

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	雫石商工会 (法人番号 3400005002329)
実施期間	平成31年4月1日から平成36年3月31日
目標	<ol style="list-style-type: none"> 1 伴走型支援の実施による小規模事業者の経営力強化 2 新規創業支援により小規模事業者の持続的発展を図る 3 事業承継の推進により小規模事業者の持続的発展を図る 4 個店の魅力の発信と観光客の地元商店街へ回遊増を図る
事業内容	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 雫石町経済動向調査を活用した地域の現状把握と情報提供 (2) 金融機関、行政へのヒアリング調査と情報提供 (3) 刊行物、各種統計調査による調査・分析と情報提供 <p>2. 経営状況の分析に関すること【指針①】</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 小規模事業者経営実態調査の実施 (2) 小規模事業者の経営状況の分析 <p>3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 事業計画の必要性を啓蒙するための事業計画策定セミナーの開催 (2) 事業計画策定支援 (3) 中長期的展望を見据えた事業承継計画策定支援 (4) 創業計画策定支援 <p>4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 事業計画策定後の定期的なフォローアップ (2) 創業計画策定後のフォローアップの実施 <p>5. 需要動向調査に関すること【指針③】</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 地域内の消費者ニーズに関する調査 (2) 首都圏など地域外の需要動向調査 (3) 専門家の派遣及び外部データの活用による需要動向調査 <p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 物産展等への出展支援 (2) インターネットを活用した販路開拓支援 <p>II. 地域経済の活性化に資する取組</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 地域経済活性化のための検討委員会の設置 (2) 地域資源を活用した商品開発事業 (3) 特産品ブランド化事業 (4) 観光資源の掘り起こしと観光ルートの設定 (5) テストマーケティング及びチャレンジショップの実施
連絡先	<p>商工会名 雫石商工会 郵便番号 020-0527 住所 岩手県岩手郡雫石町中町7-4 電話番号 019-692-3321 ファクシミリ番号 019-692-1667 メールアドレス shizukuishi@shokokai.com</p>

(別表 1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 地域の現状と課題

岩手県雫石町は、岩手県の西部地域にあり、県都盛岡市の西方約 16 km に接続している。町の中央を国道 46 号及び JR 田沢湖線・秋田新幹線が東西に横断し、岩手・秋田両県を連結しており、日本海と太平洋を結ぶ中間地点に位置している。総面積は 608.82 km² と広大で、東西は約 24km、南北は約 40km、奥羽山系に囲まれた扇状の盆地は、田、畑、牧場等として利用されており、また、広大な山麓傾斜地は森林、牧野等に活用され、全体としては、都市近郊の農山村地域としての特性を有している。土地利用は、全体の約 71% を山林、約 10% を農地が占め、宅地は約 1% であり、限られた平坦部に集落が点在している。

本町は、美しい景観や豊かで潤いのある自然環境、連帯感で結ばれた人情風土、豊富な農林畜産物、温泉群を中心とした滞在型観光エリアなど多くの資源(財産)に恵まれている。町の西北部の一部は十和田八幡平国立公園に包摂され、かつ、岩手山、駒ヶ岳を中心とする雄大・秀麗な山岳美が望める。また、町内各地に温泉が湧出し、詩情豊かないで湯の里を創出しており、町を取り囲む山岳を源とする美しく清らかな河川にも恵まれている。

本町への観光レクリエーション客の入込数は、平成 8 年の約 357 万人回をピークに減少が続き、平成 28 年度の入込数は 265 万人回と、ピーク時の 74% まで落ち込んでおり、観光客の減少に歯止めがかかっていない状況である。

平成 23 年には、東日本大震災による国内外の観光需要の落ち込みなどから減少となったが、平成 24 年、平成 25 年は「いわてデスティネーションキャンペーン」などの大型誘客キャンペーンの展開により回復したものの、震災発生前の数値に達することができていない。

平成 26 年には悪天候による、「いわて雪まつり」の来場者数減少や、大型レジャー施設「けんじワールド」の閉鎖、「ぬくもりの里 NUC」の温泉施設の中止など、集客力の高い施設の減少により前年比 6.0% の減少となっている。



観光入込客数の推移

単位：万人回

	平成 25 年	平成 26 年	平成 27 年	平成 28 年	平成 29 年
県内客数	188.8	179.9	187.2	170.4	173.3
県外客数	106.6	97.4	99.4	92.9	90.1
海外客数	1.1	1.4	1.6	1.9	3.4
合計	296.5	278.7	288.2	265.2	266.8
対前年比 (%)	98.8	94.0	103.4	92.0	100.6

資料：(一社) しずくいし観光協会による雫石町観光客入込調査 (平成 25 年～平成 29 年)

総人口は昭和 45 年から平成 11 年まで微増の傾向にあったが、平成 11 年 11 月の 20,000 人をピークに減少に転じ、平成 27 年 9 月末においては 17,413 人となっており、人口の減少に歯止めがかからない状態が続いている。今後も少子高齢化の進展や都市部への転出者の増加などの要因により

減少傾向で推移すると予想される。

人口階層別にみると、平成 27 年 9 月末における 65 歳以上の人口が全人口の 32.7%を占めており、今後、更に高齢化が進むことが予想される。

人口と高齢化の推移

	平成 7 年	平成 12 年	平成 17 年	平成 22 年	平成 27 年
人口	19,373	19,750	19,055	18,033	17,413
老年人口 (65 歳以上)	3,567	4,397	4,913	5,206	5,689
高齢化率(%)	18.4	22.3	25.8	28.9	32.7

資料：国勢調査(平成 7 年～平成 22 年)及び雫石町住民基本台帳(平成 27 年 9 月 30 日)

2. 小規模事業者の現状と課題

就業人口をみると、第一次産業従事者が約 19.3% (農業 18.6%)、第二次産業従事者が約 18.8% (建設業 10.1%、製造業 8.7%) 第三次産業従事者が約 61.9% (サービス業 35.2%、卸小売業 15.2%) となっている(平成 22 年度国勢調査)。また、産業別生産額の構成比をみると第一次産業が約 5.9%、第二次産業が約 25.1%、第三次産業が約 69.0%であり、人口一人当たりの町民所得は 2,110,000 円となっている(平成 23 年度岩手県市町村所得推計)。

また、小岩井農場をはじめ、多くの観光資源に恵まれ、ホテル・旅館・ペンション・民宿等の宿泊施設、各種観光施設が立地し、滞在型観光地を形成している。農業では、稲作を中心に野菜、菌茸、花卉、畜産などを組み合わせた複合経営型農業が主要な産業となっている。

平成 5 年にはアルペンスキー世界選手権大会が雫石スキー場で開催されるなど、本町の基幹産業の一つである観光産業を中心に盛り上がりを見せたが、近年は観光客やスキー人口の減少など入込数が落ち込むとともに、急速に進展する少子高齢化や人口減少で、地域の活力が減退し、地域経済や雇用を支える小規模事業者に大きな影響を与えている。

平成 26 年経済センサスによると、商工業者の 83.5%が小規模事業者であり、各業種とも人材確保が大きな課題となっている。平成 24 年経済センサスとの比較で、卸小売業は 20%減少し、その他は 46%の大幅減少であったが、サービス業は 70%の大幅増加、飲食宿泊業も 35%の増加となっており、業種間の変動が激しく、業績については現状維持から微減状態である。

小規模事業者の業種別課題としては、①卸小売業については、地域外の大型小売店舗、ロードサイド店舗等への購買力の流失、人材確保難、②建設業については、建設資材の高騰によるコスト高、人材確保難、③飲食宿泊業については、観光客の減少、町内飲食業の需要停滞、宿泊施設の廃業、老朽化、観光資源の新規掘り起し、人材確保難、④サービス業については、地域外企業との営業力やサービスの質の比較による競争力の低下、人材確保難、⑤製造業については、人材確保難等、これらに加えて、いずれの業種も高齢化と後継者不足が大きな課題であり、今後 5 年から 10 年後には廃業が危惧される事業者が少なくないのが現状である。

商工業者数・小規模事業者数(人)、比率(%)

	平成 24 経済センサス	平成 26 経済センサス	増 減
商工業者数	589	618	29
小規模事業者数	512	516	4
小規模事業者比率	86.9	83.5	-3.4

資料：経済センサス

業種別小規模事業者数（人）、構成比（％）

年度・業種	建設業	製造業	卸小売業	飲食宿泊業	サービス業	その他	計
24年度	98	34	128	92	53	107	512
24年度構成比	19.1	6.6	25.0	18.0	10.4	20.9	100.0
26年度	100	41	103	124	90	58	516
26年度構成比	19.4	7.9	20.0	24.0	17.4	11.3	100.0

資料：経済センサス

3. 商工会のこれまでの取り組み状況

本商工会の平成26年度の会員の業種別構成比は、卸小売業28.9%、建設業23.9%、飲食宿泊業20.9%、サービス業12.7%、製造業9.7%、その他3.9%の順となっており、平成26年度と平成24年度の構成比を比較すると、建設業、卸小売業、サービス業、その他は減少しているが、製造業と飲食宿泊業の割合は増加している。

会員数は、ほぼ横ばいで推移している。

業種別会員数（人）、構成比（％）

年度・業種	建設業	製造業	卸小売業	飲食宿泊業	サービス業	その他	計
24年度	97	31	125	82	52	16	403
24年度構成比	24.1	7.7	31.0	20.3	12.9	4.0	100.0
26年度	96	39	116	84	51	16	402
26年度構成比	23.9	9.7	28.9	20.9	12.7	3.9	100.0
構成比増減	-0.2	2.0	-2.1	0.6	-0.2	-0.1	

資料：零石商工会

このような環境のもと、本会では平成17年から中心商店街活性化の一環として、全国に先駆けて「元祖しずくいし軽トラ市」を零石町の中心商店街「よしゃれ通り」で開催するなど、地域経済の活性化に向けて努力を続けてきた。

「元祖しずくいし軽トラ市」とは、中心商店街へ「顧客の呼び戻し」、「かつての賑わいの取戻し」、「農業・観光を含めた広域的なコミュニティの創出」、「商店街経営者の更なる経営意欲の増進」等を目的として5月から11月の7か月間、毎月第1日曜日（7月のみ第2日曜日）に開催しているもので、商店街を歩行者天国にして1回当たり3,000～4,000人を集客し、新鮮な野菜や果物、海産物、工芸品等、自慢の品物を軽トラックに積載して荷台を店舗に見立てて直接販売する朝市のことである。

開始より13年を経過し、当イベントは年間2万人を超える来場者があり、今や商店街の賑わい創出に欠かすことのできない重要な地域振興事業となっている。

平成26年には「第1回全国軽トラ市しずくいし」を開催し、軽トラ市の全国組織を結成して、毎年「全国軽トラ市」を日本各地で開催するに至るなど、軽トラ市による地域おこしの先駆けとなる事業展開を進めてきた。

元祖しずくいし軽トラ市来場者数（人）

開催年	平成17年	平成18年	平成19年	平成20年	平成21年	平成22年
来場者数	12,800	15,300	17,200	20,000	21,800	21,000
開催年	平成23年	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年	平成28年
来場者数	18,800	22,600	20,600	24,800	25,800	22,200
開催年	平成29年					
来場者数	29,000					

資料：零石商工会



『元祖しずくいし軽トラ市』

また、小規模事業者の指導においては、巡回指導を基本として小規模事業者持続化補助金、マル経融資資金の活用支援を通じた事業計画の作成支援や、経営革新計画策定による新たな取組みに向けた支援や、自社製品の域外に向けた販路拡大支援などを継続的に行ってきた。

4. 小規模事業者支援の中長期的な振興のあり方

雫石町の人口は、平成11年から減少に転じ、平成27年9月末には17,413人まで減り、今後も減少傾向で推移すると予想されている中、今後5～10年後を見通した小規模事業者の振興のあり方は、以下のとおりとする。

地域経済社会と密接な関わりを持つ小規模事業者は、経営者の高齢化や後継者の不在などにより、年々減少する傾向にあり、新たな商工業者の創出や円滑な事業承継が求められている。

また、小規模事業者自身においては、課題を踏まえた将来的な事業計画が策定されていないことから、各種の調査や個社の経営実態を踏まえた経営改善計画の策定が必要となっている。

さらに、経営基盤の脆弱性などもあり、小規模事業者が独自に商品開発や、新規販売先の開拓などに取り組むことには限界があり、経営革新計画と通じた新分野への進出、生産性向上等の支援の強化が必要とされている。

方向性1

小規模事業者においては、経営状況や経営課題等の把握が不十分な状態にあり、また、その意識も希薄な状況にあることから、経営の実態や課題についての現状認識と改善への取り組み意識の改革を促進し、個社それぞれの特性を活かした経営に取り組む小規模事業者の育成を図る。

方向性2

小規模事業者の減少が著しいことから、雫石町では、産業競争力強化法に基づく創業支援基本計画が策定されており、この計画に基づき、創業希望者等の掘り起こしを行い、新たなビジネスを創出し事業者の新陳代謝の促進を図る。

方向性3

経営者の高齢化や後継者不足等により、廃業による小規模事業者の減少が顕著なことから、後継者の円滑な事業承継による経営の持続的な発展に向けて支援を行い、地域経済の活力の維持を図る。

方向性 4

観光客の動向が大きく変化していく状況を踏まえ、当町の観光資源の魅力を内外に情報発信するとともに、既存のイベント事業を、個店の魅力向上と地域経済活性化に資するために積極的に活用する。

5. 経営発達支援計画事業の目標と方針

本会は、小規模事業者の経営パートナーとして、金融並びに税務、経理、労務、経営に関わる情報提供等幅広い活動を通して、多種多様な支援をしてきた。しかし、地域社会情勢の変化、商工会を取り巻く環境が激変する中、早急に当商工会の進むべき基本方針と具体的な行動計画が求められている。

このため、本経営発達支援事業を契機に、小規模事業者の中長期的な振興の在り方を踏まえつつ、明確なビジョンと行動計画を策定し、小規模事業者の持続的発展のため、小規模事業者支援機関及び地域総合経済団体として、下記のとおり目標を掲げ取り組んでいく。

目標 1 伴走型支援の実施による小規模事業者の経営力強化

(目標達成の方針)

小規模事業者が抱える課題の解決と、経営環境の変化や今後の需要を踏まえた事業計画の策定など持続的発展に向けた伴走型支援を行う。そのため、地域の経済動向調査、需要動向調査を実施して分析し、その結果を基に、個社の商品選別力やサービスの向上、新たな需要開拓に向けた事業計画策定支援を行う。

また、事業計画策定後はフォローアップを行うことで更なる経営力強化につなげる。既存事業者による新分野への事業展開にも取り組み、これらを通して、商工業者の減少に歯止めをかけると共に、雇用の確保、雇用の創出を目指す。

目標 2 新規創業支援により小規模事業者の持続的発展を図る

(目標達成の方針)

雫石町民を中心に、創業予定者・創業直後の事業者を対象とした支援を行う。

新規創業については、伴走型のきめの細かい支援を行うとともに、売上計画、利益計画等の考え方や計算方法などの指導も実施し、入念なシミュレーションの上計画策定に取り組む。併せて記帳支援、労務支援、各種届出支援、補助金活用支援も行う。

目標 3 事業承継の推進により小規模事業者の持続的発展を図る

(目標達成の方針)

小規模事業者数の減少が顕著なことから、事業承継による持続的な経営の展開に向けて、巡回によるヒアリングの充実強化を図り、個社を対象として支援する。現状の借入や資産の状況、譲渡による税務関係など複雑な問題が発生する要素が多岐にわたることから、きめ細やかな伴走型の支援を行い小規模事業者の持続的発展を図る。

目標 4 個店の魅力の発信と観光客の地元商店街へ回遊増を図る

(目標達成の方針)

地域に根差した小規模事業者の振興のためには、特徴的な商品サービスや観光資源の魅力を有効に「情報発信」することと、「観光客に地元商店街へ回遊して頂くことが重要であることから、観光協会、商店会など関係者と連携し、個店の魅力向上の取り組みと回遊のための仕組みを構築する。特に「元祖しずくいし軽トラ市」を本町の観光資源の一つとしてだけでなく、中心商店街活性化のためのイベントとして更に活用していくことで、地元商店街の売上の増加と交流人口の拡大につなげ、地域経済の活性化を図る。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

(1) 経営発達支援事業の実施期間（平成31年4月1日～平成36年3月31日）

(2) 経営発達支援事業の内容

I. 経営発達支援事業の内容

1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】

これまで、本商工会における地域経済動向調査に関しては、全国商工会連合会による「四半期景況調査」と雫石町による「観光動向調査」などによる限定的な動向把握にとどまっていたため、地域の多様な小規模事業者を取り巻く経済環境の把握としては不十分であった。

このため、今後は、小規模事業者の持続的な経営や事業展開に向けて、「地域経済動向レポート」の作成や各種白書や統計書による動向把握とともに、金融機関や行政へのヒアリングを通じて、当地区の経済動向を調査・分析する。それらの結果については、窓口相談や巡回等の経営指導で各企業に情報提供をすると共に、商工会報、本会ホームページを利用した情報発信を行う。

事業内容

(1) 雫石町経済動向調査

地域の産業の状況や経済動向について、一定時期ごとに変化の実態等諸情報を迅速・的確に収集、提供して経営改善普及事業の効果的な実施に役立てることを目的に、全国商工会連合会が実施する中小企業景況調査に、新たに宿泊業を追加して、実績値による前年同月比較や経営者の景況に関する見通し等を調査し、その結果を適宜情報提供する。

【対象業種】小売業4・サービス業5（飲食を含む）・宿泊業3・建設業3・製造業3の18社

【調査項目】売上・仕入単価・採算・資金繰り・業況・設備投資・課題・見通し

【調査方法】四半期毎（年4回） 調査票留置きアンケート

【活用方法】上記の項目について、項目別、業種別、四半期別等に整理しつつ、全国動向との比較を行いながら、地域動向（県内）について分析する。

分析結果については、巡回時に個別に提供する他、会報及びホームページにより事業者幅広く情報提供する。

(2) 金融機関、行政へのヒアリング調査

①金融機関へのヒアリング調査

【目的】金融機関と相互連携・補完することにより、小規模事業者支援への連携強化と事業計画策定に役立てていく。

【調査対象】岩手銀行雫石支店、北日本銀行雫石支店

【調査項目】■貸出資金の使途■貸出金額■資金繰り状況■設備投資計画■景況

【調査回数】年2回

【調査方法】ヒアリング調査を行い、当地区の金融状況について把握する。

【活用方法】調査結果は、項目ごとに整理集計し、巡回指導や経営分析の際に、金融や地域経済について情報提供し、小規模事業者の事業計画策定に活用する。

②行政へのヒアリング調査

【目的】雫石町は、町内の主要なイベントにおいて、来訪者調査を行っており、イベントごとの観光入込客数等、観光客の動向を把握しており、行政と相互連携・補完するこ

とにより、小規模事業者支援への連携強化と事業計画策定に役立てていく。

【調査対象】 雫石町観光商工課

【調査項目】 観光の基本データである「来訪者調査」について下記の調査項目を把握する。

■来訪者数（イベント毎の来訪者を含む） ■来訪者の居住地 ■来訪者の性別

■雫石町での宿泊場所、宿泊数 ■これまでの来訪回数 ■来訪した動機

■来訪にあたり参考にした情報源（ネット、旅行雑誌等）

【調査回数】 年1回

【調査方法】 町の基幹産業の一つである観光産業の「町内観光動向」について、ヒアリング調査を行い、当地区の観光状況について把握する。

【活用方法】 調査結果は項目ごとに整理し、巡回等を通じて飲食・宿泊業者、土産品販売業者、食品製造業者等に観光基本データとして情報提供するとともに、ホームページや会報で公表（年1回）する。

（3）刊行物、各種統計調査による調査

各種統計資料や各種レポートを年2回収集し、県内経済動向や、盛岡広域圏での経済動向を把握し、小規模事業者等の経営に係る意思決定の参考資料として、本会ホームページ、商工会会報、巡回訪問等により広く域内業者に提供する。

【調査項目】 岩手経済研究所発刊の「岩手経済研究」から、■個人消費 ■住宅着工 ■公共工事 ■雇用、などの情報を、岩手県信用保証協会発刊の「保証月報」から、■金融機関別、市町村別の保証状況、などの情報を、岩手県観光統計から、■観光入込客数 ■外国人観光客の入込動向、などの情報を収集する。

【調査方法】 発刊物調査を中心とするが、該当する機関のホームページも検索して調査する。

【分析方法】 盛岡広域の地域経済動向等を抽出して分析する。

【活用方法】 経営分析・事業計画策定支援の基礎的な資料として活用するとともに、販路拡大を目指す小規模事業者等に対して、県内の需要動向等の情報を提供し、主に販売市場の選択等の経営判断材料として活用する。

内容は、本会ホームページ（年2回）と会報（年2回）により、広く地域の事業者提供する。

目 標

内容	現状	平成31年度	平成32年度	平成33年度	平成34年度	平成35年度
雫石町経済動向調査の実施回数 調査対象事業者数	0	四半期毎 18社	四半期毎 18社	四半期毎 18社	四半期毎 18社	四半期毎 18社
上記情報提供回数	0	4回	4回	4回	4回	4回
金融機関、行政等へのヒアリング調査回数	0	3回	3回	3回	3回	3回
上記情報提供回数	0	3回	3回	3回	3回	3回
刊行物、各種統計調査による調査回数	0	2回	2回	2回	2回	2回
上記情報提供回数 (HP+会報)	0	4回	4回	4回	4回	4回

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

これまで小規模事業者の経営状況の把握と分析に関しては、巡回訪問、窓口相談による金融指導や税務指導、経営計画作成相談を通じて経営分析等を行ってきたところだが、相談事案が発生した都度の売上高の変化、営業利益率の把握など、定量的な経営分析にとどまっていた。

また、経営状況に関する情報収集を行う際にも、ヒアリングする経営指導員等の個々のスキルによるところが大きく、経営状況の情報収集力に差があり、全職員体制での一定水準以上の分析を行う支援体制に課題があった。

このため本計画においては、経営指導員、経営支援スタッフ等の巡回訪問の強化、窓口相談を通じて、小規模事業者の情報収集に努めるとともに、課題と進むべき方向性を「見える化」させ、事業計画策定支援に結びつけていくことを目的に、経営状況の分析を行う。分析に当たっては、過去の財務データの比較分析など定量分析を実施するとともに、小規模事業者の経営実態を、自社の内部環境や外部環境をとらえた定性分析を実施することで経営状況分析の充実を図る。

事業内容

(1) 小規模事業者経営実態調査の実施

巡回訪問、窓口相談を通じて、経営状況の分析を希望する事業者を掘り起こして、下述の調査項目によるヒアリングにより、経営実態調査を行う。

これにより、小規模事業者の強み、弱みを的確に捉え、財務状況や経営課題を早期発見し『事業拡大』、『経営改善』及び『事業承継』へ向けた、事業計画の策定に繋げていく。

また、上記により調査した経営実態情報は、データ化して職員間での情報共有を図ると共に、財務状況、経営方針・経営資源（商品・サービス）・後継者の有無、それぞれが抱えている経営課題及び今後の方向性により、新商品や新分野進出など事業を拡大する方向、経営改善による持続的経営を維持する方向、中長期的展望を見据えた事業承継を必要とする方向等、支援対象を傾向別に整理して把握する。

尚、ヒアリング調査は職員の資質向上を目的としたOJTも兼ね、補助員等の経営支援スタッフも加え、数名により実施する。

【調査項目】

- 財務の概要■商品の内容■サービスの内容■保有している技術内容■従業員等の状況
- 経営の課題■後継者の有無■事業承継意志、時期■事業譲渡貸与の有無
- 売上推移の状況■販路拡大の取組み■新商品開発の取組み■新分野への進出意欲
- 地域及び商工会へ希望すること

(2) 小規模事業者の経営分析の実施

上記のヒアリングにより事業計画等の支援対象の絞り込みを行った小規模事業者に対し、決算データ等から導かれる財務分析と自社の内部環境や外部環境の定性分析（非財務分析）を実施する。

①財務分析

小規模事業者に経営の現況と財務面の課題等を理解させ、事業計画策定に繋げて行くことを目的に実施する。全国商工会連合会推奨の会計ソフト「ネットde記帳」や、「経営自己診断システム（中小企業基盤整備機構）」、「ローカルベンチマーク（経済産業省）」等を活用し、主な経営指標のレーダーチャートや損益分岐点分析図など小規模事業者が認識しやすい資料により説明を行ったうえで、変動損益計算書などで自社の収益性を正確に把握できるよう支援する。

【調査方法】「ネットde記帳」利用者は「システム経営診断」などを活用し、決算申告に合わせて3期分の比較貸借対照表・損益計算書により、収益性、安全性、資金繰りに重

点を置いた調査を行う。

「ネット de 記帳」未利用者は「経営自己診断システム（中小企業基盤整備機構）」や「ローカルベンチマーク（経済産業省）」等を活用し売上持続性、収益性、生産性、健全性、効率性、安全性、成長性等の項目を診断する。

【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、成長性等

【分析方法】経営指導員や経営支援スタッフが、「ネット de 記帳」や「経営自己診断システム（中小企業基盤整備機構）」、「ローカルベンチマーク（経済産業省）」等を活用して経営分析表や簡易財務診断表を用いて財務状況を分析する。

②定性分析（非財務分析）

定性分析を通して、財務データからは把握できない小規模事業者の特徴について明らかにすることを目的に実施する。

小規模事業者に対する個社支援を実施するために、競争力の源として、戦略資産（有形資産、無形資産、人的資産）や商品・サービスの特徴など、財務諸表には表れてこない『資産』を把握する。この内部環境の把握に加え、外部環境として、経済や業界の動向、顧客、市場の動向等を踏まえることでSWOT分析を行い、経営実態を明らかにして、今後の事業計画策定へと繋げていく。

【分析項目】以下の項目についてヒアリングを行い、SWOT分析を行う。

分類Ⅰ	分類Ⅱ	分類Ⅲ
内部環境	有形資産	現在使えていない有形資産の有効活用、有形資産の再配分することによる付加価値の創造
	無形資産	ソフト、特許権、営業権、情報、ネットワーク、信用、実績、ブランド
	人的資産	経営者、後継者、従業員、組織、人事制度、モチベーション
	商品・サービス	既存商品・サービスの特徴(強み、課題)
外部環境	経済	・経済状況はどうか ・経済のトレンドはどうか ・地域経済の状況はどうか
	業界	・業界全体のイメージはどうか ・技術やテクノロジー進化の状況 ・原材料の状況 ・ビジネスパートナー・外注の状況 ・ライバルの状況
	顧客・市場	・市場の状況・傾向 ・お客様の消費動向(顧客の考え方、習慣、生活スタイル)
	外部リスク	・災害・環境汚染等の懸念されるリスク ・法律・政治などの変更による影響 ・外国との関係

【分析方法】「強み」と「経営課題」の内部環境の把握を行い、それを「見える化」し、経済や業界の動向、顧客・市場の動向等の外部環境を加味したSWOT分析を実施することで、小規模事業者の強みを活かした積極策により、事業計画策定へと繋げる。

【①財務分析と②非財務分析を併せた経営状況の分析結果の活用方法】

分析結果は、巡回訪問、窓口相談等を通して、タイムリーに小規模事業者と情報共有し、経営課題の解決に向けて事業計画策定支援の重要資料として活用する。

目 標

内容	現状	平成31年度	平成32年度	平成33年度	平成34年度	平成35年度
小規模事業者経営実態調査件数	0	40	40	40	40	40
経営分析件数	0	30	30	30	30	30

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

これまで事業計画策定支援に関しては、巡回指導や個別指導による金融斡旋や補助金申請に係る指導等、少数の企業に対する限定的で一時的な計画策定支援にとどまっていた。小規模事業者の経営改善を行うにあたって、事業計画を策定し、持続的な発展に向けて、事業を計画的に実施していくことは重要であることから、事業計画策定を支援し伴走型できめ細やかな個別の支援を行うことが課題となっていた。

今後は、事業者には事業計画策定の重要性、必要性に関する啓発を進めるとともに、経営分析の際に傾向を把握した、新商品や新分野進出など事業を拡大する方向、経営改善による持続的経営を維持する方向、中長期的展望を見据えた事業承継を必要とする方向ごとに、以下の考え方、取り組みの方向性で支援を実施する。

創業者に対しては、雫石町の創業支援基本計画に基づき、町及び当会に相談窓口を設けて掘り起こしを図り、創業計画の策定支援を実施する。

事業内容

(1) 事業計画の必要性を啓蒙するための事業計画策定セミナーの開催

事業計画策定が小規模事業者の持続的な経営に資するという意識を定着させるため、事業計画を使った先進的な事例等を紹介し、自ら事業計画の作成を促す事業計画策定セミナーを年1回開催する。これまで計画を作ったことのない小規模事業者は、目標を改めて定めたりした経験もなく、設定すること自体戸惑うこともあるため、いきなり形式的な目標を設定するのではなく、目標を考えるための動機づけから始める。セミナー参加者は、経営分析を行った事業者や、巡回訪問において事業計画策定のメリット等について説明して、事業計画策定を希望する事業者に対して行う。

(2) 事業計画策定支援

①新商品や新分野進出などによる事業の拡大

事業計画策定セミナー参加者や、巡回訪問において、新たな取り組みに対する意欲が高く、事業計画策定を希望する事業者へは、自社の商品・サービスの向上を促し、新規事業・販路拡大の為の事業計画作成を支援する。地域経済動向や需要動向調査の分析結果から今後の見通しについて説明し、経営状況を加味して、販路拡大の事業計画作成を支援する。特に実現可能性の高い事業計画を策定していくために、新商品・新サービス等については、ターゲット及び販路を明確にするとともに、専門的な経営課題について、岩手県商工会連合会やよろず支援拠点等の専門家派遣制度の活用を実施や、発明協会・大学等の機関と連携を図りながら支援する。

②経営改善による持続的経営の維持

事業計画策定セミナー参加者や、巡回訪問において、経営改善により持続的経営に取り組む意思があり、事業計画策定を希望する小規模事業者を対象に、事業計画の策定を行う。実施に当たっては、小規模事業者が主体的に取り組めることと、事業計画の遂行に向けた事業者の高いモチベーション維持が必要であることから、事業者の気づきや発想を大切にヒアリングの仕方に留意する。

特に実現可能性の高い事業計画を策定していくために、販売計画、利益計画、行動計画を入念に検討し、地域経済動向調査や経営分析の結果を踏まえ伴走型で支援を行う。また、専門的な経営課題については、商工会が支援の中心となり岩手県商工会連合会やよろず支援拠点等の専門家派遣制度を活用して支援を行う。

(3) 中長期的展望を見据えた事業承継計画策定支援

事業計画策定セミナー参加者や、巡回訪問において、事業承継や後継者問題を抱える小規模事業者に対しては、経営指導員の巡回指導による早めの相談を促し、意識づけを図り、中長期的な展望を見据えた事業承継計画の策定を支援することにより、経営に対する不安を払拭しながら円滑な事業承継を進めていく。

なお、事業承継計画の立案に当たっては、経営のノウハウの習得、新たな事業展開に向けて計画立案を検討するとともに、現状の資産や借入の状況、後継者の有無等の問題が予想されることから、岩手県商工会連合会の専門経営指導員と岩手県事業承継引継ぎセンター専門相談員による該当事業所へのヒアリングを実施し、更なる課題の掘り起こしを行う。

また、専門的な課題がある案件については、岩手県商工会連合会やよろず支援拠点等の専門家派遣制度を活用し、専門家によるアドバイスにより実効性の高い計画実行支援に繋げていく。

特に、後継者のいない事業者には、行政、岩手県事業引き継ぎセンターと連携し、創業希望者とマッチングも視野に入れた円滑な事業継承を支援する。

上記の計画策定支援に該当しない事業者についても、地域経済動向調査の結果や経営分析の結果を踏まえ、事業者の要望に沿った形で事業計画策定支援を行う。

(4) 創業計画策定支援

地域内で潜在的な創業意欲を掘り起し、創業を目指している対象者には、創業前の計画策定や創業直後の税務・労務等の重点的な支援は、創業後の安定経営に向けて不可欠である。雫石町では、産業競争力強化法に基づく創業支援事業計画が策定されており、この計画に基づき、雫石町や、地元金融機関の岩手銀行雫石支店、北日本銀行雫石支店等と連携し、創業予定者の情報収集を行う。

創業計画策定の実施に当っては、雫石町の創業支援基本計画に基づき、町及び当会に相談窓口を設けて掘り起こしを図るとともに、町主催の創業セミナー（年1回開催、参加人数10名）を通じ、相談があった案件については、当会が創業支援カルテ（氏名、住所、連絡先及び製品開発・販路開拓・資金調達・人材育成等相談内容を記したもの）に基づきヒアリングを行い、創業の予定時期や創業にあたって活用するスキルやノウハウ、資金計画の予定等を確認する。

また、専門的な課題がある案件については、岩手県商工会連合会やよろず支援拠点等の専門家派遣制度を活用し、専門家によるアドバイスにより実効性の高い計画実行支援に繋げていく。

さらに、創業に必要な町の施策情報等についても提供していくとともに、日本政策金融公庫盛岡支店や岩手銀行雫石支店、北日本銀行雫石支店等の創業支援機関と連携した相談を通じて創業希望者毎に創業計画の策定を支援する。創業まで至らない案件についても、定期的に計画内容のブラッシュアップについて支援する。

目 標

支 援 内 容	現 状	平成 31 年度	平成 32 年度	平成 33 年度	平成 34 年度	平成 35 年度
事業計画策定セミナー開催回数 ()内は、参加事業者数	0	1 回 (30)	1 回 (30)	1 回 (30)	1 回 (30)	1 回 (30)
事業計画策定 件数	0	20	20	20	20	20
うち、 事業承継計 画策定件数	0	2	2	2	2	2
創業計画策定 件数	0	2	2	2	2	2

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

これまでは、事業計画策定後の実施支援については、経営指導員が巡回指導等で個別に事業者の進捗状況等を確認しながら支援するにとどまっていた。しかし、事業計画策定支援だけでなく、事業計画策定後の、各事業者に対する支援が重要と考えられることから、充実を図る必要がある。

今後は、事業者の状況やニーズに応じた助言・指導を行うため、全ての事業計画策定事業所のフォローアップを行うとともに、金融指導や専門家派遣制度の活用を促すなど積極的にフォローアップを行い、経営課題の解決のため事業計画が円滑に実施されるように支援する。

また、事業計画が円滑に実施されるように、情報発信や販路開拓に向けて、事業者の状況やニーズに応じIT技術の強化を図り、フォローアップする。

事業内容

(1) 事業計画策定後の定期的なフォローアップ

①新商品や新分野進出などによる事業の拡大へのフォローアップ

事業計画策定事業者については、事業の進捗管理を支援するため原則3か月に1回の巡回指導を行い、策定した事業計画書について四半期毎の計画に対する進捗状況の確認を行うとともに、行動計画についても、取り組んだこと、改善点等を確認の上、指導カルテ（商工会共通のシステムである基幹システム）に入力することにより管理し、事業計画が円滑に進むためにPDCAサイクルの実施などによる個社に合わせた指導・助言の継続的なフォローアップ支援を実施する。

また、計画通りの進捗がみられない事業者に対しては、岩手県商工会連合会と連携しながら岩手県商工会連合会の専門家派遣制度を活用し、中小企業診断士や販路開拓アドバイザー等による専門的な知見によるアドバイスにより計画の再構築に向けた支援につなげていく。

なお、事業計画の実施に伴う資金調達のため、日本政策金融公庫の「小規模事業者経営発達支援融資制度」や地域金融機関と連携して県及び町制度融資の活用を支援する。

②経営改善による持続的経営の維持へのフォローアップ

事業計画策定事業者については、事業の進捗管理を支援するため原則3か月に1回の巡回指導を行い、事業計画書で目標を立てた四半期毎の損益に対する進捗状況の確認を行うとともに、行動計画についても、取り組んだこと、改善点等を確認の上、指導カルテ（商工会共通のシステムである基幹システム）に入力することにより管理し、事業計画が円滑に進むためにPDCAサイクルの実施などによる個社に合わせた指導・助言の継続的なフォローアップ支援を実施する。

また、計画通りの進捗がみられない策定者に対しては、岩手県商工会連合会と連携しながら岩手県商工会連合会の専門家派遣制度を活用し、中小企業診断士や販路開拓アドバイザー等による専門的な知見によるアドバイスにより計画の再構築に向けた支援につなげていく。

なお、事業計画の実施に伴う資金調達が必要な場合は、日本政策金融公庫の「小規模事業者経営発達支援融資制度」や岩手銀行雫石支店、北日本銀行雫石支店等と連携して県及び町制度融資の活用を支援する。

③事業承継計画策定後のフォローアップ

事業承継計画を策定した小規模事業者に対しては、原則3か月に1回の巡回訪問を行い、事業者の経営状態をチェックし、経営上の問題が発見された場合には早期に解決策を立案するなどしてフォローアップ支援を行う。

また、経営ノウハウの早期の承継と、新たな事業展開が重要になってくることから、岩手県商工会連合会の専門家派遣による支援を実施するとともに、利益が出せる経営体質を構築できるように計画のフォローアップ支援を行う。

なお、第三者に承継するケースの場合には、計画策定時と同様に岩手県事業承継引継ぎセンターと連携し、円滑な事業承継が進むように取り組むとともに、岩手県商工会連合会の専門家派遣制度による専門家を活用して支援を行う。

(2) 創業計画策定後のフォローアップの実施

創業者に対しては、原則2か月に1回の巡回訪問を行うとともに、作成した創業計画に基づいたヒアリングを行い事業の達成状況の確認を行う。特に資金繰りの状況については経営が安定するまでの間、定期的な状況把握を実施する。

また、専門的な課題については、商工会連合会の専門家派遣事業やよろず支援拠点への相談を通じて解決の支援を行うとともに、岩手県商工会連合会主催の創業スクールへの受講を促しながら創業者の経営知識習得を図っていく。

目 標

支 援 内 容		現状	平成 31年度	平成 32年度	平成 33年度	平成 34年度	平成 35年度
事業計画策定事業者数 (事業承継計画策定事業者含む)		0	20	20	20	20	20
フォローアップ回数(年4回)		0	80	80	80	80	80
創業者フォローアップ	創業計画策定事業者数	0	2	2	2	2	2
	フォローアップ回数(年6回)	0	12	12	12	12	12

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

今までは、小規模事業者が取り組む販路開拓や販路拡大につながる商品やサービスに関する需要動向調査は、特に行っていなかった。商品やサービスに関する需要動向についての資料、データは、各方面から情報提供されているが、必要とする小規模事業者に対して、商品の改善やサービスのブラッシュアップにつながるような分析ができていないのが現状である。

課題としては、自社が提供する商品やサービスについて、小規模事業者が得られる需要動向は、経営指導員の知識や経験に依存している状態であり、客観的で有効な情報を収集して整理分析する仕組みづくりが必要である。

また、各方面から統計資料や情報紙として提供されているデータなどを基に分析した資料を、どのように小規模事業者に提供し活用していくかが課題である。

本事業においては、小規模事業者が販路を新規に拡大したり、売れる商品開発を行う場合、プロダクトアウトではなく、マーケットインの考え方が重要であり、自社の商品サービスのマーケットやターゲット、トレンドやニーズといった地域内外の需要動向を把握するための調査を実施する。

調査した結果については、整理して、情報提供することで、今まで事業者が気づいていなかった顧客の存在を自覚させ、需要開拓につなげていくことを目的とする。

整理分析したデータは、巡回指導や窓口相談で経営指導員が行う支援の際に、情報提供する。

(1) 地域内の消費者ニーズに関する調査 (B to C)

道の駅「雫石あねっこ」での需要動向調査

雫石町には第三セクター方式で株式会社あねっこが運営する年間約 50 万人の利用客のある観光物産拠点施設、道の駅「雫石あねっこ」があり、地元の特産品、お土産品、農産物（加工品を含む）を取り揃え、販売施設やレストラン、温泉、オートキャンプ場等が併設されている。

今後は、道の駅「雫石あねっこ」に商品を納入している地元の小規模事業者の納入品目の中から、食品加工品（雫石町産のトマトを使用したスープカレー等）や伝統工芸品（亀甲織等）を扱う事業者について、観光客等を対象にアンケート調査を実施するとともに、同社からも部門別売上や、食品加工品などの売れ筋商品、消費者の需要動向情報を提供していただき、アンケート調査と併せて分析し、納入事業者のお土産品開発や特産品開発など、新たな需要の開拓につなげる個社支援に活用する。

また、管内の飲食店に於いて、来店者を対象としたアンケート調査を実施し、各個店のメニューに対する需要動向調査を行い、既存のメニューの改良や、新たなメニューの開発につなげる個社支援に活用する。

① 特産品調査（食品加工品、伝統工芸品他）

【実施施設】道の駅「雫石あねっこ」

【支援対象】食品加工業者 3 社、伝統工芸品製造業者 2 社

【対象者】実施施設に来訪した観光客（食品の場合は試食を行う）

【調査方法】ヒアリングによるアンケート調査を実施する（7月に実施）

1社あたり 1 アイテム×50 件×5 社=250 件

【活用方法】調査結果を、年代別や男女別の嗜好が分かるように整理分析し、事業者に対して集計結果を提供し、消費者に支持される商品づくりに生かしていく。

【調査項目】食品(a 味 b 価格 c 量目 d パッケージ e 改善点 属性：住所/年齢/性別/職業等)
伝統工芸品(a デザイン b 価格 c 改善点 属性：住所/年齢/性別/職業等)

② 飲食店調査

【支援対象】町内飲食店 5 店

【対象者】店舗での飲食者

上記 5 店で、それぞれ一つのメニューを選定して 1 店舗あたり 50 人を対象とする。

- 【調査方法】各店舗でヒアリングによるアンケート調査を実施する（8月に実施）
1店あたり1メニュー×50件×5店=250件
- 【活用方法】調査結果を、年代別や男女別の嗜好が分かるように整理分析し、個社に情報を提供することにより、消費者に支持される商品・メニューの改善・開発に活用する。
- 【調査項目】提供されている飲食メニューについての
a味 b価格 c量目 d改善点 e見た目、f店舗の外観、内装
属性：住所/年齢/性別/職業等
について個社に提供する。

（2）首都圏など地域外の需要動向調査（BtoB）

首都圏への販路拡大を目指している、食料品製造業者の商品の首都圏での需要動向を把握するため①『「いわて銀河プラザ」（岩手県産（株）が運営している岩手県のアンテナショップ・東京都中央区銀座）のバイヤー』、及び②『都内レストランオーナーシェフ及び試食モニター』に対する調査を実施する。小規模事業者が全国に販路拡大を図っていくために、売れ筋の商品、商品傾向、求められる機能や付加価値等についても併せて調査を行い、首都圏への販路拡大や、物産展商談会、ネット販売を実施するための参考資料として活用し、それにより商品の改善、開発につなげていく。

①「いわて銀河プラザ」のバイヤーへのヒアリング調査

- 【実施施設】「いわて銀河プラザ」（岩手県のアンテナショップ・東京都中央区銀座）
- 【支援対象】食料品製造3社（お土産品1社当たり3商品 合計9商品）
- 【対象者】「いわて銀河プラザ」のバイヤー
- 【調査方法】バイヤー向けにヒアリング調査を実施する（8月・年1回）
（お土産品、雫石産菜種油で揚げた、たんたんドーナツ等、1社あたり3商品×3社=9商品）
- 【活用方法】調査結果を事業所毎、商品毎に整理分析し、食料品製造業者の新商品・メニュー開発や商品改良、さらには物産展・商談会へ出店する際の参考資料として活用する。
- 【調査項目】a味、b価格 c量目 dパッケージ（見た目） e改善点 f売れ筋商品（競合商品） gネット販売時必要条件 h納期 i賞味期限等

②都内レストランオーナーシェフ及び試食モニターへの調査

- 【実施施設】都内レストラン
- 【支援対象】食料品製造3社（半加工食材を1社当たり3商品 合計9商品）
- 【対象者】都内レストランオーナーシェフ1者及び5名の女性試食モニター
- 【調査方法】シェフによる対象商品を使用した試食会を実施する（10月・年1回）
（半加工食材を1社あたり3商品×3社 合計9商品）
試食会は、対象としたシェフ1名のレストランを会場として借用し、シェフに雫石産の半加工食材（雫石牛を使用したハンバーグ等）を使用したメニューを調理してもらい、5名の女性試食モニターを対象に試食会を行う。
- 【活用方法】調査結果を事業所毎、商品毎に整理分析し、対象事業者へフィードバックし食料品製造業者の新商品・メニュー開発や商品改良、さらには物産展・商談会へ出店する際の参考資料として活用する。
- 【調査項目】シェフ対象 a味、b価格 c量目、最小ロット d改善点 e調理のしやすさ
f納期 g賞味期限等
モニター対象 a味、b価格 c見た目 e改善点

(3) 専門家の派遣及び外部データの活用による需要動向調査

本会の需要動向調査だけでは補えない部分を、必要に応じて専門家からのアドバイスや外部機関、関係機関からのデータを得ながら、個社の希望する内容を提供して商品・サービスの開発や改良支援に繋げる。

①エキスパートバンク（専門家派遣制度）等の外部専門家を活用し、需要動向に関するアドバイスを受ける。（売れ筋商品情報、パッケージ、価格等）

【支援対象】（1）、（2）で調査したすべての商品。

【活用方法】事業計画を策定する事業者の商品の動向や市場・業界動向について整理分析し、個社に情報を提供することにより、上記（1）及び（2）で調査した需要動向調査内容を補完し、商品サービスの向上につなげていく。

②日経テレコム「POS EYES」システム活用による情報提供

個社に対しては事業計画を策定する前に「日経テレコムのシステム」を活用し必要な業界動向や市場シェア、最新消費トレンド（売れ筋商品ランキング等）を提供する。

【支援対象】（1）、（2）で調査したすべての商品。

【活用方法】事業計画を策定する事業者の商品の動向や市場・業界動向について整理分析し、個社に情報提供（年4回）することにより、上記（1）及び（2）で調査した需要動向調査内容を補完し、商品サービスの向上につなげていく。

目標

内容	現状	平成 31年度	平成 32年度	平成 33年度	平成 34年度	平成 35年度
(1)① 特産品調査（食品加工品、 伝統工芸品他）回数 （調査件数） （調査対象事業者数）	0 (0) (0)	1 (250) (5)	1 (250) (5)	1 (250) (5)	1 (250) (5)	1 (250) (5)
(1)② 飲食店調査回数 （調査件数） （調査対象事業者数）	0 (0) (0)	1 (250) (5)	1 (250) (5)	1 (250) (5)	1 (250) (5)	1 (250) (5)
(2)① 地域外需要動向調査 バイヤー向け実施回数 （調査件数） （調査対象事業者数）	0 (0) (0)	1 (9) (3)	1 (9) (3)	1 (9) (3)	1 (9) (3)	1 (9) (3)
(2)② 地域外需要動向調査 シェフ向け実施回数 （調査件数） （調査対象事業者数）	0 (0) (0)	1 (9) (3)	1 (9) (3)	1 (9) (3)	1 (9) (3)	1 (9) (3)
(3)①専門家派遣の回数	0	3	3	3	3	3
(3)②外部データの活用 による需要動向に関する 提供回数	0	4	4	4	4	4

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】

これまでの、新たな需要の開拓に寄与する事業に関しての取り組みは、物産を取り扱う業者を中心に、物産展、展示会、商談会等の周知にとどまり、一部の業種に偏るものとなり、十分とは言えなかった。

本計画では、事業計画策定事業者に対して、それぞれにおける新たな需要開拓や販路拡大に資するために、物産展や展示会等への出展支援を行う。

また、事業者の経営状況の分析、地域の経済動向調査、需要動向調査に基づき、行政や関係機関などが実施している物産展等の開催情報や申請手続き、各種補助制度等について、本会ホームページ等で情報発信するとともに、巡回・窓口相談時に情報提供をして参加や活用を促すことで、事業者への出展支援や参加支援と同時に、ITを活用した販路開拓を支援するためSNS活用セミナーの開催を行う。

事業内容

(1) 物産展等への出展支援

事業者に対して、岩手県、雫石町、岩手県商工会連合会などが実施している物産展、展示会、商談会、見本市等の開催情報や申請手続き、各種補助制度等について本会より情報発信するとともに、巡回・窓口相談時に情報提供して参加や活用を促すことにより、事業者への出展支援や参加支援を行う。

① 「いわて食の大商談会」などを活用した地域資源・農商工連携事業者の販路の拡大（BtoB）

「いわて食の大商談会」は岩手県内から食品製造事業者などを中心に約50社が集まり、ホテル会場内に事業者ごとに出展ブースを設け、各事業者のこだわりの食材・商品を展示。その場で試食や商談をしながら、大手百貨店やスーパーなどの食品流通関係のバイヤーによるBtoBの商談が行われている。

したがって上記商談会に、当地域のコメや牛肉などの地域資源等を活用した食品加工業者の出展を支援し、販路の拡大を目指す機会として活用する。

また、これまでは「いわて食の商談会」については、岩手県を通じた出展募集を地域内に案内して、出店者を募るのみで具体的なサポートは行っていなかったため、当地域からは毎年1～2事業者の出展にとどまっていた。今後は、出展希望の事業者については、岩手県産(株)等と連携して出展事業者の主力商品等を載せたパンフレットを作成し、百貨店等に事前に周知するなどバイヤーの参集に努め、当日は経営指導員等が商談・成約をサポートする。

平成30年度は4事業者の出展と、その内2事業者の商談成約を目標とする。

なお、効果的に商談を進めるために以下の取り組みを支援する。

- ・商談前の支援・・・販促ツール、商談シートの作成
- ・商談当日の支援・・・経営指導員が同行し商談をサポート
- ・商談後の支援・・・商談の結果についてフォローし、再商談等の支援

② 「いわて銀河プラザ」等への出店支援（BtoC）

「いわて銀河プラザ」は、豊かな自然や風土に育まれた四季折々の食品、歴史や伝統に培われ匠の技により造りあげられた工芸品など「いわてブランド」約1,800アイテムを一堂に集めた岩手県最大のアンテナショップである。

事業者に対して、東京都中央区銀座に店舗を構える岩手県のアンテナショップ、「いわて銀河プラザ」への出店支援し、PR及び下記の販路開拓支援を行う。

なお、効果的に販売を促進するために以下の取り組みを支援する。

- ・出店前の支援・・・商品のブラッシュアップ、出店交渉
- ・出店当日の支援・・・経営指導員が同行し、アンケート調査の実施と出店のサポート
- ・出店後の支援・・・アンケート調査結果についてフォローし、再出店の支援

③ 「ニッポン全国物産展」（全国商工会連合会）への出展支援（BtoC）

事業者に対して、年1回、東京で開催される全国商工会連合会の「ニッポン全国物産展」への

出展を通じたテストマーケティングにより、販路開拓支援を行う。

「ニッポン全国物産展」は、地域資源や伝統技術を活かした新しい商品づくりなど各地域の特色を活かした特産品を全国から集め、消費者や流通業者などに対して幅広く紹介することにより、新たな出会いの場を提供し、市場開拓等を支援するとともに、中小・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的に毎年1回、東京都の池袋サンシャインシティで開催されている。

事業者に対して、出展情報を提供し、PR及び販路開拓支援を行う。

なお、効果的に販売を促進するために以下の取り組みを支援する。

- ・出展前の支援・・・商品のブラッシュアップ
- ・出展当日の支援・・・経営指導員が同行し、アンケート調査の実施と出展のサポート
- ・出展後の支援・・・アンケート調査結果についてフォローし、再出展の支援

④「全国軽トラ市」への出店支援（BtoC）

軽トラ市は、平成17年に雫石町で初めて開催され、「元祖しずくいし軽トラ市」として、本年で13年目を迎える。現在では全国各地150カ所以上の地域で軽トラ市が開催されるなど、地域の活性化に一定の役割を果たしており、各地の軽トラ市との間で、特産品の取寄せ等、域外の取引も発生している。

このような状況の中、年に1回、全国各地で開催される「全国軽トラ市」への出店を支援し、雫石町の特産品の販路開拓を行うとともに、テストマーケティング及び観光資源のPR活動等を行う。

平成30年度は栃木県宇都宮市で開催される「全国軽トラ市 in うつのみや」に出店する2事業者を支援する。

なお、効果的に販売を促進するために以下の取り組みを支援する。

- ・出店前の支援・・・開催地の情報提供（他出店者の販売品目、売れ筋、客単価等）
- ・出店当日の支援・・・経営指導員が同行し、販売及び事業所のPRサポート
- ・出店後の支援・・・次回出店に向けた開催地の情報提供等

(2) インターネットを活用した販路開拓支援

現在、当地域の小規模事業者の多くは、自社ホームページによる情報発信、オンラインショップなどの機能がなく、直接売上の増加につながる効果的な手段を持ち合わせていない状況である。

今後は、支援機関が運営するECサイトへの掲載を推進し、ITを活用した販路開拓を積極的に支援する。また、フェイスブックなどのSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）を活用した情報発信も支援し、小規模事業者の需要開拓に向けた取組みを促す。

①「ニッポンセレクト.COM」を活用した販売支援

運営主体：全国商工会連合会

目的：地域外消費者への認知度向上とITを活用した販路開拓

支援対象者：地域外へ販路開拓目指す加工業者・食品製造業者 2社

支援内容：登録申請事務手続き支援、商品紹介文作成支援

効果：全国規模の特産品ポータルサイトであるため、ビジネスチャンスの増大が期待される。

②「SHIFT」による簡易ホームページの作成支援

運営主体：全国商工会連合会

目的：これまでホームページを持たなかった小規模事業者の認知度向上とITを活用した販路開拓

支援対象者：ホームページを持っていない小規模事業者 2社

支援内容：登録申請支援、定期的な更新支援

効果：ITの活用が促進され、消費者に対する認知度向上につながるとともに、ページ内から直接受注も可能であることから、ビジネスチャンスの増大が期待される。

③「SNS」活用セミナーの開催による情報発信及び販売促進支援（新規）

町内の小規模事業者の多くは、ITを活用した情報発信を苦手とし、事業機会を狭めてい

る。ホームページを作成して事業利用している事業者でも、顧客等への情報発信を積極的に行うことが少なく、顧客の囲い込みが不十分であると思われる。そこで、SNS活用セミナーを開催し、販路開拓のためのSNS活用の促進と販売促進を図るものとする。

目的：SNSを活用して情報発信を行うとともに販売促進を活性化させる。

支援対象者：SNSを活用したビジネスチャンスを開拓する小規模事業者

支援内容：専門家によるSNS活用セミナーを実施するとともに、経営指導員等による個別指導を実施する。

効果：SNSの活用により新たな顧客の獲得や、既存顧客の囲い込みが期待できる。

目標

内容	現状	平成 31年度	平成 32年度	平成 33年度	平成 34年度	平成 35年度
いわて食の商談会への出展支援件数 (成約件数)	0 (0)	4 (2)	4 (2)	4 (2)	5 (3)	5 (3)
いわて銀河プラザへの出展支援件数 (全体売上目標)	0 (0)	2 (15万円)	2 (15万円)	2 (15万円)	3 (30万円)	3 (30万円)
ニッポン全国物産展への出展支援件数 (全体売上目標)	0 (0)	2 (15万円)	2 (15万円)	3 (30万円)	3 (30万円)	3 (30万円)
全国軽トラ市への出展支援件数 (全体売上目標)	1 (8万円)	2 (10万円)	2 (10万円)	3 (20万円)	3 (20万円)	3 (20万円)
ニッポンセレクト.COM掲載事業所数 全体売上目標	0 0万円	2 10万円	2 10万円	3 15万円	3 15万円	3 15万円
ホームページ開設(SHIFT)掲載事業所数 全体売上目標	1 2万円	2 10万円	2 10万円	3 15万円	3 15万円	3 15万円
SNS活用セミナー実施回数(参加事業者数)	0 (0)	1 (5)	2 (10)	2 (10)	2 (10)	2 (10)
SNS活用による全体売上目標	0万円	10万円	10万円	20万円	20万円	20万円

II. 地域経済の活性化に資する取組

これまで、本商工会では、地域の特産品である米、トマト、わさび、そばをはじめとする豊富な農産物と、雫石牛や南部かしわなどの畜産物を活用した商品開発に取り組んできたが、ブランド力が弱く地域の特産品としての地位を十分に確立することができていなかった。雫石町の知名度向上や地域のイメージアップを図ることなど、資源を生かした商品開発や、地域ブランドの再構築を目指した取り組みが課題となっている。本計画における地域経済活性化の取り組みとして、行政や商工会等が構成委員となっている、しずくいし料理研究会グループ等、地域の多様な機関で地域活性化などの方向を共有する仕組みの活用と、商品開発や新たな地域ブランドを構築しながら、埋もれた観光資源の掘り起こしと観光ルートの設定などを行い、観光客の増加と小規模事業者の売上向上に結び付ける。また、「元祖しずくいし軽トラ市」を本町の観光資源の核として、中心商店街活性化のイベントとして更に活用していくことで、地元商店街の売上の増加と交流人口の拡大につなげ、地域経済の活性化をめざす。

事業内容

(1) 地域経済活性化のための検討委員会の設置

地域経済活性化のため「元祖しずくいし軽トラ市」等の振興事業、観光資源の掘り起こし、観光回遊ルートの開発など関係者間の意識の共有や以下の具体的な活性化事業の実施、検証等を行うため「雫石町地域振興委員会」を設置する。構成メンバーは行政（町）、JA新しいわて雫石支所、地元金融機関、専門家、本商工会とし年2回開催する。

(2) 地域資源を活用した商品開発事業

本町で採れる新鮮で豊富な農産物、特にトマトは生産量、質とも優良であるが、全町的な生産の拡大には至っていない。従ってトマトのブランドの普及を通じた活性化が地域にとって必要である。現在、トマトを利用した「雫石スープカレー」の開発を進めているが、雫石町、JA、生産者組合、加工事業者、観光施設等が集まって、しずくいし料理研究会グループが組織されており、雫石トマトの普及や商品開発等を通じた活性化策を検討する場で、さらに資源の掘り起こしを行い、特産品の開発に取り組んでいく。

具体的には、毎年2月に「スープカレー祭り」を町内15飲食施設で展開しており、その結果を踏まえて、それぞれのメニュー提供と販売の状況を把握分析し、次のメニューやバリエーション作りを進めて行く。また、町外への販売強化を図るため、土産品等の開発と飲食店等で提供できるメニュー作りに取り組み、町内飲食店でのテスト販売を行う。

(3) 特産品等のブランド化事業

既存商品も含めて、雫石町のイメージを具体化していくためのブランディングをするに当たっては、雫石町、一般社団法人しずくいし観光協会、卸小売業者、製造業者との連携により、雫石ブランドを検討する。その際、岩手県商工会連合会の専門家派遣事業制度（エキスパートバンク制度）やミラサボ等の専門家派遣制度を活用し、①雫石ブランドの定義、②ロゴマーク、③個別商品のパッケージデザイン等をトータルでコーディネートし、イメージの向上を図っていく。

(4) 観光資源の掘り起こしと観光ルートの設定

雫石町、一般社団法人しずくいし観光協会との連携により、町内の観光スポットの洗い出しを行い、リスト化を図る。観光資源のリストを反映させた観光コースの設定を行う。

(5) テストマーケティング及びチャレンジショップの実施

毎年5月から11月の第1日曜日の年7回、商工会が主催する「元祖しずくいし軽トラ市」において、販売スペースを活用し、これまでに開発してきた商品も含めた新商品の試験販売を行う。また、創業者等に販売スペースを提供し、チャレンジショップとしてPRを行い、雫石町内での新規開業を支援する。



雲石スープカレー



元祖しずくいし軽トラ市

Ⅲ. 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

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

これまでは、経営改善普及事業等で関係案件が生じた際に、その都度、他の支援機関の担当者同士で情報を入手することが主体で、組織的に支援方策等を入手し商工会として蓄積する仕組みとはなっておらず、関係機関との定期的な情報交換を行うことが課題となっている。

本計画では、これまで商工会単独ではなかなか得られなかった支援課題の把握や融資支援のあり方などの支援ノウハウについて、情報交換や事例検討の機会を設定するため、他の支援機関との連携を強化する。

(1) 岩手県信用保証協会及び地元金融機関との連携

毎年1回開催される、岩手県信用保証協会と盛岡広域商工団体との金融関連の勉強会及び地元金融機関である岩手銀行雫石支店、北日本銀行雫石支店の融資担当者との金融及び町内景況などの情報交換会を年2回行う。

①岩手県信用保証協会と盛岡広域商工団体との勉強会

- ・各種保証制度について
- ・盛岡広域の景況について

②岩手銀行雫石支店、北日本銀行雫石支店との情報交換会

- ・雫石町利子補給制度利用状況について
- ・雫石町の融資斡旋状況について

(2) 日本政策金融公庫との連携

年2回開催される、日本政策金融公庫盛岡支店管内の商工会、商工会議所の経営指導員等が参加する「経営改善貸付連絡協議会」で、支援方策、支援の現状、支援課題及び景況や地域課題についての情報交換をすることにより、支援能力の向上を図る。

①情報交換の相手先 日本政策金融公庫盛岡支店管内の商工会、商工会議所の経営指導員等

②情報交換の機会 頻度 年2回の「経営改善貸付連絡協議会」

③情報交換の内容や目的 支援方策、支援の現状、支援課題及び景況や地域課題について

(3) 岩手県商工会連合会との連携

年1回開催される、「経営力向上支援発表大会」では、県内の経営指導員等が集まり、経営革新支援の取り組みと成果について発表しており、優れた経営支援事例や特徴的な販路開拓の方法、業種別の課題等について情報交換を行うことにより支援能力の向上を図る。

①情報交換の相手先 県内の経営指導員等

- ②情報交換の機会、頻度 年1回開催される、「経営力向上支援発表大会」
- ③情報交換の内容や目的 優れた経営支援事例や特徴的な販路開拓の方法、業種別の課題等

(4) マーケティング系のコンサルタント等との連携

事業計画策定支援のために企業支援を年に2～3回継続実施しており、その際に本会経営支援に対する支援実施方法や首都圏等地域外の販路開拓につながる情報等のノウハウについての情報交換を実施していることから、今後も継続実施する。

- ①情報交換の相手先 マーケティング系のコンサルタント
- ②情報交換の機会、頻度 年2～3回 企業支援の際
- ③情報交換の内容や目的 地域外の販路開拓につながる情報等のノウハウについて

2. 経営指導員等の資質の向上等に関すること

これまで、経営指導員等の資質向上のため、岩手県商工会連合会の実施する各種研修や外部研修の受講を進めてきたが、研修成果の共有やOJTの取り組みが弱い点に課題があった。

今後は、経営指導員は、コーチングなどによる相談対応能力や事業計画策定などに関する指導能力の向上が必要になるほか、経営支援スタッフについてもこれまでの税務・記帳などの業務だけでなく、経営指導員の業務を補助するとともに簡易な分析や経営状況の把握などに基づく計画策定支援などのノウハウの取得が必要になってくる。

本計画では、各種研修受講の強化、受講結果の共有、OJTの充実化などに取り組み、経営指導員および経営支援スタッフの支援能力の向上をめざす。

(1) 独立行政法人中小企業基盤整備機構が主催する研修

- ①経営指導員向け小規模事業者支援研修（個社支援型3日コース）の受講
毎年1回、経営指導員が受講し、小規模事業者の経営計画策定支援の進め方を中心に、支援能力の向上を図る。
- ②中小企業支援担当者等研修の受講
支援担当者を毎年1名、中小企業大学校東京校又は仙台校に派遣し、下記研修コースを計画的、継続的に受講し、支援能力の向上を図る。
 - ・経営計画の策定
 - ・農商工連携・地域資源活用事業支援の進め方
 - ・経営改善支援の実務
 - ・税務・財務診断

(2) 岩手県商工会連合会が主催する研修

経営指導員や経営支援スタッフを対象に岩手県商工会連合会が主催する各種研修を受講することにより、支援能力の向上を図る。

また、岩手県商工会連合会のエキスパートバンク制度やミラサポ等の専門家派遣制度を有効に活用し、事業者の個別相談において専門家に同行した際に専門家の指導・助言等の支援方策の習得に努め、月1回の職員会議や、実務の際に職員間で情報共有することにより支援能力向上を図る。

- ①経営指導員研修会の受講
経営指導員は、経営指導員研修会（職種別研修、業種別研修、総合研修、経営革新研修等）に参加し、業績向上や経営課題解決を重視した小規模事業者の支援能力の向上を図る。
- ②経営支援スタッフ研修会の受講
経営支援スタッフ（補助員、記帳専任職員）は、経営支援スタッフ研修会（職種別研修、業

種別研修、経営革新研修等)に参加し、業績向上や経営課題解決を重視した小規模事業者の支援能力の向上を図る。

(3) 勉強会及びOJTを通じたスキルアップ

上記研修会等で習得した下記スキルについて、月1回の職員会議において勉強会を実施し、研修結果についての情報の共有を図りながら、さらに現場で実践的に学び、OJTを通じたスキルアップを図る。

- ①事業者とのコミュニケーションの取り方
- ②事業計画の作成・実施方法
- ③創業、成長発展に必要な経営コンサルティング能力
- ④経営診断、経営分析、財務分析、マーケティング分析
- ⑤事業承継、事業再生
- ⑥IT活用等の方策

(4) 支援情報、支援ノウハウの共有化

これらの研修の結果や情報等については、月1回の職員会議において、経営指導員等が説明し他の支援職員との共有を図るなど組織内での情報共有を推進していく。これらの情報やノウハウのほか、本発達計画における各種調査や経営分析の結果、事業計画策定支援やフォローアップの状況などの商工会基幹システム(情報を管理するシステム)を活用し、常に閲覧可能な状態にすることで、組織内での情報やノウハウの共有や職員の異動や退職があった場合にもサービス能力を維持向上できるように取組を進めていく。

3. 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

これまで、年度計画に基づき事業を実施し、理事会報告を行ってきた。しかし、数値目標を詳細に設定した進捗管理は十分に行われてこなかったため、本計画を実施するには不十分な状況である。このため、事業の評価及び見直しの仕組みを構築する必要がある。

本計画では、小規模事業者の支援のための多種多様な事業を展開した結果については、下記の会議等により事業の進捗状況や成果を報告し、外部有識者等を構成員とした経営発達支援評価委員会において、評価・見直しを行うなど、PDCAサイクルによる事業のマネジメントを実施する。

その内容については、雫石商工会のホームページにおいて年1回公表する。

各会議の概要

会議名	会議構成員	開催回数	役割
業務会議	正副会長 3名 職員 5名	年12回	進捗状況確認
理事会	役員 22名 職員 5名	年4回	進捗状況確認、成果報告
経営発達支援評価委員会	外部有識者 1名 役場担当課 1名 岩手県商工連 1名 正副会長 3名 職員 5名	年3回	成果報告、評価、見直し

各会議の開催スケジュール

会議名	4月	5月	6月	7月	8月	9月
業務会議	○	○	○	○	○	○
理事会	○				○	
経営発達支援推進会議				○		

会議名	10月	11月	12月	1月	2月	3月
業務会議	○	○	○	○	○	○
理事会	○			○		○
経営発達支援推進会議		○				○

(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(平成 30 年 11 月現在)

(1) 組織体制 (別紙、雫石商工会組織図のとおり)

雫石商工会の経営発達支援事業を実施するための体制 (事務局人員 4 名)

経営指導員 伊藤 貴明

経営指導員 佐々木 実

補助員 四日市 信也 (PM)

記帳専任職員 中川 美里 (PM)

※PM (プロジェクトマネージャー)

企業を新事業展開などの経営革新・新たな仕組みづくり・経営改善に誘導し、革新と成長を支援するための職員を岩手県商工会連合会が認定する制度である。

【役 割】

- ①経営指導員
 - ・経営発達支援事業全体の統括
 - ・経営発達支援計画のP D C Aの管理
 - ・経営発達支援事業の支援の中核
 - ・経営発達支援計画の連携の中心
 - ・職員へのO J T
 - ・研修の受講等自己研鑽
- ②プロジェクトマネージャー
 - ・経営発達支援事業の支援の中核
 - ・事業者の経営情報、経営動向並びに需要動向の収集、分析
 - ・事業者の事業計画策定支援の中核
 - ・情報の共有化、事業者への情報提供
 - ・経営支援スタッフへのO J T
 - ・研修の受講等自己研鑽
- ③経営支援スタッフ (補助員、記帳専任職員)
 - ・経営発達支援事業の経営状況の分析等支援
 - ・日常の担当業務の中での計画策定支援、フォローアップ
 - ・研修の受講等自己研鑽

(2) 連絡先

①郵便番号 020-0527

②住所 岩手県岩手郡雫石町中町7-4

③電話番号 019-692-3321

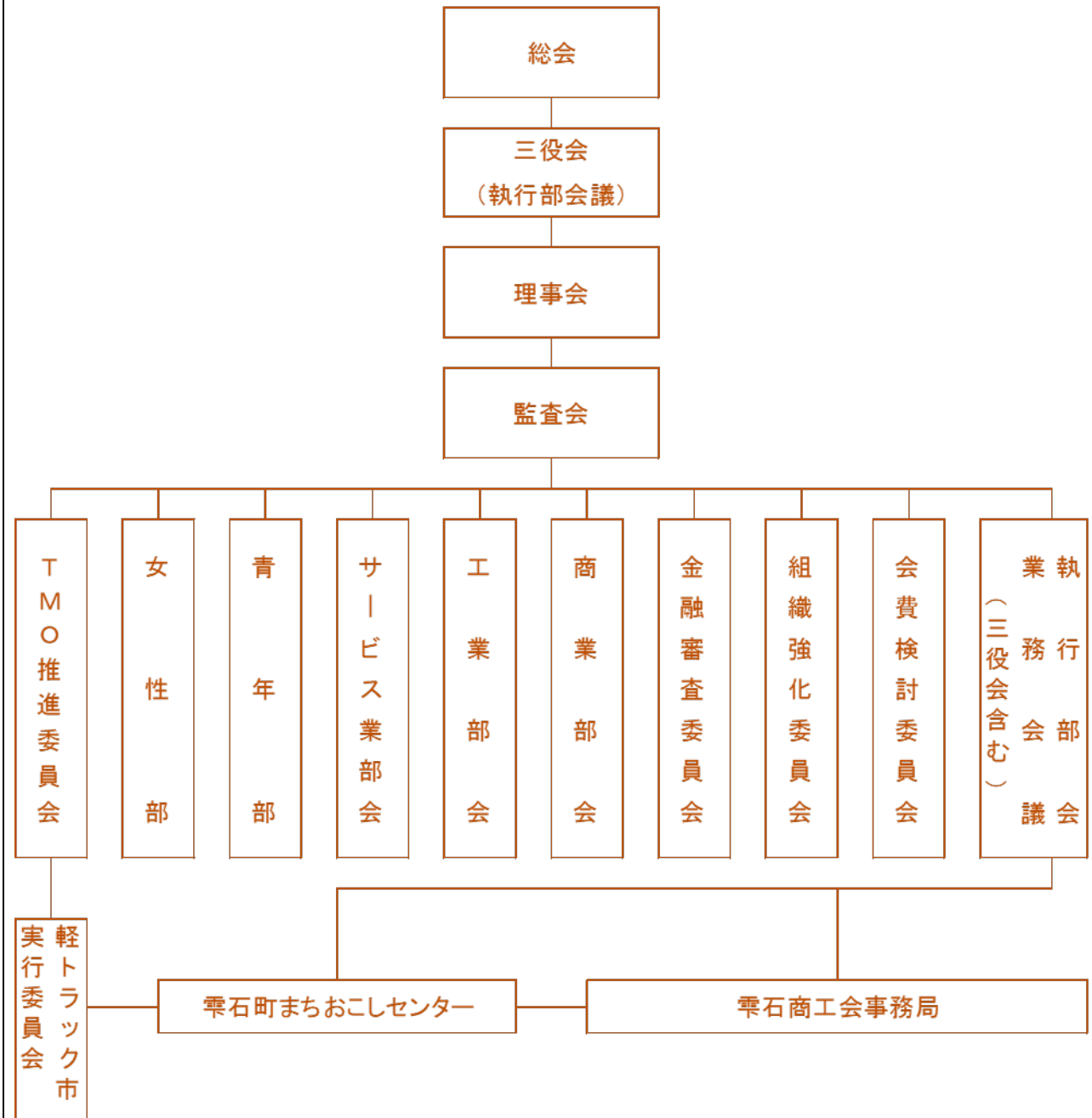
④ファクシミリ番号 019-692-1667

⑤メールアドレス shizukuishi@shokokai.com

⑥ホームページアドレス <http://www.shokokai.com/shizukuishi>

⑦相談担当者氏名 経営指導員 伊藤 貴明、経営指導員 佐々木 実

雫石商工会組織図



(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)

	平成 31 年度 (31 年 4 月 以降)	平成 32 年度	平成 33 年度	平成 34 年度	平成 35 年度
必要な資金の額	3,150	2,920	3,120	2,970	2,970
1. 地域動向分析 支援費	100	100	100	100	100
2. 小規模事業者 の経営分析	1,000	820	820	820	820
3. 事業計画の策 定支援	900	850	850	700	700
4. 事業計画の実 施支援	50	50	50	50	50
5. 需要動向調査	300	300	400	400	400
6. 需要開拓・情 報発信	500	500	600	600	600
7. 地域経済活性 化事業	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、国補助金、県補助金、町補助金、県連補助金、手数料収入、受託料収入

(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)

商工会及び商工会議所以外の者と連携して経営発達支援事業を実施する場合の連携に関する事項

連携する内容
<p>当商工会では関係する機関と連携して以下の事業を行う。</p> <ol style="list-style-type: none">1 地域経済動向や需要動向調査を行う際には、 岩手県商工会連合会、全国商工会連合会、岩手県、雫石町、金融機関、中小企業基盤整備機構、日本政策金融公庫盛岡支店国民生活事業と連携する。【指針③】2 経営状況の分析、経営革新、創業等の支援を行う際には、 岩手県商工会連合会、全国商工会連合会、岩手県、金融機関、中小企業基盤整備機構 岩手県よろず支援拠点と連携しながら、案件発掘から事業計画策定、事業化までの支援を行う。 【指針①、②】3 小規模事業者への販路開拓支援を行う際には、 岩手県商工会連合会、全国商工会連合会、岩手県、中小企業基盤整備機構と連携し、小規模事業者の新たな需要開拓に資する取組を推進する。【指針④】4 地域経済の活性化に係る支援を行う際には、 雫石町、一般社団法人しずくいし観光協会と連携し、商店街の賑わい創出に資する事業を展開する。 【地域経済の活性化に資する取組】
連携者及びその役割
<ol style="list-style-type: none">1 雫石町（役割：上記1、4） 代表者 町長 深谷 政光（担当課、担当者：観光商工課 課長 小志戸前 浩政） 住 所 〒020-0595 岩手県岩手郡雫石町千刈田5番地1 電 話 019-692-21112 岩手県商工会連合会（役割：上記1、2、3） 代表者 会長 高橋 富一 住 所 〒020-0045 岩手県盛岡市盛岡駅西通一丁目3番地8 電 話 019-622-41653 全国商工会連合会（役割：上記1、2、3） 代表者 会長 森 義久 住 所 〒100-0006 東京都千代田区有楽町1-7-1 有楽町電気ビル北館19階 電 話 03-6268-00824 岩手県（役割：上記1、2、3） 代表者 知事 達増 拓也 住 所 〒020-8577 岩手県盛岡市内丸10-1 電 話 019-629-5540

- 5 独立行政法人中小企業基盤整備機構 東北本部（役割：上記1、2、3）
代表者 本部長 高村 誠人
住 所 〒980-0811 宮城県仙台市青葉区一番町4-6-1
仙台第一生命タワービル6階
電 話 022-399-6111
- 6 公益財団法人いわて産業振興センター（よろず支援拠点）（役割：上記2）
代表者 理事長 立花 良孝
住 所 〒020-0857 岩手県盛岡市北飯岡2-4-26
先端技術センター2階
電 話 019-631-3820
- 7 日本政策金融公庫盛岡支店国民生活事業（役割：上記1、2）
代表者 事業統轄 松田 勝彦
住 所 〒020-0024 岩手県盛岡市菜園2-7-21
電 話 019-623-4392
- 8 岩手銀行雫石支店（役割：上記1、2）
代表者 支店長 野々村 渉
住 所 〒020-0527 岩手県岩手郡雫石町中町12-3
電 話 019-692-2121
- 9 北日本銀行雫石支店（役割：上記1、2）
代表者 支店長 田中 一史
住 所 〒020-0544 岩手県岩手郡雫石町柿木67-17
電 話 019-692-5400
- 10 一般社団法人しずくいし観光協会（役割：上記4）
代表者 理事長 松原 久美
住 所 〒020-0524 岩手県岩手郡雫石町寺の下46-3
電 話 019-692-5138

連携体制図等

情報を共有し、連携した小規模事業者の育成・指導連携

