経営発達支援計画の概要

実施者名	中富良野町商工会　（法人番号　　4450005002141） 中富良野町　　（地方公共団体コード　014613）
実施期間	令和７年４月１日～令和１２年３月３１日
目　　標	**＜小規模事業者に対する目標＞** **【目標①】**事業計画策定・実行支援による小規模事業者の経営力向上・安定化 **【目標②】**販路開拓支援による新たな需要の開拓 **【目標③】**創業計画、事業承継計画策定による小規模事業者数維持 **＜地域への裨益目標＞** 人口減少・少子高齢化を和らげ地域コミュニティの維持を図る 地域ブランドの PR・交流人口の増加
事業内容	**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地域の経済動向分析 ②景気動向分析の情報提供 ③観光入込客分析の情報提供 **４．需要動向調査に関すること** ①飲食業・宿泊業地域需要動向調査 ②物産展アンケート調査 ③商談会アンケート調査 **５．経営状況の分析に関すること** 経営分析を行う事業者の発掘・分析支援 **６．事業計画策定支援に関すること** ①「DX 推進相談会」の開催 ②事業計画策定支援（個別相談会、専門家派遣） ③事業承継計画策定支援（個別相談会、専門家派遣） ④創業計画策定支援（個別相談会、専門家派遣） **７．事業計画策定後の実施支援に関すること** ①事業計画策定後のフォローアップ支援 ②事業承継計画策定後のフォローアップ支援 ③創業計画策定後のフォローアップ支援 **８．新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること** ①IT を活用した新たな販路開拓支援（BtoC） ②物産展出展支援（BtoC）・商談会等への参加支援（BtoB） ③共同広告・パンフレットの作成による販路開拓支援（BtoC）
連 絡 先	①中富良野町商工会 〒071-0752　　北海道空知郡中富良野町本町９番１号 TEL：0167-44-2606　/FAX：0167-44-2021　／E-mail：nakasyo@rose.ocn.ne.jp ②中富良野町　企画課 〒071-0795　　北海道空知郡中富良野町本町９番１号 TEL：0167-44-2123　/FAX：0167-44-2401　／E-mail：kikaku@nakafurano.jp

（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）地域の状況及び課題

①中富良野町の概要

ア．立地

中富良野町は、北海道のほぼ中央にあって、十勝岳の山麓が東北に広がり、東西は山岳丘陵で、稲作を中心とする農業とラベンダーによる自然豊かな観光の町として、全国的にも知られています。

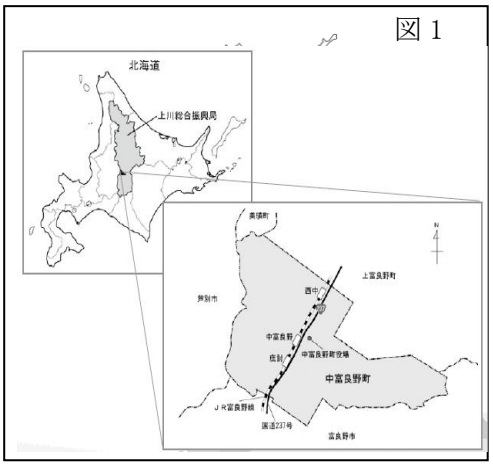


図１

東北から南西に向かって緩やかな傾斜を持ち富良野川、ベベルイ川が還流し、東部には十勝岳を主峰とする千島火山脈が連なり、遠くは大雪山を眺望することができます。

南西方面は夕張山脈が南北に縦走して夕張岳、芦別岳が富良野高原の景勝をなしています。

気候は、内陸性に属し冬の厳寒と夏は酷暑という極端な二面を持ち合わせており、年間平均気温6.2℃で夏は最高気温30℃、冬は-25℃にもなり、年間降雨量は950㎜、日照時間は1,500時間前後であります。

中心部にはJR北海道富良野線中富良野駅が存在します。国道237号線は南北に縦断し、南は富良野市（約８ｋｍ）、北は上富良野町（約８ｋｍ）を経て約50ｋｍで道北の中核都市旭川市に結ばれています。

イ．人口の動向

中富良野町の人口は、1955 年（昭和 30 年）の 11,105 人（国勢調査。以下同じ）をピークに 2020 年（令和 2 年）4,733 人となっていて、ピーク時の半分以下の 57.3%の減少となっています。前回調査時の 2015 年（平成 27 年）5,069 人と比較しても 336 人減になっています。

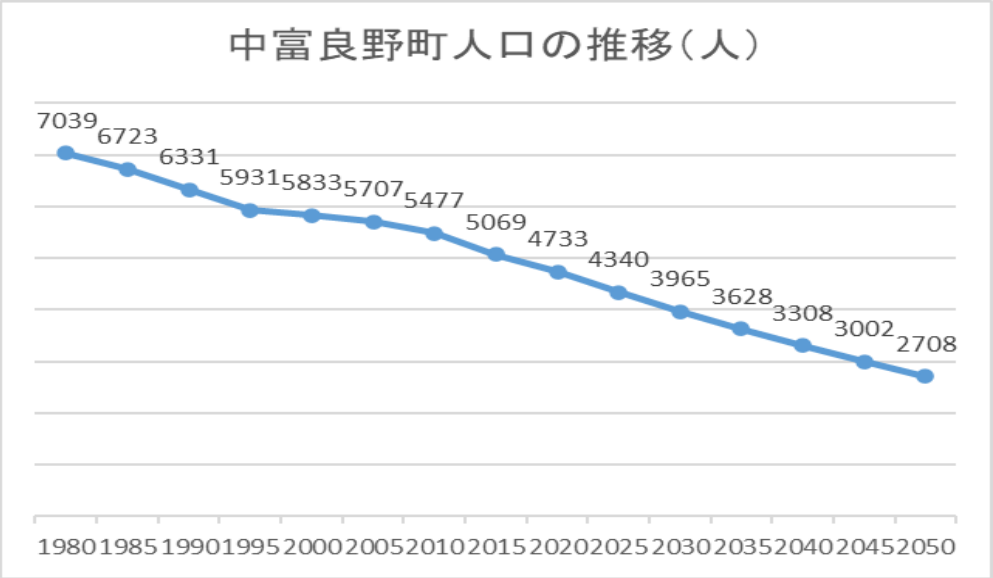
また、住民基本台帳での 2024 年（令和 6 年）3 月末の人口は 4,564 人になっており、2020 年（令和 2 年）の 4,733 人と比較して 169 人減少しています。

国立社会保障・人口問題研究所の推計によりますと、2045 年時点では 3,002 人となっており、ピーク時の約 1/4（27%）となる予想ですが、2020 年（令和 2 年）の人口は 4,733 人で推計値の 4,664 人と 69 人多く、推計減少カーブが緩やかになっています。（図-2）

年齢 3 区分の推移を見ると、生産年齢人口、年少人口ともに 1955 年（昭和 30 年）がピークとなりその後減少となっています。一方、老年人口は一貫して増加傾向にありますが、2020 年以降は漸減傾向となることが予想されています。また、2045 年までに生産年齢人口が現在と比べて半減する点に留意する必要があります。（図-3）

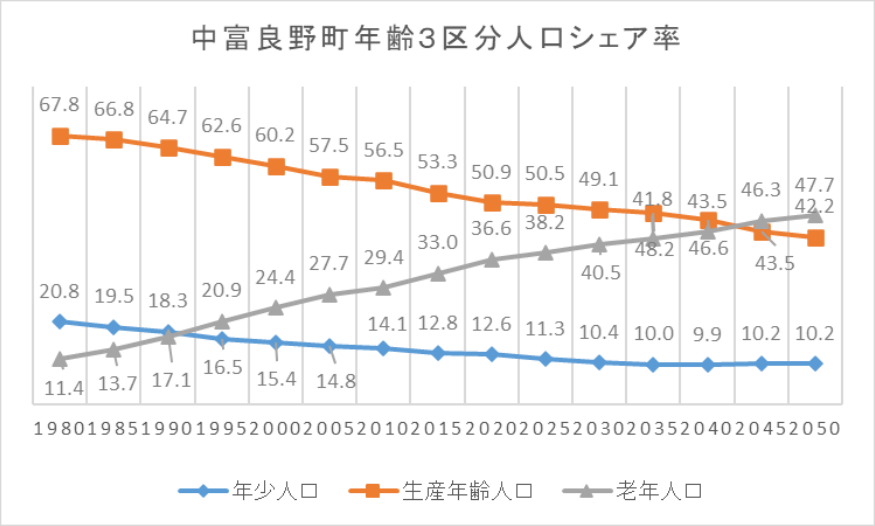
現在、中富良野町では、「中富良野町地方人口ビジョン」を 2020 年（令和 2 年）に見直しを行い、「中富良野町地域総合戦略」の見直しに合わせて検証し、2060 年を最終目標として人口規模 3,084 人の維持目標としています。なお、「中富良野地域総合戦略」は、2021 年（令和 3 年）から 2025（令和 7 年）としています。

図-2【中富良野町人口の推移】



出典：国勢調査及び日本の地域別将来推計人口(国立社会保障・人口問題研究所)より作成

図-3【中富良野町年齢３区分人口の推移】



出典：国勢調査及び日本の地域別将来推計人口(国立社会保障・人口問題研究所)より作成

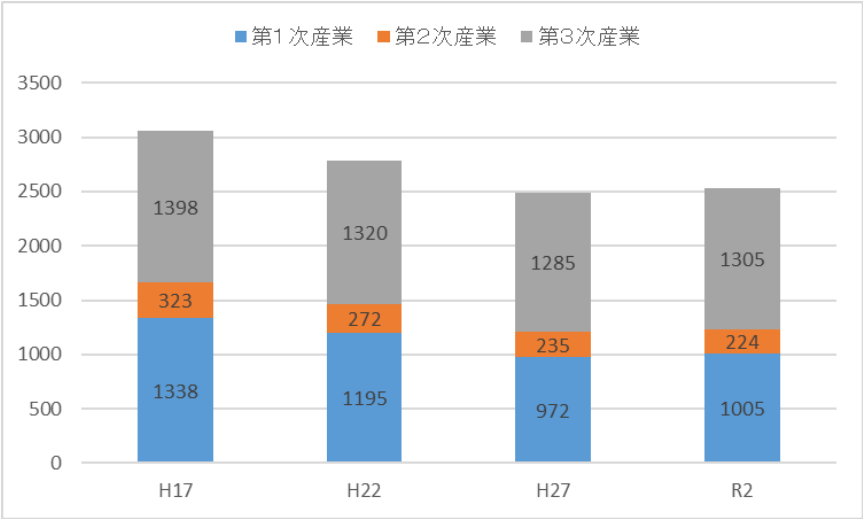
ウ．産業

A）産業別就業者数

令和２年国勢調査による産業別就労者数によると平成 27 年調査に比べ 101.7%の 2,534 人で僅かでありますが増加しています。第２次産業が 95.3%と減少し、第３次産業が 103.4%と増加しています。

産業別構成は、第１次産業 39.7%、第２次産業 8.8%、第３次産業 51.5%で観光業を中心にサービス化が進んでいます。（図-4）

図-4【産業別就労者数の推移】



出典：国勢調査

B）観光業

中富良野町の観光は、富良野・美瑛観光圏の中心に位置し、ラベンダー観光の発祥地である「ファーム富田」や「北星山ラベンダー園」などの観光施設、ワイナリー「ドメーヌ・レゾン」などを

中心に年間 100 万人を超える観光客が訪れているのが特徴といえます。

中富良野町の観光入込数は、2003 年（平成 15 年）の約 120 万人がピークでした。その後、減少傾向にありましたが 2011 年（平成 23 年）以降、再び回復基調にあり、2018 年（平成 30 年）には約 117 万人になり、北海道全体の観光入込客数の回復に同調してきたといえます。しかし、近年には新型コロナウイルス感染症の流行に伴い、2020 年（令和 2 年度）には、約 38 万人まで激減するなど関連する産業の雇用などに多大な影響を及ぼしました。

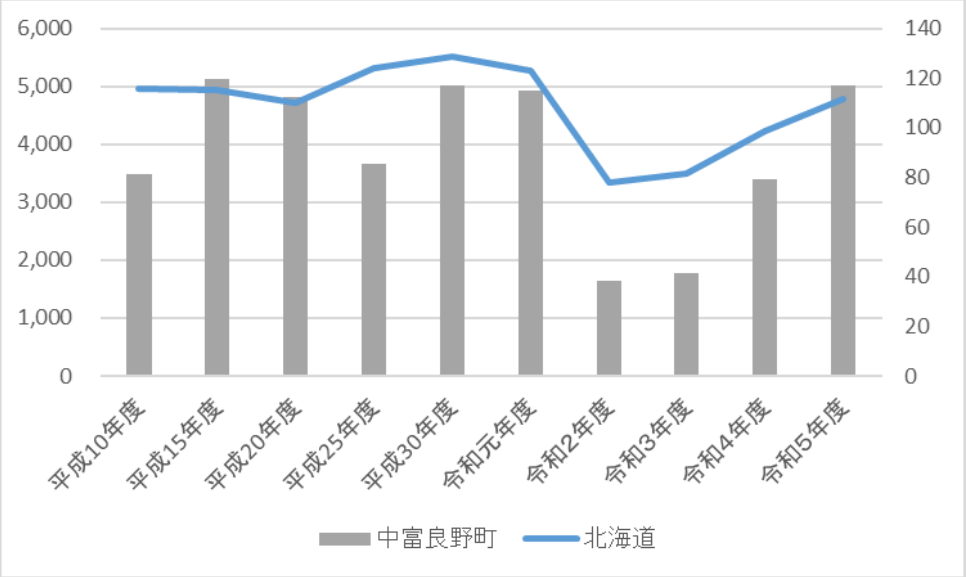
2023（令和５年）は、訪日外国人の影響もあり、ピーク時の約 120 万人には届いていないものの、コロナ禍前の 2019 年（令和元年）の 115 万人を超え、117 万人に達しています。（図-5）

季節ごとの観光入込客数としては、ラベンダーが一番見頃を迎える 7 月の 53 万人がピークであり、この時期にはおいては近隣の富良野市の観光入込数を超過しています。一方、夏季以外の観光入込数は激減し、特に 11 月～4 月の 6 ヶ月間は 1 万人/月を割り込んでおり、ラベンダー観光時期を境とした季節的な変動が大きいことが観光業における安定した雇用が難しい点であります。（図-6）

また、中富良野町の観光客は、95%を超えるその殆どが日帰りであり、富良野美瑛観光圏では、富良野又は旭川に宿泊し、当町の「ファーム富田」「北星山ラベンダー園」、美瑛町の「青い池」を観光する通過型観光になっています。

一方、コロナ禍後には、ペンション等の宿泊業者の増加もあり、宿泊客が少しずつ増えています。また、訪日観光客の国・地域別では、中国に変わり台湾・香港が多くなっています。（図-7）

図-5【観光入込客数の推移】



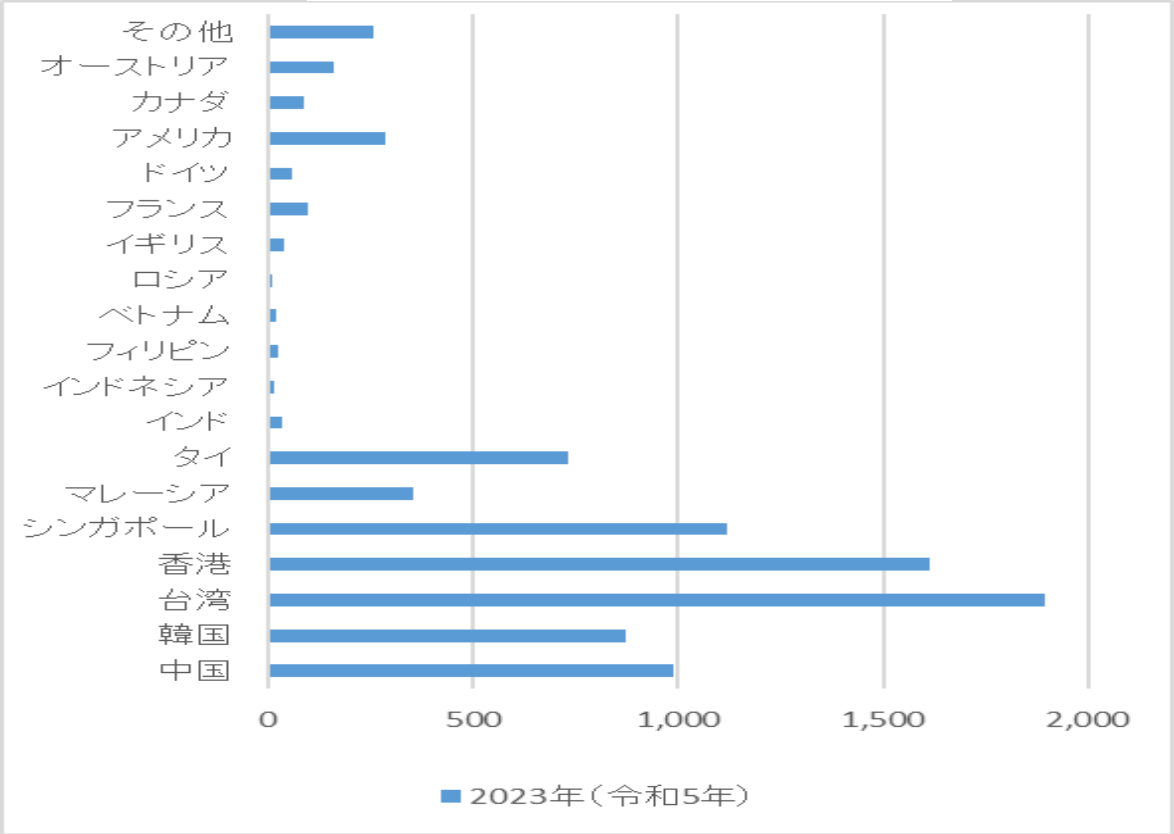
出典：北海道観光入込調査報告書及び中富良野町観光入込調査報告

図-6【2 期区分　日帰り・宿泊別観光入込客数の推移】

	日帰り			宿泊			宿泊割合
	上期	下期	合計	上期	下期	合計	
2018 年	1,088,900	51,592	1,140,492	22,601	9,681	32,282	2.8%
2019 年	1,079,365	42,600	1,121,965	23,359	6,552	29,911	2.6%
2020 年	343,950	19,310	363,260	13,583	6,964	20,547	5.4%
2021 年	374,400	15,799	390,199	14,948	7,792	22,740	5.5%
2022 年	707,303	51,278	758,581	22,928	10,263	33,191	4.2%
2023 年	1,050,797	83,946	1,134,743	30,605	12,405	43,010	3.7%

出典：中富良野町観光入込調査報告

図-7【国・地域別　訪日外国人宿泊数】



出典：中富良野町観光入込調査報告

②商工業者（小規模事業者）の現状と課題

＜現状＞

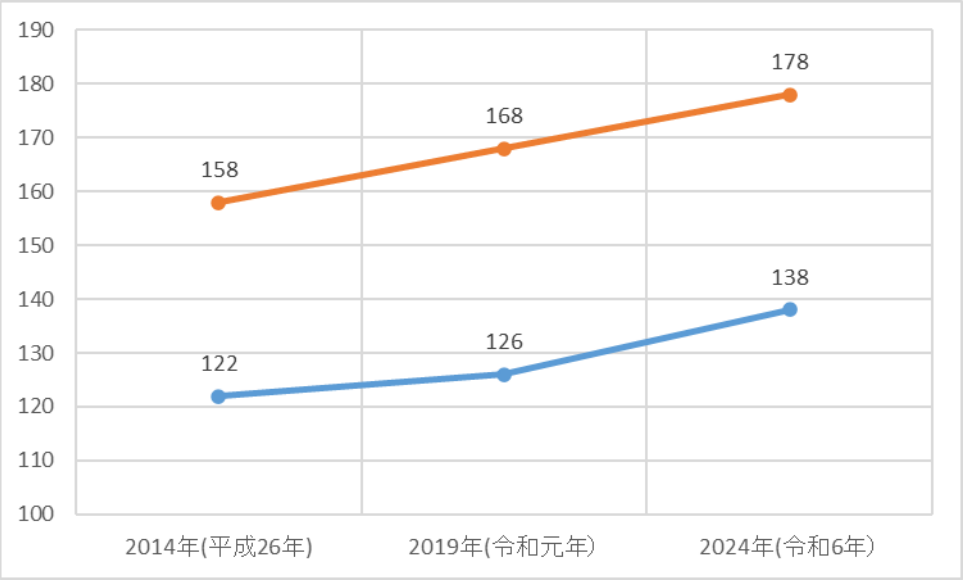
中富良野町は商工業者数、小規模事業者数ともに増加傾向にあります。

2014 年(平成 26 年)から 2024（令和 6 年）までの 10 年間で商工業者数は 20 事業所が増加し、そのうち小規模事業者数は 16 事業所が増加しています。(図-8)

現在の業種別の商工業者数、小規模事業者数は建設業・製造業で 38 事業所、卸小売業 35 事業所、飲食業 30 事業所、宿泊業 37 事業所、サービス業その他 41 事業所になっています。(図-9)

一方、小規模事業者の業種構成割合の推移を見ますと宿泊業が 2014 年 14.8%であったのに対し 24.1%、飲食業が 16.4%に対し 21.2%と共に大幅に増加しており、観光関連業種の割合が増加しているものの、その他の業種は事業所数が減少しています。(図-10)

図-8【中富良野町の商工業者・小規模事業者数の推移】



※赤：商工業者（178）

※青：小規模事業者（138）

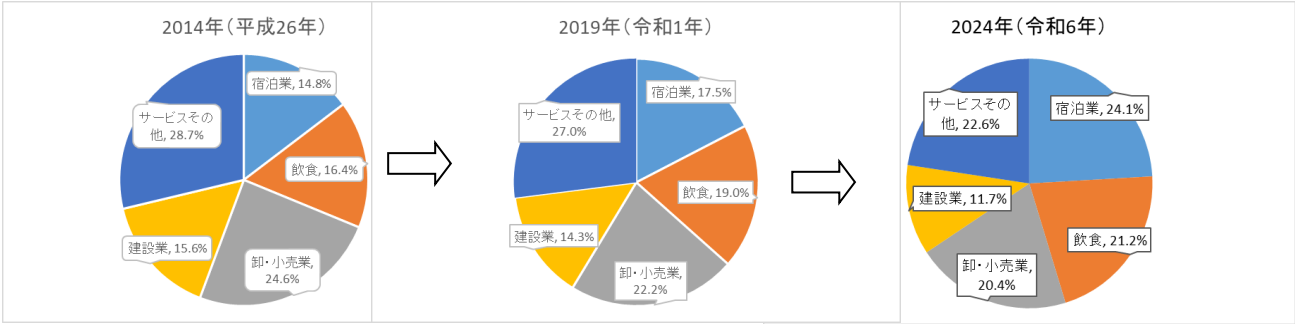
出典：中富良野町商工会独自調査

図-9【中富良野町の商工業者・小規模事業者数(令和 6 年 4 月 1 日現在】

	建設業	製造業	卸・小売業	飲食店	宿泊業	サービス業	その他	合計
商工業者数	28	10	35	29	37	34	5	178
小規模事業者数	6	6	28	29	33	31	5	138

出典：中富良野町商工会独自調査

図-10【中富良野町小規模事業者業種別構成の推移】



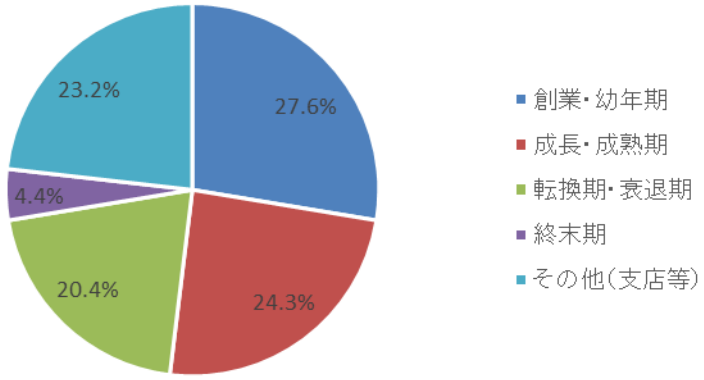
出典：中富良野町商工会独自調査

【中富良野町商工業者のライフサイクル】

当会では、商工業者を創業・幼年期（創業から 5 年以内）、成長・成熟期（売上、利益が上昇又は安定している）、転換期・衰退期（売上、利益が下降トレンド）、終末期（一定期間内に廃業が見込まれる）に区分しています。（図-11）

近年、飲食業、宿泊業、製造業（農産物加工・菓子製造・パン製造）の観光関連業種における創業者が多く、当該業種においては 41.5%が創業・幼年期、39.8%が成長・成熟期に分類されます。

図-11【中富良野町商工業者のライフサイクル割合】



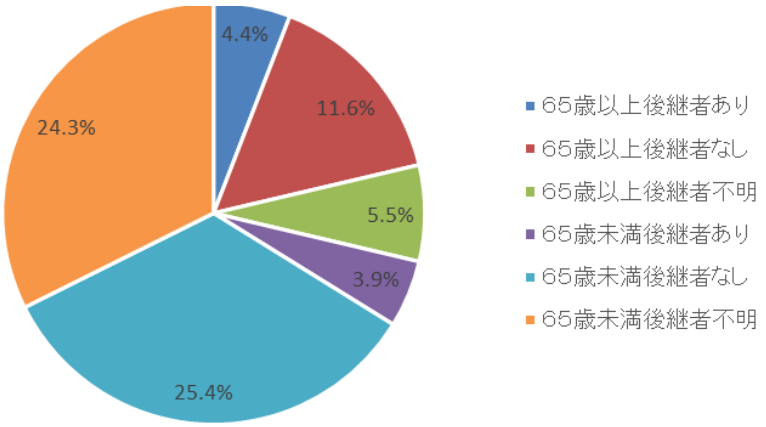
出典：中富良野町商工会独自調査

【中富良野町商工業者の事業承継に向けた状況】

当会が独自で実施している後継者調査によりますと、経営者が 65 歳以上の小規模事業者のうち「後継者あり」事業者は町内全体の 4.4%（8 事業者）に留まり、「後継者無し」・「不明」事業者は 17.1%（31 事業者）という状況です。

事業が安定しているにも関わらず、高齢や病気などのため事業から身を引かなければいけないケースも出てきており、親族内後継者・従業員などへの承継はもちろん、M&A を含めた事業承継への支援が必要です。（図-12）

図-12【中富良野町商工業者後継者調査】



出典：中富良野町商工会独自調査

【商工業者（小規模事業者）の現状総括】

事業者数全体としては増加傾向にあり、特に観光客をターゲットとした宿泊業や飲食業を中心に、食品製造業など、創業・幼年期、成長・成熟期の成長途上事業者が増加しており、地域資源を活用した商品・メニュー等の開発・販路開拓に積極的に取り組んでいる状況です。

また、既存事業者においては、建設業など安定経営を行っている業種もある一方で、町民生活に関連する小売業、サービス業については、人口減少・少子高齢化や近隣市町村への消費流出、経営者の高齢化など様々な課題を抱え、今後地域コミュニティ機能の維持に影を落としかねない状況です。

なお、業種ごとの現状については次のとおりです。

【業種ごとの現状】

ア．製造業・建設業

食品加工業は、経営者の年齢層が 40 歳代から 50 歳代であり、若手・中堅クラスの事業所が多くを占めており、主に農産物加工製造やパン・菓子製造事業者等がおります。

第 2 期期間では、既存商品の改良や販路の拡大に取り組む事業者が一定数存在する一方で、新たに創業する事業者も生まれています。

これまで、当町の農産物加工は長年 JA 主体で推進されておりましたが、6 次化による農業者の参入が進み、オーガニックソース、ジュースなど農産加工を始める事業者が増加しています。

また、コロナ禍により売上が激減したペンションなどの宿泊業者が、新たな経営の柱としてパン・菓子製造業へ参入するなど事業者数は増加傾向にあり、パン製造業（カフェ併設含む）は郊外での開業が多く、当町 西中地区では「西中パンまつり」を開催するなど活発に需要開拓に取り組んでいます。

その他にも、当町や富良野近郊の農産物を原料にしたクラフトビールの製造業者が創業しており、全国的にも地元密着型の小規模醸造所が増加し、昨今市場が拡大し注目が集まっていることから、新たなお土産品として期待が高まっています。

【富良野産野菜を使ったオーガニックソース】

【富良野産人参を使った人参ジュース】

建設業にあっては、前期計画時にあった地場の総合建設業が廃業し、現在は近隣市町にある業者の支店営業所が 6 事業者、地場の職能工事業者は、塗装業 3 事業者、板金業 1 事業者となっていて、支店営業所が 19 事業者です。

イ・小売業

小売業は、当町商店街を構成する業種として、町民生活を支えてきました。

買い物動向調査の結果においても 50 歳以上を中心としたシニア層の固定客に支えられた商店街でありましたが、人口減少・少子高齢化による地域の消費購買力低下・近隣市町村への消費流出による売上減少や、経営者の高齢化による事業者数の減少とともに時計・眼鏡、家電、家具、靴カバン、薬局など専門店が姿を消し商業機能が失われております。

また、観光客向けのお土産を販売する事業者もおり、当該事業者については観光需要の獲得を図っております。

ウ．飲食業

飲食業については、観光客をターゲットとして、農家の空き地、空き家を利用した“食べる”をメインとし郊外型のカフェ、レストランなどが増加している一方、市街地で営業していた喫茶店や料理屋などがコロナ禍を機に廃業しています。特に夜をメインとする飲食店は、タクシー会社が人手不足に伴い昼間のみの営業になり打撃を受けています。

エ．宿泊業

中富良野町の宿泊業者は、リゾートホテル 1 件、温泉施設 1 件、ペンション・コテージ・民泊等が 35 件であり、年々増加しており、2019 年（令和元年）から、コロナ禍にもかかわらず 6 件の新規開業があります。

ホテル、温泉施設を除くとその殆どが個人・グループ旅行者をターゲットとしており、時代にマッチしたスタイルで経営を行っております。

また、上記アにて記載のとおり、コロナ禍による売上減少を機に、新規事業（パン製造業）展開を図った事業者が数社います。

さらに、宿泊に付随し、ビジネスマン向けのワーケーション対応や、観光客向けにラフティングなどアクティビティのインストラクトを行う事業者もおります。

オ．サービス業その他

サービス業は、理美容業を中心とする対個人サービス業が中心で、小売業と同様に人口減少と高齢化、近隣市町村への流出により売上の減少が続いています。加えて、経営者の年齢が高く今後は、事業所数が減少するものと思われます。

機械・自動車整備業においては、４社（協同組合含む）ありますが、協同組合による車検業務共同化など効率化が図られており各社安定した経営を続けています。

【商工業者（小規模事業者）の課題　総括】

観光客をターゲットとする飲食・宿泊業や、製造業、一部の小売業においては成長途上の事業者も多く、共通課題として基礎知識習得による経営の安定化・活性化が求められます。

また、経営安定化のためには、当町観光の弱点である冬季間の需要獲得が必要であるため、地域資源を活用した商品開発やブラッシュアップ、または新メニューや新サービスの提供に取り組み、併せて認知度向上に向けた PR 強化によって、夏季だけではなく年間を通して観光客を惹きつける小規模事業者の商品・サービスの創出が求められます。

また、全般的な課題としては、人手不足を補うため DX 化による経営の効率化・生産性向上等が求められるとともに、生活関連産業を中心に、創業支援と一体的に、後継者対策・事業承継促進が必要となっております。なお、業種ごとの課題については次のとおりです。

【業種ごとの課題】

ア．製造業・建設業

課題①　建設業者の人材確保と技術の継承

課題②　特産品の開発と食品加工業者の経営の持続化

公共工事は、農業土木・義務教育学校の建設、観光関連施設などが計画されており安定した需要が見込まれますが、地場の総合建設業が廃業し近隣市町村建設業者に頼っている状況にあります。民需においても町の定住促進、リフォーム補助などで需要が掘り起こされ、職能工事業者（塗装工事業、板金工事業など）は安定した経営していますが、人材不足が顕著で技術の継承・事業承継が必要です。

食品加工業者は、6 次化による農業者の参入やパン・菓子製造業の新規開業など幼年期の経営者が多く、税務、金融、労務などといった経営の基礎的知識も乏しく、思い描いていたような経営をできない場合が多いため、新たな地域の特産品の開発を進めるとともに、創業塾への受講支援などにより、経営の状況の把握や計画的に経営するといった意識づけを図る必要があります。

イ・小売業

課題①　観光需要を取込み経営の持続化を図る。

飲食・宿泊を目的とした観光客を誘導するための導線を強化する必要があります。

また、当町商店街は商店の連続性が失われつつあるため、観光客に町内の回遊を促すためには１者でも多く商店を維持し、個店の連続性を維持する必要があります。そのためには、事業計画に基づき小規模事業者ならではの機動力、個店の魅力を創出・発信しながら、域内の消費喚起・近隣の需要や、年間 100 万人を超える観光客がもたらす需要を戦略的に取り込む必要があります。

ウ．飲食業

課題①　観光季節的要因を克服し安定した経営

課題②　繁忙期の労働力確保とＤＸ化の推進

課題③　ニーズの変化と情報発信

現状で述べた通り、日帰りの観光客をターゲットにした郊外型のレストラン、カフェが多く開業していますが、当町の観光は夏季に集中しており、なかなか経営が安定していない現状であります。

そのため町や観光協会では閑散期の秋の収穫イベント、サイクルイベントなどを行っていますが、直接的に小規模事業者の売上向上等へとは繋がっていないことから、ラベンダーと並ぶ観光資源を開発し、新たな需要の獲得が求められています。

また、町内の人口減少と高齢化による繁忙期の労働力不足は深刻であり、一事業者の対応では限界があります。町では社宅建設に対する助成事業を実施していますが、不十分であり早急な対策が求められています。また、人手不足の解消も含め受発注システムの導入や配膳ロボの導入などＤＸ化による効率的な経営が求められています。

外国人観光客の増加や来訪者の国・地域が変化しておりニーズに変化が生じております。急速に普及しているスマートフォンなどの情報機器革命により、観光情報を旅行雑誌に掲載するなど従来型の発信方法では不十分であり、業者間の連携を図りながらホームページや SNS を活用してスピード感をもって、いかに情報発信していくかが課題です。

エ．宿泊業

課題①　冬季の需要を取込み安定した経営

課題②　ＤＸ化の推進・アウトソーシングで業務の効率化

課題③　効果的な情報発信

2020 年（令和 2 年）に発生した新型コロナウイルス感染症により大きな打撃を受けた業種であり、未だ完全復活とまではいかず、増えた借入金の返済の影響で綱渡り的な経営を続けています。

現状で述べた通り、宿泊者数が増加傾向にあるとは言え、夏季集中型の観光では年間稼働日数には限界があり、経営が安定していない現状に加えて、燃料をはじめとする物価高が経営を圧迫しており、コストに見合った価格転嫁と利益率の高い経営の確立が求められています。

富良野美瑛観光圏は、第 2 のニセコと呼ばれ、外国人の投資資金が流入しています。富良野スキー場、十勝岳、旭岳といった冬のバックカントリースキーが魅力で欧米系の長期滞在型の観光客が増えてきているので、こうした長期滞在型（2 週間から 1 カ月）の需要を取り込む必要があります。

小規模な宿泊業は労働時間が長く経営者にはかなりの負担となります。チェックイン、夕食準備後片付け、朝食準備、チェックアウト、清掃業務、リネン、食材仕入れなど業務が多く労働時間は12時間をゆうに超えます。受付業務のDX化や夕食や清掃業務のアウトソーシング化を進め業務の効率化が必要です。

また、飲食業と同じく効果的な情報発信が必要であり、旅行雑誌に掲載するなど従来型の情報発信では不十分であり、業者間の連携を図りながらホームページやSNSを活用してスピード感をもっていかに情報発信していくかが課題です。

オ．サービス業その他

課題①　創業支援・事業承継

課題②　人材確保

現状でも述べた通り、理美容業は域内人口の減少と経営者の高齢化が問題です。地域住民の年齢層とのミスマッチにより、近隣市町村へ流出し、理容業にあっては、経営者の高齢化により若年男性層をカバーできず、床屋から美容院への流出が起きています。いかにニーズにマッチさせるかが課題です。

機械・自動車整備業においては、人材不足が顕著で、人材が確保できず高齢化した従業員により、長時間労働で旺盛な需要を捌ききれない現状であり、協同組合による車検業務共同化など効率化していますが、各社の協力体制の構築が課題です。

（２）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10程度の期間を見据えて

前述の小規模事業者の現状と課題を踏まえて、中富良野町商工会としての長期的な振興策を次のとおり掲げます。

ア．観光関連業者（飲食・宿泊業、小売業）の育成と支援

カフェやレストランなど飲食業、ペンション・コテージを営業しつつラフティングなどのアクティビティガイドを行う宿泊業、お土産屋などの小売業が、観光客をターゲットとし需要取り込みを図っています。

インバウンド増加に伴い多くの観光地はにぎわいを取り戻しており、当町においても観光需要は回復基調にある中で、これら需要を取りこぼすことなく事業活動を行っていくことが一層重要となります。

当町の観光関連 小規模事業者は全体の35%以上を占め、当町経済のけん引役であり他業種への波及効果が高いため、当町の商工業振興においては、これら観光関連業種の成熟・発展が重要と考えます。

一方、観光関連業者においては、創業・幼年期、成長期・成熟期の事業者が多いため、経営に関する基礎知識の習得、事業計画策定、計画に基づいた広報活動や新メニュー・サービスの実行など需要開拓実行支援のもと、閑散期（冬季）の需要取り込みを強化し、経営の安定化・活性化

を図ることが求められます。

当業種の発展により、当町における「にぎわいの場」としての役割が強化され、観光地としての雰囲気醸成、通年型観光化の一助になると考えます。

イ．食品製造業者（農産物加工業者、菓子製造業者、パン製造業者等）の育成及び支援

地域資源を活用した商品としてオーガニックソース、野菜ジュース、クラフトビールを製造する事業者や、国内外から認知度が高い「富良野」のイメージを活かした高付加価値のスイーツや食肉製品を製造する事業者がおり、なかには通信販売やふるさと納税として出品を行う事業者も多くあります。

農産加工業者、菓子製造業者、パン製造業者などは長らく当町に存在しておらず、近年創業により増加しつつあり、町内小規模事業者数の維持に貢献しています。

一方、これら事業者においては、創業から日の浅い、創業期・幼年期の事業者が多いことから、一層販売力を強化していくため、事業計画策定、計画に基づいた新たな商品（特産品）開発・既存商品ブラッシュアップ支援や、需要開拓実行支援のもと、経営の安定化・活性化が求められます。

こうした需要開拓支援を通じて、当町観光資源の充実・PR や新たな活力と人の流れを生み出すなど、シナジー効果の創出に寄与するものと考えます。

ウ．既存事業者の経営基盤強化支援や、創業・事業承継の推進による地域コミュニティ維持

観光関連業者以外の、地域の雇用を支える建設業や、町民の生活基盤を支える生活関連産業（第3次産業）について、DX による生産性向上、近隣商圏からの需要獲得や、域内の需要開拓を目的とした事業計画策定・実行のもと、諸課題へ対応し、売上の向上・確保により経営基盤強化、経営の安定化・活性化が求められます。

また、こうした事業者のうち、後継者不在・不明など事業承継を課題とする事業者も多いことから、第３者承継も含め事業承継を支援することで必要業種の維持を図る必要があります。

なお、創業もあわせて支援することで、観光関連業種をはじめ多様な業種の維持を図ります。

これら既存事業者や新規創業支援を通じて、地域に必要な業種・地域コミュニティの維持に寄与するものと考えます。

②中富良野町総合計画との連動性・整合性

中富良野町第6期総合計画（2021 年度～2030 年度）において、「絆でつながる 田園空間 なかふらの」を、町が目指す将来像としています。

また、まちづくり3原則のうち、『新たな活力と人の流れを生み出す』を掲げ、「商工業等の経営の安定化、観光資源の一層の充実・活用、農業との連携強化を図り、新たな活力を生み出すとともに、多くの人々が訪れ、また来てみたい、住んでみたいと思うまちづくりを進める」としています。

本方向性は、上記①で掲げる当会の振興策と方向性を同じくしています。

なお、総合計画における主要施策は次のとおりです。

～第６期なかふらのまちづくり総合計画～（関連部分を抜粋）
商工業
① 商工業経営の安定化・活性化の促進
商工業振興の中核的役割を担う商工会への疎遠を行うとともに、これと連携しながら、商工観光みらい応援事業等の実施により、経営の安定や後継者の育成、新規事業の創出、商品開発・販売などを促進します。また、空き店舗対策の推進など商店街の環境・景観整備を進めます。
② 新規企業の立地促進
地域経済の発展と雇用の場の確保に向け、関係機関と連携し、企業誘致活動を展開し、新規企業の立地促進に努めるとともに、ワーケーションの誘致も視野に入れ、遊休施設のテレワーク拠点としての活用について検討していきます。
観光・交流
① 観光資源の充実及び PR 活動の推進
② 通年型の体験観光の充実
③ 広域観光体制の充実
④ 訪日外国人旅行者等への対応
⑤ 観光等の交流拠点づくり

③商工会としての役割

これまで前述のとおり、少子高齢化による地域の消費購買力低下、近隣市町村への消費流出、人手不足等による生産力低下、閑散期の売上低迷、後継者問題など、当町小規模事業者を取り巻く経営環境は一層厳しさを増し、事業者が抱える経営課題は複雑・高度化しています。

こうした環境において、経営の安定化・持続化を図るためには、小規模事業者が自身の本質的経営課題について納得し、腹落ちした事業計画を策定、自走化することが必要です。

そのため、地域で唯一の経済団体である当会が、小規模事業者に対して「対話」と「傾聴」に基づき、事業者自らが厳しい外部環境の変化に柔軟に対応できる「自己変革力」を備えることが出来るよう、伴走型の「課題設定型」支援を行っていきます。

また、下記ア・イにて記載のとおり、「地域産業牽引支援機関」、「創業ワンストップ窓口」を担い、町や関係機関と連携し、地域産業の持続的発展を図ります。

ア. 地域みらい投資促進法による第２期基本計画

中富良野町では、地域の特性及びその活用戦略として「中富良野町のラベンダー等の観光資源を生かした観光関連分野」を選定し基本計画を策定しています。

また、地域経済牽引支援機関として、中富良野町商工会、旭川信用金庫、一般社団法人なかふらの観光協会の３社が入っています。主な取組は次のとおりです。

取組事項	内容	令和６年度 ～令和１０年度
①固定資産税等の減免措置	町内に工場等を新設又は増設する事業者に対して固定資産税の免除又は補助の措置を行う。 北海道においては、不動産取得税及び道固定資産税の課税免除	中富良野町：3 月議会に条例改正提案、引用法令改正 北海道：12 月に不動産取得税及び道固定資産税の課税免除に関する条例の改正
②中富良野町中小企業補償融資	保証付き融資の保証料補給及び利子補給を行う。	運用
③小規模事業者経営改善事業資金利子補給補助金	株式会社日本政策金融公庫の小規模事業者経営改善資金の融資を受けた者に対して利子補給を行う。	運用
④商工観光みらい応援事業補助金	商工業者が自発的に事業計画を構築し、自己責任において取り組む事業に対して、公募による支援事業を実施 ・補助率　2 分の 1 ・補助金限度額　個人　100 万円 団体　200 万円	運用
⑤産業担い手サポート事業補助金	農業・商工観光業の後継者や新規参入者などに産業担い手サポート事業補助金を交付する。	運用
⑥チャレンジショップ支援事業補助金	町市街地の 1 年以上利用されていない空き地及び空き店舗において起業する者に対しチャレンジショップ支援事業補助金を支給する。 ・補助率 2 分の 1 ・補助金限度額　200 万円	運用
⑦産業競争力強化法に基づく「創業支援計画」	地域で創業しようとする者に対して国の施策をより有効に活用できるように「創業支援事業計画」に基づき、中富良野町、商工会、旭川信用金庫の 3 社による創業支援を進めている。	運用

イ. 産業競争力強化法による創業支援等事業計画

中富良野町では、創業支援等事業計画に基づいて担当職員２名を配置し、各関係機関と連携しながら計画的に創業者に対し支援を行っています。創業支援等事業とその担当機関はつぎのとおりです。

支援事業		支援機関
１　相談窓口		
	・創業相談窓口の設置	中富良野町企画課
	・ワンストップ窓口の設置	中富良野町商工会
２　創業に必要な要素と各連携機関が担う役割		
	・ターゲット市場支援 ・ビジネスモデル構築支援 ・商品開発、サービス分析、販売方法、価格設定等の支援	中富良野町商工会
	・資金調達支援	旭川信用金庫 中富良野町企画課 中富良野町商工会
	・許認可、手続き支援	中富良野町企画課 中富良野町商工会
３　創業後支援		中富良野町商工会

（３）経営発達支援事業の目標

地域の現状と課題、小規模事業者に対する長期的な振興のあり方を踏まえ、事業を継続されるには、小規模事業者に対して、客観的なデータやビックデータを活用し、需要動向を分析し、更に中富良野町の強みである農業と観光の地域資源を生かし、市場環境をとらえた事業計画策定やＤＸの積極的推進により小規模事業者の力を引き出していきます。

【小規模事業者に対する目標】

目標①

事業計画策定・実行支援による小規模事業者の経営力向上・安定化（観光関連事業者・食品製造業者・売上向上により経営安定化が必要な既存事業者）

・事業計画策定事業者　5 年で 20 者のうち、対前年比売上 3%増加事業所数 15 者

目標②

顧客ニーズを捉え、新商品、新サービス、新メニューの開発及び販路開拓支援による新たな需要の開拓（観光関連事業者・食品製造業者・域内需要獲得により経営安定化が必要な既存事業者）

ア．ＩＴを活用した販路開拓支援

・売上３％増加事業所数　5 年で 20 者

イ．商談会及び物産展出展による売上 3%増加事業所数　5 年で 10 者

・物産展出展による売上額　10 万円/1 者あたり　5 年で 15 者

・商談会　商談成立件数　1 件/1 者あたり　5 年で 10 者

ウ．共同広告活用による販路開拓支援

・売上 3%増加事業所数　5 年で 10 者

目標③

小規模事業者の事業承継計画、創業計画の策定を支援し小規模事業者数維持を図る

・事業承継計画策定事業者数　5 年で 5 者

・創業計画策定者数　5 年で 5 者

【地域への裨益目標】

小規模事業者の経営安定化・維持発展により、地域の雇用の場や買い物環境維持を図り、中富良野町の人口減少や少子高齢化を和らげ、地域コミュニティの維持に繋げます。

また、飲食・宿泊・小売業や、地域資源を活用した商品を取り扱う製造業者など観光関連業種の商品・サービスのブラッシュアップ、需要開拓を支援することで、町の総合魅力度向上・魅力 PR・交流人口の増加などに繋げます。

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）経営発達支援事業の目標達成に向けた方針** 目標① 事業計画策定・実行支援による小規模事業者の経営力向上・安定化（観光関連事業者・食品製造業者・売上向上により経営安定化が必要な既存事業者） 小規模事業者を取り巻く環境変化に対応しながら売上・利益の向上を目指すには、小規模事業者自身が自社の置かれている状況の把握・分析に基づいた経営改善を行うことが重要であります。 そのため、新商品・新サービスの開発や販売促進、円滑な事業承継、売上の維持・拡大を図る小規模事業者を対象として積極的な巡回により表面的な経営課題のみならず、小規模事業者との対話と傾聴を通じて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、本質的な課題、ビジョンを可視化し、小規模事業者が真に納得して当事者意識を持ち、激変する外部環境に対し経営力を向上させ自走できるよう支援します。 地域経済及び海外観光需要などの経済動向分析、小規模事業者の経営分析、消費者の需要動向分析を基に実現可能な事業計画の策定、策定後の実施を支援し、その支援に際して状況に応じた支援の体制をつくり、小規模事業者への継続的なフォローアップを行うことで計画の実効性を高め、目標を達成します。 目標② 顧客ニーズを捉え、新商品、新サービス、新メニューの開発及び販路開拓支援による新たな需要の開拓（観光関連事業者・食品製造業者・域内需要獲得により経営安定化が必要な既存事業者） 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やサービスの開発・改良することが重要となります。 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うえでターゲットの設定、販売手法、コストや経営資源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、収益アップを図ります。 また、取り扱い商品・サービスの内容・性質や需要開拓先に応じてホームページ・ＥＣサイト・ＳＮＳ・ＰＲ動画などのＩＴの活用やマスメディアによるＰＲ、物産展・商談会への出展支援など、支援手法を使い分けることで支援事業者個々の売上最大化を図ります。

目標③

小規模事業者の事業承継計画、創業計画の策定を支援し小規模事業者数維持を図る

創業者に対して中富良野町企画課と連携し有利な施策、事業にあった立地などの情報を発信し新規創業者の掘り起こしを行います。商工会の役割で述べた通り、ワンストップ相談窓口、創業計画、国、道、町の施策の利用などを中心に支援し、また、創業後の継続的な支援により経営基盤の確立を目指した支援を行います。

事業承継についても、経営が安定している事業所で後継者が決まっている事業所に対しては、計画的で円滑な事業承継できるよう事業承継支援センター等と連携しながら承継計画作成の支援を行います。

また、後継者がいない事業所には、専門家を派遣しM＆Aによる承継などで事業の承継を支援します。

地域への裨益目標

・地域の雇用の場や買い物環境維持を図り、中富良野町の人口減少・少子高齢化を和らげ、地域コミュニティの維持を図る。

町民の生活や雇用の場を支える、生活関連産業の売上向上支援を通じて、経営基盤強化による経営の安定化・持続化を図ります。また、事業承継・創業一体となった支援を通じて、新陳代謝を促しながら地域の必要業種を守ることで、地域コミュニティの維持を図ります。

・観光関連業種の商品・サービスブラッシュアップ、需要開拓を支援することで、町の総合魅力度向上・魅力 PR・交流人口の増加を図る。

観光関連業種の取り扱う商品等のブラッシュアップならびに新商品等の開発、需要開拓支援による個社の認知度や魅力度の向上を通じて、外部に対する当町自体の魅力をより高めていきます。また、個者とあわせて地域の魅力を PR することで、これら商品等を求めて来町する観光客（交流人口）の増加を図ります。

Ⅰ.経営発達支援計画の内容

３．地域の経済動向調査に関すること

（１）現状と課題

［現状］ 第 2 期における地域の経済動向調査は、北海道商工会連合会の中小企業景況調査報告書、観光入込客調査について巡回訪問時等により情報提供しました。

しかしながら、コロナ禍でもあり全ての小規模事業者への提供とはならず補助金申請など事業計画策定事業者への提供に留まりました。

［課題］ 第 2 期では、補助金申請など支援案件が発生した時や、報告書の説明を聞いてくれる事業者のみに提供・活用した程度ですべての事業者に十分な情報提供とはならず、説明を聞いてくれた事業者も身近なデータではないため、あまり興味を示していない状況も見受けられて

いました。第2期目で提供したデータは、北海道全体（道内20商工会の調査データ）のものであり、事業計画を策定する際には身近な道北のデータや町内のデータも分析し、さらに国、北海道データと組み合わせた中での分析を実施し有効データであることを認識してもらい、まず興味を示していただく必要があります。

第3期では、国、北海道に加え道北、中富良野町のデータを活用し、分析を行い提供することで身近なデータとして興味をもってもらうとともに有効データであることを巡回訪問等により伝達しながら、活用を促進し外部環境と現状把握をしてもらいながら事業計画策定に繋がる情報の提供を行います。

（２）目標

	公表方法	現状	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
①地域の経済動向分析の公表回数	巡回 HP掲載	1回	1回	1回	1回	1回	1回
②景気動向分析の公表回数	巡回 HP掲載	1回	1回	1回	1回	1回	1回
②観光入込客分析の公表回数	巡回 HP掲載	1回	1回	1回	1回	1回	1回

※現状は過年度実績

（３）事業内容

① 地域の経済動向分析

小規模事業者に対して、国が提供する 「ＲＥＳＡＳ」（地域経済分析システム）を活用し、地域経済循環マップや産業構造などの小規模事業者を取り巻く外部環境の情報を分析し提供することにより、事業計画策定等の支援に繋げます。公表は年1回とします。

【調査手法】経営指導員を含めた職員が「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います。

【調査項目】

「地域経済循環マップ」→ 地域経済の循環を把握し、お金の流出入の状況等を分析します。

「産業構造マップ」　→ 中富良野町の経済を支えている主要産業等の状況を分析します。

② 景気動向分析の情報提供

道内の景気動向等について把握するため、北海道商工会連合会が行う「中小企業景況調査」、日本政策金融公庫旭川支店が発表している道北の小企業動向調査結果を地域における独自項目について分析し、年1回公表を行います。

【調査手法】北海道商工会連合会が行う「中小企業景況調査」と、日本政策金融公庫旭川支店が発表している「道北の小企業動向調査」を、北海道規模と道北地域の状況を調査・把握し調査します。

【調査項目】景気動向（業況、売上高、資金繰り、採算性）、設備投資　等

③観光入込客分析の情報提供

中富良野町で実施している観光客入込数調査、訪日外国人宿泊客数調査と同時に経営指導員が巡回して町内観光関連事業者の状況調査を実施し、入込数、属性（国、性別、旅行形態など）、ニーズの変化と地域経済への影響、観光関連事業者の変化への対応などの実態を調査・分析し、事業計画策定の資料とします。公表は年１回とします。

【調査手法】中富良野町が行う観光入込客数調査、外国人宿泊客数調査結果を行政機関等から入手し分析します。

【調査項目】入込数、属性（国、旅行形態など）、国別宿泊者数

（４）調査結果の活用

・調査した結果は商工会ホームページに掲載し、広く小規模事業者等に周知します。

・調査結果をホームページにて広く周知するだけでなく、経営指導員が巡回訪問において丁寧に説明し、対話する中で経営分析・事業計画策定に向けた外部環境把握のための有効資料として活用し、経営力の向上に役立てます。

４．需要動向調査に関すること

（１）現状と課題

［現状］　第２期においては、観光来訪者に対して飲食業満足度調査・宿泊業満足度調査を実施しましたが、コロナ禍においては行動制限の影響もあり観光客が激減した結果、満足なサンプル数を回収出来ず、分析および事業者へのフィードバックには至らず、サービスの改善に繋げるような支援を行うことが出来ませんでした。

また、新商品に関する調査もコロナ禍により行動制限され、展示会や商談会への出展支援も限られたものになりサンプル数が思ったように集まらず、商品の改善に繋げるような支援を行うことはできませんでした。

［課題］　第２期では観光客を対象にした調査、物産展や展示会・商談会で実施した調査ともにコロナ禍による行動制限で十分な回答数を集められなかったため効果的な調査とは言えず、事業計画策定やサービスの改善、商品開発・ブラッシュアップの材料には程遠い結果となりました。

第３期では、観光客の入込がコロナ以前に戻りつつあるため、改めて飲食業・宿泊業に対する観光客や消費者の満足度・ニーズ調査を実施いたします。なお、実施にあたっては、回収率が上がる手法を検討した中での調査実施を検討する必要性があります。

また、新商品開発等を行う小規模事業者をさらに掘り起し、物産展、展示会・商談会へ積極的な出展を行い、地域資源を活用した新商品等開発、既存商品等のブラッシュアップ支援に有効なデータが収集できるような需要動向調査とする必要があります。

（２）目標

	現状	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度
①飲食業・宿泊業地域需要動向調査対象事業者数	1 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
②物産展アンケート調査対象事業者数	2 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
③商談会アンケート調査対象事業者数	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者

※ 現状は過年度実績

（３）事業内容

① 飲食業・宿泊業地域需要動向調査

事業者が観光客等のニーズを把握するため、新サービス・新メニュー・既存サービス等に関するアンケート調査を実施し、調査結果を分析した上で事業者にフィードバックし、事業計画策定や既存サービス等ブラッシュアップ支援に繋げていきます。

【支援対象者】新サービス・新メニューの開発、既存サービスのブラッシュアップ等による売上拡大を図る意欲がある事業者（宿泊業・飲食業）

【調査方法】宿泊・飲食業者の施設内に中富良野町商工会宛てのアンケート調査を配置し、記入していただきます。

【サンプル数】20 名程度／1 事業者

【分析手法】調査結果は、経営指導員等が調査項目別にクロス集計し分析を行います。

【調査項目】下記項目を基本項目とし、調査対象となる商品・サービス等により調査項目を設定します。

①宿泊業・・回答者の属性、情報入手先、施設、部屋、価格等

②飲食業・・回答者の属性、量、価格、マナー等

② 物産展アンケート調査

物産展への出展支援の際、事業者が継続的かつ安定的な売上や利益を確保するためには、消費者の新規獲得を視野に入れた取組を支援していく必要があります。

そのためにも都市部で行われる物産展においてアンケート調査を実施し、消費者に対し市場の動向やニーズ調査を実施し、商品の改良に繋げ売れる商品づくりを支援していきます。

【支援対象者】事業計画を策定し地域資源を活用した商品を取扱っている事業者で物産展に出展する事業者（食品製造業）

【調査手法】当会職員が消費者に聞き取りの上、アンケート票へ記入します。

【サンプル数】１商品当り 20 件程度（一般消費者）

【分析手法】調査結果は、商品自体の課題等に整理し、専門家との連携により分析します。

【調査項目】属性（年齢・性別等）、価格、味、香り、見た目、サイズ、デザイン
パッケージ、どのような用途での使用か（お土産・贈答用・私用）等

【想定する商談会等】「なまらいいっしょ北海道」
主　　催：(一社)北海道移住交流促進協議会
開 催 地：東京都
開催時期：11 月上旬
出展者数：30 者
対　　象：小規模事業者
来場者数：約 6 万人
※出展者及び来場者数は 2024 年の実績数

③ 商談会アンケート調査

商談会への出展支援の際、事業者が継続的かつ安定的な売上や利益を確保するためには、取引先の新規獲得を視野に入れた取り組みを支援していく必要があります。

そのためにも都市部で行われる商談会においてアンケート調査を実施し、バイヤーに対し市場の動向やニーズ調査を実施し、商品の改良に繋げ売れる商品づくりを支援していきます。

【支援対象者】事業計画を策定し地域資源を活用した商品を取扱っている事業者で商談会に出展する事業者（食品製造業）

【調査手法】当会職員がバイヤー等に聞き取りの上、アンケート票へ記入します。

【サンプル数】１商品当り 20 件程度（バイヤー）

【分析手法】調査結果は、商品自体の課題や流通における課題等に整理し、専門家との連携により分析します。

【調査項目】属性（年齢・性別等）、価格、味、香り、見た目、サイズ、デザインパッケージ、どのような用途での使用か（お土産・贈答用・私用）等

【想定する商談会】「北の味覚、再発見！！」
主　　催：北海道商工会連合会
開 催 地：札幌市
開催時期：9～10 月頃
出展者数：50 社
対　　象：小規模事業者
来場バイヤー数：120 社（281 名）
※出展者及びバイヤー数は 2024 年の実績数

（4）調査結果の活用

地域需要動向調査については、既存商品・メニュー・サービスのブラッシュアップや新商品・メニュー・サービスの開発に係る基礎資料として活用するため、調査結果を経営指導員等が分析したうえで当該事業者にフィードバックし、事業計画策定に活用します。

物産展・商談会等に実施するアンケート調査については、地域資源を活用した新商品や既存商品についてバイヤー等の需要動向を把握することが可能となるため、調査結果を経営指導員等が分析したうえで、当該事業者へフィードバックし、商品改良や新たな商品開発等の事業計画策定に活用します。

５．経営状況分析に関すること

（１）現状と課題

［現状］ 第２期においては、巡回支援時の実態把握や決算指導における基礎資料からの分析、ネットｄｅ記帳、商工会クラウドなどの会計ツールにおける財務分析及び補助金申請時の確認など限定的場面の分析にとどまり、事業計画策定に活かしきれていない状況です。

［課題］ 第２期においては、補助金申請や各種施策活用時に事業者からの要請に応じた一過性かつ受動的な経営分析支援に留まってしまい、経営分析の重要性を浸透させることができませんでした。

今後は、エネルギー価格や物価の高騰をはじめとするさまざまな経営コスト上昇の影響など、劇的に変化する経営環境に対応していくため、事業者自身が自分ごととして自社の状況を分析・把握し、「気づき」と「腹落ち」を経て事業計画策定に繋げる必要があることから、第３期においては、これら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を認知していただくとともに、経営の本質的課題の把握に繋がるよう経営分析を実施する必要があります。

（２）目標

	現状	令和 ７年度	令和 ８年度	令和 ９年度	令和 10年度	令和 11年度
経営分析事業者数	５者	５者	５者	５者	５者	５者

※ 現状は過年度実績

（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ながら、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します。

販路拡大を図る観光関連業者や食品製造業者においては、創業・幼年期、成長期・成熟期の事業者が多いため、経営分析から着実に事業計画策定に繋げ、経営に関する基礎知識の習得と計画に基づいた需要開拓支援実行を意識づけ、成長・安定化の支援に結びつけます。

また、エネルギー価格等経営コスト高騰の影響で、経営環境が大きく変化してきていることから、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認識を促し、環境変化に応じた事業計画策定に繋げていきます。

【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
事業承継による事業継続を図る小規模事業者

【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、機会を整理します。

（内部環境）	（外部環境）
強み・弱み	機会・脅威
・商品、サービスの特徴	・商圏内人口、人流
・人材、組織	・競合
・IT の活用の状況　など	・業界動向　など

【分析手法】財務分析は、商工会クラウド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い、非財務分析は、SWOT 分析のフレームで整理し分析を行います。必要に応じ専門家とも連携し支援を行います。

（４）分析結果の活用

・経営分析により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繋げていきます。

・分析結果は、Shoko Biz（※）を活用しデータベース化のうえ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します。

（※）Shoko Biz：事業者支援情報をデータベース化し、分析・評価するためのクラウド型経営支援ツール

６．事業計画策定支援に関すること

（１）現状と課題

［現状］ 第２期では経営状況分析（財務分析、ヒアリングシート）の結果により、事業計画の策定を支援しています。当初、事業計画策定セミナーにより計画策定支援を行う予定でしたが、コロナ禍においては行動制限もあり、セミナー形式の開催を避け、個別相談会、専門家派遣による形態で実施しました。

その結果、事業計画策定により持続化補助金等の補助金申請や各種施策の活用などにも繋がり、５年間で計画策定事業者が増加しました。

また、創業計画についても、計画どおりに策定支援を実施し、観光関連業種を中心に円滑な創業に繋ぐことが出来ております。

しかしながら、事業承継については、現経営者が事業を承継する意思が固まっていない状態での相談が多く、診断シートの作成までにとどまり、計画の策定には繋がっていない現状です。

［課題］ 第２期では、当会の支援姿勢はコロナ禍の影響もあり補助金申請や、各種施策活用時の要請に応じた受動的な対応であったため、第３期においては、改めて小規模事業者の持続的な

経営基盤の強化に向けた事業計画策定の意義や重要性を訴求していく必要があります。

第2期実績を踏まえ、セミナーよりも個別相談会・専門家派遣形式による支援の方が事業者個々と「対話」と「傾聴」を図るうえで効果的と考え、第3期においては事業計画策定セミナーを実施しません。

また、観光関連業種を中心に、DX化の推進による業務の効率化・生産性の向上や、ITの有効活用による需要取り込みに積極的に取り組んでいく必要があると考えますので、事業計画策定の前段階でDX個別相談会を実施します。

（2）支援に対する考え方

＜「ＤＸ相談会の開催」について＞

観光関連業者において、当町に訪れる、インバウンドを含む年間100万人を超える観光需要を効果的に取り込むためには、IT化・DX化による業務の効率化が必要不可欠です。

また、サービス業をはじめとした他業種においても、人口減少に伴う労働力減少等により生産性向上の取り組みが必須です。

よって、DX化を見据えた事業計画の策定・実行を図るため、計画策定の前段階で機運醸成を図るべく、DXに向けた相談会を行います。

内容としては、DX総論のほか、DX化への入口として、現在存在するITツールやデジタル技術の概要、またIT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・強化を目指します。

＜事業計画策定について＞

事業計画を策定することは事業者の経営の持続的発展に繋がっていくことから、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します。

また、経営分析を行った事業者に対しては分析データを提示しながら「対話」と「傾聴」を重ね、経営分析により抽出された本質的課題のうち、優先課題の設定や、課題解決策を事業計画に落とし込むにあたっての適切な意思決定をサポートしながら事業計画策定を支援し、事業者を自走化に導きます。

支援手法については、「対話」と「傾聴」を重視する観点から、集団指導よりも個別相談会や専門家派遣の方がより効果的であると考え、第2期同様に第3期においても個別相談により計画策定支援を行います。

なお、事業計画策定目標については、経営分析を行った事業者の8割程度の事業計画策定を目指します。

＜事業承継計画策定について＞

事業承継策定支援については、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の収集をし、対象者を掘り起こします。

収集した情報を整理し、定期的な巡回訪問により提示しながら「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実施します。

事業承継に前向きな事業者については、専門家を派遣し個別相談会を実施し事業承継計画策定および、事業承継が円滑に進むよう支援します。

なお、M&Aなど第３者承継が必要とされる場合、日本政策金融公庫や北海道事業承継・引継ぎ支援センターなど関係機関と連携し、マッチング支援を行います。

＜創業計画策定について＞

事業者の高齢化に伴う廃業が予想される中、小規模事業者の減少を抑え地域経済の維持・発展を実現させるため、事業承継同様、創業も必要不可欠であります。

そのため、町に問合せに来る創業希望者・予定者の情報を即座に共有できるよう連携体制を構築し円滑な支援に繋げるほか、情報発信についても町と連携し、魅力を効果的に発信することで創業希望者の掘り起こしを行います。

創業希望のあった事業者に対しては個別相談会を開催し創業計画の策定を支援します。

また、創業にあたり中富良野町の開業支援事業など各種支援メニューの活用に繋げ、資金繰りに関する不安・課題を解消しながら円滑な創業となるよう支援します。

（３）目標

	現状	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度
①DX 推進相談会	－	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②事業計画策定事業者数	3 者	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者
③事業承継計画策定事業者数	－	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
④創業計画策定数	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者

※ 現状は、過年度平均実績

（４）事業内容

①「DX 推進相談会」の開催

DX の活用に向けた基礎知識の習得並びに、WEB サイト等 IT ツールの導入・活用による売上増加を図るため、セミナー・個別相談会を開催します。

【支援対象】・経営分析を実施し事業計画策定に意欲のある事業者

・DX に関心がある事業者

【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します。

【回　　数】年 1 回

【参加者数】5 者／年

【講　　師】DX の専門的知識がある IT 専門家、中小企業診断士等

【支援手法】DX に関する基礎知識の習得と DX に関する意識づけを向上させるため DX 推進セミナーを開催する。受講した事業者の中で取り組み意欲の高い事業者に対しては、専門家を派遣してより踏み込んだ具体的な支援へと繋げていきます。

【カリキュラム】・DX とは

・クラウドサービス、AI 等による具体的な活用事例

・SNS を活用した情報発信方法

・EC サイトの利用方法等

・電子決済の導入、活用等

②事業計画策定支援（個別相談会、専門家派遣）

【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します。

【回　　数】1回／年

【参加者数】5者／年

【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きます。

③事業承継計画策定支援（個別相談会、専門家派遣）

【支援対象】事業承継を希望する事業者、または承継準備を必要とする事業者

【募集方法】案内文書の送付、商工会ホームページや、事業承継状況ヒアリング結果を基に経営指導員等が巡回時に提案します。

【回　　数】1回／年

【参加者数】2者／年

【招聘する専門家】税理士、中小企業診断士、北海道事業承継・引継支援センター等

【支援手法】経営指導員等が巡回訪問により、小規模事業者へ後継者の有無等をヒアリングし、個別相談会への参加を促進し、事業承継計画の策定を支援します。

後継者がいる場合には、個別相談会において中小企業診断士等の専門家から事業承継計画策定について説明し、相談会開催後も継続して経営指導員と専門家が課題解決のため連携し、確実に事業承継計画の策定に繋げます。

また、事業承継の意志を示しているものの後継者不在の事業者に対しては、経営状況や当該地域における事業継続の見通しなどを分析するとともに、第三者承継も視野に入れ、北海道事業承継・引継ぎ支援センター等と連携し、円滑な事業承継が行えるよ

う計画策定まで支援します。

④創業計画策定支援（個別相談会）

【支援対象】町内外の創業予定者、創業間もない小規模事業者

【募集方法】案内文書の送付、商工会ホームページや町と連携した情報収集・周知、経営指導員等が巡回時に提案する。

【回　　数】1回／年

【参加者数】2者／年

【招聘する専門家】日本政策金融公庫、中小企業診断士等

【支援手法】創業に至るまでに必要な準備や創業計画策定のポイント、創業融資、創業補助金などの制度説明を行うことで、創業予定者の計画作成に必要な知識の習得を図る。

また、創業に向けた課題や事業内容が明確になるよう、相談支援を行い、創業計画の作成とフォローアップを行います。

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

［現状］　第２期では、巡回訪問により事業計画の進捗状況および計画実施上課題の確認・情報共有を行い、新たな課題が見つかった時や、計画の見直しが必要な場合には、適宜専門家派遣を行って問題解決をするなどのフォローアップを進めてきました。

しかしながら、積極的な事業者に対しては定期的なフォローアップを実施しましたが、事業計画策定後に相談に来ない事業者に対しては定期的なフォローアップはできていないのが現状であります。

［課題］　フォローアップの方法については、不定期で回数も少なかったため、第３期においては、事業計画を策定した全ての事業者を対象に巡回支援頻度を設定し、定期的なフォローアップを行います。

また、事業承継や創業者については、不確定要素により承継スケジュールのズレや、創業計画と実態のズレが生じやすく不安定であるため、訪問回数を増やし対応するよう改善して実施する必要があります。

（２）支援に対する考え方

支援にあたっては、「組織内外のしがらみや事業者の心理的障壁を捉えた課題解決策の実行」、「現場レベルに即した取組みに落とし込むことで従業員を含め組織的に当事者意識を持った課題解決」、「課題解決のための知見・経験の獲得」を意識した伴走型支援（「対話」と「傾聴」）により事業者の意識変革を促し、自走化による計画の実行を図ります。

事業計画策定を行った全ての事業者に対して、四半期に１回の巡回訪問を基本とし、事業計画と照らし合わせながら進捗状況の確認を行います。

事業承継計画策定を行った全ての事業者、創業計画策定者に対して、２ヶ月に一度（年６回）の

巡回訪問を基本とし、計画と照らし合わせながら進捗状況の確認を行います。

事業承継や創業者については、不確定要素により承継スケジュールのズレや、創業計画と実態のズレが生じやすく不安定であるため、フォロー頻度を高めに設定します。

立案した事業計画どおりに進むことが望ましいですが、社会環境の変化など対外的要因や思わぬ経営資源の喪失により必ずと言っていいほど計画とズレが生じます。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、計画の修正・変更をフォローアップする必要があります。

（３）目標

	現状	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度
①事業計画策定後の フォローアップ事業者数	3 者	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者
頻度(延回数)	10 回	16 回	16 回	16 回	16 回	16 回
売上増加率 3%以上増加の 事業者数	2 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
②事業承継計画策定後の フォローアップ事業者数	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
頻度(延回数)	4 回	6 回	6 回	6 回	6 回	6 回
③創業計画策定後の フォローアップ事業者数	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
頻度(延回数)	4 回	6 回	6 回	6 回	6 回	6 回

※ 現状は過年度実績

（４）事業内容

①事業計画策定後の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、四半期に一度（年 4 回）の頻度で、経営指導員等が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います。

②事業承継計画策定後の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 か月に一度（年 6 回）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します。

③創業計画策定後のフォローアップ支援

創業については、事業が安定するまでには時間がかかることから 重点的な支援を心掛け 2 ヶ月に一度（年 6 回）の頻度で巡回訪問し、計画通りに売上が増加しているか、創業後に何か問題が生じていないかなど事業の進捗状況を適宜把握します。

≪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います。

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

［現状］ 第２期においては、コロナ禍による行動制限で商談会・物産展出展が計画通りできなかった年度もありましたが、令和５年度以降は当初の計画どおり事業を実施し、出展支援した食品製造業者に対して一定の成果に繋げることが出来ました。

また、当初計画はしておりませんでしたが、コロナ禍で非接触・非対面方式の販売・購入手法がトレンドになったことを受け、ＥＣサイトを利用した取り組みを支援したことで、新たな需要開拓に繋げることができました。

加えて、閑散期（冬季）に地域外の新たな需要開拓に繋がるよう、観光需要獲得を図る宿泊業・小売業・飲食業者などの PR 動画を作成し、Youtube に動画を公開したところ、新型コロナウイルス感染症の影響を受けつつも地域内外からの反響は大きく、予約・売上の増加など新たな需要開拓に繋げることができました。

さらに、地域内外の需要獲得を図るため、フリーペーパー「JP01」、「ふりっぱー」へ共同広告掲載支援を実施し、ふるさと納税返戻品取り扱い事業者の売上増加に繋がりました。

当町は、域内需要の縮小や消費購買力の流出が顕著でもありますが、観光需要の効果は大きく、観光需要開拓には IT ツールの活用が効果的と考えます。しかし、高齢化や知識不足等の理由から、未だに IT ツールを活用していない事業者が多い現状であります。

［課題］ 第３期においては、効果があった物産展・商談会出展支援や、共同広告掲載支援、動画活用によるプロモーション支援を継続実施いたします。

また、コロナ禍を機にインターネットショッピングが主流になりつつあることを受け、自社ホームページや EC サイトの作成支援をはじめ、ホームページ作成・管理が困難な事業所に対しては、フェイスブック、インスタグラム等を活用した SNS による情報発信を支援し、IT を活用した販売促進に関する取組を支援していく必要があります。

この取り組みにより、商圏に制限の無い販売方法や新たな広報の手法を習得することが可能となり、売上や顧客数の拡大および販売における業務効率化が図られます。

（２）支援に対する考え方

＜ＩＴを活用した販路開拓支援（BtoC）について＞

IT を活用した新たな販路開拓支援については、DX の推進が必要不可欠なため、事業計画策定の前段として DX 相談会を開催し、理解度を深め自社ホームページ等の作成支援及び動画作成支援を実施します。

また 2 期目において実施した PR 動画作成事業について、地域内外より反響が大きかったため、3 期目においても、事業計画策定事業者のうち動画媒体による PR が効果的と見込まれる事業者に対して PR 動画作成支援を行います。

なお、2 期目においては、コロナ禍ピーク時に動画作成をした事業者が多く、現在では公開情報と実態の乖離もあるためポストコロナ時代を見据えた更なる需要取り込みのため、過年度支援事業者の動画更新作成についても支援します。

しかしながら、ホームページや EC サイト、動画単体では売上と利益向上には直接繋がりにくいため、業種や取り扱い商品・サービス等に応じて SNS を交えつつ、各 WEB 媒体を連動させた効果的な情報発信手法を支援することで、販売促進効果を最大化します。

また、これら小規模事業者のＩＴ活用を促進することで、DX 化への機運醸成を図ります。

なお、高度な案件については、ＩＴ専門家等と連携を図りながら支援を行います。

＜物産展・商談会等への参加支援（BtoB）（BtoC）について＞

新商品、新サービス、既存商品のブラッシュアップのため、都市部へ販路開拓を目指す小規模事業者（食品製造業者等）に対し、物産展及び商談会出展支援を実施します。

物産展への出展支援については、経営指導員等や状況に応じて専門家と連携して事前・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、来場者または一般消費者を対象に需要動向調査を実施するなど、きめ細かに支援します。

商談会出展支援については、物産展への出展支援同様状況に応じて専門家と連携して事前・事後のバイヤー等への応対方法や、自社や自社商品のＰＲ資料の作成支援、出展時にはバイヤーに対する需要動向調査も併せてきめ細かに支援します。

＜共同広告・パンフレットの作成による販路開拓支援＞（BtoC）

事業計画を策定している飲食業者、食料品製造業者、宿泊業者について、北海道内の雑誌やフリーペーパーに共同で広告を掲載し新たな需要を開拓します。

また、特産品等製造業者、小売業者、飲食業者等を中心に、町内や周辺地域、観光客の需要取り込みを目指す小規模事業者を掲載した共同チラシ・パンフレットを作成します。

作成した広報物については、町内の新聞の折り込みや、交流人口の多い観光施設、ペンション・ホテルなど宿泊施設へ設置します。

（３）目標

	現状	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度
①-1 IT を活用した販路開拓 （ＥＣサイト利用、ホームページ等作成事業者数）	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
売上増加率/者	3%	3%	3%	3%	3%	3%
①-2 IT を活用した販路開拓 （動画作成事業者数）	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
売上増加率/者	3%	3%	3%	3%	3%	3%
②-1 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	7 万円	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円
②-2 商談会参加事業者数	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
成約件数/者	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
③共同広告等活用による販路開拓事業者数	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
売上増加率/者	2%	3%	3%	3%	3%	3%

※ 現状は、過年度による実績
※ 過年度の事業計画策定事業者を含む

（４）事業内容

① IT を活用した新たな販路開拓支援（BtoC）

【支援対象者】・事業計画を策定し HP や SNS 等を活用した販路開拓支援が必要な小規模事業者
・地域外への販路開拓に意欲的な特産品等製造小売業者、飲食業者他

【支 援 内 容】情報発信や地域資源の消費拡大を図るため、自社ホームページの作成及び各種 WEB 媒体を有効に活用した販売促進を支援し売上の増加を図ります。
必要に応じて IT コーディネータ等の外部専門家と連携し、さらなる IT に関する知識の習得と SNS との連携による売上向上に向けた支援を行います。
詳細については、以下のとおり。

①-1 ホームページ・EC サイト作成および SNS 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㈱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㈱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します。
・ホームページと合わせフェイスブック、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します。
・カラーミーショップにてネットショップを開設した事業者について、北海道商工会連合会が運営する、カラーミーショップ事業者集約サイト「北の逸品デジマルシェ」へ掲載勧奨します。

・WEB 媒体による販売環境の構築については、「飲食業は HP と SNS」、「小売業は EC サイト構築と SNS」と業種による需要取り込みが有効的な方法で販路開拓支援を実施します。

①-2 動画作成による販促活動支援

・上記①-1 によりホームページ、EC サイトや SNS 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を対象に PR 動画を作成のうえ Youtube 等に公開し、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ます。

②-1 物産展出展支援（BtoC）

【支援対象者】事業計画を策定し、新商品・新サービス・既存商品のブラッシュアップを行い、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

【想定される展示会等】①名　　称：「にぎわい市場さっぽろ」（BtoC）
主　　催：にぎわい市場さっぽろ実行委員会
開催時期：11 月中旬
開催場所：札幌市 アクセスサッポロ
出展者数：約 90 者
来 場 数：約 6 万人

②名　　称：「なまらいいっしょ北海道」（BtoC）
主　　催：(一社)北海道移住交流促進協議会
開催時期：11 月上旬
開催場所：東京都
出展者数：約 30 者
来 場 数：約 6 万人

②-2 商談会等への参加支援（BtoB）

【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：効果的なブースレイアウト・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

【想定される展示会等】①名　　称：「北の味覚、再発見！！」
主　　催：北海道商工会連合会
開催時期：10 月下旬
出展者数：39 者
来場バイヤー数：88 社 179 名

②名　　称：「インフォメーションバザール」(BtoB)
主　　催：北洋銀行
開催時期：9 月中旬
開催場所：東京都
出展者数：約 150 者
来 場 数：約 3000 千人

③名　　称：「スーパーマーケットトレードショー(BtoB)」
主　　催：(一社)全国スーパーマーケット協会
開催時期：2 月中旬
開催場所：幕張メッセ
出展者数：約 2200 者
来 場 数：約 7.5 万人

③共同広告・パンフレットの作成による販路開拓支援（BtoC）

【支援対象者】事業計画を策定し地域内外から需要の取り込みを目指す特産品等製造業者、小売業者、飲食業者他

【支 援 内 容】上記事業者に対し商品・サービスを広く情報発信するために雑誌・フリーペーパーなどへの共同広告・共同パンフレットを作成し、当町や周辺地域に配布することで新規顧客獲得を図ります。

作成した広報物については、町内の新聞の折り込みや、交流人口の多い観光施設、ペンション・ホテルなど宿泊施設へ設置します。

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

【現状】経営発達支援事業のＰＤＣＡサイクルの仕組みを確立のするため、職員会議で事業の評価、問題点等を検証し、町及び金融機関、商工会で構成する評価会議を開催しています。

【課題】評価会議では、実施したことの評価に終始する傾向にあり、第三者目線での支援策等の意見が乏しい傾向にありました。

（２）事業内容

毎年度、本計画に記載した事業の実施及び成果については、事業の進捗状況や事業の実施が計画どおり行われていたのかについて下記のとおり見直しを行い実施します。

①事務局内会議で、事業の実施状況、計画に沿った内容かを検討し、問題点の改善を行います。

②事業の計画・実施・評価・改善については、商工会正副会長と町企画課・旭川信用金庫中富良野支店の有識者と法定経営指導員を加えて従来実施していた評価会議を支援委員会とし支援に重きを置いた委員会に発展させ開催します。(年１回)

③評価会議で示された事業成果の評価見直し案を理事会で審議して評価･見直し案を決定して理事会で報告、承認を受けます。

④行政の意見も反映され、評価・見直しができるような環境にします。

⑤事業の計画・成果・評価・見直しの結果を中富良野町商工会のホームページ
(http s://r.goope.jp/nakashokokai/) で計画期間中公表します。

１０．経営指導員等の資質向上等に関すること

（1）現状と課題

［現状］ 第２期においては、北海道商工会連合会や内部組織である上川管内商工会職員協議会が実施する各種研修会や中小企業基盤整備機構の研修会に参加し、職員のスキルアップを図っています。

［課題］ 研修会の参加や業務を通じて得た支援ノウハウの共有が出来ていないため、第３期においては、データベースの活用やミーティングの実施などにより職員間での効果的な共有に取り組み、組織としての支援力の向上が必要であります。

また、当町において支援ニーズの多い IT 活用・DX 化に対応するため、DX 支援能力や、「対話」と「傾聴」により事業者の潜在力を引き出し自走化促進のために、対話能力向上を図る必要があります。

（2）事業内容

① 外部機関が実施する研修会等への積極的参加

【事業承継セミナー、地域資源活用セミナー等】

事業承継や地域資源を活用した特産品開発など、今後必要とされる支援能力について中小企業基盤整備機構が開催する「中小企業支援担当者等研修」等に積極的に職員を派遣します。

【DX 推進に向けた研修・セミナー】

当町は消費購買力の流出や、ネット通販の台頭など、域内需要は縮小の一途をたどっている。今後は、生産性向上による競争力強化や IT による情報発信・ネット販売など、DX 推進への取り組みが急務である。そこで、経営指導員等の IT スキルを向上させ、ニーズに沿った相談・指導を可能にするため、DX に関するセミナーに積極的に参加し支援能力の向上を図ります。

＜想定されるカリキュラム＞

・クラウド会計ソフト、電子マネー商取引システム等の IT ツール等

・ホームページ等を活用したＰＲ・情報発信方法、SNS を活用した広報等

【コミュニケーション能力向上セミナー】

対話力向上などのコミュニケーション能力を高める研修に参加することにより、支援の基本姿勢である「対話と傾聴」の習得・向上を図り、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繋げるため、積極的に職員を派遣します。

② 職員間の定期ミーティングの開催（月１回）

定期的なミーティングにおいて、職員それぞれが支援状況の報告をし、経験豊富な経営指導員からそれぞれの支援に対する評価や今後の進め方についてアドバイスをすることで、支援能力の向上が図られます。

また、全職員が同じ目標に向かっているという意思統一にもつながるため、月１回全職員参加のミーティングを行います。

③ 支援情報のデータベース化

経営支援を行ったそれぞれの担当者が「Shoko Biz」へデータ入力を適時・適切に行い、支援状況の共有を図る。それにより、今後の支援の方向性や実施すべき具体的な支援についても共有することができ、担当外の職員であってもスピード感をもって対応することが可能となる。また、支援ノウハウを蓄積することで、職員個々のレベルアップを図ることができます。

１１．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］ 第２期においては、他の支援機関との連携を通じて支援ノウハウ等の情報交換を円滑に行うことができました。

［課題］ 第２期については、北海道商工会連合会や日本政策金融公庫旭川支店との情報交換は十分に出来たため、第３期においても引続き実施します。また、第３期では町との連携を保ち情報交換を勧めます。

（２）事業内容

① 広域連携協議会　経営支援会議への出席（年１回）

隣接市町村である上富良野町との「上富良野町・中富良野町商工会広域連携協議会」の経営支援会議において、地域の観光や経済状況・地域支援の情報交換・支援の事例や協議会による共通の課題について情報交換を行い、支援ノウハウの向上に努めることで、小規模事業者への支援に繋げます。

② 上川管内商工会職員会議への出席（随時）

上川管内商工会職員協議会が開催する経営支援に伴う各種研修会や会議において地域動向や経済動向等を把握するとともに、小規模事業者支援策の情報収集、支援ノウハウ等の情報交換や支援事例の共有を行い、支援ノウハウの一層の向上に努め、小規模事業者への支援に繋げる。ま

た、当会職員にフィードバックし職員全体の支援能力向上を図ります。

③ 金融機関との支援ノウハウの情報交換（年１回）

小規模事業者への金融支援に資するため、日本政策金融公庫開催による小規模事業者経営改善資金貸付推薦団体連絡協議会において、地域経済の動向・資金需要の動向・金融支援及び手法について情報交換を行ことにより、小規模事業者に対する支援へ繋げます。

１２．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

【現状】中富良野町、（一社）なかふらの観光協会、ＪＡふらの中富良野支所、中富良野町商工会で「なかふらのまちづくり推進協議会」を設置し、観光・特産品・移住定住について検討していますが、コロナ禍以降、協議会を開催できないでいました。

【課題】「なかふらのまちづくり推進協議会」を開催できていないため、施策に反映することが出来ていません。令和５年には町 100％出資による「ナカフまちづくり株式会社」が設立されるなど環境が変化しており組織の再編が課題となっています。

（２）事業内容

第３期では、中富良野町、（一社）なかふらの観光協会、ＪＡふらの中富良野支所、商工会で立ち上げた「なかふらのまちづくり推進協議会」を再編し実施して、地域資源を生かした新商品、新サービスの開発を目指します。

①「なかふらのまちづくり推進協議会」の開催（年１回）

中富良野町、中富良野町商工会、一般社団法人なかふらの観光協会、ＪＡふらの中富良野支所による「なかふらのまちづくり協議会」を開催することにより、地域振興、観光振興等の意識の共有化を図り、効果的な地域経済の活性化を推進していきます。

６次産業化や異業種連携による商品開発を行うことで、交流人口の増加や地域活性化が図れるため、関係機関と積極的な情報交換を行い開発に向けた取り組みを推進していきます。

② 観光イベント等の参画

(一社)なかふらの観光協会で実施される「ラベンダーまつり」や「なかふらの酒造振興会」(町、商工会、JA ふらので構成)で行われる「地酒まつり」等のイベントを通し、「新たな活力を生み出すとともに、多くの人々が訪れ、また来てみたい、住んでみたいと思うまちづくり」を目指します。

③ プレミアム商品券発行事業による地域活性化

地域消費活動の活性化の起爆剤として位置づけ、中富良野町の支援により実施します。

本事業の効果を最大限に活用するため、プレミアム分となる金額が最大限に地域消費の増加となるよう取り組み、村外に流出する消費を町内に循環させるとともに、地域住民と消費活動の関係を構築し、持続的な地域消費の確立を図ります。

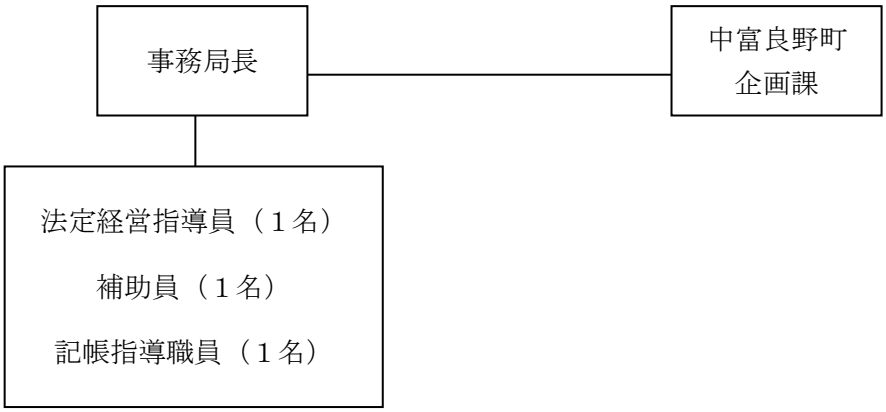
（別表２）

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６年１２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当該経営指導員の氏名、連絡先

■氏　名：　打 越 和 哉

■連絡先：　中富良野町商工会　　ＴＥＬ　　0167-44-2606

②当該経営指導員による情報の提供及び助言（手段、頻度　等）

経営発達支援事業の実施・実施に係る指導助言、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／商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会／商工会議所

〒071-0752　　北海道空知郡中富良野町本町９番１号

中富良野町商工会

TEL：　0167-44-2606　　/　FAX　0167-44-2021　　／E-mail：　nakasyo@rose.ocn.ne.jp

②関係市町村

〒071-0795　　北海道空知郡中富良野町本町９番１号

中富良野町企画課

TEL：　0167-44-2123　　/　FAX　0167-44-2401　　／E-mail：　kikaku@nakafurano.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		4,500	4,500	4,500	4,500	4,500
	地域経済動向調査	50	50	50	50	50
	需要動向調査	50	50	50	50	50
	経営状況の分析	50	50	50	50	50
	事業計画策定支援	100	100	100	100	100
	事業計画策定後支援	100	100	100	100	100
	新たな需要の開拓支援	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000
	事業評価の見直し	30	30	30	30	30
	経営指導員等の資質向上	20	20	20	20	20
	地域活性化の取組み	100	100	100	100	100

（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、手数料収入、国補助金、北海道補助金、中富良野町補助金　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