

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	幕別町商工会（法人番号 3460105000243） 幕別町（地方公共団体コード 016438）
実施期間	令和3年4月1日～令和8年3月31日
目 標	小規模事業者の持続的発展を図るために、行政や他の支援機関と連携し、地域資源を活用した新商品・新サービスによる新たな需要開拓及び販路拡大の事業計画策定支援に努め、情報発信による販売促進等を支援しながら個別企業の持続性を確立させる。また、創業者等や経営課題である後継者対策、事業承継に取組み小規模事業者の活力を生み出す支援と地域経済の活性化を目標とする。
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 小規模事業者の現状と経営課題を把握することを目的に、国が提供するビッグデータ及び地域金融機関、北海道による中小企業景況動向調査等を活用分析し、小規模事業者の事業計画策定に役立て情報提供を行う。 3－2．需要動向調査に関すること 小規模事業者が提供する商品やサービスの需要動向や消費動向、顧客ニーズを分析し、分析結果を情報提供することで消費者ニーズを捉え、地域資源を活用した新商品・新サービスの開発や販路開拓等に繋げる。 4．経営状況の分析に関すること 経営指導員等の巡回、窓口相談等を通じて、小規模事業者の財務分析、SWOT分析等の経営分析を支援することにより具体的な問題点や課題が明確化され、専門家と連携しながら経営戦略の構築や事業計画策定へ繋げる。 5．事業計画策定支援に関すること セミナー・個別相談会の実施や巡回訪問を通じて、地域資源を活用した新商品・新サービス・販路開拓に資する事業計画策定の個社支援を実施する。又、創業者等や経営課題である後継者対策、事業承継を専門家と連携しながら円滑な支援に取り組む。 6．事業計画策定後の実施支援に関すること 経営指導員等による定期的な巡回訪問により、計画実行に向けPDCAサイクルを基本としたフォローアップを専門家や他の支援機関と連携しながら支援する。

	7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 地域内外の商談会・展示会・販売会への出展サポートの支援し、商品力の向上及び販路開拓の促進に取り組む。また、共同チラシやホームページの作成支援などITを活用し販路開拓支援に取り組み売上の増進と利益の確保に寄与する。 11. 地域経済の活性化に資する取組 地域資源を活用した「地域ブランド」の構築や地域のイベントにあわせた販促活動等、飲食店等の魅力発信に取り組み小規模事業者の持続的な経営を推進し、地域経済の活性化を図る。
連絡先	幕別町商工会 〒089-0604 北海道中川郡幕別町錦町 141 番地 19 TEL:0155-54-2703 FAX:0155-54-2702 E-mail:makusho@rose.ocn.ne.jp 幕別町 経済部商工観光課商工労政係 〒089-0692 北海道中川郡幕別町本町 130 番地 1 TEL:0155-54-2111 FAX:0155-54-5564 E-mail:shokoroseikakari@town.makubetsu.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) 地域の現状及び課題

①地域の現状

【立地】

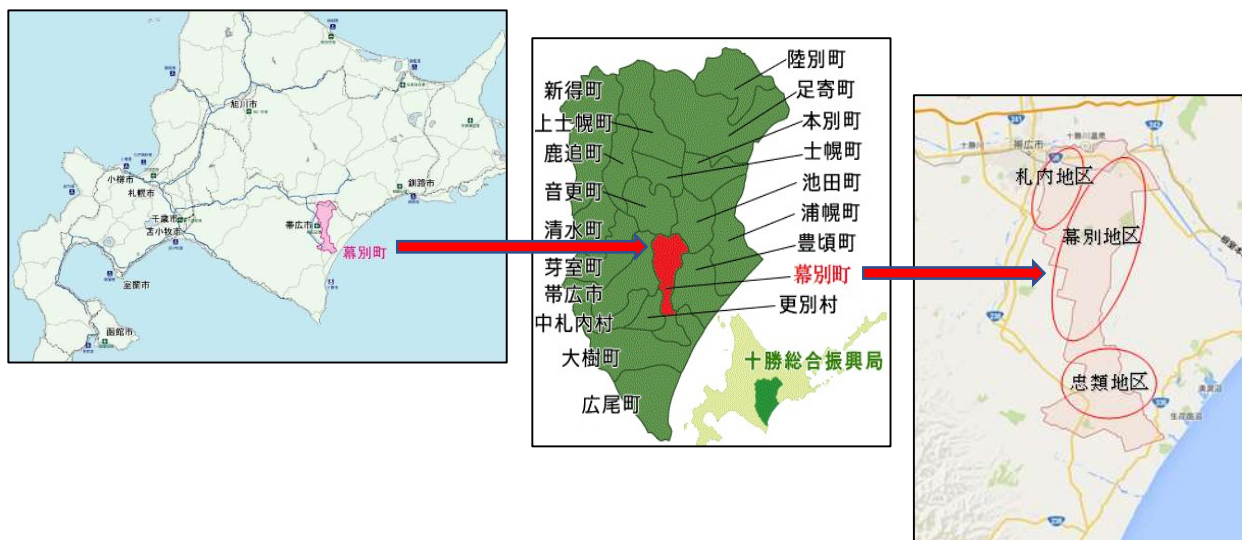
幕別町は平成 18(2014)年 2 月に旧忠類村と行政合併し 14 年を迎え、幕別地区、札内地区、忠類地区と市街地が三極化している状況にある。

当町は、北海道十勝の中央部からやや南に位置し、西は十勝の主要都市である帯広市、北は音更町と池田町、東は豊頃町、南は大樹町に隣接し、東西間 20km、南北間 47km の距離で面積は 477.64km²、人口は 26,469 人（令和 2(2020)年 6 月末日現在）で北に十勝川、西に札内川、中央部を猿別川、そして南に当縁川が流れ、西方に日高山脈を一望できる平地や段丘が広がる十勝平野のほぼ中央部に位置し、広がる豊かな大地には、畑作や酪農を中心とした農業が盛んに行われている。気候については、亜寒帯に属する内陸性気候で、夏冬の気温差が大きく四季に富んだ気候となっている。

【交通等】

十勝の主要都市である帯広市とのアクセスについて、札内地区は帯広市と札内川を挟み隣接し、幕別地区は帯広市から約 15km（国道 38 号経由の車で約 20 分）、忠類市街地からは、同約 50km（国道 236 号経由で約 1 時間）の距離にある。特に札内地区は、その立地条件より帯広市に密接しておりベッドタウン化している。なお、帯広・広尾自動車道－忠類 I C の供用により忠類地区の交通利便性が高まりをみせている。

また、JR は札内駅と幕別駅があり 1 日普通列車が 13 本運行し、とちか帯広空港からは車で札内・幕別地区 40 分、忠類地区 30 分であり交通の便や生活の利便性は良好である。



【人口（推移）】

平成 26(2014)年 4 月の 27,714 人がピークであり、これは帯広市のベッドタウンとして 1980 年代から整備された札内地区の宅地造成に伴うものである。幕別地区、忠類地区は緩やかな減少傾向にあり、近年では札内地区においても人口が微減し、総人口は減少傾向にある。

平成 25(2013)年 3 月に公表された国立社会保障・人口問題研究所による人口推計によると当町の人口は、全国的な状況と同様に減少の一途をたどり、令和 22(2040)年には 22,062 人にまで減少すると推計されるが、平成 27(2015)年 3 月末の住民基本台帳を基準人口として、平成 28(2016)年 1 月に当町人口ビジョンを策定し、第 6 期幕別町総合計画の最終年次となる令和 9(2027)年は 25,662 人としている。

	H27年度 国勢調査	H28年度 (H29.3)	H29年度 (H30.3)	H30年度 (H31.3)	R元年度 (R2.3)	H27/R元 比
人 口	26,760 人	27,148 人	26,937 人	26,716 人	26,505 人	△ 255 人
幕別地区	5,796 人	5,834 人	5,781 人	5,668 人	5,583 人	△ 213 人
札内地区	19,433 人	19,743 人	19,606 人	19,494 人	19,422 人	△ 11 人
忠類地区	1,531 人	1,571 人	1,550 人	1,554 人	1,500 人	△ 31 人
世帯数	10,944 世帯	12,277 世帯	12,395 世帯	12,421 世帯	12,494 世帯	1,550 世帯

（資料：幕別町住民基本台帳より抜粋）

【産業】

○農業・林業

当町の基幹産業は農業(酪農、畑作)であり、農家戸数 525 戸（平成 27(2015)年農林業センサス）が占め耕地面積は 22,500ha、平成 30(2018)年農業産出額は 314 億円(耕種 165 億円、畜産 149 億円)で北海道内 3 位、耕種は長いもの作付け面積・生産量が全国上位に位置し、札内・幕別地区は畑作物や野菜生産が主体であり、中山間地である忠類地区は酪農を主体とした経営を中心に農業主産地としての地位を築き上げ、忠類地区のゆり根生産など高収益作物の栽培が増加している。

また、林業については、当町の森林面積は 14,751ha、町全体面積の約 31%を占め、その内訳は私有林が 8,618ha で最も多く、次いで道有林が 3,857ha、町有林が 2,276ha となっている。

林業労働者の高齢化に伴い、新たな担い手の確保や雇用安定化のための林業事業体の体質強化等の対策を森林組合や関係機関と連携しながら、林業従事者の就業条件を整備し、林業後継者の育成を促進するとともに、地域で生産された木材を地域で消費する「地材地消」を推進する。

	H17	H22	H27	H17/H27 比
農 家 戸 数	651 戸	597 戸	525 戸	△ 126 戸
世 帯 員 数	2,893 人	2,601 人	2,210 人	△ 683 人

（資料：農林業センサス）

北海道市町村別農業産出額

単位：1,000万円																									
市町村	農業 産出額 ①+②+③	耕 種												畜 産									加 工 農産物 ③		
		小 計 ①	米 (2)	麦 類 (3)	雑 穀 (4)	豆 類 (5)	いも類 (6)	野 菜 (7)	果 実 (8)	花 き (9)	工 芸 農作物 (10)	茶 (11)	その他 作 物 (12)	小 計 ②	肉用牛 (13)	乳用牛 (14)	生乳 (15)	豚 (16)	鶏 (17)	鶏 卵 (18)	ブロイラー (19)	その他 畜産物 (20)		(21)	(22)
別 海 町	6,602	68	-	1	5	-	-	5	0	x	-	-	x	6,534	157	6,360	4,890	-	2	x	-	-	15	-	
2 北 見 市	3,293	2,692	70	120	1	52	242	1,976	2	5	221	-	2	600	37	488	379	74	0	x	-	-	1	-	
3 幕 別 町	3,144	1,650	0	92	3	111	289	968	-	4	179	-	5	1,494	227	1,219	911	x	-	-	-	x	-		
4 帯 広 市	2,927	1,814	-	137	0	194	457	754	1	4	261	-	5	1,113	489	512	394	66	2	2	-	45	-		
5 士 幌 町	2,837	804	-	59	0	105	304	179	-	-	156	-	2	2,032	894	1,130	849	-	-	-	-	9	-		
6 中 標 津 町	2,826	139	-	1	9	0	50	63	-	x	7	-	x	2,686	95	2,394	1,844	x	0	x	-	x	-		
7 標 茶 町	2,504	77	-	-	1	0	-	75	-	x	-	-	x	2,427	211	2,213	1,726	-	0	0	-	3	-		
8 芽 室 町	2,417	1,644	-	118	0	166	390	735	-	0	231	-	3	773	164	476	329	129	1	x	-	3	-		
9 音 更 町	2,380	1,485	0	165	1	255	276	551	0	1	235	-	2	895	230	541	409	x	96	78	x	x	-		
10 清 水 町	2,323	429	-	44	3	87	95	82	1	x	90	-	x	1,895	211	1,495	1,048	54	132	132	x	4	-		

(資料：農林業センサス)

○観光



(パークゴルフ)

昭和 58(1983)年に考案されたコミュニティ・スポーツ「パークゴルフ」は全国に約 1,260 コース、海外 10 か国にもコースがあり愛好者の数は 130 万人と推定されている。

幕別町の南に位置する忠類地区は、ナウマン象の化石骨が昭和 44(1969)年 7 月に発見され、ナウマン象化石骨の復元骨格標本が展示されているナウマン象記念館があり、地域の文化と観光振興には無くてはならない存在となっている。



(ナウマン象記念館)

その他に忠類地区には、道の駅（令和元(2019)年度 37.1 万人利用）、キャンプ場、平成 29(2017)年に完成したナウマン公園の「親水滑り台」、小高い丘に広がる忠類共栄牧場内に設けられたカフェテラスのシーニックカフェちゅうるい、スキー場がある。

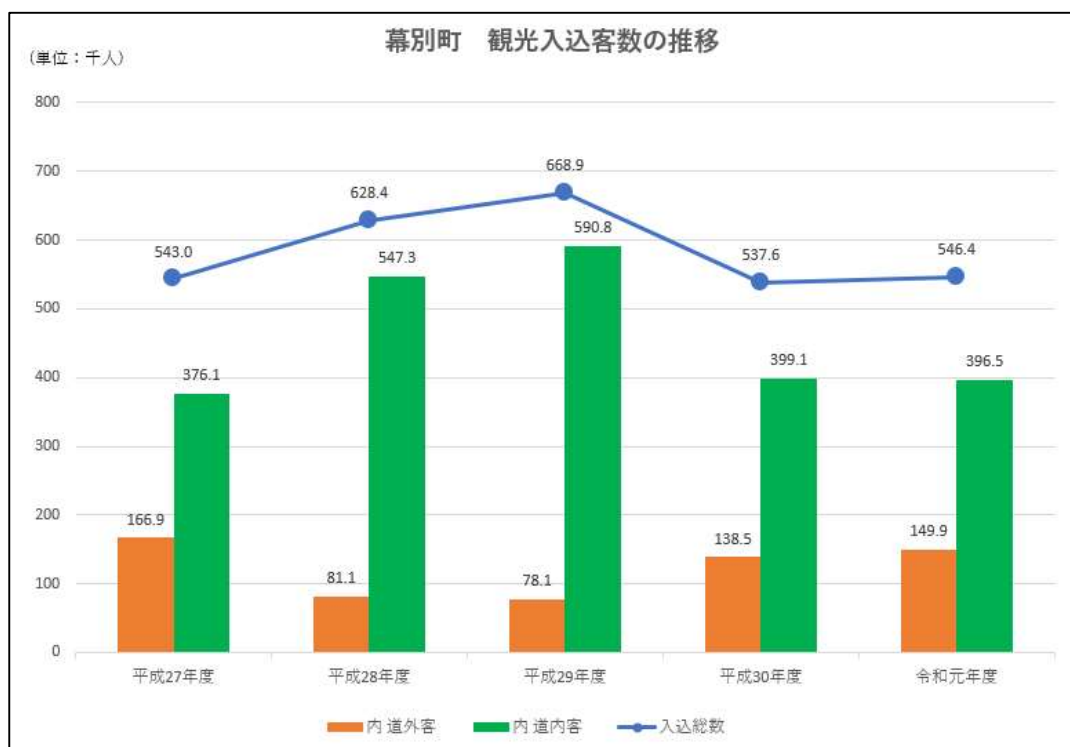
また、温泉宿泊施設は札内地区 2 件、忠類地区 1 件で 1 年を通して多くの人に利用されている。



(忠類 道の駅)



(シーニックカフェちゅうるい)



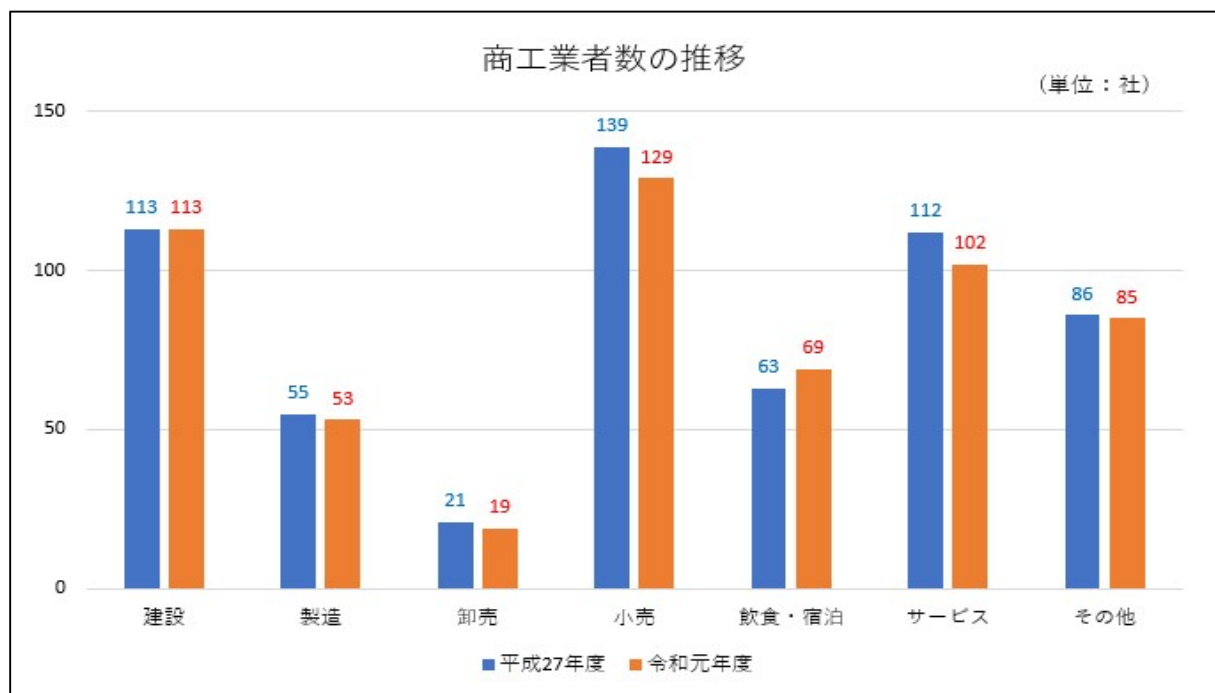
(資料：北海道観光入込客数調査報告書)

○商工業

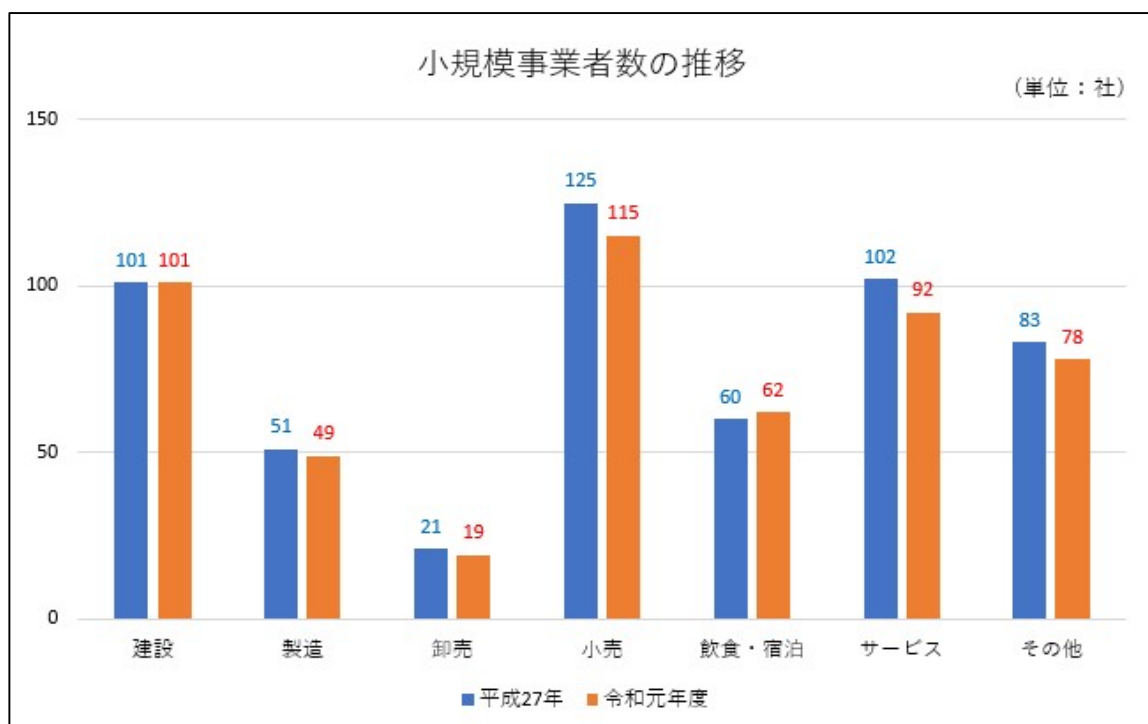
地域の商工業者数は、令和元(2019)年度 570 社(建設業 113 社、製造業 53 社、卸売業 19 社、小売業 129 社、飲食・宿泊業 69 社、サービス業 102 社、その他 85 社)であり、うち小規模事業者は 516 社(建設業 101 社、製造業 49 社、卸売業 19 社、小売業 115 社、飲食・宿泊業 62 社、サービス業 92 社、その他 78 社)となっている。

商工業者数は、平成 27(2015)年度 589 社から令和元年度 570 社と 19 社減少、小規模事業者数も 27 社減少し、業種では小売及びサービス業が減少傾向にある。

※商工会独自調査による把握数値



(資料：商工業者数の推移)



(資料：小規模事業者数の推移)

②地域の課題

○農業・林業

農業においては、E P A・F T A交渉の進展による協定構成国の増加のほか、T P P問題などのグローバル化の中で、農業を取り巻く情勢は大きく変化しているため今後の農業経営に対す不安感不透明感が増大するとともに担い手の減少や高齢化などさまざまな課題を抱えているほか、食の安全・安心に対する消費者の関心も高まりをみせている中で、食料供給基地としての役割をこれまで以上に発揮していくことが求められており、安全で良質な食料を安定的に生産・供給する体制づくりを一層進め、生産基盤や流通加工体制の整備を図るとともに担い手の確保・育成への取り組みや農地流動化の促進など安定的な農業生産体制を確立させ、地域ブランドの形成を図り収益性の高い作物の導入による経営の安定化や環境保全に対する意識を高める必要がある。

また、林業においては、林業を取り巻く環境は長期にわたる木材価格の低迷や担い手の高齢化の進行により、森林施業が停滞するなど極めて厳しい環境にある。一方でこれまでの水源の涵養や国土の保全などの機能に加え、地球温暖化の防止や生物多様性の保全といった森林の持つ多面的機能を持続的に発揮することが求められていることから、森林を生産財であるとともに公共財としてとらえ、森林の持つ多様な機能を一層発揮していくため林業・木材産業の育成を図り、森林を守り育てる適切な管理とその多面的な利用を推進する必要がある。

○観光

近年の観光ニーズは、自然、健康、本物体験の志向が高まる中、多様化や個性化の傾向を増してきており、旅行形態も小グループや家族、個人旅行などが主流になりつつあるとともにインターネットや情報産業の普及に伴い、自分で観光スポットを探し費用節約型の観光志向が増加し、全国的に自然環境に対する関心や農業の価値を再認識する気運が高まる中、十勝の自然や風土・食・田園風景などを取り込んだ体験型観光(※)を求める傾向も増えてきていることから新たな取組が必要である。

当町では、発祥の地として全国的にも有名なパークゴルフ場をはじめ、ナウマン象記念館、キャンプ場、温泉宿泊施設、スキー場など一年を通して楽しめる観光資源があり、これらの観光資源を最大限に生かしながら、産業・業種間との連携に取り組む必要がある。

※ 地域の産業資源を学習・体験することにより、ものづくりの原点に触れること。

○商工業（工業）

建設業・製造業の工業は、商工業者数は横ばいとなっており、平成 28(2016)年の台風被害からの復旧・復興が継続し、建設業・製造業等は持ち直しの基調が見られるが、人手不足感の強まりや資材調達コストの上昇が改善の足取りを鈍らせている。

窯業・土石製品・木製品、食料品などの製造業は、経済変動の影響を受けやすい小規模事業者であり、長引く景気低迷の中で依然として設備投資控えが続いているため、企業の投資環境が厳しく従来型の誘致が大変難しい中、発達した通信技術や自然の恵みが豊富な地域特性を生かした産業集積に努めるとともに地域の資源や技術、人材を有機的に結びつけながら産業振興策を充実・強化し、サテライトオフィスなど地方移転が可能な企業誘致を積極的に進めるとともに既存企業の育成を促進し、

工業の充実・強化を図る必要がある。

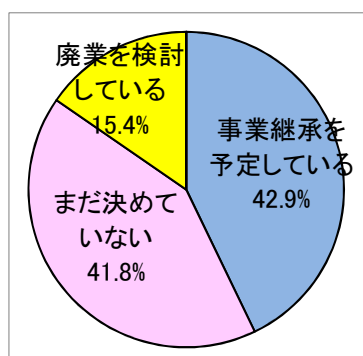
また、小規模事業者においては大手建設業者と比べ営業力・販売力の格差があり、競合状況の進行により収益の悪化に繋がっているため、小回りの利く事業活動やきめ細やかなサービスなど小規模事業者ならではの強みを活かした事業展開と一層の技術の向上、原価管理による収益確保への対応や事業を継続する上での事業承継が必要になる。

○商工業（商業・サービス業）

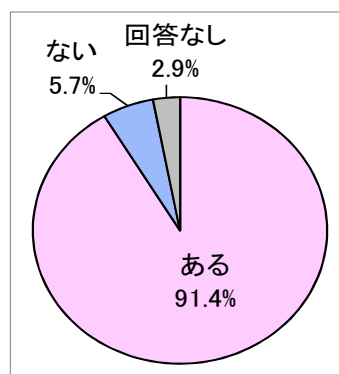
商業・サービス業は、平成 28(2016)年度に伴走型小規模事業者支援推進を活用して、当会による幕別町の「消費需要動向調査」により、町民の 9 割以上が車社会の進展によって自家用車を所有し、価格が高いことや品揃えの不満などで、幕別・札内地区の消費者購買が帯広市または音更町的大型店へ流出、忠類地区は大樹町へ流出している。さらに通信販売やインターネットでの商品購入などが容易になることで、地元商店街の利用者が著しく減少していることにより売上や利益が減少している状況である。

このような消費流出による売上・利益の減少や店主の高齢化及び後継者不足を理由に余儀なく廃業し、中心市街地の空洞化が進み、街の顔としての魅力ある商店街が低下傾向にある中、商業・サービス業者の協同意識の高揚や後継者の育成、事業承継支援に取り組むことで、消費者ニーズにあった商品の取り扱いや新サービスの提供、農業などの地域資源を活用した新規事業に取り組み、町外から顧客を獲得するため自ら創意工夫する事業者を増やし、経営力の強化を図るとともに新たな商品市場の開拓や新分野への事業展開といった積極性や創造性のある挑戦を促進し、売上・利益の向上に繋げる必要がある。

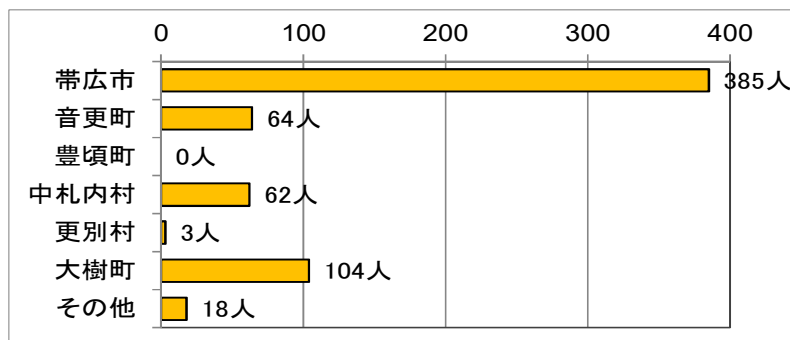
（参考資料：平成 28 年度 地域経済・消費需要動向調査）



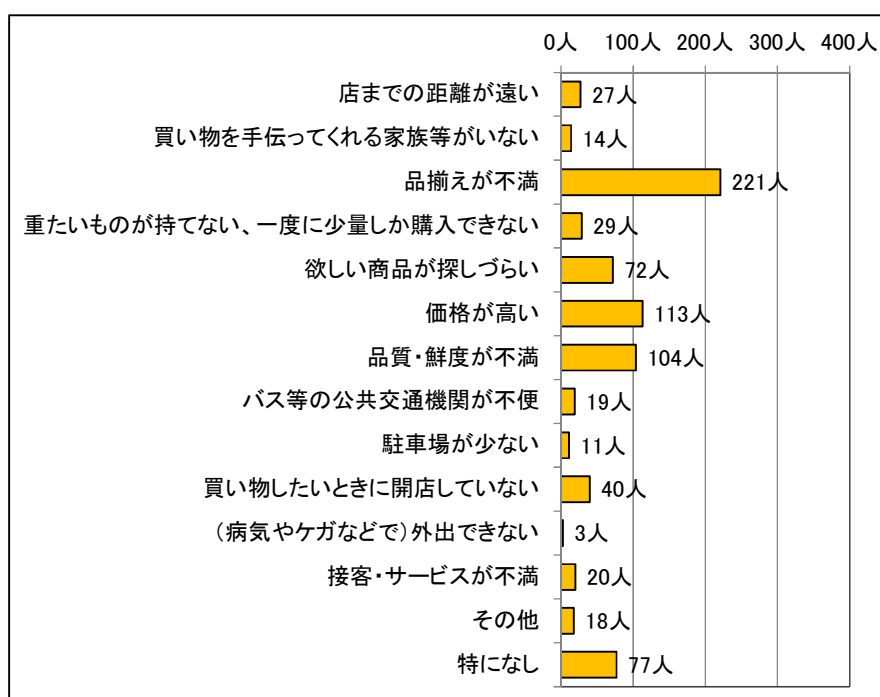
（今後の事業継承予定の有無）



（世帯の自家用車所有）



(町外の買い物先)



(町内での買い物で困っていること)

(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

地域産業の現状及び課題のとおり、経営者の高齢化と後継者不足による事業廃止の進行、消費需要の流出や多様化する消費者ニーズへの対応など地域内小規模事業者を取り巻く経営環境は大変厳しい状況にある。

当会は、これらの現状と課題を踏まえ、小規模事業者への個社支援により経営発達支援事業の効率的な実施を図り、長期的な小規模事業者の持続的発展を目指し、地域から必要とされる商工会として、今後10年後の企業や地域のあるべき姿に向けた取り組みを実施することにより、地域内の大半を占める小規模事業者を元気で豊かにすることが、雇用の創出や賑わいの創出、地域経済活性化に繋がる。

(長期的な振興のあり方に基づく目標)

- 小規模事業者への事業計画策定及び事業実施を支援することによりビジネス機会を創出し、新たな需要開拓により個社の売上・利益増加に繋げる。
- 地域資源を活かしながら、強みを知ることによって商品力やサービス力を自ら情報発信し、様々な情報提供と有効的な支援メニューに取り組み、更には個店の魅力向上を図ることで集客力向上することができ、利益率の高い商品やメニューの開発、高付加価値のサービスを提供し、リピート客増加の向上を図り収益増加に繋げる。
- 経営者の高齢化と後継者不足、事業計画の未策定、空き店舗対策、賑わい創出、創業など幅広く対応することによって基盤を構築し、小規模事業者の経営計画書の策定から行動計画までのフォロー、事業承継計画の策定、創業者への事業計画や資金計画の支援などに取り組む。

②幕別町総合計画との連動性・整合性

幕別町では、持続的な発展のために町民、地域、行政が一体となってまちづくりの方向性を示した平成 30(2018)年度から令和 9(2027)年度までの 10 年間の「第 6 期幕別町総合計画」を策定している。

(参考資料：第 6 期幕別町総合計画)

まちづくりの基本理念 (まちづくりの基本的な理念 (視点) を定めたもの)

みんなで創るまち	安全・安心なまち	魅力あふれるまち	みんなで学ぶまち
地域社会を構成する様々な主体が、自助・共助・公助を担う、協働のまちを目指します。	全ての町民が豊かに住み続けることができるとともに、支え合い、ともに創り高め合う共生社会を実現するまちを目指します。	地域の力と価値を高めることにより、国内外から多くの人々が訪れ交流し、人が集い笑顔あふれるまちを目指します。	創造に培われた人材を育み、また、本町のオリンピックのように、町民誰もがチャレンジし続けられるまちを目指します。

基本目標 (施策、事業を展開するにあたり、特に大切にしたい基本となる考え方)



特色ある産業で住まいる

- 地域資源を生かした独自の価値を発信していく取組を進めます。
- 地産地消や地域ブランドの確立に向けた取組などを進め、農業を核に産業間の連携を強めて、地域全体の産業の活性化を図ります。
- 多様な森林づくりを進めるとともに、森林資源の循環利用と町内産木材の利活用の促進を図ります。
- 消費者ニーズに応えられる地域商業の形成を推進するとともに、地域資源を生かした新しい取組を支援します。
- 既存企業の育成を促進するとともに、企業誘致や雇用の場の創出を図ります。
- 観光事業者や地域住民、行政が連携し、地域性にあふれる観光づくりを進めます。



- ① 時代に即した農業振興
- ② 森林の多面的機能の保全と木材の利用促進
- ③ 地域特性を生かした商工業の振興
- ④ 雇用環境の充実
- ⑤ 地域性あふれる観光の発信

【商工業振興に係わる施策の方向性（第6期幕別町総合計画より抜粋）】

- 企業訪問や情報交換などを通して、企業の課題解決の取組を支援します。
- 中小企業の育成・発展や事業承継のため、国や北海道との連携を強化するとともに、社会情勢にあった融資制度を提供して経営安定策を図ります。
- 商工会を中心にネットワーク化を促進し、後継者を育成するとともに、様々な研修の機会を活用した人材育成を通じ、技術力や競争力の向上を図ります。
- 中小小売店の連携によるビジネスの展開を促進するなど商業機能の充実を支援します。
- 商工会との連携により商品券事業やイベントなどの共同事業を展開し、地域経済の活性化を図ります。
- 地域資源を生かした新たな特産品の創出等に努めるとともに、販路の拡大や情報の発信を進めます。
- 中心市街地の商店街の空洞化を抑制し、賑わいのある商店街づくりを推進します。
- 新規に参入する事業者の創業等の負担軽減を図り、円滑な事業展開を促進します。
- 関係機関と連携し、地場産業や地域資源と関連の強い業種を中心に企業や人材を誘致する取組を進めます。
- 新たな企業や人材が進出しやすい環境を整えるなど、企業立地を促進します。

幕別町商工会が現在取り組んでいる経営発達支援事業と、この第6期幕別町総合計画で挙げられている「商工業振興に係わる施策の方向性」については、小規模事業者（総合計画で言うところの中小企業や中小小売店）の振興発展並びに地域資源の活用により地域活性化を図るといった目的が共通していることから連動性・整合性が高いため、今回幕別町と商工会で共同策定する第2期経営発達支援計画では、より緊密な連携により小規模事業者に対する支援を一体となって行うことで、効果的な事業の促進に努めていくこととする。

③幕別町商工会としての役割

これまで幕別町商工会では、地域内の商工業者に対して金融、税務、労働などの経営に関する基礎的支援と平成28(2016)年度からの経営発達支援事業により小規模事業者に寄り添った伴走型の個別

支援を実施した。

今後も幕別町や専門家など様々な支援機関と連携して、小規模事業者が取り巻く経営課題の解決と他地域との差別化を図るために、地域資源を活用した特産品開発や経営資源の乏しい個別企業の経営力向上、情報発信をはじめとする販売促進等を継続して支援することにより頼られる商工会を目指し、小規模事業者の活力を生み出すとともに、地域全体を活性化させることを目標に経営発達支援事業を推進し、自らの組織力の向上と職員の資質向上を図りつつ、小規模事業者の持続的な経営に向けた役割を果たす。

（３）経営発達支援事業の目標

行政を始め各関係機関と積極的に連携を図りながら常に変化する経営環境を的確に捉え、１０年後を見据えた持続的経営支援を行うため、今後５年間の目標を以下のとおり定め実施する。

①伴走型支援による小規模事業者の経営力向上を図る支援

小規模事業者の経営力の向上を目指し、巡回訪問を通じて対象事業者の掘り起こしを行い、経営状況の分析並びに需要動向等を踏まえた事業計画策定及びフォローアップ支援に取り組む。

また、町内の小規模事業者１社１社の経営力を高め、事業の持続的発展を可能とすることで、幕別町として地域課題の一つでもある消費者購買流出を防ぎ、町民が豊かに住み続けることができる町を維持していくなど、地域への裨益に繋げる。

【目標数値】

５年後には支援先事業者３５件において、利益率が３％以上向上することを目標とする。

②創業及び事業承継の推進支援による地域経済の活性化・地域活力の維持

小規模事業者の創業・事業承継が円滑に実施されるよう支援し、廃業による小規模事業者の減少、空き店舗の減少に努める。

また、創業・事業承継を進めることで、第６期幕別町総合計画にもある「中心市街地の商店街の空洞化を抑制し、賑わいのある商店街づくり」にも寄与するなど地域への裨益に繋げる。

【目標数値】

５年間のうちで、町内で５件の事業承継が行われ、１０件の創業がなされることを目標とする。

③地域資源を活用した販路拡大・開拓による地域内外への販売力強化を図る支援

地域資源を活用した小規模事業者の商品開発等及び販路開拓の支援を通して、小規模事業者の商品やサービス等のＰＲを促進するとともに、地域内外の販路を模索することで域内外需要の増加と域外需要の獲得を図り、地域経済の活性化に繋げ小規模事業者の販路開拓に寄与する。

また、地域資源の活用を目指すことにより、商工業以外の業種（第１次産業等）への波及効果も期待でき、町内全体の利益に寄与するなど地域への裨益に繋げる。

【目標数値】

５年後には、支援先事業者１００件において、売上額が２％以上増加することを目標とする。

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伴走型支援による小規模事業者の経営力向上を図る支援

小規模事業者に対する巡回訪問の強化を行い、経済動向調査・経営分析状況・需要動向調査結果を活用して自社が置かれている状況の把握と経営課題を抽出し、専門家や各支援機関と連携しながら課題の解決と経営改善を図り、事業計画策定支援を積極的に取り組み策定した事業計画をPDCAサイクルで実践することで、事業者の経営力の向上を図るとともに、売上と利益の維持・拡大を支援する。

また、法定経営指導員を中心に職員間で伴走型支援方法を共有し、一定レベル以上の指導が出来る体制を構築する。

②創業及び事業承継の推進支援による地域経済の活性化・地域活力の維持

創業及び円滑な事業承継は地域経済の活性化及び地域活力の維持を図る要因の一つになることから、創業については、初期段階で重要な事業計画の策定について、幕別町・各支援機関（北海道よろず支援拠点、北海道中小企業総合支援センターなど）や専門家と連携を取りながら支援し、さらに空き店舗の利活用にも推進する。

また、事業承継については巡回訪問等により事業者のおかれる現状を把握し、事業承継者や潜在的对象者の掘り起こしを行い、専門家派遣制度の活用や各支援機関と連携して、事業維持に向けたきめ細やかで円滑な承継手続きを支援し、後継者のいない事業者には、北海道事業引継ぎ支援センター等と情報を共有し、創業希望者とマッチングする仕組みを構築して円滑な事業承継を支援することで廃業者数及び空き店舗の減少に努める。

③地域資源を活用した販路拡大・開拓による地域内外への販売力強化を図る支援

地域資源を活用した地場産品の開発及び既存商品の高付加価値化を図るため、地域内外への販路開拓・新規顧客の開拓やビジネスマッチングの場として、北海道商工会連合会や関係機関等が実施する展示商談会・即売会等の情報提供に取り組む。出展する場合においては、バイヤーや消費者を通じ消費者ニーズ・市場動向・消費トレンド等を把握・分析して既存商品の販路拡大や新商品開発、新サービスの提供を支援する。

また、個店の強み・魅力・商品の情報発信やインターネット販売機能をはじめとするITツール導入の推進を図り、販路開拓・新規顧客の開拓に繋げる。

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) 現状と課題

【現状】

第1期の事業において、平成28(2016)年度に幕別町商工会員から経営動向調査、幕別町民より消費動向調査を実施した。また、地域金融機関などが提供している景況調査や実態調査等を通じて経済動向に関する情報の収集を行い、その調査を事業計画策定時の基礎資料として活用してきた。

【課題】

地域内の経済情報が少なく、十勝エリアの企業景気動向や消費動向などを盛り込んだ情報提供ができていなかった。地域内事業者等に広く周知を行っていなかったため、多くの事業者に有効活用される分析データの提供を創意工夫することにより、巡回訪問や窓口相談時において情報ツールとして活用し、多くの小規模事業者の経営課題に役立てる必要がある。

また、事業計画の策定に繋がるよう地域の経済情報を収集して、職員間で情報共有しながら効率的な支援に努めなければならない。

(2) 目標

支援内容	現 状	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
RESAS 地域経済分析の 公表回数	—	1回	1回	1回	1回	1回
中小企業 景況動向調査の 公表回数	—	4回	4回	4回	4回	4回

(3) 事業内容

①地域経済分析システム「RESAS」による情報の収集・活用

国が提供するビックデータ「RESAS」（地域経済分析システム）を活用して、当地域における経済動向や産業の特性を把握・分析し、小規模事業者が自社の現状や外部環境を把握する資料として提供するとともに事業計画策定支援に反映する。

また、調査・分析した結果を当商工会ホームページにて年1回公表する。

【調査項目・分析手法】

- 人口マップ：地域内人口の推移、生産人口、消費人口等、人口の推移の調査分析。
- 地域経済循環マップ：生産分析による地域内主要産業の生産額、付加価値額の調査分析。
- 産業構造マップ：地域内産業の現状等の調査分析。
- 観光マップ：目的地分析、From-to分析(宿泊者)、宿泊施設宿泊者の動向等を分析。
- まちづくりマップ：From-to分析、滞在人口率等で人の動きを調査分析。

②各種機関が実施する中小企業景況動向調査の活用

帯広信用金庫の「十勝地域内の企業景気動向調査」、北海道の「企業経営者意識調査」を活用して、地域内外の経済情報を収集・分析し、小規模事業者に対し事業計画策定や経営力向上の基礎資料として有効に活用する。

また、収集・分析した結果を当商工会ホームページにて年4回公表するとともに、当商工会が発行する広報誌の配布する際、定期的に情報を提供する。

【調査項目・分析手法】

○帯広信用金庫「十勝地域内の企業景気動向調査」

十勝の経済指標概況、消費動向、観光客数、公共工事発注金額、新設住宅着工戸数、農産物・製材品の生産量、設備投資の動向を把握分析。

○北海道「企業経営者意識調査」

北海道内の業種別、地域別に業況感、売上高、利益、残業時間、雇用者数など項目ごとに「上昇」「増加」と回答した企業の割合から「下降」「減少」とした企業の割合を差し引き、景気を判断する指数 BSI（Business Survey Index の略称）を把握分析。

（４）成果の活用

○情報収集・調査、分析した結果は、当商工会ホームページや当商工会が発行する広報誌に掲載し、広く地域内事業者等に情報発信を行い周知する。

○地区内の小規模事業者の実態として課題や支援ニーズを抽出し、法定経営指導員を中心に職員で情報共有することで、窓口相談・巡回指導を通じて小規模事業者へ現状分析を適切に伝えとともに、小規模事業者の経営指針や販売戦略等の事業計画策定支援時の参考資料として活用する。

3－2．需要動向調査に関すること

（１）現状と課題

【現状】

第1期の事業において、地域内の消費動向調査を実施し、地域内の商品サービスのニーズが把握でき、品揃えなどを強化し需要を見据えた事業計画策定の基礎資料として活用した。

また、展示商談会では小規模事業者が販売する地域資源を活用した地場製品の買い手ニーズを把握するため、バイヤー等から商品に対する意見や要望の集約ができ、市場のニーズを把握できた。

【課題】

小規模事業者にマーケットインの考え方を浸透させるために、継続して展示商談会等へ積極的に出展し、既存商品のブラッシュアップや地域資源を活用した新商品開発等に繋げていくが、これまで分析結果を単に事業者へ知らせるにとどまっていたため、今後は必要に応じて専門家と連携しながら市場ニーズに即して詳細にわたる調査項目を加えた上で需要動向調査を行い、より高度・専門的見地に立った内容をフィードバックし販路拡大・開拓に活かすことが必要である。

(2) 目標

支援内容	現 状	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
調査対象事業者数	2 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
商談会等による調査回数	2 回	3 回	3 回	3 回	3 回	3 回

(3) 事業内容

①展示商談会・即売会の出展による需要動向調査

多様化する市場ニーズを把握し、小規模事業者の新たな販路拡大を図っていくため、展示商談会・即売会において、バイヤー等からの意見や要望、消費者ニーズ、商品・サービスの評価等を情報収集、調査・分析し、新たな商品の開発や商品の改良に繋げるため専門家のアドバイスを受けながら事業者へフィードバックする。

【サンプル数】

来場者（流通関係のバイヤー、一般消費者等）50 人

【調査手段・手法】

以下の調査項目を踏まえアンケート票を当商工会が作成し、出展ブースにおいて法定経営指導員等によるヒアリング調査を行なう。また、即売会においては、購入者を対象に返信封筒を同封したアンケートを法定経営指導員等が配布し、後日返信による調査を実施する。

※後述「7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること (4)事業内容 ①展示商談会及び即売会への出展支援 (B to B) と連動させ実施する。

【想定される展示商談会及び即売会】

○北海道商工会連合会が主催する特産品展示・商談会「北の味覚、再発見」（開催地：札幌市）

○北海道・(株)北洋銀行・（一社）北海道貿易物産振興会が主催する北海道産品取引商談会「東京会場・大阪会場」（開催地：東京都・大阪市）

○FOOD STYLE 実行委員会（事務局 (株)イノベント）が主催する総合商談展示会「FOOD STYLE in Hokkaido」（開催地：札幌市）

【分析手段・手法】

調査したアンケート結果は法定経営指導員等が分析を行い。より専門的な判断が必要な場合には、専門家や各支援機関（北海道よろず支援拠点、北海道中小企業総合支援センターなど）と連携を図りながら分析を実施する。

【調査項目】

①味、②食感、③見た目、④大きさ（量）、⑤素材、⑥価格、⑦パッケージデザイン、⑧取引条件等

【分析結果の活用】

分析した結果は、法定経営指導員等が出展商品を取り扱う事業者へ直接フィードバックし、既存商品の改善や新商品開発に係る事業計画策定に活用する。

また、他の出展事業者に対しても、巡回訪問や窓口相談において、フィードバックできる部分は利用し、既存商品の改善や新商品開発に係る事業計画策定に活用する。

4. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

第1期の事業において、旧計画実施における経営状況の分析は、税務相談時や補助金申請時に財務分析の実施とともに、経営指導員等や必要に応じて専門家（中小企業診断士）を派遣して経営分析を実施したが、多くの事業者は税務相談等の場による財務分析が中心となっている。経営分析件数については概ね目標を達成しているが、簡易的な経営分析であり非財務分析を含めた総合的な経営分析まで到達していない。

【課題】

小規模事業者の持続的発展には自社の財務状況の理解や経営環境の把握が不可欠であることから、窓口相談、巡回訪問、各種指導業務等の先に経営分析の重要性について啓蒙活動の積極的な実施や事業者の掘り起こしを行う際に、足りない部分があった。抵抗を感じている事業者に対して計画経営の推奨する手法を検討する必要がある。

また、財務諸表やヒアリング等から収益性、安全性等の財務状況を正しく理解し、経営に関する外的要因等の非財務分析をSWOT分析（強み・弱み・機会・脅威の4つの視点からの企業評価）で行い、得られた分析結果を基に限られた経営資源の中で機会を最大限に活かす取り組みが必要である。

(2) 目標

支援内容	現 状	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
経営分析件数	58件	40件	40件	40件	40件	40件

※ 現状は、簡易的な経営分析を含めている。

※ 従来の簡易分析（財務分析のみ）から財務・非財務分析を行う。

(3) 事業内容

①啓蒙活動による小規模事業者の掘り起こし

法定経営指導員を中心に職員全員による巡回訪問や窓口相談での金融・税務・労務・補助事業等の相談を通じて、経営分析の重要性について繰り返し啓蒙活動を行い、経営分析を希望する小規模事業者や必要とする小規模事業者の掘り起こしを行う。

経営分析に抵抗を感じている事業者に対しても経営分析の重要性について、繰り返し啓蒙活動を行う。

②経営分析に必要な財務・経営情報の収集

経営分析に必要な財務や経営に関する情報が十分に得られない可能性があるため、職員が巡回訪

問した際に財務諸表等、関係資料の提出を求め経営状況のヒアリングを行う。

また、巡回訪問を行うことにより店舗や工場、労働環境を実際に確認することができるため、ヒアリングだけでは把握できない内容を分析することができる。

③経営分析の実施内容

【対象者】

経営分析を希望する小規模事業者や創業5年未満、事業承継を行った事業者など経営分析を必要とする小規模事業者

【分析項目】

- 財務分析：収 益 性（売上高利益率、総資本利益率、損益分岐点等）
安 全 性（流動比率、自己資本比率、固定比率等）
資金繰り（在庫回転期間、売上債権回転期間、債務回転率等）
生 産 性（一人当たり売上高、一人当たり有形固定資産高等）
- SWOT 分析：外部環境（社会・経済情勢的要因、競合・規制・地域性等）
内部環境（事業主・従業員・後継者・組織・商品・製品・設備・
生産状況・収益性・安全性・成長性等）

【分析手法】

経済産業省「ローカルベンチマーク」、中小企業基盤整備機構「経営計画つくるくん」、日本政策金融公庫「財務診断サービス」等のシステムを活用するほかに、巡回訪問で得られた経営情報をもとに財務分析・SWOT 分析を行う。さらに、小規模事業者の状況や指導希望に合わせて専門家派遣を活用する。

また、当商工会の記帳機械化を利用している事業者は「ネット de 記帳」の経営計数分析表や簡易財務診断表を活用する。

（４）分析成果の活用

分析した結果は法定経営指導員等が巡回訪問・窓口相談時に当該事業者にはフィードバックし、経営状況に対する課題や発展的可能性を見出した事業者には、専門家と連携しながら将来を見据えた実現可能な事業計画の策定支援を実施する。

また、分析結果をデータベース化し内部で共有することにより、課題解決に向け支援・対応した職員のみならず、商工会職員全員が支援できる体制が構築され、当商工会としての支援スキルの向上にも繋がる。

5. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

第1期の事業においては、事業計画策定セミナーの開催、各種補助金申請等に向けての経営指導員等や専門家による事業計画策定支援等により小規模事業者の販路拡大等を支援するとともに、事業承継セミナーの開催による円滑な事業承継推進や、創業に向けた創業支援セミナーの開催による創業計画の策定支援を実施した。

【課題】

各種補助金申請に向けての事業計画策定が目的となってしまう、経営課題の把握等に関して事業計画策定の必要性を認識していない事業者が多い。事業計画策定の意義や重要性について小規模事業者の意識改善を図り、事業計画策定を促す取り組みが必要である。

また、事業計画を策定することで経営者の高齢化や後継者不在などの課題が明確になる事業者が出てくることが予想されるため、事業承継を円滑に進める取り組みが必要である。さらに、事業計画を適格に策定して創業することにより、持続的に発展できる事業者を創出するため、専門家や各支援機関と連携しながら支援を推進する必要がある。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者に対し、事業計画を策定することは経営課題を解決させ経営を持続的に発展させることに繋がるため、事業計画策定の意義や重要性について理解を深め、策定した事業計画の活用方法等を説明し、事業計画策定支援を積極的に取り組む支援を実施する。

併せて、持続化補助金の申請を契機として、事業計画策定を目指す事業者の中から、事業計画の活用に関心の高いものを選定し、より詳細な事業計画の策定に繋げる。

また、今後、更に進行することが予見される経営者の高齢化や後継者不在などの課題についても専門家派遣制度の活用や各支援機関と連携して、事業承継に向けた支援を実施する。

創業については、初期支援における事業計画の策定が重要であることから幕別町・各支援機関や専門家と連携を図りながら事業計画策定の支援を実施するとともに、雇用の創出や空き店舗の利活用といった地域の活性化にも繋げる。

(3) 目標

支援内容	現 状	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
事業計画策定件数	19件	20件	20件	20件	20件	20件
事業承継計画策定件数	—	1件	1件	1件	1件	1件
創業計画書策定件数	2件	2件	2件	2件	2件	2件

（４）事業内容

①事業計画策定セミナー開催による事業計画策定支援

事業計画の策定が持続的発展に有用であることを啓蒙するため、事業計画策定のセミナーを開催し、セミナーを通じて事業計画策定にあたっての意義や重要性等を理解いただくとともに、分析から把握した経営上の課題・問題を解決するための道筋となる事業計画策定支援へ繋げる。

【支援対象】

経営分析を行った小規模事業者

【募集方法】

ホームページ掲載、商工会広報誌、法定経営指導員等が実施する巡回訪問・窓口相談における受講勧奨による募集

【セミナー回数】

年１回（１回あたり２時間程度）

【セミナー参加見込】

１回あたり２０名

【カリキュラム】

事業計画策定の意義、問題・課題の把握と解決策、市場・ニーズ、競合・強みの把握、事業戦略・実施事項の策定等

※ 高度的・専門的相談案件には、必要に応じて専門家の活用や各支援機関と連携しながら事業計画の策定支援を行う。

②事業承継・創業に係る事業計画策定支援

【支援対象】

○経営分析結果から事業承継の可能性のある小規模事業者

○創業予定者、創業間もない小規模事業者

【手段・手法】

事業承継に対する支援として、法定経営指導員等が巡回訪問や窓口相談を通じたヒアリングにより北海道事業引継ぎ支援センター、よろず支援拠点、一般社団法人しんきん事業承継支援ネットワーク、税理士、中小企業診断士等と連携して個別相談等を実施、事業承継に必要な知識の習得や課題等の整理・説明を行い、円滑な事業承継に向けた計画策定支援を実施する。

また、創業予定者や創業間もない小規模事業者に対する支援として、法定経営指導員等により創業計画(事業計画)策定の「意義」・「効果」・「策定の考え方」・「進め方」・「事例」等の説明し、日本政策金融公庫の創業計画書をベースに計画を策定する。加えて「町内空き店舗情報」・「国・道・町の施策情報」を提供し、円滑な創業計画(事業計画)策定支援を実施する。計画策定にあたっては、地域経済動向調査結果を基礎資料として活用し、計画内容や課題・問題点等の内容により必要に応じて専門家・各支援機関（北海道よろず支援拠点、北海道中小企業総合支援センターなど）と連携し、実効性高い創業(事業)計画策定支援とする。

6. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

第1期の事業において、事業計画策定事業者のフォローアップを進めているが、全ての小規模事業者に対して経営指導員等の巡回指導を通して定期的(3ヶ月に1回)に計画の進捗状況の把握や計画の見直しなど、計画策定後の十分なフォローアップ支援に繋がっていない。

【課題】

これまでフォローアップを実施する際に、進捗状況の確認や状況の変化による追加支援等の取り組みなど十分に行われていなかった。今後は計画の進捗状況を確認するだけでなく計画の修正などを含めたフォローアップを行うとともに、事業計画策定事業者の成果が出るまでの間繰り返す。

また、必要に応じて専門家や各支援機関(北海道よろず支援拠点、北海道中小企業総合支援センターなど)と連携しながら事業計画の見直しなどの助言を行い小規模事業者の成長発展に貢献し、次の展開に繋がるよう計画策定後の継続的な支援を行う必要がある。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した全ての事業を対象に巡回訪問や窓口相談を通じて事業者の進捗状況の把握に努め、その状況に応じてフォローアップ頻度を増すなど臨機応変に対応する。

(3) 目標

支援内容	現 状	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
フォローアップ事業者数	15者	20者	20者	20者	20者	20者
承継・創業 フォローアップ件数	—	3者	3者	3者	3者	3者
頻度(延回数)	—	92回	92回	92回	92回	92回
売上増加 事業者数	—	7者	7者	7者	7者	7者
利益率3%以上 増加の事業者数	—	7者	7者	7者	7者	7者

(4) 事業内容

①法定経営指導員等によるフォローアップ

事業計画を策定した全ての事業所に定期的(原則3ヶ月1回(年間4回))に法定経営指導員等が巡回訪問や窓口相談で進捗状況の確認、現状把握、課題や問題点を洗い出し、改善点の検討などを目的に実施する。

なお、事業計画の進捗状況が思わしくなく、当初の計画と乖離していると判断される場合や新たな問題が生じた場合には、その要因及び今後の対応策を検討し、フォローアップ頻度を増すなど臨機応

変に対応する。

また、より高度な専門的知識を要する課題の解決については、専門家や各支援機関（北海道よろず支援拠点、北海道中小企業総合支援センターなど）と連携を図りながら支援を実施する。

②各種支援施策の周知

事業の進捗状況に応じて、国、北海道、幕別町、他支援機関が行う補助金制度や制度融資など事業の推進に有効な支援施策を行い、着実な事業化の支援を実施する。

③専門家各種支援施策の周知

事業計画の見直しが必要な場合やより高度な専門的知識を要する課題の解決については、ミラサポを活用した専門家派遣、北海道よろず支援拠点などの関係機関や専門家派遣を活用し、総合的・先進的な経営支援を実施する。

7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

（１）現状と課題

【現状】

第1期の事業においては、需要の開拓を見据え事業計画を策定した小規模事業者に対して、消費者ニーズや地域外の市場動向を踏まえ、地域資源を活用した地場産品の地域外への販路開拓やビジネスマッチングの場として展示商談会への出展支援を行い、さらに出展事業者に対して、バイヤー等の興味を引くための効果的なPR方法について専門家による事前個別相談会を実施したことで円滑な支援に繋がった。

また、個店の魅力を発信するため共同チラシ等を近隣市町村に配布したことで、来店客数及び売上高の増加に繋げる等、売上や集客の増加に結びつくよう地域内外への販路開拓・新規顧客の開拓に向けて支援を行った。

【課題】

当町は車社会の進展や消費者ニーズ・購入方法の多様化、大型店への購買力の流出等、地域を取り巻く経済環境はますます厳しさを増しているため、この環境を打開するためにも地域内に支持される個店の強みをPRし、売上や集客の増加に繋がっているため継続して支援することによって持続的発展に繋げる必要がある。

展示商談会等への出展は、地域外への販路開拓に有効であるため積極的に支援し、新たな出展事業者の掘り起こしが必要であり、出展者に対する事後のフォローについても、陳列商品の訴求力向上や消費者ニーズの的確な把握に対する支援が不十分といった点で改善することが必要である。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者の売上増進と収益向上に寄与するために、各種 PR 活動と展示商談会の出展を目指し、法定経営指導員等が事前・事後のきめ細かな伴走支援を行い、域内外の取引（B to B）及び消費の拡大（B to C）を図ることで小規模事業者の需要開拓・販路拡大を支援する。

(3) 目標

支援内容	現 状	令和 3 年度	令和 4 年度	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度
①ア．北の味覚、再発見 出展事業者数	1 件	2 件	2 件	2 件	2 件	2 件
成約件数／社	1 件	2 件	2 件	2 件	2 件	2 件
①イ．北海道産品取引商談 出展事業者数	1 件	2 件	2 件	2 件	2 件	2 件
成約件数／社	1 件	2 件	2 件	2 件	2 件	2 件
①ウ．FOOD STYLE Hokkaido 出展事業者数	－	2 件	2 件	2 件	2 件	2 件
成約件数／社	－	2 件	2 件	2 件	2 件	2 件
②共同チラシ 支援事業者数	1 8 件	2 0 件	2 0 件	2 0 件	2 0 件	2 0 件
売上増加額/社	5 万円	5 万円	5 万円	5 万円	5 万円	5 万円
③グーペ新規 登録事業者数	－	2 件	2 件	2 件	2 件	2 件
対前年売上 増加率/社	－	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %

(4) 事業内容

①展示商談会及び即売会への出展支援（B to B）

【目的】

需要を見据えた事業計画を策定した小規模事業者が、事業計画の策定に沿って売上向上による利益を確保し、地域外に販促するための足掛かりとなる展示商談会への出展を支援し、販路獲得を着実に後押しすることにより、小規模事業者の持続的な発展に繋げる。

【支援対象】

事業計画を策定し、需要を見据えた小規模事業者（年 6 者）

【出展予定商談会等】

事業名称（主催）	開催時期	開催場所	概要	来場者数
ア. 特産品展示・商談会 「北の味覚、再発見」 (北海道商工会連合会)	10月頃 (1日間)	札幌市	商工会地域の特産品をバイヤー等 流通業者に向けて販路開拓・拡大 を図る商談会	バイヤー等流通業者 約150名
イ. 北海道産品取引商談会 「東京会場・大阪会場」 (北海道・(株)北洋銀行・ (一社)北海道貿易物産振興会)	1月～2月 (2日間)	東京都 大阪市	道内で生産された食品を関東及 び関西地区での販路拡大を図る 商談会	東京会場 バイヤー等 約300名 大阪会場 バイヤー等 約330名
ウ. 総合商談展示会 「FOOD STYLE in Hokkaido」 (FOOD STYLE 実行委員会 事務局(株)イノベント)	9月～ 10月 (2日間)	札幌市	外食・中食・小売バイヤーに向けて 販路開拓・拡大を図る商談会	バイヤー等 約8000名 (見込み)

【支援内容】

- 事前支援：法定経営指導員等が必要に応じて、専門家・各支援機関と連携しながら出展にあたって「心構え」、「ブース作り」、「商品提案書」、「PR手法」等を支援する。
 - 出展支援：商品陳列や接客、需要動向調査の実施支援、出展に係るブース内を支援する。
 - 出展後支援：出展時の対応や課題、出展事業者の反省点、需要動向調査結果を分析し、課題解決及び今後の発展に向けたフォローアップを実施する。
- ※前述「3-2.需要動向調査に関すること」と連動する。

②共同チラシを活用した商品・サービスのPR支援（B to C）

【目的】

飲食店を中心に需要を見据え事業計画の策定した小規模事業者を対象として、町内及び近隣市町村に個店の魅力や商品の情報を発信する共同チラシを年1回作成し、購読率の高い地元紙に折り込むことで、個店のPRと集客による相乗効果を創出し、一時的には売上や集客の増加、長期的には販路開拓・新規顧客の開拓を図る。

【支援対象】

需要を見据え事業計画を策定した小規模事業者（年20者）

【支援内容】

自社商品・サービスPRのための掲載方法、イチオシの商品やサービスをより効果的に見せることを支援する。

また、チラシの効果を把握するため折込実施後の売上や来店客数を調査するとともに、その効果を一過性にしないため、法定経営指導員等によるフォローアップを実施する。

③ホームページ等 WEB を活用した商品・サービスの PR 支援（B to C）

【目的】

全国商工会連合会が提供し、GMO ペパボ(株)が運営するホームページ作成、サービス「Goope（グーペ(※)）」の利用を推奨し、自社ホームページの作成・掲載による事業者の認知度の向上、インターネット販売機能を利用した販路開拓のためのホームページ作成支援や更新の支援を行う。

【支援対象】

事業計画を策定し、地域外に新たな販路開拓を目指す小規模事業者（年2者）

【支援内容】

Goope（グーペ）の掲載手続き、自社ホームページ作成・更新の支援、オンライン販売などの支援を行う。

※Goope（グーペ）とは、GMO ペパボ(株)が運営する国産のホームページ作成サービスである。

（全国商工会連合会推奨サービス）

デザイン設定・情報登録等をフォームに従い行うだけで、簡単にホームページが作成でき、事業者の販路開拓等に有用である。

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

8. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

（1）現状と課題

【現状】

第1期の事業では、理事会及び総代会において経営改善普及事業、地域総合振興事業に関して計画・報告は行ってきたが、事業実施後の評価及び検証は行われていなかった。そのため、見直しは担当職員によるもので確実な改善が図られていない。

【課題】

経営発達支援事業をより効果的に実施するためにPDCAサイクルを適切に回していく仕組みを構築し、確実に事業の評価を行うため、専門的な知識を持った外部有識者に参画していただき、客観的な視点による事業の実施状況、成果の評価や、次年度に向けた見直しのための分析を行ったうえで、事業を適確に遂行する必要がある。

（2）事業内容

- 幕別町商工会会長・副会長2名・理事1名、事務局長、法定経営指導員、幕別町経済部商工観光課と外部有識者として中小企業診断士のメンバー構成による事業評価委員会を設置し、事業の実施状況、成果の評価・見直し案提示を年1回開催する。
 - 当該委員会の評価結果は、ホームページや会報へ掲載（年1回）することで、小規模事業者が常に閲覧できるようにする。
- また、当該委員会の指摘をもとに計画の見直しを行い、次年度以降の事業計画に反映することでPDCAを回す。

○日常より、事業の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する Excel シートを活用し、小規模事業者毎の支援状況を日々入力することで、状況管理等を行う。

9. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

第 1 期の事業においては、北海道商工会連合会が実施する研修会や中小企業大学校が実施する支援担当者研修に職員がそれぞれ参加したが、習得したスキルは、参加者個人に帰属する部分が大きく、職員間で共有されることも少なかった。そのため、個々のスキルアップに止まり組織全体の支援力向上には繋がっていなかった。

【課題】

これまで実施してきた支援能力向上研修への参加を継続し資質向上を図るとともに、個々の職員に不足する支援能力の分析・把握に努め、その不足する部分を補うため職員全員が継続して北海道商工会連合会が実施する研修会や中小企業大学校が実施する支援担当者研修及び関係機関で実施される各種制度説明会や研修会を積極的に受講し、研修受講後の O J T、定期的な職員会議による情報共有・意見交換を実施し組織全体の支援能力向上を図る体制を構築しなければならない。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

経営発達支援事業の実施にあたり、経営分析・事業計画策定支援・販路開拓支援手法の高度なスキルが職員全員に求められ、法定経営指導員のみならず補助員、記帳専任職員など小規模事業者に対する支援能力の一層の向上のため、中小企業大学校が主催する経営支援に関するセミナー、北海道商工会連合会主催の研修体系要綱による職種・専門的研修、関係機関が開催される各種制度説明会や研修会に対し、計画的に法定経営指導員等を派遣する。

②全職員体制による経営支援（O J T）

支援経験の多い法定経営指導員の巡回指導や窓口指導に他職員が同行し、O J Tを積極的に実施することで、法定経営指導員以外の職員にも基本的な経営支援業務の機会を与えて、経営課題の解決に向けた提案スキルの習得を促し、組織全体での小規模事業者支援能力の向上を図る。

③職員間の定期ミーティングの開催

職員間で情報共有を行うために職員会議を月 1 回定期的に開催し、各自が受講した研修などの支援知識や経験で得た支援ノウハウを組織内で共有し、各事業における P D C A について協議することで職員の支援能力と事業効果の向上を図る。

④職員間の情報共有とデータベース化

担当の法定経営指導員等が個々の事業者情報を一元管理し、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員が相互共有できるようにすることで、担当外の職員でも一定レベル以上の対応ができるようにする。

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) 現状と課題

【現状】

第1期の事業において、経営発達支援事業の円滑な実施を図るため、北海道内・十勝管内・町内の各支援機関及び金融機関との事業連携や研修会・懇談会を通じた支援ノウハウ等の情報交換を行ったことにより地域内小規模事業者に対する支援が効果的に実施できた。

【課題】

小規模事業者支援をより効果的に行なうためには、研修会等への出席を通じて最新の情報を共有することが重要であり、小規模事業者支援に関する支援スキルの向上やノウハウの共有に有効であるため、今後も継続した連携が必要である。

(2) 事業内容

①商工会連携協議会での情報交換（年3回）

十勝東部4町商工会広域連携協議会(幕別町・池田町・豊頃町・浦幌町で構成)及び南十勝商工会広域連携協議会(広尾町・大樹町・更別村・中札内村・幕別町)において、地域企業の動向や経営内容の変化及び支援手法等について情報交換を行うことで、支援能力の向上に努める。

②十勝管内経営指導員等との情報交換（年4回）

北海道商工会連合会や十勝管内商工会職員協議会が主催する会議及び各種研修会等に出席し、管内各商工会が実施している小規模事業者に対する支援の現状(事業計画策定・実行支援や需要動向調査・需要開拓に係る支援課題、指導・助言手法等)について相互の情報交換・共有を行うことにより、他地域の情報を得られ法定経営指導員等の支援スキルに繋がる。

③日本政策金融公庫との協議会（年2回）

日本政策金融公庫帯広支店と十勝管内商工会・商工会議所の金融情勢及び地域の経済動向、施策情報等について情報交換を行い、地域内小規模事業者に対して適切な融資の実施体制を構築し、経営発達に資する円滑な金融支援ができるよう連携を強化する。

④専門家派遣等事業活用時における情報交換（随時）

他の支援機関(北海道よろず支援拠点、北海道中小企業総合支援センター等)の専門家派遣等活用による小規模事業者の事業計画策定支援や各種調査等を実施する過程で、支援事例・手法の情報交換や新たな施策情報の収集を行うことで、法定経営指導員等の小規模事業者に対する支援力向上を図る。

地域経済の活性化に資する取組

1 1. 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】

第1期の事業においては、関係団体と連携したイベント事業等の実施や当商工会主催の市街地の賑わい創出による飲食店等の魅力発信、新規顧客の開拓に繋げるための事業を実施したが、事業実施に関わる協議のみで地域経済活性化についての協議等はなかった。

【課題】

関係団体等の会議に参画し、連絡を密にして小規模事業者の実情等も踏まえて地域経済の活性化に資する事業の検討・協議するとともに、多種生産量のある農畜産物を活かした付加価値の高い商品による「地域ブランド」を構築し、関係団体との連携により地域経済活性化を目指す必要がある。

また、市街地の賑わい創出と飲食店の魅力発信や新規顧客の開拓に繋げる取り組みを継続して実施する必要がある。

(2) 事業内容

①地域資源を活用した「地域ブランド」の構築

幕別町6次産業化・地産地消推進協議会（商工会、幕別町、農業協同組合、町内金融機関、生産者、製造業者）において、付加価値を高めた地域固有の農畜産物を用いた「地産地消や地域ブランドの確立」、「地域資源を生かした独自の価値を発信」といった取り組む事業の協議を年1回以上開催し、農業を核として産業間の連携を強め、新たな産業の創出やそれに伴う商工・観光などとの一体的な振興に繋げ、地域全体の活性化を図る。

②地域イベントによる経済活性化

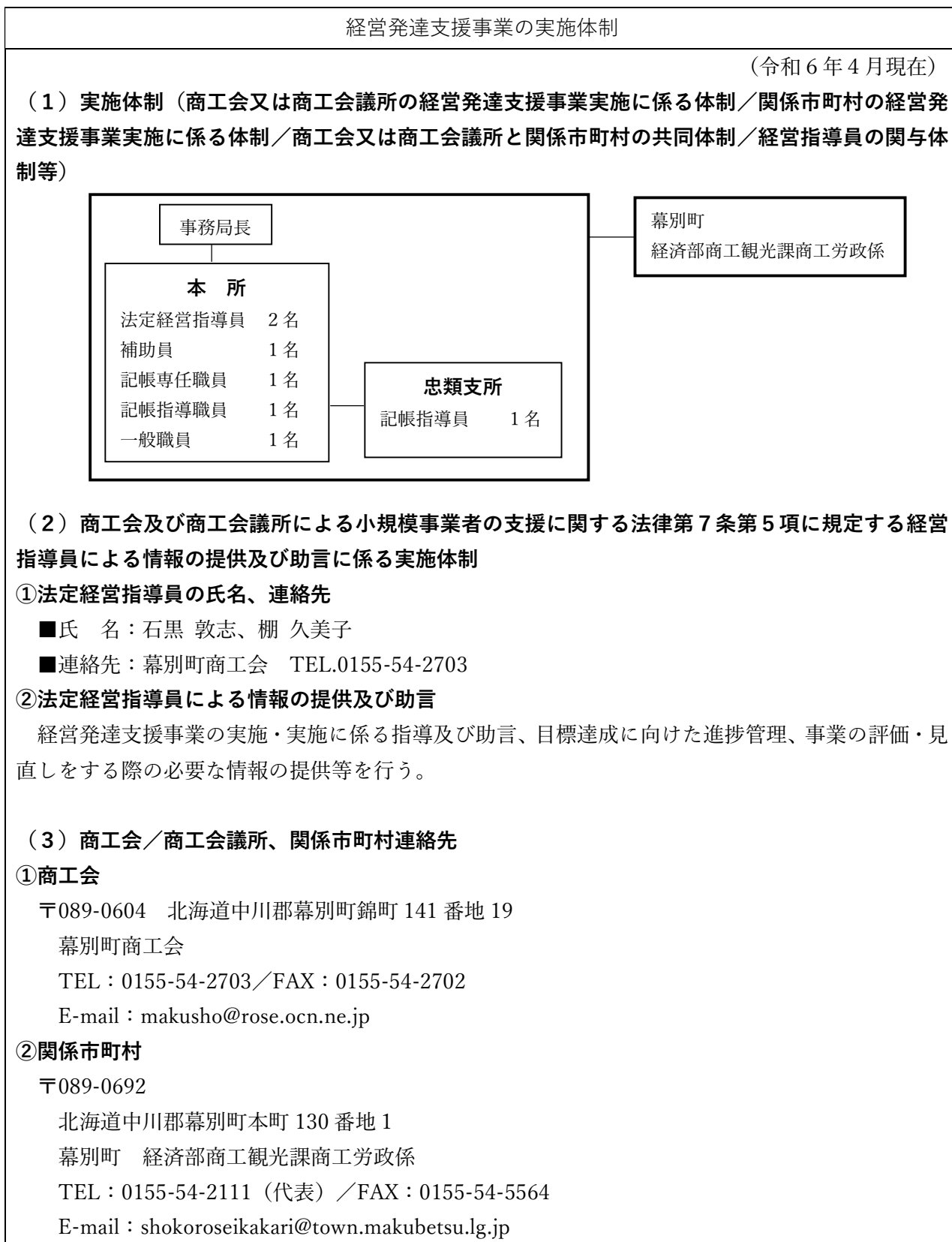
各種イベントには地域の小規模事業者が出店し、商品の販売と自社のPRを実施しており、イベントにあわせた販促活動等を支援することで、小規模事業者の売上確保や販路拡大によって持続的な経営に繋がるとともに地域経済の活性化を図る事業を継続して実施する。

③飲食店等の魅力発信による地域活性化

市街地の賑わい創出による飲食店等の魅力発信や新規顧客の開拓に繋がる事業に取り組むことによって、小規模事業者の持続的な経営を推進し、地域活性化に資する事業を継続して実施する。

(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3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
必要な資金の額	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500
○専門家派遣費	500	500	500	500	500
○セミナー開催費	200	200	200	200	200
○展示商談会出展費	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
○チラシ作成費	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
○職員研修費	300	300	300	300	300

(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、受託料収入、使用料収入、町補助金、道補助金、国補助金、その他の補助金

(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