

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	南富良野町商工会（法人番号 3450005002142） 南富良野町（地方公共団体コード 014621）
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	<p>1. 地域への裨益目標</p> <p>①既存事業者の経営基盤強化により事業継続と雇用の維持・創出</p> <p>②小規模事業者による魅力ある商品やサービスの創出</p> <p>③特産品開発による交流人口増加</p> <p>2. 小規模事業者の目標</p> <p>①事業計画策定による売上・利益率向上</p> <p>②新規創業・事業承継支援強化による商工業者減少の抑制</p> <p>③地域資源・観光資源を活用した新商品開発・販路開拓支援</p>
事業内容	<p>3. 地域経済動向調査に関すること</p> <p>①独自の地域経済動向調査の実施 等</p> <p>4. 需要動向調査に関すること</p> <p>①地域需要動向調査 等</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること</p> <p>①経営分析を行う事業者の発掘 等</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること</p> <p>①「DX推進セミナー開催・IT専門家派遣」の開催 等</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</p> <p>①事業計画策定事業者に対するフォローアップ 等</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</p> <p>①物産展等による新たな需要開拓のための出展支援【BtoC】 等</p> <p>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</p> <p>①事務局内部での事業の確認検証 等</p> <p>10. 経営指導員等の資質向上等に関すること</p> <p>①外部講習会等の積極的活用 等</p> <p>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</p> <p>①金融機関との連携 等</p> <p>12. 地域経済の活性化に資する取組に関すること</p> <p>①南ふらの地域活性化協議会（仮称）の開催（年1回） 等</p>
連絡先	<p>南富良野町商工会</p> <p>〒079-2401 北海道空知郡南富良野町字幾寅市街地</p> <p>T E L 0167-52-2605 F A X 0167-52-2205</p> <p>E-mail nanpusyo@rose.ocn.ne.jp</p> <p>南富良野町</p> <p>〒079-2402 北海道空知郡南富良野町字幾寅867番地</p> <p>T E L 0167-52-2112 F A X 0167-52-2225</p> <p>E-mail kikaku@town.minamifurano.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期目の取組みにおける総括】

1期目の具体的な目標

平成28年に発生した台風10号による災害からの復旧と小規模事業者の自立化支援による早期復興

- ①経済の中心である「幾寅地区」や「落合地区」の復旧と復興を支援
- ②小規模事業者の販売機会創出による販路の拡大
- ③「南富良野町」の再興に向けた地域資源活用による地域経済の活性化

1期目（平成29年4月1日から令和4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、1年目は各関係機関と連携し、持続化補助金やものづくり補助金の活用や、融資の斡旋など災害からの復旧と復興を中心とした支援事業を実施しました。2年目以降も引き続き小規模事業者の活性化や南富良野町の再興に向け、事業計画の策定や商談会への出展など様々な支援策を実施し、効果のあった5年間でした。

上記の具体的な目標に対する取組みと評価については以下の通りです。

①経済の中心である「幾寅地区」や「落合地区」の復旧と復興を支援

1年目は水害により被害を受けた小規模事業者を中心に、事業計画策定セミナーを開催し、持続化補助金やものづくり補助金を通じて事業計画の策定を行いました。事業計画を策定した事業者のうち、売上の増加に繋がった事業者は9事業者で、販路開拓に繋がった事業者は2事業者でした。

2年目以降は、被害を受け事業計画を策定した事業者に対し、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いました。

その結果、新たな取り組みを展開するための補助事業や、脆弱な財務体質を見直し強靱化を図る事業計画など、持続的な経営を目指す計画策定の推進に繋げることができました。

②小規模事業者の販売機会創出による販路の拡大

災害復興後、事業の持続的発展に向け、地域資源を活用した特産品（鹿肉加工品やミニトマト等の食品）の販路拡大を図るため、道内外の商談会・物産展への出展支援を実施しました。

東京や大阪など都市圏への販路開拓や、安価な海外品との差別化と価格競争からの脱却化を図るため、適正価格で購入できる新規顧客層の獲得など、事業者の想定するターゲットに向けた販路拡大に繋げることができました。

③「南富良野町」の再興に向けた地域資源活用による地域経済の活性化

地域資源を活用した商品を製造・販売している事業者に対し、新商品の開発や商談会への出展を促し南富良野町のPRを行いました。南富良野町の地域資源であるエゾ鹿肉は関西圏にはあまり流通しておらず、エゾシカコロッケなどの新商品を開発し、商談会等においてPRを行いました。また、ミニトマトを栽培している事業者はミニトマトジュースを製造・販売しており、ミニトマトのドライトマトやオリーブオイル漬け等を新規開発し、PRを行い南富良野町の活性化に繋がる支援を行いました。

1. 経営発達支援事業の目標

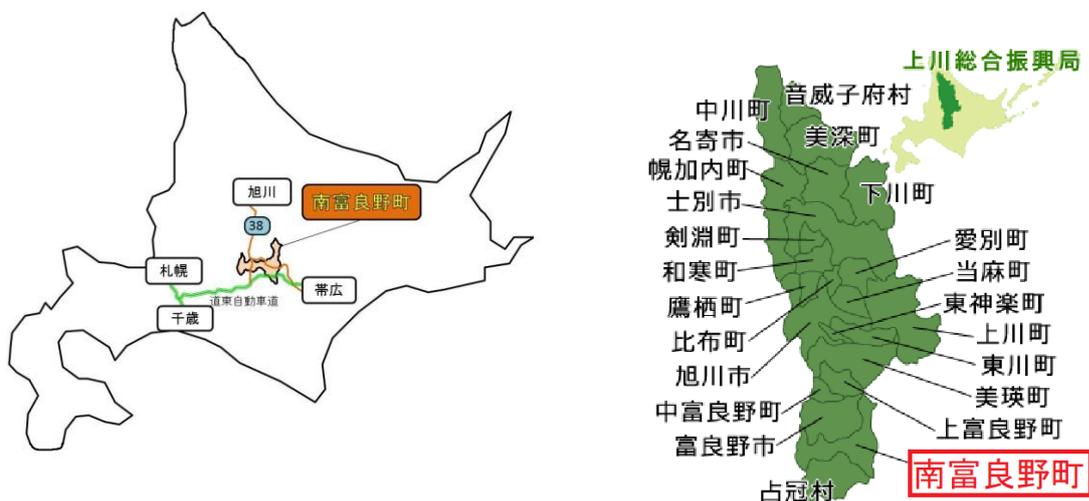
(1) 地域の現状及び課題

①立地

南富良野町は、北海道のほぼ中央に属し、東経142度35分・北緯43度10分に位置しております。面積は666,52km²で東西43.3km、南北45.9kmにわたり、東西に貫流する空知川にそって6つの集落から形成されており、国道38号線沿いには、経済の中心地である幾寅地区があります。

四方は山並に囲まれ、総面積の約90%が自然のままの豊かな森林で占められており、北は富良野市、東は新得町、南は占冠村、西は夕張市に隣接し、町のほぼ中央部には金山ダムによってできた人造湖「かなやま湖」があります。南富良野町は北海道のほぼ中央に位置している為、交通の便が良く、帯広市まで約78km（車で約90分）、隣接している富良野市までは約40km、（車で約50分）で行くことができます。

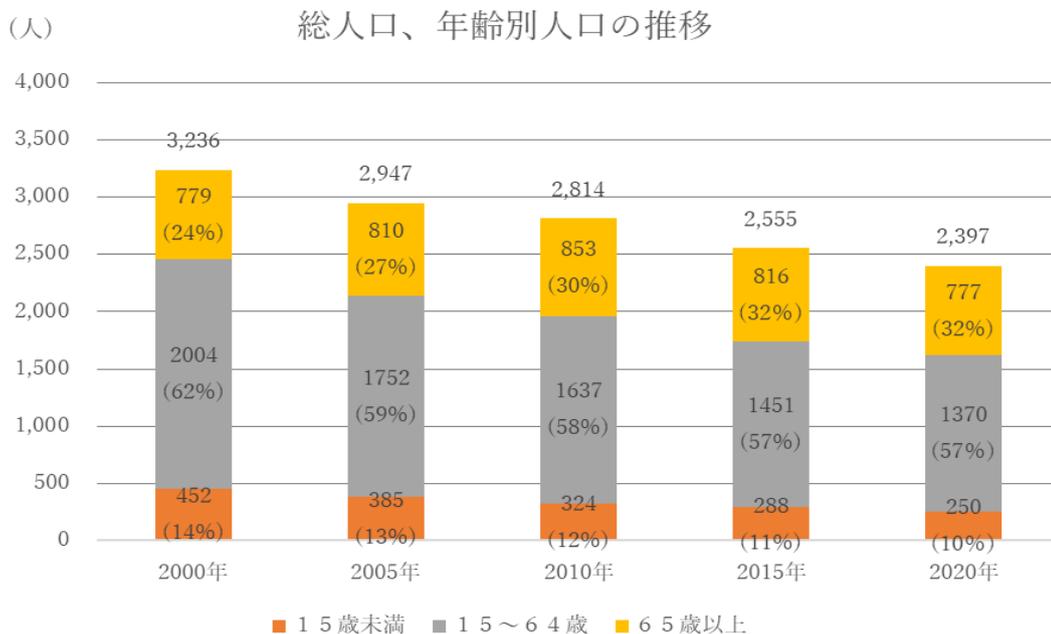
また、両市には大型店などの商業施設が立地されていることから、購買力の町外流出が課題となっています。



②人口動態

人口は昭和40年の11,029人をピークに減少を続けており、平成17年には3,000人を下回り令和3年7月現在では2,364人で、最盛期の4分の1まで減少しております。年齢別の人口においても平成22年に65歳以上の構成比率が30%を超え、高齢者人口が増えています。また、世帯数については昭和63年頃には減少傾向にあったが、平成になっては減少率も落ち着きを見せ、平成16年以降の世帯数は約1,400世帯を維持しています。

年代別の人口においても年少人口（15歳未満）と生産年齢人口（15～64歳）が減少傾向にある一方で老年人口（65歳以上）はほぼ横ばいで推移しているため「少子高齢化の進展が予想されます。



経済センサスより
2020年については未公表のため住民基本台帳より

③地域産業

A) 農業

南富良野町の基幹産業である農業は、作付面積の合計が2,449haで、飼料作物が約39%を占めています。人参などの野菜類が約26%で麦類が約9%、馬鈴薯が約8%です。最近の傾向としては、飼料作物の栽培が減少傾向にあり、代わりに地力保全作物等の作付けや食生活を反映した小麦・そばの作付けが増加傾向にあります。総生産額は平成2年の43億円を最高に、概ね30億前後の生産額で推移しています。農業所得においても毎年10億円あり、一戸あたりの農業所得においても上川管内の市町村でトップとなっております。

当町には第3セクターで行っている農産物処理加工センターがあり、当町で収穫された農産物を使用した特産品の製造を行っており、「バタじゃが」や「スイートコーン」などを全国的に販売しております。

今後は既存の特産品で使用していない新たな農産物を活用した特産品開発を、JAふらの等関係機関と連携して取り組みます。

B) 観光業

観光業については、当町の観光拠点である道の駅を筆頭に、自然環境を生かしたアウトドア関連観光、イベント開催や映画のロケ地巡り観光等により年間を通して多くの観光客が当町を訪れています。

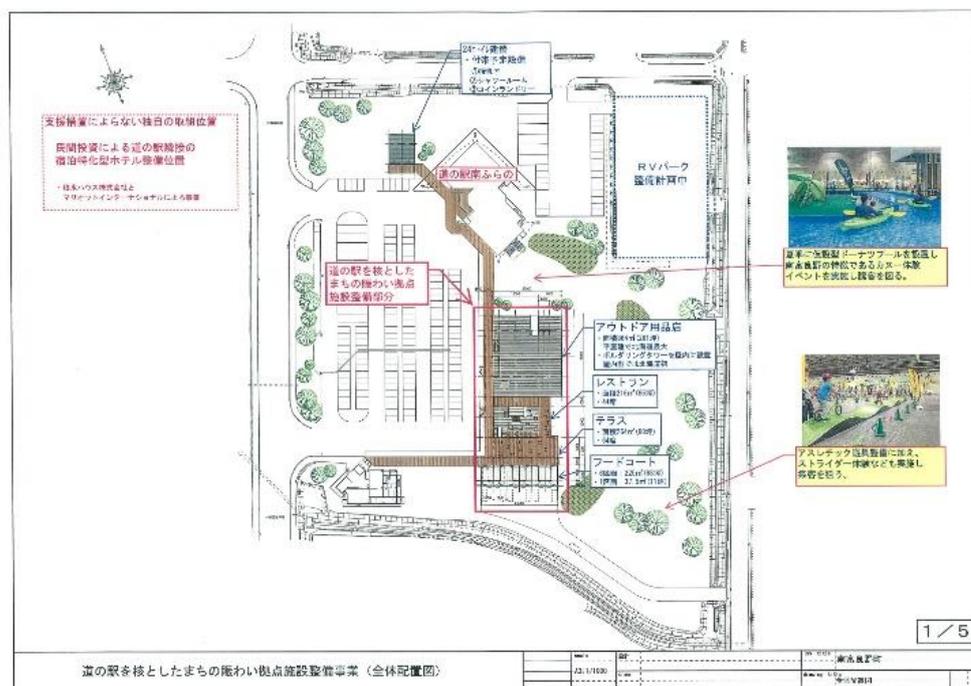
<道の駅を生かした観光>

当町の道の駅は、①の立地で記載にあるとおり北海道のほぼ中心部に位置していることから、交通の通過点として当町を経由する機会が多く、観光客やビジネス等さまざまなシーンにおける休憩地点としての利用があり、年間約30万人が集まる場所となっております。

また、拠点である道の駅を更に魅力ある施設とするため、町が掲げる観光事業の拡大と暮

らし・経済・交通の拠点を作るという基本構想を基に、「道の駅南ふらの」再構築事業が進められ、アウトドアメーカー「モンベル」のショップの新設やボルダリングタワー、ドッグラン、アスレチック遊具の整備、特産品販売エリアの拡充などが予定され、道の駅が今後益々観光重要拠点になる事が予想されます。

道の駅は当事業により更なる交流人口の増加が見込める事から、レストランや土産物店に加え、道の駅を利用して新たな商品販売やサービス提供を狙う事業者は、販売機会が増える事が期待されます。



(現在着工中の道の駅配置図)

<アウトドア関連観光>

町の中心にある人造湖「かなやま湖」や空知川といった自然環境を活かした体験型観光が人気で夏場はキャンプやラフティング、カヌー、冬場はワカサギ釣り、犬ぞり体験など四季を通じて楽しむことができアウトドア関連で年間約34,000人の観光客が当町を訪れています。

<イベント開催とロケ地巡りによる観光>

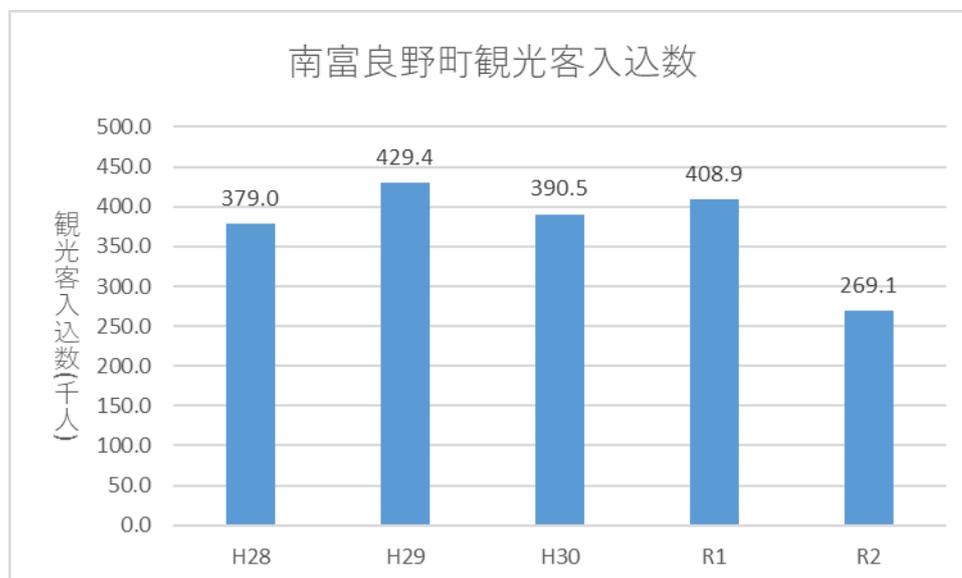
コロナ禍前は、毎年7月にかなやま湖湖水祭りが開催され、カヌーの試乗会やウインドサーフィンといったアウトドアを体験できるイベントや、花火大会等が行われ、来場者数は1万人を超え南富良野町の夏の一大イベントとして町内外に知られています。

また、JR幾寅駅が1999年に公開された映画「鉄道員」のロケ地であり、ロケセットが当時のまま保管されている事から今でも多くの観光客が当町を訪れています。

これらの観光要素に加え、食と観光と農業の結びつきを意識した特産品開発による観光PRにも取り組んでおり、特産品を活用した町おこし事業や農商工連携によって地域の活性化に取り組んでおります。

農作物に被害を与えるエゾシカの有効活用と、南富良野町の主要農作物である人参等を活

用し開発した特産品「なんぶエゾカツカレー」は平成20年に商品化し、誕生から11年経過した今もなお当町の人気商品となっており、販売総数は7万食を突破し、これを求めて当町を訪れる観光客もおり、交流人口増加に繋がる要因の1つになっております。



(北海道経済部観光局 観光振興課より)

C) 商工業

【現状】

平成28年の経済センサスによると、商業者の町内の年間販売額は20億4,600万円であり、平成19年の商業統計に比べ、約25%落ち込んでいます。

また、工業においても平成30年の工業統計調査による町内の出荷額はピーク時の半分以下となる3億1,300万円となっています。

特に小売店についてはインターネットの普及やコンビニエンスストアの増加等により、大幅に売上が減少しています。また、高齢化や売上減少による商店経営者の廃業が非常に多く商店のない地区が存在しています。

また、新型コロナウイルス感染症による生活様式の変化等を受け、飲食業をはじめ、サービス業、卸売業などが大きく影響を受け売上が減少しています。

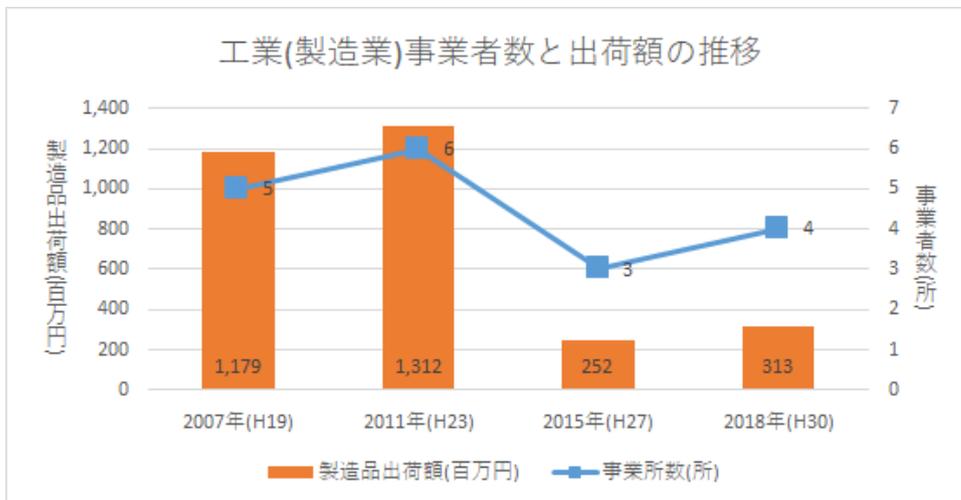
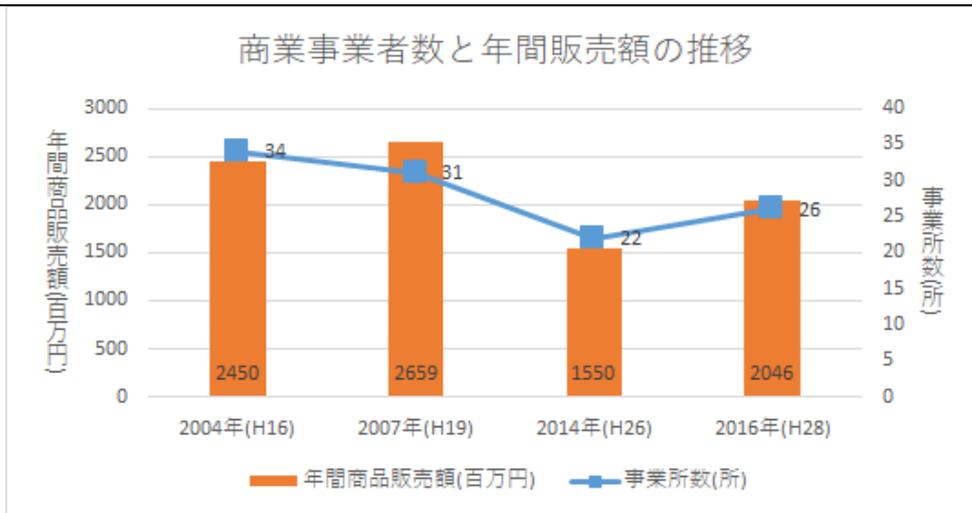
※令和2年度売上減少率(令和元年度比)南富良野町商工会調査

飲食・宿泊業：△24% サービス業：△25% 卸売業：△23% 小売業：△2%

【課題】

商業は、後継者不足や近郊の富良野市や帯広市の大型商業施設への購買力の流出が著しく、その影響を受け廃業する商店が増え、商店街は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、事業承継や新規創業者の掘り起こしが喫緊の課題となっています。

工業においては、水害による復旧工事のため平成29年度には大幅に売上が増加しましたが、現在は減少傾向にあり、人材不足や人件費の増加、公共事業の減少による収益性の確保が課題となっています。



(経済産業省経済産業政策局 調査統計部より)

南富良野町の商工業者数等の現状

事業所数		業種							合計
		建設	製造	卸売	小売	飲食 宿泊	サー ビス	その 他	
平成 25 年 4 月	商工業者数	16	12	10	32	26	33	30	159
	小規模事業者 数	15	8	9	24	19	27	9	111
令和 3 年 4 月	商工業者数	16	9	8	27	26	33	27	146
	小規模事業者 数	15	4	7	20	21	26	13	106

(商工会独自調査)

④南富良野町における小規模事業者の現状と課題

当町における小規模事業者の経営環境は、人口減少及び近隣市町村への購買力流出による全体的な衰退に加え、近年、町外の手スーパーが行う宅配事業の進出やインターネットの普及によって非常に厳しい状況にあり、事業者数、売上ともに大幅に減少しています。

小規模事業者数は令和3年4月現在で106事業所となっており、平成25年からの推移では5%の減少となっております。傾向としては、小売業者において減少率が高く、地域商店

街に欠かせない食料品小売業の生活関連業種の存続が危ぶまれている状況にあります。

一方で、観光客向けのアウトドア関連事業者や飲食店の創業者が多くあり、小規模事業者の全体的な減少率は小幅な減少にとどまっております。

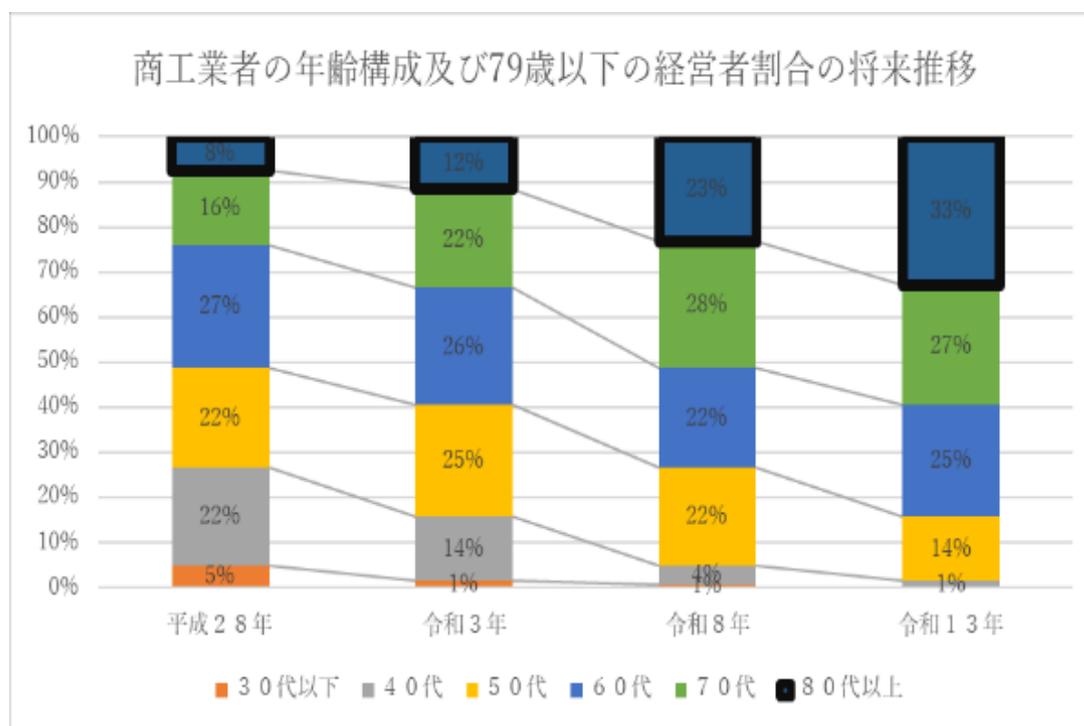
しかし、当会の調査による小規模事業者の年齢構成は、80歳以上が10%を超えている状況であり、加えて後継者の不在率は75%となっており、黒字企業であっても後継者不足による廃業を余儀なくされる可能性を含んでおります。

これらの要因から10年後の当町小規模事業者数は次ページの表に掲載のとおり80歳で廃業すると仮定した場合30%以上の減少が見込まれ、生活関連業種を含めた商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「事業計画（販売促進計画）に基づく売上の向上」が喫緊の課題となっております。

また、小規模事業者を対象に当商工会でHP・SNSといったWebサイトに関する調査を行ったところ、半数以上の小規模事業者が自社Webサイトを作っていないことが判明しました。

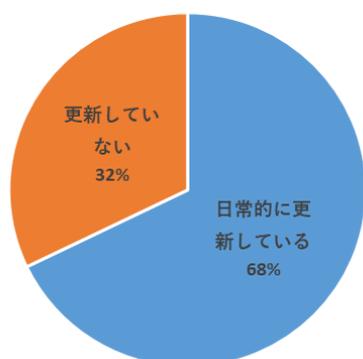
また、Webサイトはあるもののしばらく更新していない事業所が約3割を占めており、その事業者を含めると約7割の小規模事業者がWebサイトを活用できていない状況です。

限られた人数で事業活動をしている小規模事業者にとってIT技術を活用した業務効率化やWebサイトを使った地域外への自社商品・サービスPRといった「DXに向けた取組」は今後の円滑な事業活動において必要不可欠な取組みであり、それらに対する支援も早急に行なうべき課題となっております。

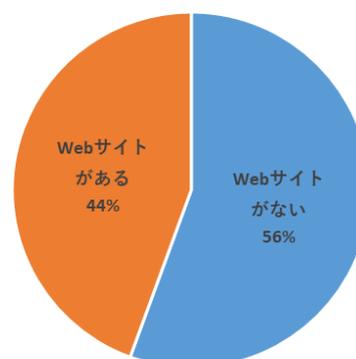


(当会独自調査)

小規模事業者のWebサイト更新状況



小規模事業者のWebサイト作成状況



(当会独自調査)

(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

10年後を見据えると町内の人口が現状の2,300人から2,000人程度に減少することが予想されます。また、購買力の流出や経営者の高齢化、後継者不足などの影響により小規模事業者数は現在の106名から大幅に減少し、町内の商業機能維持が困難となる事によって町民の暮らしが危ぶまれる可能性が懸念されます。

このような状況を受け、事業者数の減少率を少しでも食い止めるには、既存事業者の経営の安定と事業承継、新規創業等による支援が必要不可欠となります。

支援の基本は経営基盤の強化であり、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、事業の安定による持続的発展を図る事が可能になると考えます。

事業者の事業承継や事業が継続できるように経営基盤強化に向けた売上・利益の確保を支援し、少しでも地域内の事業者の減少を抑え、町の商業機能維持を目指し小規模事業者に寄り添った支援に取り組みます。

また、地域資源を活用した新たな事業展開が可能な業種を探りながら、新たなビジネスモデルの創出や地域の魅力を生かした特産品開発に取り組む事で、活力あるまちづくりの創出に繋がります。これを地域の小規模事業者の振興の在り方ととらえ、経営発達支援事業の実効性を高めながら地域経済の発展と活性化を推し進めます。

②南富良野町総合計画との連動制・整合性

南富良野町では、第5次総合計画(平成25年度～令和4年度)の将来像に「共に創る 笑顔で 生き生き みなみふらの」をテーマとし、重点政策の1つに「地域経済の活性化」が掲げられており、既存産業の活性化と地域の資源を活かした新たな産業の取り組み、地域活力の向上と雇用の場の創出を目指すことを目標としています。

当商工会では、南富良野町が掲げる上記重点政策と方向性を同じくし、活力ある産業の維持を図るため、小規模事業者の経営の安定化や事業承継、新規創業、地域資源を生かした新たな事業展開支援を推進し町の産業発展に寄与します。

【参考】南富良野町第5次総合計画より抜粋

基本目標1（産業分野）

～次代へつなぐ活力ある産業のまちづくり～

次代へつなぐ持続可能な地域産業づくりに向け、農林業、商鉱工業、観光、福祉などの振興に努めるとともに、各産業が連携した6次産業や再生可能エネルギーなど新たな産業の創出に努めます。また、住民が地域商店に親しみを持ち、互いに支え合う商店街づくりを目指します。自然に恵まれた本町の特性を活かした自然体験観光の振興と食産業・農林業など他産業との連携及び富良野圏域市町村との広域連携を進めるとともに、新たな体験観光や観光資源の創出を目指します。

重点政策

安全・安心なまちづくり

人口減少と少子高齢化が進み、地域の過疎化から地域力の低下や無商店化など、日常生活に支障をきたす様々な課題や防災対策などに対して、住み慣れた地域で安全に安心して暮らし続けられる環境づくりを進めます。

地域産業の活性化

基幹産業である農業をはじめ、林業や商鉱工業・観光・福祉などの既存産業の活性化と地域の資源を活かした新たな産業の創出に取り組み、地域活力の向上と雇用の場の創出を目指します。

③南富良野町商工会としての役割

当商工会では、南富良野町が掲げた基本目標である「次代へつなぐ活力ある産業のまちづくり」の推進のため、経済団体として地域経済活性化に向けた取り組みを積極的に行っていく必要があると考えます。現在は新型コロナウイルス感染症による生活様式の変化等、前例のない経営環境変化への対応が求められており、持続的発展に向けた小規模事業者支援における当商工会の役割は非常に高いものとなっております。

高度化・多様化している小規模事業者の経営課題を専門家や各関係機関と連携を図り解決できる支援体制を確立し、小規模事業者に寄り添った伴走型支援を実施していきます。

また、町民のニーズを捉え、生活を支える商店を維持する事で町民の暮らしを守り、安心して暮らせる町を創るため、小規模事業者支援を通して町づくりの発展に貢献していきます。

上記の重点政策の1つである「既存産業の活性化と地域資源を生かした新たな産業の取り組み」を推し進めるため商工会としては、支援の基本である小規模事業者の事業計画策定による販売促進支援や地域資源を活用した新たな需要開拓支援を通じて町内小規模事業者の売上向上を目指し経営基盤強化を支援します。また、これらの支援によって小規模事業者の経営が安定、発展する事は新たな「雇用の創出や維持」に繋がるなど波及効果を生む事になると考え支援を進めていきます。

(3) 経営発達支援事業の目標

①地域への裨益目標

地域の裨益目標として、小規模事業者の経営基盤強化と地域資源や観光資源を活用した特産品開発支援により地域の経済循環の拡大を目指します。

【目標1】既存事業者の経営基盤強化により事業継続と雇用の維持・創出を目指します
新型コロナウイルスの影響等、経営環境が著しく変化しており、環境の変化に対応した事業計画策定による小規模事業者の経営基盤強化を図ります。経営基盤の強化によって事業者の売上、利益を向上させ、経営を安定させることで事業の継続を支援します。経営の安定化により雇用の維持や新たな雇用の創出が生まれ、町民の雇用を守っていきます。

【目標2】小規模事業者による魅力ある商品やサービスの創出を目指します
小規模事業者が地域の特性を活かした魅力ある商品やサービスを創出する事で町民の町内消費喚起や購買力流出の抑制を図り、また観光客など町外の人による当町での消費機会を創出します。

【目標3】特産品開発による交流人口増加を目指します
地域資源や観光資源を活用した特産品開発を行い、町内外からの需要を取り込むため観光拠点である道の駅等でPRし観光客等の交流人口の増加を図ります。

これらにより、ヒト・モノ・カネが南富良野町内で循環する仕組みづくりにより地域経済の活性化が図られ地域の裨益となる事を目指します。

②小規模事業者の目標

【目標1】事業計画策定による売上・利益率向上
事業計画策定支援により、小規模事業者の経営力を強化し売上・利益率の向上を図ります。
支援目標 25件/5年
事業計画策定支援を行った小規模事業者の売上又は利益率を前年比3%以上増加させる。

【目標2】新規創業・事業承継支援強化による商工業者減少の抑制
商業機能及びコミュニティ機能維持のため新規創業者の創出や事業承継を積極的に支援します。

支援目標 創業者5者/5年 事業承継5者/5年
小規模事業者数の減少率を15%以内に抑える。

【目標3】地域資源や観光資源を活用した新商品開発・販路開拓支援
小規模事業者の売上向上のため、当町の魅力ある農産物等の地域資源や観光資源を活用した新商品開発により販路開拓の支援を行います。

支援目標 10者/5年
当支援を行った小規模事業者の売上を前年比3%以上増加させる。

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4年4月1日～令和9年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

①地域への裨益目標に対する方針

地域の経済循環の拡大のため、事業計画策定による小規模事業者の経営基盤強化と地域資源や観光資源を活用した特産品開発の支援を行い、新たな特産品やサービスの提供により観光客を惹きつけて交流人口を増加させ、地域循環を高め地域産業全体の活性化に繋げていきます。

【目標1に対する方針】

既存事業者の経営基盤強化により事業継続と雇用の維持・創出を目指します

昨今、新型コロナウイルスの影響等、経営環境が著しく変化しており、環境の変化に対応した事業計画の策定が必要となっています。事業計画策定により自社の経営実態の把握や今後の事業展開など経営指導員等によるフォローアップを行い、小規模事業者の経営基盤強化を図っていきます。経営基盤の強化によって事業者の売上や利益を向上させ、経営を安定させることで事業の持続的発展が図られ、経営の安定化による雇用の維持や新たな雇用の創出に繋げていきます。

【目標2に対する方針】

小規模事業者が魅力ある商品やサービスの創出を目指します

事業者が地域の特性を活かした魅力ある商品やサービスを創出し、町民の町内消費喚起や購買力流出の抑制を図るため、多様化する顧客ニーズに対応していく必要があります。消費者ニーズを捉えるため、町民や観光客に対しニーズ調査等を行い、調査分析結果を事業計画策定に活用します。

【目標3に対する方針】

特産品開発による交流人口増加を目指します

地域の交流人口増加のため、下記②小規模事業者の目標に対する方針【目標3に対する方針】に掲載のとおり地域資源や観光資源を活用した新たな特産品やサービスの開発支援を行います。

②小規模事業者の目標に対する方針

【目標1に対する方針】

事業計画策定を支援することにより経営力を強化し売上・利益率の向上を図ります

地域の経済動向調査や需要動向調査、経営分析結果を踏まえた上で実現性の高い時代に沿った事業計画の策定を支援します。また、現在、電子化が進んでいる中で、多くの事業者が殆ど対応できていない状況にあり、今後もIT技術の進歩により様々な業務の電子化が予想されるため、事業計画を策定する準備段階として事業者のITリテラシーに合わせ初歩的な操作方法も含めたITツールやデジタル技術の情報提供を行い、より小規模事業者にDXに対する理解を深めていただき、外部環境の変化（DX時代）に対応できる事業計画が策定できるよう支援し、小規模事業者の経営力を強化し売上・利益率の向上を図ります。

【目標 2 に対する方針】

新規創業・事業承継支援強化による商工業者減少の抑制

新規創業者に対しては、経済動向調査等を活用し、専門家や関係機関と連携しながら事業計画の策定を行い、許認可、各種届出、資金調達など創業に向けた準備や創業者に対する町の支援制度「南富良野町商工業等支援制度」の活用など売上の増加や需要の開拓が図られるよう幅広い支援を行います。

当商工会の調査では、当町の小規模事業者のうち後継者不在である黒字企業が約 70% 程度を占めており、また、その 40% 以上が 60 歳以上となっており、巡回訪問や事業承継に関するアンケート調査等により小規模事業者の実態把握を早急に行い、事業承継に関するセミナーを開催するなど事業承継に対する意識を高めてもらいます。事業承継に意欲のある事業者に対しては、専門家派遣を活用し M&A 等による事業承継を積極的に推進し、小規模事業者の減少を抑制すべく支援を行っていきます。

【目標 3 に対する方針】

地域資源や観光資源を活用した新商品開発・販路開拓支援

地域資源である農産物やエゾ鹿肉、観光資源となっているかなやま湖でのキャンプや空知川のラフティングなど豊富な資源を活用して、新商品の開発や新たなサービスの提供など地域の特性を生かした地域ブランド化を目指した事業展開を支援します。

地域資源を活用した新商品開発を行う事業者に対しては、既存の特産品で使用していない新たな農産物を活用した特産品開発に向け、(株)南富良野町振興公社や J A ぶらの等の関係機関と連携し、消費者ニーズに合った商品開発に向け、事業計画の策定や計画策定後のフォローアップ支援によって着実に商品開発に繋がります。

また、観光資源を活用したアウトドア事業者等、新たなサービスの提供を目指す事業者に対しては、IT ツールを活用した DX に関する基礎知識の習得や、IT ツールの導入や Web サイト構築等の支援を行っていきます。

また、域外の新たな需要を求める小規模事業者に対しては、道内外の展示会や物産展等に積極的な参加を促し、新規顧客の獲得や売上の増加を図るための販路開拓支援を行い経営基盤の強化を支援します。

I. 経営発達支援事業の内容

3. 地域経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

1期目の事業では小規模事業者に対して、全国商工会連合会が年4回発表する中小企業景況調査報告書（北海道分）をホームページへ公表するとともに巡回訪問、窓口相談時に情報の提供を行いました。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りました。

また、新型コロナウイルスの影響により令和2年に国で実施した「GoTo商店街」事業（当会においてはタクシーによる飲食店のデリバリー事業を実施）や地元店応援のため、町が町民に無料配布した町内で使用できる地域店応援券事業を実施し、町民アンケートや利用状況を取りまとめ町民の町内事業者に対するニーズを把握し情報提供を行いました。情報提供のみに留まり事業計画策定に繋がりませんでした。

【課題】

1期目で実施した情報提供は、小規模事業者にとって、小売業や飲食店など一部の業種に偏った内容であったため情報提供としては不十分な内容でした。また、情報提供した事業者においても、提供された情報が経営状況分析・事業計画策定の基礎資料としてうまく活用されていない状況でしたので、今後は、域内消費の行動把握のうえ、事業者身近な地域の動向や景況感などを取り入れて、分かり易い情報に整理し興味を持ってもらったうえで、活用を支援することが必要となっています。

2期目の事業では、新たに地域内の全ての小規模事業者に対して独自の地域経済動向調査を実施し、専門家による分析を行い提供することで、身近なデータとして興味を持ってもらうとともに、巡回訪問によって活用を促し、小規模事業者を取り巻く環境を把握し、機会や脅威を見据えて事業計画の策定に向けた意識の喚起に繋がっていきます。

(2) 目標

	公表方法	現行	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
①独自の地域経済動向調査公表回数	HP掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回
②ビッグデータを活用した調査公表回数	HP掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

①独自の地域経済動向調査の実施

小規模事業者の経営状況及び動向を的確に把握するため、地区内小規模事業者全てに対し、アンケート調査を実施します。

調査項目については以下の通りとし、調査結果については専門家と連携し、災害後の経営状況や新型コロナウイルスなどによる影響等も考慮した分析を行い、ホームページや巡回訪問の際に情報提供を行い、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。

【調査対象】 地区内全ての小規模事業者

【調査項目】 景況感、売上高、仕入価格、利益、雇用、設備投資、資金繰り状況、業界動向、経営課題、支援ニーズなど

【調査手法】巡回訪問時や郵送でアンケート用紙を配布し、郵送やFAXによりアンケート調査票を回収します。

【分析手法】商工会職員が、専門家等と連携し集計分析し、小規模事業者ホームページや巡回訪問時に情報提供します。

②国が提供するビッグデータの活用

小規模事業者を地方創生の様々な取り組みを情報面から支援するために、地域経済分析システム（RESAS）を活用して、経営指導員が地域の経済動向分析を行います。

分析結果は、年1回ホームページで公表するとともに、巡回訪問や窓口相談による小規模事業者の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。

【分析項目及び手法】

ア)「地域経済循環マップ・生産分析」

「地域産業関連表」及び「地域経済計算」による当町の産業構造の把握分析を行います。

イ)「まちづくりマップ及び観光マップ・From-to分析」

「まちづくりマップ・From-to分析」、によって滞在者の動向の分析を行います。

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。

(4) 成果の活用

これらの分析結果を経営指導員等が専門家の意見も聞きながら、ビジネスチャンスにつながる要素としてレポートに整理し、広く小規模事業者に活用を促すために年1回、ホームページで公表するとともに、巡回訪問や窓口相談による小規模事業者の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。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

1期目については、道外など域外に販路を求める事業者を対象とした需要動向調査のみとなり、商談会や物産展に出展した際に、一般消費者やバイヤーなどから出品した特産品についての味や価格等についてのアンケート調査を行い、調査結果を分析し出展者へフィードバックしました。一方で、交流人口や町民等を対象とした域内需要や近隣町村の需要に対応した需要動向調査は実施しませんでした。

【課題】

商談会等において、消費者やバイヤーからの情報収集を行いましたが、既存商品に対する調査であったため、地域資源を活用した新商品開発等の販路拡大を支援していく際に、消費者がどのようなものを求めているかといった「特産品等」に関する情報の蓄積がなく、効果的な支援とは言えない場面もありました。

また、かなやま湖のキャンプ場や、空知川のラフティングなどアウトドアを中心とした観光資源を活用した事業者が多くいますが、新型コロナウイルス感染症の影響により観光客が激減し、売上が大きく減少しました。令和4年にリニューアルオープンする「道の駅南ふらの」を活用した域外からの需要の取込みが必要であると考えます。

よって、2期目の事業においては、本当に消費者が求めるニーズに応じていくため、地域資源を活用した新商品・サービス開発、既存商品やサービスのブラッシュアップ支援に有効

な需要動向調査を行う必要があると考えます。

(2) 目標

	現行	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
地域需要動向調査 対象事業者数	-	3者	3者	3者	3者	3者
物産展・商談会等 アンケート調査 対象事業者数	2者	4者	4者	4者	4者	4者
特産品開発の調査 対象事業者数	-	2者	2者	2者	2者	2者

(3) 事業内容

①地域需要動向調査

町内外の需要の取り込みや、既存商品や既存サービス提供に伴うアンケート調査を実施し、事業計画策定支援に繋げていきます。得られた情報を基に、既存商品やサービスのブラッシュアップや、また新商品や新サービスの開発に向けた事業計画の策定やIT活用による販路拡大など、事業者の計画に適した効果的な出口戦略に繋げていきます。

【対象事業者】 町内外の需要の取り込みや、販路拡大に意欲的な事業者

【サンプル数】 町内外の消費者50名

【調査手段】 飲食店や道の駅南ふらのにて、既存の商品や既存のサービス、改良を希望する商品やサービスを題材に来場者にQRコードによるアンケート調査を行います。また、回答率を上げるため南富良野町で使用できるクーポン券などのインセンティブを付与したアンケート調査にします。

【調査項目】 価格・風味・利用シーン・内容量・商品(サービス)の満足度・改善点など
調査項目は、5段階評価として評価者と集計者双方が効率的に行えるよう配慮します。

【分析手法】 調査結果は、専門家に意見を聞きつつ、経営指導員等が分析を行います。

【結果の活用】 調査結果を経営指導員が分析したうえで、当該事業者ならびに同様の事業計画策定事業者等へフィードバックします。

②商談会等アンケート調査

販路拡大のための物産展・商談会出展者の出展時のアンケート調査を行い、新たな需要の可能性を検証します。1期目で行った調査ではサンプル数が少なく、特産品に関する情報があまり得られなかったことから消費者ニーズなどの情報が乏しく、効果的な支援が行えませんでした。2期目は調査人数を増やし消費者ニーズ等の情報を蓄積し効果的な支援に繋げていきます。

【対象事業者】 地域資源を活用した新商品開発等の事業計画を策定し物産展等に出店する事業者、地域資源を活用した流通事業者等への卸売りを通じて販路拡大を目指す事業者

【サンプル数】 来場したバイヤー・消費者100名

【調査手段】 来場者に対し試食を通じてヒアリング調査を行います。

【調査項目】 価格・風味・内容量・パッケージデザイン・利用シーンなど

調査項目は、5段階評価として評価者と集計者双方が効率的に行えるよう配

慮します。

商談会に関しては、入数や取引要件等も含めた流通を意識した項目を追加します。

【分析手法】 調査結果は、専門家に意見を聞きつつ、経営指導員等が分析を行います。

【結果の活用】 調査結果を経営指導員が分析したうえで、当該事業者ならびに同様の事業計画策定事業者等へフィードバックします。

③新たな特産品開発の調査

地域資源を活用した特産品を開発するため、既存の特産品で使用していない新たな農産物を活用した特産品開発に向け、JAふらのや(株)南富良野町振興公社などの関係機関と連携し、町内製造業2社において新たな特産品の開発を目指します。具体的には「道の駅南ふらの」において、試食及びアンケート調査を行い、調査結果を分析した上で当該2社へフィードバックすることで新商品開発に繋がります。

【サンプル数】 来場した50名

【調査手段】 道の駅南ふらのの来場者が増加する7月、8月（2回）に開発中の新商品を試食してもらい、QRコードによるアンケート調査を行います。また、回答率を上げるため南富良野町で使用できるクーポン券などのインセンティブを付与したアンケート調査にします。

【調査項目】 味、価格・風味・内容量・パッケージなど

調査項目は、5段階評価として評価者と集計者双方が効率的に行えるようにします。

【分析手法】 調査結果は、専門家に意見を聞きつつ、経営指導員等が分析を行います。

【結果の活用】 調査結果を経営指導員が分析したうえで、当該事業者へフィードバックし、更なる改良等を行います。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

1期目の事業においては、台風の被害を受けた小規模事業者を対象に専門家によるセミナーを開催し、事業再開を目指すための事業計画策定に向け、経営分析を実施してきました。

また、専門家と連携して分析支援を行う事で職員のノウハウの向上も図りました。

【課題】

現在は新型コロナウイルスの影響など著しい経営環境の変化に対応した事業計画策定のため、多様な業種を支援できる幅広い分野の知識と高い専門性が求められています。

そのような中で経営分析支援では、小規模事業者に経営実態を的確に把握し、経営課題を明確化する為により多くの事業者へ経営分析の必要性を理解してもらう必要があります。

1期目においては、台風による被害を受けた事業者を中心にセミナー等の開催を通じて経営分析を行いました。支援対象者が限定的に偏ってしまいました。

2期目については新型コロナウイルス感染症の影響等、経営環境の変化の影響を多く受けた広い業種の事業者を対象に経営分析を行います。

また、対象者の掘り起しは、ホームページやチラシにより経営分析の必要性を広く周知するとともに、経営指導員による窓口相談及び巡回訪問の際にヒアリングシートを活用した聞き取り調査を行い幅広い業種の支援を行っていきます。

(2) 目標

	現状	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
経営分析事業者数	5者	10者	10者	10者	10者	10者

※現状＝令和3年度実績見込み

(3) 事業内容

①経営分析を行う事業者の発掘

経営分析を行う事業者については、日常の経営指導員による窓口相談や巡回訪問を介して販路拡大や事業の継続・発展に意欲のある小規模事業者の掘り起こしを行っていきます。

また、当町の課題であります事業承継対象者については、6の事業計画策定支援と連動し、事業承継支援対象者の掘り起こしにより抽出された事業者に対し、事業承継計画策定に向けた準備として経営分析を行います。

②経営分析の内容

【対象者】 意欲的で販路拡大の可能性の高い小規模事業者10社を選定
事業承継支援対象小規模事業者

【分析手法】 全国商工会連合会の「経営計画策定支援ツール」や経済産業省の「ローカルベンチマーク」を活用し小規模事業者自身が経営状況を把握した上で、財務分析やSWOT分析を行います。

【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」の双方を行います。

<財務分析> 直近3期分の収益性、生産性、安全性及び成長性の分析をします。

<非財務分析> 下記項目について、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・機会を整理します。

(内部環境)	(外部環境)
<ul style="list-style-type: none">・商品、製品、サービス・仕入先、取引先・人材、組織	<ul style="list-style-type: none">・商圏内の人口、人流・競合・業界動向

(4) 分析結果の活用・効果

経営分析結果は、経営課題を明確化する事で自社の経営状況を捉えるために小規模事業者にはフィードバックします。また、抽出された課題を解決するためには具体的な事業計画策定が必要となるため、経営分析結果は計画策定の際の資料としても活用します。

上記に加え、職員間の情報共有の為、分析結果を経営カルテに入力しデータベース化します。これにより事業者の経営状況や経営課題を共有し商工会全体での支援が可能になります。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

1期目においては、台風による被害を受けた事業者に対し、持続化補助金の申請を契機とし、事業の再建を目指す事業計画策定支援を行いました。また、補助金活用時以外にも事業

計画策定は必要である事を理解頂くため、併せてセミナーを開催し、事業計画策定に向けた意欲を促し、事業再建に取り組む支援を行いました。

【課題】

小規模事業者は、人手不足やもともと経営資源に限りがあることから、現場での作業時間が多く、時間に追われて、これまでの経験からの判断で経営を行っているのが現状で、的確に経営状況を把握して明確な事業計画を策定できていないということが1期目からの課題として挙げられます。

また、新型コロナウイルス感染症の影響により急速に経営環境が変化する昨今においては、これまでの経験では対応しきれなくなる事が多くあると予想され、今後の事業活動を安定的に且つ持続的に行う為には時代に沿った実現性の高い事業計画策定が課題となっています。

1期目においては、セミナーにおいて、参加者の80%超が新たにビジネスプランを作成し次のステージに進むことができましたが、少数の40代の経営者が中心であり、当町小規模事業者の中心世代である50～60代の経営者に、事業承継への準備を含めて事業計画策定をいかに波及させるかが課題となっています。また、1期目の支援は台風による被害を受けた事業者に重点を置いたため、他の小規模事業者への支援が行き届かなかったため、支援範囲を広げることが課題となっています。

また、当町の課題である事業承継支援を円滑に進めるため、1期目では効果的な支援が出来なかった事業承継計画策定支援を進める事が課題です。

2期目の本事業では、以下の支援に対する考え方で事業を実施します。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者に対し、継続的な事業の展開を行っていくため、地域の経済動向や経営状況分析を踏まえた事業計画策定支援を行います。

1期目においては、台風による被害を受けた事業者に対し、持続化補助金の申請を契機とし、事業の再建を目指す事業者の事業計画策定を行いました。併せて事業計画を策定する上で専門家による的確な助言をいただき、より実現性の高い事業計画を策定する必要があると考え中小企業診断士によるセミナーを開催し、事業再建のための支援を行いました。

2期目においては地域の経済動向調査や需要動向調査、経営分析結果を踏まえた上で実現性の高い時代に沿った事業計画の策定を支援します。

D X推進セミナー開催・I T専門家派遣の支援に対する考え方

現在、補助金申請などの電子化が進んでいる中で、50代以下の事業者は変化に対応できている事業者が多い反面、60代以上の事業者は殆ど対応できていない状況にあります。今後もI T技術の進歩により様々な業務の電子化が予想されるため、事業計画を策定する準備段階として事業者のI Tリテラシーに合わせ初歩的な操作方法も含めたI Tツールの情報提供を行います。

そして、実際にその技術を活用した事業計画の策定に向けたセミナーを開催することで、より小規模事業者にD Xに対する理解を深めていただき、外部環境の変化(D X時代)に対応できる事業計画が策定できるよう支援します。

事業計画策定支援に対する考え方

経営基盤の強化や地域資源や観光資源を活用した販路開拓を目指す事業者に対し、経営分

析で明確となった課題解決に向けた事業計画策定セミナーを開催するなどし、中小企業診断士などの専門家と連携して、事業計画策定支援を行っていきます。

創業計画策定支援に対する考え方

町等と連携を取りながらHP等によって創業希望者に対する南富良野町での起業を積極的にPRし、広く創業を希望する人の掘り起こしを行います。

創業希望者に対する支援については、創業計画策定に向け、「創業の動機や、取扱商品・サービスのセールスポイント、販売ターゲットや販売戦略、創業に必要な資金調達に向けた融資、今後の収支計画など」ヒアリング重視による支援によって事業者の創業に対する思いと、ビジネスが効果的に進むよう実現性の高い計画策定を目指します。加えて、南富良野町商工業等起業支援事業活用など町の施策も有効的に活用するなどし、対象者の掘り起こしと合わせて町との連携した創業支援を意識します。

事業承継計画策定支援に対する考え方

今後、事業承継を予定している小規模事業者や町内の商業機能維持において必要な業種であり、黒字企業なのに後継者がいない等の事業者に対し、経営指導員が巡回訪問や事業承継に関するアンケート調査により後継者の有無等現状把握に努め、事業承継に関するセミナーを開催し事業承継に対する意識を高めてもらいます。実際の事業承継に向けては専門家と連携し親族内承継やM&A等様々な方法による承継手段を検討し、円滑な事業承継計画策定を支援します。

(3) 目標

	現状	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
D X推進セミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定セミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定事業者数	5者	5者	5者	5者	5者	5者
創業計画策定事業者数	—	1者	1者	1者	1者	1者
事業承継計画策定セミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回
事業承継計画策定事業者数	—	1者	1者	1者	1者	1者

(4) 事業内容

①「DX推進セミナー開催・IT専門家派遣」の開催

パソコン、スマートフォンの普及によりアナログからデジタルへの変化が加速している中で小規模事業者が今後も安定した事業活動を行うためにはITツールの活用は必要不可欠となっていることを鑑み、DXに関する基礎知識の習得や、実際にDXに向けたITツールの導入やWebサイト構築等の取組をしていくために、セミナーを開催します。

また、セミナーを受講した事業者の中から取組意識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IT専門家派遣を実施します。

【募集方法】 ホームページに掲載

【回数】 年1回

【カリキュラム】 DXについて、DX関連技術や具体的な活用事例等

【参加者数】 10者×1回

【支援対象者】 DXに関する意識の高い小規模事業者

②事業計画策定セミナーの開催

【募集方法】 ホームページに掲載、町の広報誌掲載等

【回数】 年1回

【カリキュラム】 単に事業計画策定の意義を伝えるだけでなく、未来に向けた夢と希望に邁進できるよう、他社の成功事例や経営上有効な技能・知識の学びを通じて策定意欲の向上を図ります。

【参加者数】 10者×1回

【支援対象者】 経営基盤の強化や地域資源や観光資源を活用した販路開拓を目指す事業者

【手段・手法】 中小企業診断士などの専門家を講師に事業計画策定セミナーを開催し、受講者に対し経営指導員及び専門家が支援を行い、着実な事業計画策定に繋がっていきます。

③事業計画の策定支援

【支援対象】 経営基盤の強化や地域資源や観光資源を活用した販路開拓を目指す事業者

【手段】 上記支援対象者に対し経営分析結果や経済動向を踏まえて今後の事業計画策定から計画策定後の巡回訪問によるフォローアップ、商談会や物産展への出展による販路開拓支援など寄り添いながら伴走型支援を行います。なお、相談案件に応じて中小企業診断士等の専門家や北海道よろず支援拠点等の支援機関と連携して、支援の効率化と質の向上を図ります。

④創業計画の策定支援

【支援対象】 町内外の意欲的な創業意欲を持つ創業予定者

【手段】 町等と連携を図り、当町で創業を希望している者の掘り起こしを行い、新規創業者に対し、創業計画策定に向け「創業の動機や、取扱商品・サービスのセールスポイント、販売ターゲットや販売戦略、創業に必要な資金調達に向けた融資、今後の収支計画など」幅広い準備と計画づくりの必要性を説明し、創業計画の策定を支援します。また、南富良野町で実施している創業者に対する支援制度「商工業等起業支援制度」の活用も併行して一体型の支援を行います。

⑤事業承継計画策定セミナー

【募集方法】 巡回訪問や事業承継に関するアンケート調査等により行った事業承継支援対象者に直接周知、ホームページに掲載、町の広報誌掲載等

【回数】 年1回

【カリキュラム】 中小企業診断士を講師に、他社の事例を参考にした事業承継計画の必要性と自社の事業の意義・魅力・価値を再認識してもらいます。

【参加者数】 5者

【支援対象者】 事業承継を希望する事業者及び承継準備を必要とする事業者

【手段・手法】 巡回訪問や事業承継に関するアンケート調査等により行った事業承継支援対象者を中心に周知を図り、事業承継に関するセミナーを開催し事業承継に対する意識を高めてもらいます。

⑥事業承継計画の策定支援

【支援対象】 事業承継を希望する事業者及び承継準備を必要とする事業者

【手 段】当商工会の調査では、当町の小規模事業者のうち後継者不在である黒字企業が約70%程度を占めており、また、その40%以上が60歳以上となっており、巡回訪問や事業承継に関するアンケート調査等により事業承継支援対象者の実態把握を行い、事業承継に関するセミナーを開催するなど事業承継に対する意識を高めてもらいます。事業承継に意欲のある事業者に対しては、専門家派遣を活用し親族内承継やM&A等、事業者にとって最良の方法による事業承継を意識し、小規模事業者の減少を抑制すべく事業承継計画策定支援を行っていきます。

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】

事業計画策定後の支援は1期目においては、事業計画策定事業者に対し巡回訪問による事業計画の進捗状況の確認や専門家と連携し売上増加を図るためのフォローアップを行いました。

【課題】

計画策定後のフォローアップについて、積極的な巡回訪問が不足しており、支援先全てのフォローアップができず、計画的な実施ができませんでした。また、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をすることができませんでした。

(2) 支援に対する考え方

1期目の課題を受け、積極的かつ計画的な巡回支援により事業計画及び経営課題解決の進捗状況を確認します。

進捗状況に応じ、事業計画策定事業者に対するフォローアップは巡回訪問を4か月に1回行い、各種補助金・融資等の施策を活用し、計画の実現化に向けた支援を実施します。創業計画策定事業者に対するフォローアップは巡回訪問を2か月に1回行い、創業に向けた事業計画や事業予算などの作成支援を行い創業後、経営の安定が図られるよう支援を実施します。事業承継計画策定事業者に対するフォローアップは巡回訪問を3か月に1回行い、計画通り円滑に事業承継が進むよう専門家等と連携した支援を行っていきます。また、乖離（ズレ）が生じている事業者に対しては、中小企業診断士等による専門家を活用し乖離の原因を究明して、巡回訪問の頻度を増やすなど軌道修正を行います。

上記支援を繰り返し行うことで、小規模事業者へPDCAサイクルの意識付けを行います。

(3) 目標						
	現状	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
事業計画策定フォローアップ対象事業者数	3者	5者	5者	5者	5者	5者
頻度(延べ回数)	12回	15回	15回	15回	15回	15回
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(延べ回数)	—	6回	6回	6回	6回	6回
事業承継計画策定事業者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(延べ回数)	—	4回	4回	4回	4回	4回
売上増加事業者数	3者	3者	3者	3者	3者	3者
利益率3%増加の事業者数	3者	3者	3者	3者	3者	3者

(4) 事業内容

事業計画の進捗状況を確認するため、全国商工会連合会が作成した『進捗状況確認兼経営発達支援事業報告用シート』を活用し経営環境の変化及び事業計画の進捗状況等の確認を行います。また、進捗状況及び経営課題の解決状況に応じて以下の支援を実施します。

【支援対象】 事業計画を策定したすべての小規模事業者

【手段・手法】 次に記載のとおりそれぞれの対象者に合わせて支援する

①事業計画策定事業者に対するフォローアップ

事業計画を策定した事業者に対しては、4か月に1度、経営指導員による巡回訪問により進捗状況を確認し、必要に応じて専門家等を活用した支援を行っていきます。

地域資源や観光資源を活用した新商品開発や新たな需要開拓に向けた計画を策定した事業者に対しては、経営指導員による巡回訪問により進捗状況を確認し、必要に応じて専門家等を活用した支援を行っていきます。また、場合によっては策定した計画をより効果的に進める為に小規模事業者持続化補助金、ものづくり補助金及び小規模事業者経営発達支援融資制度等の施策を活用し着実な支援を行っていきます。

(4か月に1回) 5者×3回=15回

②創業計画策定事業者に対するフォローアップ

創業計画を策定した事業者に対しては、創業直後は経営が安定しないことから2か月に1度、経営指導員による巡回訪問により進捗状況を確認し、事業者からの申出等により巡回の回数を増やすなど臨機応変に対応します。また、南富良野町商工業等起業支援制度等の施策を活用し設備投資を行うなど計画推進を支援します。

(2か月に1回) 1者×6回=6回

③事業承継計画策定事業者に対するフォローアップ

事業継承計画を策定した事業者に対しては、3か月に1度、経営指導員による巡回訪問により進捗状況を確認し、計画どおり円滑に事業承継が進むよう専門家等と連携した支援を行っていきます。なお、進捗状況により取るべき対応が変わってくるため、状況により巡回頻度を増やし支援を行っていきます。

(3か月に1回) 1者×4回=4回

④事業計画と進捗状況に乖離(ズレ)がある小規模事業者

計画が停滞している場合は、まず経営指導員が内部・外部環境等を再確認し原因究明を図り、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た支援を行います。

※『進捗状況確認兼経営発達支援事業報告用シート』(全国商工会連合会作成)

「売上高の変化」、「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ことで、支援頻度の管理や職員の情報共有が可能となります。

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】

1期目の事業において、地域資源を活用し新商品の開発支援を実施した特産品を中心に商談会・物産展への出展を支援し道外への新たな需要開拓を支援しましたが、令和2年度については、新型コロナウイルスの影響により当初予定していた物産展の中止など思うような支援が行えませんでした。(令和3年度については商談会に出展予定)

また、町内においては上記特産品を道の駅南ふらのにおいて販売し、観光客向けの需要喚起を行いました。

また、新型コロナウイルスの影響による商談会・物産展の相次ぐ中止の影響に伴いオンライン商談会、物産展等の普及が進んでおりますが、小規模事業者の多くはスキルやノウハウの不足等を理由にITを活用した販路開拓等のDXに向けた取組みに踏み切れず、未だに商圏が近隣の限られた範囲にとどまっています。

【課題】

1期目の課題として、商談会・物産展支援においては、創業から間もない事業者に対し、出展前の事前準備や出展時のバイヤーへの対応などの支援が不足していたことにより、計画どおりの売上や商談が成立しなかったことが挙げられます。その課題を踏まえて2期目は、特産品を開発しているが、商圏が町内もしくは近隣市町村に留まっており、域外の需要開拓に前向きではあるものの商談会・物産展に参加したことのない小規模事業者に対し事前準備等の支援をしっかりと行ったうえで、商圏を拡大する支援を行います。

また、昨今は新型コロナウイルスの影響で商談会・物産展のオンライン化やネットショッピング利用の増加によりWebサイトの構築・整備は今後の需要開拓支援を実施するにあたって必須条件となっています。以上のことから実際に支援を行う小規模事業者にはDX推進は絶対必要であるということをご理解・認識していただき、取組を支援していく必要が

あると考えております。

(2) 支援に対する考え方

①物産展等による新たな需要開拓のための出展支援に対する考え方

商工会が自前で物産展等を開催するのは困難なため、全国各地で開催されている既存の物産展への出展を目指し、出展にあたっては、経営指導員による事前・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、きめ細やかな伴走支援を行います。

②商談会による新たな需要開拓のための出展支援に対する考え方

道内外で開催されている商談会へ出展し新規顧客の獲得を目指します。出展にあたっては、経営指導員による事前・事後の出展支援を行うとともに、出展期間中には、陳列、商談成立のためのバイヤーへの対応などのサポートをし、きめ細やかな伴走支援を行います。

また、昨今の新型コロナウイルスの影響により従来の対面型からZ o o mなどのWe b会議システムを利用した非対面型による開催が増えてきているので商談会の選定に関しては、参加意欲のある事業者に対面・非対面どちらの商談会に参加したいか事前にヒアリングした上で選定します。

③D Xを活用した需要開拓支援

2期目では「We bサイトの構築・整備」に重点を置き、We bサイト活用による販路開拓支援を行います。具体的な支援については、販路拡大や新たな事業展開に意欲的な事業者に対してHP・SNS・ECサイト（もしくはECモール）の3段階に分けそれぞれの事業者のWe bサイトの整備状況に応じた支援を行います。

・HP活用支援

HPがない事業者は簡易ホームページ作成ツール「グーペ」を使って自分でHPを作成していただき、記載内容やレイアウト等を助言・指導します。HPがあるが機能していない事業者には既存のHPの記載内容の見直しやレイアウトの改善に対する指導を行います。

・SNS活用支援

SNSがない事業者にはビジネスシーンで多く使われている「Facebook」を使って自社ページの作成を支援します。HPがある事業者は連動させることで幅広い情報発信が行える環境を整備します。Instagram 等他のSNS活用を希望した場合は適宜対応します。

・ECサイト（ECモール）活用支援

HP・SNSを整備しWe bサイトを活用した販路拡大に意欲的な事業者にはECサイト（ECモール）の構築を支援します。ECサイトとECモールはそれぞれメリットデメリットがあるため事前にヒアリングした上で小規模事業者に最適な手法で支援を進めます。

また、上記の3つの支援（HP活用、SNS活用、ECサイト（ECモール）活用）はそれぞれの支援の状況の際に必要なに応じてIT専門家等と連携した支援を実施します。

(3) 目標						
	現状	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
①物産展 出展事業者数	2者	2者	2者	2者	2者	2者
売上額/者	—	60万円	60万円	60万円	60万円	60万円
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	4件	4件	4件	4件	4件	4件
③HP活用事業者	—	3者	3者	3者	3者	3者
売上増加率/者	—	5%	5%	5%	5%	5%
④SNS活用事業者	—	3者	3者	3者	3者	3者
売上増加率/者	—	5%	5%	5%	5%	5%
⑤ECサイト・メール活用事業者	—	1者	1者	1者	1者	1者
売上増加率/者	—	5%	5%	5%	5%	5%

(4) 事業内容

①物産展等による新たな需要開拓のための出展支援【B to C】

《支援内容》

小規模事業者に対して物産展等の開催情報提供を行い、参加意欲のある事業所には、Webを活用した広告手法やブース内の効果的な陳列方法といったより実践的な販売促進支援を行い、新たな需要の獲得につなげて、売上の向上を図ります。

また、出展時に自社商品の評価を得るため試食を行い、商品に関するアンケートにより需要動向調査を行います。イベント時のアンケートはハガキといった紙ベースでは回答率が下がるので、QRコード化してスマホで気軽に答えられる方式にすることで回答率を上げ今後の商品改良や新商品開発に活用します。

支援においては出展前、出展時、出展後と必要に応じて専門家と連携し、より成果の出るような効果的な支援を行います。

【支援対象者】 地域内で新たな需要開拓を目指す出展初心者、地域内で新たな需要開拓を目指している小規模事業者

【支援内容】

- ア 事前支援・・・出展手続き支援、接客指導、POP・PR動画等作成支援、DM作成指導、HP・SNSを使った広告等の活用支援など。
- イ 出展時支援・・・商品陳列・装飾指導、アンケート収集支援など。
- ウ 事後支援・・・アンケート集計・分析支援、分析結果のフィードバックによる商品改良支援(パッケージ等含む)

【想定している物産展、イベント】

- ア 対象者・・・一般消費者、流通・観光関係企業のバイヤー
- イ 物産展・イベント

■にぎわい市場さっぽろ（道内を中心に販路開拓を目指している小規模事業者）

アクセスサッポロで開催される小規模事業者向けの道産品の販売とPRを目的とし

た展示販売会であり、地域特産品等の新商品等が多く出展される物産展です。販売品についてアンケート調査に回答してもらいます。

開催時期	例年11月中旬
開催場所	アクセスサッポロ
概要	北海道内商工会地域の地元の優れた農林水産資源を活用して開発した特産品を道内外の流通関係者に紹介するための展示・物産展
来場者	流通業者・観光関連事業者等のバイヤー、一般消費者

■なまらいっしょ北海道（東京を中心に販路開拓を目指している小規模事業者）

東京の三軒茶屋で開催される北海道内の小規模事業者向けの物産展であり、地域特産品等の新商品等が多く出展される物産展です。一昨年の出展者は45社、一般消費者等約22,000名が来場し、販売や商談の他、アンケート調査に回答してもらいます。

開催時期	例年10月下旬
開催場所	東京都 三軒茶屋
概要	北海道の恵み、地域の特産品を大集結して売り込むイベント
来場者	一般消費者、流通・観光関係企業のバイヤー

②商談会による新たな需要開拓のための出展支援【B to B】

《支援内容》

小規模事業者に対して商談会の開催情報の提供を行い、参加意欲のある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「商品規格書」といった商談対応資料や「商品紹介パンフレット」から商談成功率を上げる「商談時の接客対応の習得」まで事業者にあった支援により効果的な商談会出展となるよう支援を行います。

出展時にはバイヤーに対して試食を行い「①物産展等による新たな需要開拓のための出展支援」同様アンケート調査を行うことで、今後の新商品開発や商品の改良などに活かします。

支援においては出展前、出展時、出展後と必要に応じて専門家と連携し、より成果の出るような効果的な支援を行います。

【支援対象者】 事業計画(地域資源を活用した新商品開発等)を策定した小規模事業者

【支援内容】

- ア) 事前支援・・・出展手続き支援、ブースレイアウト指導、商品提案書・規格書作成支援、商談に係る接客方法の支援、Webサイト構築支援、POP・PR映像等作成支援など
- イ) 出展時支援・・・ブース設置指導、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収集支援など
- ウ) 事後支援・・・名刺交換したバイヤーへのアプローチ支援
(メール及びサンプル送付状・提案書の作成支援、アンケート集計・分析支援、分析結果のフィードバックによる商品改良支援(パッケージ等含む))

【想定している展示商談会】

- ア) 対象者・・・バイヤー
- イ) 展示会・・・商談会
- ウ) 開催概要(参考)

■北の味覚再発見（道内を中心に販路開拓を目指している小規模事業者）

ホテル札幌ガーデンパレスで開催される小規模事業者向けの展示商談会であり、地域特産品等の新商品等が多く出展される商談会です。一昨年の出展者は45社、バイヤー（流通業者・観光関連業者、札幌消費者協会、北海道フードマイスター）が262名来場し、商談の他、アンケート調査に回答してもらいます。

開催時期	例年10月初旬
開催場所	ホテル札幌ガーデンパレス
概要	北海道内商工会地域の地元の優れた農林水産資源を活用して開発した特産品を道内外の流通関係者に紹介するための展示・商談会
来場者	流通業者・観光関連事業者等のバイヤー、一般消費者

■グルメ&ダイニングスタイルショー春（主催：ビジネスガイド社）

東京ビッグサイトで開催される小規模事業者向けの展示商談会であり、地域特産品等やこだわりの逸品、新商品等が多く出展される商談会です。昨年の出展者は約141社、来場するバイヤー（百貨店、スーパー、卸売業、商社、観光ホテルなど）が約11,393名との商談の他、アンケート調査に回答してもらいます。昨年の出展者数、来場者数は新型コロナウイルスの影響により大幅に減少しております。

開催時期	例年2月初旬
開催場所	東京ビッグサイト
概要	全国各地の優れた農林水産資源を活用して開発した特産品を全国の流通関係者に紹介するための展示・商談会
来場者	流通業者・観光関連事業者等のバイヤー

③DXを活用した需要開拓支援

スマートフォンの普及によりインターネットが急速に発展している現代において効率的に需要開拓・販路拡大するためにはDXの活用が必要不可欠ですが、現状効果的に活用できている事業者が少ないためそれぞれのレベルに応じた支援を行います。

具体的には、Webサイトの構築・整備に関してHP・SNS・ECサイト（ECモール）の3段階に分けて、初歩的な操作方法や更新方法から、一步踏み込んだ自社ECサイトの構築や楽天市場、Amazonといった大手ECモールへの出店まで事業者のレベルに応じた支援を行い販売促進に繋がります。

支援においては必要に応じて専門家と連携し、より成果の出るような効果的な支援を行います。

《支援対象者》 ITを活用した需要開拓について事業計画を策定した小規模事業者

《支援内容》

ア) HP活用支援【BtoB】

商談会へ出展を予定している事業者を重点的にHP活用に対する支援を行います。HPが無い事業者は簡易ホームページ作成ツール「グーペ」を使ってHPを作成していただき、作成したHPを基に記載内容やレイアウト等を助言指導します。既にHPがある事業者に対しては、記載内容の見直しやレイアウトの改善に対する指導を行います。

また、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あった支援を行います。

イ) SNS活用支援【BtoC】

物産展への出店を予定している事業者、SNSを活用した販売促進に意欲のある事業者を重点的に日々の更新作業やHPとの連携等に対する支援を行います。SNS特有の拡散機能を活用し最新情報をリアルタイムで発信し、商品やサービスの魅力を閲覧者に訴求し販路拡大に繋げます。

また、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あった支援を行います。

ウ) ECサイト（ECモール）の活用支援【BtoC】

Webサイトを活用した販路拡大に意欲的な事業者にはECサイト（ECモール）の構築やHP・SNSとの連携等に対する支援します。ECサイトとECモールはそれぞれメリットデメリットがあるため事前にヒアリングした上で小規模事業者に最適な手法で支援を進めます。この支援に関してはより専門的な知識を要するため支援の初めからIT専門家派遣等を活用し支援を行います。

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成果・評価・見直しについては、外部有識者を加えた委員会を設置し、年に1回開催し、検証・評価を行っています。

商工会事務局では事業計画に基づき事業を実施するとともに、3か月毎に進捗状況等について確認・検証を行いました。

【課題】

小規模事業者の複雑化・高度化する課題に対して、効果的に課題解決していくために継続して更に精度の高い事業評価と見直しを進めていく必要があります。

(2) 事業内容

①事務局内部での事業の確認検証

事務局は、事業計画に基づき事業を実施するとともに、北海道商工会連合会が提供する経営支援ツールShokoBizを活用し事業の実施状況を定量的に管理・把握します。このデータを活用し事業の進捗状況、事業結果等について確認検証を行います。

②事業評価委員会での評価・検証

上記の事務局レベルで事業の実施を確認し、検証した内容を上半期・下半期の年2回事業評価委員会に提示し、事業の評価及び見直しの方針を決定します。

事業評価委員会のメンバーは商工会総務委員（3名）、南富良野町企画課長（1名）、法定経営指導員（1名）の他、外部有識者として旭川信用金庫南富良野支所長（1名）で構成し、小規模事業者の経営支援について多方面からの意見も踏まえ評価検証します。

また、事業評価委員会での評価・検証の結果を理事会へ報告し、承認を受けるものとします。

③評価結果の公表

経営発達支援計画事業の評価・見直し結果を小規模事業者に広く内容を開示するため、商

工会事務所に掲示するほか当会のホームページに掲載しその内容を公表します。

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】

これまでも経営指導員は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関係団体が主催するセミナーに積極的に参加し支援能力の向上を目指しています。

【課題】

インターネットの急速な普及により小規模事業者が抱える問題が多様化してきている中で、適切に対応するにはDXに関する相談・指導能力は習得しなければならないスキルとなっています。また、経営指導員だけでなく職員全員にスキル・手法を波及させ情報を共有することで、職員一人一人の負担を軽減させ、どの職員からでも均一な指導が受けられるような組織づくりが課題です。

職員は小規模事業者に比べ日頃の業務でITツールを使用する機会が多いので、操作や使い方は理解している一方で、実際に小規模事業者支援を行う際に多様なツールの中から状況に応じてどのツールが最も効率的に支援を行えるかの選択を正確に行えていないのが現状なので、今後はITツールの新たな技術情報の収集と知識の更新に取り組まなければなりません。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

全国商工会連合会のWEB研修の他、北海道商工会連合会及び中小企業大学校が開催する経営支援能力の向上に資する研修会に全職員が積極的に参加するとともに、研修受講後には職員会議において受講者から研修内容についての詳細な報告を行わせます。これにより、当該職員の学習成果の定着を図るとともに、その他職員に対しても研修効果を波及させます。

【事業計画策定支援による研修会への参加】

事業計画策定支援において、分析した需要動向調査結果を効果的に販売促進計画策定に繋げる手法や、定性的な経営分析手法の効果的な活用によるマーケティング戦略の立案手法などの支援ノウハウが不足していたことから、今後は実効性が高く効果的な事業計画策定におけるノウハウ取得のため研修会に参加します。

【DX推進に向けたセミナー】

職員間の課題である小規模事業者のDX推進に関する適切な支援をするためのITスキル習得・向上を目指し、DX推進関連の下記のようなセミナーに積極的に参加します。DXには様々な分野があるので、数ある分野の中から2期目では当町の小規模事業者に関連性のある「業務効率化のためのDX」「需要開拓のためのDX」に的を絞って関連するセミナーに参加します。

ア) 事業者にとって内向け（業務効率化）の取組

クラウド会計ソフト、補助金の電子申請、情報セキュリティ対策等

イ) 事業者にとって外向け（需要開拓）の取組

HPなどを活用した自社PR・情報発信方法、ECサイト構築・運用、オンライン展

示会、SNSを活用した広報等

②支援情報のデータベース化と職員間の情報共有強化

職員会議を定期的(月1回、年12回)に開催し、個別の小規模事業者の現状、経営支援の方針、支援手法、支援経過、支援成果等について報告すると共に巡回時に使用したヒアリングシートの内容を経営カルテに入力することで、情報の共有がなされ、担当者以外でも一定レベル以上の対応ができるような体制強化を図ります。

1 1. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

支援ノウハウに関する情報は、北海道商工会連合会を通じて道内各商工会の具体的支援事例について情報を得ています。

また、専門的知識を有する案件に対し、経営指導員が専門家(中小企業診断士、各種コンサルタント、税理士等)と連携し、情報を得ながら支援を行っています。

【課題】

小規模事業者の課題が高度化・複雑化してきており、研修会等で得た情報や知識に加え、他の支援機関等と連携を図り支援ノウハウを情報交換し、支援ノウハウを蓄積できる体制づくりが必要であり、職員全員が小規模事業者の課題に対応できるよう支援能力向上が必要となっています。

(2) 事業内容

①金融機関との連携

旭川信用金庫南富良野出張所や日本政策金融公庫旭川支店との連携を通じ、小規模事業者に対する経営改善支援手法、金融支援に関する実務的手法等について情報交換を行い、職員の支援能力の向上を図ります。(年2回)

②商工会関連との連携

北海道商工会連合会や中小企業大学校旭川校が開催する経営支援に伴う各種研修会に参加し、小規模事業者に対する支援現状と課題解決の具体的な手法について情報交換を行い職員の能力向上を図ります。(年4回程度)

また、近隣商工会(南富良野・占冠・山部)で構成する広域連携協議において他の商工会経営指導員等と実際の経営指導事例をもとに情報交換を行い、具体的な経営課題の解決方法を習得し、職員の能力向上を図ります。(年3回)

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

【現状】

当町の商店街は他地域への消費購買力流出と、事業主の高齢化や後継者不足から年々活力が失われている状況にあります。町の協力のもとプレミアム付き商品券事業やなんぷニコニコカード会による定期的な販促イベントなど行っていますが、消費購買力の流出の解決にはいたっておりません。

また、新型コロナウイルス感染症の影響により、観光客の減少等により飲食店やアウトドア関連事業者が売上的大幅な減少など大きく影響を受けました。

【課題】

町内消費はもとより観光客を中心とした町外からの交流人口の増加が地域経済の活性化に不可欠であると考え、地域資源を活用した特産品の開発など当町のブランド化を図っていくことが重要な課題となっており、地域活性化を担っていく団体として南富良野町役場、南富良野町商工会、JAふらの南富良野支所、NPO法人南ふらのまちづくり観光協会、(株)南富良野町振興公社等と連携し協議会を設立するなど今後の南富良野町について検討していく必要があると考えます。

また、毎年、町内外から1万人が訪れる「かなやま湖湖水まつり」はイベント内容がマンネリ化してきており、イベント内容の見直しが課題となっています。

(2) 事業内容

①南ふらの地域活性化協議会（仮称）の開催（年1回）

南富良野町役場、南富良野町商工会、JAふらの南富良野支所、NPO法人南ふらのまちづくり観光協会、(株)南富良野町振興公社等と協議会を設立し、年1回協議会を開催し、地域が一体となって戦略的に地域活性化を進めるため以下について協議し地域活性化に取り組んでいきます。

②「道の駅南ふらの」のリニューアルによる地域活性化

当町の道の駅は年間約30万人が訪れる当町で最大の交流人口の多い場所となっています。旭川市や富良野市と占冠村や帯広市を結ぶ中間地点にあり、令和4年6月のリニューアルによりホテルやアウトドアメーカーのモンベルのアウトドアショップの新設やボルダリングタワー、ドッグラン、アスレチック遊具の整備、特産品販売エリアの拡充などが予定されています。今後の観光拠点となる道の駅を活用して町内小規模事業者の商品、サービスの魅力をPRする場として有効活用し、交流人口増加による消費喚起によってさまざまな業種への波及効果により地域経済活性化に繋がります。

③地域資源や観光資源を活用した新商品開発による地域活性化

地域資源である農産物やエゾ鹿肉、観光資源となっているかなやま湖でのキャンプや空知川のラフティングなど豊富な資源を活用して、新商品の開発や新たなサービスの提供などによって交流人口増加に繋がります。

新商品開発には、既に特産品開発を行い販売している(株)南富良野町振興公社やJAふらのやラフティング等のアウトドア事業者と連携し、新たな商品、サービスの開発を行い、地域内連携を強化し地域経済の活性化を図っていきます。

④イベントの見直しによる地域活性化

現在、実行委員会（構成員：観光協会、南富良野町、商工会、森林組合等）により実施している当町最大のイベント「かなやま湖湖水まつり」について、年々マンネリ化してきており開催内容等の見直しを行い、交流人口の増加を図り地域活性化に繋がっていきます。

⑤町内消費喚起に向けた事業の実施

毎年実施しているプレミアム付き商品券の発行（令和2・3年は新型コロナウイルスの影響による飲食店等支援のための地域限定の無料券を町民に配布）やスタンプカード会による販売促進イベントをさらに充実させ、町民の町内消費喚起を促進すべく町や商工会、スタンプカード会で協議し、地域活性化に繋がっていきます。

⑥HP・SNSによる南富良野町の魅力発信

現在、当商工会のHPに掲載している情報は商工会からの会員向けの事務的な周知程度のものとなっています。今後は、町や観光協会、アウトドア関連事業者と連携し、まちのイベント情報や夏のラフティングやキャンプ、冬のスキーやワカサギ釣りなどアウトドア関連の情報など南富良野町の四季折々の魅力をHP・SNSを通して全国に発信し、観光客に来町してもらい交流人口の増加による地域の活性化を図っていきます。

(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3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)



《事務局》

職名	氏名
事務局長	安部 浩明
法定経営指導員	樋村 裕之
補助員	天上 陽人
記帳指導員	増田 美幸

(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：樋村 裕之

■連絡先：南富良野町商工会 電話 0167-52-2605

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・実施に係る指導員及び助言、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います。

(3) 商工会／商工会議所、関係市町村連絡先

①名 称：南富良野町商工会

住 所：北海道空知郡南富良野町字幾寅市街地

電 話：0167-52-2605

F A X：0167-52-2205

メー ル：nanpusyo@rose.ocn.ne.jp

②名 称：南富良野町 企画課

住 所：北海道空知郡南富良野町字幾寅867番地

電 話：0167-52-2112

F A X：0167-52-2922

メー ル：kikaku@town.minamifurano.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)

	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
必要な資金の額	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300
・事業計画策定支援	100	100	100	100	100
・事業計画策定後の実施支援	100	100	100	100	100
・需要動向調査	100	100	100	100	100
・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

(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。

