 職員が、支援する際の資料として活用し、事業者の経営環境を把握して方向性や活用する施策の提案を行います。
- 分析結果を個々の事業者の経営カルテファイルに保存し、将来目標や対応策について職員間の情報共有に活用します。

(5) 効果

- 経営状況の分析を通じて、小規模事業者が抱える経営課題の本質を見極めることで、その解決に向けた的確な対策を講ずることが可能となります。また、分析結果を経営カルテファイルに保管することにより職員間での情報の共有を行い、チーム支援で事業者の経営戦略の検討が可能になります。

5. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

第1期の事業において、地域経済動向調査と経営分析結果を活用して、経営改善や経営革新、更には、金融支援時に小規模事業者が持続的な発展に向けた新たな経営目標の確立や販売戦略の具体化をする為に事業計画策定の支援を行いました。また、専門家とも連携しながら事業計画策定の支援を行い、この5年間で、事業計画策定件数が2.4倍増加の39回、件数は1.6倍増加の19件への事業計画策定を行いました。事業計画策定回数及び件数は増加している一方で、事業者がしっかりとしたビジョンを持って策定した計画書だったり、自発的に策定したものが少なく、場当たり的な計画策定に至っているのが現状です。

[第1期実績]

	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度
①事業計画策定回数	16回	19回	31回	39回	37回
②事業計画策定件数	12件	13件	22件	19件	20件

※令和2年度は見込回数

[課題]

経営者の漠然としたアイデアを実行に向けて具現化させるには、事業計画書に落とし込むことが大切です。しかし、巡回訪問や窓口相談等を通じて、事業計画を作成して経営を行っている小規模事業者は、ほとんどいない事が分かりました。数多くの経営者が自分の経験などを含めた『勘ピューター』で処理していることから、具体性に乏しい計画作りに陥っております。

第2期目の事業では、地域経済動向調査、需要動向調査、経営分析結果を踏まえて、戦略的且つ効果的な経営をする為に、自社が目指すビジョンをしっかりと持ち、自社を知り（経営分析）、他社を知り（市場動向）、どこの分野に経営資源を投資するのか（事業の持続・発展）を事業計画に落とし込んだ実効性の高い事業計画書の策定（将来の道標）に繋げていく必要があります。

(2) 支援に対する考え方

これまでの小規模事業者に対する事業計画策定支援は、各種補助金申請時の経営分析と事業計画策定、融資斡旋等を希望する場合の経営分析等、事業者が自発的に作成したものは少ない状況です。事業者自らがしっかりとしたビジョンを持って作成した事業計画書は、定量面や定性面の観点から、具体的な内容で実現性の高い計画書に仕上がりに、経営指導員等がヒアリングのみで作成した事業計画書は、実現性の低い計画書に仕上がる傾向にあります。

このことは、各種補助金申請だけでなく、事業承継や創業、経営改善支援においても、事業者に対して、「事業計画の必要性と作成への意識改革」を促すことが支援の一步であり、次に「実現性の高い事業計画書」を作成して計画に基づいた行動を事業者と共に寄り添った支援を行う事で持続的な発展に繋がると考えています。

(3) 目標

	現状	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
①事業計画策定件数	20件	20件	20件	22件	22件	22件
②事業計画策定件数(創業)	-	1件	1件	1件	2件	2件

※現状＝令和2年度の実績見込み

※事業承継計画策定件数は①事業計画策定件数に含まれます

(4) 事業内容

①事業計画策定支援

ア) 地域内需要型の支援先に対する事業計画策定支援

経営分析で使用した経営計画策定支援ツール(全国商工会連合会)を継続的に活用し、当会職員が事業計画策定を支援します。また、高度で専門性の高い事業計画策定支援に関しては、その都度、分析項目を変更させ、経営課題を的確に対応できる支援体制を構築します。

項目	内容
支援対象	経営分析を行う事業者の中で自らの意思で経営の持続的発展を図ろうとする事業者、新たな取り組みを行う事業者、町内及び近隣市町村を商圏とする事業者で事業計画書の重要性を認識し自身で作成できる事業者
支援手法	<ul style="list-style-type: none"> ・地域経済動向調査、需要動向調査、経営分析の結果を踏まえて経営指導員が事業者の経営資源を活用した事業計画策定を支援します ・実施目標や顧客ターゲット、実施すべき取り組み内容を事業計画書に落とし込み、商品の見直しや棚卸の再検証、販売方法の見直し(IT活用等)を行い、財務内容から効率的に経営ができる事業計画書策定を支援します ・経営計画策定支援ツール(全国商工会連合会作成)を活用し、事業計画書作成します ・高度で専門性の高い分野の知見が必要な場合は、中小企業診断士やよろず支援拠点等の専門家と連携して、有効性の検証と修正を行い、ブラッシュアップを行いながらより精度の高い計画書策定を行います ・地域需要動向調査の結果に基づき事業計画を見直し効果的な計画書の策定を行います ・石北四町市場協議会(※3)の他職員とも連携して、経営分析の結果と合わせて検証を行い、追加修正を行う事で実効性の高い事業計画書へとブラッシュアップを図ります

(※3) 広域連携(近隣の3町(比布、当麻町、上川町))での経営支援会議

イ) 地域外需要型の支援先に対する事業計画策定支援

地域外を商圏とした新たな販路開拓(新商品開発)を目指す小規模事業者については、まずは、経営指導員が地域経済動向調査、需要動向調査、経営分析した結果を基に、事業計画策定を支援します。しかし、高度で専門性の高い経営課題を抱えている事業所へは、専門家及び各種支援機関と連携を図り、精度の高い事業計画策定支援を実施します。

項目	内容
支援対象	経営分析を行う事業者の中で自らの意思で経営の持続的発展を図ろうとする事業者、新商品開発等の新たな取り組みを行う事業者、地域外を主に商圏とする事業者で事業計画書の重要性を認識し自身で作成できる事業者
支援手法	<ul style="list-style-type: none"> ・地域経済動向調査、需要動向調査、経営分析の結果を踏まえて経営指導員が事業者の経営資源を活用した事業計画策定を支援します ・商圏分析や業界内での動向、更には、類似商品等を把握したうえで、自社との違いをしっかりと分析し、新商品開発に向けての事業計画策定を支援します。 ・経営計画策定支援ツール(全国商工会連合会作成)を活用し、事業計画書作成します ・高度で専門性の高い分野の知見が必要な場合は、中小企業診断士やよろず支援拠点等の専門家と連携して、有効性の検証と修正を行い、ブラッシュアップを行いながらより精度の高い計画書作成を行います。 ・地域外需要動向調査の結果に基づき事業計画を見直し効果的な計画書の策定を行います ・石北四町市場協議会の他職員とも連携して、経営分析の結果と合わせて検証を行い、追加修正を行う事で実効性の高い事業計画書へとブラッシュアップを図ります。

ウ) 事業承継者を対象とした事業計画策定支援

当町における小規模事業者は、現状と課題の通りで、地域内の事業者が高齢化と事業の縮小により小規模事業者が減少しています。地域の商業機能を維持していくためには、事業承継への対応が急務であり、廃業前の支援強化、事業承継のマッチングといった支援を行ないます。また、専門家と連携しながら効果的な支援を行なうと共に支援ノウハウの習得も図り、円滑な事業承継ができる支援体制を構築します。

項目	内容
支援対象	事業承継が必要とする小規模事業者
支援手法	<ul style="list-style-type: none">・地域経済動向調査、需要動向調査、経営分析の結果を踏まえて経営指導員が事業者の経営資源を活用した事業承継計画策定を支援します・「事業の未来を描くためのつなぐノート（日本政策金融公庫発行）」を活用します・高度で専門性の高い分野の知見が必要な場合は、中小企業診断士やよろず支援拠点等の専門家と連携して、有効性の検証と修正を行い、ブラッシュアップを行いながらより精度の高い計画書作成を行います。

エ) 創業者を対象とした事業計画策定支援

当町の過去5年間における創業件数は3件で、創業支援を年間3回程度行いましたが、極めて少ない現状の中で、商業機能の維持の観点から地域外からの創業者の取り込む事が必要不可欠です。この事から、行政と連携して「産業競争力強化法」の認定を受けた創業支援事業計画に基づき、創業希望者へ、窓口相談指導及び各種優遇制度・施策のPRを展開します。

項目	内容
支援対象	創業（予定者）に向けた小規模事業者
支援手法	<ul style="list-style-type: none">・経営指導員が事業者の経営資源を活用した創業計画策定を支援します・「創業サポートブック（中小機構作成）」を活用します・高度で専門性の高い分野の知見が必要な場合は、中小企業診断士やよろず支援拠点等の専門家と連携して、有効性の検証を行い、修正を行います。・当会と行政が通年の「創業相談窓口」なり、創業者の受け入れと相談支援を行います。

6. 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]

第1期では、事業計画策定後に巡回訪問や窓口相談、小規模事業者持続化補助金等の各種補助申請後の費用対効果に対する進捗状況の確認といったフォローアップを進め、売上増加や利益確保に繋がった支援を行いました。

【第1期実績】

	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度
フォローアップ回数	29回	66回	78回	57回	80回

※令和2年度は見込回数

[課題]

巡回訪問や窓口相談時でのフォローアップはある程度の成果は出ていますが、積極的なフォローアップが不足している事や進捗状況の確認方法が確立されておらず、事業者自らが事業計画のPDCAサイクルを機能させるような意識付けができるまでの支援が出来ていないのが課題です。

第2期目の事業では、事業者自らが事業計画の進捗状況を確認・見直しを意識し、より良い方向へ軌道修正ができるPDCAサイクルの重要性を分かってもらえる寄り添った支援を行います。

(2) 支援に対する考え方

事業者がどんなに素晴らしい事業計画を策定しても、実行しなければ絵に描いた餅になります。事業を成功させるために実効性と実現性が重要になりますが、すべての事業者が行動に移せるわけではなく、当会が事業者の状況に応じたフォローアップを行うことが必要です。

小規模事業者へPDCAサイクルの意識付けを行うために、進捗状況に応じ、計画の実現化に向けた支援を行い、順調な場合は、各種補助金や金融施策を活用した支援を行い、停滞している場合には、内部や外部環境等を再確認し、原因究明を図る支援を繰り返し行います。また、必要に応じて専門家及び支援機関と連携し、事業計画の変更も視野に入れた支援を行います。更に、計画策定した担当職員のみでなく、職員間での情報共有を図り、包括的な支援体制の下で進捗状況や計画策定後の検証・修正ができる支援体制の構築を目指します。

(3) 目標

	現行	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
①ア) フォローアップ 対象事業者	21社	20社	20社	22社	22社	22社
①ア) 頻度(延数)【既存事業者】 4回/1事業者	57回	80回	80回	88回	88回	88回
①イ) 創業フォローアップ 対象事業者	-	1社	1社	1社	2社	2社
①イ) 頻度(延数)【創業予定者等】 6回/1事業者	-	6回	6回	6回	12回	12回
売上増加事業者数	-	10社	10社	12社	12社	12社
利益率3%以上の増加事業者数	-	10社	10社	12社	12社	12社

(4) 事業内容

①事業計画策定後のフォローアップ

進捗状況及び経営課題の解決状況に応じて以下のア) からウ) のフォローアップを行います。

ア) 進捗状況が順調な小規模事業者

地域内需要型企业及び地域外需要型企業の新たな販路開拓に向けた計画実現のために、小規模事業者持続化補助金やものづくり補助金及び金融施策等を活用し実現化に向けたフォローアップを行います。

イ) 進捗状況が順調な事業承継者及び創業(予定者)

事業承継計画を作成した事業者及び創業計画を作成した事業者に対しては、事業承継補助金や愛別町商店街活性化支援事業補助金等の補助施策を活用した計画推進のフォローアップを行います。

ウ) 進捗状況にズレが発生している小規模事業者

計画内容にズレが発生した場合は、巡回訪問を増やし、まずは経営指導員等が内部及び外部環境等を再確認し問題点の抽出と改善点の検討を行います。なお、必要に応じ専門家及び支援機関と連携し、事業計画の変更も視野に入れフォローアップを行います。

項目	内容
支援対象	事業計画を作成した小規模事業者
支援頻度	・上記のア) ウ) は、原則3か月に1回以上の支援を行います ・上記のイ) は、原則2か月に1回以上の支援を行います

支援手法

- ・経営環境の変化及び事業計画の進捗状況等を経営指導員等が確認を行います
- ・「進捗状況確認兼経営発達支援事業報告用シート」(※4)を活用します
- ・高度で専門性の高い分野の知見が必要な場合は、中小企業診断士やよろず支援拠点等の専門家と連携して、事業計画の変更も視野に入れフォローアップを行います

(※4)「進捗状況確認兼経営発達支援事業報告用シート」(全国商工会連合会作成)

売上げの変化、粗利益の変化、補助金活用の有無、金融支援の状況などを簡潔にヒアリングしてまとめるシートです。上記の各項目とあわせて、商品・サービス、販売、実施体制についての現状を質問項目に従って、ヒアリングすることができ、フォローアップ支援後は、支援履歴を一覧として記録する事で、支援頻度の管理や職員の情報共有が可能になります。

7. 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]

多くの来場者が集まる各種イベント(蔵KURARAらと連携、あいべつ夏まつり、秋の収穫祭「びっ蔵市」)や消費喚起に繋げるイベント(プレミアム商品券、年末大売出事業)と連携し販路開拓に繋げるための出展支援を行うと共にPR活動も行いながら小規模事業者の認知度向上を図りました。また、地域資源を活用した販路開拓支援を行い、地域特産品を中心に商談会や物産展への参加を支援し、地域外への新たな販路開拓を支援しました。しかし、広告宣伝(パンフレットやチラシ、紹介動画)やIT関連(HPやSNSとの連携)を活用した販路開拓支援が不十分であり、なかなか思った以上に支援が出来ていないが現状です。

【第1期実績】

	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度
展示会・商談会出展者支援者数	1件	2件	2件	3件	3件
SHIFT登録事業者数	3件	0件	0件	0件	10件
地域活性化による販路開拓支援件数	20件	21件	17件	18件	17件

[課題]

各種イベントや商談会・物産展への出展支援を行なってきたが、事業計画策定支援に付随した単発的な出展に対する支援が中心であり、事前・事後のフォローが不十分で、出展支援の進め方の改善や効果的な販路開拓に繋がる支援が出来ていないのが課題です。

第2期目の事業では、多様な顧客のニーズに合った商品・サービスを提供・発信する機会を増大させながら、商談会や展示会への出展支援、ネットによる商品のPR及び販売等、ITの活用等を通じた販路開拓に繋がる効果的な支援を行ないます。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者の経営環境は日々変化しより一層の既存商品の販路や販売を確保すると共に、他の販売チャネル等への進出を検討し、事業のリスク分散を図る必要があります。このような環境下で商談会や展示会への出展、更には、イベントや販売促進事業に向けて、出展前・出展時支援・事後支援の3つに分けた支援を充実させ、新たな需要開拓に向けた支援を行います。

【出展支援内容】

項目	内容
ア) 出展前	ターゲット顧客を明確にし、POP・PR動画等の作成支援、パブリシティや広告等の活用支援、その他、販売促進に係る接客方法の支援等、出展に向けた準備支援を行ないます
イ) 出展時支援	ブースや店舗の設置指導や商品陳列・装飾指導、一般消費者へのヒアリング及びアンケート調査といった自社製品のヒアリングを行います
ウ) 事後支援	アンケート調査などを分析し、分析結果を小規模事業者へフィードバックし商品改良支援を行います。

(3) 目標

	現行	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
①各種イベントへの 出展支援件数	0件	20件	22件	22件	23件	23件
①売上増加率 (前年対比)	-	2%	2%	2%	4%	4%
②商談会への 出展支援件数	0件	3件	3件	4件	4件	4件
②商談成立件数 (前年対比)	-	1件	1件	1件	2件	2件
③IT活用による 販路開拓支援件数	-	3件	3件	4件	4件	4件
③IT活用による売上増加率 (前年対比)	-	2%	2%	2%	4%	4%
④地域情報誌及びPR動画、パン フレットなどの活用による 販路開拓支援件数	-	5件	5件	5件	5件	5件
④地域情報誌及びPR動画、パン フレット活用支援による 売上増加率 (前年対比)	-	2%	2%	2%	2%	2%

(4) 事業内容

①新たな需要開拓のための地域内需要向け出展支援（BtoC：地域内需要型）

新たな需要開拓のための地域内需要向け出展イベント時（イベント、販売促進事業）には、複数事業者が制作するパンフレットやIT（HPアドレスやQRコード掲載のパンフレット、動画紹介等）等の広告媒体をフル活用し、自社製品の訴求力を高め、複数店が連携した中で、町内を滞留する仕組みづくりを構築します。更には、新商品などの開発に係るテストマーケティング（需要動向調査）を行う場としても活用し、マーケットインの考えを意識しながら顧客ニーズを優先し、顧客視点で商品の企画・開発を行うため、接客（試食会など）による対面でのアンケート調査を行い、一般消費者からの評価を取りまとめ、小規模事業者にフィードバックし、商品改良に活かします。

加えて、下記の事前・事後支援や需要動向調査などを踏まえて、必要に応じて、専門的な知識を有する案件が生じた場合は、専門家と連携して、新たな販路の開拓や販路拡大に繋がる支援に取り組めます。

【出展時の支援内容】

項目	内容
支援対象者	新商品開発によるテスト販売を行いたい事業者だったり、地域内で新たな需要開拓を目指している出展初心者だったり、更には、次のステップ（地域外需要型）へ移行する前段階のレベルの小規模事業者（意欲的でチャレンジ出展したい）が対象ですが、他にも「人手不足で出展できない」とか「まだ地域外へ出展する段階でない（地域特産品が開発段階等）」といった、地域内でしか出展活動ができない小規模事業者
支援内容	ア) 事前支援 POP・PR動画等の作成支援、パブリシティや広告等の活用支援、その他、販売促進に係る接客方法の支援
	イ) 出展時支援 ブースや店舗の設置指導や商品陳列・装飾指導、一般消費者へのヒアリング及びアンケート調査の支援
	ウ) 事後支援 ヒアリング及びアンケート調査による一般消費者からの意見を集約・分析し、分析結果に基づいて事業者へフィードバックを行い、商品の改良支援（パッケージ等）、パブリシティの活用支援

【当会が主催及び共催する主なイベント】

催事名	内容	
イベント	ア) あいべつ夏まつり	<ul style="list-style-type: none"> ・主催：あいべつ夏まつり実行委員会（事務局：愛別商工会） ・来場者：1,200名（主に町内容） ・場所：愛別町 ・属性：8月14日のお盆に開催する事から、夏休みの子供向け及びお盆で帰省するお客向けのイベントで、一定の販売額を見込め、町内に向けた販路開拓支援が可能になります
	イ) びっ蔵市	<ul style="list-style-type: none"> ・主催：愛別商工会 ・来場者：1,000名（主に町内容）※町外客も徐々に増加傾向 ・場所：愛別町 ・属性：秋の収穫時期に当町の特産品である「きのこ」を始め、農商工連携を図り農産物を販売し、一定の販売額を見込め、町内及び近隣市町外に向けた販路開拓支援が可能になります
販売促進事業	ア) 年末大売出し	<ul style="list-style-type: none"> ・主催：愛別商工会 ・場所：愛別町 ・属性：町内の小売店や食料品店、飲食店18店が参加して参加店で買い物したら抽選ができる消費拡大に向けた販売促進事業に取り組み、自社商品のPR及び販路拡大に繋がる、町内に向けた販路拡大支援が可能になります
	イ) 暮らし応援券	<ul style="list-style-type: none"> ・主催：愛別町地域生活活性化実行委員会（事務局：愛別商工会） ・場所：愛別町 ・属性：地域外への消費流出抑制と地域経済への消費還元を目的に、町内の地域経済活性と商工業の発展をはかり町内の全事業者が参加して、自社商品のPR及び販路拡大に繋がる、町内に向けた販路拡大支援が可能になります

※数値は昨年のももの

②新たな需要開拓のため商談会への出展支援（BtoB：地域外需要型）

商工会での独自で開催するのが困難なため、日本政策金融公庫や北海道貿易振興会、その他では百貨店が主催の物産展などへ出店し、取引先の獲得に向けた支援を行ないます。

小規模事業者に対しては、これまで同様に商談会の開催情報の提供を行い、地域資源を活用した新商品開発等の事業計画策定を行った小規模事業者に対しては、重点的に伴走型による出展支援を行う事で新たな需要開拓に繋がります。商談会や展示会において、**初出展の事業者へは「商品規格書」等の商談会対応資料及び「商品レイアウト」といった基礎的な資料を作成し、出展に慣れている事業者へは、売上高に大きく左右する「現場での接客対応の習得」**について、よりステップアップした支援を行うと共に、商品PRを実施しながら、バイヤーからの評価をフィードバックし、商品改良や新たな商品開発に活かします。

加えて、下記の事前・事後支援や需要動向調査などを踏まえて、必要に応じて、専門的な知識を有する案件が生じた場合は、専門家と連携して、新たな販路の開拓や販路拡大に繋がる支援に取り組みます。

【出展時の支援内容】

項目	内容	
支援対象者	地域外需要型（地域資源を活用した新商品開発等）で事業計画を策定している小規模事業者	
支援内容	ア) 事前支援	バイヤー等への対応方法や自社及び自社商品のPR資料・商品規格書の作成、その他、販売に係る接客方法の支援
	イ) 出展時支援	ブースの設置指導や商品陳列・装飾指導、バイヤーへのヒアリング及びアンケート調査の支援
	ウ) 事後支援	ヒアリング及びアンケート調査によるバイヤー等からの意見を集約・分析し、分析結果に基づいて事業者へフィードバックを行い、商品の改良支援（パッケージ等）、パブリシティの活用支援

【想定している商談会・物産展】

催事名	内容
北海道 産品取引 商談会	・主催：一般社団法人 北海道貿易物産振興会 ・場所：東京都・大阪府～来場バイヤー：300社（東京・大阪会場） ・属性：北海道を全面的に押し出した道外で開催される商談会であり、多くのバイヤーが集結し、一定の成約が見込め、道外に向けた販路開拓支援が可能になります
アグリ フード EXPO	・主催：日本政策金融公庫 ・場所：東京都（東京ビックサイト）～来場バイヤー：15,000人 ・属性：国産にこだわった、農業と食をつなぐ6次産業化を目指す道外で開催される商談会であり、多くのバイヤーが集結し、一定の成約が見込め、道外に向けた販路開拓支援が可能になります
百貨店 による 物産展	・主催：大手百貨店（高島屋等） ・場所：京都府（道外百貨店が主催のイベント） ・属性：地域特産品を取り扱った物産展であり、多くの一般消費者が集結し、自社商品のPR及び販路拡大に繋がる、道外に向けた販路拡大支援が可能になります

※数値は昨年のもの

③ IT活用による販路開拓支援

インターネットが急速に発展している現代において、商談会やイベント以外でも新たな販路を拡大するためにインターネットを活用した事業展開を支援します。従来から推進している、スマートフォン対応で簡単にホームページを作成できるGMOペポパ社の「グーペ」(※5)を活用し、効果的に自社商品のPR方法を習得し販売促進に繋がります。

また、WEBサイト制作後、売上状況を検証し、成果が上がない場合は、原因究明・解決策提示など必要に応じてIT専門家と連携し、情報更新作業などの支援を行ないます。加えて、制作したWEBサイトはFacebookを始めSNSとの連携をすることで情報拡張機能を高め、最新情報をリアルタイムで発信することで販路拡大に繋がります。

(※5) GMOペポパ社が提供する簡易ホームページ作成サービスで、全国商工会連合会が提携しており、商工会員は一部のサービスを無料で利用可能 (<https://goope.jp/>)

【IT活用による販路開拓支援内容】

項目	内容	
支援対象者	IT活用によるPRが有効で、地域資源を活用した新商品開発を想定し、事業計画策定を行っている小規模事業者	
支援内容	ア) 事前支援	HP作成支援、販売促進に係るIT活用支援
	イ) 実施支援	HP運営支援（サイトの利用頻度等）
	ウ) 事後支援	ITを活用した支援の効果と検証・見直し（売上状況の検証、原因究明・解決策の提示）

④ 地域情報誌及びPR動画、パンフレットなどの活用による販路開拓支援

商談会への出展者については、来場するバイヤーなどに対し、現場に対応する人数が限定的であるため、企業概要及び商品の特徴、製造過程などの動画及びパンフレットを制作したものを会場で提供し、効果的な商談に繋げる販路開拓支援を行ないます。

自らが事業計画策定している小規模事業者については、近隣市町向けの取扱い商品・メニューなどの情報を動画及びパンフレットを複数事業者で作成し、更には、地域情報誌への掲載も行った多面的な販売促進を図り、来店客の集客力増加に繋がる相乗効果を狙った支援を行ないます。

【地域情報誌及びPR動画、パンフレットなどの活用による販路開拓支援内容】

項目	内容	
支援対象者	商談会への出展を予定し、自らが事業計画策定を行っている小規模事業者	
支援内容	ア) 事前支援	地域情報誌の発行及びPR動画、パンフレットの制作に係る支援
	イ) 実施支援	販売促進に向けた支援（商品の見せ方等）
	ウ) 事後支援	情報発信による販路開拓支援の効果と検証・見直し（売上状況の検証、原因究明・解決策の提示）

8. 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】

愛別町担当課から外部委員を選出し、当会の経営改善普及事業推進委員会の中で事業評価と見直しを行いました。過去にも事業を評価・見直しすることもなく、当会が取り組んでいる事業内容の可視化に繋がり、非常に緊張感をもって業務に取り組みました。また、委員からの意見は真摯に受け止め、次年度以降の業務に反映してきました。

【課題】

経営発達支援事業の成果・評価・見直しを行ったが、事業の進捗状況や事業結果を確認するだけであり、第2期目の事業では、より成果を意識し深掘した検証をする必要があります。

(2) 事業内容

①事務局内部の事業確認検証

事務局では、経営発達支援計画に基づき、事業を遂行するとともに、事業の実施状況を定量的に管理・把握するために、「経営発達支援事業実施状況調査システム（CSVシート）」を活用し四半期ごとに事業の進捗状況・事業結果などについて確認検証を行います。

②経営改善普及事業推進委員会での評価・検証

事務局で事業の実施を確認し、検証した内容を上半期と下半期の年2回、経営改善普及事業推進委員会に提示し、定量的に管理・把握している上記の「経営発達支援事業実施状況調査システム（CSVシート）」を活用し、事業の評価と見直しの方針を決定します。

経営改善普及事業推進委員会には外部委員として、旭川信用金庫愛別支店長に出席いただき、小規模事業者の経営支援について多方面よりの意見も踏まえて評価検証します。

また、必要と認められる場合には、次年度の計画の見直しなどについて意見の集約を行い、理事会へ報告します。

項目	内容
開催頻度	年2回開催
役割	委員による経営発達支援事業の評価及び検証、目標達成に向けた計画見直しなどの意見集約
予定の委員	・外部有識者：金融機関（旭川信用金庫愛別支店） ・愛別町産業振興課、北海道商工会連合会組織経営支援課 商工会理事、法定経営指導員

③理事会での評価・検証

事務局からの報告に基づき、進捗状況及び成果について検証し、今後の事業の効果的実施に向け検討を行い、上記の②の経営改善普及事業推進委員会の評価及び意見等を踏まえて、必要に応じて事業計画の見直しを行います。

【評価結果の公表】

経営改善普及事業推進委員会が取りまとめた評価結果及び意見については、商工会のホームページなどに掲載し、広く小規模事業者にその内容を開示する。

9. 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】

経営指導員は、毎年、中小企業大学校が主催する基礎研修や専門研修に参加し、専門的な知識と支援ノウハウの習得を中心に能力向上に取り組んでいます。

また、北海道商工会連合会主催の職種別研修会や専門研修会及びその他の支援機関や関係団体主催のセミナー・研修会に積極的に参加し支援能力の向上を図っています。

[課題]

経営指導員をはじめとする職員の支援能力の向上と支援ノウハウの共有による組織全体としての支援能力の向上を図る必要があります。

第2期目の事業にあたり、経営指導員のみならず、その他の職員を含めた支援能力の向上に向けた取り組みと個人に帰属しがちな支援ノウハウを組織内で共有する仕組みづくりが課題です。

(2) 事業内容

①外部研修会への参加

経営指導員は毎年1回、中小企業大学校主催の専門的研修会に参加し、専門的な知識や支援ノウハウの習得を図ります。また、北海道商工会連合会主催の各種研修会（一般研修や専門研修）へ他の職員が受講することでその時々々の国や道の支援施策の知識の定義・補充の他、関係支援機関や専門家の講義やグループワークを通じて、全職員が支援ノウハウの吸収やコミュニケーション能力の資質向上を図ります。

【各職員の研修参加のねらい】

職種	内容
ア) 経営指導員	従来の税務や金融中心の研修会から、今後は、事業計画及び事業承継や創業、販路開拓支援などの高度な支援スキルの習得を主眼に研修会に参加します
イ) 補助員	経営指導員と同等の経営分析のスキルアップを図り、IT活用などによる小規模事業者の売上向上などの支援手法の習得を主眼に研修会に参加します。3年を目途に段階的にスキルを習得します
ウ) 記帳専任職員	記帳で決算書作成支援から一歩ステップアップし経営分析やIT活用支援、販路開拓支援の補助的役割ができるよう基礎的な知識の習得を目指し研修会に参加します

②職員間での連携

常日頃から職員間での連携を図り、経験（知識）豊富な職員から若手職員へのスキルの移転を行います。（ただし、経営指導員でも完璧なスキルを備わっているわけではないので、補助員から教わるスキルもあり、経営課題や状況判断に応じたスキルの伝承を行います。）

また、各職員が携わった成功事例や失敗事例について定期的な職員会議において、情報共有を図る時間を設け、組織全体として問題解決能力の向上を図ります。

③情報の共有化

経営状況等の分析結果を始め経営支援に関するすべての資料や記録については、全職員が情報を共有することが出来るように、小規模事業者事に情報を整理し共有ファイルにて保存します。

10. 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

[現状]

支援ノウハウに関する情報などに関しては、北海道商工会連合会（道北支所）を通じた道内商工会などの具体的な支援事例について情報を得る程度です。また、経営指導員が繋がりのある専門家（道内の中小企業診断士・各種コンサルタント・税理士・金融機関職員・公的支援機関職員・商工会経営指導員など）と必要に応じて情報交換を行い、各種支援手法（経営分析・事業計画策定・商品開発・販路開拓・販売促進・地域資源の活用法・各種補助金申請支援・事業承継など）に関する多くの情報を得ているのが実態です。

[課題]

支援ノウハウの習得に関しては、様々な経営課題に対して単発での情報交換を行うだけで長期的観点からの解決方法ではないの現状です。

第2期目の事業にあたっては、支援ノウハウなどの情報入手に関しては、戦略的な観点から将来のビジョンを明確し、継続性のある支援体制の構築や職員の支援能力向上を踏まえて、各関係機関との連携のもと支援ノウハウを蓄積できる仕組みづくりが課題です。

(2) 事業内容

①金融機関との連携（年2回）

日本政策金融公庫旭川支店が主催する「経営改善資金推薦団体連絡協議会（マル経協議会）」に出席し、最新の政策的取組を把握するとともに、道内の景況、資金需要についての情報交換を行うことで支援ノウハウの一層の向上に努めます。また、上川総合振興局管内の経営指導員が一堂に集結する事から、各地域の取組や支援事例などをもとに、事業計画策定やフォローアップ支援における課題解決手法などの支援ノウハウを習得する事が出来、より一層の支援能力の向上を図ります。

②近隣商工会との連携（年8回）

近隣4町商工会（愛別、比布、当麻町、上川町）で構成する「石北四町市場協議会」の定期的な会議などを活用し、他商工会経営指導員などと実際の経営支援事例をもとに事業承継支援や販路開拓支援ノウハウなどに関する情報交換を行い、事業者の方向性を導く経営分析の支援ノウハウや課題解決に向けた事業計画策定支援のノウハウなどについて習得し、職員の支援能力向上を図ります。

③専門家のノウハウ吸収と情報交換（随時）

経営指導員などによる支援では、解決が困難な高度で専門的な課題に対し、よろず支援拠点などの専門家と連携し、経営指導員などが随行した中で、高度で専門的な案件に対する支援方法などについての解決方法の支援ノウハウを習得し、その他の経営課題の解決方法についての情報交換をすることでより一層の支援能力の向上を図ります。

1.1. 地域経済の活性化に資する取り組みに関すること

(1) 現状と課題

[現状]

愛別町の振興計画をもとに、地域経済活性化の取組みにかかわる主な団体としては、愛別町、愛別商工会、愛別町観光協会、JA上川中央が挙げられ、連携を図られることなく各団体がそれぞれ地域資源の活用方法を検討している現状です。

[課題]

町特産品の消費拡大に繋がる地域経済活性化に資する取組を検討するほか、商業集積の核となっている中心市街地活性化に向けての情報交換を図り、戦略的な事業の展開を目指す必要があります。

第2期目の事業としては、小規模事業者の支援と地域経済の活性化を表裏一体と考え、諸団体と連携し地域資源の活用方法について協議を行います。その中で、地域の活性化についての明確なビジョンを共有しながら、「きのこ」を中心とした地域資源の活用方法やその他、きのこの加工品やビーツといった地域資源の認知度をどのように高め、どのように生産から販売を行い、消費拡大に繋げ、地域経済活性化に繋げるのかが課題です。

(2) 事業内容

①愛別町地域生活活性化実行委員会の開催（年2回）

「プレミアム商品券」を発行する際に運営している実行委員会には、愛別町とJA上川中央、愛別商工会の町内の主要な経済団体が集まり、商品券の発行に向けた運営方法や業務に関する事務的な会議のみならず、地域経済について意見交換を行っています。

第2期目の事業でも、この実行委員会では、プレミアム商品券発行を通じて、地域が一体となって、戦略的に地域活性化を進めるための仕組みとして、年2回開催し、地域活性化の方向性について協議をすると共に下記の取組みについても認識を共有し、検証していきます。

②地域特産を活用した商品開発に向けた協議

当町では、地域特産品を活用した商品としては、「きのこ」が代表的な特産品ですが、それ以外の特産品が少ないことから、農産物やその規格外品を活用した新たな特産品の開発に向けての協議を行います。将来的には、開発した商品ラインナップを充実化させ、認証制度を創設するなどして、既存の地域特産品と共に「あいべつブランド」に取り組み、農業者及び商工業者の所得の向上と愛別町の知名度向上を図ります。

③地域資源・特産品の情報発信強化

地域特産品のブランド化や6次産業化に対する取り組みが進み、競争力が増す中で、当町の地域資源を活かした既存の農産物や地域特産品を計画的にPRするために、マスメディアや世界中に無限の力を持つIT等を最大限活用し宣伝活動を展開します。

④イベント事業の見直しと創出

現在では、実行委員会（愛別町、JA上川中央、愛別商工会、各関係諸団体他）により実施している「あいべつ夏まつり」や当会が主催している「秋の収穫祭びっ蔵市」について、開催内容などを見つめ直し、交流人口の増加対策としての新たなイベントの創出についても検討します。

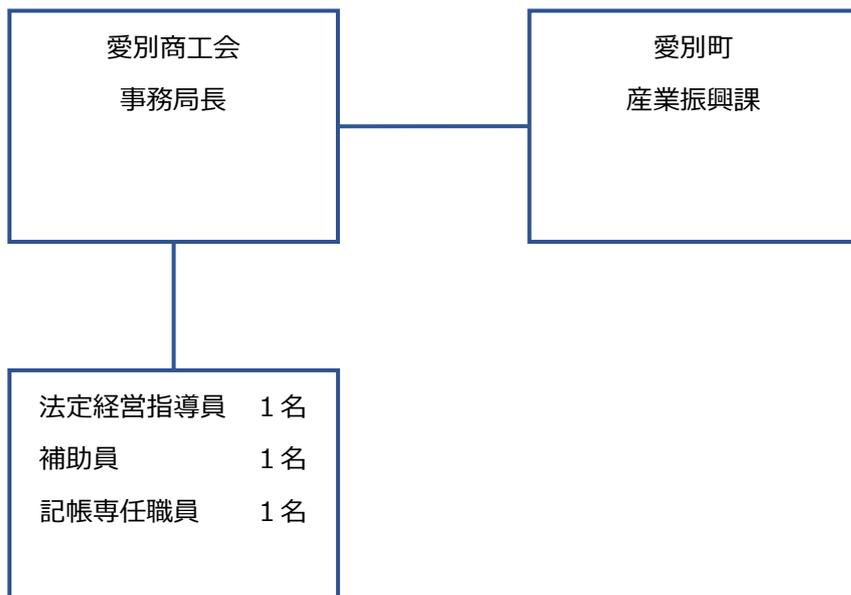
(別表2)

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2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)



担当事業	実施体制
事業全体の管理	事務局長
地域経済動向調査	法定経営指導員及び職員2名
経営状況の分析	法定経営指導員及び職員2名
事業計画策定支援	法定経営指導員及び職員2名
事業計画策定後の実施支援	法定経営指導員及び職員2名
需要動向調査	法定経営指導員及び職員2名
新たな需要の開拓	法定経営指導員及び職員2名
地域活性化の取組み	法定経営指導員及び職員2名
支援力向上の取組み	事務局長及び職員3名

(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：善方 慎太郎

■ 連絡先：愛別商工会 電話01658-6-5240

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、事業評価・見直しをする際の必要な情報の提供などを行います。

(3) 商工会／商工会議所、関係市町村連絡先

①名称：愛別商工会

担当者：法定経営指導員 善方 慎太郎

住所：北海道上川郡愛別町字本町166番地

電話：01658-6-5240

FAX：01658-6-5239

メール：aibetsu@rose.ocn.ne.jp

②名称：愛別町 産業振興課

住所：北海道上川郡愛別町字本町179番地

電話：01658-6-5111

FAX：01658-6-5110

メール：sangyoushinkou@town.aibetsu.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)

	R3年度 (4月以降)	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
必要な資金の額	1,450	1,450	1,450	1,450	1,450
・事業計画策定支援	150	150	150	150	150
・事業計画策定後の実施支援	150	150	150	150	150
・需要動向調査	150	150	150	150	150
・新たな需要開拓に寄与する 事業	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000

(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
国補助金、道補助金、町補助金、会費収入 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。

