

経営発達支援計画の概要

実施者名	田野畑村商工会(法人番号 6400005004248)
実施期間	平成 29 年 4 月 1 日～平成 34 年 3 月 31 日
目標	<p>地域の課題の解決に向けて、地域経済動向調査、消費動向調査を実施し、高齢化社会を見込んだ新サービス等の検討など、小規模事業者のビジネスモデルの構築を推進する。</p> <p>(1) 高齢化社会を見据えた事業計画策定支援 (2) 事業継承支援・新事業計画策定支援 (3) 新商品開発支援及び販路開拓への支援 (4) 滞在型観光ヘシフトしていくための取組み(接遇セミナー等)</p>
事業内容	<p>・経営発達支援事業</p> <p><u>1.地域の経済動向調査に関すること【指針】</u> 業種ごと定期ヒアリング、各種資料及び観光客入込状況について四半期ごとに整理し会報、HP、タブレット(巡回時に)にて情報提供。</p> <p><u>2.経営分析に関すること【指針】</u> 巡回訪問により個社の現状再認識・方向性提案 財務分析・自社確認を踏まえた経営課題抽出 経営分析セミナーによる自己分析能力の向上支援及び個別指導。</p> <p><u>3.事業計画策定支援に関すること【指針】</u> 上記にてファイリングしたものをグループ分けし、個々に専門家を入れた個別支援を実施。</p> <p><u>4.事業計画策定後の支援に関すること【指針】</u> 巡回によりグループごとに計画推進状況を確認(3か月に1回)PDCAサイクルの確立を図る。</p> <p><u>5.需要動向調査に関すること【指針】</u> 地元高齢者・観光客(お土産・飲食品)・物産展・商談会及びネット販売向け需要動向調査実施。会報とHPによる情報提供。</p> <p><u>6.新たな需要の開拓に関すること【指針】</u> 各関係機関主催展示商談会の出展支援及びフォローアップとインターネットによる需要開拓支援と首都圏の販路開拓を図るとともにテストマーケティングの推進。</p> <p>・地域経済の活性化に資する取組み 観・学・官連携による(交流人口増加)検討。 食材に付加価値を加えた田野畑村新ブランド化検討。 域内消費循環により地域活性化の検討。</p>
連携内容	別紙のとおり
連絡先	<p>田野畑村商工会 岩手県下閉伊郡田野畑村和野 532-13 0194-34-2304</p> <p>http://www.shokokai.com/tanohata/</p>

(別表 1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

・ 田野畑村の現状と課題

1. 田野畑村の現状と課題

岩手県沿岸北部に位置する田野畑村は、156 km²の村土に旧 6 小学校区 24 集落が存在し、1,445 世帯 3,636 人が暮らす農山漁村である。また、東日本大震災では死者・行方不明者 39 名、全壊流出等の住宅 274 棟の他、漁港、漁船、道路、三陸鉄道等が流出損壊し被害額 280 億円超となった。



震災以前から恒久的に若者を中心とした首都圏への流出が続き、少子高齢化の人口構成を余儀なくされており、就労世代の定住人口の減少と少子高齢化が進行し、地域経済活動の低迷が続いている。更に近隣地方都市への大型ショッピング施設の進出により、地元購買力の流出が顕著（品目総合で 86.4%）となっている。

人口は減少しているが、世帯数は増加している。これは高齢化世帯（独居老人世帯）が増加していることに起因される。本村にはコンビニ、病院、銀行の施設がなく、自家用車での移動が欠かせない状況であるものの、高齢者は自家用車の運転もままならず、高齢化世帯における買い物弱者対策が課題となっている。

田野畑村の人口（年齢 3 区分別）と世帯数及び高齢化率

	平成 12 年	平成 17 年	平成 22 年	平成 27 年 (9 月 30 日)
15 歳未満 (人)	701	575	455	391
15～64 歳 (人)	2,613	2,392	2,087	1,932
65 歳以上 (人)	1,215	1,274	1,301	1,313
合計 (人)	4,529	4,241	3,843	3,636
65 歳以上の割合	26.8%	30.0%	33.8%	36.1%
世帯数	1,385	1,365	1,309	1,445

資料／『国勢調査』及び『住民基本台帳』による



JTBによる国内観光資源評価で特A級に認定された田野畑海岸は三陸復興国立公園内に位置し、景勝地「北山崎」や「鵜の巣断崖」に年間 49 万人回の観光客（震災前は 100 万人回）が入り込み、大きな経済波及効果を上げている。田野畑村では特にも体験観光（サップ船アドベンチャーズ、北山崎ネイチャートレッキング、津波体験語り部&ガイド、塩づくり体験など）に力を入れており、特にも「サップ船アドベンチャーズ」の体験型観光メニューが好調であり、交流人口増に貢献している。

しかしながら、通過型観光が大半であり、いかに滞在型へシフトさせるか、そして震災復興前の入込みにいかにして回復させるかが課題である。

田野畑村の観光入込客数

	平成 21 年	平成 22 年	平成 23 年	平成 24 年	平成 25 年
宿泊人数 (人)	48,090	45,470	4,500	9,200	42,500
日帰り人数 (人)	962,850	580,470	48,320	271,440	451,600
合計 (人)	1,010,940	625,940	52,820	280,640	494,100

資料／田野畑村役場（観光統計）

2. 小規模事業者の現状と課題

地域の産業は、農林水産業等の生産基盤がぜい弱であることに加え、商工業においても商店街や工場集積群等の形成がなく、事業所が少ないが会員組織率が高く（82.7%）、全商工業者数、会員数とも少数であり、事業所同士の顔が見える関係である。しかし、小企業が大半を占めており、資本力の弱さ、商圏の狭さ、消費人口と消費額の少なさ、吸引力の弱さ、雇用の場の少なさのために就労人口も当然少ないことなどを背景に、後継者不在による事業廃止が多くなると予想されることから、事業継承や計画的な廃業支援が課題である。

平成23年3月の東日本大震災津波によって村内事業所の29%（32事業所）が被災し、その内28%（9事業所）が事業再開を断念するなど、総事業所数が少ない中で大きな痛手となっている。

そうした中で26.3%と最も多くを占めている建設業が復興特需により業績が好調で推移しており、更には立地条件の良い宿泊・飲食・小売業の小規模事業所も同様に業績が好調である。しかし、土木建築関係、製造業、福祉医療関係で「求人を出しても集まらない」という慢性的な人材不足が続いていることから、雇用ミスマッチ（事業所と求職者との隔たり）への対応が課題となっている。

震災から今日まで、復旧復興関連工事に伴う土木建築関連業者や立地条件の良い小売・飲食・宿泊などの業種では、復興特需による業績好調な小規模事業所があるものの、特需後の対策が課題となっている。

事業所の86.8%が小規模で、建設業は事業継承が順調に進み、後継者が決まっているが、人材確保が課題となっている。製造業は原発の風評被害により売上減少したものの回復しつつあるが、人材確保が課題となっている。小売・飲食・宿泊は復興特需により業績好調であるものの、高齢化と後継者不在により今後5年から10年には廃業が見込まれる。そうした中、域内人口の減少や景気の影響、そして消費者ニーズの変化（価格・品質→安心・安全、店舗販売→産直・ネット販売の増加）や、購買力流出などの厳しい経済環境から脱出できないのが現状である。

また、復興特需による事業受注機会が増大している土木建築関連事業所のほか、製造業、福祉医療関連事業所においては、深刻な就労者不足が慢性化しており、求人と求職のミスマッチが課題となっている。

商工業者数・小規模事業者数

	平成18年	平成21年	平成24年
商工業者数	171	131	110
内小規模事業者数	(145)	(109)	(91)

資料／『経済センサス』

東日本大震災：会員の復旧・復興状況

被災時点	会員数(人)	被災会員(人)	被災会員状況(人)			
			営業継続・再開	廃業	転出	休業 未再開
平成27年9月	101	32	21	9	2	0

資料／田野畑村役場

3. 田野畑村商工会の現状と課題

(1) 会員の状況

本商工会は、1968年（昭和43年）8月に74名の会員で設立され、ピーク時の1981年（昭和56年）には129会員まで増大したものの、その後減少傾向で推移しており、現在商工業者数110企業（24年経済センサス）に対し会員数は91企業（組織率82.7%）となっている。

地域産業の業種構成については、建設業が26.3%と大きな比率を占めており、同業種は震災復興関連事業により順調に売上を伸ばしている。また、飲食・宿泊業（17.7%）小売業（17.7%）の事業所にあっても同様に復興関連で業績を伸ばしているものの、復興景気が一段落した後の将来的な消費動向が把握できずに大きな不安を抱えている。

このような状況の中、個々の事業者は自ら生き残りをかけた第二創業やオンリーワンの自社商品（製品）への取組みによる域外に向けた販路拡大など、危機感と希望を持った経営の持続・発展を期するための経営計画の作成と実行が求められている。

また、共同店舗や商店街等の商業集積のない状況で、事業所が協力して消費者を呼び込み、滞留させる仕掛けづくりなどの継続した取組みのほか、新卒者の会社見学会、体験就労、両親説明会などの地道な取組みによって一人でも多くの就労者を確保することが課題となっている。

業種別商工業者・会員数（平成 27 年 4 月 1 日現在）

業種	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食・宿泊	サービス	その他	合計
商工業者	23	12	2	28	11	21	13	110
会員	24	13	1	16	13	11	6	91
業種比率	26.3%	14.2%	1.0%	17.5%	14.2%	12.0%	6.5%	100%

資料／田野畑村商工会

会員数推移

	平成 10 年	平成 15 年	平成 20 年	平成 26 年	平成 27 年
会員数	130	116	111	106	104
正会員	122	109	101	93	91
特別会員	2	1	3	3	3
定款会員	6	6	7	10	10

資料／田野畑村商工会

（2）地域経済の振興と商工会の役割

これまでの商工会の会員支援は、少数で互いの顔が見える関係の強みを生かす、フェイス to フェイスの巡回・窓口相談により、税務・労働・金融を中心に経営改善普及事業を実施してきた。しかし、職員体制がぜい弱であり、経営指導員 1 名で実施しており、また、その他業務に追われ十分な経営改善事業が実施されず、「ネット de 記帳」の推進により税務や経営状態の把握に努め、併せてマル経資金や田野畑村中小企業振興資金の金融相談などの要望に応える「受け身型」支援にとどまっていた。

今回の経営発達計画策定に向けて検討会を設け、現状課題を踏まえつつ、その中で改めて SWOT 分析により現状を分析し、戦略をねりなおすこととした。

観光に関しては、地域の特徴を生かした誘客を図るため、三陸復興国立公園の景勝地・海のアルプス「北山崎」とジオサイト、体験観光サップ船アドベンチャーズ、北山崎ネイチャートレッキング、津波体験語り部&ガイド、塩づくり体験などの推進により、交流人口の増加がもたらされ、地域経済をけん引しており、観光客の入込み数が少しずつ回復している。

特産品については、海と山の食材が豊富であり、三陸漁場のアワビ、ウニ、鮮魚、海藻が一級品である。また、合鴨の生産が日本一である。更には田野畑村産業開発公社において牛乳と乳製品（アイス・ヨーグルト）を製造販売しており、濃厚で美味しいとの評価を得ている。

アクセスの面では、東日本大震災で壊滅的な被害を受けた沿岸の道路網及び三陸鉄道が復旧し、三陸沿岸を横断する交通体系が整った。県都・盛岡市と沿岸部を結ぶ国道 455 号の早坂峠がトンネル化し、物資や観光客の往来が容易になった。

更には、復興道路としての三陸沿岸道路の整備が急ピッチで進み、それに伴う「道の駅・たのはた」の移転リニューアルが求められており、新・道の駅を拠点とした村民同士の交流、来訪者との交流によるにぎわい創出と経済活性化が期待され、賑わい創出や事業進出の千載一遇のチャンスと考える。

中長期の振興に向けた経営発達支援事業の目標

平成 23 年 3 月の東日本大震災津波によって甚大な被害を受けた田野畑村は、いち早く復旧・復興に取り掛かり高台造成、災害復興住宅の建築、三陸鉄道の復旧が完了し、今後、漁港、防潮堤、道路整備を進めている。この経営発達支援計画の作成を契機に、小規模事業者の個々のニーズ把握に努めるとともに、地域経済動向と需要動向の把握に努め、その情報を提供し、「気づき」を誘発させることにより、小規模事業者の持っている底力を覚醒させることであきらめムードを払拭する。地域経済の活性化に資するビジョンと行動計画を策定することを目指し、小さな村だからこそできる個々の小規模事業者に対するきめこまかい取り組みを模索し推進する。

小規模事業者の中長期的な振興のあり方としては、以下に示すように、①地域の高齢者ニーズに合わせた新たな事業の検討、新しいビジネスモデルの構築②高齢化と後継者不在の場合の円滑な事業継承③新たな道の駅開設に向けた新たな事業の検討と具現化④体験プログラムの充実強化やおもてなしサービスの向上などにより通過型から滞在型観光への展開などが挙げられる。

(1) ビジネスモデル（高齢者世帯向け買物弱者対策）の構築

今後ますます進むであろう高齢化社会を見据え、高齢者世帯における買い物弱者対策を解決していくことで、消費流出を止め、小規模事業者へ新たな需要（食品・生活雑貨など）の掘り起しの仕組みを構築し、結果的に高齢者世帯が便利で住みよい仕組みができるように、全業種を挙げて取り組めるように事業計画策定支援を行う。

(2) 円滑な事業継承

同じように進むと予想される小規模事業者（小売・飲食・宿泊）の高齢化と後継者不在による廃業を止める為、自ら生き残りをかけた第二創業やオンリーワンの自社商品（製品）への取り組みによる域外に向けた販路拡大など、危機感と希望を持った経営の持続・発展を期するための経営計画事業継承支援を行う。

(3) 新事業展開

三陸復興道路の建設が急ピッチに進み、新たなコミュニティの核となるべく、田野畑村・産直組合・商工会・専門家を交えた「道の駅検討委員会」が設置され、平成 32 年の竣工に向けて新しい「道の駅・たのはた」の構想が検討されている。

新・道の駅を拠点とした村民同士の交流や来訪者との交流によるにぎわい創出と経済活性化が期待され、新商品開発と併せて販路開拓支援を行う。

(4) 通過型から滞在型へ（おもてなし日本一）

観光面では好評を得ている体験観光メニューの充実に入力しており、更なる観光客の増加が期待されているが、依然として通過型が大半を占めていることから、滞在型にシフトしていくため、観光関係者（ホテル・旅館・小売・飲食業者）に「接遇セミナー」を開催し、おもてなし日本一を目指すように支援を行う。

これまでの実績

	平成 24 年	平成 25 年度	平成 26 年度
事業復興型雇用創出助成金	3 件	3 件	2 件
日本政策金融公庫マル経	1 件	1 件	3 件
田野畑村中小企業振興資金	2 件	5 件	8 件
ネット de 記帳利用	30 件	29 件	29 件

職員体制

	平成 24 年	平成 25 年	平成 26 年
事務局長	1 名	1 名	1 名
経営指導員	1 名	1 名	1 名
補助員	1 名	1 名	1 名
記帳専任職員	1 名	0 名	0 名
合 計	4 名	3 名	3 名

本計画では、地域の強みや地域経済の状況、震災復興の進展などを踏まえ、小規模事業者を取り巻く今後 10 年程度の環境の変化を見通しながら、田野畑村や岩手県商工会連合会、金融機関や支援機関との連携を図り、新たに以下の目標を掲げて、小規模事業者の経営発達を目指すものとする。

1. 小規模事業者支援機関としての目標

復興景気が一段落した後の将来的な消費動向が把握できずにいる現状を踏まえ、地域経済動向調査、消費動向調査を実施し、高齢化社会に対応した新サービスの検討をするなど、小規模事業者のビジネスモデルの構築を推進する。

(1) 高齢化社会に対応した事業計画策定支援

村内事業所は高齢化が加速し小規模事業者が大半を占めており、資本力の弱さ、商圏の狭さ、消費人口と消費額の少なさ、吸引力の弱さ、雇用の場の少なさのために就労人口も少なく地域経済の足かせとなっている。このため、地域経済の振興に向けて、経営革新や第二創業など各企業における持続的な経営の展開や農林漁業者の起業化などの事業計画策定支援を行う。

(2) 事業継承支援・新事業計画策定支援

地域の小規模事業者は少数で、事業所同士の顔が見える関係である。また、会員の中で建設業が 26.3%と最も多く、復興特需により、建設業と立地の良い宿泊・飲食・小売業の業績が好調で推移している。しかし、今後、震災復興が進展して需要が落ち込む見通しの中、後継者不在により廃業事業所が多く発生することが予想されることから、事業継承をスムーズに進めるため「事業継承マッチング支援」を実施する。

また、各種補助事業の導入や経営革新、第二創業などを目指す企業を支援し、新たな事業展開を図るため事業計画策定支援を行う。

(3) 新商品開発支援及び販路開拓への支援

移転リニューアルする「道の駅・たのはた」を地域活性化拠点と位置付けし、個々の事業者は自ら生き残りをかけた第二創業やオンリーワンの自社商品（製品）への取組みによる域外に向けた販路拡大など、危機感と希望を持った経営の持続・発展を期するため、新規創業や既存商品に付加価値を加えた新商品開発など新たな事業の展開を推進する。

2. 総合的経済団体としての目標

SWOT分析に基づき、にぎわい創出と「田野畑ブランド」の確立を図り、高齢化・人口流出・人出不足に対応すべく、高齢者世帯の「御用聞き」と「配達」の仕組みの構築を図る。更に観光資源及び地域資源を活かし、滞在型へシフトしていく仕組み構築する。

(1) 「新・道の駅」の活用が期待されることから「田野畑ブランド」を確立させる取り組みを推進

「道の駅」の移転リニューアルを契機に、新しい「道の駅・たのはた」を拠点とした村民同士の交流、来訪者との交流によるにぎわい創出と経済活性化が期待されることから、にぎわい創出や事業進出の千載一遇のチャンスである。田野畑村は、1次産品は豊富にあるものの、加工品は田野畑村産業開発公社の牛乳・アイスクリームが主体となっていることから、今後、「道の駅・たのはた」で売出す新商品のブランド化を目指して、商品開発をすることで「田野畑ブランド」の確立を図る。

(2) 人口減少・高齢化・消費流出対応のため高齢者世帯（買い物弱者）の需要調査の実施

少子高齢化と人口減少が進み、村内の消費が鈍化傾向にある、人口構成も少子高齢化の傾向が顕著になっており、更に近隣地方都市への大型ショッピング施設の進出により、地元購買力の流出（品目総合で86.4%）が顕著となっている。

また、本村にはコンビニ、病院、銀行の施設がなく、自家用車での移動が欠かせない状況で、相互作用において消費流出が顕著となっている。このため、消費流出を防ぐ取り組みとして、高齢者世帯に対する「御用聞き」と「配達」の仕組みを田野畑村の協力を得ながら商工会が中心となりシステムを構築する。

(3) 滞在型観光へシフトしていくための取組み（接遇セミナー等）

本村の観光地は三陸復興国立公園内に位置し、JTBによる国内観光資源評価で特A級に認定されている。「サップ船アドベンチャーズ」を中心とした体験型観光メニューへの誘客を図り、通過型観光から滞在型へシフトさせる取り組みを進める。更に、リピーターを増やすため、観光で訪れた方々への心に残るおもてなしが実践できるようにおもてなし日本一を目指し、それを担う人材育成を図る。

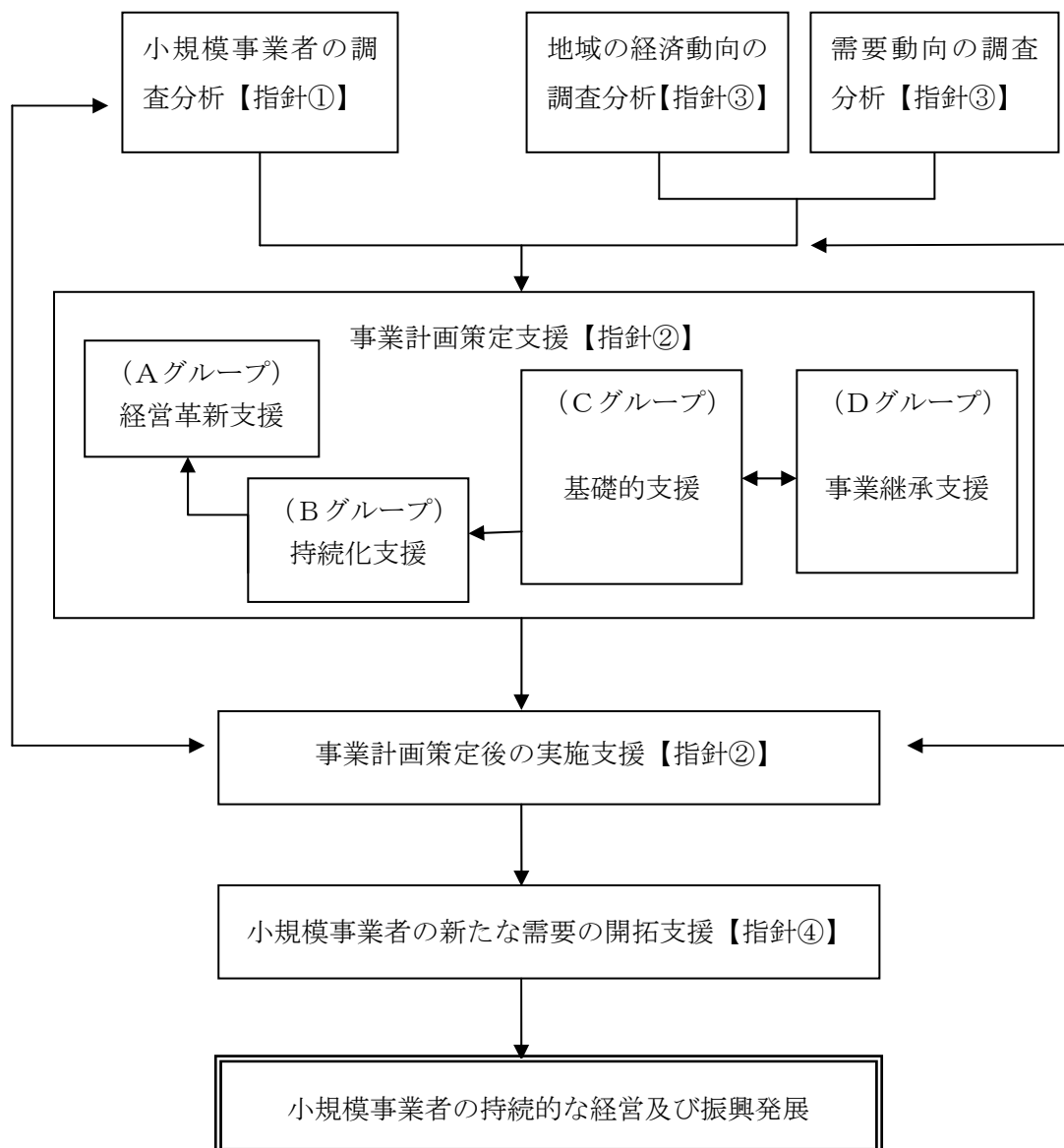
経営発達支援事業の内容及び実施期間

(1) 経営発達支援事業の実施期間（平成 29 年 4 月 1 日～平成 34 年 3 月 31 日）

(2) 経営発達支援事業の内容

・ 経営発達支援事業の内容

経営発達支援事業の内容全体のフロー



1. 地域の経済動向調査に関すること【指針】

【課題に対する取組】

(現状と課題)

これまで地域経済の動向把握に関して小規模事業者は、取引業者やテレビ・新聞からの情報を得るといふ昔からの情報収集の仕方と自らの「感覚と経験」によって、それぞれが個別に経済動向を把握しており、商工会に対する情報提供依頼は皆無という状況であり、地域内外の経済動向を反映した事業計画の作成をしている事業者はいなかった。

商工会にあっては、経営指導員が田野畑村中小企業振興資金融資制度（(利子補給制度)メンバー：田野畑村・岩手銀行岩泉支店・北日本銀行岩泉支店・岩手県信用保証協会宮古支所）や、マル経協議会（メンバー：日本政策金融公庫 盛岡支店国民生活事業部管内の商工会議所・商工会経営指導員）更には、記帳指導・確定申告指導時に（会員 90 企業、うち確定申告 60 件、うち「ネット de 記帳」31 件）を通じて漠然とした全体的な把握にとどまり、その把握内容については巡回指導や窓口指導時に会員等小規模事業者に伝えている状況であり、小規模事業者も商工会も外部環境の情報についてはほとんど把握していなかった。

(新たな取り組み)

本計画では、地域内の経済動向について、経営指導員等の巡回訪問等による定期的にヒアリング調査を実施し、小規模事業者の実態を業種別に把握し整理する。調査においては、売上・採算・資金繰り・設備投資・業界動向等の情報を収集し、事業計画策定の基礎資料として活用するため整理分析して情報提供する。

また、金融機関・民間シンクタンク等が公表している各種資料を活用して、地域内の経済動向のみならず岩手県内の業種別、規模別景況D I、流通動向等の抽出により比較分析して小規模事業者の事業機会や事業計画策定の指針となるよう調査する。

さらに、観光客入込状況については、田野畑村政策推進課における毎月の調査（下記のとおり）を活用し、数値化したものは四半期ごとに HP で公表するとともにタブレットを活用し巡回窓口指導時に小規模事業者に示すとともに、事業計画策定の基礎的資料として活用する。

(事業内容)

(1) 地域内経済動向調査

地域内の実態を反映したより詳細な経済動向を把握するために定期的にヒアリング調査を実施する。毎年度、4 業種（建設業、製造業、小売業、サービス業（飲食宿泊含む））からそれぞれ 5 社ずつ計 20 事業所に対し、売上・仕入単価・採算・資金繰り・設備投資・業況について調査を行う。これのデータから前年同期を比較、業種ごとの増減を数値化したものと合わせて経営指導員の所感を加えたものを Excel にて作成し、事業者へホームページ、会報、巡回訪問等により情報提供するとともに、経営指導員が事業計画策定支援を行う際の基礎資料として活用する。

- ①調査項目 20 事業所（建設業、製造業、小売業、サービス業（飲食宿泊含む）各 5 社）
- ②調査対象 売上・仕入単価・採算・資金繰り・設備投資・業況
- ③調査頻度 四半期ごと

(2) 各種資料を活用した経済動向調査

金融機関・民間シンクタンクが公表している各種資料を活用して、地域内の経済動向のみならず岩手県内の業種別、規模別景況D I 抽出により比較分析して小規模事業者の事業機会や事業計画策定の指針となるよう調査する。当商工会の会報やホームページにリンクするなど小規模事業者に対して適宜、情報提供を行う。

- ①調査資料 岩手県信用保証協会 発行の『保証月報』
岩手県経済研究所 発行の『岩手県経済研究』
- ②調査内容 県内保証状況（市町村別、業種別、資金使途別）、県内の業種別業況・売上高・経常利益・設備・資金繰り・雇用
- ③調査頻度 四半期ごと

(3) 観光客入込状況・宿泊者数調査

観光客入込状況を把握することで、小規模事業者の今後の戦略検討材料とするため、田野畑村政策推進課において調査している下記の情報を収集し、毎月の観光入込状況、宿泊者数の増減をグラフ化したものを四半期ごとに HP で公表するとともにタブレットを活用し巡回窓口指導時に小規模事業者に示し、事業計画策定の基礎的資料として活用する。

- ①調査機関 田野畑村 政策推進課
- ②調査内容 観光客入込数、宿泊者数
- ③調査場所 北山崎レストハウス・白花しゃくなげ荘・松乃家食堂・羅賀荘・ひらいが海荘
- ④調査頻度 四半期ごと

(目標)

内容と目標

内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
地域内経済動向調査 (対象事業所数)	0 (0)	4 (20)	4 (20)	4 (20)	4 (20)	4 (20)
各種資料を活用した 経済動向調査	0	4	4	4	4	4
観光客入込状況・宿 泊者数調査	0	4	4	4	4	4

2. 経営状況の分析に関すること【指針】

(現状と課題)

これまでは、経営指導員1人区という職員体制の弱さから小規模事業者の経営分析はほとんど実施していなかったが、3月の確定申告時期に域内の商工業者数110企業中会員数91(法定会員組織率82.7%)の「ネットde記帳」31件、決算指導事業所60件を実施しており、会員の7割弱の企業の決算内容を把握できる状況となっていた。

また、田野畑村中小企業振興資金融資制度やマル経資金制度の利用事業所については、決算資料をもとに経営指導員が経営分析していた。

村内商工業者の6割が小企業であり、高齢化も目立ち長年培ってきた経験を基本に同業者や仕入れ業者、テレビ・新聞等からの情報によって経営を行い、将来的な経営計画よりも税金対策に主眼を置いているのが現状である。これらの事業主にいかにして経営分析や事業計画策定の大切さを認識してもらうかが大きな課題である。

(新たな取り組み)

小規模事業者の経営状況は域内消費頼みであり、人口減少と消費流出が進み、売上は減少している。高齢化が進み後継者は地元に帰ってこない、年金を取り崩して経営している状況でとても事業を引き継げとは言えない、自分の代で終わりにすると考えている。

本計画では、小規模事業者に対しては巡回訪問を行い、「現状再確認質問シート」(財務分析は「経営自己診断システム」を活用)を用いた聞き取り指導によって現状分析と課題抽出を行うなど、伴走型支援を展開する。事業所ごとのシートについては、商工会全職員が指導時に使える状態にファイリングするとともに、分析結果も組織内で共有を図っていく。

シート作成することを通じ、各事業所との意思疎通を図り、持続的発展に繋げるように事業計画の策定に向けて課題を整理する。

(事業内容)

(1) 巡回訪問を通じた「個社の現状再認識・方向性提案」

小規模事業者に対し巡回訪問を実施し、ヒアリング(事業内容・将来展望等)を通じて経営分析の掘り起こしを行う。経営分析に意欲的な事業所に対しては、再度、巡回訪問を実施し、現状における自社の再確認が重要となることから、「現状再認識質問シート」を支援ツールとして活用しながらヒアリングを実施する。この現状再認識質問シートを作成する過程が課題抽出を目的とした経営分析(自社の「強み」「弱み」、業界での「機会」「脅威」)の情報収集であり、経営資源の洗いだしと経営者の持つイメージを「可視化」させ、小規模事業者の事業計画策定に繋げていく。

また、各シートの内容は、事業所ごとにファイリングし、情報の共有化を図り、全職員が指導時にいつでも活用できる状態で保管する。

※「現状再認識質問シート」は別掲(資料1)

(2) 財務分析・自社確認を踏まえた経営課題抽出

上記(1)で「現状再認識質問シート」を作成し他事業所に対しては、更に財務面からの経営分析を実施する。財務分析の方法は、決算データの入力により経営分析ができる中小企業基盤整備機構の「経営自己診断システム」を活用し、収益性、効率性、生産性、安全性、成長性等を分析するとともに、同業種との財務指標との比較等を行う。これを事業者の経営状態を確認する基礎資料として共有化を図る。

分析結果を踏まえて、課題解決、経営ビジョン・経営方針を実現するための事業計画の策定、実施支援へ繋げていく。

(3) 経営分析セミナーによる自己分析能力の向上支援及び個別指導の実施

小規模事業者が自ら経営分析を行うことができるスキルを獲得すること、事業計画策定がいかに大切かを気づいてもらうことを目的として、経営分析セミナーを開催する。

また、専門的な課題等については、岩手県商工会連合会、中小企業基盤整備機構ミラサボや岩手県よろず支援拠点のコーディネーター等と連携し、専門家による経営課題の相談などの解決策を、専門的な視点からの経営分析を行う。

(目標)

内容と目標

内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
経営分析のため 巡回件数	0	30	30	30	30	30
経営分析数 (現状再確認質問 シート作成数)	0	15	15	15	15	15
財務分析数	0	15	15	15	15	15
経営分析セミナー実 施回数(参加者数)	0	1 (10)	1 (10)	1 (10)	1 (10)	1 (10)
専門家による個別相 談企業数	0	3	3	3	3	3

現状再認識質問シート

自社の基本情報の確認

会社名 : _____
 業種 : _____
 社員数 : _____ 名 *パート・アルバイト含む
 営業年数 : _____

●ここ3年ぐらいの業績イメージ

- 向上傾向
 横ばい
 不規則
 悪化傾向
 わからない・知らない

●業績傾向の特徴・特記事項

お客様の特徴

Q3. どのようなお客様を相手にされるご商売ですか？

Q4. 主要なお客様の特徴・ニーズ（要望）は何ですか？

Q5. 最近お客様からどんなことを喜ばれますか？

Q6. 最近気になっているクレームや苦情は？

●お客様件数の動向（既存顧客の減少+新規顧客の増加）

- 向上傾向 横ばい 不規則 悪化傾向
 わからない・知らない

商品・サービスの特徴

Q1. 貴社はどんな製品・サービスを取り扱っていますか？

Q2. その製品・サービスの他社にない特徴・長所は何ですか？

●商品・サービスの販売単価の動向

- 向上傾向 横ばい 不規則 悪化傾向
 わからない・知らない

●商品・サービス製造原価・仕入原価の動向

- 向上傾向 横ばい 不規則 悪化傾向
 わからない・知らない

●商品・サービス製造数量・販売数量の動向

- 向上傾向 横ばい 不規則 悪化傾向
 わからない・知らない

競争状況の特徴

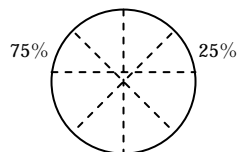
Q7. ご商売の競争相手はどんな特徴のある会社ですか？

Q8. 競争相手に負けないためにどんな工夫をしていますか？

●競争相手または業界全体の業績の動向

- 向上傾向 横ばい 不規則 悪化傾向 わからない・知らない

●地域内・業界内のシェア



- わからない・知らない

組織と社員の基本情報

●組織の部門区分と人数構成を教えてください

部門名	主な役割	人数

部門の区別はない

●職種区分と人員構成を教えてください

職種名	主な役割	人数

組織と社員の基本情報

Q15.変革に向けて積極的に変えていきたいことは何ですか？

Q16.環境が変化しても変えてはならないことは何ですか？

●今後の売上の予測

向上傾向 横ばい 不規則 悪化傾向
わからない・知らない

●今後のコスト・経費の予測

向上傾向 横ばい 不規則 悪化傾向
わからない・知らない

●今後の利益の予測

向上傾向 横ばい 不規則 悪化傾向
わからない・知らない

(備考)

人材とノウハウの特徴

Q9.社員のやる気を引き出すために工夫していることは？

Q10.ご商売上、社員に必要な能力にはどんなものがありますか？

Q11.他社にはない独自の技術やノウハウとか、特殊な設備がありますか？

今後の変化に対する予想

Q12.今後、お客様のニーズはどのように変化すると思いますか？

Q13.新たな商品・サービスで検討しているものはありますか？

Q14.何か、新たな設備投資や人材強化を検討していますか？

3. 事業計画策定支援に関すること【指針】

(現状と課題)

これまで、経営指導員による巡回や窓口相談の個別対面方式による事業者の意向確認をしてきたが、小規模事業者のニーズは多岐にわたり、せい弱な職員体制では「気づき」を誘発させられず、「現状維持が手一杯」という状態から脱出できず、事業計画策定までは至らなかったケースがほとんどで、一部事業者のみ金融相談時等に事業計画策定を支援してきた。

(新たな取り組み)

本計画では、小規模事業者の持続的経営と展開、それに向けた事業計画の策定支援を目的に、上記の【指針③】と【指針①】を踏まえ、セミナーの受講状況や巡回指導の内容により作成した「事業所ファイル」に基づき、小規模事業者を「経営革新支援」（若い、やる気、後継者・従業員有り）「持続化支援」（現状維持、受け身型、家族従業員有り）「基礎的支援」（高齢者、家族経営）「事業継承」（高齢者、後継者無し）の4つのグループに分け、段階別にそれぞれの事業主の状況に応じて、計画策定に向けた個別支援を行う。

(事業内容)

(1) 計画素案の提示による意識啓発

全ての小規模事業者に対して情報提供を継続しながら、小規模事業者の「経営革新支援」「持続化支援」「基礎的支援」「事業継承」の各グループそれぞれに対して、セミナーや巡回指導を通じて、段階別に事業主の意識喚起の観点から、各事業所へ計画素案[「現状再認識質問シート」＋「経営自己診断システム」]の提示を図る（第1段階：気づきの喚起）。

(2) 専門家による事業計画策定に向けた個別相談

上記で計画素案を提示した事業所（後継者不在事業者、基礎的支援グループ（以下、「G」という。）持続化支援Gへ昇格可能なG、持続化支援Gで経営革新Gへ昇格可能なG）へ各グループに応じた専門家（専門家派遣事業：エキスパートバンク活用）と連携し、事業計画策定に向けた個別指導を実施する（第2段階：専門家による個別指導）。

(3) 計画策定と次の段階に向けた支援

上記専門家指導の次の段階として、事業計画の策定を支援するとともに、個々の状況に応じて、さらに各種補助事業や融資、経営革新認定などへの取り組みを促し誘導する（第3段階：計画策定支援）。

(目標)

内容と目標

内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
計画素案の提示	0	18	25	40	80	100
専門家・個別指導	1	5	10	12	15	17
事業継承支援G 事業計画策定	0	2	3	5	8	10
基礎的支援G 事業計画策定	0	10	10	10	10	10
持続化支援G 事業計画策定	1	2	5	5	5	5
経営革新支援G 事業計画策定	0	1	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】

(現状と課題)

これまでは、経営指導員による巡回や窓口相談の個別対面方式で一部事業者のみ、金融相談時に事業計画策定後のフォローアップを実施してきた。しかし、多岐にわたる小規模事業者のニーズに対して、せい弱な職員体制では十分なフォローアップが行われてこなかった。

(新たな取り組み)

本計画では、全職員が情報を共有し支援に携わることにより、上記によってグループ分けした「経営革新支援」「持続化支援」「基礎的支援」「事業継承」、それぞれの事業計画策定に対して、全ての計画の遂行状況を確認する。併せて、計画遂行上不可欠である資金繰りについても確認するため、「資金繰り確認シート」を作成して状況の把握を図り、十分なフォローアップに努める。

(事業内容)

(1) 経営計画策定企業に対するフォローアップ

遂行状況を巡回指導（1事業所につき3カ月に1回）により確認し、PDCAサイクルの確立を図る。また、経営計画と大幅にかい離している場合、再度、ヒアリングを実施することで課題を抽出し、場合によっては計画の変更を支援する。

(2) 資金繰り支援とマル経制度の積極的活用

計画遂行状況確認と共に「資金繰り確認シート」の作成支援を行い、資金繰り状況も確認し、マル経・普通貸付・創業資金等の金融支援を行う。

(目標)

内容と目標

内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
遂行状況確認頻度	0	3カ月に1回	3カ月に1回	3カ月に1回	3カ月に1回	3カ月に1回
資金繰り確認シート作成	0	8	16	16	16	16
マル経制度利用フォローアップ	3	12	20	20	20	20
事業継承支援Gフォローアップ	0	8	12	20	32	40
基礎的支援Gフォローアップ	0	40	40	40	40	40
持続化支援Gフォローアップ	1	8	20	20	20	20
経営革新支援Gフォローアップ	0	4	8	8	8	8

5. 需要動向調査に関すること【指針】

(現状と課題)

これまで、地域内において需要動向調査は行っておらず、小規模事業者は旧態依然とした「売りたい」「売れるもの」という売り手視点で考えており、長年培ってきた「感覚や経験」に頼りがちであり、需要動向の把握が経営にとって大切であるという意識が希薄である。小規模事業者の市場も地域住民が大半を占め、プラスアルファで観光客と震災復興工事関係者に頼っており、地域は人口減少と高齢化が加速度的に進み、消費需要が先細りすることは明確である。

小規模事業者は自らが新たな商品開発や首都圏等における商談会での販路拡大に挑戦する余力がなく、事業所周辺の住民とプラスアルファの観光客、震災復興工事関係者の消費に頼っている。特に、地域住民の需要動向のなかでも買い物弱者といえる高齢者ニーズと観光客の需要動向を把握できていなかったことから、需要を見据えた事業計画に資する情報の提供が不足していた。

(新たな取り組み)

本計画では、小規模事業者が持続的に経営していくために、次に掲げる需要動向調査を実施し情報収集と分析を行い、小規模事業者や創業予定者に示すことで域内需要に的確に対応した商品開発・品ぞろえ・新サービス・新たな販路開拓につなげていく。

調査した結果については商工会ホームページと商工会報で示すとともに、小規模事業者の事業計画策定に繋げていき「気づき」を誘発させ、新商品や新サービスの開発と新たな需要開拓に繋げていく。

(事業内容)

(1) 地元高齢者世帯（買い物弱者）の需要動向調査

今後、さらなる増加が見込まれる高齢者世帯を対象に、田野畑村、田野畑村社会福祉協議会の協力を得て新たな消費需要の掘り起こしを行うための買い物・生活支援需要動向調査を実施する。

調査項目：①日常の買い物行動 ②買い物頻度 ③購入品目

④買に行けない商品：理由：配達希望頻度：欲しい商品・サービス

対象者：地元高齢者世帯（お店のない地区の高齢者を対象に任意抽出した50世帯）

調査頻度：年に1回

調査方法：アンケート用紙を活用して聞き取り記入

活用方法：高齢者（買い物弱者）のニーズを把握したものを小規模事業者（小売業・サービス業者）に示すことで高齢者向けの商品販売や新たなサービスの開発をするための参考資料とする。

(2) 観光客等の需要動向調査

当地に訪れた観光客等を対象に道の駅リニューアルオープンに向けてここで取り扱う商品開発に向けたお土産品調査と飲食店でのメニューに対する需要動向調査を行い、外部視点からの地の良さ・魅力を発掘し新たな需要を折り起こす。

①お土産品調査（わかめや昆布の加工品、伝統工芸品）

実施施設：北山崎（体験村たのはた・松乃家食堂・北山崎レストハウス）

思惟大橋産直、尾肝要産直 5か所

調査項目：①属性：どこから/年齢/性別/職業 ②価格 ③大きさ・適正 ④パッケージ

対象者：実施施設での購入者（各施設50件ずつ合計250件）

調査方法：ヒアリングを通じたアンケート調査を実施する（4月～6月 3カ月間 1回/年）

活用方法：道の駅リニューアルに向けて、そこで販売する各個店及び新規創業者の新商品開発の参考資料とする。道の駅リニューアル後には、リニューアルされた道の駅でのヒアリング調査も行い商品改良の参考資料とする。

②飲食店調査

実施施設：北山崎（白花しゃくなげ荘・松乃家食堂・北山崎レストハウス）

北川食堂・田野畑レディース虹の橋 5か所

調査項目：①属性：どこから/年齢/性別/職業

当該施設で販売されている加工品や提供されている飲食メニューについての

②価格 ③味・量 ④改善点 など

対象者：実施施設での飲食者

（北山崎（白花しゃくなげ荘・松乃家食堂・北山崎レストハウス）北川食堂・田野畑レディース虹の橋の5施設で1施設当たり5メニュー10件ずつ合計250件）

調査方法：アンケート調査を実施する（8月～10月 3カ月間 1回/年）

活用方法：各個店（加工業者や飲食店）及び新規創業者の新商品・メニュー開発の参考資料

(3) 物産展やネット販売に向けた需要動向調査

今まで域内消費に頼っていた小規模事業者が全国に販売強化するために売れ筋商品、商品傾向、求められているもの等について需要動向調査を行い、物産展や商談会に積極的に出店する

とともに、ネット販売を始めるための参考資料とする。

実施施設：いわて銀河プラザ

調査項目：①売れ筋ランキング ②商品傾向 ③求められているもの

対象者：店長・バイヤー

調査方法：ヒアリング調査を実施する（1回/年）

活用方法：各個店（加工業者や飲食店）及び新規創業者の新品・メニュー開発と物産展・商談会へ出店する各個店の新品・メニュー開発の参考資料

（4）調査結果の情報提供

調査結果は、巡回指導や窓口指導を通じて個別企業に提供するとともに、『商工会報』やホームページに掲載して公表し、小規模事業者の事業計画策定に繋げていき「気づき」を誘発させる。

（目標）

内容と目標

内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
地元高齢者世帯（買い物弱者）の需要動向調査（事業所への情報提供件数）	未実施	1 (49)	1 (49)	1 (49)	1 (49)	1 (49)
観光客等へのお土産品需要動向調査（事業所への情報提供件数）	未実施	1 (20)	1 (20)	1 (20)	1 (20)	1 (20)
観光客等への飲食店メニュー需要動向調査（事業所への情報提供件数）	未実施	1 (13)	1 (13)	1 (13)	1 (13)	1 (13)
銀河プラザの需要動向調査（事業所への情報提供件数）	未実施	1 (54)	1 (54)	1 (54)	1 (54)	1 (54)
会報への情報提供	未実施	3	3	3	3	3
ホームページの更新	未実施	3	3	3	3	3



6. 新たな需要の開拓に関すること【指針】

(現状と課題)

これまで、新たな需要開拓支援については、田野畑村産業開発公社（商品：牛乳・ヨーグルト・アイスクリーム）や田野畑山地酪農牛乳株式会社（商品：山地酪農牛乳）に対して、を岩手県商工会連合会主催の展示会や商談会の開催情報を開示して、参加要請を行うにとどまっていた。他の事業所には自社製品がなく企業体力もないことからこのような需要開拓支援に関する呼びかけはしてこなかった。

本村の小規模事業者は小企業で域内住民の需要に対応しているほか、観光客と震災復興工事関係者に対して細々と営業している現状である。地元購買率 13.6%にとどまっており、ほとんどが宮古市・久慈市・盛岡市・八戸市に出掛け、レージャーの傍ら買い物をしているといった状況である。

域内は人口減少と少子高齢化が進み、それに比例し、小規模事業者の客数（既存顧客）・売上が減少しているが、販路拡大に取り組むための新たな需要を見込める商品・サービスを開発し、域外需要に対応することが課題である。

当地域には目玉となりうる山海の食材は豊富であるが（山＝牛乳・ヨーグルト・シイタケ・松茸・合鴨、海＝ウニ・アワビ・わかめ・わかめ・昆布・鮭）、1次産業の生産と出荷にとどまっており新鮮豊富な食材に付加価値を加えた新商品開発による販路拡大が課題である。

(新たな取り組み)

本計画では、需要動向調査や事業計画策定により、明確化されたターゲットに対して「売る」支援として、関係支援機関が主催する「各種展示・商談会」への出展支援や、必要に応じて支援機関等の専門家派遣事業を活用したフォローアップ支援を行うとともに、各ECサイトやSHIFTへの登録支援による小規模事業者のビジネスチャンスの増加を促し、販路開拓を目指していく。

さらに、より高い付加価値のある商品を売っていく必要があることから首都圏の物産展に参加し、首都圏への販路開拓を図るとともに、テストマーケティングを推進する。

(事業内容)

(1) 各関係機関等主催展示商談会の出展支援及びフォローアップ

地域内小規模事業者は、経営資源が限られており、開発した商品の需要開拓のノウハウが不足している為、商工会が各支援機関と連携して、支援機関等が主催する展示会・商談会に出展支援（申請事務申請支援等）することで、新たな需要の開拓に寄与する。

出展支援にあたっては、商談会参加事業者を対象とし、専門家と連携を図り商品改良等のフォローアップ、商談成立後事業者への支援を行う。

<出店予定商談会>

事業名：「いわて食の大商談会」への参加支援

実施主体：岩手県、岩手県産、岩手銀行、東北銀行、北日本銀行、日本政策金融公庫盛岡支店、JA岩手県 信連、盛岡信用金庫、いわて産業振興センター

実施時期：毎年 8 月頃（盛岡市）

目的：県内外の食品企業、小売・流通企業、外食産業等との商談、助言及び消費者による

試食会の意見集約等

支援対象：食品製造業者等

支援内容：申請事務手続支援、商談会随行による試食・試飲補助、アンケート調査サポート及び結果の分析、専門家と連携した商品改良等のフォローアップ

(2) インターネットによる需要開拓支援

現在、小規模事業者の情報発信については、オンラインショップなどの機能がない状況にあり直接売り上げの増などの効果的な運営にはない状況にある。

今後は、売るための支援機関が運営するECサイトへの掲載を積極的に推進し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・ネットワークキング・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むけた取組みを促す。

<主なECサイト>

名称：「ニッポンセレクト.COM」

運営先：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を活用とした販路開拓

支援対象：全小規模事業者

支援内容：登録申請事務手続支援、商品紹介文作成支援

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

名称：「SHIFT」による簡易ホームページ作成支援

運営先：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への認知度向上とITを活用とした販路開拓

支援対象：ホームページを持っていない小規模事業者

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、認知度向上とビジネスチャンスが増大する。

(3) 物産展への出展参加支援及びフォローアップ

小規模事業者が開発・製造販売する商品について、商品力の向上を目的として、支援関係機関が運営する物産展への積極的な参加を促し、テストマーケティング機能等の活用を支援する。

その結果をもとに「売れる商品づくり」を主眼として、市場のニーズに合った商品改良や価格設定について支援機関の専門家派遣事業等を活用し専門家と連携を図りながら新たな需要の開拓に向けた支援を行う。

<出店予定の物産展>

事業名：「全国物産展」への出店支援

実施主体：全国商工会連合会

実施時期：11月（東京都池袋サンシャイン）

目的：テスト販売による新たな顧客の獲得

支援対象：食品製造業者

支援内容：申請事務手続き支援、テストマーケティング結果の解析（ターゲットの検討・商品改良・価格設定）支援、専門家との連携による商品改良支援

効果：店から商品の評判、評価等のアドバイスにより、市場における立ち位置の確認を行い、市場における優位性の高い商品づくり（商品力の向上）を図ることができる。また、現場における催事・販売を行う際に職員が随行することで不足する経営資源の保管と併せて職員も情報をリアルタイムに把握でき、ブレの無い正確な情報を活用することができ効果的な伴走型支援を実施することができる。

(目標)

内容と目標

内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
商談会参加企業数	未実施	2	2	2	2	2
商談会成約件数	未実施	2	2	2	2	2
ニッポンセレクト.COM掲載事業所数 (売上増加金額)	未実施	1 (90万円)	1 (90万円)	1 (90万円)	1 (90万円)	1 (90万円)
SHIFT開設企業数 (売上増加金額)	未実施	1 (90万円)	1 (90万円)	1 (90万円)	1 (90万円)	1 (90万円)
全国物産展参加企業数 (売上増加金額)	未実施	1 (90万円)	1 (90万円)	1 (90万円)	1 (90万円)	1 (90万円)

・地域経済の活性化に資する取組み

(現状と課題)

これまで、地域活性化に資する取組みとしては、田野畑村が主催している「産業まつり」へ実行委員会のメンバーとして参画により、小規模事業者の出店支援を行ってきた。

観光客動向については、ピーク時（平成21年度）には観光客入込100万人回を超えていたが、年々減少して昨年は49万人回となっている。そうした中で交流人口増加が期待される、体験観光メニュー（サップ船アドベンチャー等）の企画・運営を行っているNPO法人「体験村たのはたネットワーク」のメンバーとして参画し、交流人口増加を図ってきた。

観光客は減少傾向といえども、絶景の景勝地を有し、体験メニューも評判の良く、今後の交流人口を増加が期待され、地域活性化のためには、今後ますますの事業の充実強化を図る必要がある。

特産品販売については、海と山の食材も豊富であるが、1次産業止まりであり、付加価値を加えた商品を開発し、田野畑村の新メニュー開発、ブランド化することが急務と考え、上記と同様に交流人口を増加が地域活性化のカギとなる。

さらに、域内は人口減少と少子高齢化が進み、買い物弱者の増加が懸念されることから、いかにして高齢者ニーズに対応した仕組みを構築し、地域内消費を循環させることが課題である。

(新たな取組み)

本計画では、地域活性化に資する取組みとして、絶景の景勝地と体験メニューを活かし、交

流人口（リピーター また行きたい）を増加させることで地域活性化を図る。そのために、「M I 田野畑村検討会」（メンバー：田野畑村・羅賀荘・北山崎 4 事業者・岩手県立大学学生復興応援隊・商工会）を設置し検討していく。この委員会では商工会実施する需要動向調査の分析結果を基に「いかにリピータを増加」させるか共通目標とし、実行に移しそれを検証し、再度検討し直しブラッシュアップを図る。 ※MIとは（M：また I：行きたい）

更に、1次産業止まりであった、海（ウニ・アワビ・わかめ・昆布）と山（牛乳・ヨーグルト・シイタケ・松茸・合鴨）の食材を使って、付加価値を加えた商品を開発し、田野畑村の新メニュー開発、ブランド化（田野畑村に 来なければ 手に入らない商品）することで上記と同様に交流人口を増加させ地域活性化を図る。そのために、「TKT田野畑村検討会」（メンバー：漁協女性部（海産物）・産業開発公社（牛乳製品）・サンマッシュ田野畑（しいたけ）・松茸組合（松茸）・甘竹田野畑（合鴨））を設置し検討していく。

※TKTとは（T：田野畑 K：来なければ T：手に入らない）

また、今後、確実に増える域内の高齢世帯をターゲットに、高齢者ニーズに対応した新サービスを検討する。

（事業内容）

（1）観・学・官連携による（交流人口増加）検討会の設置

地域活性化に資する取り組みとして、絶景の景勝地と体験メニューを活かし交流人口（リピーター また行きたい）を増加させることを目的に「M I 田野畑村検討会」を設置する。

検討会の構成は、田野畑村・羅賀荘・北山崎 4 事業者・岩手県立大学学生復興応援隊・商工会とし、観光客の増加による交流人口の拡大について検討していく。

（2）食材に付加価値を加えた田野畑村ブランドの構築

海と山の食材を使って、付加価値を加えた商品を開発し、田野畑村の新メニュー開発、ブランド化（田野畑村に 来なければ 手に入らない、）することで地域産品の付加価値を高める。ブランド化に向けた委員会として「TKT田野畑村検討会」を設置する。

この委員会では商工会が実施する需要動向調査の分析結果を基に「いかにリピーターを増加」させるか共通目標とし、田野畑村に来なければ「手に入らない」「体験できない」「食べれない」の3つを柱としてブランド化を目指す。

また「道の駅たのはた」と2か所ある産直施設「思惟大橋」・「尾肝要」が集約され、三陸自動車道沿いに新しい「道の駅」が2020年に移転リニューアルが予定されている。この「道の駅」の移転リニューアルに向けた新商品の開発も併せて支援するため、道の駅に商品を供給している加工業者を対象に専門家個別相談会を実施し個社企業ごとに新商品・メニュー・サービスの開発を図る。

品目	事業所名
わかめ・昆布	田野畑村漁協・北山崎レストハウス・白花しゃくなげ荘・松乃家食堂
ウニ・あわび	同上
乳製品	田野畑村産業開発公社・(株)山地酪農牛乳
鴨肉製品	甘竹(株)田野畑工場
伝統食品	田野畑レディース「虹の橋」
シイタケ	サンマッシュ田野畑(株)

(3) 域内消費循環による地域活性化（買い物弱者向け「便利屋・何でも屋」の事業の検討）

今後増える高齢者世帯は、買い物に出かけることも困難となり、潜在的な高齢者のニーズに対応したサービスが必要となってくる。そこで、本会が中心となって、「サービス構築支援委員会」を立ち上げ、高齢者のニーズを拾い上げ、そのニーズに対応できる事業者に対して情報を発信し、マッチングを行い地域内の資金循環による活性化を図っていく。

「サービス構築支援委員会」

項目	内容等
メンバー	田野畑村・田野畑村社会福祉協議会・商工会・専門家
事業検討内容	「便利屋・何でも屋」欲しい商品・サービスの配達 (買い物代行、電球の取り付け、タイヤ交換、草刈り、部屋掃除など)

(目標)

内容と目標

内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
「M I 田野畑村検討会」 開催回数	未実施	4	4	4	4	4
「TKT 田野畑村検討会」 開催回数	未実施	4	4	4	4	4
「サービス構築支援委員会」開催	未実施	4	4	4	4	4
新サービス実施企業数	未実施	2	2	2	2	2

・経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援能力向上のための取組み

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

(現状と課題)

これまで、支援ノウハウ等の入手については、経営指導員が研修会や会議等のとき個別に対応しており、他の支援機関等と連携した組織的な取組みとなっていなかった。

(新たな取組み)

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経営計画策定に関する情報や支援ノウハウを他の支援機関との連携を強化することで、効果的に入手する。

具体的には地域の経済動向調査・資金需要に関する情報、事業計画策定支援に関する情報収集のための連携を強化するとともに、「田野畑村・普代村・野田村商工会事務局長・経営指導員情報交換会」の設置による情報交換の場を設定する。

(事業内容)

(1) 地域の経済動向調査・資金需要に関する情報交換

地域内金融機関等（岩手銀行岩泉支店・北日本銀行岩泉支店・岩手県保証協会宮古支所）との年4回の金融懇談会を開催し、景気動向、管内貸付状況、資金需要、商品、サービスに関する市場動向等について情報交換を行う。

さらに、年2回開催の日本政策金融公庫盛岡支店管内の商工会議所・商工会指導員が集まる「小規模事業者経営改善資金貸付推薦団体連絡協議会」において近隣地域の景況、資金需要等の情報交換を行う。得られた情報は小規模事業者が経営戦略を策定する際の重要な情報として業種別の情報を整理分類し、個別相談の際に活用していく。

(2) 事業計画策定支援に関する情報収集

個々企業に沿った経営計画策定支援を行っていくための支援体制が求められているため、岩手県商工会連合会のエキスパートバンクや岩手県よろず支援拠点、中小企業基盤整備機構などと連携して、新市場への進出及び販路開拓に資する情報や支援事例に関する情報交換を進め、小規模事業者の伴走型支援に活用していく。

(3) 「田野畑村・普代村・野田村商工会事務局長・経営指導員情報交換会」の実施

本計画では、相互の支援ノウハウの情報交換や地域内経済活性化を目的とした意見交換の場として、「田野畑村・普代村・野田村商工会事務局長・経営指導員情報交換会」を設置し、小規模事業者支援等の支援の方向性について情報交換を行う。

構成メンバー (3村の事務局長)、(3村の経営指導員)、(外部専門家)

- ① 村の取組みと連携、補助事業等の情報提供
- ② 村内外の経済動向及び金融支援のノウハウについて交流を図る
- ③ 会員の意識啓発と資質向上を図る
- ④ 支援情報の交換と新商品開発支援及び需要開拓を図る

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(現状と課題)

これまで、岩手県商工会連合会や岩手県等の研修会に出席し、経営指導員の支援力向上に努めてきた。しかし人数が限られた職員体制の中で、巡回指導や窓口指導において事業計画策定支援をする職員は指導員1名の対応であった。

(新たな取り組み)

本計画では職員全員に事業計画策定を行えるように、週に1回職員ミーティングの開催と持続化補助金申請のOJTを実施し、支援ノウハウの共有化を図る。

また、中小企業基盤整備機構仙台校が開催する各種専門コースに年1回参加し、スキルアップを図る。さらに、田野畑村・普代村・野田村商工会職員の交流研修会を開催し、互いの資質向上に努める。

スキルアップ内容として、以下の項目を重点とする。

- ・事業者とのコミュニケーションの取り方、事業計画作成・実施方法
- ・創業、成長発展に必要な経営コンサルティング能力
- ・経営診断、経営分析、財務分析、マーケティング分析
- ・事業継承、IT活用、分析能力

(事業内容)

(1) 週1回の職員ミーティング（スキルの共有化と蓄積）

経営指導員が中心となり、各研修会で身に付けたスキルを復習の意味で他の職員へ伝達し、スキルを共有化することで当商工会としての蓄積を図る。

(2) 持続化補助金申請のOJT（スキルアップ）

経営指導員以外の職員にも持続化補助金申請を担当させ、スキルアップを図る。

(3) 役職員研修会（年1回）（地域経済動向等の情報共有化と統一認識）

地域経済動向等の情報共有化を図り、商工会の方向性の統一を目的とした研修会を開催し役職員間の意思統一を図る。

(4) 中小企業基盤整備機構仙台校 専門コースへ参加（専門スキルアップ）

中小企業基盤整備機構仙台校 専門コースへ積極的に参加（年1回）し、専門知識のスキルアップを図る。

(5) 田野畑村・普代村・野田村商工会職員交流研修会を年2回開催

近隣3商工会の地域経済動向、小規模事業者支援状況の情報を共有することで職員相互のスキルアップと意思統一を図る。

(6) 経営状況の分析結果の共有化

小規模事業者の経営分析結果をファイリングしたものを職員ミーティング（週1回2事業者）で指導員が説明することで共有化を図る。

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

(現状と課題)

これまでの事業報告は、理事会を経て総会の時に年1回のみ行っているが、事後報告だけであり、細かな評価・検証は実施してこなかった。しかし、数値目標を設定した今後の事業に向けては、中間的な進捗状況の確認や事業評価が必要とされる。

(新たな取り組み)

本計画における数値目標を設定した多様な事務、事業を展開した結果については、年に4回開催する田野畑村商工会役員会（理事会）に事業の進捗状況や成果を報告し、評価・見直しを行い、PDCAサイクルによる事業のマネジメントを実施し、4回目の理事会には外部より専門家を交えて成果報告を行い、承認を受ける。

(事業内容)

(1) 役員会による実施状況の確認

年に4回開催の役員会において、PDCAサイクルによる事業のマネジメントを実施し、事業の実施状況の確認、より効果的な推進方法について報告、支援効果を図る。

(2) 各種講習会や個別指導における検証

商工会で実施した各種講習会、個別指導参加企業へのアンケートを実施することで、支援効果等を把握、検証し役員会に報告する。

(3) 職員ミーティングにおける進捗管理

毎月1回職員ミーティングを開催し、事業の実施状況の確認を行い、各事項に関する進捗状況を確認し、役員会に報告する。

(4) 外部専門家を交えた事業評価

第3回役員会において外部専門家や行政（役場担当課長）を交えて、事業の実施状況の確認、より効果的な推進方法についてアドバイスをもらい、事業評価及び見直しについて助言してもらう。

(5) 事業の成果及び評価の公表

最終的に役員会において承認を受けた事業の成果、評価、見直しの結果について、商工会ホームページ及び「商工会報たのはた」で公表する。

(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 28 年 4 月現在)

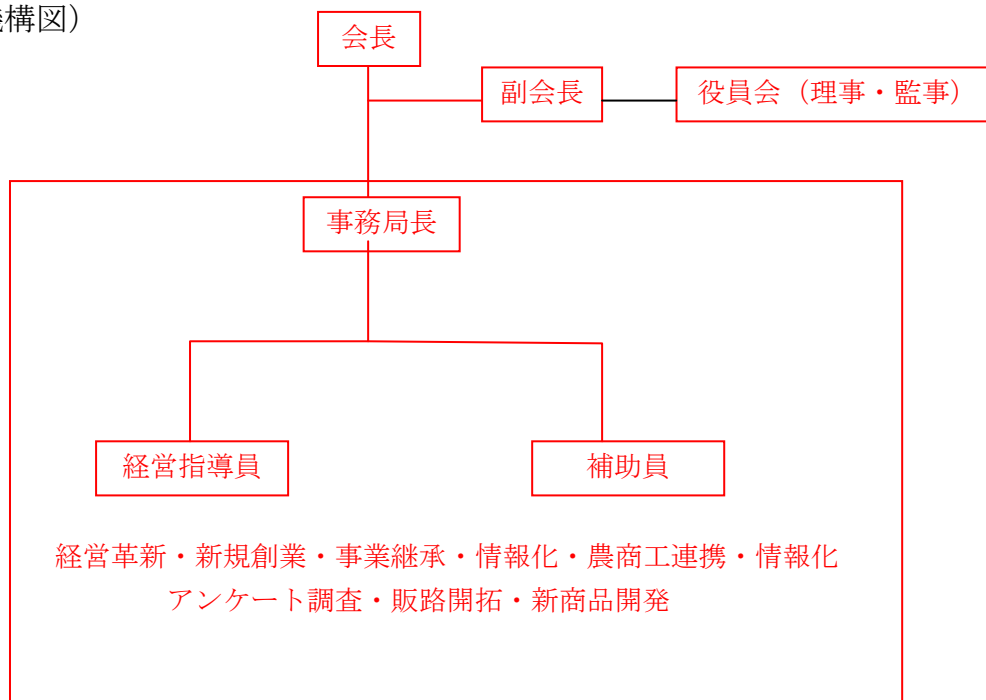
(1) 組織体制

(実施体制) 田野畑村商工会 事務局長 1 名 経営指導員 1 名 補助員 1 名

(組 織) 田野畑村商工会 田野畑村和野 532-13 0194-34-2304

(人 員) 事務局長 1 名 経営指導員 1 名 補助員 1 名

(事務局機構図)



(2) 連絡先

住所 〒028-8407 岩手県下閉伊郡田野畑村和野 532-13

電話 0194-34-2304 fax0194-34-2090

ホームページ <http://www.shokokai.com/tanohata/>

主担当 (副主幹 経営指導員 大戸 浩)

副担当 (事務局長 堀川 孝男)

(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 29 年度 (29 年 4 月以降)	平成 30 年度	平成 31 年度	平成 32 年度	平成 33 年度
必要な資金の額	630	630	630	630	630
1. 経済動向調査	35	35	35	35	35
2. 経営状況分析費	200	200	200	200	200
3. 事業計画策定費	150	150	150	150	150
4. 事業計画策定後 支援費	150	150	150	150	150
5. 需要動向調査費	35	35	35	35	35
6. 地域振興事業費	60	60	60	60	60

(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、村補助金、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
1. 地域動向調査（田野畑村・地元金融機関・税理士との情報交換会の開催） 2. 経営状況の分析（「気づき」誘発と実態把握及びファイリングによる情報共有化と「経営戦略セミナー」の開催） 3. 事業計画策定（事業計画策定支援の個別相談） 4. 事業計画策定後の実施支援（計画遂行状況の確認と資金繰り支援） 5. 需要動向調査（村内に二つある「産直施設」での消費動向調査） 6. 新たな需要の開拓（買い物弱者向け「御用聞きと配送サービス」誘導支援と新商品試験販売に向けた個別相談） 7. 地域経済の活性化に資する取組み（観光関係者向け接遇セミナーの開催、「道の駅たのはた」で売り出す新商品ブランド化、雇用ミスマッチ解消、経営革新を進めた新たな事業展開による雇用創出支援） 8. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援能力向上（地域経済動向調査、事業計画策定支援に関する情報収集、「田野畑村・普代村・野田村事務局長・経営指導員情報交換会」の実施） 9. 経営指導員等の資質向上（職員スキルの共有と蓄積・OJTの実施・中小企業基盤整備機構仙台校の専門コースへの参加）
連携者及びその役割
1. 田野畑村（連携者及びその役割：連携内容 上記 1, 5, 6, 7, 9） 連携者 村長 石原 弘（担当課、者：政策推進課 課長 久保 豊） 住 所 028-8407 岩手県下閉伊郡田野畑村田野畑 143-1 TEL 0194-34-2111
2. 岩手県商工会連合会（連携者及びその役割：連携内容 上記 1、2、3、5、6、7） 連携者 会長 高橋 富一 住 所 020-0045 岩手県盛岡市盛岡駅西通一丁目 3-8 TEL 019-622-4165
3. 岩手県沿岸振興局経営企画部 宮古地域振興センター（連携者及びその役割：連携内容 上記 1、2、3、5、6、7） 連携者 所長 高橋 誠 住 所 027-0072 岩手県宮古市五月町 1-20 TEL 0193-64-2211
4. 中小企業基盤整備機構東北本部（連携者及びその役割：連携内容 上記 1, 5, 6, 8, 9） 連携者 本部長 高橋 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 TEL 022-399-6111
5. いわて産業振興センター（よろず支援拠点）（連携者及びその役割：連携内容 上記 1, 2, 3, 5, 6, 8） 連携者 理事長 熊谷 淳（担当課、者：コーディネーター 伊藤 朗） 住 所 980-0024 岩手県盛岡市菜園 2-7-21 TEL 022-399-6111

6. 日本政策金融公庫盛岡支店 国民生活事業部（連携者及びその役割：連携内容 上記 1、4、5、8）

連携者 事業統括 山下 恵庸（担当課、者：融資第2課 課長 坂口 肇）
住 所 020-0024 岩手県盛岡市菜園 2-7-21 3階
TEL 019-623-4329

7. 岩手銀行岩泉支店（連携者及びその役割：連携内容 上記 1、4、5、8）

連携者 支店長 高橋 忠和（担当課、者：）
住 所 027-0501 岩手県下閉伊郡岩泉町岩泉字太田 35
TEL 0194-22-2381

8. 北日本銀行岩泉支店（連携者及びその役割：連携内容 上記 1、4、5、8）

連携者 支店長 菅原 聡（担当課、者：）
住 所 027-0501 岩手県下閉伊郡岩泉町岩泉字村木 18-17
TEL 0194-22-2425

9. 岩手県信用保証協会宮古支所（連携者及びその役割：連携内容 上記 1、4、5、8）

連携者 支所長 菊池 浩志（担当課、者：）
住 所 027-0085 岩手県宮古市黒田町 6-22
TEL 0193-62-3567

10. 東北税理士会宮古支部（連携者及びその役割：連携内容 上記 1、4、5、8）

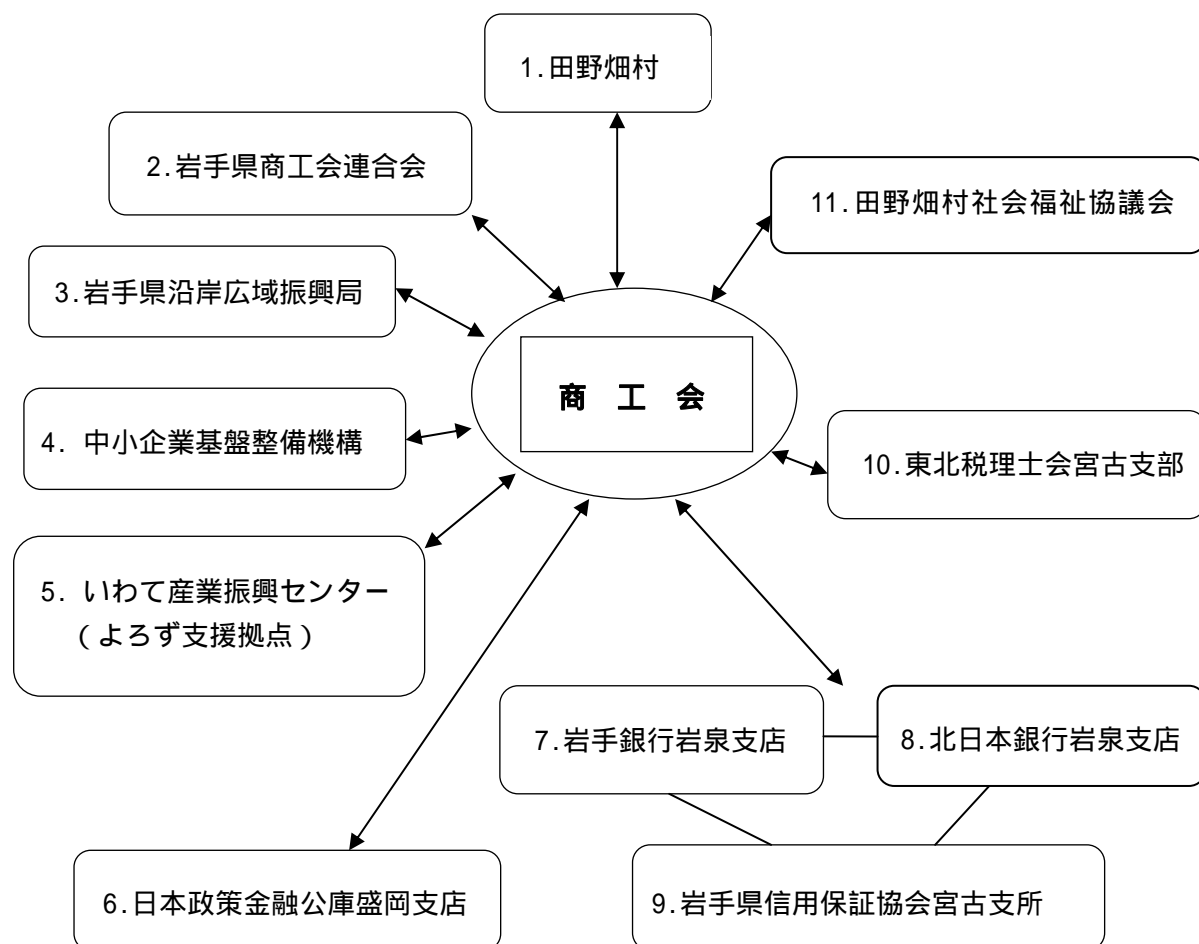
連携者 支部長 鳥居 明郎（担当課、者：税理士 山崎仁志）
住 所 027-0085 岩手県宮古市黒田町 6-22
TEL 0193-62-3567

11. 田野畑村社会福祉協議会（連携者及びその役割：連携内容 上記 1、6、7）

連携者 会長 畠山 守（担当課、者：事務局長 工藤正勝）
住 所 028-8407 岩手県下閉伊郡田野畑村田野畑 120-1
TEL 0194-33-3025

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



1. 地域動向調査（田野畑村・地元金融機関・税理士との情報交換会の実施）
2. 経営状況の分析（「気づき」誘発と実態把握及びファイリング情報共有化と「経営戦略セミナー」の開催）
3. 事業計画策定（気づきの喚起・専門家による個別相談・事業計画策定支援）
4. 事業計画策定後の実施支援（計画遂行状況の確認と資金繰り支援）
5. 需要動向調査（村内に二つある「産直施設」での消費動向調査）
6. 新たな需要の開拓（買い物弱者向け「御用聞きと配送サービス」誘導支援と新商品試験販売に向けた個別相談）
7. 地域経済の活性化に資する取組み（観光関係者向け接遇セミナーの開催、「道の駅たのはた」で売出す新商品のブランド化、雇用ミスマッチ解消、経営革新を進めた新たな事業展開による雇用創出支援）
8. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援能力向上（地域経済動向調査、事業計画策定支援に関する情報収集、「田野畑村・普代村・野田村事務局長・経営指導員情報交換会」の実施）
9. 経営指導員等の資質向上（職員スキルの共有と蓄積・OJTの実施・中小企業基盤整備機構仙台校の専門コースへの参加）