Case.25

北海道商工会連合会・上川町商工会

地域経済の動向を踏まえた伴走型小規模事業者支援

北海道商工会連合会・上川町商工会の概要

■ 北海道商工会連合会

北海道商工会連合会は、道内152商工会に対する運営支援や、商工会が実施する経営改善普及事業の支援等を行う機関である。2014年の「小規模企業振興基本法」制定および「商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律（以下「小規模事業者支援法」という。）」改正により、商工会が小規模事業者による事業計画の作成およびその着実な実施を支援する「伴走型支援」の体制を整備することとなった。それに伴い、各商工会では、地域経済および需要動向を踏まえた支援を行うための「経営発達支援計画」を策定し、国の認定を受ける取組を行うこととなった。北海道商工会連合会では、道内各商工会の経営発達支援計画の策定を支援しており、道内ではすでに63商工会が認定を受けている。

■ 北海道における位置（上川町）

■ 上川町商工会

上川町商工会は、層雲峡温泉を中心とする観光業や、広大で肥沃な大地と大雪山系に育まれた綺麗な水を活かした農業を基幹産業とする上川町において、これらの地域資源を活用した小規模事業者の支援に尽力している。

1月末から3月中旬に層雲峡温泉街で開催される一大イベント「氷瀑まつり」では、氷の建造物が様々な色でライトアップされ、その幻想的な光景を楽しみに、国内外から多くの観光客が訪れている。また、飲食店で構成される「上川町ラーメン日本一の会」では、結成30周年を記念してラーメンを一杯30円で提供するイベントを開催するなど、特色ある取組が行われている。

■ 主要データ（上川町）

人　口		4,044人（平成27年国勢調査）
面　積		1,049.47㎢（平成27年全国都道府県市区町村別面積調）
事業所数		253事業所（平成26年経済センサス－基礎調査）
従業者数		1,956人（平成26年経済センサス－基礎調査）
	第1次産業	122人（平成26年経済センサス－基礎調査）
	第2次産業	249人（平成26年経済センサス－基礎調査）
	第3次産業	1,585人（平成26年経済センサス－基礎調査）
耕地面積		2,310ha（平成27年農林水産関係市町村別統計）
観光入込客数		2,122千人（平成27年北海道観光入込客数調査報告書）

地域経済の動向を踏まえた伴走型小規模事業者支援

利活用事例の全体像 施策立案型

活用の背景

道内有数の温泉街「層雲峡温泉」等の観光スポットを有する上川町だが、観光入込客数は1991年をピークに減少を続けている。一方、もち米を飼料として育ったブランド豚「渓谷・味豚（みとん）」や「大雪高原野菜」等の食の魅力が注目されつつある。そこで、これらの地域資源を観光と組み合わせ、観光誘客や観光消費拡大を図るため、現状分析を行った。

分析1 上川町内の産業構造（地域経済循環マップ－生産分析、産業構造マップ－全産業の構造）

分析2 上川町への来訪者（まちづくりマップ－From-to分析（滞在人口））

分析3 道内の観光スポットの検索数（観光マップ－目的地分析）

分析4 農業部門別の販売金額（産業構造マップ－農業の構造）

分析5 経営体当たりの農産物販売金額（産業構造マップ－農産物販売金額）

課題の見える化

- 層雲峡は道内で3番目に多く検索されており、道内有数の観光スポットとして存在感を保っている。
- 近隣の旭川市内にある旭山動物園は、道内最多の検索回数となっている。
- 2005年と2010年を比較すると、露地野菜および養豚の販売金額や、経営体当たりの農産物販売金額が好調であり、大雪高原野菜や渓谷・味豚のブランド化等の効果と考えられる。

以上より、観光と地域資源の連携強化および近隣市の集客力が高いスポットからの誘客を今後の課題として認識し、さらに分析を進めた。

分析6 周辺観光スポットの流動人口の推移（まちづくりマップ－流動人口メッシュ）

分析7 外国人観光客の動態（観光マップ－外国人訪問分析）

分析8 農産物のブランド化の町内産業への波及効果（独自分析）

得られた示唆と課題解決のための施策案

- 層雲峡温泉街で「氷瀑まつり」が開催されている1月から3月にかけては、旭山動物園に訪れている観光客を上川町へ呼び込める余地がある。
- 氷瀑まつり開催期間中の2月における13時から17時にかけては、旭山動物園と層雲峡温泉の双方において流動人口が少なくなる閑散時間帯となっている。
- 北海道への外国人の来訪は、通年では台湾が最多だが、1月から3月に限ると中国が最も多い。
- 養豚の生産量は近年増加しているが、町内で加工が行われていないためか、製造業等への波及効果はみられない。

次の取組を中心に町内事業者を支援し、午後の閑散時間帯以降の旭山動物園からの誘客促進や、観光消費拡大を図る。

- SNSを活用して観光や食の魅力を発信することにより、誘客を促進する。
- 中国人富裕層向けメニューの開発やウェルカムボード作成等のインバウンド対応を進める。
- 渓谷・味豚等の特産品の町内加工および層雲峡温泉での提供を促進する。

活用の背景

＜北海道商工会連合会における取組背景＞

北海道商工会連合会では、小規模事業者支援法改正に基づき道内の各商工会が策定している「経営発達支援計画」の策定支援を行っている。策定支援を行う中、その入り口となる「地域の経済動向調査」のデータ収集・分析手段としてRESASの活用に着目し、商工会の経営指導員に対するRESAS研修会を道内12ブロックで開催した。

研修を踏まえ、道内各商工会は、RESASを活用して地域経済の現状把握および課題抽出を行い、課題解決に向けた小規模事業者支援を行っている。

本事例集では、道内全域的に取り組んだRESASの活用による地域経済分析レポートの中から、上川町商工会の事例を紹介する。

＜上川町商工会の課題認識＞

上川町は、道内有数の温泉街である「層雲峡温泉」等の観光スポットを有し、1月末から3月中旬にかけて開催される「氷瀑まつり」に多くの観光客が訪れるなど、観光業が基幹産業となっている。また、農業においても、広大で肥沃な大地と綺麗な水を活用したもち米や「大雪高原野菜」、もち米を飼料として育ったブランド豚「渓谷・味豚（みとん）」等が注目を集めつつある。

しかしながら、観光入込客数は1991年度の311万人をピークに減少傾向で、2015年度には212万人と約100万人も減少しており、廃業に追い込まれたホテル・旅館も多い[※1]。観光客による消費が町内産業を大きく支えていることから、さらなる観光誘客や観光消費拡大を図るため、RESASを活用して現状分析等を行うことにより、ブランド豚等の地域資源を有効活用した町内産業の活性化策の検討を行った。

なお、本分析は、上川町商工会が作成し、認定を受けた経営発達支援計画に記載されている事業の一つで、会員企業の経営計画の策定や販売力強化に寄与するものとして、上川町商工会がRESASを活用して地域経済動向を分析し、作成したレポートの一部である。

1：北海道経済部観光局「北海道観光入込客数調査報告書」。

分析❶ 上川町内の産業構造（地域経済循環マップ、産業構造マップ）

上川町の地域資源を有効活用したさらなる誘客と観光消費拡大に向けて、観光および農業の現状把握のための分析を行った。

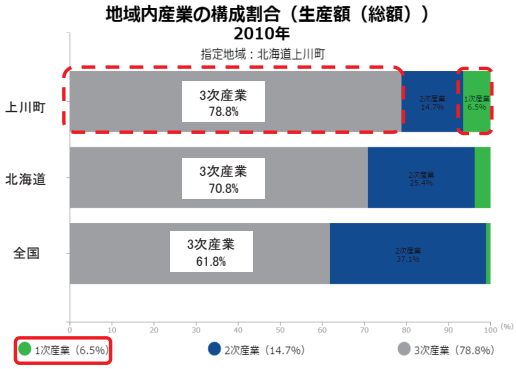
図1は、生産額の面から、2010年の町内産業の構成割合を示したものである。これをみると、「3次産業」が78.8%を占め、北海道や全国よりも割合が大きいことが分かる。また、「1次産業」も6.5%と割合は小さいが、北海道や全国よりも大きいことが分かる。

図2は、2010年の上川町における生産額（総額）を移輸出入カラーで示したものであり、移輸出入収支がプラスの産業は赤色で、マイナスの産業は青色で示される。これをみると、「サービス業」や「農林水産業」は、移輸出収支額がプラスとなっていることが分かる。

図3は、町内産業の事業者数および従業者数を示したものである。このうち2014年の「宿泊業・飲食サービス業」をみると、事業所数は「卸売業・小売業」に次いで2番目に多く、従業者数は最多となっており、観光関連産業が町内産業および雇用の中心となっていることが分かる。

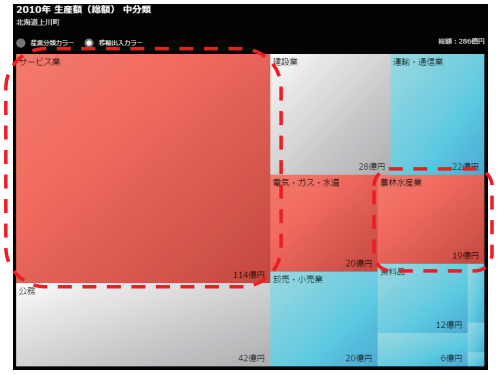
以上より、観光関連産業が町の基幹産業となっていることや、農林水産業は小規模ではあるものの移輸出入収支がプラスであり、町外から稼げる産業であることが分かった。

（図1）地域経済循環マップ　生産分析（構成割合）［2010年］



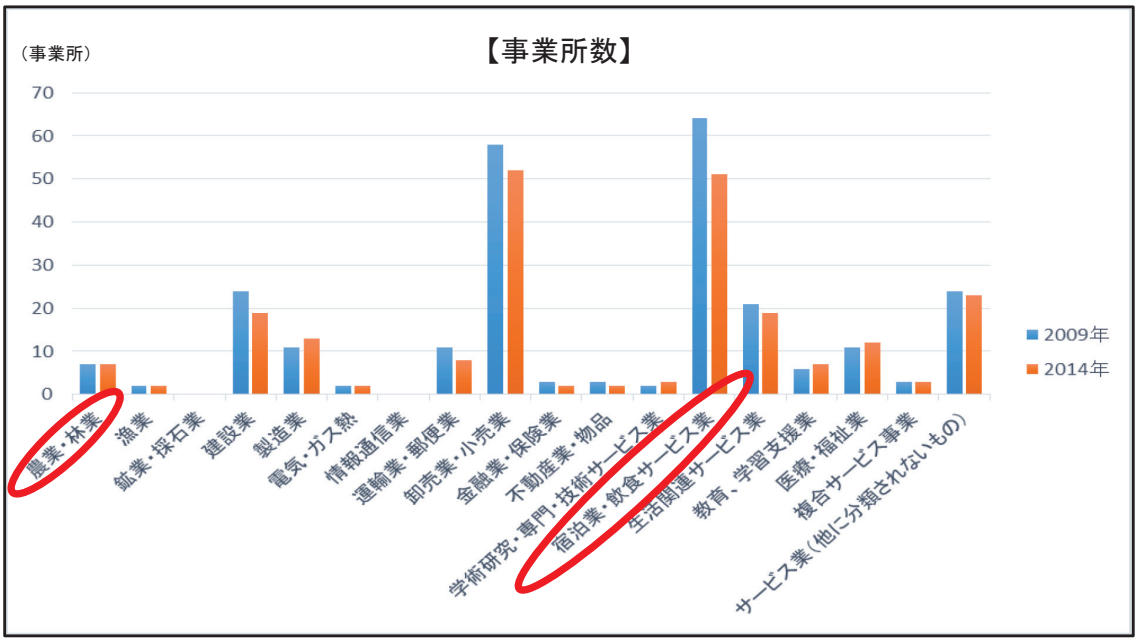
●地域経済循環マップ＞生産分析＞「表示レベルを指定する」で「市区町村単位で表示する」を選択＞地域内産業の構成を見る＞構成割合をグラフで見る

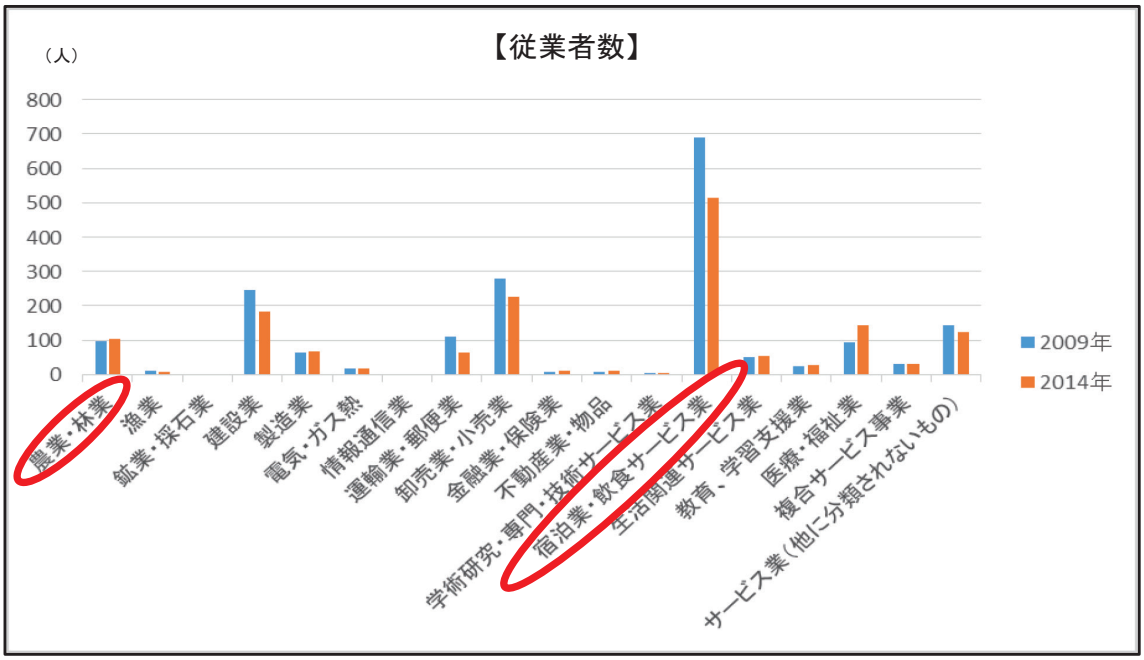
（図2）地域経済循環マップ　生産分析（移輸出入収支）［2010年］



●地域経済循環マップ＞生産分析＞「表示レベルを指定する」で「市区町村単位で表示する」を選択＞地域内産業の構成を見る＞「移輸出入カラー」を選択

（図3）産業構造マップ　全産業の構造（事業所数、従業者数）［2009年、2014年］





●産業構造マップ＞全産業の構造＞「表示レベルを指定する」で「市区町村単位で表示する」を選択＞「表示内容を指定する」で表示内容を選択＞「表示年を指定する」で表示年を選択　の画面を基に上川町商工会作成

Point!　観光関連産業は町の基幹産業であり、農林水産業は町外から稼ぐことができている

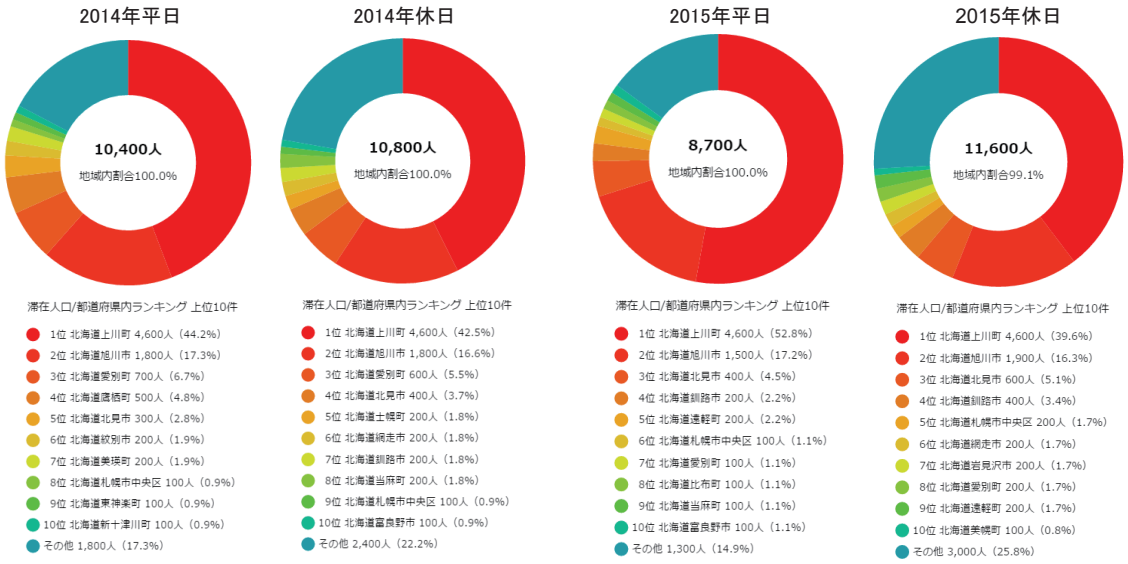
分析❷ 上川町への来訪者（まちづくりマップ）

次に、上川町の観光の現状を把握するため、町へ訪れる人がどこから来ているのか分析した。

図4は、道内から町に訪れた交流人口（観光客等）を示したものである。これをみると、2014年の平日には町外から5,800人が来訪しており、休日には6,200人が訪問していることが分かる。2015年の平日は4,100人と前年比1,700人の減少がみられるものの、休日は同800人増の7,000人が訪問している。いずれの年も休日においては、町内人口より町外人口の方が多いことから、多くの観光客が上川町に訪れていると推察される。また、来訪者の内訳をみると、近隣の旭川市や愛別町からの来訪も多いが、北見市や紋別市、網走市、札幌市からの来訪もあることが分かる。

以上より、上川町には道内各地から多くの観光客が訪れていると考えられる。

（図4）まちづくりマップ　From-to分析（滞在人口）［2014年、2015年］



●まちづくりマップ＞From-to分析（滞在人口）＞「表示地域単位を切り替える」で「市区町村→市区町村（指定地域）」を選択＞「表示年を指定する」で表示年を選択＞「表示する内容を指定する」で平日または休日を選択＞グラフを表示

（注）2017年2月におけるRESAS第2次リリース前のマップであり、現時点の内容とは一致しない。

（2014年）	平日	休日
町内人口（人）	4,600	4,600
町外人口（人）	5,800	6,200
合計（人）	10,400	10,800

（2015年）	平日	休日
町内人口（人）	4,600	4,600
町外人口（人）	4,100	7,000
合計（人）	8,700	11,600

●From-to分析（滞在人口）（RESAS）を基に上川町商工会作成

Point! 多くの観光客が道内各地から上川町に訪れていると考えられる

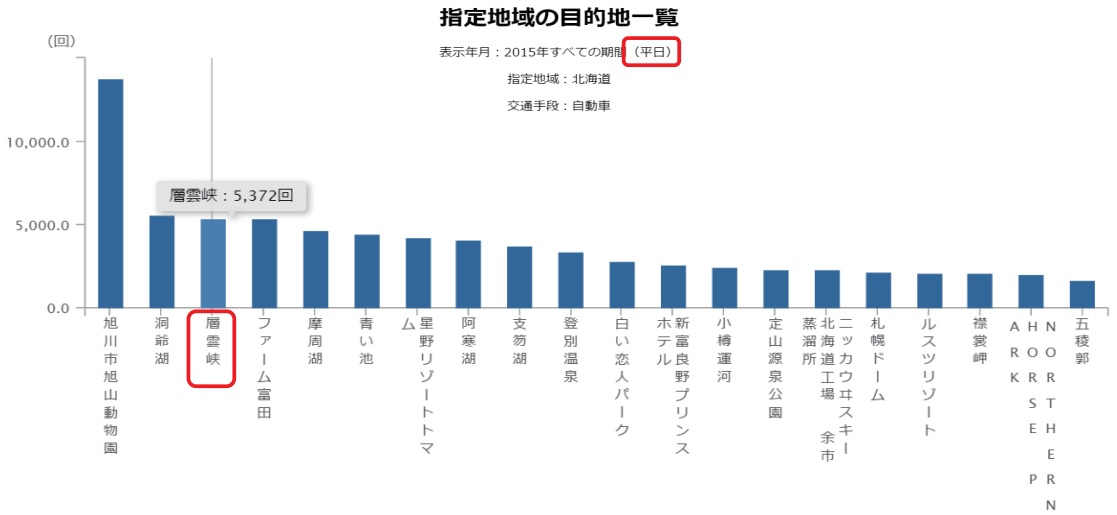
分析❸ 道内の観光スポットの検索数（観光マップ）

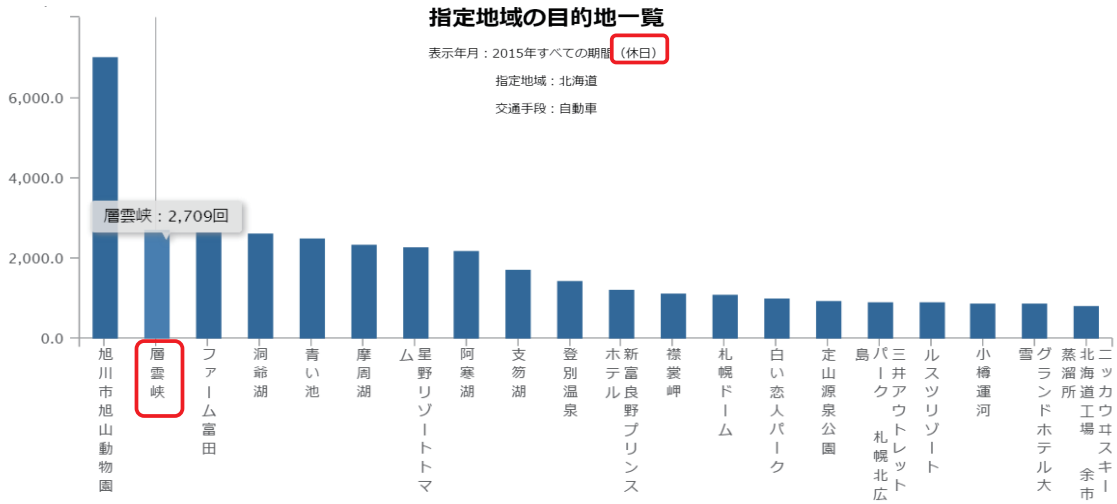
上川町やその周辺に訪れる人が、どの観光スポットを目的地としているのか分析した。

図5は、2015年において、道内の観光スポットが目的地として検索された回数を示したものである。これをみると、平日・休日を合わせた町内にある「層雲峡」の検索回数は8,081回／年となっており、北海道の観光地で3番目に多く検索されていることが分かる。一方で、近隣の旭川市にある「旭山動物園」は20,849回／年と、「層雲峡」の約2.6倍の検索回数で、道内で最も多く検索されている。

以上より、層雲峡を中心に上川町には多くの観光客が訪れているが、近隣の旭山動物園には、それ以上に多くの観光客が訪れていると考えられる。

（図5）観光マップ　目的地分析（平日、休日）［2015年］





●観光マップ＞目的地分析＞「平日・休日を指定する」で平日または休日を選択＞目的地検索ランキングを表示＞「表示方法を指定する」で「都道府県単位で表示する」を選択

●観光マップ＞目的地分析＞地図を上川町付近に合わせる
（注）検索回数は、平日と休日それぞれの数値を合計したものである。

Point! 層雲峡は道内で 3 番目に多く検索されているが、近隣の旭山動物園には及ばない

分析❹ 農業部門別の販売金額（産業構造マップ）

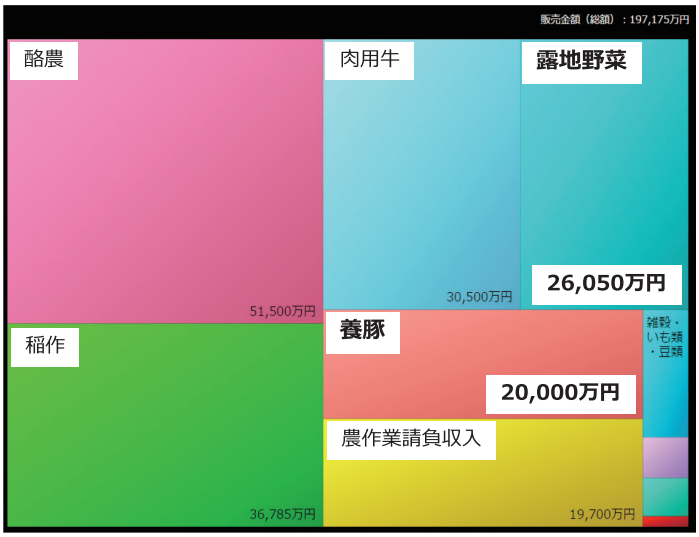
次に、観光と地域資源の連携を検討するため、農業の現状を分析した。

図6は、農業部門別の農産物販売金額を示したものである。2005年から2010年への推移に着目すると、販売総額が約0.8億円減少する中、販売金額が増加または同額となっているのは「露地野菜」（05年：26,050万円→10年：26,175万円）、「養豚」（05年：20,000万円→10年：20,000万円）の二つのみであり、このほかの上位部門の販売金額は減少していることが分かる。

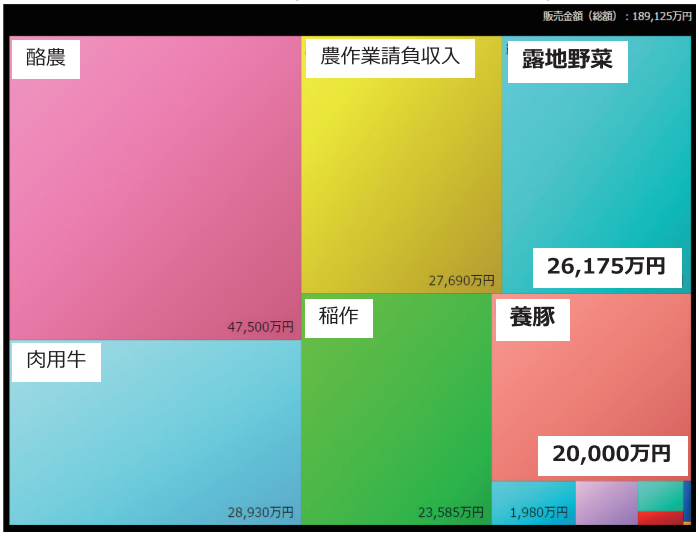
以上より、露地野菜や養豚については、上川町の特産品である「大雪高原野菜」やブランド豚「渓谷・味豚」の販売が強化されたため、販売金額の増加または維持を図ることができていると考えられる。

（図6）産業構造マップ　農業の構造［2005年、2010年］

2005年（販売総額：19.7億円）



2010年（販売総額：18.9億円）



●産業構造マップ＞農業の構造＞「表示レベルを指定する」で「市区町村単位で表示する」を選択＞「表示年を指定する」で表示年を選択

Point! 特産品の「露地野菜」やブランド化が進む「養豚」の販売が好調である

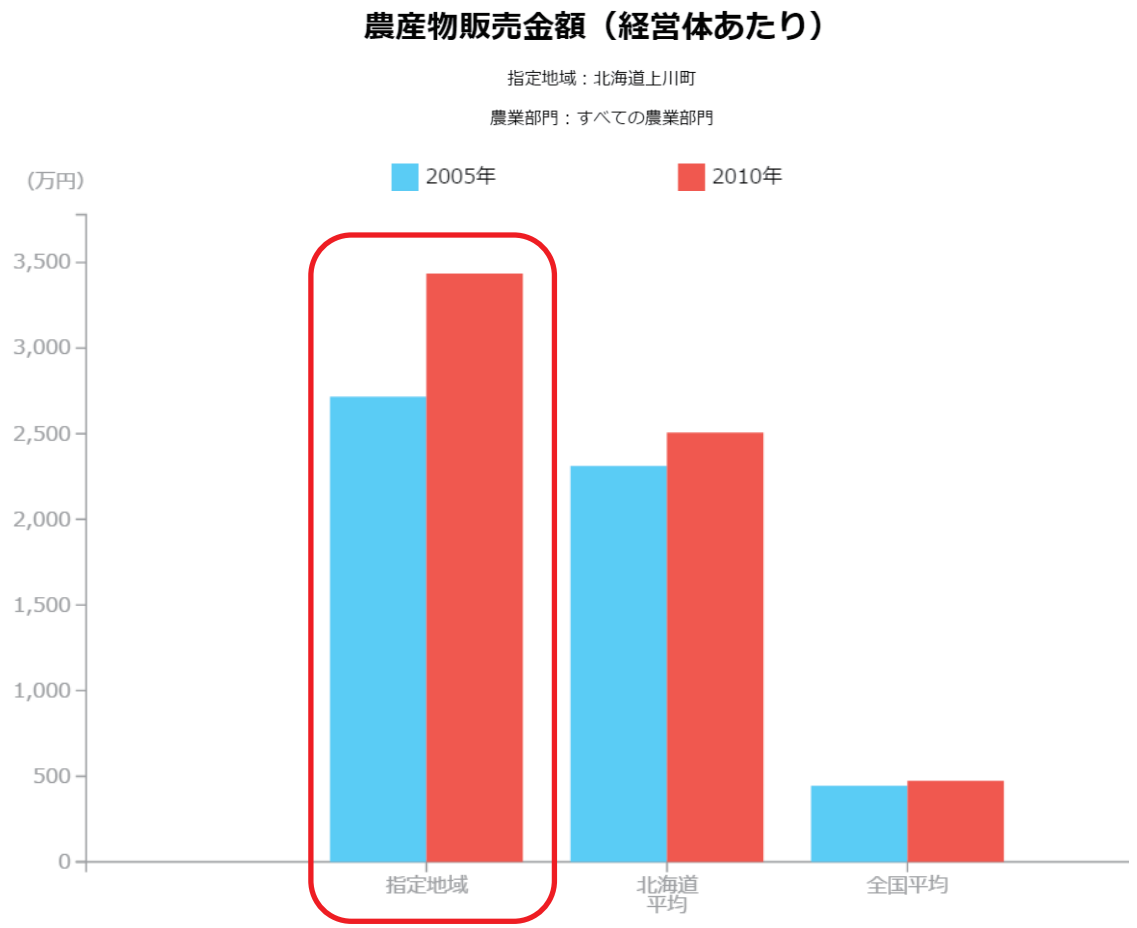
分析❺ 経営体当たりの農産物販売金額（産業構造マップ）

さらに、大雪高原野菜や渓谷・味豚のブランド化が農業にもたらす影響を分析した。

図7は、経営体当たりの農産物販売金額を示したものである。2005年から2010年までの増加幅に着目すると、上川町の農産物販売金額の増加幅は、北海道および全国の平均より大きいことが分かり、同期間に行った農産物のブランド化施策が一定の効果を示していると考えられる。

以上より、農産物のブランド化が販売金額の増加につながっている可能性が高いことが分かった。

（図7）産業構造マップ　農産物販売金額［2005年、2010年］



●産業構造マップ＞農産物販売金額＞「表示レベルを指定する」で「市区町村単位で表示する」を選択＞グラフを表示

Point! 上川町の経営体当たりの農産物販売金額は北海道および全国平均より大きく増加している

課題の見える化

層雲峡温泉等の観光スポットを有する上川町には、道内各地から多くの観光客が訪れていると推察される。また、近隣の旭川市内にある旭山動物園には、道内でも突出して多くの観光客が訪れていると考えられる。

一方、町の農業に目を向けると、大半の部門で販売金額が減少する中、露地野菜と養豚は増加または同額となっている。また、経営体当たりの販売金額は、北海道や全国の平均より大きく増加しており、「大雪高原野菜」や「渓谷・味豚」のブランド化の好影響によるものと推察される。

これらを踏まえ、旭山動物園の来訪者の上川町への誘客や、従来から強みとしている観光と地域資源である農産物の連携により、さらなる観光客の増加や観光消費の拡大、ひいては町内産業全体への波及効果による地域経済活性化の可能性があることを認識し、その実現に向けた施策を検討するため、さらに分析を進めた。

分析❻ 周辺観光スポットの流動人口の推移（まちづくりマップ）

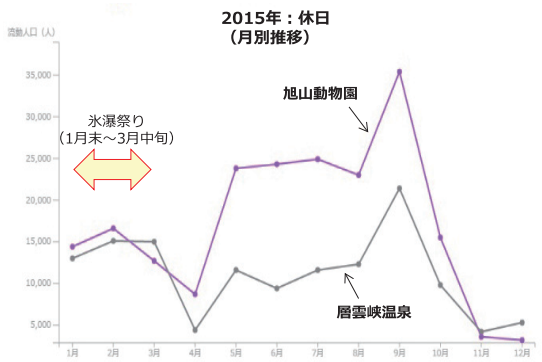
上川町へのさらなる誘客や観光消費拡大に向けた施策検討のため、流動人口の推移を分析した。

図8は、2015年の休日における旭山動物園および層雲峡温泉付近の流動人口の月別推移を示したものである。このうち「層雲峡温泉」に着目すると、1月から3月にかけて、9月を除く夏季より多くの流動人口があることが分かる。これは、1月末から3月中旬にかけて層雲峡温泉街で開催される「氷瀑まつり」の影響と考えられる。一方、氷瀑まつり開催期間中の2月においても、流動人口は「旭山動物園」より下回っていることから、旭山動物園から上川町へ、観光客をさらに呼び込める余地があることが分かる。

また、図9は、氷瀑まつりが開催されている2015年2月の休日における旭山動物園および層雲峡温泉の流動人口の時間別推移を示したものである。これをみると、「旭山動物園」の流動人口は午前中に多く、「層雲峡温泉」の流動人口は17時以降に増加しているが、13時から17時にかけては、両スポットにおいて流動人口が少なくなっていることが分かる。

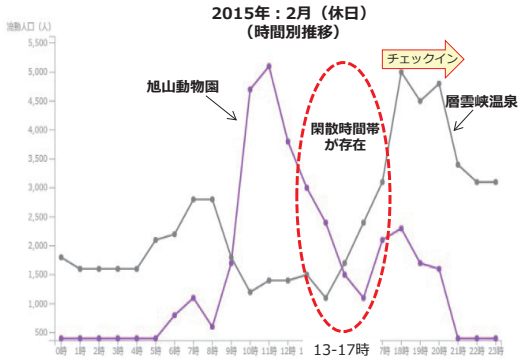
以上より、氷瀑まつりの開催期間で上川町の集客力が高く、かつ旭山動物園から観光客を呼び込める余地がある1月から3月において、さらなる観光客の増加の可能性を把握した。また、同期間における13時から17時までの閑散時間帯に旭山動物園から上川町への来訪を促し、昼食から宿泊まで長時間町内に滞在してもらうことで、観光消費の拡大を実現できるのではないかと考えた。

（図8）まちづくりマップ　流動人口メッシュ（休日）（月別推移）［2015年］



●まちづくりマップ＞流動人口メッシュ＞「表示年、月、時間を指定する」で「2015年」を選択＞「表示する内容を指定する」で「休日の動向を表示する」を選択＞「任意の地域を選択する」にチェックを入れ旭山動物園および層雲峡温泉付近を選択＞グラフを表示

（図9）まちづくりマップ　流動人口メッシュ（休日）（時間別推移）［2015年2月］



●まちづくりマップ＞流動人口メッシュ＞「表示年、月、時間を指定する」で「2015年2月」を選択＞「表示する内容を指定する」で「休日の動向を表示する」を選択＞「任意の地域を選択する」にチェックを入れ旭山動物園および層雲峡温泉付近を選択＞グラフを表示

Point! 氷瀑まつり開催期間のさらなる観光客の増加および閑散時間帯の誘客促進による観光消費拡大を実現できる可能性がある

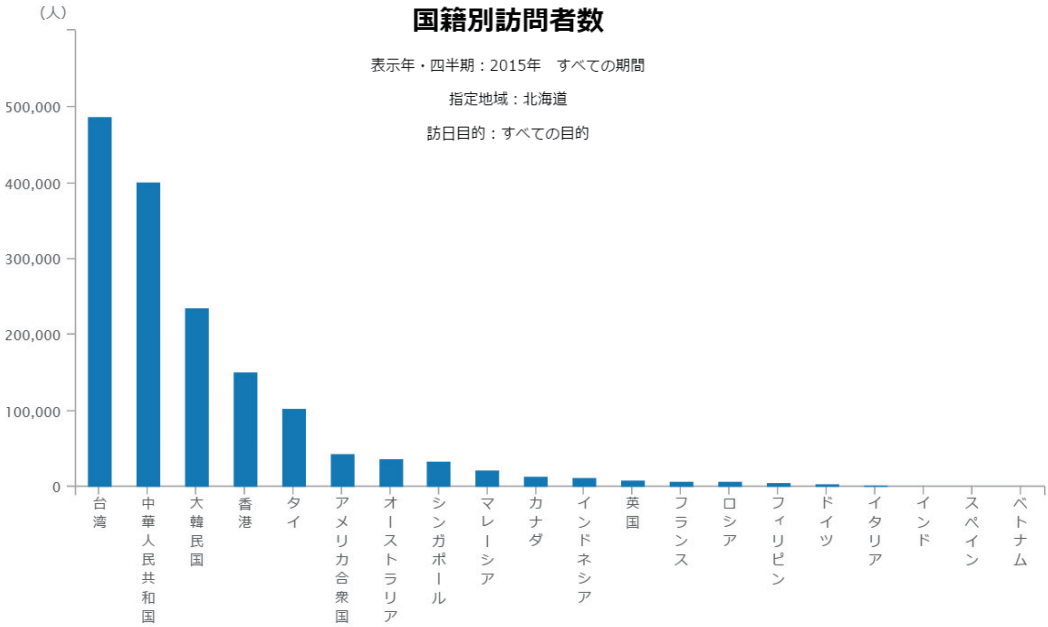
分析❼ 外国人観光客の動態（観光マップ）

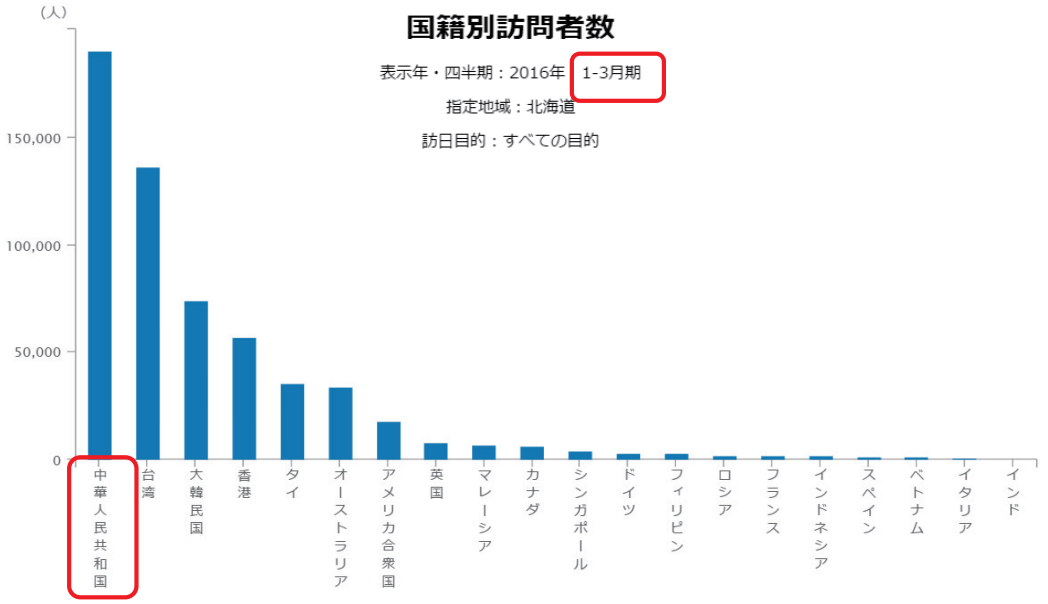
次に、インバウンド需要の取り込みを図るため、外国人観光客の動態を分析した。

図10は、北海道へ訪れる外国人について、通年および1月から3月の国籍別訪問者数を示したものである。これをみると、通年では台湾が最多となっているのに対し、氷瀑まつりの開催期間で集客力が高い1月から3月に限ってみると、中国が最多となっていることが分かる。

以上より、氷瀑まつり開催期間を中心に、中国人をターゲットとしたメニューの提供や案内等を行う必要性を認識した。

（図10）観光マップ　外国人訪問分析［2015年、2016年1月～3月］





●観光マップ＞外国人訪問分析＞「表示レベルを指定する」で「都道府県単位で表示する」を選択＞「表示年・四半期を指定する」で表示期間を選択＞指定した都道府県で分析する

Point!　「氷瀑まつり」開催期間中に来訪の多い中国人観光客への対応が必要となる

分析❽ 農産物のブランド化の町内産業への波及効果（独自分析）

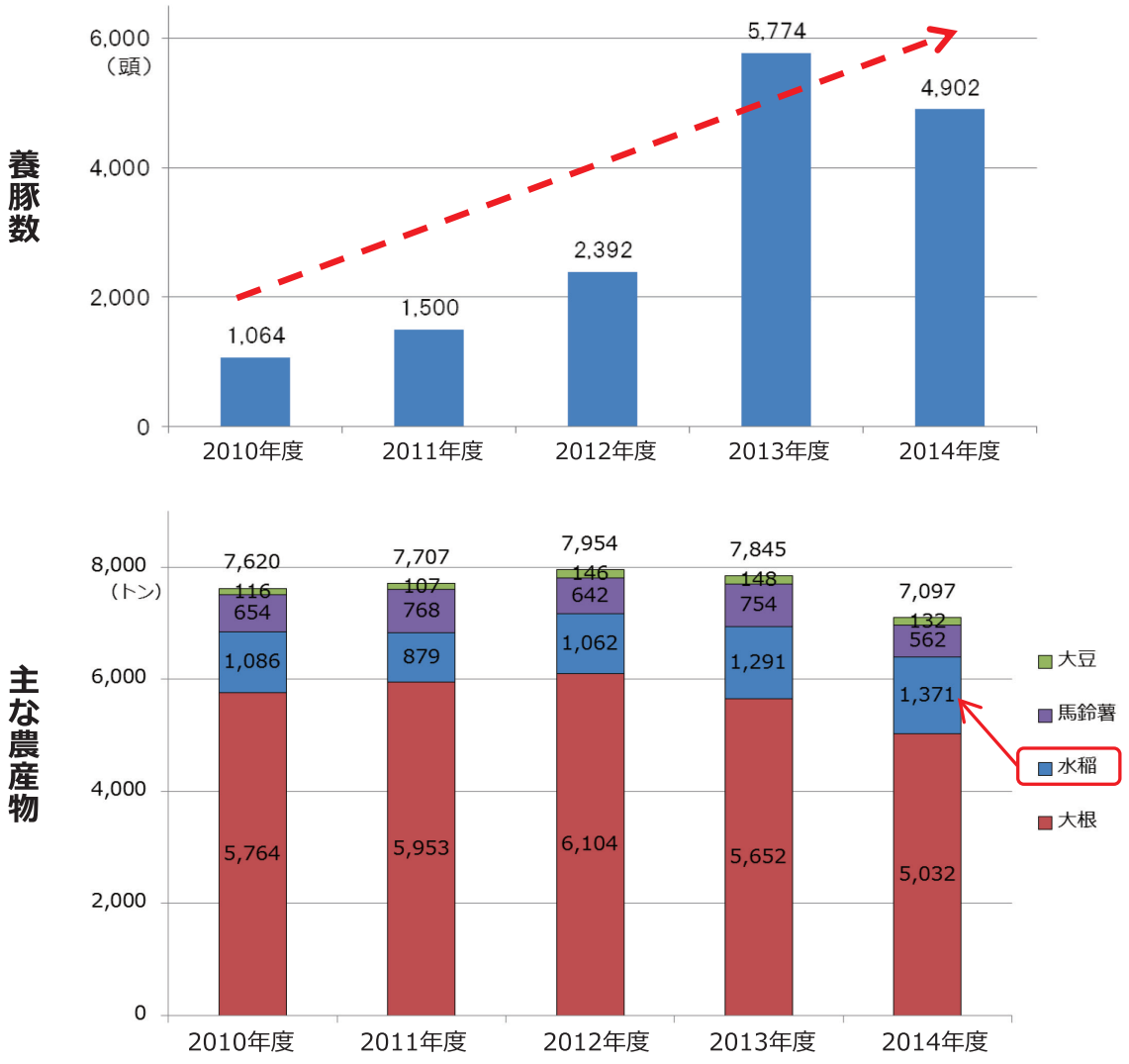
農産物のブランド化による農業および他の産業への波及効果を分析した。

図11は、上川町における養豚数および主な農産物の生産量の推移を示したものである。これをみると、養豚数は近年大幅に増加しており、ブランド豚「渓谷・味豚」の影響と考えられる。また、渓谷・味豚はもち米を飼料とするため、水稲も増加したと推察される。

また、図12は、上川町における産業部門別の業況を示したものである。このうち1社当たりの売上金額をみると、農林漁業や宿泊・飲食サービス業は売上を伸ばしているものの、製造業や卸・小売業は減少していることが分かり、町内で加工等が行われていないためか、養豚の生産量増加が他の産業へ波及していない現状がみて取れる。

以上より、ブランド豚の好影響について、町内での加工等による町内産業全体への波及が必要となることが分かった。

（図11）上川町の養豚数および主な農産物の生産量の推移［2010年度～2014年度］



●「上川中央農業組合報告書」を基に上川町商工会作成

（図12）上川町の産業部門別の業況［2012年、2014年］

年	産業部門	企業数（社）	売上金額（百万円）	1社当たりの売上金額（百万円）
2012年	農林漁業	7	1,479	211
	製造業	5	284	57
	卸・小売業	32	1,065	33
	宿泊・飲食サービス業	34	418	12
2014年	農林漁業	7	1,668	238
	製造業	9	343	38
	卸・小売業	40	1,011	25
	宿泊・飲食サービス業	41	535	13

●総務省「平成26年経済センサス（基礎調査）」を基に上川町商工会作成

Point! 養豚の生産量増加が他の産業への売上増に十分に波及していない

得られた示唆と課題解決のための施策案

観光においては、層雲峡温泉街で行われる「氷瀑まつり」の開催時期である1月から3月にかけて、近隣の集客力の高い旭山動物園から上川町へ観光客を呼び込める余地があることが分かった。また、氷瀑まつり開催期間中である2月の13時から17時の時間帯は、旭山動物園と層雲峡温泉の双方において観光客が少なくなる閑散時間帯であることが分かった。さらに、インバウンドの面からは、北海道へ訪れる外国人の国籍は、通年でみると台湾が最多であるが、氷瀑まつり開催中の1月から3月にかけては、中国が最も多いことが分かった。

また、農業においては、ブランド化が進む養豚の生産量および養豚を含む農林漁業の売上金額は増加しているものの、町内で加工等が行われていないためか、他産業の売上金額増加には結びついていないことが分かった。

これらを踏まえ、上川町商工会では、午後の閑散時間帯の誘客強化やインバウンド対応の促進、観光消費および観光や農業等の町内産業全体への波及効果の拡大を図るため、町や観光協会と連携し、次の施策を実行していく。

- 層雲峡温泉や氷瀑まつり、地域の特産品や食の魅力を旭山動物園の来訪者や全国に発信するため、町内企業向けのSNS活用セミナーやSNSで発信する情報のとりまとめ、効果的な広報戦略の策定等を行う。
- 町内製造業者のブランド特産品加工やメニュー開発等への参画促進のため、製品加工ノウハウの提供を行うとともに、特産品を宿泊客向けのメニューとして提供するため、層雲峡の観光業者と調整を図る。
- 冬季に増加する中国人観光客（特に富裕層）をターゲットとした富裕層向けメニューの開発や中国語のウェルカムボードの作成に取り組む。

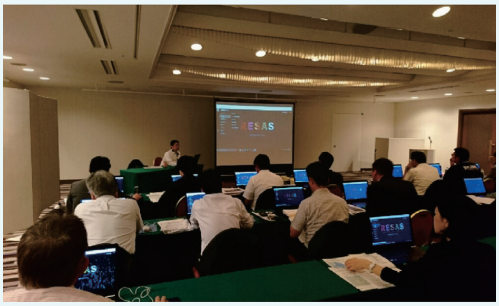
こうした施策により、上川町商工会が経営発達支援計画で掲げている「農業と観光が連携した滞在型観光事業」の戦略的な実施に取り組む。

今後は、経済産業省の施策である「小規模事業者持続化補助金」や「伴走型小規模事業者支援推進事業」をはじめとした様々な支援制度の活用を検討するなど、商工会の支援内容を充実させていきたいと考えている。

利活用の現場から ―北海道商工会連合会・上川町商工会―

経営発達支援計画の策定支援にあたり、道内の各商工会にRESASの活用を促した北海道商工会連合会と、道内でいち早くRESASを活用した計画を策定した上川町商工会の担当者にお話を伺った。

サンプルを活用しRESASをものにする



■道内12ブロックで開催したRESAS研修会

北海道商工会連合会では、国の法整備の動きを受け、各商工会で策定が求められることとなった経営発達支援計画の作成支援を行っています。計画策定にあたっては、前段として地域経済の現状把握や課題抽出が必要となりますが、これにRESASを活用できないかと考え、関係機関の協力を得て、道内各商工会の経営指導員を対象としたRESAS研修会を開催しました。

経営指導員からは、RESASは知っているが具体的にどう活用したらよいか分からないという意見があったので、研修では、地域経済分析レポートのサンプルを用意し、各自がRESASを使ってこれを完成させていく内容にしました。その結果、参加者にもRESAS活用の具体的なイメージが伝わったようで、終了後には計画策定の活用に向けた前向きな意見が聞かれました。

■豪快な氷像がライトアップされる「氷瀑まつり」

観光と農業の組み合わせは永遠のテーマ

上川町商工会では、研修会に参加後、早速RESASを活用した計画策定に取り組みました。上川町は、層雲峡温泉や「氷瀑まつり」等の魅力的な観光資源を有していますが、観光入込客数は減少傾向にあります。そんな中、近年のインバウンド需要の高まりにより、アジア圏を中心とした外国人観光客が増加し、賑わいを取り戻しつつあります。これを好機と捉え、町内事業者全体に観光の好影響を波及させたいと考えています。その実現のためには、観光と農業を組み合わせるという考え方が重要になると思い、観光のほか、農業に関する分析も行いました。実は以前から、地元の農畜産物を観光客に提供し、観光消費を拡大するという構想は持っていたのです。しかし、安定供給が難しい等の理由で進展していなかったのですが、ここ数年の「大雪高原野菜」や「渓谷・味豚」のブランド化の推進により、その機運が再び高まっています。

すぐできることは、すぐやる

■商工会長が開発中の「富裕層向けラーメン」

分析の結果、氷瀑まつりが開催される1月から3月には、中国人観光客が多いことが分かりました。中国から上川町までやって来るには、相当の費用を要することから、自然と富裕層が多くなります。そこで、上川町のもう一つの魅力である「ラーメン」に目をつけ、中国人の中でも特に富裕層をターゲットにした、高価格帯のラーメンを開発中です。白トリュフのオイルを使った、これまでにないラーメンです。

このほか、町内に「熱烈歓迎」といったウェルカムボードを掲示するなど、すぐできることはすぐやります。分析して終わり、では意味がありませんから。