

《ご自由にお持ちください》
パブリック・コメント実施中

～皆様のご意見をお寄せください～

■募集期間

平成31年1月25日(金)～2月24日(日)

■意見提出方法

任意の様式に素案に対するご意見のほか、住所・氏名(団体名)・電話番号をご記入ください。

また、提出の際は役場窓口にご持参いただくか、郵送、FAX、電子メール、町民ポスト等をご利用ください。

■問合せ・提出先

企画商工観光課商工観光班 45-6983

第2次上富良野町商業振興計画 (素案)

上富良野町

目 次

| | |
|------------------------------------|-----------|
| ◆前段 計画の策定にあたり | 1 |
| 1 計画策定の背景・目的 | |
| 2 計画の位置付け | |
| 3 計画の期間 | |
| 4 計画の構成 | |
| ◆第1章 上富良野町の概況 | 2 |
| 1 上富良野町の概要 | |
| 2 上富良野町の商工業の状況 | |
| ◆第2章 第1次上富良野町商業振興計画の総括 | 7 |
| 1 第1次上富良野町商業振興計画の取組結果について | |
| 2 取組結果の評価と課題 | |
| ◆第3章 第2次上富良野町商業振興計画における基本方針 | 11 |
| ◆第4章 基本方針に基づく施策の展開 | 12 |
| 1 商工業振興施策の展開 | |
| 2 施策実行の推進体制 | |

1 計画策定の背景と目的

商工業等を取り巻く環境は、経済活動の技術革新、情報化の飛躍的な進歩、また、少子高齢化や人口減少の著しい進展など社会情勢が大きく変動する中で、価値観や消費者ニーズの多様化により、日々、生活スタイルの変化も進んでいます。

国内の経済は、首都圏を中心に緩やかな回復基調が見られる中にある一方で、地方経済とりわけ小規模自治体にあっては未だその実感を得られず、経営者の高齢化、後継者の不足、さらには消費購買の流出が進むなど依然として厳しい状況が続いており、本町もその例外ではありません。このことから本町では、平成28年に商業振興計画(第1次)を策定し、平成30年度までの3年間を計画期間として本町の商工業、そして中心市街地を形成する商店街が直面する課題の解決に取り組み、このたび新たな商工業やサービス業など町内での事業活動活性化に向けた第2次商工業等振興計画を策定しました。

本計画は、まちの経済活動の活性化に向けた方向性を明確にし、より具体的な取り組みと商工団体や行政の基本的な役割分担を示し、本町の商工業の振興を図ることを目的とします。

2 計画の位置付け

本計画は、第6次上富良野町総合計画(計画期間:平成31年度からの10年間)の分野別計画と位置付け、基本理念との整合性や本町の基盤となる産業推進に関する計画との連携を図り、商工業振興の方向性を示すものです。

第6次
上富良野町総合計画
(平成31年度～平成40年度)

上富良野町農業振興計画(平成31年度～平成35年度)

上富良野町商工業振興計画(平成31年度～平成35年度)

上富良野町観光振興計画(平成31年度～平成35年度)

3 計画期間

本計画は、平成31年度から平成35年度までの5年間を計画期間とします。

4 計画の構成

本計画の構成は、次のとおりとします。

| 項目 | 内容 |
|-------------------------|-------------------------|
| 上富良野町の概況 | 統計から見る商工業についての現状分析 |
| 第1次上富良野町商業振興計画の総括 | 第1次商業振興計画に掲げる取り組みの結果と課題 |
| 第2次上富良野町商工業振興計画における基本方針 | 本町の商工業活性化に向けた基本方針 |
| 基本方針に基づく施策の展開 | 基本方針を具体化するための施策 |

第1章 上富良野町の概況

1 上富良野町の概要

(1) 人口・世帯

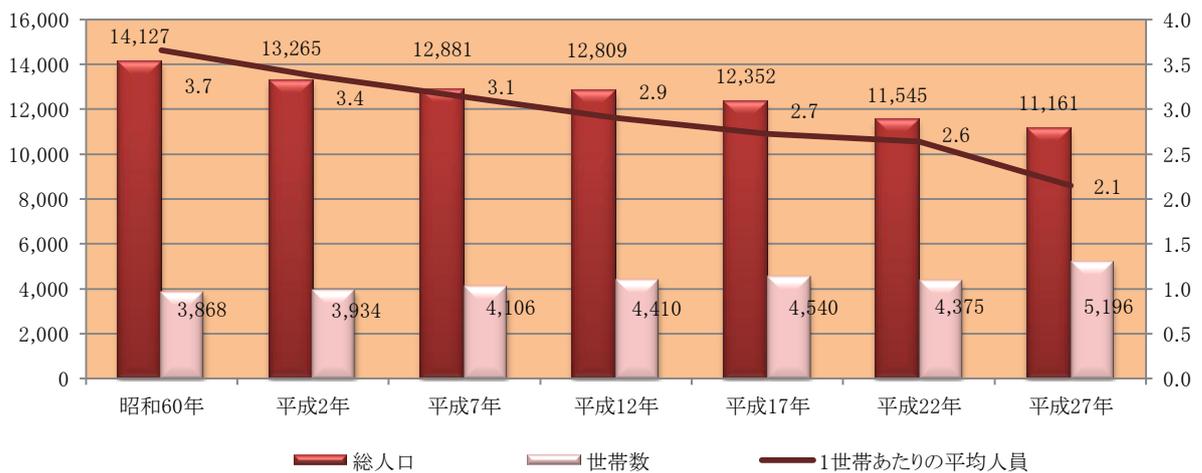
本町の人口は、昭和30年代をピークに減少を続け、平成27年の国勢調査においては、11,161人とピーク時から比較して3分の2まで人口減少が続いています。

世帯数は、世帯構造の変化により増加している現状で、1世帯あたりの人員は30年前の3.7人から2.1人と核家族化の減少が顕著に表れています。

また、階層別人口でみると、年少人口(14歳以下)は55%、生産年齢人口(15歳～64歳)は33%とそれぞれ大きく減少している一方で、老年人口(65歳以上)は2.3倍に増加し、少子高齢化が顕著に現れています。

将来人口推計によると、10年後の総人口は、確実に1万人を割り込んでいるものと推計されます。

■人口・世帯の推移



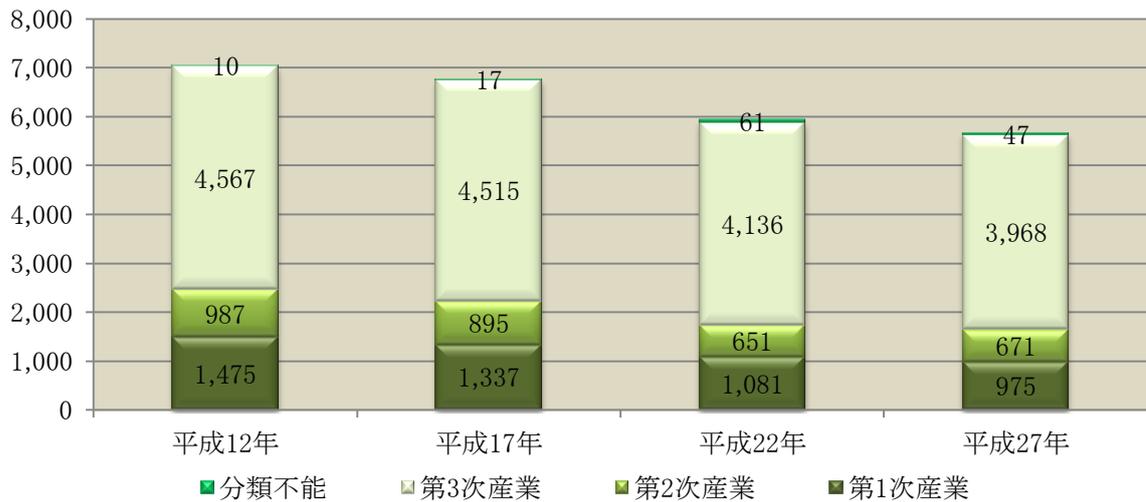
■階層別人口の推移



(2) 産業構造

本町の産業構造は、人口減少により総体の就業者数が減少し、さらに部門別就業者では、基幹産業である第1次産業の農業の就業者数の減少が著しく、農業の担い手の確保が大きな課題であることが読み取れます。

本計画の対象である製造業や建設業などの第2次産業や小売業やサービス業などの第3次産業の就業者も10年前から比較すると大きく減少しています。



2 上富良野町の商工業の状況

(1) 商業(小売業)の現状

小売業において平成3年から平成28年までの25年間で事業所数は、4割減少し、この減少の影響により従業者数も3分の2に、商品販売額の総額も26億円も大きく減少するなど経済活動の縮小が懸念されます。

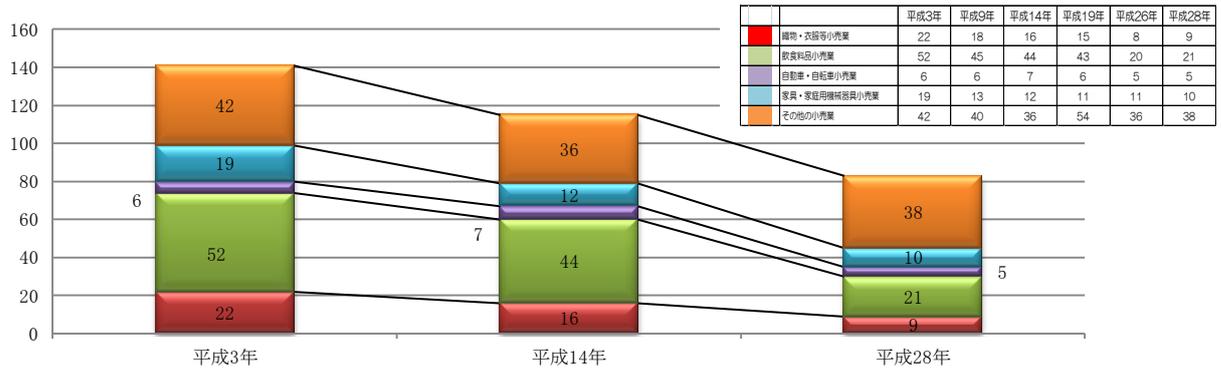
■事業所数、従業者数、年間商品販売額の推移



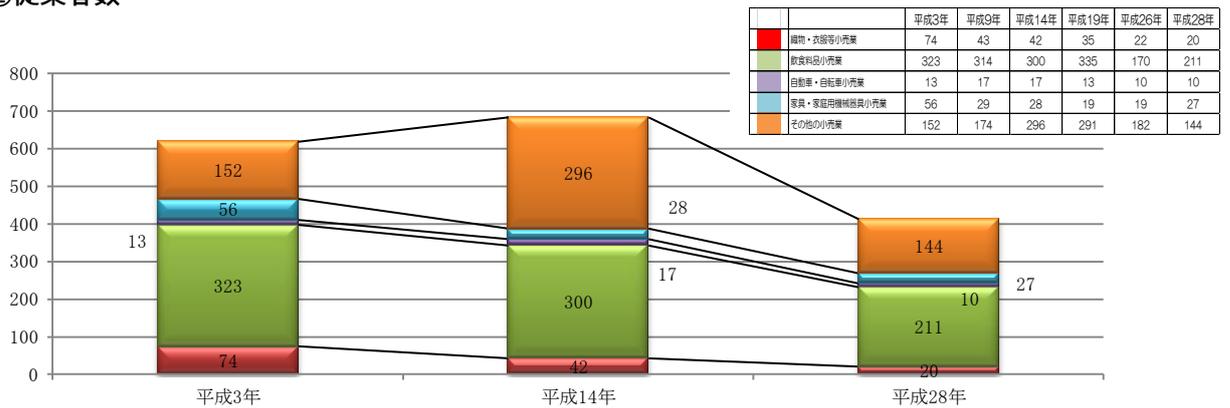
■業種別の比較

業種別でも事業所数の減少が、従業者や販売額の減少につながっていることがわかり、その中でも飲食料品や衣料品等の小売りがそれぞれ大きく減少していることがわかります。このような小売業の減少が、他の地域での購買や労働力確保の減少につながり、経済規模の縮小となって現れている現状です。

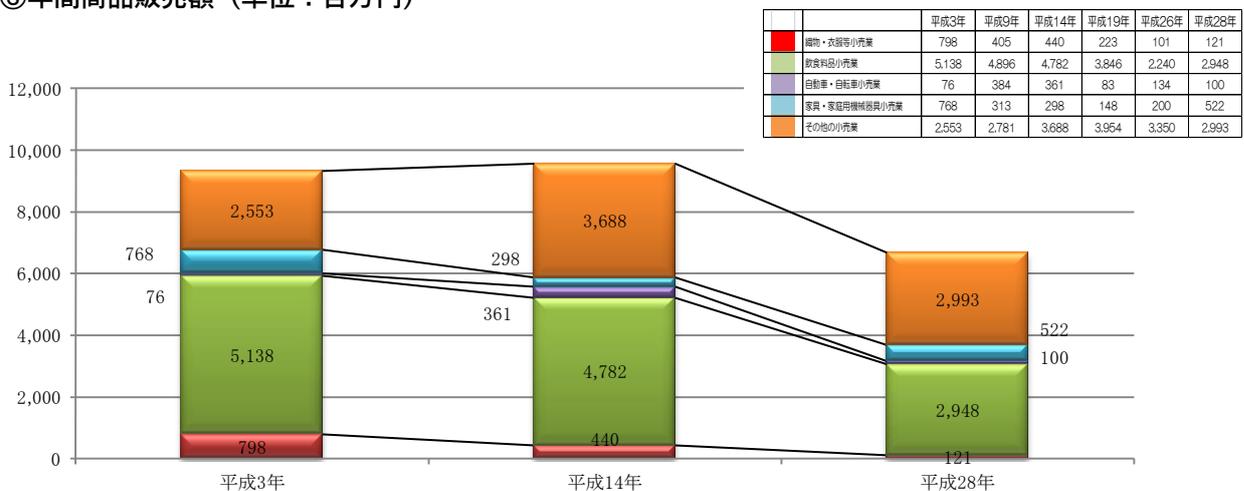
①事業所数



②従業者数



③年間商品販売額（単位：百万円）

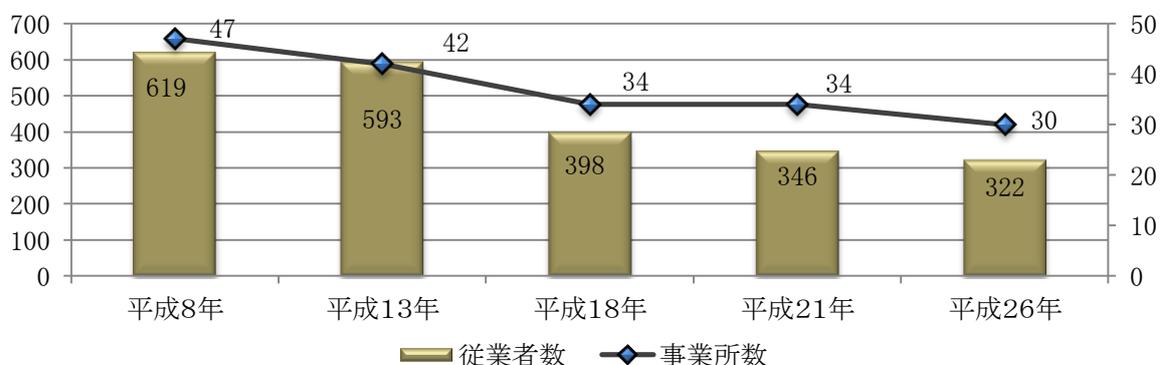


※いずれも商業統計調査、北海道経済センサス活動調査から引用。また、使用するデータに未公表の数値があったため、推計値として独自で算出した箇所あり

(2) 工業（建設業及び製造業）の現状

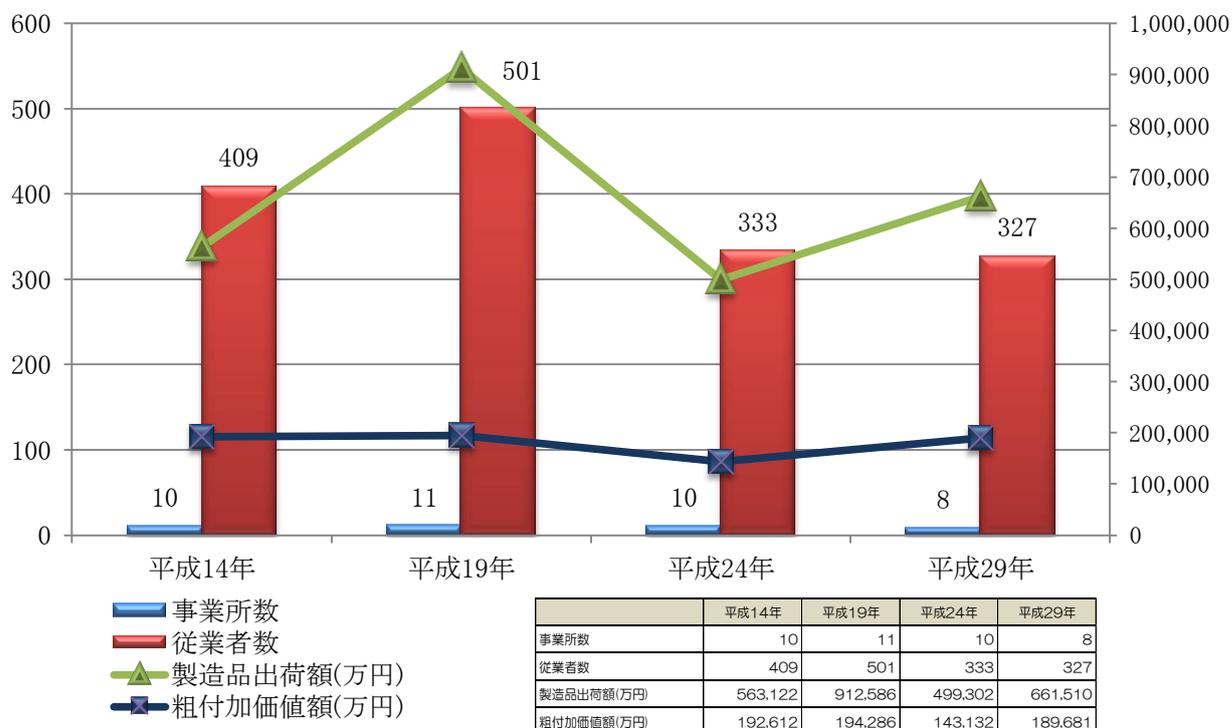
■建設業

建設業は、経済情勢の影響を受けやすく、人口減少の要因と合わせ減少を続けていることがわかります。



■製造業

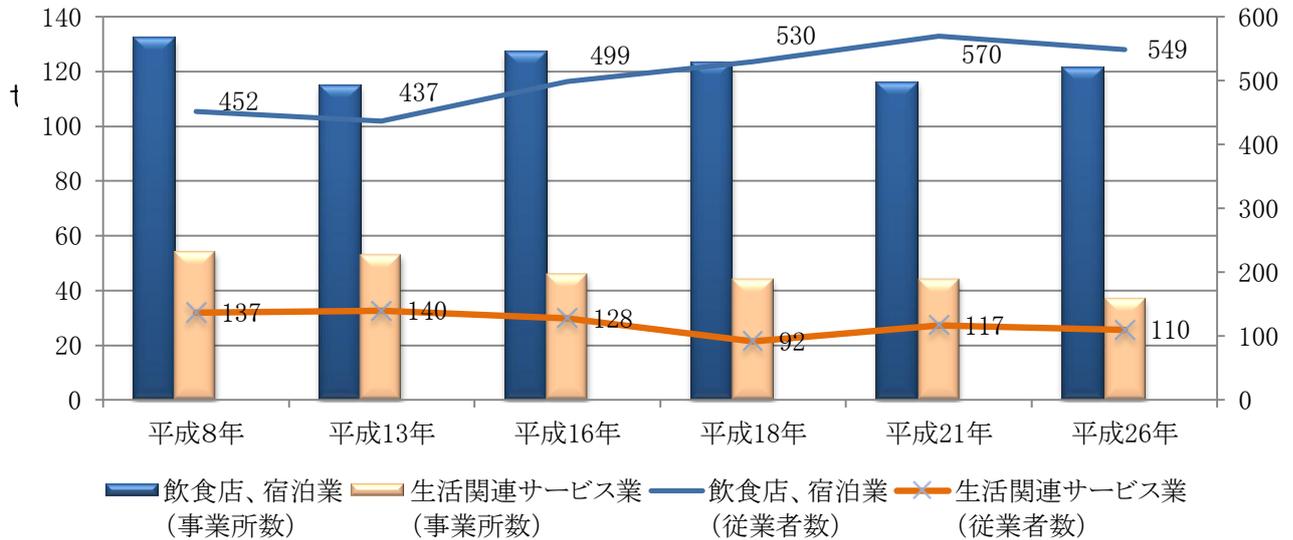
製造業は、本町の西部地区に集積するものづくり産業のほか地場の産業を活かした食品品製造業も点在し、事業数や従業者数は微減しているものの、製品出荷額や地域経済指数を示す付加価値額は回復している傾向にあります。



(3) その他サービス業

飲食業や宿泊業は、本町の産業構造や地域性と密接に関係していることもあり、事業所数、従業者数ともに比較的横ばいで推移しています。

洗濯業、理美容業やその他生活関連に関するサービス業全体では、20年前と比較して緩やかな減少傾向が見られます。



| 産業分類 | 平成8年 | 平成13年 | 平成16年 | 平成18年 | 平成21年 | 平成26年 |
|------------------|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 飲食店、宿泊業 (事業所数) | 132 | 115 | 127 | 123 | 116 | 121 |
| 飲食店、宿泊業 (従業者数) | 452 | 437 | 499 | 530 | 570 | 549 |
| 生活関連サービス業 (事業所数) | 54 | 53 | 46 | 44 | 44 | 37 |
| 生活関連サービス業 (従業者数) | 137 | 140 | 128 | 92 | 117 | 110 |

※サービス業は、洗濯・理容・美容、浴場業及び生活関連サービス業のみ

第2章 第1次上富良野町商業振興計画の総括

平成28年からスタートした第1次上富良野町商業振興計画では、現状3つの課題(①町内消費の減少②買い物環境の悪化③経営者の高齢化、後継者不足)を解決し、本町の商業が活性化するために4つの方針を定め、それぞれの取り組みを進めてきました。

1 第1次上富良野町商業振興計画の取組結果について

| 基本方針 | 施策の展開 | | 取組の概要と結果 | | | | | | | | | | | |
|-------------------------|---------------------------|--|--|-----|-----|-----|-----|-----|----|------------|--------------------|--|--|--|
| I.消費者ニーズへの対応 | (1)情報発信 | ①商店の場所と扱う商品がわかるマップの作成など消費者向けの情報発信の促進 | ■ 商工会HP、Face Book 制作による情報発信 実践:上富良野町商工会 実績:H28~H30 ■ 飲食店ガイドの発行 実践:上富良野町商工会 実績:H30 | | | | | | | | | | | |
| | | ②取扱品目や営業時間などの商店情報の積極的な取り組みの促進 | ■ 事業者HP制作相談 実践:上富良野町商工会 実績:H28~H30 | | | | | | | | | | | |
| | (2)サービスの改善 | ①サービスの充実に向けた消費者ニーズを把握する取り組みの促進 | ■ 消費動向調査(伴走型小規模事業者支援推進事業) 実践:上富良野町商工会 実績:H28.11.1~11.30 無作為抽出1,000名対象、回収率48.8% | | | | | | | | | | | |
| | | ②接客の向上のほか、買い物弱者にも配慮したサービスを充実させる取り組みの促進 | <input type="checkbox"/> 未実施 | | | | | | | | | | | |
| | | ③サービス改善など取り組みの促進 | ■ 新規開業等支援補助事業(区分:新事業展開) 実践:上富良野町 実績:計画認定数(新事業展開) <table border="1"> <tr> <td>H28</td> <td>4件</td> <td>H29</td> <td>0件</td> <td>H30</td> <td>1件</td> </tr> <tr> <td>内容</td> <td colspan="5">テイクアウトサービス、多業種への展開</td> </tr> </table> | H28 | 4件 | H29 | 0件 | H30 | 1件 | 内容 | テイクアウトサービス、多業種への展開 | | | |
| | H28 | 4件 | H29 | 0件 | H30 | 1件 | | | | | | | | |
| 内容 | テイクアウトサービス、多業種への展開 | | | | | | | | | | | | | |
| (3)個店の魅力づくり | ①消費者に選ばれる魅力づくりの取り組みの促進 | ■ 商工業者持続化補助事業 実践:上富良野町商工会、上富良野町 実績:計画認定数 <table border="1"> <tr> <td>H28</td> <td>16件</td> <td>H29</td> <td>7件</td> <td>H30</td> <td>12件</td> </tr> </table> | H28 | 16件 | H29 | 7件 | H30 | 12件 | | | | | | |
| | H28 | 16件 | H29 | 7件 | H30 | 12件 | | | | | | | | |
| ②快適に買い物ができる店づくりの取り組みの促進 | | | | | | | | | | | | | | |
| (4)不足業種の出店促進 | ①不足業種又は新規に開業しようとする取り組みの促進 | ■ 新規開業等支援補助事業(区分:新規開業) 実践:上富良野町 実績:計画認定数(新規開業) <table border="1"> <tr> <td>H28</td> <td>1件</td> <td>H29</td> <td>3件</td> <td>H30</td> <td>2件</td> </tr> <tr> <td>内容</td> <td colspan="5">飲食業、製造業その他</td> </tr> </table> | H28 | 1件 | H29 | 3件 | H30 | 2件 | 内容 | 飲食業、製造業その他 | | | | |
| H28 | 1件 | H29 | 3件 | H30 | 2件 | | | | | | | | | |
| 内容 | 飲食業、製造業その他 | | | | | | | | | | | | | |

| II. 町外購買力の取り込み | (1)情報発信 | ①商品や所在地、営業時間などの情報を積極的に発信する取り組みの促進 | I.(1).①と同じ ■商工会HP、Face Book 制作による情報発信 ■飲食店ガイドの発行 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----------------------------------|--|-----------------------------------|--|-----|-----|-----|-----|------|-----|-------|----|------|----|----|-----|-----|-----|--------|----|----|----|-------|---|---|---|
| | (2)サービスの改善 | ①接客の向上や購入後の託送などのサービスを充実させる取り組みの促進 | □未実施 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | ②サービス改善のための研修会を開催する取り組みの促進 | □未実施 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | (3)個店の魅力づくり | ③町外からの来訪者に選ばれる魅力づくりの取り組みの促進 | □未実施 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | (4)営業日・時間の見直し | ④来訪者の多い曜日、時間に営業するような見直しの取り組みの促進 | □未実施 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| III.消費喚起 | (1)販売促進活動の強化 | ①共同で行う特売等の販売促進活動を強化する取り組みの促進 | ■商店街等活性化支援補助事業 実践:上富良野町商工会 概要:イベント(販売促進)等の広告、臨時的な人件費企画の外注費用ほか 実績:共同実施 17 件、単独実施 21 件 <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>H28</th> <th>H29</th> <th>H30</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>共同実施</td> <td>13</td> <td>14</td> <td></td> </tr> <tr> <td>単独実施</td> <td>36</td> <td>35</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> | | H28 | H29 | H30 | 共同実施 | 13 | 14 | | 単独実施 | 36 | 35 | | | | | | | | | | | |
| | H28 | H29 | H30 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 共同実施 | 13 | 14 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 単独実施 | 36 | 35 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| IV.経営安定化 | (1)経営安定化の推進 | ①経理の機械化等を進め、適時適切に経営情報を把握する取り組みの促進 | ■記帳システムへの加入促進 実践:上富良野町商工会 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | ②経営指導員や専門家による経営改善を支援する取り組みの促進 | ■巡回訪問、窓口相談の実施 実践:上富良野町商工会 実績 <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>H28</th> <th>H29</th> <th>H30</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>巡回訪問</td> <td>210</td> <td>261</td> <td></td> </tr> <tr> <td>窓口指導</td> <td>92</td> <td>86</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> | | H28 | H29 | H30 | 巡回訪問 | 210 | 261 | | 窓口指導 | 92 | 86 | | | | | | | | | | | |
| | | | H28 | H29 | H30 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 巡回訪問 | 210 | 261 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 窓口指導 | 92 | 86 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ③資金調達の手続きの円滑化と調達コスト軽減のための融資制度の充実 | ■金融機関の斡旋、手続き 実践:上富良野町商工会、上富良野町 実績 <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>H28</th> <th>H29</th> <th>H30</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>町融資</td> <td>18</td> <td>23</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>その他融資</td> <td>11</td> <td>6</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: right;">※新規貸出実数</p> ■利子補給(町融資) 実践:上富良野町 <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>H28</th> <th>H29</th> <th>H30</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>中小振興資金</td> <td>46</td> <td>44</td> <td>45</td> </tr> <tr> <td>活性化資金</td> <td>7</td> <td>6</td> <td>5</td> </tr> </tbody> </table> | | H28 | H29 | H30 | 町融資 | 18 | 23 | 7 | その他融資 | 11 | 6 | | | H28 | H29 | H30 | 中小振興資金 | 46 | 44 | 45 | 活性化資金 | 7 | 6 | 5 |
| | H28 | H29 | H30 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 町融資 | 18 | 23 | 7 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| その他融資 | 11 | 6 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | H28 | H29 | H30 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 中小振興資金 | 46 | 44 | 45 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 活性化資金 | 7 | 6 | 5 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

※各年度3月末助成実数。ただし30年度は9月末

| | | |
|-------------|----------------------------------|--|
| (2)後継者・承継対策 | ①経営指導員や専門家による事業継続・承継を支援する取り組みの促進 | ■人材育成セミナー 実践:かみふらの産業賑わい協議会 概要:事業承継促進セミナー 実績:事業者ほか29名 |
| | ②後継者を定着させる取り組みの促進 | ■担い手サポート奨励事業補助 実践:上富良野町 実績:2件(H28以降の認定件数) ■人材育成セミナー 実践:かみふらの産業賑わい協議会 概要:若手後継者の心得セミナー 実績:事業者ほか28名 |
| (3)人材育成 | ①人材育成機会を充実させる取り組みの促進 | ■人材育成セミナー 実践:かみふらの産業賑わい協議会 概要:まちの資源を活かした商品づくりを考える(2回) 実績:延べ事業者ほか35名 |

2 取り組み結果の評価と課題

(1) 取り組みの結果

基本方針1に掲げる消費者ニーズへの対応については、お店のことを知ってもらう取り組みから消費者のニーズに応えるべくサービスの改善などが必要とされており、計画期間の中で必要な施策を展開してきました。

消費者のニーズを把握する取り組みとして行った消費動向調査では、生鮮食料品や日用品を町内の店舗で購入するうちの半数以上が、町外の店舗でも購入する機会がある、さらに衣料品や家電等の消費財にあっては、町外の店舗による購入が大きく占めており、この消費動向は、本町のみならず小規模な自治体の現状を表す典型的なものであり、業種によっては扱う店がないもしくは品揃えに欠けるといった消費者の認識が定着している結果となっています。

お店のことを知ってもらい、店舗情報を発信する取り組みとして店舗個々が制作するホームページ等の制作支援や飲食店ガイドマップの作成、総合的な情報発信として商工会のホームページやフェイスブックの開設などに取り組み、サービスの改善につながる店舗の魅力づくりを高める取り組みでは、新たに商工業者持続化補助事業を創設し、また、従来から行ってきた新規開業等支援事業の拡充を図るなど、事業者のチャレンジを後押しする施策を展開し、実績として多くの事業者に活用されたものと評価できます。

これらの取り組みを行った反面、課題としていたこれまで町内で購入することができなかった商品を扱う・増やす取り組みや不足業種と言われる店舗の出店を促す取り組みは、新たな事業展開や開業を支援する施策はあるもののこれらの課題を解消する結果となりませんでした。

基本方針2に掲げる町外購買力の取り込みについては、町内購買力が縮小する中、観光客など町外から来訪する人に買い物をしてもらえるよう取り組みが必要とされていましたが、対外的な情報発信は店舗それぞれの取り組みで行っていますが、上富良野ならではのもの、買いたいと思う魅力ある商品の開発や販売につながっておらず、具体的な取り組みとなりませんでした。

また、観光客など来訪者に対する営業時間の見直しの必要性もありましたが、飲食店を中心に週休日における営業も、特に観光シーズンなどの繁忙期においてはほとんどの店舗で対応していることから具体的な取り組みを行いませんでした。

基本方針3に掲げる消費喚起については、共同もしくは単独で行うイベントや販売広告宣伝をより促進し、消費活動を喚起するため商店街等活性化支援事業により、実施事業者に財政的支援を行ってきており、積極的な利用が図られました。

また、一層の町内消費を高めるための冬期間におけるプレミアム商品券事業も継続して実施し、個々の店舗の販売促進活動と組み合わせ、販売促進の取り組みを行ってきました。

基本方針4に掲げる経営安定化については、商工会による適時適切な経営指導や経営相談を行い、また、円滑な資金調達を図るため、町融資をはじめとする資金調達制度の斡旋、手続きを支援するとともに、利子補給や保証料を補てんするなど調達コストの軽減を図り、持続的な経営を助長する取り組みを引続き行ってきました。

さらに後継者の育成、事業のバトンタッチを円滑に進める必要性からセミナーの開催など学習機会を積極的に設け、後継者を定着させるための担い手サポート奨励事業も継続して実施してきました。

(2) 現状と課題

前述のように第1次商業振興計画では4つの基本方針を定め、個別の施策を展開する中で課題を克服し、町全体の商業活動を活性化する目的で取り組みを進めてきました。

近年、人口減少や少子高齢化が加速し、地方経済の減退が叫ばれる一方で、ライフスタイルの多様化は顕著で、特に消費経済活動においても安さや品質、付加価値的なサービスの追求により手段や方法の選択肢が増える、このような状況は本町にもあてはまり、課題とされていた購買力を維持し、町内消費を増加させるまでには至りませんでした。

しかしながら、その中においても新たな取り組みにチャレンジする意欲や新たに起業、開業出店する動きが見られたことも確かであり、今後もこれらの取り組みに合わせ、社会情勢の変化を見極め、消費者ニーズに合わせたサービスの展開など総合的な支援施策の拡充を図ることで商工業等全体の活性化に繋げていく必要があります。

また、経営安定化の問題は、本町の商工業等の持続的な活性化において今後重要な課題として、認識しなければなりません。

商工会に加盟する会員は、ここ10年で2割以上減少し、これらは単なる経営不振が要因だけではなく、経営者の高齢化や担い手不足による廃業も多いとも言われています。

人材育成を含め若年担い手を生み出し、サポートする支援体制の強化、また、従業員等に対する事業継承を円滑に進めるための支援策も課題となります。

第3章

第2次上富良野町商業振興計画における基本方針

本町は、農業を基幹産業としながらも自衛隊の駐屯や恵まれた観光資源を有するまちとして人口や世帯数が増加し、消費経済活動が盛んになる中で商工業も発展を遂げてきました。

しかしながら、人口減少や高齢化社会へのシフトなど社会情勢の変化を背景に商工業を取り巻く環境も次第に変化すると同時に商工業が抱える課題もクローズアップされていることから、こうした課題に対して商工業を営む事業者・商工会・町それぞれが連携し、解決していく取り組みを進めなければなりません。

第6次総合計画で掲げる「活力と交流あふれる産業のまち」を目標に、活力みなぎる豊かな商工業の発展を目指します。

基本方針Ⅰ

賑わい続けるまちをつくる

活力あるまちづくりには、商業や飲食業、サービス業、工業など経済活動により人々が集まり、多くの賑わいを創出することが重要です。

一層の高齢化社会が進む現状を見据えて、多様なサービスの実現により安心して買い物ができる環境を維持し、絶えず賑わいのある、そして活力ある商工業のまちづくりを進めなければなりません。

本町には、農畜産物など豊富な資源を有するとともに、風光明媚な景観など観光のまちとして交流人口が増えるなど従来からの潜在的な資源があります。このような有効な資源を最大限に活用し、賑わいあふれ、快適な経済活動ができる環境の構築に取り組みます。

基本方針Ⅱ

地域を元気にする人や企業を作り、応援する

まちの未来、そして持続的で快適な商工業活動をするには、事業を営む者、働く者を絶え間なく確保し、育てる必要があります。

商工業においては後継者づくりや事業承継を推進し、安定的な経営が続けられるよう支援体制を構築するとともに、地域を元気にする積極的な「チャレンジ」を奨励し、支援する制度の継続・拡充を図ります。また、在り企業へのフォローアップや誘致活動を進め、ものづくり産業をはじめとした多様な産業集積の推進を図り、雇用の場の確保と経済基盤の強化を目指します。

基本方針Ⅲ

創造性豊かなものづくりを推進する

本町は、大自然の恩恵を受けた豊かな恵み「農畜産物」を有し、これは他の地域と比較しても決して劣ることのない強みのある貴重な資源であります。

また、小規模ではありながらもものづくり製造業を中心とした産業の集積もあり、卓越した技術を有する企業もあります。

これらの強みを活かし、上富良野オリジナル新商品の開発支援・販路拡大、新技術導入に係る設備投資の促進支援を積極的に行います。

第4章 基本方針に基づく施策の展開

1 商工業振興施策の展開

前章で掲げた3つの基本方針を実現するために、次の施策に取り組みます。

基本方針Ⅰ 賑わい続けるまちをつくる

(1) 快適な買い物環境の整備

- ①町内消費者ニーズの把握
- ②買い物弱者に対応した買い物環境の実態調査と検証
- ③観光客にわかりやすい買い物環境の整備

(2) 地域を活性化する仕組みづくり

- ①地域の産物・特色を活かした商業イベントによる賑わいの創出
- ②空き店舗の活用推進
- ③地域カード等導入の検討

基本方針Ⅱ 地域を元気にする人や企業をつくり、応援する

(1) 安定した経営のための支援

- ①経営指導員や専門家による経営支援
- ②円滑な資金調達を行うためのサポート体制の充実
- ③町融資制度の見直し
- ④若手後継者へのサポート支援、事業承継の促進

(2) 人材確保・育成の推進

- ①経営革新など経営者や従業員に対する研修・教育機会の提供
- ②人材不足が生じる業種への支援
- ③異業種間人材の交流事業の充実

(3) チャレンジする人や企業への支援

- ①新たに開業、新たな事業への展開支援
- ②持続的な経営のため新たなサービスや設備投資に対する支援
- ③販路拡大や顧客の増加など販売力を強化するための支援

(4) 企業誘致活動等の推進

- ①在り企業へのフォローアップ
- ②企業への優遇措置等の検証・見直し

基本方針Ⅲ 創造性豊かなものづくりを推進する

(1) 地域の産物や技術を活かした開発への支援

- ① 農畜産物その他地域の資源を活用した新たな商品開発による地域ブランド創出
- ② 推奨品認定制度の検証・見直し
- ③ 戦略的な情報発信の強化

(2) 産業連携の強化

- ① 農商工事業者の連携を強化し、総合的な地域情報の発信

2 施策実行の推進体制

| 施 策 | 実施主体 | | |
|--------------------------------------|------|-----|---|
| | 事業者 | 商工会 | 町 |
| 基本方針Ⅰ 賑わい続けるまちをつくる | | | |
| (1)快適な買い物環境の整備 | | | |
| ①町内消費者ニーズの把握 | ○ | ○ | |
| ②買い物弱者に対応した買い物環境の実態調査と検証 | | ○ | ○ |
| ③観光客にわかりやすい買い物環境の整備 | | ○ | ○ |
| (2)地域を活性化する仕組みづくり | | | |
| ①地域の産物・特色を活かした商業イベントによる賑わいの創出 | ○ | ○ | |
| ②空き店舗の活用推進 | ○ | ○ | |
| ③地域カード等導入の検討 | | ○ | ○ |
| 基本方針Ⅱ 地域を元気にする人や企業をつくり、応援する | | | |
| (1)安定した経営のための支援 | | | |
| ①経営指導員や専門家による経営支援 | | ○ | |
| ②円滑な資金調達を行うためのサポート体制の充実 | | ○ | |
| ③町融資制度の見直し | | | ○ |
| ④若手後継者へのサポート支援、事業承継の促進 | | ○ | ○ |
| (2)人材確保・育成の推進 | | | |
| ①経営革新など経営者や従業員に対する研修・教育機会の提供 | | ○ | ○ |
| ②人材不足が生じる業種への支援 | | ○ | ○ |
| ③異業種間人材の交流事業の充実 | | ○ | ○ |
| (3)チャレンジする人や企業への支援 | | | |
| ①新たに開業、新たな事業への展開支援 | | | ○ |
| ②持続的な経営のため新たなサービスや設備投資に対する支援 | | ○ | ○ |
| ③販路拡大や顧客の増加など販売力を強化するための支援 | | ○ | |
| (4)企業誘致活動等の推進 | | | |
| ①在り内企業のフォローアップ | | | ○ |
| ②企業への優遇措置等の検証・見直し | | | ○ |
| 基本方針Ⅲ 創造性豊かなものづくりを推進する | | | |
| (1)地域の産物や技術を活かした開発への支援 | | | |
| ①農畜産物その他地域の資源を活用した新たな商品開発による地域ブランド創出 | ○ | | |
| ②推奨品認定制度の検証・見直し | | | ○ |
| ③戦略的な情報発信の強化 | ○ | ○ | ○ |
| (2)産業連携の強化 | | | |
| ①農商工事業者の連携を強化し、総合的な地域情報の発信 | | ○ | ○ |