

経営発達支援計画の概要

実施者名	新ひだか町商工会（法人番号 7430005009251） 新ひだか町（地方公共団体コード 016101）
実施期間	令和7年4月1日～令和12年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 【小規模事業者の目標】 ①経営分析結果に基づく事業計画の策定による経営力強化 ②創業支援・事業承継支援による小規模事業者の維持 ③顧客ニーズに即した商品・サービスの販路開拓 【地域への裨益目標】 ④地元商工業と大型店が共存する魅力ある町づくり
事業内容	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>3. 地域の経済動向調査に関すること</p> <p>①地域経済情報の収集及び提供(北海道内、日高管内)</p> <p>②地域経済動向の収集及び提供(町：RESASの活用)</p> <p>4. 需要動向調査に関すること</p> <p>①商談会需要動向調査(個社)</p> <p>②物産展需要動向調査(個社)</p> <p>③地域需要動向調査(地域)</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること</p> <p>①財務分析</p> <p>②非財務分析</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること</p> <p>①事業計画策定セミナーの開催</p> <p>②創業セミナーの開催</p> <p>③DX推進セミナーの開催</p> <p>④事業計画策定支援</p> <p>⑤創業計画策定支援</p> <p>⑥事業承継計画策定支援</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</p> <p>①事業計画策定後のフォローアップ</p> <p>②創業計画策定後のフォローアップ</p> <p>③事業承継計画策定後のフォローアップ</p> <p>④事業計画と進捗状況に乖離が生じた場合の対応支援</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</p> <p>①商談会等出展支援</p> <p>②物産展等出展支援</p> <p>③IT活用による販路開拓支援</p>
連絡先	<p>新ひだか町商工会</p> <p>〒056-0016 北海道日高郡新ひだか町静内本町1丁目1番12号</p> <p>電話：0146-42-0041／FAX：0146-42-8220</p> <p>E-Mail：sizunai@rose.ocn.ne.jp</p> <p>新ひだか町</p> <p>〒056-8650 北海道日高郡新ひだか町静内御幸町3丁目2番50号</p> <p>電話：0146-43-2111／FAX：0146-43-3900</p> <p>E-Mail：keizai@town.shinhidaka.lg.jp</p>

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

①新ひだか町の概要

新ひだか町は、平成18年3月31日に旧静内郡静内町と旧三石郡三石町が合併した町で18年目を迎えます。

当町は北海道の南西部、日高振興局管内の中央部に位置し、札幌市から約130km、車で約2時間の距離にあります。

令和6年6月に国内最大の国立公園として認定された日高山脈を背景に、太平洋に面した東西に31.5km、南北に36.5kmで面積は1,148km²であり、全国の「町」面積ランキングで、第4位の広さを誇る広大な面積の約84%を山林が占める中、わずか2%にあたる市街地に住民の約7割が生活しています。

また、当町は海洋性気候に属し、夏は涼しく、冬は温暖で雪が少ない「涼夏少雪の郷」として、住みやすく、過ごしやすい気候となっています。

②人口の推移

当町の人口は、住民基本台帳における令和6年9月末日現在で、20,323人(11,317世帯)、10年前の平成26年9月末日の24,331人(12,071世帯)と比べて4,008人(754世帯)減少しています。

高度経済成長期の昭和40年に35,754人のピークを迎えて以降、減少が始まり、バブル経済期に都市部への人口流出が加速したことから、平成に入って3万人を割り込み、その後、現在まで人口、世帯数共に減少の一途をたどり、今後も継続して減少していくことが予想されています。

国立社会保障・人口問題研究所が平成30年3月に公表した将来推計人口の推計値によると、令和27年(2045年)には11,197人になるものと見込まれており、今から約10年後の令和17年(2035年)頃を境に老年人口が生産年齢人口を上回る予想とされています。

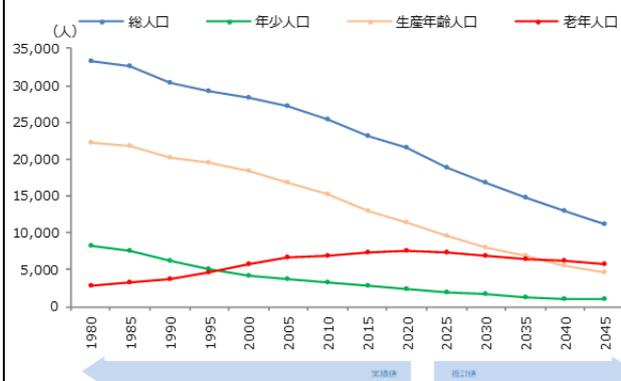
人口減少の主な要因としては、自然増減では出生率の低下、生産年齢人口の減少の影響で一貫して低下しており、社会増減については特に若年層が都市部への進学に伴う転出後に、当町に戻ってくる割合が非常に低いいため、Uターンに繋がる就職先の確保が課題となっています。

※国立社会保障・人口問題研究所が令和5年12月に公表した推計値では、令和27年(2045年)に13,367人、令和32年(2050年)には11,949人と上方修正されています。



人口推移

・総人口と年齢3区分別人口の推移を示しています。
・「総人口のピーク」「老年人口の増加傾向」等、自地域の人口変化の概要を把握できます。



【出典】総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」
【注記】2025年以降は「国立社会保障・人口問題研究所」のデータ(平成30年3月公表)に基づき推計値。

[地域経済分析システム RESAS] より抜粋

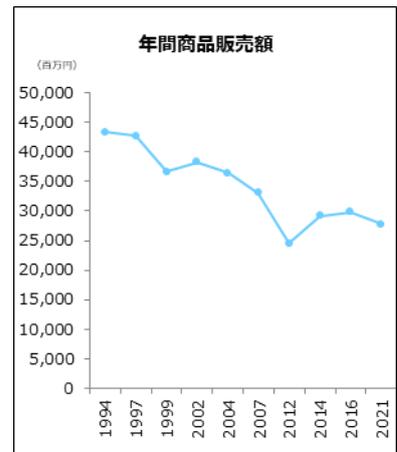
③産業

ア. 商業

当町の商業は、既存商店街と国道沿いの大型量販店や全国チェーンの飲食店が立ち並ぶ旧静内町の静内地区と、約 20km 離れた海岸沿いに小規模の食料品店や衣料品店、飲食店などが立ち並ぶ旧三石町の三石地区に分かれています。

両地区共に地元事業者の多くは従業員 5 人以下の小売店や飲食店、サービス業などの小規模事業者で構成されており、人口減少に伴う購買力の低下に加え、大型店やインターネット販売等との競争激化により苦戦を強いられています。

当町における年間商品販売額は、東日本大震災が発生した平成 24 年に 245 億円に落ち込んだものの、平成 28 年に 298 億円まで回復し、令和 3 年では 278 億円となっています。



【地域経済分析システム RESAS】より抜粋

【静内地区】

郊外の国道 235 号沿いには、大型量販店や全国チェーン店などが集積し、町外からの流入も多く、中心部には、地元商店や飲食店が立ち並ぶ商店街や通り会など 9 つの商店街が点在しています。

日高地方の商業都市としての機能を持ち、日高振興局管内一の人口であることから 30 代から 50 代の飲食業やサービス業の創業が毎年 10 件以上継続してあるものの、既存事業者の規模縮小や事業主の高齢化による廃業も相次いでおり、空き店舗が目立っています。



【大型店が立ち並ぶ国道 235 号】



【中心部に位置する静内みゆき通り商店街】

【三石地区】

従来から漁業、農業の町として発展するも、一次産業経営者の高齢化、後継者不足による廃業、離農の増加による購買力の低下に加え、静内地区の大型量販店等への流出により、静内地区の商業事業者以上に大きな影響を受けています。

郊外には「道の駅みついし」や「キャンプ場」があり、夏季には多くの来街者が訪れるため、地元消費者以外の来店客を取り込む、魅力ある商品・サービスづくりが課題となっています。



【中心部の商店街】



【道の駅みついし】

イ. 漁業

全国的にも有名な「日高昆布」は、消費者からも長く愛され続け、地元水産業を支えてきた自慢の特産品でありましたが、近年続く海水温の上昇に伴い年々漁獲量は減少が続いています。

日高昆布の他にも秋鮭やタコ、ツブ貝など豊富な魚介種が獲れる漁場でありましたが、令和3年9月に発生した赤潮の影響を受けて以降、記録的な不漁が続いており、平成27年度19億6,493万円/4,841tあった漁獲量は令和4年度に15億3,019万円/3,908tにまで落ち込み、漁業者や水産加工業者に深刻な影響が出ています。(北海道水産現勢より抜粋)



〔昆布干場〕

ウ. 農業

当町の基幹品目である軽種馬産業は、全国の8割の競走馬を日高振興局管内で生産しており、当町からもオグリキャップ、ウォッカ、タイトルホルダーなど多くの名馬が輩出されています。

毎年当町で4回、札幌市で1回開催される軽種馬の競り市では、令和6年度で2,160頭、188億9,723万円の取引と6年連続で過去最高額を更新しています。(日高軽種馬農業協同組合資料より抜粋)

近年、若者や女性の競走馬ファンの増加や唯一コロナ禍の巣ごもり需要を追い風に受けた産業であり、観光や雇用面など地域経済の貴重な地域資源となっています。

農産物の特産品としては、ミニトマトや和牛、米、花き、アスパラガスなどの生産に積極的に取り組み、ミニトマト「太陽の瞳」、和牛「みついし牛」、米「万馬券」、「トキノミノル」、花き「みついし花だより」などオリジナルブランドで全国へ出荷しています。



〔軽種馬牧場〕

エ. 工業

当町の工業は、苫小牧市から浦河町を結ぶ高規格道路である日高自動車道の延伸工事や港湾整備工事に係る、土木工事業やコンクリート製造業を中心に雇用や地域経済の循環に大きな役割を果たしています。



〔日高自動車道工事予定図〕

一方、建築工事業については、一般住宅の新築工事が毎年40件程ありましたが、ウッドショックなどの資材高騰やコロナ禍の影響を受け、令和2年度の48件をピークに年々減少しており、令和5年度は24件となっています。

また、施工実績については、大手ハウスメーカーの台頭が顕著に現われており、令和5年度の24件のうち、町内業者の施工実績は5件と大変厳しい状況になっています。

オ. 観光

当町のシンボルとなっている「二十間道路桜並木」は日高山脈を背に幅 36m(二十間)、直線 7k m に渡る道路の両端を桜並木が彩り、「北海道遺産」や「さくらの名所 100 選」などを受賞した日本屈指の桜の名所で知られ、例年ゴールデンウィーク時期に桜の開花と重なるため、道内外から毎年約 10 万人の観光客が訪れています。

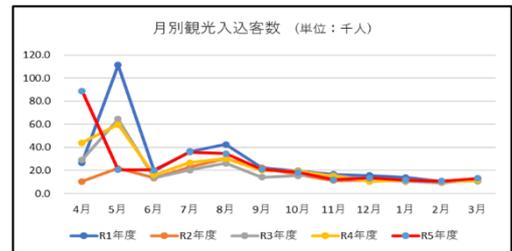
当町の観光入込客数はゴールデンウィークに集中しているため、コロナ禍に入った令和 2 年度以降、この時期に観光客が激減したことで飲食業やホテル業などは過去にない大きな影響を受け、地域全体が疲弊することとなりました。



〔二十間道路桜並木〕

観光入込客数

年度	年間	内、4・5月のみ
R元年度	346.8千人	138.2千人
R2年度	194.4千人	32.2千人
R3年度	243.6千人	93.8千人
R4年度	274.6千人	103.8千人
R5年度	300.8千人	109.7千人



〔北海道 観光入込客数調査報告書〕より抜粋、独自作成

令和 5 年 5 月に新型コロナウイルス感染症が 5 類感染症に移行し、コロナ禍以前に戻りつつあるものの、月別観光入込客数から読み取れるように、年間入込客数の約 3 割に値する 10 万人規模の観光客がわずかな時期に集中しており、繁閑の差が非常に大きい地域というリスクがある脆弱性が浮き彫りとなりました。

当町は、従来から通過型観光が中心でありましたが、令和 6 年 6 月に「日高山脈襟裳十勝国立公園」が誕生したことから、当町だけではなく、隣接する日高振興局管内、十勝振興局管内 13 市町村や関係機関が一体となり、体験型観光メニューの開発など年間を通した滞在型観光へ積極的に取り組むことや交流人口を増やす取り組みが必要となっています。

④小規模事業者の現状と課題

【商工業者数及び小規模事業者数】

	建設業	製造業	卸売業・小売業	飲食業・宿泊業	サービス業・その他	合計
商工業者数 (当会独自データ)	124	40	246	165	471	1,046
うち、小規模事業者数 (経済センサスデータ)	100	45	198	162	434	939
小規模事業者の割合	80.6%	—	80.5%	98.2%	92.1%	89.8%

〔当会独自調査〕

当町における産業大分類別売上高の構成比は、卸売業・小売業が 26.6%、建設業が 22.7%となっており、合わせて 49.3%と 2 業種で町全体の概ね半分の売上高を占めています。(地域経済分析システム RESAS より抜粋)

しかしながら、当町の小売業は大手スーパーやホームセンター、ドラッグストアなどの大型店が数多く立ち並び、地元同業者の多くは価格や品揃え、立地面など多くの点で劣勢を強いられて弱体化が進み、大型店との格差が更に広がっていくことが懸念されています。

町内の小規模事業者は、業種を問わず全国的な現状と同様に慢性的な人手不足や高齢化が進み、近年加速的に進むデジタル化や多様な消費者ニーズに対応することができず、機会損失を招くケースが目立っています。

このような現状からも、特に小規模事業者には、限られた経営資源の中でIT化の導入によるアナログ業務からの脱却を図り、業務プロセスの改善による経営指標や顧客ニーズの可視化が事業の継続・発展に重要なポイントになっています。

当町を含む近隣地域一帯の人口減少や大型店との共存が避けて通れないため、魅力ある商品・サービスの提供で顧客の囲い込み、域外への新たな販路を開拓していくことが課題となっています。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興の在り方

①10年程度の期間を見据えて

前段の現状や課題に記載の通り、当町の小規模事業者を取り巻く環境は、人口減少や第一次産業の規模縮小による購買力低下に加え、相次ぐ大型店の進出により、一層厳しさを増しています。

更に小規模事業者自身の高齢化や後継者不足、世界情勢や気候変動に伴う物価高騰など、各業種において懸念される課題が山積しています。

不確実性の高い状況の中、これまで地域経済を支えてきた町内小規模事業者の更なる10年程度を見据え、多様化するニーズに即した商品・サービスの提供に対応していくことが求められ、大型店やインターネット販売との差別化を図り、共存していくことが当町の魅力となり、地域経済における小規模事業者の大きな役割を果たします。

当町の小規模事業者が、限られた経営資源の中、事業の持続発展を遂げるためには「対話と傾聴」による伴走型支援によって事業者自身が自社を的確に理解し、目の前の課題に気づき、自ら課題解決に向けて自走化していく仕組みづくりが必要となります。

これらの状況を踏まえ、当会における「小規模事業者に対する長期的な振興の在り方」を次の通り設定します。

- ア. 経営分析による経営環境の可視化と課題解決に向けた事業計画の策定
- イ. 魅力ある商品・サービスの開発、既存商品の磨き上げ
- ウ. 域外への新たな販路開拓による需要の拡大
- エ. 創業支援・事業承継支援による小規模事業者の減少抑制
- オ. 大型店との差別化と共存、魅力あるまちの形成

②新ひだか町総合計画との連動性・整合性

新ひだか町第2次総合計画(2018~2027)では、まちづくりの将来像を「みんなでつくる希望にあふれるまち!」として各施策の方向性を掲げ、商工業や地域経済に関する対策として次の通り記されています。

第4節 地域資源を活かした安定的な経済基盤づくり

第1 産業の振興

- (4) 商工業の振興 ①経営の安定化、②商店街の活性化
- (5) 起業・新産業の創出

第2 観光の振興

- (1) 観光基盤の振興 ②各種イベントの実施形態、③新規イベントの実施

第3 新ひだかブランドの確立

- (1) 地域ブランド化の推進 ①地域ブランドの創造、②地域ブランドの発信

新ひだか町は総合計画において、既存商店街と郊外大型商業施設からなる広域商業圏を形成しているものの、地元事業者で成り立つ既存商店街が疲弊していることから、商工会と連携を強化し、地域全体の活性化のため、経営体質の改善や経営基盤の強化、後継者育成・創業対策を図ると示しています。

前述の小規模事業者に対する長期的な振興の在り方に記載した通り、当会が支援する小規模事業者の持続的発展や地域の魅力向上を図るための方向性と一致していることから、新ひだか町及び各関係機関と連携して地域の課題解決に繋げることで小規模事業者及び地域経済の発展に寄与します。

③商工会の役割

当会は町内唯一の経済団体であり、長きに亘り地域の商工業者と共に歩み続け、経営に関する各種支援や身近な良き理解者としての役割を果たしてきました。

小規模事業者の今後 10 年程度を見据えた際も、日々変化する経営環境や多様化するニーズへの柔軟な対応が求められることから、伴走型支援による対話と傾聴を重ね、事業者自身が本質的な課題に気づき、納得した上で自己変革へと導くことができるよう、各支援機関との連携を図り、小規模事業者に寄り添った側面支援を継続していくことが当会の役割です。

(3) 経営発達支援事業の目標

新ひだか町の現状と課題や新ひだか町総合計画、当会の役割を踏まえ、小規模事業者の長期的な振興の在り方を見据え経営発達支援事業の 5 年間の目標を次の通りとします。

①小規模事業者の目標

【目標 1 経営分析結果に基づく事業計画の策定による経営力強化】

事業計画策定の重要性を訴え、経営分析によって可視化された現状を基に事業計画策定支援を行い、小規模事業者の経営力強化による事業の持続的発展を支援します。

- ・事業計画策定件数 150 者/5 年(年 30 者)
- ・支援先の売上高増加件数(対前年比 3%以上) 100 者/5 年(年 20 者)

【目標 2 創業支援・事業承継支援による小規模事業者の維持】

地域経済の維持に不可欠となる小規模事業者の新たなビジネスの創出や既存事業者の新陳代謝を図るため、新ひだか町と共に創業・第二創業予定者の支援及び事業承継を支援します。

- ・創業計画策定支援件数 50 者/5 年(年 10 者)
- ・事業承継計画策定支援件数 10 者/5 年(年 2 者)

【目標 3 顧客ニーズに即した商品・サービスの販路開拓】

多様化するニーズに即した魅力ある商品・サービスの強化を支援し、効果的な情報発信や各種商談会、展示会等の出展による域外への新たな販路開拓を支援します。

- ・商談会出展支援件数 25 者/5 年(年 5 者) / 成約件数 10 者/5 年(年 2 者)
- ・物産展出展支援件数 40 者/5 年(年 8 者) / 売上高 8 万円(1 物産展/1 者)
- ・IT 活用支援件数及び売上高増加件数(対前年比 2%以上) 10 者/5 年(年 2 者)

②地域の裨益目標

【目標 4 地元商工業と大型店が共存する魅力ある町づくり】

当町は、従前より地元商工業者の専門性と大型店の利便性それぞれの機能が共存し合うことで魅力となり、日高振興局管内の中核都市として発展を遂げてきました。

小規模事業者の目標を通じて町内小規模事業者の経営力強化と創業支援、事業承継支援により事業者数の減少を抑制し、雇用の維持・創出と中核都市の機能を維持することで域外からの流入を促し、地域経済の活性化を図ります。

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) 目標の達成に向けた方針

①小規模事業者の目標達成に向けた方針

【目標1 経営分析結果に基づく事業計画策定による経営力の強化】

小規模事業者の経営力強化を目指すには、自社の置かれた状況を理解し、課題解決に向けた事業計画の策定が必要になるため、経営分析結果の可視化や対話と傾聴を通じて事業者自らが本質的な経営課題に気付き、納得した上で課題解決に向けた自走化に対する支援が必要になります。

そのため、引き続き各種情報の提供や事業計画策定セミナー等の開催により、事業計画策定の必要性について理解を求め、経営指導員等の伴走支援や必要に応じて専門家による個社支援を通じた実効性の高い事業計画を策定し、経営力の強化に向けた支援を行います。

【目標2 創業支援・事業承継支援による小規模事業者の維持】

当町は、相次ぐ大型店の進出や日高振興局管内経済の中心として位置付けられ、飲食業やサービスを中心とした創業が例年10件以上あります。

小規模事業者の維持は、地域の雇用維持や魅力の創出に繋がるため、創業予定者に対する支援や高齢化する既存事業者の事業承継の支援については、専門家や事業承継・引継ぎ支援センター等と連携を図り、円滑な創業や経営資源の引き継ぎを促進し、地域経済の新陳代謝に向けた支援を行います。

【目標3 顧客ニーズに即した商品・サービスの販路開拓】

人口減少や日々変化を続ける経営環境の変化、インターネット販売等との競争激化が進む中、魅力ある商品・サービスで差別化を図り、域内需要はもとより域外への需要の開拓、販路の拡大が必要になります。

需要動向や顧客ニーズを的確に捉え、策定した事業計画のターゲット層に向けた販売方法の選定や商談会・展示会等への出展を後押しし、販路の拡大に向けた支援を行います。

②地域の裨益目標達成に向けた方針

【目標4 地元商工業と大型店が共存する魅力ある町づくり】

小規模事業者の持続的発展は、地域全体の魅力創出や域外からの流入に繋がる極めて重要な役割を果たすため、小規模事業者の目標達成に向け、伴走型支援による小規模事業者に寄り添った支援に注力します。

また、新ひだか町や関係機関が実施する産業振興施策や観光振興施策にも積極的に取り組み、交流人口の増加や小規模事業者との結び付け、地域経済の活性化に向けた支援を行います。

I. 経営発達支援事業の内容

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

第2期においては、第1期に引き続き国や北海道、地域の金融機関等が公表する各種調査結果や動向情報を取り纏め、メールマガジンとして毎週1回Eメールの登録者102件及び当会ホームページに掲載して情報を提供しました。

また、令和3年12月より当会のLINE公式アカウントを開設し、現在216件の登録者にも同様のメールマガジンを配信しています。

しかしながら、各機関が公表している各種情報は、マクロ的な情報であることから、小規模事業者自身が自分事として捉えられず、自社の現状と照らし合わせるための十分な活用に至っていませんでした。

第3期では、これまでのマクロ的な情報に加え「RESAS」による地域を抽出したデータを組み合わせて提供することで、小規模事業者が自分事として地域の現状を捉え、地域の実情を理解した上で実効性のある事業計画策定に繋げていきます。

(2) 目標

事業内容	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各種経済情報の提供回数	Eメール及びLINE、HP掲載	52回	50回	50回	50回	50回	50回
②地域経済動向の公表回数	当会HP掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回

※現状は令和5年度実績

(3) 事業内容

①各種経済情報の収集及び提供

地域全体の経済動向や同業種の景況感等を把握するため、各省庁や自治体、金融機関等が公表する各種調査結果や動向情報等を取り纏め、メールマガジンとして提供します。

【調査手法】 管内経済概況(北海道経済産業局)、ひだかしんきん地区内経済概況(日高信用金庫)、中小企業景況調査報告書(北海道商工会連合会)等のデータを整理し、外部専門家と連携し分析を行います。

【調査項目】 業種別の概況(業況、売上額、資金繰り等)、個人消費の動向、経営上の問題点等

②地域経済動向の収集及び提供

地域経済分析システム「RESAS」を活用し、当町に限定された地域の状況や消費動向等の情報を取り纏め、当会HPにて公表します。

【調査手法】 RESAS：人口マップ、地域経済循環マップ、観光マップ、まちづくりマップ等のデータを整理し、外部専門家と連携し分析を行います。

【調査項目】 将来人口推計、地域経済循環図、From-to分析(宿泊者・滞在人口)等

(4) 調査結果の活用

調査した結果は、当会HPに掲載して広く周知し、当会のEメール及びLINE公式アカウントに登録済みのメーリングリストに配信するとともに、経営指導員等の巡回訪問や窓口相談等の際に提供することで、自社の経営状況とのすり合わせや事業計画策定に向けた参考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

第2期においては、観光シーズンに来町する観光客や商談会等の来場バイヤーに対し、商品・サービス等の需要を把握するためのアンケート調査を予定しておりましたが、第2期が始まった令和2年から新型コロナウイルス感染症が急拡大したことで十分な調査を行うことができず、有効なデータを収集することができませんでした。

また、調査方法も経営指導員等によるヒアリング形式としていたため、Webアンケートの活用など非対面形式への切り替えも検討が必要でありました。

小規模事業者の事業計画策定や新商品開発、既存商品のブラッシュアップに対して、真に必要なアンケート項目を精査し、消費者ニーズやバイヤー目線のニーズを収集、結果をフィードバックすることで、新商品開発や新たな需要の開拓に繋げていきます。

(2) 目標

事業内容	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商談会需要動向調査(個社支援)	—	2者	2者	2者	2者	2者
②物産展需要動向調査(個社支援)	—	3者	3者	3者	3者	3者
③地域需要動向調査(地域全体)	—	1回	1回	1回	1回	1回

※現状は令和5年度実績

(3) 事業内容

①商談会需要動向調査(個社支援)

道内外の商談会等に出展する小規模事業者の商品に対し、バイヤー目線のアンケート調査を行い、新商品開発や商品・サービスの更なるブラッシュアップを図るよう支援します。

【対象者】 事業計画策定後、販路開拓を目的として道内外の商談会に出展する小規模事業者

【調査項目】 属性(業種・部署)、味、価格、サイズ、用途、取引条件等

【調査手法】 出展者及び出展支援職員のアンケート票に基づくヒアリング及び同内容のWebアンケートフォームに導く二次元コードを配布して情報を収集、経営指導員等が後日集計し、専門家の意見を交え分析を行います。

【サンプル数】 30名程度/1商品

【想定される商談会】

「北海道産品取引商談会・札幌会場(BtoB)」など

主催：北海道、札幌市、北海道貿易物産振興会

開催場所：札幌市

開催時期：例年6月上旬

概要：北海道内で生産、製造された地域特産品等の販路開拓、拡大を図るため道内外市場への通常取引の促進を図る。

来場者：道内外流通バイヤー(百貨店、スーパー、卸問屋、ホテル業等)、関係機関

規模：出展者282社、流通バイヤー743社、2,096名 ※令和5年度実績

②物産展需要動向調査(個社支援)

道内外の物産展等に出展する小規模事業者の商品に対し、一般消費者目線のアンケート調査を行い、新商品開発や商品・サービスの更なるブラッシュアップを図るよう支援します。

【対象者】 事業計画策定後、販路開拓を目的として道内外の商談会に出展する小規模事業者

- 【調査項目】 属性(性別・年齢層)、味、価格、サイズ、容量等
- 【調査手法】 出展者及び出展支援職員のアンケート票に基づくヒアリング及び同内容の Web アンケートフォームに導く二次元コードを配布して情報を収集、経営指導員等が後日集計し、専門家の意見を交え分析を行います。
- 【サンプル数】 30 名程度/1 商品
- 【想定される物産展】
「なまらいっしょ北海道(BtoC)」など
主 催：北海道移住交流促進協議会
開催場所：東京都世田谷区三軒茶屋
開催時期：例年 11 月上旬
概 要：首都圏在住者に対して、北海道内の魅力ある商品を PR すると共に、北海道ファンを増やし、交流・定住人口の拡大を図る。
来 場 者：一般消費者
規 模：出展者 21 商工会 33 社、一般消費者 18,000 名 ※令和 5 年度実績

③地域需要動向調査(地域全体)

来町する観光客に対して、観光客ニーズを収集して地域の潜在需要を把握し、ニーズに沿った商品・サービスの開発・提供に繋がるよう支援します。

- 【調査項目】 属性(性別・年齢層)、目的地、求めているもの、困りごと、旅行・食事予算等
- 【調査手法】 観光施設にアンケート票と投函箱を設置すると共に、同内容の Web アンケートフォームに導く二次元コードを配布して情報を収集、経営指導員等が後日集計し、専門家の意見を交え分析を行います。
- 【サンプル数】 100 件
- 【想定される設置箇所】 しずない桜まつり会場、道の駅みついし、観光情報センターぼっぼ

(4) 調査結果の活用

集計した結果を基に経営指導員等が専門家と連携して分析を行い、地域需要動向調査については当会 HP 等で広く公表すると共に、自社商品を取り扱う小規模事業者への巡回訪問や窓口相談の際に提供し、今後の販路開拓や新たなサービスの提供の参考とします。

また、商談会・物産展需要動向調査については、商談会等終了後のフォローアップ支援の際に結果をフィードバックし、今後に向けたブラッシュアップや新たな商品開発等に向けた参考とします。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

第 2 期においては、第 1 期に引き続き決算指導や金融斡旋時における財務面の定量分析が主となっており、非財務面の定性分析を行った小規模事業者は補助金等の申請を行う一部の事業者に限られていました。

反復的に財務分析を行うことで、財務状況の把握や事業の評価をすることはできますが、数字を基にした表面的な分析に留まり、真の課題抽出や事業計画の策定に結び付けることができていませんでした。

小規模事業者自身が自社の経営課題に気付き、納得した上で課題解決に向けた事業計画の策定に取り組むには、これまで主としてきた定量分析に加えて、非財務面による内部環境や外部環境等の経営状況を適切に把握する必要があります。

第 3 期では、財務分析と非財務分析双方の実施を着実にを行うため、年間の分析件数を下方設定して経営分析支援を行います。

(2) 目標

事業内容	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財務分析件数	173	40者	40者	40者	40者	40者
②非財務分析件数	—	40者	40者	40者	40者	40者

※現状は令和5年度実績

※両分析の実施を必須として着実に経営状況の可視化を行うため、下方設定します。

(3) 事業内容

①財務分析

第1期より決算書等を基にした財務分析を実施し、既存小規模事業者に着していることから、継続して財務分析を行います。

【対象者】 売上向上や販路開拓に意欲的な小規模事業者

【分析項目】 収益性、安全性、生産性、成長性等

【分析手法】 クラウド型経営支援ツール「ShokoBiz」、記帳代行業務支援先は弥生会計を使用

②非財務分析

非財務面による分析も重要であることを提唱し、財務分析・非財務分析の双方行うことで適切な経営状況の可視化を目的として非財務分析を行います。

【対象者】 売上向上や販路開拓に意欲的な小規模事業者

【分析項目】 自社の強み・弱み・機会・脅威、企業を取り巻く環境、関係者・内部管理体制等

【分析手法】 SWOT分析(初級者)、ローカルベンチマーク「4つの視点」(中級以上)

(4) 分析結果の活用

財務分析に加え、非財務分析を行うことで小規模事業者の自社の置かれた状況を可視化し、事業者自らが本質的な課題を捉え、事業計画の策定に活用します。

また、分析結果は当会職員間で共有できるクラウド型経営支援ツール「ShokoBiz」により、データベース化することで効率的な支援体制の構築を図ります。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

当会では、これまで事業計画策定の重要性に対する認知度向上や新たに事業計画を策定する小規模事業者の掘り起こしを行うため、事業計画策定に関する各種セミナーを開催し、重要性を理解した上で意欲的に取り組む小規模事業者に対して個社支援を実施してきました。

第2期においては、毎年40件の事業計画策定を目標に取り組んできましたが、概ね半数近くが各種補助金や支援金に対する申請支援や金融支援をきっかけにした事業計画の策定となっており、事業者自身が本質的な課題の把握に至っていないケースが多く、対話と傾聴を通じ、自発的な事業計画の策定支援が必要であると考えます。

自社の本質的な経営課題解決に向けた事業計画策定支援に加え、デジタル化への遅れや多様な消費者ニーズに対応するため、DX化に向けたITツールの導入による業務効率の改善や事業収益の確保が課題となっています。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者にとって事業計画策定は、事業の持続的発展に向けた重要な指針となることから、引き続き理解を求め、浸透させていく取り組みを行います。

事業計画の策定については、地域の需要動向や自社の経営状況を的確に把握し、伴走型支援による

対話と傾聴を重ねることで信頼関係を構築し、事業者自らが本質的な経営課題に気づき、納得した上で課題解決に向けた事業計画の策定支援を目指します。

また、小規模事業者全体の課題となっている慢性的な人手不足や IT 化の遅れによる機会損失を招いていることから、限られた経営資源の中で IT ツールの導入による業務プロセスの改善やセグメントデータを活用した顧客ニーズの把握によって収益性の確保に向けた支援に取り組みます。

更に、当町の魅力向上に向けた小規模事業者数の減少を抑制するため、創業者予定者に対する支援、事業承継に対する支援についても注力し、新ひだか町や金融機関、北海道事業承継・引継ぎ支援センター等、関係機関との連携を強化し、支援を行います。

(3) 目標

事業内容	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事業計画策定セミナー開催回数	2回	1回	1回	1回	1回	1回
②創業セミナー開催回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
③DX推進セミナー開催回数	—	1回	1回	1回	1回	1回
④事業計画策定事業者数	37件	30件	30件	30件	30件	30件
⑤創業計画策定事業者数	22件	10件	10件	10件	10件	10件
⑥事業承継計画策定事業者数	4件	2件	2件	2件	2件	2件

※現状は令和5年度実績

※現状の取り組みを更に深掘りをして質の高い支援を行うため、下方設定します。

(4) 事業内容

①事業計画策定セミナーの開催

事業計画の重要性を訴求しつつ、地域の経済動向や消費者ニーズ、トレンドを交えた情報を提供し、事業者自身が自分事として捉えるきっかけとなり、自発的に自社の経営課題に気づきを与えるためのセミナーを開催します。

【対象者】 経営分析を行った小規模事業者、事業計画策定に意欲がある小規模事業者

【講師】 中小企業診断士、各種小規模事業者支援機関に属する専門家等

【募集方法】 開催案内文書、当会 HP、メールマガジン、LINE 公式アカウント等

【開催回数】 1回

【参加者数】 10名

【開催内容】 事業計画策定の基礎知識、販路開拓手法、生産性向上手法等

②創業セミナーの開催

当会は、産業競争力強化法に基づく新ひだか町創業事業計画において、ワンストップ相談窓口となっていることから、創業希望者に対して創業に関する基礎知識から資金繰り、販路開拓手法等を習得し、着実な創業を目指すためのセミナーを開催します。

【対象者】 創業希望者、創業して間もない小規模事業者、第二創業希望者

【講師】 中小企業診断士、各種小規模事業者支援機関に属する専門家等

【募集方法】 開催案内文書、当会 HP、メールマガジン、LINE 公式アカウント等

【開催回数】 1回

【参加者数】 10名

【開催内容】 経営全般、財務、労務、販路開拓等

③DX推進セミナーの開催（新規）

小規模事業者にとって喫緊の課題となっている DX 化に向けた取り組みとして、DX の基礎知識及び各種 IT ツールの導入による業務効率化や販路開拓等の手法を学ぶセミナーを開催します。

- 【対象者】 DX化による業務改善、販路開拓を目指す小規模事業者
- 【講師】 ITコーディネーター、各種小規模事業者支援機関に属する専門家等
- 【募集方法】 開催案内文書、当会 HP、メールマガジン、LINE 公式アカウント等
- 【開催回数】 1回
- 【参加者数】 10名
- 【開催内容】 DXの基礎知識、ITツールの導入による業務効率化、販路開拓手法

④事業計画策定支援

経営力強化や販路開拓に意欲的な事業者に対し、経営指導員等の伴走型支援による対話と傾聴を通じた自発的な経営課題の抽出、課題解決に向けた実効性のある事業計画の策定を支援します。

- 【対象者】 経営分析を行った小規模事業者のうち、経営力の強化や販路開拓等による事業の持続的発展を目指す小規模事業者
- 【支援手法】 経営指導員等の対話を重ね、経営分析結果を基に自社の経営資源や強みを把握した上で本質的な経営課題を整理し、課題解決に向けた事業計画書の作成を支援します。尚、専門的、高度な支援に関しては、中小企業診断士等との連携を図ります。

⑤創業計画策定支援

創業希望者や第二創業を目指す小規模事業者に対し、創業に向けた想いやビジョンを整理し、実現可能な身の丈に合った創業計画の策定を支援します。

- 【対象者】 創業セミナー受講者や創業希望者、第二創業を目指す小規模事業者
- 【支援手法】 経営の基礎となる経営資源やマーケティング等を整理し、創業後も安定的な経営を継続できるよう中長期的に実現可能な創業計画書の作成を支援します。尚、創業資金の希望がある支援に関しては、各金融機関等との連携を図ります。

⑥事業承継計画策定支援

小規模事業者の減少は当町の魅力を欠くことに繋がるため、小規模事業者維持の重要性を提唱しつつ、事業承継の意向がある場合は着実に事業のバトンを繋ぎ、地域の新陳代謝を促すことを目的として事業承継計画の策定を支援します。

- 【対象者】 事業承継に前向きな小規模事業者、後継者不在の小規模事業者
- 【支援手法】 経営指導員等の対話を重ね、事業者の想いや承継に対する意思の確認を行い、スムーズな事業承継に繋がるよう事業承継計画の策定を支援し、M&Aなど専門的な支援に関しては、事業承継・引継ぎ支援センター等との連携を図ります。

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

第2期では、事業計画を策定した小規模事業者に対し、年4回のフォローアップを目指して進捗確認等を行ってきましたが、事業者と真に向き合い、日々変化する経営環境において新たな障壁や計画との乖離の発生確認等には至っていませんでした。

これまでのフォローアップに関しては、量、質共に補助金等申請者や商談会等出展者、金融支援者等への偏りが生じており、均一さに欠けていたことが課題となっています。

第3期については、事業計画を策定した全ての小規模事業者に対し、着実な計画を遂行できるようPDCAサイクルを意識したフォローアップを目指します。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した小規模事業者は、今後更に自走化による持続的発展を目指すことが重要であるため、現段階では着実な事業計画を遂行することを目的として、計画に対してしっかりとPDCAサ

イクルを回し、経営指導員等の対話と傾聴を通じた現状の確認、新たな障壁の発生の有無など寄り添った支援が必要であります。

また、創業計画策定者や事業承継計画策定者に対しても当初計画が着実に実行できているか、計画との乖離が発生していないかなど、定期的なフォローアップを実施します。

これまで経営分析から事業計画策定、フォローアップに至るまで、主に経営指導員等の職員が行ってききましたが、従前から実施している中小企業診断士等専門家の支援によるフォローアップも第三者の視点として有効な手段であることから、着実な計画実行に向けて継続して実施します。

(3) 目標

事業内容	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	37者	30者	30者	30者	30者	30者
頻度(延べ回数)	162回	120回	120回	120回	120回	120回
売上3%以上増加事業者数	7社	20者	20者	20者	20者	20者
②創業計画策定後のフォローアップ事業者数	22者	10者	10者	10者	10者	10者
頻度(延べ回数)	74回	60回	60回	60回	60回	60回
③事業承継計画策定後のフォローアップ事業者数	4者	2者	2者	2者	2者	2者
頻度(延べ回数)	19回	8回	8回	8回	8回	8回

※現状は令和5年度実績

※現状の取り組みを更に深掘りをして質の高い支援を行うため、下方設定します。

(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に対し、着実に計画が遂行できるよう、巡回訪問等を通じて四半期に一度のペースでPDCAサイクルを重視したフォローアップを行い、進捗確認を行います。

②創業計画策定後のフォローアップ支援

創業計画、第二創業計画を策定した事業者は、経営に関する経験や知識が浅いため、計画した内容に乖離が発生しやすいことから2ヶ月に一度のペースで進捗確認を行い、着実な計画遂行に向けたフォローアップを行います。

③事業承継計画策定後のフォローアップ支援

事業承継計画を策定した事業者については、業務の引継ぎや対外的なやり取りなど多岐にわたることから、項目毎に進捗を行うため四半期に一度のペースでフォローアップを行い、着実な承継に向けた進捗確認を行います。

④事業計画と進捗状況に乖離が生じた場合の対応支援

当初の計画と乖離が生じた場合や進捗ペースが思わしくない場合は、フォローアップ回数を増やし、根底にある問題点や新たな障壁の有無を確認の上、より高度な支援が必要な場合は専門家等の支援を含め、軌道修正を図ります。

一方、進捗状況が順調と判断できる場合は一時的にフォローアップ回数を減らすなど、臨機応変に対応し、事業計画を策定した事業者にまんべんなく進捗確認を行います。

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

第2期では、地域一帯の購買力が低下し、既存顧客や域内需要だけでの持続的発展は難しいという現状を踏まえ、域外への販路開拓支援に対して積極的に取り組んだ結果、域外需要獲得に向けた販路開拓の必要性が浸透し、年々出展希望者が増加したことで集中的な支援を行い、一定の成果をあげてきました。

一方で、これまで札幌、東京、大阪など各地の商談会や物産展等への出展支援を行いました。一定以上の水準にある事業者のみの出展に留まっており、小規模事業者であるが故に、数日間店を閉めて域外への出展に至らなかった事業者も多くいたことから、新たな販路開拓の入口として令和5年度より当会主催の物産展を開催しています。

第3期では、販路開拓を目指す小規模事業者の水準に合わせた出展先を設定することで、継続して出展している事業者は更なる需要の開拓を目指し、経験の浅い出展者に対しては伴走型支援による事前準備・フォローアップに注力します。

また、現在需要が高いECサイトなどを活用した販路開拓を行っている小規模事業者は一部に限られているため、DX推進セミナー等で広く意識の醸成を図り、ITツールの導入による販路開拓支援に取り組めます。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した小規模事業者のうち、販路の開拓を目指す小売業、製造業、飲食業等を中心に域外への商談会、物産展等の事前準備から出展後のフォローアップに至るまで一貫した出展支援を行います。

これまでは、出展先の規模感や自社の状況によってハードルを感じ、出展を断念する事業者もいたことから、事業者の規模やターゲットに合わせ、段階を踏んだ出展先を選定することで、身の丈に合った販路開拓先を目指す選択肢を提供します。

また、商品の魅力や価値については、自社の視点だけでは判定することが難しく、専門家目線による評価やアドバイスも必要になることから、関係機関や専門家等を交えた事前の支援も積極的に行います。

更に、新たな販路先として自社ホームページ、SNSによる情報発信やECサイトの導入なども販路開拓に有効な手段であるため、ITツールを活用した販路開拓支援に取り組めます。

(3) 目標

事業内容	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商談会等出展事業者数	8者	5者	5者	5者	5者	5者
成約件数(1商談会/1者)	1者	2者	2者	2者	2者	2者
②物産展等出展事業者数	8者	8者	8者	8者	8者	8者
売上高(1物産展/1者)	8万円	8万円	8万円	8万円	8万円	8万円
③IT活用事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
売上2%増加事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者

※現状は令和5年度実績

※成果目標は、現状の実績を平均化した数値を設定します。

(4) 事業内容

①商談会等出展支援(BtoB)

新たな取引先確保による安定的な受注を目的として、道内外で開催される企業間取引商談会への出展を支援します。

【対象者】 事業計画を策定し、新たな企業間取引を目指す小規模事業者

【支援内容】 1) 事前支援：出展手続き、レンタル備品確認、商品企画書作成、販促物準備等
2) 出展時：レイアウト・陳列、接客支援、バイヤー向けアンケート調査支援等
3) 出展後：商談内容確認、アンケート結果集計・分析、課題・反省点確認

【想定する商談会】

「北海道産品取引商談会・札幌会場」など

主催：北海道、札幌市、北海道貿易物産振興会

開催場所：札幌市

開催時期：例年6月上旬

概要：北海道内で生産、製造された地域特産品等の販路開拓、拡大を図るため道内外市場への通常取引の促進を図る。

来場者：道内外流通バイヤー(百貨店、スーパー、卸問屋、ホテル業等)、関係機関

規模：出展者282社、流通バイヤー743社、2,096名 ※令和5年度実績

※この他にも、販路開拓を希望する小規模事業者の規模感や水準、ターゲットとする先などを考慮して大小各種出展先を選定、または自主開催も検討します。

②物産展等出展支援(BtoC)

域外への新たな販路開拓による売上増加を目的として、道内外で開催される大都市の一般消費者向け物産展への出展を支援します。

【対象者】 事業計画を策定し、新たな需要の開拓を目指す小規模事業者

【支援内容】 1) 事前支援：出展手続き、レンタル備品確認、販促物準備等
2) 出展時：レイアウト・陳列、接客支援、消費者向けアンケート調査支援等
3) 出展後：商談内容確認、アンケート結果集計・分析、課題・反省点確認

【想定する商談会】

「なまらいいっしょ北海道」など

主催：北海道移住交流促進協議会

開催場所：東京都世田谷区三軒茶屋

開催時期：例年11月上旬

概要：首都圏在住者に対して、北海道内の魅力ある商品をPRすると共に、北海道ファンを増やし、交流・定住人口の拡大を図る。

来場者：一般消費者

規模：出展者21商工会33社、一般消費者18,000名 ※令和5年度実績

※この他にも、販路開拓を希望する小規模事業者の規模感や水準、ターゲットとする先などを考慮して大小各種出展先を選定、または自主開催も検討します。

③IT活用による販路開拓支援(BtoC)

現在需要が高まっている新たな販路先としてECサイトの構築や販売促進のためのホームページ、SNSの活用を支援し、域外の需要の取り込みを支援します。

IT導入に際しては、当会職員で統一した知識を有していないため、支援にあたってはITコーディネーター等の支援を交え、職員の資質向上にも役立てます。

【対象者】 事業計画を策定し、ECサイトやITツールの導入に意欲のある小規模事業者

【支援内容】 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「Goope(グーペ)」やECサイト構築サービス「カラーミーショップ」の活用を推進し、各種SNS等によるPRと併せて支援を行います。

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

第1期から毎月、当会会長と職員による「月次ミーティング」を開催する他、当会会長、理事4名、事務局長、経営指導員による「経営発達支援計画推進委員会」を年2回程度開催し、計画の進捗確認を行ってきました。

また、経営発達支援事業の評価・見直しについては、年1回、有識者や関係機関を交え「経営発達支援計画事業評価会議」を開催し、開催内容を当会HPに掲載、理事会において報告をしてきましたが、各会議等において事業の進捗確認や実績報告に留まり、計画の見直しや問題点の改善には至っていないため、事業の成果に重点を置き、目標に対する具体的な数値や結果を基に見直しする仕組みを構築します。

(2) 事業内容

①月次ミーティングの開催

これまでは職員毎に掲げた目標に対する実施件数など表面的な報告に留まっていたため、目標に掲げた具体的な数値(売上高や増加率)を用いて進捗確認を行うと共に、支援全体の流れを職員間で共有し、支援スキルの向上を図ります。

②経営発達支援計画推進委員会の開催

概ね半年に1回開催してきましたが、月次ミーティングと同様に具体的な数値を用いて進捗確認を行うと共に、支援上の課題や改善点を協議し、理事会にて共有します。

③経営発達支援計画事業評価会議の開催

これまでと同様に年1回、中小企業診断士、日高振興局商工労働観光課長、新ひだか町まちづくり推進課長、北海道商工会連合会企業支援課に対し、事務局長及び法定経営指導員から事業成果を報告、評価をいただき、次年度への課題等の整理を協議します。

また、開催内容については当会ホームページに掲載すると共に、理事会及び総代会に報告し、今後の実施方針等に反映させていきます。

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

北海道商工会連合会が主催する職種別研修会や中小企業大学校で開催される中小企業支援担当者等研修への積極的な参加により、職員の支援能力向上を図ってきました。

これまでも、各種研修会等への積極的な参加による支援能力の向上を図ってきましたが、職員の経験年数によって支援スキルにバラツキがあることから、経営発達支援事業に携わる全職員に支援ノウハウの共有を図ることが必要になっています。

また、小規模事業者にとって直近の課題となっているDX推進の取り組みについては、職員全般に知識や経験が不足していることから、DXに関する基礎知識の習得が急務になっています。

(2) 事業内容

①経営力再構築伴走支援研修会等への参加

中小企業基盤整備機構等が主催する支援機関向けの経営力再構築伴走支援に関する研修会等へ経営指導員のみならず、その他の経営発達支援事業に携わる職員を積極的に参加させ、小規模事業者に寄り添い、対話と傾聴を基礎とした課題設定型の伴走型支援能力の向上を図ります。

②OJTによる支援能力の向上

中小企業診断等の専門家派遣を実施する際は、随行した担当職員が指導方法等を学び、支援スキルの向上を図ると共に、月次ミーティングにおいて共有することで職員全体のスキルアップに繋がっていきます。

また、DX 推進に係る支援においては、職員の知識や経験が不足しており、今後一定期間は専門家派遣による支援が主になることが予想されるため、その際も同様に随行する職員が支援スキルを学び共有を図ります。

③DX 推進に向けたセミナーへの参加（新規）

中小企業大学校や北海道経済産業局等が主催する DX、IT 導入に関する研修会等に積極的に参加し、IT スキルの向上に努めます。

【想定する研修会等】

ア．業務効率化等(事業者にとって内部)

クラウド会計ソフト、電子マネー商取引等の IT ツール、情報セキュリティ対策等

イ．需要開拓等(事業者にとって外部)

ホームページ・SNS を活用した情報発信、EC サイトの構築等

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

各種金融機関や中小企業診断士、日高管内各商工会等と連携を図り、情報の共有や各種施策等に関するアドバイスをいただき、日常の事業者支援に役立てています。

現状の各種情報交流については、主に経営指導員の参加が多いことから、第3期においては、引き続き各関係機関との積極的な連携を図り、最新の市場動向やトレンド、支援方法等の情報交換を行い、他の職員にも共有することで職員全体の支援ノウハウの向上に繋がっていきます。

(2) 事業内容

①小規模事業者経営改善貸付推薦団体連絡協議会での情報交換（年2回）

日本政策金融公庫室蘭支店が主催する「小規模事業者経営改善貸付推薦団体連絡協議会」に年2回参加し、金融支援ノウハウ、胆振管内・日高管内の地域経済状況、支援内容について情報交換を行い、支援ノウハウの向上を図ります。

②北海道商工会連合会が主催する研修会での情報交換（全職員年1回）

北海道商工会連合会が主催する「全道経営指導員研修会」、「職種別研修会」に参加し、各地の地域情勢や小規模事業者に対する支援事例等を学び、支援ノウハウの蓄積に役立てます。

③専門家・各種支援機関との連携（随時）

中小企業診断士や IT コーディネーター等の専門家派遣に際し、支援スキルを学ぶと共に最新の支援事例や成功例等についての情報交換を行い、支援ノウハウの向上に繋がります。

また、事業承継に関する支援については、繊細な課題であることから、事業承継・引継ぎ支援センターや日本政策金融公庫、日高信用金庫等との連携を通じた支援ノウハウの習得に努めます。

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

第2期では、地域資源を活用した新ひだかブランド商品開発の推進を行い、町内外のイベントでの販売やふるさと納税の返礼品として積極的なPRを行ってきました。

令和4年度から3年間、新ひだか町が主催となり、農林水産省の農山漁村推進交付金を活用し、地元の静内農業高校と地元事業者が合同で商品開発を行う「静農ブランド開発促進プロジェクト」を立ち上げ、当会もプロジェクトメンバーに加わり、3年間で13社18品の特産品を開発してきました。

令和4年度から実施した「静農ブランド開発促進プロジェクト」は、補助事業が終了した令和7年度以降も一部内容を変えて継続していく方針となっていることから、引き続き参加事業者への支援等の役割として参加を予定しています。

また、まちの一大イベントである「しずない桜まつり」や「新ひだか夏まつり」など数多くのイベントに当会会員の出展や当会職員の支援協力による地域振興事業にも取り組んできました。

地域のイベントに関しては、観光業の課題にもなっている年間を通じた滞在型観光への積極的な取り組みが必要となっています。

(2) 事業内容

①地域資源を活用した特産品開発への取り組み（年2回程度）

昨今の気候変動等の影響により、水産物や農産物に一部支障が出ているものの、地場産品を活用した商品づくりは地域ブランド商品となることから、「静農ブランド開発促進プロジェクト」に参画し、地域の特産品開発への取り組みを支援します。

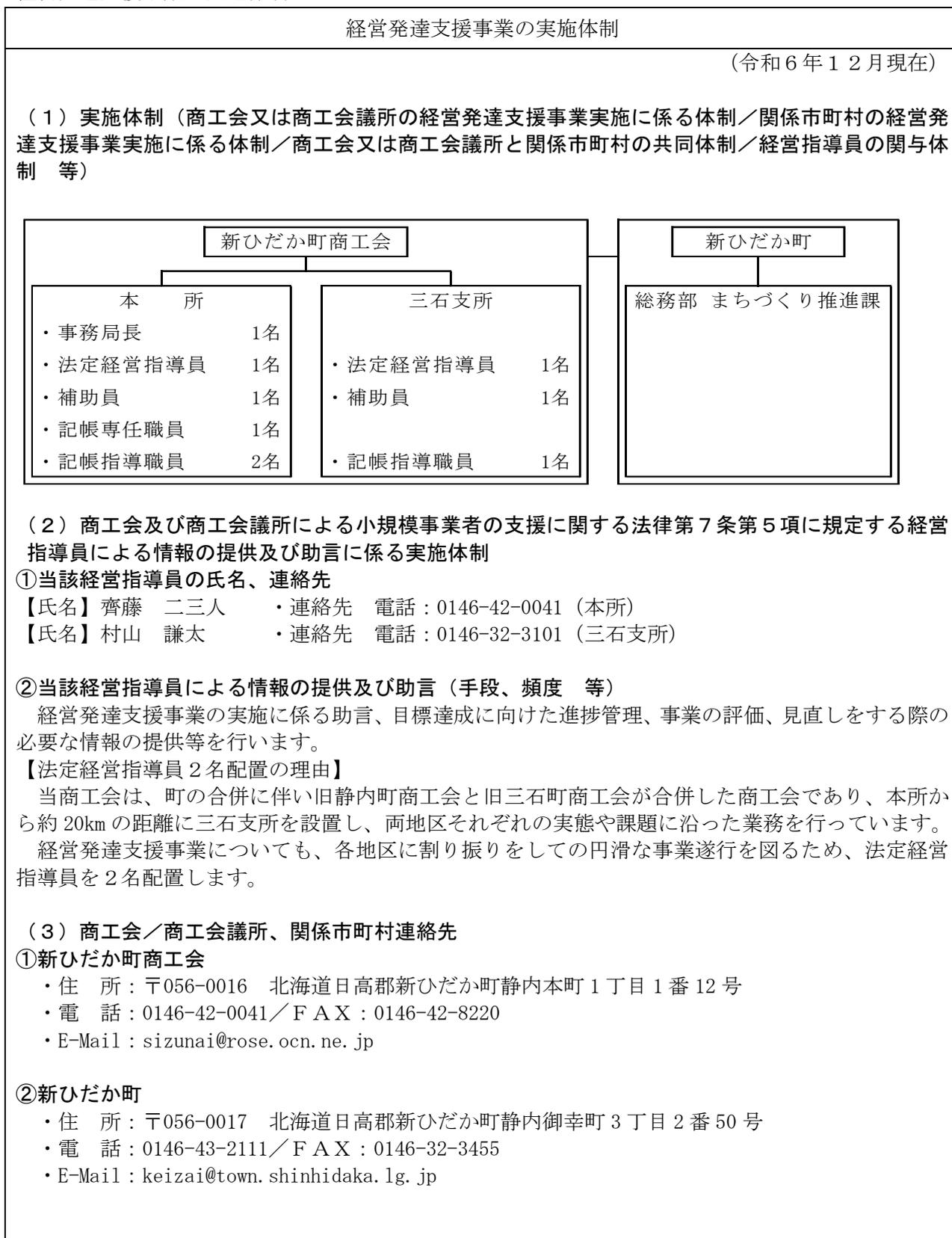
②関係機関との連携強化（随時）

新ひだか町まちづくり推進課や新ひだか観光協会、北海道日高振興局等、各関係機関で企画するまちづくりや地域活性化に関する事業については積極的に参加し、協力体制を構築します。

また、当町は「アクティビティ」、「自然」、「異文化体験」の要素を組み入れた「アドベンチャートラベル」の取り組みに積極的であり、ツアーのコンテンツに含まれる食事や宿泊、作業体験など、多くの業種が参画できる仕組みとなっていることから、長期滞在型の外国人観光客誘致の取り組みにも積極的に協力し、小規模事業者の支援にも取り組みます。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(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 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
必要な資金の額	10,185	10,185	10,185	10,185	10,185
・事業計画策定支援	311	311	311	311	311
・事業計画策定後の実施支援	208	208	208	208	208
・新たな需要開拓支援	9,600	9,600	9,600	9,600	9,600
・事業の評価、見直し	66	66	66	66	66

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
会費収入、国・北海道・新ひだか町補助金、手数料収入等

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

