

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	広尾町商工会（法人番号 2460105001606） 広尾町（地方公共団体コード 016420）
実施期間	令和 3 年 4 月 1 日 ～ 令和 8 年 3 月 31 日
目標	経営発達支援事業の目標 (1)小規模事業者に現状の把握と、需要や経営上の課題を踏まえた支援 (2)新規創業者等の創出による地域産業の活性化 (3)商品サービスの付加価値向上と地域資源を活用した商品開発、販路開拓支援 (4)イベント等の推進による、交流人口増加と地域経済の活性化
事業内容	経営発達支援事業の内容 3－1．地域の経済動向調査に関すること ①国が提供する「RESAS」（地域経済分析システム）の活用 ②ポイントカード事業の加入事業者の動向調査及び分析 3－2．需要動向調査に関すること ①商談会等での需要動向調査のヒアリング強化とアンケートの実施 ②顧客へのアンケート調査 4．経営状況の分析に関すること ①会計システム「ネット de 記帳」利用者を対象とした経営状況の分析 ②各種施策の活用をする小規模事業者を対象とした経営状況の分析 ③新たに起業した小規模事業者や、記帳指導する小規模事業者を対象とした経営状況の分析 5．事業計画策定支援に関すること． ①創業者向け事業計画策定(個別指導) ②経営状況分析を行った小規模事業者の事業計画策定 6．事業計画策定後の実施支援に関すること ①事業計画策定事業者に対する定期進捗確認等フォローアップ 7．新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ①新たな需要の開拓のため商談会への出展支援 ②インターネットの活用による販路開拓支援 ③町内及び周辺町村向けの共同の需要開拓支援 1 1．地域経済の活性化に資する取り組みに関すること ①「広尾町地域開発推進協議会」（年 1 回）による地域振興策の検討・推進 ②地域イベントの推進
連絡先	広尾町商工会 住 所：〒089-2615 北海道広尾郡広尾町本通 5 丁目 1 番地 電話番号：01558-2-3101 FAX 番号：01558-2-3103 e-mail：syoukou@rose.ocn.ne.jp 広尾町 水産商工観光課 住 所：〒089-2692 北海道広尾郡広尾町西 4 条 7 丁目 1 番地 電話番号：01558-2-2111 FAX 番号：01558-2-4933 e-mail：s-shokokanko@town.hiroo.lg.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

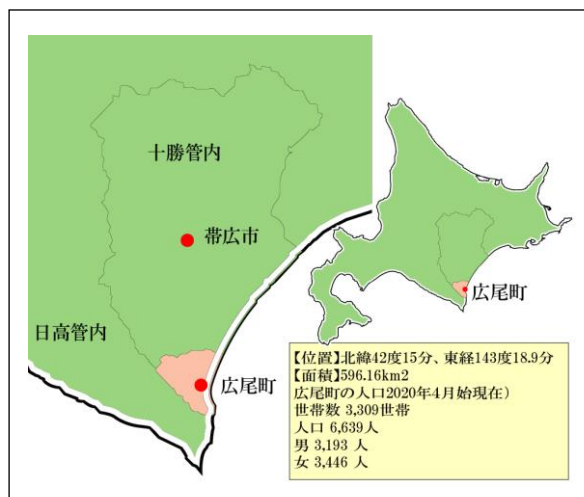
(1) 地域の現状および課題

①地域の現状

●広尾町は、北海道十勝の最南端に位置し、面積は 596.16 km² の広さを有し、北は大樹町、南は日高管内のえりも町、東は日高管内の浦河・様似の両町に接している。

十勝の中核都市・帯広市まで約 84 km、北海道の中心都市・札幌まで約 260 km、また、とちち帯広空港まで 52 km の距離にある。

国道は、日高山脈を貫通し十勝と日高管内浦河町と結ぶ 236 号線、釧路管内か広尾市街を經由し日高管内のえりも町へつながる 336 号線の 2 路線が交わる交通の要所となっている。

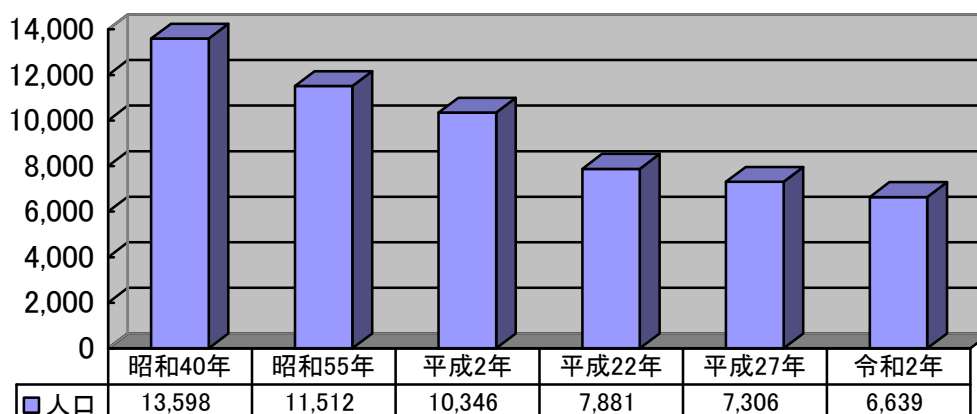


●広尾町の港は首都圏を結ぶ海の最短距離に位置する重要港湾「十勝港」であり、十勝の海上輸送の拠点港として発展している。

●基幹産業は漁業および農業で、漁業に関しては国内トップクラスを誇るシシャモをはじめ、秋サケ、毛ガニ、スケソウダラ、昆布といった北海道を代表する海の幸が水揚げされている。農業は酪農が盛んで、農業粗生産額が過去最高を記録するなど堅調に推移している。

●現在の人口は令和2年現在において 6,639 人となっており、昭和40年の 13,598 人をピークに一貫して人口が減少している。

広尾町の人口推移



(参考：広尾町資料より)

②地域の課題

- 当町から十勝の中核都市・帯広市まで約 84 kmであるが、高規格道路が平成 15 年に 16.3 km開通後、平成 27 年には、隣町の大樹町(起点から 57.3 km)まで開通し、帯広まで 2 時間弱かかっていたのが、1 時間 15 分程度の時間短縮になった。そのため帯広及び近郊の商業集積地への消費購買の流出が著しい。
- 当町の令和 2 年の人口減少数は 219 人で十勝管内では一番減少率が高く、前年比の増減率は△ 3.18%であった。これは、少子高齢化で子供の人口が減少したこと、町外の高校への進学率が年々向上しそのまま町外に就職すること、加えて子供が住む都市部へ移り住む傾向がみられ、減少した 219 人の内、社会減は 135 名で、これも十勝管内で一番の減少数である。
- 当町の小売販売額は 60.2 億円（平成 28 年度値）となっており、およそ 24 億円（28.3%）が町外流出している。加えて、事業主の高齢化や後継者不足で空き店舗が増加している。
- 当町の建設業の現状は、10 年前の平成 21 年は 66 件の建設関連事業者が存在していたが、直近では 59 件に減少し、近年の公共事業削減の影響を受けている。
- 当町の観光入込客数を見ると、平成 11 年では 101 千人であったのが平成 21 年では 107 千人と変わらなかったが、令和元年度は 145 千人とわずかながらでも、割合で 26.2%と入込数を伸ばしている。
これは、民間のガーデンや農家が経営するアイスクリーム等製造直売店などの新規創業や、漁業協同組合の毎月第 4 日曜日に行われる直売イベントなどが観光入込客数の増加を促したと思われるが、宿泊や買い回りをする観光客は少ない。

③商工業（小規模事業者）の現状と課題

ア) 商工業者と小規模事業者の推移

- 当町の小規模事業者数は年々減少しているが、商工業者数に対する割合は平成 29 年まで 70%台だったものが、平成 30 年から 80%台となり、小規模経営化が進んでいることから、小規模事業者の目線に立った伴走支援がますます求められる。

【商工業者数及び小規模事業者数の推移】

年 度	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	H31	R2
商工業者数	495	481	458	453	455	450	443	443	427
小規模事業者数	380	373	360	353	354	356	354	360	348
割 合	76.7	77.5	78.6	77.9	77.8	79.1	80.0	81.3	81.5

(広尾町商工会「基幹システム商工業者名簿」数値より)

イ) 産業別の商工業者（小規模事業者）の状況と課題

- A) 商 業：小売業については、旧国鉄前から伸びる本通りに 1km ほどの長い商店街が伸びているが、空き地・空き店舗が多く、中心市街地としての魅力がなくなっている。近郊の商業集積地への消費購買の流出が著しく、後継者難に加え少子高齢化と人口

減少により廃業を考えざるを得ない。

B) サービス：飲食業については少子高齢化と人口減少による影響が大きい。それは、生活様式の変化による外での飲食が、家庭での飲食に変化していることが大きな要因である。

C) 建設業：土木建設業は公共工事等の減少の余波を受け依然厳しい経営状況が続いており、建設業界も大手ハウスメーカーが台頭するなど厳しい経営状況が続く。更に、材料費の高騰や人材不足等により経費が増え、土木建設業は収益が低下している現状である。このような状況の中、広尾町は平成 25 年度に経済対策として住宅リフォーム支援事業を創設し町内の消費拡大を図っている。

D) 製造業：十勝港は水揚げが多いことから水産加工場が多いが、水揚げされた水産物が町外へそのまま出荷されることが多く地域のブランド化や付加価値をあげる取り組みがあまり進んでない。また、近年の不漁と消費者の魚ばなれが業績に影響している。更に、慢性的な人手不足もあり加工処理が予定通りにいかないなどの弊害がある。

E) 観光業：当町は、日本で唯一の「サンタランド」としてノルウェーより認定されており「ひろおサンタランド」として全町をあげて取り組んでいる。

また、当町は、日高山脈襟裳国定公園の入り口であり、広尾町から襟裳岬にかけて海蝕崖が続く海岸線一帯を通る国道 336 号線は「黄金道路」とよばれ観光地であるが、観光客は減少している。そのため、宿泊業は観光客よりビジネス客が主体となる。しかし、国は早ければ令和 3 年度に日高山脈襟裳国定公園から国立公園に指定する方針で広尾町の観光に大きく影響する。

④商工会の現状と課題

●当商工会は、事務局長 1 名、経営指導員 2 名、補助員 1 名、記帳専任職員 1 名、記帳指導職員 1 名の 6 名体制である。

●第 2 回の経営発達支援計画の認定を受け、小規模事業者に寄り添った伴走型支援を毎年実施し確実な成果を上げている。「広尾町内におけるお買い物環境実態に関する需要動向調査」では、当町全世帯（3,452 世帯）に調査票を配布するとともに、2,591 件を訪問した。

その結果、1,577 件が聞き取り調査に応じていただき、世帯の状況と買い回りや町内の買い物難民についての詳細な調査により、各事業者へフィードバックし経営安定化に取り組んだ。

「事業計画策定支援」では、専門家を活用した創業セミナー及び第二創業セミナーを実施し、10 件の新たな創業者が誕生した。

また、「新たな需要の開拓に寄与する事業」では、東京ビッグサイトで開催するグルメ＆ダイニングスタイルショーに参加し需要開拓支援を行い、結果、新たな取引先を会得し売上向上に成果を上げている。

●少子高齢化による人口減少と比例し、下図のように商工業者と商工会員は年々減少を続けている。人口減少に加え、消費流出や公共工事の削減、そして、基幹産業である漁業の不漁は地域経済の縮小となり事業の継続の大きな阻害要因となっている。

【会員数及び商工業者数の推移】

年 度	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	H31	R2
会 員 数	312	307	301	296	297	293	288	283	278
商工業者数	495	481	458	453	455	450	443	443	427

(広尾町商工会「基幹システム商工業者名簿」数値より)

- 限られた職員数ではあるが、年々業務量が増大しており、いかにして効率的な事業者支援を全職員一丸となっていくかが課題である。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10年程度の期間を見据えて

- 上記の現状と課題から今後の10年間を見据えた場合、10年後の将来人口推計は6,639人から5,104人となり、町内人口の内、65歳以上が占める割合は44.3%と推計されている。

地域経済を低下させる少子高齢化と人口減少が進行するなか、このままでは町内の小規模事業者の持続的発展そのものが困難となることが予想される。

- このことに対して、当商工会では下記のとおり小規模事業者に対する長期的な振興のあり方を定め、町内で小規模事業者が経営を維持・持続的発展していくことを目指す。

ア) 事業者自らが中長期的な事業計画をたて、“考え”“実践する”経営を行うことができるようにする

イ) 後継者の確保や円滑な事業承継をすすめ、町内事業者が“自らのお店を守っていく”ことができるようにする

ウ) 地域資源等を活用した“新規のチャレンジ（新商品開発等）”を事業者自らが行えるようにする

②「第6次広尾町まちづくり推進総合計画」との連動性・整合性

- 広尾町が令和3年度に策定する「第6次広尾町まちづくり推進総合計画（令和3～12年度）」では、下記の基本目標が設定されている。

【広尾町の「第6次広尾町まちづくり推進総合計画(令和3～12年度)」5つの基本目標】

- | | |
|-------|----------------------------|
| 基本目標1 | 豊を生かした活力ある産業のまちづくり |
| 基本目標2 | 住み慣れた地域で安心して暮らせる支え合いのまちづくり |
| 基本目標3 | 豊かな心を育み文化を高めるまちづくり |
| 基本目標4 | 住みやすさが感じられるまちづくり |
| 基本目標5 | 次世代に引き継ぐことができるまちづくり |

- また、上記5つの基本目標のうち、商工業の振興に特にかかわるものとしては「基本目標1」があるが、広尾町が本計画を策定するにあたり公開されている資料（第6次広尾町まちづくり推進総合計画基本計画たたき台（令和元年11月1日））においては、基本目標1の施策として、次の事柄があげられている。

- | |
|--|
| ◆基本目標1に対する施策・・・「商工業の振興」 |
| ◆10年後のめざす姿・・・“事業主が元気なまち” |
| ◆施策をすすめるにあたっての各経営体（事業者）の役割 |
| ・商店街全体の魅力を高める取組を主体的に実施する。 |
| ・顧客のニーズを把握したうえで、広尾町ならではの商品やサービスを提供し、売上の向上をめざす。 |
| ・後継者の確保に努めるなど、経営の継続に努力する。 |
| ・消費者の買い物の利便性を高める取組を行う。 |

こ

こ

であげられている施策は、上記「(1) 10年程度の期間を見据えて」にて、商工会として定めた小規模事業者に対する長期的な振興のあり方と“事業者自身が主体となって発展していく”といった点で同じ方向性であり、広尾町と当商工会が連携して経営発達支援計画など各種の取り組みを推進していくことで具現化できるものと考えている。

③商工会の役割

●上記の具現化に向けて、経営発達支援計画の実施に取り組み、役職員一丸となった事業者支援を行っていく。商工会の役割としては、特に「顧客のニーズを把握したうえで、広尾町ならではの商品やサービスを提供し、売上の向上をめざす」事業者、「後継者の確保に努めるなど、経営の継続に努力する」事業者に対して、後記のセミナー開催、個別指導や販路開拓の取り組みを支援していくことで、事業者の維持・持続的発展に寄与する。

●また、農水産加工物などの地域資源を活用した新商品開発支援、関係機関と協力した各種イベントの実施などにも取り組み、事業者・地域経済双方の活性化に寄与していく。

(3) 経営発達支援事業の目標

上記を踏まえて、当商工会では下記の事業目標を設定する。

ア) 目標 1 (小規模事業者への目標)

●当町の商工業の基幹となる建設業を中心に自社の現状を把握させ、需要や経営上の課題を踏まえた「需要を見据えた事業計画策定」支援数を増やし、計画に沿って実施支援を行い、売上・利益の向上を目指す。これらの支援を行った事業者については【目標数値】売上増加率 5%向上を目指す。

イ) 目標 2 (小規模事業者及び地域への裨益目標)

●新規創業者等を創出し、地域産業の活性化を図ることを目標とし、加えて当町の小規模事業者の廃業率・空き店舗の減少を目指す。【目標数値】新規創業者 2 件／年

ウ) 目標 3 (小規模事業者への目標)

●当町の商工業の基幹となる農水産加工製造業を中心に、既存の商品サービスの付加価値向上及び地域資源を活用した新商品開発・新規販路開拓等の支援により、地域内外の需要を獲得して売上・利益の向上を目指す。【目標数値】売上増加率 2%向上を目指す／年

エ) 目標 4 (地域への裨益目標)

「農業王国十勝」の海の玄関口である重要港湾「十勝港」は、「農業を支える港・アグリポート」として、十勝の重要な役割を担っており、また、十勝エリア唯一の港湾として観光需要も見込めることから、イベントや即売会など積極的な推進を行い、交流人口増加を図り地域経済の活性化を目指す。

【目標数値】観光入込客数 3%増加／年

経営発達支援事業の内容及び実施期間

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和3年4月1日 ～ 令和8年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

①目標1の達成に向けた方針

- 目標達成のため、当商工会では、各種データ分析や個別指導等を通じて、個社の「需要を見据えた事業計画策定」の必要性の意識付けを行い、実際の事業計画策定につなげていく。
また、将来を見据えて、着実な事業計画の実施を支援していくことで、計画的に売上・利益が確保できるよう伴走型支援を行う。
- 事業計画策定の有効性を高めていくため、当商工会職員の能力向上と支援ノウハウの習得を図り、一つの支援、一つの事業ごとのPDCAサイクルの手法を習慣付けるとともに、職員間の情報共有を徹底する。
- 「売上増加率5%向上」をさせるため、各支援機関を通じた専門家の派遣などにより幅広い連携による支援の体制づくりを進める。
また、当商工会職員の支援ノウハウの習得による能力向上を図り、小規模事業者に寄り添った伴走型支援を行う。

②目標2の達成に向けた方針

- 目標達成のため、当商工会では、円滑な事業承継を見据えた経営支援を行うとともに、広尾町と連携した起業・創業支援により空き店舗対策を行う。
また、地域資源を活用した産業の創出や地域の活性化を進め、小規模事業者の事業承継や新規創業者に対し、円滑に事業が行えるよう事業計画策定支援・フォローアップを行う。
- 新規創業者2件／年を達成させるため、各支援機関を通じた専門家の派遣等や各金融機関の円滑な金融支援、町の起業家支援制度等により支援する。

③目標3の達成に向けた方針

- 目標達成のため、当商工会では、小規模事業者の商品・サービスの付加価値向上を目指し、地域産品開発や地域おこし・サービスを創出した観光振興と地域ブランド化を図る。
これにより域外への購買流出に歯止めをかけるとともに、地域経済に波及効果のある事業の促進と販売促進等を継続的に進め、小規模事業者の商品サービスの開発・魅力の創出と地域経済の発展を図っていく。
- 「新商品開発の結果、売上増加率2%向上」を達成させるため、各支援機関を通じた専門家の派遣等や、各種補助金の利用支援や、町の新製品等開発支援事業等により支援する。

④目標4の達成に向けた方針

- 目標達成のため、当商工会では広尾町や漁協、農協、地域金融機関等と連携しながら、十勝港を活用した取り組みを検討し、町内小売業者等の新たな需要増にもつながる観光客数の増加を目指し、地域イベント等を推進していく。

3-1. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状

●北海道商工会連合会の「中小企業景況調査報告書」や日本政策金融公庫が発信する「全国中小企業動向調査」、地域金融機関三行が発行している調査レポート、そして、国勢調査の情報等を活用し、地区内の人口や事業者数、従業員数、売上額、景況などを把握している。また、平成2年度から「中小企業景況調査」の実施商工会として景況調査を実施している。

(2) 課題

調査した情報を管内小規模事業者に広く提供することは極めて少なく、巡回・窓口相談時等で情報提供や経営分析支援での情報提供のみであったため、町内小規模事業者等に対するホームページを活用した情報提供が課題である。

(3) 目標

支援内容	現状	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
①RESAS 調査の公表回数	0回	1	1	1	1	1
②ポイントカード調査の公表回数	0回	1	1	1	1	1

(4) 事業内容

①国が提供する「RESAS」(地域経済分析システム)の活用

●地域に特化した経済情報や最新の産業構造データの提供を行うべく、国の「RESAS」データを基に、経営指導員等により、地域経済動向の分析を行いホームページ等で公開する。分析したデータは年1回ホームページに掲載するとともに、事業計画策定支援等に活用する。

分析項目	分析手法
地域経済環境マップ	地域内の生産分析、分配分析、支出分析の流れや影響等を分析する。
産業構造マップ	産業の現状等を分析する
まちづくりマップ	町内の From-to 分析、滞在人口率、流動人口等を分析する
観光マップ	町内の From-to 分析(宿泊者)、目的地分析等を行う

②ポイントカード事業の加入事業者の動向調査及び分析

●町内の 25%の事業者が加入するポイントカード事業の動向調査及び分析を行う。母数が多く月別の動向調査及び分析する事業者が一定であることから、町内の経済動向の把握が可能である。

その調査結果を、ホームページで公表し幅広く町内事業者に周知するほか、事業計画策定や経営相談の詳しい資料として巡回指導時に個社へ提供する。

調査項目	購買単価、売上、
調査方法	顧客のポイントカードの利用実績による
対象事業者	小規模事業者 60 企業 (卸小売り 35 企業、サービス業 19 企業、製造業 6 企業)
分析方法	●デシル分析、RFM 分析、客単価分析、年代別分析、郵便番号別・市町村別分析 ●性別分析、年代別分析を行う ●月別、年別の売上比較を行う
提供方法	巡回指導時に調査結果をホームページで公表し幅広く町内事業者に周知するほか、事業計画策定や経営相談の詳しい資料として巡回指導時に個社へ提供する

(5) 成果の活用

- 情報収集・動向調査・分析した結果は当商工会ホームページに広く周知するとともに、経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とする。
- また、事業計画策定時の外部環境データとしても活用する。

3-2. 需要動向調査に関すること

(1) 現状

- 商談会(東京で開催する「グルメ&ダイニングスタイルショー」及び、東京で開催する「なまらいいっしょ北海道」)等で、参加事業者や支援する経営指導員等そして支援する専門家がヒアリングシートにより聞き取った内容を専門家が分析し、その経緯や結果をデータ化し細やかな需要動向調査結果を該当事業者にフィードバックしてきた。

(2) 課題

- 新たな取引先の開拓により、新商品の展開が大きく期待されるため、需要動向の調査結果等を用いた市場開拓を目指してきたが、なかなか新規商談成立に結び付かないこともあり、事業者側に需要動向調査を行う意義を認識させられなかった。

(3) 目標

支援内容	現状	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
①商談会等での需要動向調査対象事業者数	5社	2社	2社	2社	2社	2社
②顧客へのアンケート調査対象事業者数	未実施	2社	2社	2社	2社	2社

※①について、今期の計画では、前期以上に1社1社に特化し、注力した支援を行うため、商談会等出展支援事業者数を絞り込むことから、調査対象事業者数もあわせることとする。

(4) 事業内容

①商談会等での需要動向調査のヒアリング強化とアンケートの実施

- 従来は、ヒアリングシートにより、担当者がヒアリングしたものを記入しており、バイヤー等が自由に意見を書き込めるアンケートは作成していなかった。今後はヒアリングによる需要動向だけでなくアンケートによる需要動向調査も実施し事業者フィードバックし、効果的な新商品・新サービス開発や販路開拓を支援する。

また、自由意見欄を設けることで、バイヤー等の本音に近い意見を引き出すことにより、参加事業者にも需要動向調査の意義・重要性を今まで以上に感じてもらうことを目指す。

目的	●バイヤー等からの商品に対する需要や商品パッケージのデザインなどの意見を収集し、域外の需要動向として整理・分析する。 ●商品やサービスが売れるために収集した情報をフィードバックし需要開拓を見据えた事業計画策定資料として活用
参加を想定する商談会名	●北の味覚 再発見！！ 主催：北海道商工会連合会主催 開催時期：7月ごろ 場所：札幌市 属性：道内で数少ない商談会であり、地域特産品等や自慢の逸品、新商品等が多く出展される商談会、一般消費者アンケート調査を実施し、その後は出展者へフィードバックできることが強み。 ●グルメ&ダイニングスタイルショー 主催：株式会社ビジネスガイド社 開催時期：2月ごろ 場所：東京都

	属性：食と食の関連雑貨・知識・ノウハウを集約し、これからの新しい売り方・アイテムが一堂に会する、食の専門見本市で多くのマスコミも注目する商談型展示会である。 競合他社との差別化をするための戦略商材やこれからの売場づくりのヒントがここにはあり、市場開拓等を支援するとともに、小規模事業者の商品展開力・販売力向上を図り、地域経済の活性化を図ることを目指す。
調査方法	●参加事業者と経営指導員等がアンケート及びヒアリングシートを協力して作成し専門家等も招聘し調査・分析する。 ●手段は商談会場でアンケートの配布と回収を行うとともに、ヒアリングを行う。回答者には電話によるアプローチを行いデータ化する。
調査対象	市場関係者、宿泊業、卸小売業、飲食業、通販業者などのバイヤー及び一般消費者
調査項目	・価格(上代、下代) ・ロット ・納期 ・量 ・賞味期限 ・品質(食品表示の内容) ・パッケージのデザイン ・用途(卸売、一般小売、通販) ・配送方法
調査結果の分析方法	●調査結果を事業者の扱う商品ごとの集計シートにてデータ化する。 調査結果により、後日、電話等にて追加の聞き取りなども行う。 ●必要に応じ専門家に分析等を依頼する。
アンケートの回収予定数	●北の味覚 再発見！！ 20 人（企業） ●グルメ&ダイニングスタイルショー 100 人（バイヤーや企業）
結果の活用	●該当事業者にフィードバックし、既存商品の改良や、新商品の新サービスの販路開拓へ活用する。

②顧客へのアンケート調査

●農商工連携による 6 次産業化等を進める事業者の既存商品・新商品・新サービスの開発や、販路開拓を目指す小規模事業者に対し、アンケート調査等による需要動向調査を実施する。

●調査結果を当該事業者へフィードバックすることで新商品・新サービスの開発や販路開拓へ活用し小規模事業者の計画的な持続的発展を支援することで経営の安定化と強化を図ることができる。

目的	●事業者が気づいていない既存商品やサービスのそして新商品・新サービス「魅力」や「強み」「弱み」を消費者目線でデータ化し、改善、改良する。
調査方法	●食品製造・小売り・サービス業
調査対象	●参加事業者と経営指導員等がアンケート及びヒアリングシートを協力して作成する。 ●手段は店頭でのアンケート調査を基本とする。
サンプル数	来店者 20 人

調査項目	●住居地域や年齢、性別などの基本情報 ●来店頻度 ●商品やサービス ●価格 ●ネーミング・パッケージ・盛り付け等
調査結果の分析方法	●調査結果を事業者の扱う商品ごとの集計シートにてデータ化する。調査結果により、後日、電話等にて追加の聞き取りなども行う。 ●必要に応じ専門家に分析等を依頼する。
結果の活用	●該当事業者にフィードバックし、既存商品の改良や、新商品の新サービスの開発、販路開拓へ活用する。

（５）成果の活用

- 店頭での新鮮な情報を収集することにより、商品・サービスの改良・改善・新商品やサービスの開発に役立つデータを該当事業者に提供することができる。
- 事業計画策定の際の基礎資料となる他、具体的な商品・サービス改良ポイントについて、事業者に「気付き」を与えることができ、その後の事業展開に寄与できる。

4. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状

- これまで、専門家や経営指導員等が経営状況をヒアリングし小規模事業者の持続的発展に向けた経営状況分析を実施した事業者は、全体の25%強であり、定量的な経営状況の分析と収益力改善に取り組んできた。

しかし、事業者によっては、高齢化や後継者難、少子高齢化などによる人口減少は、経営意欲の減退により経営状況分析の必要性が得られない現況でもある。また、「成り行き経営」のため、棚卸在庫管理や顧客管理、計数管理等は行っておらず、自社の状況と課題を把握しきれていないことが現状である。

(2) 課題

- 実施する分析は、聞き取りによる経営状況分析が中心となり、財務分析・非財務分析（SWOT分析等）は必要に応じて実施するにとどまっていた。また、補助事業などの取組のための消極的な経営状況分析を行う比重が多い。今後は、税務指導や金融指導からも対象事業者をピックアップし経営状況の分析支援を行う。

(3) 目標

支援内容	現状	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
経営状況の分析件数	4	15	15	15	15	15

(4) 事業内容

①会計システム「ネットde記帳」利用者を対象とした経営状況の分析

- 当商工会で従前より活用している会計システム「ネットde記帳」による財務分析と併せて、小規模事業者の定性面の両面を踏まえた経営分析を行うことで、需要を見据えた事業計画策定に結び付けていき、引き続き経営分析を経営指導員等が行う。

定量分析項目	売上高増加率、営業利益率、労働生産性、有利子負債比率、自己資本回転率、自己資本比率、資本効率性、収益性、健全性、効率性、安全性、成長性
分析ツール	会計システム（全国商工会連合会）「ネットde記帳」により職員が分析を行う。
定性分析項目	業務フロー（バリューチェーン）、商流、経営者属性、内部環境、外部環境
提供方法	経営指導員等が巡回指導時に個社提供し説明・支援する。

②各種施策の活用をする小規模事業者を対象とした経営状況の分析

- 「小規模事業者持続化補助金」や「ものづくり補助金」等の補助金を活用した小規模事業者、「経営革新計画」や「経営力向上計画」等の認定を受けた小規模事業者など、国の支援施策の活用に積極的な事業者に対し、施策活用効果の振り返りとさらなる成長発展への具体的対策を検討する手段として、経営指導員が経営分析を行う。

- 必要に応じ、北海道商工会連合会のエキスパートバンク事業や北海道のむらおこし事業、よろず支援拠点等の専門家派遣事業を今まで以上に積極的に活用し、中小企業診断士等の専門的な意見を経

営分析に加えることで小規模事業者が抱える経営課題の解決に対して丁寧な支援を実施する。

定量分析項目	売上増加率、営業利益率、労働生産性、有利子負債倍率、 営業運転資本回転期間、自己資本比率
定性分析項目	業務フロー（バリューチェーン）、商流、経営者属性、内部環境、 外部環境
分析ツール	ローカルベンチマーク（経済産業省）を活用し、経営指導員等が専門 家と連携して分析を行う。
提供方法	経営指導員等が巡回指導時に個社提供し説明・支援する。

③新たに起業した小規模事業者や、記帳指導する小規模事業者を対象とした経営状況の分析

- 当町の基幹産業の一つでもある建設業などを中心に、棚卸在庫管理や計数管理等を行っていない事業者に対しては、「管理をする」重要性に気付かせるとともに、「ネット de 記帳」の活用を推進することで、現状把握できる環境を整えて経営状況分析を行い、事業計画策定支援をめざす小規模事業者の掘り起しを行う。
- 課題解決や需要開拓に向けて、経営分析支援実施から事業計画策定支援に結びつけ、小規模事業者の持続的発展を図る。
- 経営状況分析セミナー等を実施し、計数管理や、経営状況の把握をする重要性を認識させることにより事業計画策定支援をめざす小規模事業者の掘り起しを行う。

定量分析項目	売上増加率、営業利益率、労働生産性、有利子負債倍率、 営業運転資本回転期間、自己資本比率
定性分析項目	業務フロー（バリューチェーン）、商流、経営者属性、内部環境、 外部環境
分析ツール	ローカルベンチマーク（経済産業省）を活用し、経営指導員等が専門 家と連携して分析を行う。
経営状況分析セ ミナー等の実施	専門家派遣事業や伴走型小規模事業者支援推進事業により、年 1 回セ ミナーを行う。

- 経営知識を持つ専門家による経営状況分析セミナー等の開催は小規模事業者が経営状況を把握する重要な支援である。

対象者	●新たに起業した小規模事業者 ●棚卸在庫管理や計数管理等を行っていない小規模事業者
想定する専門家	●財務税務の専門家(税理士等) ●経営状況の分析などの経営知識をもつ中小企業診断士、税理士等
セミナーの内容	●基本的な財務・税務知識の習得 ●経営状況分析をすることによる事業計画策定の必要性和計画策定ま でできる知識の習得

セミナーの回数	年 1 回の開催
セミナーの成果	●新規に起業した企業の基本的な財務・税務知識の習得が図られ、日々の計数管理の重要性を知ることができる。また、いわゆる「どんぶり勘定」をしている事業者にも計数管理の重要性を理解することができる。 ●経営状況の分析と事業計画策定をすることにより、個別企業が抱える経営課題を知ることにより、経営の安定化と持続的発展にむけた取り組みが図られる。

（５）成果の活用

●分析により明確となった経営課題は、当該事業者へフィードバックするとともに、課題解決のための事業計画策定等に活用する。

また、分析結果は、『経営カルテ等』により当商工会内で共有し、経営指導員以外の職員もその情報を把握することで、迅速な相談対応やスキルアップにつなげる。

5. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状

- セミナーや個別相談会等を中心に事業計画の重要性についての注意喚起や策定支援を実施してきたが、一過性の啓発セミナーや個別相談に終わっている。
- 補助金や伴走型事業の実施や金融支援といった、国の支援施策や金融支援を活用する際に策定してきた。
- 創業・起業計画書の一環として作成してきた。

(2) 課題

- セミナーや個別相談会等を行う際にはカリキュラムを工夫した事業計画策定セミナーを開催することで、事業計画策定の重要性を啓発し、事業計画策定へ繋げることが課題である。
- 収支計画や資金繰りの計画に終始してしまうことが多かったため、支援事業者ごとの経営環境に応じた専門性の高い事業計画の策定支援を行い、小規模事業者の事業の持続的発展につなげていけるかが課題である。

(3) 支援に対する考え方

- 経営状況分析セミナーや個別相談会の参加者や、補助金・創業者等に対する事業計画策定支援だけでなく、事業計画の策定を必要とする潜在的な事業者の掘り起こしを巡回訪問などにより行い、専門的知見を要するなどの場合、必要に応じ専門家の派遣による支援を行う。

(4) 目標

支援内容	現状	R 3年度	R 4年度	R 5年度	R 6年度	R 7年度
①創業者向け事業計画策定件数	11	2	2	2	2	2
②経営状況分析を行った事業者の事業計画策定件数	4	15	15	15	15	15
計	16	17	17	17	17	17

※①について、今期は件数を絞って、実際の創業に着実に結び付くような実行性の高い支援を目指す。

(5) 事業内容

- 事業計画策定の支援対象を、経営状況分析及び創業や各種補助金の申請、国等の支援施策を契機とした事業計画の策定を目指す事業者とし、下記の支援を行う。

①創業者向け事業計画策定(個別指導)

策定項目	ターゲット顧客、品目・サービスメニュー、価格設定、変動費、固定費、実施に必要な要員数、収支計画、資金計画、広告手段、実施スケジュール
実施方法	●広尾町と連携し（町内広報誌を活用した周知等）、町内で創業を検討している事業者の掘り起こしを行う。 ●経営指導員による広尾町起業家等支援事業などを活用した計画策定支援を行う。 ●経営指導員による事業計画を策定するが、専門性の高い分野の知見が必要

	な場合は、北海道商工会連合会のエキスパートバンク事業や北海道のむらおこし事業、よろず支援拠点等の専門家派遣の支援を要請する。
--	--

※広尾町起業家等支援事業とは、広尾町の起業家向けの補助事業で、起業の促進による産業の振興、商店街の活性化及び雇用の促進を図るため、町内で新たに事業活動を行う方や新規分野での事業活動を行う方に補助金を支援する制度。

②経営状況分析を行った小規模事業者の事業計画策定

策定項目	ターゲット顧客、品目・サービスメニュー、価格設定、変動費、固定費、実施に必要な要員数、収支計画、資金計画、広告手段、実施スケジュール
対象者	「上記 4. 経営状況の分析に関すること」で経営状況の分析を行った事業者
実施方法	経営指導員等による巡回指導時を含め、3～5 回程度の個別指導で作成。
備 考	専門性の高い分野の知見が必要な場合は、北海道商工会連合会のエキスパートバンク事業や北海道のむらおこし事業、よろず支援拠点等の専門家派遣の支援を要請する。

（6）成果の活用

- 事業計画策定により、今まで感覚で経営を行っていたものが、解決すべき課題が明確になるとともに解決に向けた道筋がつけられるため、事業の方向性がより具体的になり、経営の安定化につながる。

6. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状

- これまでの支援としては、創業後、間もない小規模事業者へ税務、金融といった基礎的な事業策定後の支援に取り組んでいた。
- 既存の小規模事業者に対する支援では、「小規模事業者持続化補助金」等の申請による事業計画策定後の支援に取り組んでいた。
- 北海道商工会連合会のエキスパートバンク事業や北海道のむらおこし事業、よろず支援拠点等の専門家派遣の支援と連携しながらフォローアップを実施してきた。

(2) 課題

- 巡回訪問回数が少ないことで、支援が行き届いていない場合もあったため、支援頻度をあげフォローアップすることが課題である。
- また、これらの支援に対しては巡回指導時に事業計画策定がどう経営に結び付いたのか事業者に伝え気づかせるのが課題である

(3) 支援に対する考え方

- 事業計画を策定した事業者に対し定期的な巡回により、事業計画の進捗状況等で集中的に支援すべき事業者と、ある程度順調と判断し巡回回数を減らしても支障のない事業者を見極め、策定した事業計画の進捗状況などを確認・管理し、PDCAサイクルに基づいた事業計画の着実な実行を支援する。

(4) 目標

支援内容	現状	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
フォローアップ対象事業者数	16 社	17 社	17 社	17 社	17 社	17 社
頻度 (延回数)	16 回	68 回	68 回	68 回	68 回	68 回
売上増加率 5%向上の目標達成事業者数	—	10 社	10 社	10 社	10 社	10 社

(5) 事業内容

①事業計画策定事業者に対する定期進捗確認等フォローアップ

- 事業計画策定後は巡回訪問、または窓口相談等により進捗状況を確認し、専門的な助言・支援が必要な場合は専門家派遣制度を活用した支援を行う。

	支援頻度	フォローアップ対象事業者数
1 事業者あたり原則的な支援実施頻度	四半期 (3 か月) に 1 回 (年間 4 回)、	事業計画を策定した全事業者

計画の進捗状況が思わしくない事業者	早期に支援を実施し、最低限 2 か月に 1 回訪問し、原因究明と打開策の立案実施を行う。必要に応じて外部専門家を活用する。（年間 6 回）	上記、事業計画を策定した全事業者のうち、ヒアリング等を通じて、進捗が思わしくないと判断した事業者
順調な事業者	6 ヶ月に 1 回とする（年間 2 回）	上記、事業計画を策定した全事業者のうち、ヒアリング等を通じて、進捗状況が良いと判断した事業者

●計画の進捗状況が思わしくない事業者には、北海道商工会連合会のエキスパートバンク事業や北海道のむらおこし事業、よろず支援拠点等の専門家派遣の支援と連携しながら、外部専門家等の第三者の視点を投入し、要因及び今後の対応方策を検討し適宜支援を実施する。

●フォローアップは 2 年間継続的に行う。また、事業計画の進捗状況に併せて電話等によるフォローアップへ切り替え効率的な支援実施を目指す。

（6）成果の活用

●事業計画の実施に際し、事業者が抱える課題を早期に発見し、早期に対策を取ることで、目標を達成する確度を上げることが可能となる。

7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状

- 第1期では、東京で開催される商談会へ参加し、各事業者の販路開拓並びに販路拡大に繋げて来た。実態としては、小口の販路開拓が多く、大口の販路開拓は少ない。
- 東京で開催される商談会へ来会するバイヤー等の、出品商品に対する意見やアドバイスをフィードバックすることにより、商品の改良（ブラッシュアップ）や新商品開発に繋げることが出来た。
- 地域内の販路拡大による売上と利益の向上を目的として「共同チラシ作成」事業を実施した。なお、本事業は令和元年度の消費税増税と大型ドラッグストア出店への対策としても効果があった。

(2) 課題

- 東京で開催される商談会への参加は、小規模事業者の販路開拓、売上増加には十分に結びついていない結果であった。今後の課題としては、商談会への参加は特に当町のものづくりの主要産業である農水産の加工業の商品を積極的に広くPRしていくことが望まれる。
- 意欲のある小規模事業者インターネットを活用した販促支援や、アンテナショップへの出展を促し販路開拓、販路拡大に繋げなければならない。
- 多くの小規模事業者の販路開拓する際に抱える課題としては、・新規顧客へのアプローチ方法・販売すべきターゲット市場の選定・商品・サービスのPRが重要な課題であるため、産業別に町内及び周辺町村向けの共同の需要開拓も必要である。

(3) 支援に関する考え方

- 新たな需要を見据えた事業計画を策定した小規模事業者を中心に、各事業者の特産品、一押しの商品やサービスを広くPRするため、商談会、物産展、展示会への出展参加を促すとともに、町内需要が見込まれる事業者に対しては、ITツールや共同チラシ等を活用した販路開拓も支援する。

(4) 目標

	現状	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
①商談会出展事業者数	5社	2社	2社	2社	2社	3社
成約件数／社	4件	2件	2件	2件	2件	3件
②IT活用支援事業者数	—	3社	3社	4社	4社	5社
売上増加額／社	—	5万円	5万円	8万円	8万円	10万円
③共同チラシ事業参加事業者数	9社	30社	30社	30社	30社	30社
売上増加額／社	—	10万円	10万円	15万円	15万円	15万円

※①について、今期の計画では、前期以上に1社1社に特化し、注力した支援を行うため、商談会等出展支援事業者数を絞り込むこととする。

(5) 事業内容

- ① 新たな需要の開拓のため商談会への出展支援

- 事業者が、あらゆる機会を利用して特産品等の販路開拓や取引先の増加、商品の認知度を向上させるための出展や商談会をすることにより全国的な販路開拓に繋がる支援を行う。
- 商談会・展示会等出展後は、結果を踏まえて課題がある場合は、「需要を見据えた事業計画書」を見直すなど、PDCAサイクルを実行し常に実効性の高い事業計画書を目指す。
- 伴走型小規模事業者支援推進事業を利用し、特産品等の販路開拓の取り組みを行う。
- 専門的な知識を要する支援内容の場合は支援機関や専門家などを連携し、需要開拓の解決策を探る。

(支援対象者)

- 支援対象者として、当町の商工業の主要産業である農水産の加工業の商品を扱う事業者を中心に、水産加工製造業、農畜産加工販売業、地域観光業、菓子製造小売業、食品小売業者等を選定し出展・支援する。

(出店を目標とする主な商談会・展示会)

催事名	内 容
北の味覚 再発見！！	主催：北海道商工会連合会主催 来場バイヤー：83 社 場所：札幌市 属性：道内で数少ない商談会であり、地域特産品等や自慢の逸品、新商品等が多く出展される商談会、一般消費者アンケート調査を実施し、その後は出展者へフィードバックできることが強み。
グルメ&ダイニングスタイルショー (東京インターナショナル・ギフト・ショーと同時開催)	主催：株式会社ビジネスガイド社 来場者数：3.2 万人(2019/9 月開催のもの) 場所：東京都 属性：食と食の関連雑貨・知識・ノウハウを集約し、これからの新しい売り方・アイテムが一堂に会する、食の専門見本市で多くのマスコミも注目する商談型展示会である。 競合他社との差別化をするための戦略商材やこれからの売場づくりのヒントがここにはあり、市場開拓等を支援するとともに、小規模事業者の商品展開力・販売力向上を図り、地域経済の活性化を図ることを目指す。

※新型コロナウイルス感染症のため数値は一昨年のももの

②インターネットの活用による販路開拓支援

- 事業者自らでもテンプレートを使い簡易にホームページの作成が行える全国商工会連合会のホームページ支援システムGMOペパボ社の「G o o p e (グーペ)」の活用は、自社製品をPRするうえで有効に働く手段の 1 つと考える。

特に人材の乏しい小規模事業者の活用を積極的に進め、作成についての支援を行う。

支援にあたっては、小規模事業者自らが更新できるように北海道商工会連合会が派遣するITコーディネーター等の専門家により集団セミナーを行う。ITに馴染めない、理解に時間がかかるなどの

場合は適宜専門家による個別支援を実施する。

支援対象者	●ホームページ等を活用した販路開拓に意欲的な事業者
想定する専門家	●北海道商工会連合会が派遣する I T コーディネーター等の専門家
セミナーの内容	●全国商工会連合会のホームページ支援システム「G o o p e (ゲーベ)」によるホームページの作成、ホームページを活用した販路開拓手法の習得
セミナーの回数	●年 1 回の開催
セミナーの成果	●企業情報やお知らせ、イベントやキャンペーンの告知など、お客様にお伝えしたい情報を好きなタイミングで発信できるようになる。 ●ホームページで効果的に情報を発信することで、ビジネスチャンスが広がる。

- これらの支援対象者としては、当町の商工業の基幹となる建設業と主要産業となる農水産加工製造業を中心に今まで町内外への商品・サービス P R が弱かったが、今回を契機に積極的な事業展開を目指す事業者を対象に実施する。

③町内及び周辺町村向けの共同の需要開拓支援

- 個別の生活スタイル等を把握し、それぞれに適合した商品やサービスの提案実施は、本来地域小売店の得意とした分野である。しかし、長い歴史と顧客との付き合いのなかで当たり前のこととして顧客を見過ごしてしまっている。そこで共同チラシを作成し、事業者名と主な取扱商品・サービス等を P R し、地域内における継続した認知度向上を図ることを目的に実施する。

- 伴走型小規模事業者支援推進事業を利用し、共同の需要開拓支援に取り組む。
- 支援対象者としては、販路開拓、拡大を目指し事業計画を策定した小規模事業者に実施支援する。
(支援する対象者と内容)

支援対象者	内 容	
建設業	参加事業所数	10 件
	配布先	広尾町・大樹町・えりも町
	配布方法	新聞折込・各事業所、関係機関に設置
	配布時期	9～1 月
	配布回数	1 回
商業 サービス業	参加事業所数	20 件
	配布先	広尾町・大樹町・えりも町
	配布方法	新聞折込・各事業所、関係機関に設置
	配布時期	7 月頃・12 月ごろ
	配布回数	2 回

(6) 成果の活用

- 商談会参加は、全国的なイベントに参加することにより、販路開拓や売上増加が期待できるだけでなく、参加事業者の市場開拓に関するノウハウをフィードバックすることができる。
- ホームページ支援システム「G o o p e（グーペ）」の利用でインターネット情報発信による認知度向上や販路開拓を支援することができる。
- 地元に長く住んでいる住民でも、地元の企業の詳しい情報はいつも利用している企業や商店しか知らない顧客が多い。また、インターネットやスマートフォン等を利用しない高齢者も多いことから、共同チラシ等を作成配布し近隣町村にも配布することで、事業者名と主な取扱商品・サービス等をPRし、近隣町村を含めた地域における継続した認知度向上を図ることができる。

8. 事業の評価及び見直しをするための仕組み

（１）現状

- 旧経営発達支援計画では町役場以外の外部有識者等の設置は計画していなく、広尾町水産商工観光課の評価のみであった。

（２）課題

- 旧経営発達支援計画では外部有識者を明確に定めていなかったため、評価が一面的になってしまった。

（３）事業内容

- 計画期間中の毎年度、本計画に記載の事業実施状況及び成果について、以下の方法により評価・検証を行う。

- ① 正副会長（３名）と法定経営指導員、広尾町担当課職員、金融機関（外部有識者：北海道銀行広尾支店長、日高信用金庫広尾支店長、帯広信用金庫広尾支店長）により、事業の実施状況、評価及び反省、見直し案の提示を年一回行う。
- ② 事業の成果・評価・見直し案については、理事会へ年一回報告し承認を受ける。
- ③ 事業の成果・評価・見直し案については、当商工会ホームページあるいは当商工会事務所掲示版に掲載し、年一回反映させるとともに、当商工会事務所へ備え付け、常に閲覧可能な状態にする。
- ④ 日常的に事業実施状況を定量的に把握する仕組みとして、中小企業庁へ事業実績報告として提出するE x c e lシートを活用し、実績を日々整理することで、常に実施状況を把握できる体制を構築し、職員間での情報共有を可能とする。

9. 経営指導員等の資質向上等に関すること

（１）現状

- 北海道商工会連合会や中小機構が実施する職員研修に定期的に参加しているが、義務研修参加の意識が強い傾向にある。

（２）課題

- 町内の商工業種が多様化していく中で、積極的な自己啓発と経営支援に関するスキルアップが求められている。そのため、各職員のスキルの相乗効果で、組織全体の問題解決能力を向上させることが課題である。

（３）事業内容

①外部講習会等の積極的活用

- 北海道商工会連合会や中小機構が実施する職員研修に引き続き積極的に参加する。さらには e ラーニングを活用した自己研鑽を目的とした研修にも積極的に参加する。

また、研修受講後は商工会内にて研修内容の振り返りを行うことで、研修を受講していない職員に対しても、内容を共有し、組織全体の知識・ノウハウの向上を図る。

②データベース活用等による職員間の情報共有

- 商工会連合会が提供する「基幹システム」にて小規模事業者の企業情報や経営カルテ等の内容を整備・充実させ、支援内容・状況をデータベース化し情報共有を図ることで円滑な経営支援体制を構築し職員のスキルアップを図り、組織全体としての支援能力の向上を図る。

10. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

(1) 現状

- 支援ノウハウに関する情報等に関しては、北海道商工会連合会を通じた道内商工会等の具体的な支援事例について情報を得ている。
- 経営情報分析等の支援で招聘した中小企業診断士等の専門家から支援ノウハウを習得した。
また、「J-Net21」や「ミラサポ」などから支援ノウハウに関する情報を得ていた。

(2) 課題

- 定型化された支援ノウハウがなかったこともあり、今後は、情報入手の継続性や職員の支援能力向上の観点から、各支援機関との連携のもと支援ノウハウを蓄積できる仕組みづくりが必要である。

(3) 事業内容

- ①「経営改善資金推薦団体連絡協議会」への出席（年2回）
 - 日本政策金融公庫の「経営改善資金推薦団体連絡協議会」への参加により、マル経融資をはじめとする各種融資制度への理解を深め、支援実績や成功事例等の情報交換を行い支援ノウハウの向上を図る。
- ②「金融懇談会」への出席（年1回）
 - 地域金融機関と連携し、金融、企業情報、町内景況等の情報交換等を行い、広尾町地域経済動向などの参考とし、金融相談等に関する支援ノウハウの向上を図る。
- ③十勝管内商工会職員研修会への出席（年2回）
 - 十勝管内商工会職員協議会が主催する研修会に出席し近隣の他商工会の支援事例等を学ぶなど、本事業に必要な支援ノウハウの向上を図る。

1 1. 地域経済の活性化に資する取り組みに関すること

(1) 現状

- 広尾町、地域金融機関、地域の各種関係団体と連携し、高規格道路の延伸の事業化と、「十勝港」の利点を生かした新たな企業の誘致や、農産物を中心とした輸送・供給体制の強化、交流人口増加施策を検討してきた。
- また、従前より広尾町や観光協会、漁協、農協等と連携し、「十勝港花火大会」や「毛がにまつり」などの地域イベントを開催している。また「サンタクロースの町」として「サンタランドツリー点灯式」や「ひろおサンタメール」などを実施している。

(2) 課題

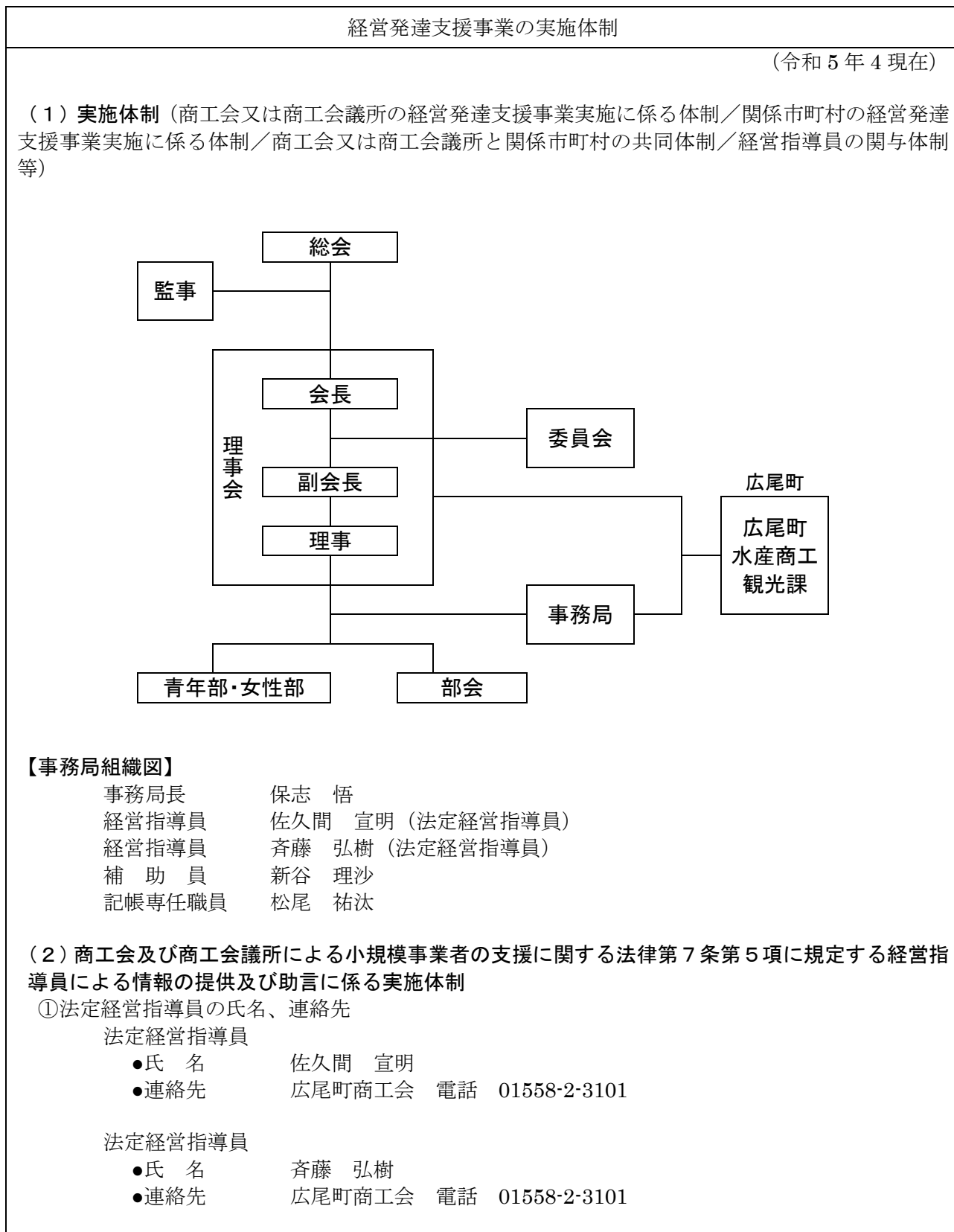
- 「十勝港花火大会」や「毛がにまつり」等の地域イベント集客力は一時的なものであるため、高規格道路の延伸の事業が実現され、当地域の交通網が整備され便利になることを見据えて、地方の人口や資本が中核都市に流出しない取組を実施していくことが課題となる。

(3) 事業内容

- ① 「広尾町地域開発推進協議会」(年1回)による地域振興策の検討・推進
 - 広尾町商工会は、漁協、農協、地域金融機関や地元企業等による「広尾町地域開発推進協議会」を組織している。当商工会は今後も当推進協議会を通して各関係団体と地域振興に関する課題の検討や情報の共有を行い、地域経済の活性化を推進していく。
- ② 地域イベントの推進
 - 地域イベントは多くの集客が期待でき、地域産品・商品や企業の認知度を高める絶好の機会である。今後も関係団体と連携し地域イベントを推進することで、地域経済の活性化を図っていく。
 - 「農業王国十勝」の海の玄関口である重要港湾「十勝港」は、「農業を支える港・アグリポート」として、十勝の重要な役割を担っていることから、広尾町と連携し、イベントや即売会など積極的な推進を行い、交流人口増加を図り、観光入込客数3%増加など地域経済の活性化を目指していく。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



②法定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に係る助言、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価、見直しをする際の必要な情報の提供等を行う。

（３）商工会、関係市町村連絡先

①広尾町商工会

住 所：〒089-2615 北海道広尾郡広尾町本通 5 丁目 1 番地

電話番号：01558-2-3101

FAX 番号：01558-2-3103

Email : syoukou@rose.ocn.ne.jp

②広尾町（担当：水産商工観光課商工観光係）

住 所：〒089-2692 北海道広尾郡広尾町西 4 条 7 丁目 1 番地

電話番号：01558- 2-2111

FAX 番号：01558-2-4933

(別表 3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
必要な資金の額	(3, 680)	(3, 680)	(3, 680)	(3, 680)	(3, 680)
I. 経営発達支援事業	(3, 680)	(3, 680)	(3, 680)	(3, 680)	(3, 680)
1. 地域の経済動向調査に関する事	50	50	50	50	50
2. 需要動向調査に関する事	50	50	50	50	50
3. 経営状況の分析に関する事	500	500	500	500	500
4. 事業計画策定支援に関する事	1, 000	1, 000	1, 000	1, 000	1, 000
5. 事業計画策定後の実施支援に関する事	200	200	200	200	200
6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事	1, 500	1, 500	1, 500	1, 500	1, 500
7. 事業の評価及び見直しをするための仕組み	10	10	10	10	10
8. 経営指導員等の資質向上等に関する事	5	5	5	5	5
9. 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事	5	5	5	5	5
10. 地域経済の活性化に資する取り組みに関する事	360	360	360	360	360

(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・手数料収入・受託料収入・国補助金・道補助金・町補助金等により行う。

(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
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等