

## 経営発達支援計画の概要

実施者名	岩泉商工会（法人番号 7400005004247）
実施期間	平成28年4月1日～平成33年3月31日
目 標	<p>(1) 小規模事業者支援機関としての役割を踏まえた目標 個別事業者の経営力向上 地域外の需要開拓</p> <p>(2) 総合的経済団体としての役割を踏まえた目標 交流人口の増大と地域事業者への波及 地域ブランド化と賑わいの創出</p>
事業内容	<p>・ 経営発達支援事業</p> <p>1. 地域の経済動向調査に関すること【指針】 中小企業景況調査、消費者ニーズ調査、観光客等の需要動向調査、当会が行う観光関連事業やプレミアム商品券事業に関するアンケート調査等により地域の経済動向について調査分析し、その結果を踏まえた情報提供と支援を行う。 (具体的目標) ・ 中小企業景況調査 年15社 ・ 消費者ニーズ調査 年1回 ・ 観光客等需要動向調査 月1回 ・ 観光関連事業・プレミアム商品券アンケート 年100件⇒年500件</p> <p>2. 経営状況の分析に関すること【指針】 巡回訪問を強化し、きっかけシートにより自社の現状分析・課題抽出を行うとともに、基礎的支援や経営に関するセミナーの実施を通じて経営分析及び意向調査を行う。その結果を踏まえ、支援内容により持続化支援、経営革新支援、基礎的支援等のいくつかのグループに分類し支援を行う。 (具体的目標) ・ 巡回訪問件数 年1000件 ・ 経営計画セミナー受講者数 年50人 ・ 専門家派遣 年10回 ・ 経営分析件数 年12件</p> <p>3. 事業計画策定支援に関すること【指針】 小規模事業者の持続的発展のためには、地域の経済動向や自社の経営状況を踏まえ、事業計画の策定とそれに基づく経営の推進により、経営課題を解決していくことが有効であることを啓発・普及するとともに、事業計画策定に意欲的な事業者の掘り起し、事業計画策定についての伴走型支援を行う。 (具体的目標) ・ 情報発信回数(文書・HP) 年12回 ・ 経営計画セミナー受講者数 年50人 ・ 経営革新計画支援事業者数 年2社 ・ 持続化補助金支援事業者数 年20社 ・ 小規模事業者経営発達支援融資制度 年1社 創業・事業承継計画策定支援に関すること 金融機関や町の商工担当、農業担当等と連携し、各分野の創業、事業承継の希望者の掘り起しを行い、伴走型支援により創業・事業承継計画策定支援を行う。 (具体的目標) ・ 創業支援相談件数 年3件 ・ 事業承継支援 年3件</p> <p>4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針】 事業計画を策定した事業者全てを対象に、巡回等により事業計画の進捗状況を確認する他、事業者の状況やニーズにより資金面でのマル経や情報面でのSHIFTなど、有効な手段は積極的に活用を促すなど、経営課題の解決に向けてフォローアップを行い、事業計画が円滑に実施されるように支援する。 (具体的目標) ・ マル経あっせん事業所数 年10社 ・ SHIFTの登録事業者数 年5社 ・ 経営計画セミナー受講者数 年50人 ・ フォローアップ件数(事業計画策定) 四半期に1回以上 ・ フォローアップ件数(創業・事業承継) 四半期に1回以上</p> <p>5. 需要動向調査に関すること【指針】 需要動向に関して、地域の消費者ニーズ調査、観光客の消費者ニーズ調査、当地産加工品に関する地域外のバイヤー聞き取り調査、松茸の業務用需要動向のバイヤー聞き取り調査等を、専門家を招聘して実施するとともに、調査・分析した結果を小規模事業者に情報提供することにより事業計画の策定や新たな需要の開拓等に活用する。 (具体的目標) ・ 地域の消費者ニーズ調査 年300件 ・ 観光客の消費者ニーズ調査 年300件 ・ 当地産加工品に関する地域外のバイヤー聞き取り調査 年10件 ・ 松茸の業務用需要動向、バイヤー聞き取り調査 年10件</p> <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】 特産品の製造事業者等については、商談会・物産展等の開催情報の提供や申請手続などの出展支援やアンテナショップへの出品支援等を通じた販路開拓支援を行う他、WEBを活用した販路開拓支援として、HP作成支援ツール「SHIFT」、通販サイト「ニッポンセレクト」、「ふるさと納税制度」等の積極的な活用と出品について支援する。また、特にテイクアウト店等については、販促看板活用により集客強化を図るなどの販路開拓支援を行う。 (具体的目標) ・ 商談会等での商談件数 年10件 ・ いわて銀河プラザでの新たな商品の取扱数 年5件 ・ むらからまちから館での試験販売件数 年5件 ・ SHIFTの登録事業者数 年5社 ・ ニッポンセレクトへの出品数 年5件 ・ ふるさと納税制度への出品数 年5件 ・ 販促看板の活用店舗数と特定品目別購入点数の向上 2店増(各品目5%増)</p> <p>・ 地域経済の活性化に資する取り組み 地域資源を活かした地域経済活性化事業を実施し交流人口の増加を図るとともに、特産の松茸等の取り組みを継続し関係機関と連携しながら地域ブランド化につなげる。各種イベントの実施と協力により賑わいを創出し、龍泉洞の観光客178千人等、交流人口を地域商工業者に波及し地域内消費拡大を図る。 (具体的目標) ・ イベントへの連携、実施 年6回 ・ 観光ガイド集客 年1,500件 ・ 食のイベント集客 年1,100件⇒年1500件 ・ プレミアム商品券発行数 年5,000セット</p>
連絡先	<p>岩泉商工会 住所 〒027-0501 岩手県下閉伊郡岩泉町岩泉字中野40番地42 電話 0194-22-3245 F A X 0194-22-5399 ホームページ <a href="http://www.shokokai.com/iwaizumi/">http://www.shokokai.com/iwaizumi/</a></p>

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 現状と課題

(1) 地域の現状と課題

岩泉町は、岩手県の北東部、北上高地のほぼ中ほどに位置し、人口 10,170 人 (H27. 3. 31 現在、住民基本台帳)、面積が 992.92 平方キロメートルと本州で一番広い町である。地域資源としては、日本三大鍾乳洞の龍泉洞を始めとする洞穴群、早坂高原、陸中海岸など全国に誇る自然の造形美がある。龍泉洞の清らかな水を使った「龍泉洞の水」や「岩泉ヨーグルト」に代表される森と水を基軸とした加工食品、木工、工芸品などの特産品づくりも活発に行われている。また、山林が町の面積の 91.3%を占める地域特性を生かした農林畜産物として、松茸、椎茸、畑わさび、短角牛、雑穀などの生産が盛んである。これらの魅力ある地域資源を有機的に連携することにより、ブランド化や賑わいの創出を図っていくことが課題である。

龍泉洞の観光客数の推移を見ると、平成 26 年度で 178 千人 (H27. 3. 31 現在) であり、昭和 60 年度の 471 千人をピークに減少傾向となり、平成 22 年度には 171 千人と 200 千人の大台を割り込んでいる。東日本大震災により平成 23 年度には一時 62 千人まで落ち込んだものの、NHK 連続テレビ小説「あまちゃん」効果や三陸鉄道の全面開通等により平成 26 年度には 178 千人と横ばいから微増に転じている。観光客を現在よりも減少しないように維持しつつ、魅力ある地域資源を有機的に連携した観光・物産振興が課題である。

急速な少子高齢化や人口減少などは著しく、地域経済が停滞しているのに加え、大型店の進出や近隣都市への消費者の流出、経営者の高齢化、後継者不足等が拍車をかけ、商工業者を取り巻く環境は一層厳しさを増しており、小規模事業者は減少傾向にある。一方、建設業を中心に震災復旧・復興関連の公共工事の増加と進展により、資材や労務費の高騰は続いているものの業績が大幅に改善している業種も見られる。中長期的には、地域内外の消費者ニーズに対応した事業展開と雇用の場の創出が課題である。

(2) 岩泉商工会の現状と課題

地区内の商工業者数は、平成 24 年経済センサスにおいて 467 となっており、平成 21 年経済センサスの 524 に比べて 10.9%減少している。このうち小規模事業者数は、平成 24 年経済センサスにおいて 404 となっており、平成 21 年経済センサスの 451 に比べて 10.4%減少している。また、商工業者のうち 86.5%が小規模事業者であり、景気の低迷、消費者ニーズの変化、大型店の進出、近隣都市への消費者流出等の影響を受けやすく、経営者の高齢化、後継者不足等と相まって大変厳しい状況である。事業者の経営力向上に向けて事業計画策定と実施支援を行うとともに、創業・事業承継を促進することが課題である。

一方、会員数は、昭和 60 年の 420 をピークに減少傾向となり、平成 23 年が最低で 318 まで落ち込んでいる。当会では、このような状況の中で会員増強に向け役職員が一致協力し、組織強化運動に継続して取り組んできた結果、近年、廃業は出ているものの、それ以降は横ばいで推移している。会員の構成は、業種別会員数では、平成 26 年には小売業が 34.3%を占め、次いでサービス業 18.0%、建設業 12.2%、製造業 11.0%となっている。業種別会員数の推移を見ると、小売業は平成 22 年の 118 に比べて平成 26 年には 112 と減少率 5%で一番大きく、商品構成、サービスのあり方、店舗や駐車場等設備で消費者ニーズに対応した個店の魅力アップが課題である。

【岩泉町人口(人)】

資料：住民基本台帳

S50 年度	S60 年度	H7 年度	H17 年度	H22 年度	H23 年度	H24 年度	H25 年度	H26 年度
20,219	16,959	13,879	11,914	11,318	11,080	10,867	10,690	10,398

【龍泉洞観光客入込数(千人)】

資料：岩泉町龍泉洞事務所

S50 年度	S60 年度	H7 年度	H17 年度	H22 年度	H23 年度	H24 年度	H25 年度	H26 年度
446	471	331	202	171	62	129	163	178

【岩泉町地区内の事業者数】

資料：経済センサス

	H21 センサス H22年4月1日現在	H24 センサス H26年4月1日現在	増減
商工業者数	524	467	57
小規模事業者数	451	404	47

【会員数（件）】

資料：岩泉商工会

S50年度	S60年度	H7年度	H17年度	H22年度	H23年度	H24年度	H25年度	H26年度
408	420	368	340	319	318	322	320	327

【業種別会員数（件）】

資料：岩泉商工会

年度	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食・宿泊業	サービス業	その他	会員数
22年度	38	32	9	118	20	54	48	319
26年度	40	36	13	112	20	59	47	327
増減数	2	4	4	6	0	5	1	8
増減率	5.2%	12.5%	44.4%	5.0%	0%	9.2%	2.0%	5.0%

2. 商工会としての中長期的な振興のあり方と方針

急速な少子高齢化や人口減少、大型店の進出、近隣都市への消費者の流出、経営者の高齢化、後継者不足等により小規模事業者は減少傾向にあるため、本会では関係機関との連携と伴走型支援の強化を図り、次のような中長期的な振興のあり方と方針及び目標を掲げ事業を実施する。

(1) 小規模事業者支援機関としての役割を踏まえた目標

個別事業者の経営力向上  
地域外の需要開拓

経営改善普及事業の基本である巡回指導の強化を中心に、経営発達支援計画の実施に必要な個別事業者の経営状況の分析や需要動向の分析、地域の経済動向の分析を踏まえ、特に地域資源を活かした物産振興、観光振興の取り組みと連動し相乗効果により、ビジネスプラン等に基づく個別事業者の経営力向上（売上、付加価値等）に取り組む。そのため、特に地域外に新たな販路を求め、地域外から地域内に資金を持ち込ませ地域に波及させる取り組みとして、個別事業者の事業計画策定支援、事業計画策定後の実施支援、需要開拓の支援など、継続的に事業者の経営力向上、販売促進等を支援し持続的発展、成長発展を図る。また、経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上の取り組みを実施し、経営指導員等の資質向上を図りながら、本事業の評価・検証を行うため、外部有識者を交えた（仮）岩泉商工会プロマネ会議を設置しPDCAサイクルによる改善を図ることを目標とする。

(2) 総合的経済団体としての役割を踏まえた目標

交流人口の増大と地域事業者への波及  
地域ブランド化と賑わいの創出

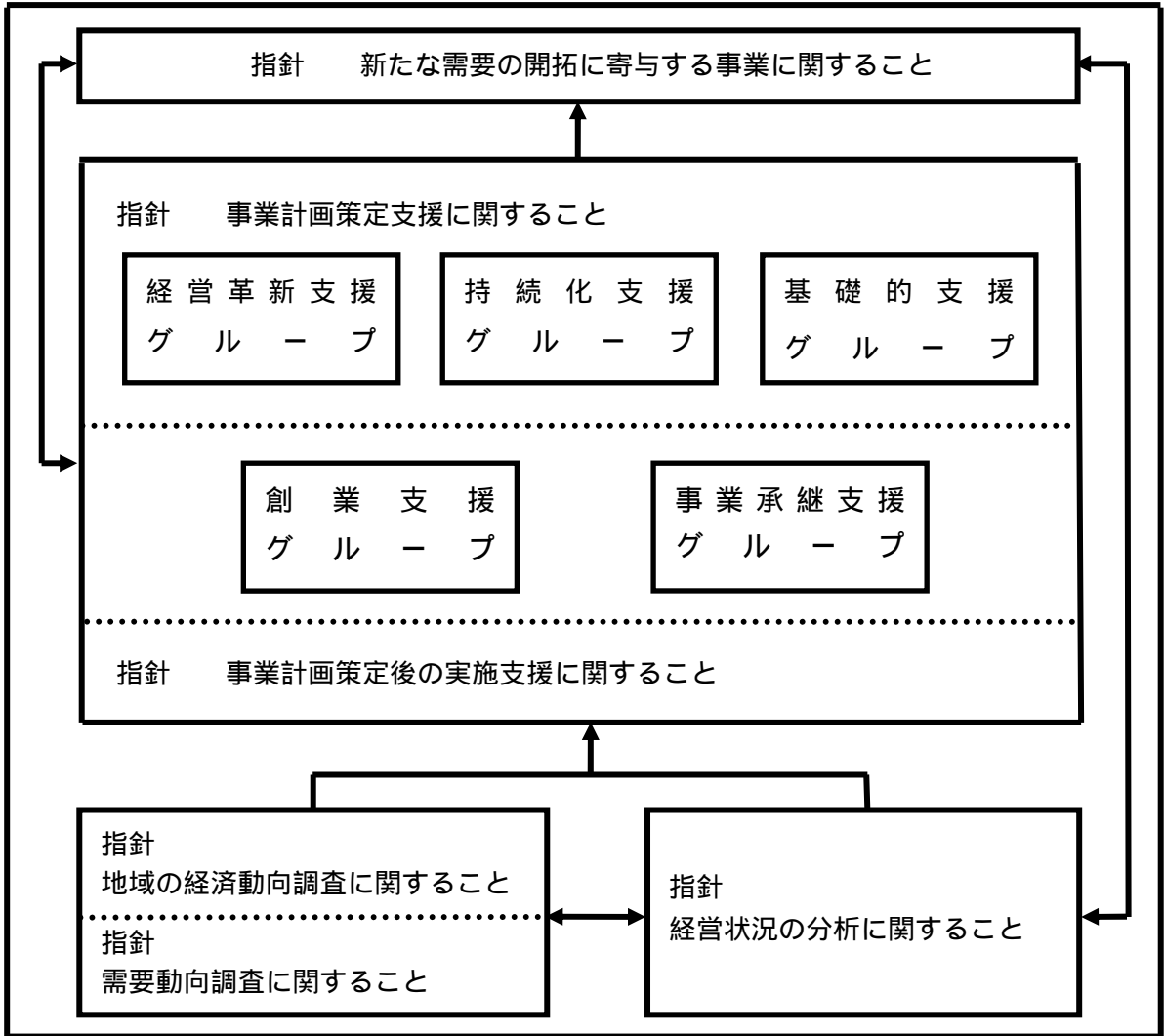
「岩泉まつたけ」、椎茸、畑わさび、短角牛、雑穀などの農林畜産物、龍泉洞の清らかな水を使った「龍泉洞の水」、龍泉洞の水で仕込んだ「清酒」や「松茸酒」、厳選した生乳を使った「岩泉ヨーグルト」、木工品、工芸品に代表される森と水を基軸とした加工品、日本三大鍾乳洞の龍泉洞を始めとする洞穴群、早坂高原、陸中海岸などの自然の造形美を活かした観光資源、「岩泉炭鉱ホルモン」、「岩泉百茸汁」、「松茸料理」等のご当地グルメや食文化等、特徴的で魅力ある地域資源を活かし、本会が岩泉町を始めとする関係機関と連携し、町をあげて地域ブランド化と賑わいの創出を図る。そして、交流人口を増加し、地域外に新たな販路を求め、地域外から地域内に資金を持ち込ませることで地域商工業者に波及することにより地域経済の活性化を図ることを目標とする。

経営発達支援事業の実施期間及び内容

(1) 経営発達支援事業の実施期間  
平成 28 年 4 月 1 日 ~ 平成 33 年 3 月 31 日

(2) 経営発達支援事業の内容 (支援イメージ図)

個別事業者の経営力向上                      地域外の需要開拓  
交流人口の増大と地域事業者への波及      地域ブランド化と販わいの創出



【連携体制】 岩泉町 = 岩手県 = 岩手県商工会連合会 = 金融機関 =  
岩泉町森林組合 = 岩泉まつたけ事業協同組合 = 岩泉町観光協会 =  
岩泉観光ガイド協会 = 岩泉商工会

【事業評価・見直し体制】(PDCA サイクル)

岩泉商工会プロマネ等会議 (評価) ↔ 理事会 (意見)

## 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】

これまで本会では、地域の経済動向を調査するために中小企業景況調査（岩手県商工会連合会の受託事業）を実施し、四半期に一回、15社を対象に売上、利益、資金繰り等や景況について調査を行い、取りまとめられた冊子により情報提供を行ってきたが、事業者の今後の事業戦略立案等に資する重要な情報である地域の経済動向や消費者ニーズに関する調査は行っていなかった。

今後は、効果的に経営発達支援事業を実施するため、当地域の消費者ニーズ調査及び事業者ヒアリングを実施するとともに、岩泉町が行っている観光客に関する調査、道の駅いわいづみが行う利用客に関する調査、関係機関の機関誌や業界誌、各種統計資料、本会が行う旬の小屋事業を始めとする観光や消費購買に関する事業のアンケート調査等により、地域の経済動向について調査分析する。その結果を巡回・窓口相談の際に情報提供することにより、事業者の今後の事業戦略立案等に活用する。

#### （事業内容）

- （1）地域の経済動向について調査するため、当地域の消費者ニーズ調査及び事業者ヒアリングを実施する。調査の実施については、地域の消費者のニーズが専門的かつ多様化しているため、必要に応じて専門家のアドバイスを受けるものとする。
- （2）岩泉町が毎月実施している龍泉洞入込状況、宿泊業者の利用状況調査、道の駅いわいづみが毎月実施している物販及びレストランの利用状況調査を収集し、観光客の需要動向の側面から地域の経済動向を調査分析する。調査結果は、月例の事務局会議で情報共有し、巡回や窓口での相談業務で情報提供し、事業計画策定支援に活用する。
- （3）本会で行う旬の小屋事業（特に松茸料理を提供する「旬の小屋秋の陣」）、プレミアム商品券事業、観光ガイド事業等に関する消費者へのアンケート調査や事業者ヒアリングにより、情報収集、整理、分析を行い、地域の経済動向について調査分析し事業者への情報提供に活用する。
- （4）『中小企業白書・小規模企業白書』（中小企業庁）、『月刊商工会』（全国商工会連合会）、『月刊地域づくり』（地域活性化センター）、『調査月報』（日本政策金融公庫）、『岩手経済研究』（岩手経済研究所）など関係機関の機関誌や業界誌、各種統計資料等を活用することにより、地域の経済動向に関する情報の収集、整理、分析し、その結果を巡回・窓口相談時に情報提供する。

#### （目標と内容）

項目	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
中小企業景況調査（下記5含む）	15社	15社	15社	15社	15社	15社
消費者ニーズ調査（年） （下記5含む）	0回	1回	1回	1回	1回	1回
観光客等の需要動向調査 （下記5を含む）	毎月1回	毎月1回	毎月1回	毎月1回	毎月1回	毎月1回
旬の小屋事業、プレミアム商品券事業、観光ガイド事業等によるアンケート調査（下記5を含む）	0	100件	200件	300件	400件	500件

### 2. 経営状況の分析に関すること【指針】

これまで巡回や窓口での相談対応時には、記帳、税務、情報化、金融、労働等について事業者からの依頼に基づき基礎的支援を中心に行ってきた。事業者を取り巻く環境が年々厳しくなっていることから、これからは事業者の経営力向上と持続的発展、成長発展に向けて、現在の経営状況を把握するために経営分析を行い、経営者の意向を把握した上で今後の事業計画を策定することが課題となっている。これまで取り組んできた巡回強化を継続するとともに、タブ

レット等の端末を携帯して、いつでも経営分析をできるように対応する。また、経営計画セミナー（下記3．事業計画策定支援に関することによる）の実施を通じて経営分析と意向調査を行う。

また、事業者のニーズが専門的かつ多様化しているため、岩手県商工会連合会のエキスパートバンク制度、ミラサボ等の専門家派遣制度を活用し、専門家と密に連携をとりながら経営分析を行い、事業者が抱える経営上の課題解決に向けての伴走型支援を実施する。

### （事業内容）

- （1）巡回・窓口相談の際に、事業計画策定について支援する入口の段階で「きっかけシート」を活用し、事業者からの聞き取りをする中で経営者の意向把握と今後の事業計画の方向性を探り、簡単な数値目標の設定を行うことにより、事業計画策定に向けて支援する。また、最終的に経営者自らが経営分析していくように促す。
- （2）これまで取り組んできた巡回強化（延べ1,000回、全会員）を継続するとともに、巡回時のタブレット等の端末の携帯により、中小企業基盤整備機構が提供する「経営自己診断システム」を活用し、いつでも経営分析について対応できるようにする。また、その結果、現在の経営状況を把握し、聞き取りにより経営者の意向を把握した上で、今後の事業計画策定に向けて支援する。
- （3）経営計画セミナーを開催し、「きっかけアンケート」を実施することにより、満足度調査と経営者の意向把握を行い、効果的な事業者の実態把握と経営分析を実施する。
- （4）これまで事業者の事業承継については、巡回・窓口相談時に聞き取りでの情報収集に留まっていた。今後は、個別事業者の後継者（親族、従業員、他の事業者等）の有無、事業承継に対する経営者の意識等を調査により明確化し、創業支援、事業承継支援、事業計画策定支援、空き店舗対策等での活用を図る。
- （5）経営分析結果は、これまで行ってきた相談指導カルテをタブレット等の端末と連動して効果的に活用し、月例の事務局会議や必要の際に職員間で情報共有し、巡回・窓口相談時の基礎的支援や事業計画策定支援に活用することでより丁寧な支援を実施する。
- （6）上記の取り組みを通じて、事業者の実態を把握するとともに支援対象を経営状況、経営者の意欲、経営資源、後継者の有無等により次のようなグループに分類し、それぞれの状況に応じて適切な支援を行い、段階的にステップアップもしていけるように支援する。

- ・経営革新支援グループ：経営革新計画策定を目指すため、丁寧なフォローアップが必要な事業者
- ・持続化支援グループ：経営革新まで達しなくても持続化補助金・助成金を目指すため、丁寧なフォローアップが必要な事業者
- ・基礎的支援グループ：従来の記帳、税務、情報化、金融、労働等の基礎的支援が必要な事業者
- ・創業支援グループ：創業計画作成、資金調達、雇用等への対応のため、丁寧なフォローアップが必要な事業者
- ・事業承継支援グループ：事業承継計画作成、資金調達、事業転換、雇用等への対応のため丁寧なフォローアップが必要な事業者

### （内容と目標）

内容	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
巡回訪問件数 （小規模事業者は最低年1回以上）	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
専門家派遣	7	10	10	10	10	10
経営計画セミナー受講者数 （下記3による）	46	50	50	50	50	50
経営分析件数	0	12	12	12	12	12

「きっかけシート」、「きっかけアンケート」は、次ページの資料1、資料2を参照

記入日： 年 月 日 ( )

きっかけシート

事業所名： 代表者名： (記入者名： )

## 事業目的・ビジョン

--

自社の経営資源	現状		販売方針 (販売チャネル・販売方法)	市場とターゲット
	強み	弱み		
商品・サービスの内容				
メニュー (品揃え)				
ビジネスモデル・体制の特長				
保有資源 (技術・ノウハウ・設備・従業員)				販売促進

## 財務

	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目
売上高					
費用 (売上原価+販管費)					
営業利益					
設備投資額					
人件費					

【資料2】

きっかけアンケート（岩泉商工会）

事業所名 \_\_\_\_\_

氏 名 \_\_\_\_\_

大変お疲れ様でした。今後の企画や更なる改善に向け、アンケートにご協力をお願い致します。

<p>【Q1】セミナー・指導の内容は有益でしたか？ ① 大変有益であった ② 有益であった ③ あまり有益ではなかった ④ 全く有益ではなかった その理由など（任意記述） （ _____ ）</p>
<p>【Q2】セミナー・指導の内容は理解できましたか？ ① 大変理解できた ② 理解できた ③ あまり理解できなかった ④ 全く理解できなかった その理由など（任意記述） （ _____ ）</p>
<p>【Q3】講師・専門家の説明は、わかりやすかったですか？ ① 大変わかりやすい ② わかりやすい ③ わかりにくい ④ 非常にわかりにくい その理由など（任意記述） （ _____ ）</p>
<p>【Q4】セミナー・指導を受ける前と後で貴方に「気づき」はありましたか？ （任意記述） （ _____ ）</p>
<p>【Q5】セミナー・指導の開催日、開催時間、曜日についてどのように感じられましたか？ ① 満足 ② どちらかといえば満足 ③ どちらかといえば不満 ④ 不満 その理由など（任意記述） （ _____ ）</p>
<p>【Q6】今現在、商工会にどのような支援を希望しますか？ ① 経営革新支援 ② 販路開拓支援 ③ 専門家指導 ④ 持続化補助金 ⑤ その他（ _____ ）</p>
<p>【Q7】最後に、商工会に対するご意見・ご感想・ご要望などをお書き下さい</p>

ご協力ありがとうございました。

個人情報・記載された内容は商工会の支援力向上のための取り組みの参考とさせていただきます。



### 3. 事業計画策定支援に関すること【指針】

#### 3-1. 事業計画策定支援に関すること

上記1. 地域の経済動向調査に関すること、上記2. 経営状況の分析に関することの調査結果と経営計画セミナーの実施により、地域産業の振興と雇用創出に向けて新事業展開や新商品開発、経営革新などの事業計画策定に意欲的な事業者を掘り起こすとともに、事業計画策定により経営課題を解決するため、必要に応じて岩手県商工会連合会のエキスパートバンク制度、ミラサポ等の専門家派遣制度を活用する他、金融機関等とも連携を図り伴走型支援を行う。

##### (事業内容)

- (1) 従来から行っている全会員への文書による情報提供を継続するとともに、本会ホームページから持続化補助金を始めとする事業計画策定のきっかけづくりに適した各種補助金等の案内や申請書様式のダウンロードを可能にする等、利用促進を図るための環境整備を行い、事業計画策定に意欲的な事業者の掘り起しを行う。
- (2) 経営計画セミナー（上記1を含む）や事業計画策定に関する個別相談会の開催の他、個店の魅力アップを目的に本会で独自に行う個店経営力アップ応援事業の実施、巡回・窓口相談対応により、事業計画策定に意欲的な事業者の掘り起しを行う。
- (3) 事業計画策定に意欲的な事業者については、経営指導員等による助言・指導の他、岩手県商工会連合会のエキスパートバンク制度、ミラサポ等の専門家派遣制度を活用し、専門家と連携を密にとりながら伴走型支援を行い、事業者の抱える経営課題解決に向けた事業計画策定支援を実施することにより、地域産業の振興を図り雇用を創出する。
- (4) 当地域は、特に農林業分野のポテンシャルが高いため、金融機関や町の商工担当課・農業担当課等と連携し、農林水産業や地場産業と地域資源の有機的連携を推進し、松茸を始めとする地域資源を活かした新事業展開や新商品開発による高付加価値化等、事業計画策定を通じた地域産業の振興を図り雇用を創出する。
- (5) 経営革新計画、持続化補助金、ものづくり補助金等の申請を視野に入れている事業者については、事業者の状況や意向を踏まえ段階的に事業計画策定支援を実施する。小規模事業者経営発達支援融資制度についても情報提供し利用を促す。

##### (目標と内容)

項目	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
情報発信回数（文書・HP）	8	12	12	12	12	12
経営計画セミナー受講者数（上記1を含む）	46	50	50	50	50	50
経営革新計画支援事業者数	1	2	2	2	2	2
持続化補助金支援事業者数	11	20	20	20	20	20
小規模事業者経営発達支援融資制度	0	1	1	1	1	1

#### 3-2. 創業・事業承継計画策定支援に関すること

当地域は、急速な少子高齢化や人口減少等による地域経済の停滞に加え、経営者の高齢化、後継者不足等により事業者が減少傾向となっている。そのため、金融機関や町の商工担当課、農業担当課等と連携し、各分野の創業、事業承継の希望者の掘り起しを行い、伴走型支援により創業・事業承継計画策定支援を行う。

##### (事業内容)

- (1) 創業、事業承継の計画策定に当たっては、経営指導員等による助言・指導の他、岩手県商工会連合会の「創業セミナー」の受講を勧奨し、創業希望者の知識向上を図る。

- (2) 創業、事業承継の計画策定についてニーズが専門的かつ多様化しているため、必要に応じて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活用し、経営指導員等が専門家と連携を密にとりながら伴走型支援を行う。
- (3) 当地域は、特に農林業分野からの創業・事業承継のポテンシャルが高いため、金融機関や町の商工担当・農業担当等と連携し希望者の掘り起しを行い、生産した素材を活かした販売・サービス・製造分野への進出について支援する。
- (4) 地域金融機関や日本政策金融公庫等と連携し創業に向けて必要な資金調達支援を行う。

**(目標と内容)**

項目	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
創業支援相談件数	3	3	3	3	3	3
事業承継支援相談件数	3	3	3	3	3	3

**4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針】**

事業計画策定後の実施支援（フォローアップ）については、事業計画を策定した事業者全てを対象とし、経営指導員等が巡回等により進捗状況を確認する他、事業者の状況やニーズに応じた助言・指導を行う。例えば、資金面では、制度資金（マル経資金など）の活用による資金繰りの緩和、情報面では、ホームページ等（SHIFTなど）の活用による情報発信など、事業計画策定後の実施支援を推進する手段として有効なものについては積極的に利用を促してフォローアップする。また、事業者のニーズが多様化・複雑化しているため、専門的なことに関しては各種セミナーの受講や専門家派遣制度の活用を促すなどフォローアップを行い、経営課題を解決し事業計画が円滑に実施されるように支援する。フォローアップの頻度については、事業計画策定1件につき、原則として四半期に1回以上を実施するが、事業計画の進捗状況が順調な事業者は頻度を下げ、計画通りに進んでいない事業者は頻度を上げるなど幅を持たせた運用とする。

**(事業内容)**

- (1) 経営指導員等は、事業計画を策定した事業者全てを対象に、巡回等により事業計画の円滑な実施を支援するため、事業計画の進捗状況を確認するとともに事業者の状況やニーズに応じ経営課題の解決に向けた助言・指導等のフォローアップを行う。また、岩手県商工会連合会のエキスパートバンク制度、ミラサポ等の専門家派遣制度の活用、個店の魅力アップを目的に当会独自で実施している個店経営力アップ応援事業を実施する等、専門家と密に連携をとりながら、事業者の抱える経営課題の解決に向けた支援を行う。
- (2) 資金面において、特に伴走型支援による金融指導を補完するマル経資金については、事業計画策定後の実施支援を推進する手段として有効であるため積極的に利用を促す。
- (3) 情報面において、特にホームページの活用（商工会のホームページ作成支援ツールである「SHIFT」等）やソーシャル・ネットワークキング・サービス（フェイスブック、ツイッター等、以下、SNSと称する）の活用など、事業計画策定後の実施支援を推進する手段として有効であるため積極的に利用を促す。ホームページやSNSの活用については、事業者の状況やニーズに応じたITスキルアップセミナーの実施や専門家派遣制度の活用による、情報発信、販路開拓等に向けた支援を通じて行い、IT技術の強化を図る。
- (4) 事業計画策定を通じて、経営革新計画、持続化補助金、ものづくり補助金等が採択された事業者については、事業計画が円滑に実施されるように伴走型支援により、丁寧な助言・指導を行うとともに、小規模事業者経営発達支援融資制度についても情報提供し利用を促す。
- (5) 創業・事業承継については、農業者等の法人化にまで踏み込んで伴走型支援を行うとともに、創業後のフォローアップを実施する。また、専門的なことに関してはエキスパートバンク制度、ミラサポ等の専門家派遣制度の活用を促すなどの支援を行う。

(目標と内容)

項目	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
マル経あっせん事業所数	13	10	10	10	10	10
S H I F Tの登録事業者数 (下記6による)	0	5	5	5	5	5
経営計画セミナー受講者数 (上記3による)	46	50	50	50	50	50
フォローアップ件数(事業計画策定 数に応じて1件あたり)	64	92 (23×4回)	92 (23×4回)	92 (23×4回)	92 (23×4回)	92 (23×4回)
フォローアップ件数(創業・事業承 継計画策定数に応じて1件あたり)	8	24 (6×4回)	24 (6×4回)	24 (6×4回)	24 (6×4回)	24 (6×4回)

5. 需要動向調査に関すること【指針】

これまで本会では、小規模事業者の事業計画策定に資する重要な情報である消費者ニーズや需要動向に関する調査を行っていなかったため、巡回・窓口相談時に地域生活者や当地を訪れる観光客、地域外の消費者ニーズや需要動向を踏まえた支援について、十分な対応をとることができていなかった。

今後は、地域生活者や当地を訪れる観光客、地域外の消費者ニーズや需要動向について把握し、効果的に経営発達支援事業を実施するため、地域生活者を対象にした消費者ニーズ調査、当地を訪れる観光客を対象にした消費者ニーズ調査、地域外の産直施設やアンテナショップ等のバイヤーを対象にした当地産加工品に関する消費動向調査(B to Cを想定)、岩泉町を代表する特産品である松茸の取り扱いができる県内外の専門店、飲食・宿泊業者のバイヤーを対象にした業務用需要動向調査(B to Bを想定)等を、専門家を招聘して実施するとともに、調査・分析した結果を小規模事業者に情報提供することにより、事業計画の策定や新たな需要の開拓等に活用する。

(事業内容)

- (1) 地域の消費者ニーズについて把握するため、岩泉町内の商店街や道の駅などを利用する地域生活者を対象に、専門家を招聘して、消費者ニーズ調査を実施する。調査項目としては、顧客属性(性別、年齢、地域等)、来店目的、消費傾向(購入品目・点数・金額・頻度等)、地域生活者が小規模事業者に求める商品・役務や改善点等の要望、接客対応などで、調査・分析した結果を小規模事業者、その中でも特に卸小売業者、サービス業者、食料品をはじめとする特産品の製造業者に向けて情報提供し、新商品開発や品揃えの見直し、新たなサービスの検討をはじめ、事業計画の策定や新たな需要の開拓等に活用する。また、道の駅いわずみが毎月実施している物販及びレストランの利用状況調査について調査・分析した結果を情報提供する。
- (2) 岩泉町を代表する観光拠点の一つである龍泉洞には、年間約17万人の入洞者が訪れている。当地域を訪れる観光客の需要動向調査として、岩泉町、岩泉町観光協会等と連携し、龍泉洞を利用する観光客を対象に、専門家を招聘して、観光客の消費者ニーズ調査を実施する。調査項目としては、顧客属性(性別、年齢、地域等)、旅行目的・旅程・予算等、消費傾向(購入品目・点数・食事・金額等)、日帰り・宿泊の別、接客対応などで、調査・分析した結果を小規模事業者、その中でも特にレストハウス等の観光関連の卸小売業者、飲食・宿泊業者、食料品をはじめとする特産品の製造業者、タクシー等のサービス業者に向けて情報提供し、新商品開発や新たな旅行商品の企画をはじめ事業計画の策定や新たな需要の開拓等に活用する。また、岩泉町が毎月実施している龍泉洞入込状況、宿泊業者の利用状況調査について調査・分析した結果を情報提供する。

- (3) 当地産加工品に関する地域外の消費動向（B to Cを想定）について把握するため、県内外の産直施設、道の駅、アンテナショップ等のバイヤーを対象に、専門家を招聘してそれぞれにおける消費動向（売れ筋、リピート率の高い商品、今後の見通し等）に関する聞き取り調査を実施する。その中で、当地産の加工品についての評価（求評項目としては、味、価格、容量・サイズ、パッケージデザイン等）をしていただき、顧客ごとの納入可能性の有無などを明らかにし、その結果を小規模事業者、その中でも特に食料品をはじめとする特産品の製造業者に情報提供し、事業計画の策定や新たな需要の開拓等に活用する。
- (4) 岩泉町を代表する特産品である松茸（商標名「岩泉まつたけ」）について、品目別の需要動向（B to Bを想定）について把握するため、県内外（主に仙台圏、東京圏、名古屋圏等を想定）の専門店、飲食・宿泊業者等のバイヤーを対象に、専門家を招聘してそれぞれにおける消費動向（消費者の嗜好、業務用として取り扱う際に適した条件等）に関する聞き取り調査を実施する。その中で、松茸のサイズ、単価、数量やロット、取り扱い温度、荷姿・パッケージなどに関する評価と顧客別の要望を把握し、納入の可能性を調査・分析する。それらの結果を松茸を取り扱うことのできる小規模事業者へ情報提供し、事業計画の策定や新たな需要の開拓等に活用する。これまで松茸の販路は、関西や東京の卸売市場等に頼っていたため、全国の主要産地で松茸の発生時期が重なり豊作となった場合には、価格が暴落するなど大きな影響を受けることがあったが、今後はもっと他の地域にも販路を広げ、専門店や飲食・宿泊業者等を対象に、単価・出荷量ともに安定的な直売をすることで価格の暴落リスクを回避するとともに小規模事業者の売上及び付加価値の向上に資する。
- (5) 小規模事業者、その中でも特に地域資源を活用したものづくりを行っている製造業、震災復旧・復興関連の公共工事の増加と進展により業績が大幅に改善している建設業等においては、顧客のニーズが専門的かつ多様化しているため、それぞれの事業形態に応じて専門家を招聘し、例えば建設業の場合、顧客属性（性別、年齢、地域、家族構成等）、購入目的、消費傾向（購入品目・点数等）、工事種別（公共・民間の別、住宅・非住宅の別、新築・改修・修繕の別等）、購入価格、購入頻度等の需要動向の把握に向けた支援を行う。
- (6) 小規模事業者、その中でも特に卸小売業者に向けて、日経テレコンを活用し1650分類、265万アイテムの加工食品や家庭用品について、全国有力スーパー、生協、コンビニエンスストアなどから得たリアルタイムのPOS情報や売れ筋等の傾向の分析、注目されている商品・サービス、先進企業等について調査分析した結果を巡回・窓口相談時に情報提供し、品揃えの見直しやチラシ計画をはじめ、事業計画の策定や新たな需要の開拓等に活用する。
- (7) 以上によって得られた調査結果については、月例の事務局会議で情報共有し、巡回や窓口での相談業務で、小規模事業者へ情報提供し、事業計画策定支援や新たな需要の開拓に活用して頂く。また、巡回相談時にタブレット端末等を携帯することにより、POS情報や売れ筋等の傾向の分析、注目されている商品・サービス、先進企業等について調査分析した結果をいつでも事業者へ情報提供できるように対応し、事業計画策定支援、新たな需要開拓支援（取扱品目・役務の見直し等）に活用する。

（目標と内容）

項目	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
地域の消費者ニーズ調査（件数）	0	300	300	300	300	300
観光客の消費者ニーズ調査（件数）	0	300	300	300	300	300
当地産加工品に関する地域外のバイヤー聞き取り調査（件数）	0	10	10	10	10	10
松茸の業務用需要動向、バイヤー聞き取り調査（件数）	0	10	10	10	10	10

## 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針】

小規模事業者（重点支援業種は、食料品を始めとする特産品の製造事業者）の新たな需要の開拓を支援するため、個別事業者の経営状況の分析（指針①）、地域の経済動向調査（指針③）、需要動向調査（指針③）に基づき、商談会・展示会・見本市等への出展支援や参加支援、いわて銀河プラザへの新たな商品の出品支援、むらからまちから館への新たな商品の試験販売支援、県内外の主要な産直施設や道の駅、松茸を取扱うことのできる専門店や飲食・宿泊業者等への商品納入に向けた個別の伴走型支援による販路開拓支援を行う。

個別事業者が商談会、展示会、見本市等への出展・参加をする中で、味やパッケージ等についてのバイヤーの意見を基に商品・役務のブラッシュアップを図る場合、取り扱う商品・役務が多様化・専門化しているため、必要に応じて専門家派遣等の支援を行う。

自社及び自社の商品・役務の認知度向上のための情報発信と販路開拓の支援（指針②）については、広範囲で不特定多数に向けた情報発信を行えるようにIT技術（ホームページ、SNS等）を活用した広報技術の強化と認知度向上及び販路開拓を図る。これらに関連して、全国商工会連合会の公式インターネット通販サイトであるニッポンセレクトやふるさと納税制度を活用し、同WEBサイトへの自社の特産品や旅行商品の出品による認知度向上及び販路開拓についての支援を行う。

また、主にパン・ケーキ店、惣菜・弁当店、飲食店等を対象に、通りすがりの人など店舗の近くを今、まさに通行しようとする人々に対してタイムリーな情報発信を行えるように黒板POP等の販促看板を活用した広報技術の強化を支援し、認知度向上及び販路開拓を図る。

### （事業内容）

（1）事業者に対して、岩手県、岩泉町、岩泉町物産振攻会、岩手県商工会連合会、全国商工会連合会等が実施している商談会、展示会、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ホームページや巡回・窓口相談時に情報提供するとともに、申請手続き等をはじめとする個別事業者への出展支援や参加支援を通じた販路開拓支援を行う。例えば、BtoCを想定した物産展では、全国商工会連合会が開催する「ニッポン全国物産展」（平成26年度の来場者数143,612人、流通関係者の来場者数241人）等への参加支援を通じて、試食販売等を行うことにより販路開拓の支援をするとともに、今後に向けて一般消費者やバイヤーの意見・要望等を調査する。また、例えば、BtoBを想定した商談会では、「岩手食の大商談会」（平成27年度盛岡会場、来場バイヤー数220社）等への参加支援を通じて、販路開拓を支援する。

新たな商品については、町内の産直施設や道の駅だけでなく県内外の主要な産直施設や道の駅、また、東京に開設されている「いわて銀河プラザ」への出品支援、同じく有楽町の交通会館に全国商工会連合会が設置している「むらからまちから館」での試験販売支援をするなど個別に伴走型支援により販路開拓支援を行う。さらに、岩泉町を代表する特産品の松茸についても取扱うことのできる専門店や飲食・宿泊業者等への商品納入に向けて個別に伴走型支援により販路開拓支援を行う。

（2）物産展、展示会、見本市等への出展・参加を通じて、商品の味、色、形状、パッケージ、容量、価格等についてのバイヤー等の意見や要望等を基に既存商品・役務又は新たに開発した商品のブラッシュアップを図る場合、取り扱う商品・役務が多様化・専門化しているため、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ボ等の専門家派遣制度を活用し、次の物産展等に出展する機会がくるまでに、商品・役務のブラッシュアップのための講習会等の開催又は個別支援を行うことにより販路開拓支援を行う。

（3）インターネットによる情報検索が日常化しており、IT技術の進歩や変化が早いことから、自社及び自社の商品・役務の認知度向上と販路開拓に向けて、商工会のホームページ作成支援ツールである「SHIFT」の活用、フェイスブックやツイッターをはじめとするSNSの活用など、IT技術を活用した商品・役務の認知度向上及び販路開拓支援を行う。特にSHIFTについては、自社のホームページを簡単に作成できるだけでなく、自社商品についても消費者がその場で購入できるように買い物機能も付いているため積極的な活用を

促す。また、SNSやスマートフォンの普及により、自社や自社の商品・役務についての顧客の投稿（つぶやき等）と反応（いいね・リツイート等）が容易になる等により、消費者のニーズの変化に敏感に対応しなければならないなど、小規模事業者のニーズが多様化・専門化しているため、IT技術や操作に関するセミナーの実施の他、個別具体的な課題に対しては、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ゴ等の専門家派遣制度を活用し、伴走型支援によりIT技術の強化を図り販路開拓を支援する。

(4) 全国商工会連合会の公式インターネット通販サイトである「ニッポンセレクト」は、全国の中小企業・小規模事業者から募った約9,000アイテムを販売しており、出品料・物流費の他、商品撮影やキャッチコピーの制作も無料であり、決済手続きも運営事務局が代行するなど、個別事業者の負担が非常に少なく自社や自社商品の認知度向上と販路開拓に向けた有効な手段であるため、特産品の製造事業者を中心にニッポンセレクトの積極的な活用(出品)を促すとともに、出品についての支援を行う。また、既に出品した商品のブラッシュアップと新商品開発についても支援し、さらなる認知度向上と販路開拓を図る。

(5) 「ふるさと納税制度」への特産品や旅行商品等の出品は、WEBサイトを通じ全国各地に向けて、低コストで効果的に認知度向上及び販路開拓を図ることができる。岩泉町では、ふるさと納税制度のWEBサイト上で、平成27年4月から申込フォームを開始、同年6月からクレジット決済を開始したこと等により、岩泉町への寄付金額は平成26年度の35,146千円に対し、平成27年度は4月～9月までで38,065千円と増加しており、これからも利用が増えていく見通しである。今後は、特産品の製造事業者や旅行商品を企画する宿泊関連事業者を中心にふるさと納税制度の積極的な活用(出品)を促すとともに、出品した既存商品のブラッシュアップや新商品開発、新たな旅行商品の企画についても支援し、さらなる認知度向上と販路開拓を図る。

(6) テイクアウト店、パン・ケーキ店、惣菜・弁当店、飲食店等における店内POPは、顧客に店に入ってもらえないと、なかなか伝わらないものである。このため、これらの店舗を対象に、通りすがりの人やこれまで自社を利用したことのない人など、今、まさに店舗の近くを通行しようとする人々について、作りたての弁当や焼きたてのパン等のタイムリーな情報をはじめ、季節商品や限定商品等の特定品目別に情報発信することにより集客を増やしていくため、黒板POPやホワイトボード等による販促看板の活用について、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ゴ等の専門家派遣制度を活用する等により、広報技術の強化を図り販路開拓を支援する。

#### (目標と内容)

項目	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
商談会・物産展等での商談件数	0	10	10	10	10	10
いわて銀河プラザでの新たな商品の取扱数・改善数	0	5	5	5	5	5
むらからまちから館での試験販売件数	0	5	5	5	5	5
SHIFTの登録事業者数	0	5	5	5	5	5
ニッポンセレクトへの出品数・改善数	0	5	5	5	5	5
ふるさと納税制度への出品数・改善数	0	5	5	5	5	5
販促看板の活用店舗数と特定品目別購入点数の向上 (1店当りの対前年比個数)	0店増(各品目0%増)	2店増(各品目5%増)	2店増(各品目5%増)	2店増(各品目5%増)	2店増(各品目5%増)	2店増(各品目5%増)

## ・地域経済の活性化に資する取組

### 1. 地域経済活性化事業

本会では、下記のとおり地域経済活性化事業を実施し交流人口の増大を図るとともに、龍泉洞への観光客 178 千人をはじめ、交流人口を地域事業者に波及し地域内消費拡大につなげる。岩泉町の地域特性を活かした取り組みとして、これまで行ってきた特産の松茸を始めとする地域資源を活かした取り組みを継続するとともに、各種イベントの実施と協力により賑わいを創出し、関係機関と連携をとりながら地域ブランド化につなげていく。また、地域の消費喚起の観点からプレミアム付商品券事業についても継続して実施する。

#### (事業内容)

- (1) 本会では、平成 2 年に設立された岩泉まつたけ研究所、岩手県、岩泉町、岩泉町森林組合、岩泉まつたけ事業協同組合と協力・連携し、特産の松茸について、生産、販売の他、商品開発（岩泉松茸酒「森の宝」、松茸と短角牛のしぐれ煮）や今年で 19 回目となる「岩泉まつたけ祭り」（主催：岩泉まつたけ事業協同組合）、松茸料理を中心に四季折々の旬の食材を使った御膳料理を提供する「旬の小屋事業」（主催：岩泉商工会）等のイベントを含めた様々な取り組みにより、「岩泉まつたけ」としてブランド化を図ってきており、多数の集客が見込めるため引き続き実施する。また、これらのイベントや取り組みを通じて参加事業者や関係する事業者の販路開拓につなげるため、新商品のテスト販売、宣伝普及等を進め、販路開拓、新たな需要の掘り起しを図る。
- (2) 本会では、平成 24 年に岩泉観光ガイド協会を設立し、早坂山野草、海、山、まちなか、龍泉洞の 5 つの各部会により岩泉町内の観光スポットについて観光ガイド事業を行っている。観光客の観光ガイドに対するニーズの増加と多様化が進んでおり、多数の集客も見込めるため引き続き実施していく。また、これらの取り組みを通じて参加事業者や関係する事業者の新たな販路開拓につなげていく。
- (3) 岩泉町を代表する観光地である龍泉洞では、毎年 3 回（5 月、7 月、10 月）、龍泉洞まつり（主催：岩泉町）が開催されており、引き続き実行委員として協力・連携を図る。冬季には、龍泉洞みずまつり（主催：岩泉町観光協会）が龍泉洞及び中心商店街等で開催され、地域経済活性化のため引き続き実行委員として協力・連携を図る。また、これらのイベントを通じて参加事業者や関係する事業者の販路開拓につなげていく。
- (4) 「おでんせべごっこフェスタ」（主催：岩泉町）は、毎年 9 月に開催されており、地域経済活性化のため引き続き実行委員として協力・連携を図る。また、これらのイベントを通じて参加事業者や関係する事業者の販路開拓につなげるため、新商品のテスト販売、宣伝普及等を進め、販路開拓、新たな需要の掘り起しを図る。
- (5) 「こがわ炭鉱ホルモンまつり&こがわ産直市」（主催：小川地域振興協議会）は、毎年 10 月に開催されており、「岩泉炭鉱ホルモン」は岩泉町のご当地グルメの一つである。地域経済活性化と食産業育成のため引き続き実行委員として協力・連携を図る。また、本会では、平成 27 年度から新規事業として「ご当地グルメ推進事業」を実施し、「岩泉炭鉱ホルモン」、「岩泉百茸汁（ひゃくたけじる）」等を始めとするご当地グルメについて、岩泉町内での取扱店のさらなる振興やイベント実施、外部への販路開拓を図っていくため調査研究事業を実施する。これらのイベントや取り組みを通じて、参加事業者や関係する事業者の販路開拓につなげるため、新商品のテスト販売、宣伝普及等を進め、販路開拓、新たな需要の掘り起しを図る。
- (6) プレミアム付商品券事業については、地域経済活性化のため本会が平成 21 年度より岩泉町の補助を受け実施している。平成 27 年度についても地域の消費喚起のため岩泉町の補助を受け実施中であり、地域経済活性化のため今後も事業を継続していく。また、この取り組みを通じて参加事業者や関係する事業者の新たな販路開拓につなげていく。

(目標と内容)

項目	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
イベントへの連携、実施	6	6	6	6	6	6
食のイベントによる集客	1,000	1,100	1,200	1,300	1,400	1,500
観光ガイドによる集客	1,400	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
プレミアム付商品券発行セット数	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000

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

- (1) 岩手県内の支援機関を対象とする「経営指導員等研修」において、支援ノウハウ、支援の現状、支援課題について情報交換をすることにより支援能力の向上を図る。
- (2) 「経営力向上支援発表大会」(岩手県商工会連合会主催)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、支援ノウハウや支援の現状、支援課題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。
- (3) 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、支援ノウハウ、支援の現状、支援課題について情報交換を年に2回行い、景況や地域振興についても情報交換をすることにより支援能力の向上を図る。
- (4) 本会では、岩泉町内の誘致企業や当地域で公共工事を行っている建設会社の他、本会に新たに加入した新会員から参加を募り、法人会の研修と合わせて「誘致企業等との情報交換懇談会」を年1回開催している。各事業者の取組事項やノウハウ、課題等について発表し、情報交換をすることにより支援能力の向上を図る。

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

- (1) 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を受講することにより支援能力の向上を図る。
- (2) 経営指導員等の資質向上のため、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ボ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・助言等の支援ノウハウの習得に努め、事務局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。
- (3) 本会で行っている「誘致企業等との情報交換懇談会」の開催後に、製造業を中心とする誘致企業や当地域で公共工事を行っている建設会社の取組事項やノウハウについて経営指導員等による勉強会を1時間実施し、組織内で支援ノウハウを共有し支援能力向上を図る。
- (4) 岩手県商工会連合会で認定されたプロジェクトマネージャー(2名)が月例の事務局会議等の機会を利用し各種研修会の報告を行い、職員間の情報共有と支援能力向上を図る。
- (5) 経営指導員は、岩手県商工会連合会が開催する経営指導員研修会(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。
- (6) 経営支援スタッフ(補助員、記帳専任職員)は、岩手県商工会連合会の実施する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。
- (7) 若手の経営指導員及び経営支援スタッフは、事業者の個別相談においてベテラン経営指導員に同行しチームで支援することにより、ベテラン経営指導員の持つ指導・助言等の支援ノウハウを現場で実践的に学び、OJTを通じたスキルアップを図ることにより、経営指導員やプロジェクトマネージャーの認定を目指す。



### 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

毎年度終了後、本計画に記載の事業の実施状況及び成果について、以下の方法により評価・検証を行う。

- (1) 本会のプロジェクトマネージャー2名及び事務局長、並びに岩手県商工会連合会の専門経営指導員1名による会議を年2回、うち1回は外部審査員として岩泉町経済観光交流課長、岩泉町農林水産課長、外部有識者1名で構成する(仮)岩泉商工会プロマネ会議としPDCAサイクルにより、事業の実施状況、成果の評価・見直し案の提示を行う。さらにセミナー等の実施後はアンケートを実施し改善を図る。

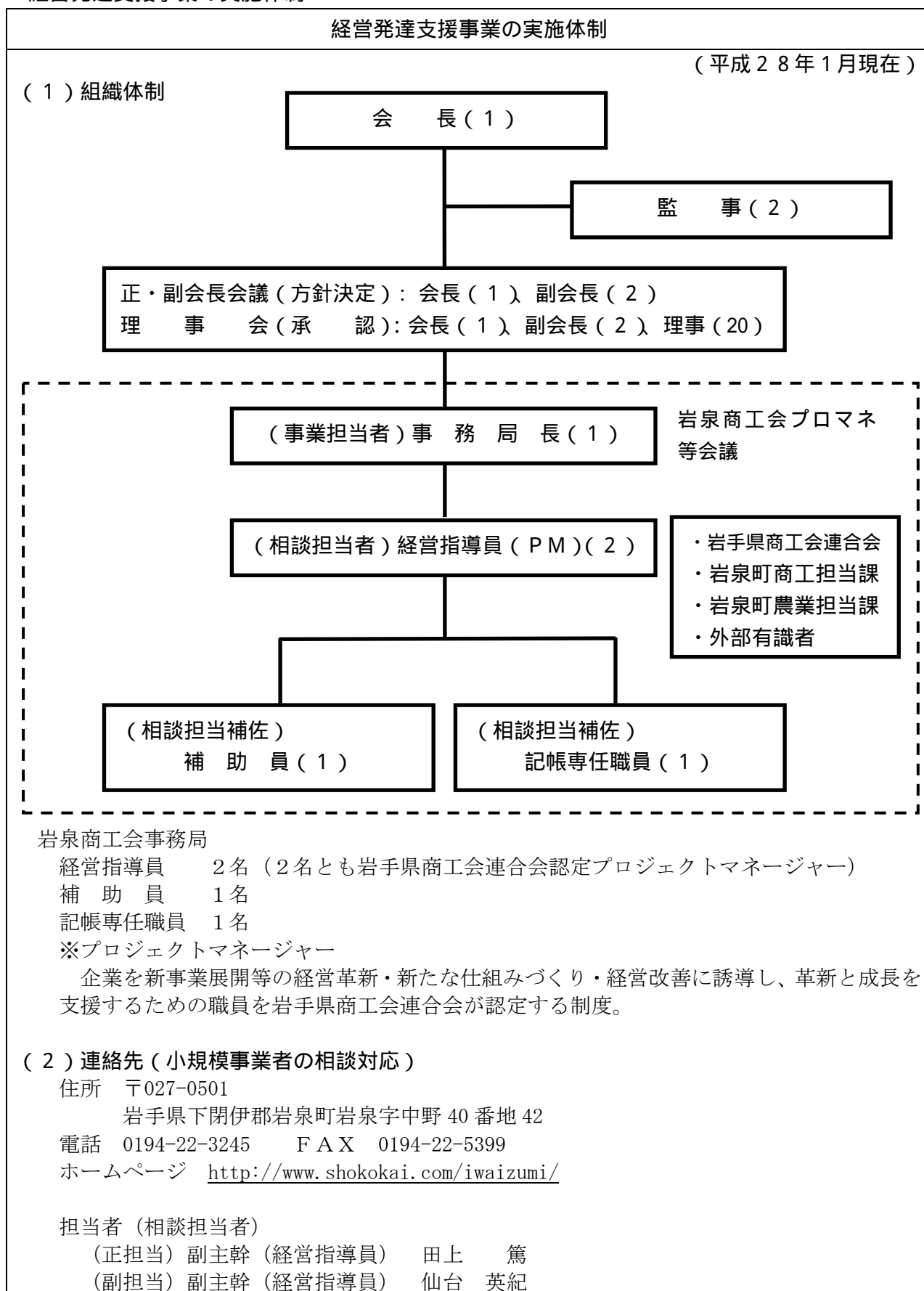
#### (仮)岩泉商工会プロマネ等会議

所 属	氏 名	支援分野
岩泉商工会	プロジェクトマネージャー2名、事務局長	事業所支援・国県施策
岩手県商工会連合会	専門経営指導員	事業所支援・国県施策
岩泉町経済観光交流課	経済観光交流課長	町施策・地域振興事業支援
岩泉町農林水産課	農林水産課長	町施策・地域振興事業支援
外部機関	外部有識者	国県施策・地域振興支援

- (2) 本会の正副会長会議において、評価・見直しの方針を決定する。
- (3) 評価・見直しの結果については、本会の理事会へ報告し、承認を受ける。
- (4) 承認を受けた事業の成果、評価、見直しの結果について、岩泉商工会の広報やホームページで計画期間中公表する (<http://www.shokokai.com/iwaizumi/>)。

(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)

	平成28年度	平成29年度	平成30年度	平成31年度	平成32年度
必要な資金の額(合計)	45,690	45,690	45,690	45,690	45,690
・経営発達支援事業					
1.人件費	27,450	27,450	27,450	27,450	27,450
2.旅費・事務費	1,440	1,440	1,440	1,440	1,440
3.調査研究費	500	500	500	500	500
4.セミナー開催費	500	500	500	500	500
5.個店経営力アップ応援事業費	1,400	1,400	1,400	1,400	1,400
6.会議費等	100	100	100	100	100
・地域の活性化に資する取り組み					
1.地域活性化事業					
旬の小屋事業	300	300	300	300	300
個店経営力アップ応援事業費	1,400	1,400	1,400	1,400	1,400
ご当地グルメ推進事業	700	700	700	700	700
観光ガイド事業	300	300	300	300	300
プレミアム付商品券事業	11,600	11,600	11,600	11,600	11,600

(単位：千円)

調達方法	
岩手県「商工業小規模事業経営支援事業費補助金」	岩手県より調達
岩泉町「商工会運営事業補助金」、「各種事業補助金」	岩泉町より調達
県連補助金「商工業小規模事業経営支援事業費補助金」	岩手県連を通じて岩手県より調達
会費・手数料等	会員等より調達
一般受託料等	会員等より調達

(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>本会では、関係機関と連携して次の事業を行う。</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. 本会が実施する地域の経済動向調査や需要動向調査の際には、岩泉町、岩手県、岩手県商工会联合会、金融機関、岩泉町森林組合、岩泉まつたけ事業協同組合、岩泉町観光協会、岩泉観光ガイド協会と連携する。</li><li>2. 事業者の経営分析、事業計画策定の支援を行う際には、岩泉町、岩手県、岩手県商工会联合会、金融機関、岩泉町森林組合、岩泉まつたけ事業協同組合、岩泉町観光協会、岩泉観光ガイド協会と連携し伴走型支援を行うとともに、事業者のニーズが多様化、専門化していることから必要に応じて岩手県商工会联合会が実施するエキスパートバンク制度、ミラサポ等の専門家派遣制度の活用により専門家とも連携をとりながら支援を行う。</li><li>3. 新たな需要開拓に寄与する事業についての支援では、事業者が展示会等に参加できる環境を整えるとともに情報発信やネット販売等の支援も行うため、岩泉町、岩手県、岩手県商工会联合会、金融機関、岩泉町森林組合、岩泉まつたけ事業協同組合、岩泉町観光協会、岩泉観光ガイド協会と連携する。</li><li>4. 地域活性化に係る支援では、岩泉町、岩手県、岩手県商工会联合会、金融機関、岩泉町森林組合、岩泉まつたけ事業協同組合、岩泉町観光協会、岩泉観光ガイド協会と連携する。</li></ol>			
連携者及びその役割			
<p>当会と連携する関係機関とその役割は以下のとおり。</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. 岩泉町 (役割：上記1、2、3、4) 代表者 町長 伊達 勝身 (担当：経済観光交流課) 住 所 〒027-0501 岩手県下閉伊郡岩泉町岩泉字惣畑 59 番地 5 電 話 0194-22-2111</li><li>2. 岩手県 (役割：上記1、2、3、4) 代表者 知事 達増 拓也 (担当：商工労働観光部経営支援課) 住 所 〒020-8570 岩手県盛岡市内丸 10-1 電 話 019-629-5541</li><li>3. 岩手県商工会联合会 (役割：上記1、2、3、4) 代表者 会長 高橋 富一 住 所 〒020-0045 岩手県盛岡市駅西通一丁目 3 番地 8 電 話 019-622-4165</li><li>4. 金融機関 (役割：上記1、2、3、4)</li></ol>			
金融機関名	支店長等名	住 所	電話番号
岩手銀行岩泉支店	高橋 忠和	下閉伊郡岩泉町岩泉字太田 35 番地	0194-22-2381
北日本銀行岩泉支店	菅原 聡	下閉伊郡岩泉町岩泉字村木 18 番地 17	0194-22-2425
日本政策金融公庫盛岡支店国民生活事業	山下 恵庸	盛岡市菜園 2-7-21	019-623-4392

5. 岩泉町森林組合（役割：上記1、2、3、4）  
 代表者 代表理事組合長 工藤 新平  
 住 所 〒027-0501 岩手県下閉伊郡岩泉町岩泉字天間 17 番地 1  
 電 話 0194-22-2529
6. 岩泉まつたけ事業協同組合（役割：上記1、2、3、4）  
 代表者 代表理事組合長 佐々木 大和  
 住 所 〒027-0501 岩手県下閉伊郡岩泉町岩泉字中野 40 番地 42  
 電 話 0194-22-3245
7. 岩泉町観光協会（役割：上記1、2、3、4）  
 代表者 会長 八重樫 義一郎  
 住 所 〒027-0501 岩手県下閉伊郡岩泉町岩泉字神成 1 番地 1  
 電 話 0194-22-4755
8. 岩泉観光ガイド協会（役割：上記1、2、3、4）  
 代表者 会長 佐々木 保美  
 住 所 〒027-0501 岩手県下閉伊郡岩泉町岩泉字中野 40 番地 42  
 電 話 0194-22-5955

連携体制図等

