

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	遠野商工会（法人番号 8400005003784） 遠野市（地方公共団体コード 032085）
実施期間	2023/04/01 ～ 2028/03/31
目標	1. 創業・起業及び第二創業支援による新規事業者の創出と事業承継支援による既存事業者の維持 2. 個社の「特性」と「強み」を活かした経営に取り組む小規模事業者の育成 3. 新たな商品・サービス開発と販路拡大の推進 4. 地元企業を支える労働力の確保への対応
事業内容	1. 地域経済動向調査に関すること （1）地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータ（R E S A S）・政府統計の総合窓口（e - S t a t）の活用） （2）景気動向分析（地域経済動向情報の収集・分析） （3）遠野市景況調査の実施（新規事業） 2. 需要動向調査に関すること （1）新商品開発の調査の実施 （2）ふるさと納税利用者実態調査の実施 3. 経営状況の分析に関すること （1）個別相談会の開催 （2）経営分析の実施 4. 事業計画の策定支援 （1）DX 推進セミナー開催 （2）事業計画策定個別相談会の開催 （3）創業塾の開催 5. 事業計画策定後の実施支援 （1）小規模事業者へのフォローアップ支援 （2）第二創業・事業承継者へのフォローアップ支援 （3）創業者へのフォローアップ支援 （4）事業計画実践事例研究会の開催 6. 新たな需要の開拓支援 （1）遠野市内商談会の開催

	(2) ふるさと納税返礼品商品企画コンペの開催 (3) IT 活用による販路開拓事業者の支援 7. 地域経済の活性化に資する取り組みに関すること (1) 地元就職等雇用確保のための調整連絡会議の開催 (2) 企業見学会及びインターンシップの開催 (3) 市内企業人材確保推進事業「オープンファクトリー」の開催 (4) 学校連携イノベーション事業者等出前授業の実施
連絡先	遠野商工会 〒028-0522 岩手県 遠野市新穀町 6 番 1 号 あすもあ遠野 2 階 TEL:0198-62-2456 FAX:0198-62-2356 e-mail:ats@shokokai.com 遠野市 産業部 商工労働課 〒028-0592 岩手県 遠野市中央通り 9 番 1 号 TEL:0198-62-2111 FAX:0198-62-3047 e-mail:h-nagata@city.tono.iwate.jp

(別表 1)
経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

①現状

ア. 遠野市の概況

遠野市は、岩手県東部を南北に貫く北上高地の中南部に位置し、東西、南北ともに 38 km、総面積 825.97 km²で、周囲を標高 300m～700m の高原群に取り囲まれる盆地に位置する。平成 17 年に隣接する旧宮守村と合併し現在の遠野市となった。

冷涼な気候と豊かな自然環境を生かした農林業を基幹産業とし、米を中心に、野菜、ホップや葉たばこなどの工芸作物、家畜が複合経営されており日本一の乗用馬産地として知られている。

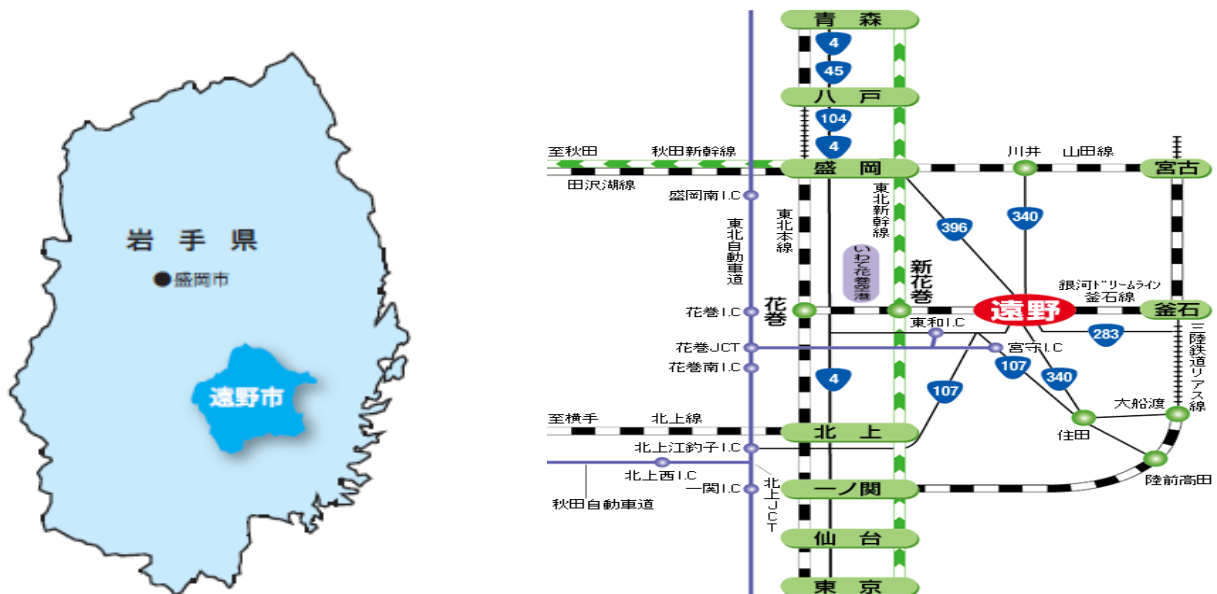
また、四季が織り成す豊かで美しい広大な自然は、日本の原風景として多くの人々に親しまれ、柳田國男の名著『遠野物語』に代表される歴史と文化を活かした観光・交流人口の拡大にも取り組んでいる。

幹線交通網として、花巻市と釜石市を結ぶ J R 釜石線及び国道 283 号が市域を東西に横断するほか、盛岡市方面と結ぶ国道 396 号、大船渡市方面と結ぶ国道 107 号、市の東部を南北縦断して宮古市と結ぶ国道 340 号などがある。

また、釜石市から秋田市までを結ぶ「東北横断自動車道釜石秋田線」が平成 31 年に全線開通し、その内釜石～花巻間は復興支援道路に位置付けされ無料で通行可能となっており、東北本線沿いの内陸や釜石市をはじめとした沿岸との往来が飛躍的に容易となった。

《遠野市の位置図》

図表 1 遠野市の立地と交通網



イ. 人口の動向

令和 3 年 9 月 30 日時点の人口は 25,648 人（令和 4 年遠野市勢要覧）。

昭和 30 年のピーク時には 47,110 人だったが、社会減と自然減が合いまった減少傾向が続き、現在ピーク時の 45.5%減となった。

岩手県全体の減少率が（ピーク時（昭和 32 年）1,468 千人、令和 3 年 10 月 1,196 千人）18.5%減であることと比較すると当市の人口減少の深刻さがわかる。

図表 2 人口及び世帯推移



資料：国勢調査（各年 10 月 1 日現在）

平成 18 年の合併時には 32,000 人を超える人口を要していたが現在では 25,215 人（R4.8.1 現在）まで減少し、高齢化率も 40%を超える状況にある。

また、国立社会保障・人口問題研究所による将来見通しでは、令和 12 年には人口が 23,000 人を割り込むと予想されているほか、年少人口（0～14 歳人口）比率が 9.9%、生産年齢人口（15～64 歳）比率が 46.3%、65 歳以上人口比率が 43.8%と少子高齢化がさらに進行するとされている。

このような人口構造の変化は、商圈人口の減少による中心市街地の衰退、労働者不足の深刻化など、地域の中小企業者・小規模事業者の経営に与える影響は大きく、当市の地域経済全体に影響を及ぼすことが懸念される。

こうした地域課題を直視し、経営基盤の整備、域外需要の獲得、交流人口の拡大、生産性向上の取組みなど、早急な対策が必要である。

ウ. 遠野市の名物・特産品

i 菓子

遠野市は南部藩の城下町として栄えた地域で、中心市街地内には旧遠野南部氏の城下町が広がりっており、現在の中心市街地が形成されている。中心市街地内には、明治期から続く菓子店や麴店などの小規模事業者が軒を連ねる商店街が形成されている。名物は「明がらす」や「醗饅頭」などの菓子類で、家族経営の菓子店が 8 店舗ある。これらの菓子類は、店舗で販売されるほか、道の駅遠野風の丘や市内観光施設等で販売されている。

図表3 明がらす（まつだ松林堂）



図表4 醪饅頭（（有）まん十や）



ii 農産物

農産物では、米やほうれんそう等の栽培が盛んであるが、特徴的な農産物として「わさび」や「暮坪かぶ」「ホップ」などの栽培の知名度が高い。

わさびは、宮守町達曾部地区で栽培が盛んで、稲荷穴の湧水を用い栽培しており日本で初めてハウス栽培を行った地域で、静岡県・長野県に並ぶ栽培地域となっている。また、わさび漬などの加工品もある。

図表5 わさび



図表6 わさび漬（葵食品）



iii 酒類

「ホップ」は、大手ビールメーカーとの契約栽培により、日本一の作付面積を誇り、秋には遠野産ホップを使用したビールが全国発売されるなど話題性が高い商品である。

また、遠野市内には「ZUMONAビール」（上閉伊酒造（株））と「遠野醸造」（株）の2社のビール醸造所があり、クラフトビール製造が盛んとなっている。最近ではホップの町からビールの町への展開を図るため、「ホップ収穫祭（8月下旬開催）」や体験型観光ツアーの実施等、単に味わうだけでなく体験型観光としての展開している。

図表7 ZUMONAビール（上閉伊酒造（株））



図表8 遠野醸造（株）



お酒は、地域活性化を目指す政策として「構造改革特区」の一つとして遠野市では平成15年に「どぶろく特区」を申請した。日本初のどぶろく特区の地域として、話題となり民宿が製造したどぶろくを味わうことができるようになった。現在では、5事業所でどぶろくを製造している。

また、上閉伊酒造（株）が製造するどべっこもあり、12月～2月にかけてこのどぶろくを味わうために、遠野ふるさと村で「遠野どべっこ祭り」が開催されている。

図表 9 (農) 宮守川上流生産組合



図表 10 遠野ふるさと村遠野どべっこ祭りの様子



iv 遠野ジンギスカン

食の名物は、遠野ジンギスカンが有名で、独自の穴あきバケツを用いた「バケツジンギスカン」は遠野独自の食べ方として注目されている。遠野市内には、遠野ジンギスカン専門飲食店が5店舗、精肉小売店が4店舗ある。観光客や他の地域からわざわざジンギスカンを食べに来訪する方も多く、休日等は長蛇の列になっている。現在は、遠野市外へ進出する企業や、通信販売を強化する等、市外へと販路を広げている。

図表 11 バケツジンギスカンとチルドラム肉



v 道の駅遠野 風の丘

遠野市内の特産品及び食の提供・販売は、各店舗で行っている他、道の駅遠野風の丘や遠野市ふるさと納税での販売等、販路開拓支援を行っている。令和3年4月に、道の駅遠野風の丘がリニューアルオープンした。店内には、遠野市内事業者が製造した菓子類・食品・木製品等が販売されており、フードコートには遠野ジンギスカンをはじめ、ひつつみ・暮坪そば等を提供している。道の駅遠野風の丘を運営する(株)遠野ふるさと商社は商社としての役割を担うために設立されている第三セクターで、遠野市ふるさと納税事業の特産品の受注発送業務も担っている。

道の駅遠野風の丘は、観光客・近隣市町村・地域住民の方が多く利用する場所として活用が期待されている施設となっている。

図表 12 道の駅遠野風の丘 店内の様子



図表 13 道の駅遠野風の丘 外観



エ. 地域産業の現状と課題

i. 地域小規模事業者の概要

平成 28 年経済センサスによる当市の商工業者数は 1,243 事業所であり、平成 24 年と比較し 4%減少となった。小規模事業者の比率は 81.5%となっており全国平均 84.9%よりやや低い状況であるが、卸・小売業の小規模事業者が全体減少率を上回る減少となっていることなどが要因と考えられる。建設業（87.0%）とサービス業等（84.8%）の小規模事業者率は全体比率を上回っている。

図表 14 業種別商工業者数・小規模事業者数

業 種	平成 21 年			平成 24 年			平成 28 年		
	商工業者数 (人)	小規模事業者数 (人)	小規模比率(%)	商工業者数 (人)	小規模事業者数 (人)	小規模比率(%)	商工業者数 (人)	小規模事業者数 (人)	小規模比率(%)
建設業	158	134	84.8	169	146	86.4	161	140	87.0
製造業	106	77	72.6	115	87	75.6	115	90	78.3
卸・小売業	401	308	76.8	390	295	75.6	364	273	75.0
サービス業等	519	452	87.1	569	521	91.6	553	469	84.8
合 計	1,184	971	82.0	1,243	1,049	84.4	1,193	972	81.5

資料:経済センサス

※小規模比率

小規模事業者数／商工業者数×100

平成 24 年においては前年 3 月の東日本大震災後に被災地域から当市への事業所移転や復興業務を担う市外・県外の事業者進出などにより、商工業者数、小規模事業者数ともに増加に転じたが、平成 28 年では震災前の数値となった。

また、平成 29 年から令和 3 年までの本会が開業等に関わった新規創業者等は 25 件であり、業種内訳は飲食・サービス業 13 件、小売業 6 件、製造業 4 件、建設業 2 件である。

遠野商工会では平成 28 年から創業塾を開催し、セミナーでの座学研修と個別相談により創業計画の作成及び創業後のフォローアップを行ってきた。また、市と連携し中心市街地内の空き店舗に開業する起業支援策として「空き店舗家賃助成事業（遠野市中心市街地活性化事業）」の効果もあり、飲食店を中心に着実に新規創業者を増やしてきた。

新規創業者は、100%小規模事業者としてスタートしているが、当初の事業計画の甘さや経営基盤の脆弱さなどから数年で廃業に至るケースもあり、当初計画の策定や継続的なフォローアップ指導が求められている。特にコロナ禍の影響を大きく受けやすい飲食店は支援の強化が必要である。

図表 15 新規創業及び進出等による開業数

(単位:件・%)

	創業塾受講者数	新規創業	左の小規模比率	計
平成 29 年	11	8 (8)	100.0%	8 (8)
平成 30 年	10	5 (5)	100.0%	5 (5)
令和 1 年	9	2 (2)	100.0%	2 (2)
令和 2 年	11	10 (10)	100.0%	10 (10)
令和 3 年	17	0 (0)	100.0%	0 (0)
計	58	25 (25)	100.0%	25 (25)

資料:遠野商工会

() 内は小規模事業者

ii. 卸・小売業の状況

遠野市の小売業の年間商品販売額は、消費人口の減少や域外流出等により事業所数の減少傾向と相まって減少が続いてきたが、平成 24 年と平成 28 年の対比では 1.5%の微減となった。平成 28 年の調査時点で東日本大震災の復興需要が継続していたものと推察される。

図表 16 小売業の状況

	平成 24 年				平成 28 年			
	事業 所数	従業 者数 8 (人)	年間商 品販売 額(百 万円)	売場面 積(m2)	事業 所数	従業 者数 (人)	年間商 品販売 額(百万 円)	売場面 積(m2)
I2 小売業	275	1,445	26,126	37,786	290	1,436	25,745	34,376
57 織物・衣服・身の回り品小売業	26	76	1,103	3,685	31	89	1,099	3,974
58 飲食料品小売業	97	624	9,437	12,416	105	659	9,358	9,673
59 機械器具小売業	35	175	3,430	4,018	39	180	3,474	3,920
60 その他の小売業	102	536	11,625	17,667	99	472	11,338	16,809
61 無店舗小売業	15	34	531	—	16	36	476	—

資料：経済センサス

卸売業についても、平成 24 年 5,613 百万円、平成 28 年 10,289 百万円と倍増しており、特に飲食料品卸売業と建築材料等卸売業が 200%超を示していることから、これも復興需要の影響と思われる。

しかし、現在は復興需要も減少したうえ、新型コロナウイルス感染症の影響で人流が抑制され、観光関連サービス等も大打撃を受け回復の兆しが見えない中で、相当の落ち込みがみられる。

令和 4 年 6 月に実施した遠野商工会経営実態調査（以下経営実態調査という）では、小売業の 78%がコロナ以前より売上が減少したとしている。

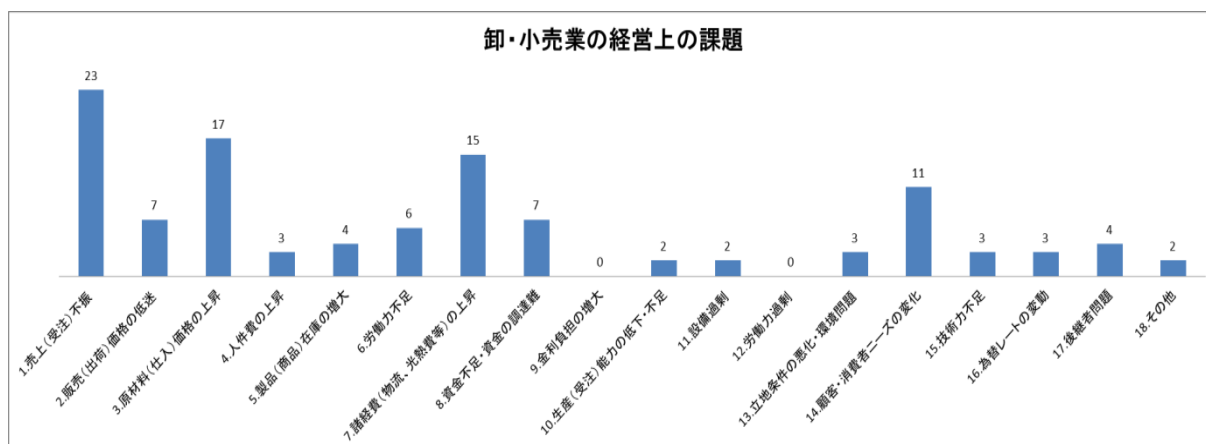
また、遠野市は国道 283 号バイパス沿いにスーパーマーケットやドラッグストア、コンビニ、ホームセンター等が集中的に出店し活気がある一方で、地場の小売業者はこれら大規模店舗との競合等、長期にわたり厳しい状況が続く中で廃業が増加し、商店街には空き店舗が目立つ状況となっている。

経営実態調査の事業承継に関する設問では、卸・小売業の回答者の 33%がこのまま廃業するとしている。

卸・小売業の経営上の課題としては、1 位「売上不振」2 位「仕入価格の上昇」などとなっており、今後強化したいことでは、1 位「既存顧客の維持」2 位「新規顧客の開拓」となっている。

多様な消費者ニーズを把握したうえで、小規模事業者ならではの小回りと地域密着の利点を生かして、既存顧客の囲い込み戦略や新たな需要の掘り起こしを図っていく必要である。

図表 17 卸・小売業の経営上の課題



資料：遠野商工会「経営実態調査」（令和 4 年 6 月実施）

iii. 製造業

製造業における製造品出荷額等は、企業立地等もあり順調な伸びを示している。

しかし、遠野市の製造業の多くは大企業等の下請けであり、景気動向の変化に大きく左右される傾向にある。

図表 18 製造品出荷額等の推移

出荷額（万円）

	平成 25 年	平成 28 年	令和元年
製品出荷額等	4,031,400	5,777,157	6,610,386

資料：工業統計調査（従業者 4 人以上の事業所）

遠野市の製造業は、特定の業種に偏りはなく、食料品製造、繊維、金属製品、業務用機械器具、電気機械器具、木製品、ゴム製品、プラスチック製品など広い業種にわたっている。また、製造業の小規模事業者はさらにその下請け事業者で独自技術を要している事業所も少なく、単純加工を中心とした労働集約的な事業である。さらには製造業全体において、労働力不足の状態が強いことから新規学卒者を含めた人材確保が困難な状況となっている。

図表 19 市内製造業者の推移

業 種	平成 21 年			平成 24 年			平成 28 年		
	商工業者数	小規模事業者数	小規模比率(%)	商工業者数	小規模事業者数	小規模比率	商工業者数	小規模事業者数	小規模比率
製造業	106	77	72.6	115	87	75.6	115	90	78.3

資料：経済センサス

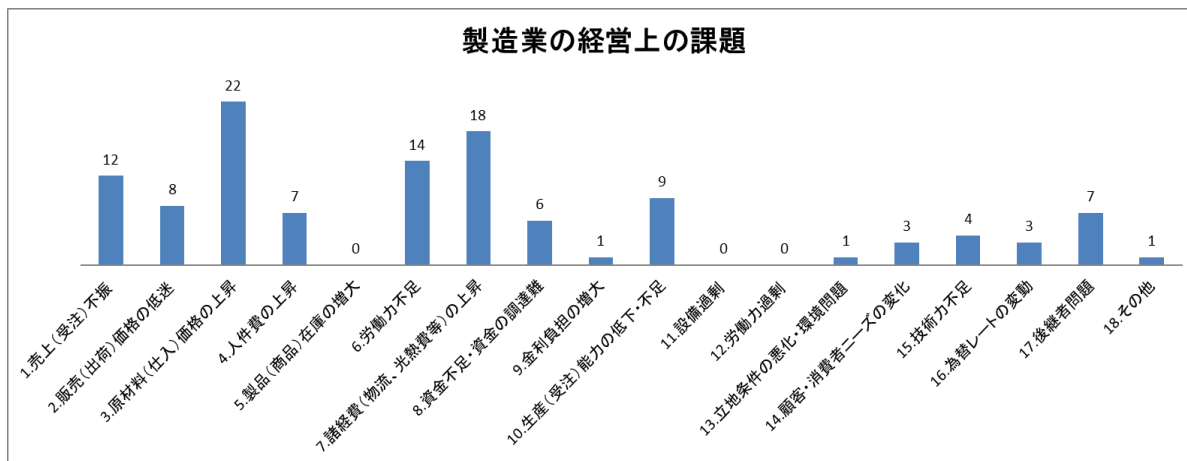
図表 20 遠野商工会 会員製造業者内訳

食品	金属製品	土石製品	電子情報	繊維	木・紙製品	印刷	その他	合計
19	16	4	4	4	16	7	9	79

経営実態調査における製造業の経営上の課題は、1 位「原材料価格の上昇」2 位「諸経費の増加」3 位「労働力不足」となっている。

今後強化したいことは、1 位「既存顧客の維持」2 位「新規顧客の開拓」3 位「利益率の改善」となっており、顧客ニーズに応える新技術や新商品開発が求められるとともに、生産性向上への取り組みが必要である。

図表 21 製造業の経営上の課題



資料：遠野商工会「経営実態調査」（令和 4 年 6 月実施）

iv. 建設業

建設業における事業者数は、震災後の需要が一時的に増大し平成 24 年調査時に増加したが、その後震災前程度に減少した。

小規模事業者比率が 87%と高くなっているが、多くは住宅建築関連の小規模事業者である。

図表 22 市内建設業者の推移

業 種	平成 21 年			平成 24 年			平成 28 年		
	商工業者数	小規模事業者数	小規模比率 (%)	商工業者数	小規模事業者数	小規模比率	商工業者数	小規模事業者数	小規模比率
建設業	158	134	84.8	169	146	86.4	161	140	87.0

資料：経済センサス

図表 23 遠野商工会 会員製造業者内訳

土木・建築業	木造建築業	左官・塗装・板金等工事業	電気工事・設備工事業	その他建設業	合計
32	32	26	25	17	132

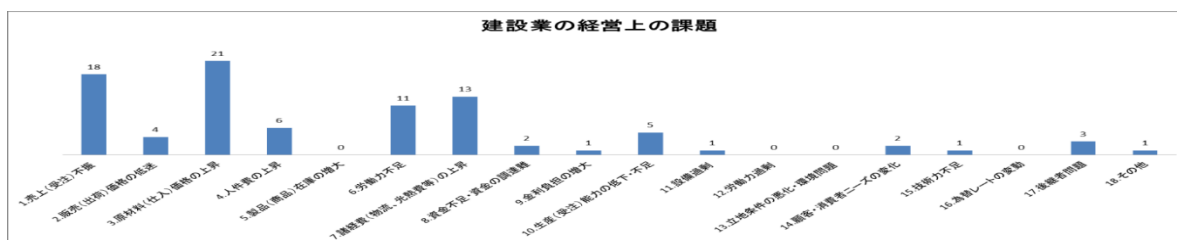
資料：遠野商工会 会員名簿

近年、建設関連従事者の人手不足が顕著となっており、熟練技能者の確保難、技術者養成にも苦慮する状況にある。

経営実態調査による建設業の経営上の課題は、1 位「原材料価格の上昇」2 位「受注不振」3 位「諸経費の上昇」などとなっている。今後強化したいことは 1 位が「利益率の改善」2 位「新規顧客の開拓」となっており、コスト上昇による採算面の悪影響が経営を圧迫している状況がわかる。

受注量確保の努力をする一方で、徹底したコスト管理や設計力・施工品質を高め適正な価格で受注できる経営力が必要である。

図表 24 建設業の経営上の課題



資料：遠野商工会「経営実態調査」（令和 4 年 6 月実施）

v. サービス業

サービス業関連業種の事業所増加は、福祉・介護関連業種や理・美容業、ネイル・リラクゼーション、飲食業等の独立開業が多く見受けられる。当市の高齢化率も高い水準にあることから福祉や介護関連事業に対する需要はあり、新規参入も増えている。

図表 25 市内サービス業者の推移

業 種	平成 21 年			平成 24 年			平成 28 年		
	商工業者数	小規模事業者数	小規模比率 (%)	商工業者数	小規模事業者数	小規模比率	商工業者数	小規模事業者数	小規模比率
サービス業等	519	452	87.1	569	521	91.6	553	469	84.8

資料：経済センサス

サービス業における新規開業が多い状況にあり、特にも開業に当たっての事業計画や収支計画、資金調達計画など細部にわたる支援が求められている。

観光分野においては、「永遠の日本のふるさと遠野」として『遠野物語』に代表される歴史・文化を活かした観光・交流人口の拡大に取り組んでいる。観光客の入込は、平成 24 年を境に減少傾向が続いていたところに、新型コロナウイルス感染拡大により令和 2 年から激減し現在もなお低調に推移している。

平成 23 年及び平成 24 年が 200 万人台の入込となっているのは、東日本大震災の復興関係者が当市を拠点としていたことが要因と推測される。当市の観光は、「通過型」と言われ、その 9 割以上が日帰り客となっていることから宿泊して複数日の観光を楽しむ「滞在型」観光への転換が求められている。

また、近年は農業体験等を組んだグリーン・ツーリズムや体験型修学旅行の誘致などへの取組もあり、「滞在型」観光に向けた新たな展開が望まれており、併せて、土産品等を含めた地域資源を活用した特産品や遠野らしさを提供する新たな食の開発等も求められている。

図表 26 観光客の推移

(単位:人)

年 次	県 内 入 込 数	県 外 入 込 数	計		
			日 帰	宿 泊	計
平成 22 年	828,290	1,234,402	1,989,038	73,654	2,062,692
平成 23 年	859,479	1,283,312	1,991,091	151,700	2,142,791
平成 24 年	822,341	1,226,330	1,924,028	124,643	2,048,671
平成 25 年	750,465	1,117,520	1,771,574	96,411	1,867,985
平成 26 年	731,455	1,090,259	1,730,465	91,249	1,821,714
平成 27 年	733,880	1,093,824	1,746,747	80,957	1,827,704
平成 28 年	662,920	983,508	1,565,355	81,073	1,646,428
平成 29 年	637,192	946,501	1,512,949	70,744	1,583,693
平成 30 年	676,621	1,000,665	1,608,039	69,247	1,677,286
令和元年	684,368	1,015,738	1,629,076	71,030	1,700,106
令和 2 年	448,488	665,661	1,071,193	42,956	1,114,149

資料:遠野市勢要覧

図表 27 サービス業の推移

産業分類	平成 24 年			平成 28 年		
	事業所数	従業者数 (人)	売上金額 (百万円)	事業所数	従業者数 (人)	売上金額 (百万円)
G 情報通信業	2	11	X	1	1	X
K 不動産業、物品賃貸業	34	70	957	52	117	2,401
L 学術研究、専門・技術サービス業	21	78	451	27	69	562
M 宿泊業、飲食サービス業	125	519	2,354	143	502	2,359
75 宿泊業	24	188	988	28	126	571
76 飲食店	101	331	1,263	115	376	1,788
N 生活関連サービス業、娯楽業	145	366	5,597	149	391	5,793
O 教育、学習支援業	11	23	72	17	50	268
R サービス業（他に分類されないもの）	35	220	1,449	38	273	1,968

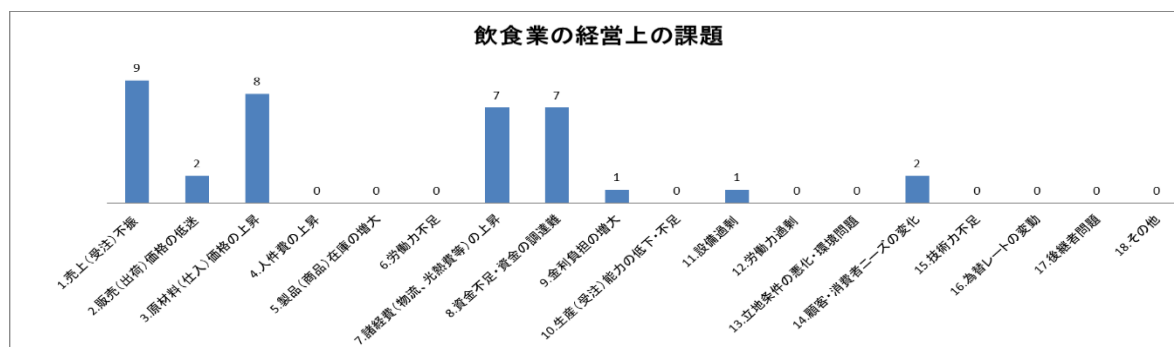
資料：経済センサス

v-1. 飲食業

飲食業は新規創業により増加しているが、コロナ禍の影響をもっとも受けており、厳しい状況が続いている。

経営実態調査の経営上の課題では、1位「売上不振」2位「仕入価格の上昇」となっており、今後強化したいことでも、1位「既存顧客の維持」2位「新規顧客開拓」であり、売上回復が最も重要な課題となっている。

図表 28 飲食業の経営上の課題



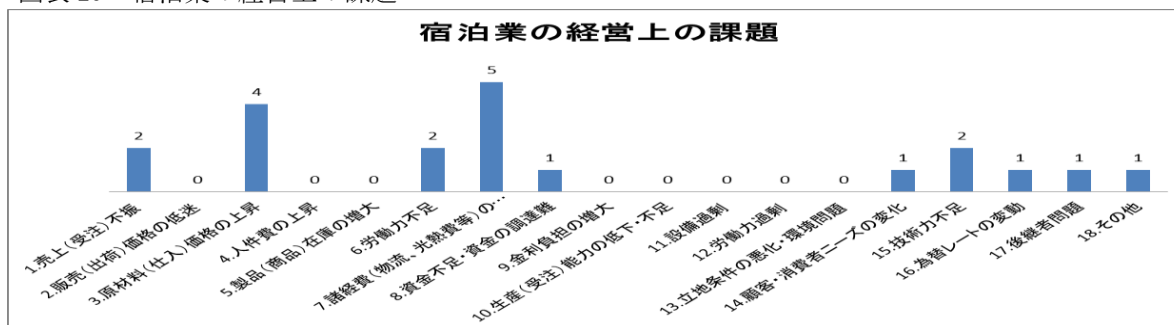
資料:遠野商工会「経営実態調査」(令和4年6月実施)

v-2. 宿泊業

宿泊業も微増しているものの、飲食業と同様にコロナ禍の人流抑制により厳しい状況が続いている。

経営実態調査の経営上の課題では、1位「諸経費の上昇」2位「仕入価格の上昇」となっており、利益確保が課題となっている。今後強化したいことでは、1位「既存顧客の維持」2位は「新規顧客開拓」「利益率の改善」「新サービスの提供」が同数であり、多面的な支援を必要としている。

図表 29 宿泊業の経営上の課題



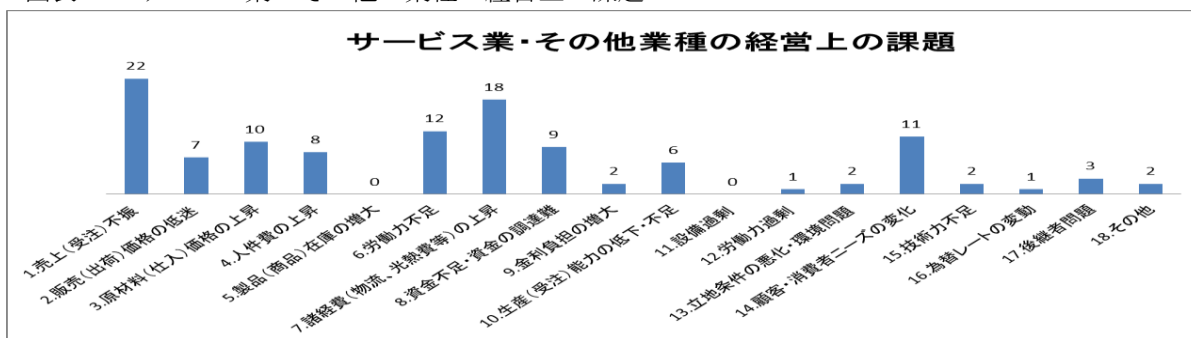
資料:遠野商工会「経営実態調査」(令和4年6月実施)

v-3. その他サービス業

その他のサービス業も総じて微増となっている。理・美容、ネイル、リラクゼーションなどの新規創業が見受けられる。不動産業・物品賃貸業の売上伸長が著しいが、復興需要によるリース業の活発化によるものであり、一時的なものである。

経営実態調査による経営上の課題では、1位「売上不振」2位「諸経費の上昇」3位「労働力不足」となっており、今後強化したいことでは1位「既存顧客の維持」「新規顧客開拓」が同数であり、潜在需要や新たな需要の掘り起こしと、既存顧客の囲い込み戦略が課題となっている。

図表 30 サービス業・その他の業種の経営上の課題



資料:遠野商工会「経営実態調査」(令和4年6月実施)

オ. 商工会のこれまでの取り組み

これまで遠野商工会では、小規模事業者の販路開拓や売上の向上を目的に経営発達支援計画に沿った支援事業を推進してきた。このうち、小規模事業者の事業計画策定支援では、特に経営革新計画や小規模事業者持続化補助金等を活用した販路開拓や生産性向上等に取り組んできた。

これまでの支援実績は経営革新計画認定企業 38 社、ものづくり補助金採択企業 19 社、小規模事業者持続化補助金採択企業 205 社などの支援である。

図表 31 経営革新認定及び持続化補助金採択状況

(単位: 件)

	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3
経営革新計画承認件数	2	1	2	2	3	6	6	6	6	4
ものづくり補助金			2	1	4	0	4	5	3	0
小規模事業者持続化補助金			21	50	42	7	15	35	23	12
いわて希望ファンド			1	2	3		3			
経営力向上計画承認件数						3	1			
先端設備導入計画承認件数							7	8	9	12

資料:遠野商工会

遠野商工会では年間を通して相談対応ができる体制を構築し、4月～6月の個別相談会の開催や11月の創業塾、12月の事業計画実践事例研究会を開催している。

遠野市創業塾は平成28年度から遠野商工会主催で開催しており、創業希望者もしくは創業後5年以内の事業者を対象として行政や金融機関、岩手県信用保証協会、日本政策金融公庫盛岡支店、社会保険労務士等を通じて連携を図りながら創業者の創業計画策定支援を行うことにより、創業者の伴走型支援を実施している。

図表 32 事業計画実践事例研究会の様子

事業計画実践事例研究会は、経営革新計画の取り組みや各補助金などを活用した事業者自らが活用事例を、同業者や金融機関に対して発表している。自らの取り組みを振り返りながら次への展開を検討する機会となっているとともに、新たに取り組みたいという企業の創出につながっている。



カ. 遠野市総合計画（令和３年度－７年度）

【商工業の振興】

特色ある地域資源を生かす取組を支援し、遠野ブランドの確立や地元特産品の高付加価値化を目指します。また、広域的な経済圏域で、人と資金が好循環し若者が定着する魅力ある雇用の場の確保を図るため、企業誘致の促進と地場企業の設備投資、人材育成の支援強化を図るとともに住環境整備に努めます。さらに、中心市街地の街並みの再開発を進め、まちなかの賑わい創出を図ります。

商工業の振興による雇用創出

- ①雇用の維持・確保の推進
- ②ものづくり産業の振興
- ③生活を支える商業振興
- ④地域資源を活用した物産振興

中心市街地の活性化

- ① 中心市街地活性化の推進
- ② 遠野まちなかの賑わい創出
- ③宮守まちなかの賑わい創出

【観光と交流のまちづくり】

まつりやイベント、観光施設などの観光資源の情報発信に取り組むとともに、受入体制の強化を図り、新規誘客とリピーターの増加に努めます。また、外国人観光客の受入体制及び環境整備に取り組みます。また、遠野ツーリズムの推進や全国の自治体、企業、大学及び民間を含めたネットワークづくりを行い、交流人口の拡大を図ります。また、「で・くらす遠野」の活動により、全国の遠野ファンの拡大を図るとともに、移住希望者の相談窓口や空き家バンクを充実させ、定住人口の拡大を目指します。

観光の振興

- ①官民一体となった観光計画の立案
- ②国際的な集客推進
- ③観光情報の充実
- ④観光メニューの充実
- ⑤受入機能の強化

交流から定住への推進

- ① 遠野ツーリズムの充実
- ②遠野ファンの全国展開
- ③定住促進

地域間交流の推進

- ①地域間の交流の推進

国際交流の推進

- ①国際化に向けたまちづくりの推進
- ②国際性豊かな人づくり
- ③姉妹都市等との交流促進

②課 題

ア. 新型コロナウイルス感染症の影響による需要の変化への対応

新型コロナウイルス感染症が沈静化と感染拡大を繰り返しながら長期化し、飲食業をはじめとした、宿泊業、各種サービス業など、対面による営業が中心となる業種の売上に甚大な影響を与えている。遠野市の卸・小売業、サービス業は、全事業所の 76.8%を占めており、経営実態調査による経営上の課題において、卸・小売業、飲食業、その他サービス業は、「売上不振」を第 1 にあげている。

遠野市では、事業再構築や新しい生活様式の実践、デジタル化支援の「中小企業等事業転換支援事業費補助金」や、生産性向上や SDG s の取り組みのための設備投資支援の「商工業再生・再構築事業費補助金」などで支援を行った。

遠野商工会は経営革新等認定支援機関として計画づくりを担ってきた。しかし、コロナ禍による需要減少や顧客ニーズの変化にどう対応していくかが課題であり、顧客ターゲットの見直しや顧客ニーズに合わせたビジネスモデルの転換、B to C－E C（消費者向け電子商取引）など、新たな需要開拓が必要である。

イ. 競争力のある企業の育成の必要性

小規模事業者においては、自らの特性や強み・弱み等の分析、さらには課題解決への取組も不十分であることから、遠野商工会では、経営革新計画の策定支援やものづくり補助金・小規模事業者持続化補助金等を活用し、自社の現状分析を踏まえた課題解決のための改善計画や新たに展開する事業計画の策定支援に努めてきた。これまで、経営革新計画認定企業 38 社、ものづくり補助金採択企業 19 社、小規模事業者持続化補助金採択企業 205 社などの支援を行った。

しかしながら、支援先は市内企業のうち意識の高い事業者の一部であり、事業計画作成の支援を希望する事業者は潜在的に相当数あるものと思われる。

経営実態調査結果によると、経営分析に関心がある 55%、事業計画に関心がある 49%（いずれも全業種平均）となっている。

これら事業者に対し、調査結果をもとにアプローチしていくほか、商工会に求める支援で最も多い「公的補助金等申請支援」（経営実態調査結果の商工会に求める支援において、「公的補助金等申請支援」が 53.9%で第 1 位）を通して支援事業者の掘り起こしを行い、事業計画策定や実行支援をしていくことで将来にわたって競争力のある企業を作っていく必要がある。

また、D X による新たなビジネスの創出や、現行のビジネスの柔軟な改変などの変革により、競争力を維持・強化し、生存競争を勝ち抜くための、デジタル時代のスキルを身につけていくことが重要な課題である。

ウ. 地元企業を支える労働力の確保

平成 27 年国勢調査によると、本市の就業人口の合計は 14,291 人で、総人口の減少とともに減少傾向にある。平成 7 年から平成 27 年までの 20 年間に約 4,000 人減少している。

遠野市の総合計画での人口の見通しでは、令和 12 年の本市の就業人口は 10,328 人になるとしており、深刻な人手不足になることが予想される。

また、大手誘致企業が 2025 年春までに工場を増設し部品供給メーカーを 20 社以上入居させるとしており、地元を含み 400 人以上の雇用を見込んでいるとされる。これについても、地場企業の労働力確保に対しての脅威となっている。

これらのことから、将来にわたって労働力不足が強く懸念される。

遠野市のものづくり企業で組織する「遠野ものづくりネットワーク」（事務局遠野商工会）では、地元の高校生対象のインターンシップ事業や工場見学等を実施しているほか、市においても

若年層の流出防止及び就労を機会としたU I ターンを促進するため、オープンファクトリー事業を実施し市内企業への就職促進の取り組みを行っている。

今後は、労働者確保や雇用維持の取り組みを継続していくことのほか、労働者不足を補うための業務効率化、IT 活用など生産性の向上についても取り組んでいく必要がある。

エ. 創業支援による持続可能な企業の創出

事業者数の減少を抑えるためには、創業者を増やし、活力ある企業として定着させていく必要がある。遠野商工会では、創業塾を実施するなど、創業者の掘り起こしと創業の支援を行っているが、特定の時期に実施する創業塾だけでなく、創業希望者が随時相談できるような支援体制の整備と、創業期だけにとどまらず、持続可能な経営体制を築くためのフォローアップ支援の仕組み構築が必要である。

オ. 事業承継支援による廃業の抑制

経営者の高齢化が進んでいる中、後継者や引継ぎ先が決まらず廃業を余儀なくされることによる事業所数減少が懸念される。

経営実態調査で、「このまま廃業を予定している」と回答した事業所のうち、廃業予定の理由を「後継者がいない」とした事業者が 32.6%となっている。

家族承継・事業所内承継の円滑な事業承継支援を継続して行っていく他、岩手県事業引継ぎ支援センター等と連携しながらM& Aや後継者人材バンク等の活用等も検討していく必要がある。

カ. 新たな需要開拓の必要性

遠野市は、豊かな自然と日本の原風景とされる伝統・文化を持つ地域であり、魅力的な観光施設が多くある。

これらを活かし、『遠野物語』や「日本のふるさと遠野」としての観光資源の情報発信と農家民泊等受け入れ整備を図り、遠野ツーリズムの推進・観光客拡大の取り組みを図っている。また、「東北横断自動車道釜石秋田線」および「三陸縦貫道」全線開通したことに合わせて令和3年4月に道の駅遠野風の丘がリニューアルオープンし、観光客及び近隣市町村の一般客の集客を図っている。

一方、観光客のお土産品になり得る地域の特色を生かした商品開発等も期待されているものの遠野市内の菓子店・食品製造業は、小規模事業者が多く小ロット生産品が多いことが課題である。

このため、地域内の食品等製造業者や道の駅を運営する㈱遠野ふるさと商社等と協力しながら、ニーズ調査等を行い新たな商品開発を進めていく必要がある。

また、限られた商圈、物理的な販売のみでは売上、顧客数の確保に限界があるため、今後の販路開発・販路拡大にはD Xの推進が必要であり、W e bサイトの構築やS N S活用等デジタル化の推進を踏まえたメディア活用の検討が課題である。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10年程度の期間を見据えて

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も求められている。さらには、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。

小規模事業者の多くは経営基盤の脆弱性等もあり、商品開発や新たな販売先開拓等に取り組むことには限界がある。また、第二創業者等が独自に地域資源を活用して加工・製造・販売に参入し、商品価値を高めるための加工技術の習得や販路を確保していくことは厳しい。

道路交通網の整備により、観光産業関連の小規模事業者も環境変化を捉えた対応が求められており、当市の観光の位置付け等を踏まえ、需要動向等を考慮した事業計画の策定に取り組むことが求められている。

このような現状を踏まえ、以下の方向性をもとに長期的な振興を図る。

《方向性 1 創業支援と事業承継支援》

経営者の高齢化や後継者不足等による小規模事業者の減少が著しい状況にあることから、新たに事業を起こす創業希望者や後継者が新たな事業展開を目指す第二創業者等の掘り起こしを行い、新たに事業を開始する事業者の創出を図る。

また、後継者の不在や収益の悪化による廃業がみられる中、事業の継続を望む小規模事業者の円滑な事業承継と業績向上の支援を強化し、廃業者数の抑制を目指す。

《方向性 2 経営分析と事業計画策定支援》

小規模事業者においては、特にも経営状況の分析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組意識の改革を促進し、個社それぞれの特性を生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 3 新商品・新サービスの開発支援》

地域資源の活用による付加価値を付けた新たな特産品やサービスの開発が望まれており、既存の小規模事業者等に加え、六次産業化を進める農業者等とも連携を図り、遠野の新たな素材の加工技術の向上や新商品・新サービスの開発を促進する。

《方向性 4 環境変化に対応するDXの推進》

DXに関する意識の醸成や基礎知識の習得を図る。業務効率化、生産性向上に向けてDX推進のためのITツールの導入やWebサイト構築等の取り組みを推進していくための、セミナーやIT専門家派遣等を行う。併せて経営指導員のDXに関する資質向上を図り、実効性の高い支援を行う。

《方向性 5 地元企業を支える労働力の確保への対応》

現在でも製造業を中心として人手不足は大きな課題となっているが、今後の生産年齢人口の減少、労働力の他地域流出、誘致企業への労働者の偏り等労働者不足は将来にわたっての課題である。当会が事務局を担う遠野ものづくりネットワークの人材育成・人材確保事業を市役所商工労働課との連携により強力に推進していくほか、人的投資以外の手段としてIT活用で業務の効率化・自動化を図り生産性を向上させるDX戦略で労働者不足の解消を目指す。

②遠野市総合計画との連動性・整合性

遠野市総合計画は、現在第2次後期基本計画（令和3年度～令和7年度）までの計画期間で事業実施中である。「活力ある創意で築くまちづくり」をコンセプトに、本市の資源や特性を活かした活力ある産業を創意で築くために、異なる産業分野と連携・協力して地域の特徴を活かした6次産業や観光・交流などの振興により市民所得の向上を図られるまちづくりを目指している。

これまで、平成10年から取り組んでいる「遠野市中心市街地活性化基本計画」に基づく中心市街地の街並み再開発や町中の賑わいの創出の推進や、平成28年に策定した産業競争力強化法に基づく「創業支援事業計画」による創業支援などを、当市と当会が連携し行ってきた。

上記に掲げた、創業・第二創業支援の推進、既存事業者の経営改善、事業承継支援による事業継続支援及び労働力確保への対応は、遠野市総合計画の商工業の振興に掲げる「商工業の振興による雇用創出」「中心市街地活性化」に繋がり、連動性・整合性がある。

また、地域資源の活用による新たな特産品開発やサービス開発は、遠野市総合計画の観光と交流のまちづくりに掲げる、「観光メニューの充実」や「受入れ機能の強化」に繋がる取り組みであり、連動性・整合性がある。

③商工会としての役割

平成26年に小規模企業振興基本法（小規模基本法）及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の一部を改正する法律（小規模支援法）が成立し、伴走型の事業計画策定・実施支援について明確な方針が示された。

以前は、商工会に求められるサービスが多様化する中で、小規模事業者支援は課題が顕在化した企業の相談に対する受動的な支援姿勢であり、相談にきた課題解決のみに終始し支援後のフォローアップも充分とは言えない状況にあった。

しかし法改正以降、経営発達支援計画に基づいた経営分析・事業計画策定のための体制整備や、小規模事業者持続化補助金をはじめとする補助制度の活用、事業承継支援等、小規模事業者支援に係る業務のウェイトが拡大したうえ、支援の質も格段に向上したものと思っている。

今後も、地域商工業者に役立ち・必要とされる商工会を目指し、これまで実施してきた経営支援を従前より多くの事業者に展開し、地域の経済振興に寄与していかなければならない。

そのため、本計画の目標達成のため次のような方針を持って取り組む。

- ・ 個者支援に対する支援意識の改革や支援体制を強化し、内部支援力の強化を図る。
- ・ 遠野市担当課や市内金融機関をはじめ岩手県、岩手県商工会連合会、事業引継ぎ支援センター等との連携を強化し、小規模事業者支援に関わる情報の共有や各支援機関が持つ機能も十分に活用しながら総合的支援力を強化する。
- ・ 小規模事業者に対し「スタートアップ支援」→「ブラッシュアップ支援」→「フォローアップ支援」→「継続支援」の伴走型支援を持続させ事業者の売上拡大に貢献する。

また、小規模事業者支援に対する長期的なロードマップをひき、進捗をトレースしていく仕組みが必要であり、支援対象者の売上を点検し目標達成に対する進捗把握を徹底し、支援の売上に対する貢献を検証していくとともに、支援過程で把握した地域の課題・ニーズに対しても、行政等に繋ぐなど施策に反映できるような活動をし「事業者の発展」と「地域の振興」に寄与していかなければならない。

(3) 経営発達支援事業の目標

次の4項目を目標として支援事業に取り組む。

【目標1】

創業・起業及び第二創業支援による新規事業者の創出と事業承継支援による既存事業者の維持

経営者の高齢化、人口減少、少子高齢化、大・中規模事業者との競争激化、地域間競争など多岐にわたる内外の要因により小規模事業者の減少が懸念されている。

減少を抑制するために、新規創業や第二創業の支援により新規事業者を増やすとともに、事業承継支援の展開により既存事業者の維持を図る。

【目標2】

個社の「特性」と「強み」を活かした経営に取り組む小規模事業者の育成

小規模事業者においても、経営理念やビジョン、将来的な会社の経営について明確に示す事業計画が必要である。

現状では、事業計画を作成する事業者は一部の意識の高い事業者に限定されており、意識の希薄な事業者に対しても個社それぞれの特性を生かした経営に取り組む小規模事業者の育成を図る。

【目標3】

新たな商品・サービス開発と販路拡大の推進

当市は、豊かな自然と日本の原風景とされる伝統・文化を持つ地域であり、魅力的な観光施設が多くあり、観光客拡大の取り組みとともに、観光客のお土産品になり得る地域の特色を生かした商品開発等も期待されている。新たな商品開発の推進及び販路拡大の取り組みを図る。

【目標4】

地元企業を支える労働力の確保への取り組み

労働者不足が顕在化し、将来にわたって経営上の大きな課題となることが予測されている中で、労働者の確保、DXの推進による生産性向上に取り組む。

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和5年4月1日～令和10年3月31日）

(2) 目標達成に向けた方針

【目標1】

創業・起業及び第二創業支援による新規事業者の創出と事業承継支援による既存事業者の維持
（目標達成に向けた方針）

商業やサービス業等の既存の業種はもとより、農商工連携や六次産業化等による第二創業希望者など幅広い創業希望者、特に若い世代の創業希望者が見受けられる状況を踏まえ、本会主催による「創業塾」の開催により、意欲のある創業希望者の掘起こしを行い新たな事業者創出を図る。

事業承継支援は、経営実態調査結果からの支援先の抽出や事業承継診断等を通して掘り起こしを行い、親族内承継・会社内承継等の円滑な事業承継支援を行うほか、後継者候補がない場合、岩手県事業引継ぎ支援センターと連携しM&A等の必要な支援を行い事業者の廃業を抑制する。

【目標2】

個社の「特性」と「強み」を活かした経営に取り組む小規模事業者の育成
（目標達成に向けた方針）

経営指導員、経営支援員による巡回訪問及び窓口相談を通じて、個者の特性や強み、弱みの明確化を図り、経営分析・事業計画策定に導く。計画策定においては専門家等との連携による経営状況分析を行い、既存事業のブラッシュアップや新たな事業展開の方向性を導き出し、これらの結果をベースに事業計画の策定支援を行う。

また、事業計画内容等に応じて各種の補助事業等の活用を図る。

さらに、事業計画策定後は定期的な実施状況の確認や売上等の把握など実行評価を行う。実行阻害要因となる課題や新たな課題に対しては、専門家派遣事業や他の支援機関との連携を図りながら伴走支援を行う。

DXについては、セミナーや専門家派遣等により小規模事業者の身の丈に合った、且つ個者に相応しいDXツールの選定・導入を行えるようサポートを行う。

【目標3】

新たな商品・サービス開発と販路拡大の推進
（目標達成に向けた方針）

地域素材の活用による新商品開発は、地域内の食品等製造業者や道の駅を運営する(株)遠野ふるさと商社等と協力しながら、商品評価・ニーズ調査等を行い新たな商品開発を進める。

商品開発に際しては、必要に応じ専門家派遣等を活用しながらブラッシュアップを行う。

また、販路開発・販路拡大には、EコマースやSNS活用等を検討し消費行動の多様化に即した販促活動の支援を行う。

【目標4】

地元企業を支える労働力の確保への対応
（目標達成に向けた方針）

労働者不足が顕在化し、将来にわたって課題となることが予測されている中で、当会が事務局を担う遠野ものづくりネットワークの事業を通して、雇用環境改善支援により魅力ある職場づくりを進め定着の向上を図る。

また、同ネットワークの人材確保事業や近年高度化しているマッチングサイトの有効活用等の情報提供を行い、新たな人材確保の支援を行う。

さらには、セミナーや専門家派遣等でDXの推進を図り、IT活用での業務の効率化・自動化を推進し生産性を向上させることで労働者不足解消の支援を行う。

I, 経営発達支援事業の内容

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

これまでは、中小企業庁及び中小機構が実施した中小企業景況調査の調査活動や、遠野市内金融機関等と開催する金融懇談会、マル経協議会等の場での金融機関との意見交換などにおいて市内の経済動向の情報を得ていた。

さらに、「岩手経済研究（一般財団法人岩手経済研究所）」、「保証月報（岩手県信用保証協会）」、「月刊商工会（全国商工会連合会）」などの機関誌等から地域の経済動向に関する情報を収集してきた。

これらの情報は個別指導や小規模持続化補助金申請支援、事業承継計画策定支援などの際に事業者伝えるなど活用に努めてきた。

[課題]

新型コロナウイルス感染症や世界情勢等、地域経済を取り巻く環境変化が激しくなっていることから、これまでの調査結果だけでは環境変化に対応できないことから、より詳細な経済動向調査を行う必要がある。

さらに地域の経済動向を把握するために遠野市内企業を対象にした経済動向調査を実施する。この遠野市景況調査は、当会会員の小規模事業者に対する経営実態・経営課題を把握するために実施し、遠野市内企業の現状を4半期ごとにとらえるだけでなく、設備投資動向や経営課題の抽出を行うことで、地域小規模事業者の支援ニーズをとらえることを目的にする。この支援ニーズに合わせてセミナー開催や個別相談の開催を行う。事業環境については、RESAS（地域経済分析システム）・政府統計の総合窓口（e-Stat）等を活用し、小規模事業者が有効に活用できるよう情報収集および分析・提供のあり方を充実させていく必要がある。

これまで実施してきた調査については今後も継続する。

(2) 目標

内 容	公表方法	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
①地域の経済動向分析の公表回数	HP 搭載 会報	—	1回	1回	1回	1回	1回
②景気動向分析の公表回数	HP 搭載 会報	—	2回	2回	2回	2回	2回
③遠野市景況調査の公表回数	HP	—	4回	4回	4回	4回	4回

(3) 事業内容

① 地域の経済動向の分析をするために、国が提供するビッグデータ（RESAS・政府統計の総合窓口（e-Stat））を活用する。

巡回・窓口指導時や事業計画策定支援に際して、限られたマンパワーや政策資源を活用し、効率的に小規模事業者の経営の維持発達を支援するため、経営指導員がRESAS等のビッグデータを活用した地域の経済動向分析を行い、年1回会報及び本会ホームページにて公表する。

【調査手法】経営指導員が「RESAS」（地域経済分析システム）および政府統計の総合窓口（e-Stat）を活用し、地域の経済動向分析を行う。

【調査項目】「地域経済循環マップ・生産分析」→何で稼いでいるかを分析

- ・「まちづくりマップ・From-to 分析」→人の動きを分析
- ・「産業構造マップ」→産業の現状を分析
- ・地域内の事業所数・商圈人口・世代別人口等の分析

② 景気動向分析（地域内経済動向情報の収集・分析）

地域内経済動向について中小企業庁及び中小機構が実施する中小企業景況調査結果及び金融機関・民間シンクタンクが公表している各種資料から、調査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し、半期ごとに会報及び本会ホームページにて公表する。

【調査手法】岩手県商工会連合会が4半期ごとに実施している調査結果に基づき、経営指導員が状況を把握する。

【調査対象】岩手県内商工会事業所 150 者（製造業・建設業・小売業・サービス業）
うち遠野商工会事業所 15 者

【調査項目】売上高・採算・設備投資・資金繰り・雇用

③ 遠野市景況調査の実施（新規事業）

当会会員の小規模事業者に対する、経営実態、経営課題等を把握するために「遠野市景況調査」を実施し、四半期ごとに調査結果をホームページで公表する。

【調査手法】当会が4半期ごとに調査票を配布し、FAXにて回収する。

【調査対象】遠野商工会会員事業所 50 社（製造業・建設業・卸売業・小売業・サービス業の5業種から、業種構成比により割り当てる）

【調査項目】業況、売上、収益性、資金繰り、従業員の増減、設備投資動向、経営課題

（４）調査結果の活用

収集・分析した結果は会報及びホームページに掲載して、広く小規模事業者に周知を図る。

また、経営指導員等が巡回や窓口相談・指導時に小規模事業者等に提供するとともに、経営改善や経営発達に向けた事業計画策定支援に際して活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

これまでは、個々の商品に関するアンケート調査も行っておらず、商談会等への出展実績もなく、情報収集に留まっていた。

[課題]

遠野市内の菓子店や食品製造業は小規模事業者が多く小ロット多品種生産を得意としているものの、量産体制は構築されていない企業が多い。また、家族経営でDXの取り組みには企業間で格差が広がっている。特にまちなかの小規模店舗の菓子店等は、近隣の限られた商圈、物理的な対面販売のみでは、売上、顧客数の販売が限られてきている。一方道の駅「遠野風の丘」は令和3年にリニューアルされた。道の駅「遠野風の丘」の利用者は、観光客だけでなく、近隣市町村や遠野市民が利用する地域住民のための食料品販売店としての機能があり、市内外から集客を目指している。また、道の駅「遠野風の丘」をはじめ遠野市内観光施設等を運営する(株)遠野ふるさと商社は、地域商社機能として市内外へ販路開拓を行うことを目的に設立されており、市外・県外の各種物産展の開催や通信販売、遠野市ふるさと納税の事務局として、遠野市内企業の販路開拓を担っている。今後は、(株)遠野ふるさと商社バイヤーと連携し、道の駅「遠野風の丘」及び遠野市内観光施設5か所で販売していく目玉商品の開発と遠野市外への販路開拓支援を行うために、需要動向調査を実施する必要がある。

また、小規模事業者は自社Webサイトを持たず通信販売にも不慣れで需要動向を把握できていない事業者が多いことから、ふるさと納税利用者の需要動向を分析し、新商品の開発や既存商品のブラッシュアップに向けた需要動向調査を実施する必要がある。

(2) 目標

内 容	現行	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度
① 新商品開発の調査対象事業者数	—	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者
② ふるさと納税利用者実態調査対象事業者数	—	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者

(3) 事業内容

① 新商品開発の調査の実施

道の駅「遠野風の丘」及び遠野市内観光施設・宿泊施設で販売する菓子類(和菓子・洋菓子類)や農産物加工品など新商品の開発と宿泊施設・飲食店で提供するトップメニューの開発に特化した調査を行い新商品開発の一助とする。

【サンプル数】 30人(女性20人・男性10人)

【調査店舗】 4事業者(既存の事業者+創業予定者)

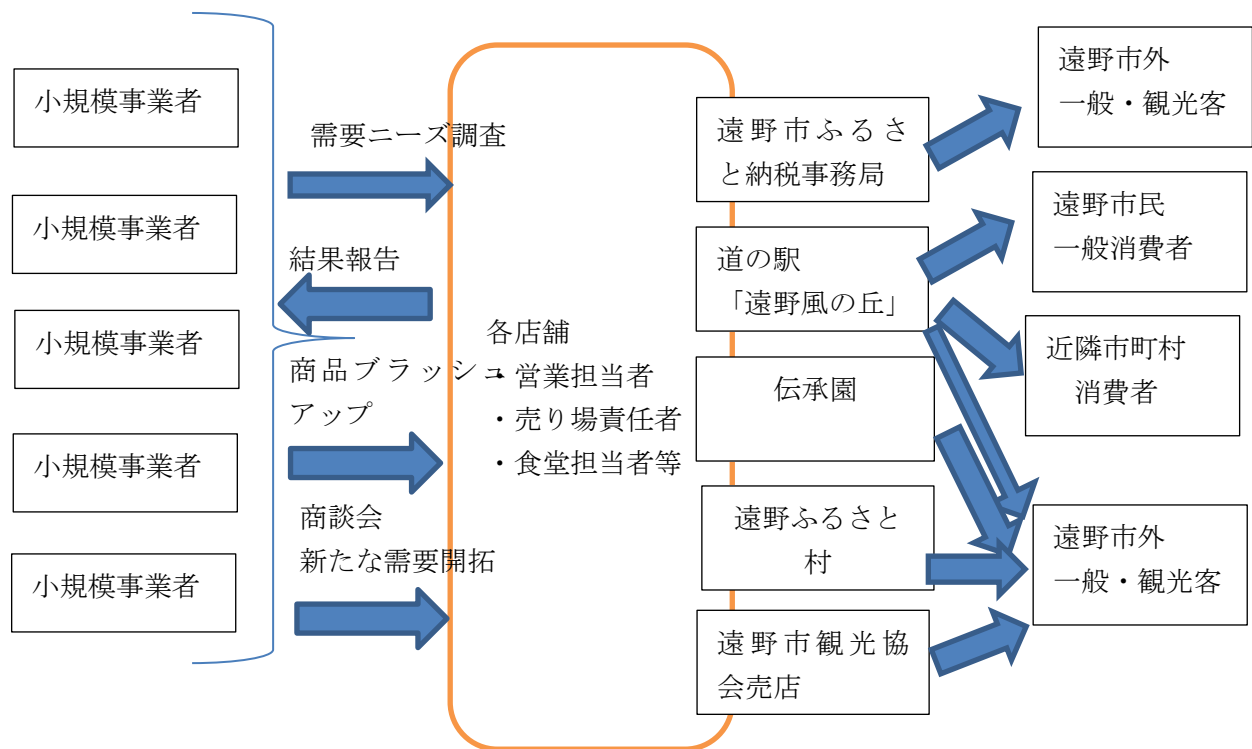
【調査手段・手法】 10月(年1回)遠野市内道の駅・観光施設売店担当者・バイヤーにアンケート用紙を配布、経営指導員が回収

【分析手段・手法】 経営指導員が外部専門家と連携して分析

【調査項目】 それぞれの事業者と協議し決定(①味 ②価格 ③量目 等々)

【分析結果活用】 経営指導員が該当事業者にフィードバックし、新商品開発に活用

【「需要動向調査に関すること」と「新たな需要開拓に寄与する事業に関すること」の取り組みに関するフロー



② 遠野市ふるさと納税利用者実態調査の実施

通信販売による遠野市外への販路開拓を促進するために、遠野市ふるさと納税の購買実績をもとにした購買者年齢別購入商品の実態調査を行い、消費者が求める商品像を把握し、支援に活用する。

【サンプル数】 50人（女性30人・男性20人）

【調査店舗】 4事業者（既存の事業者）

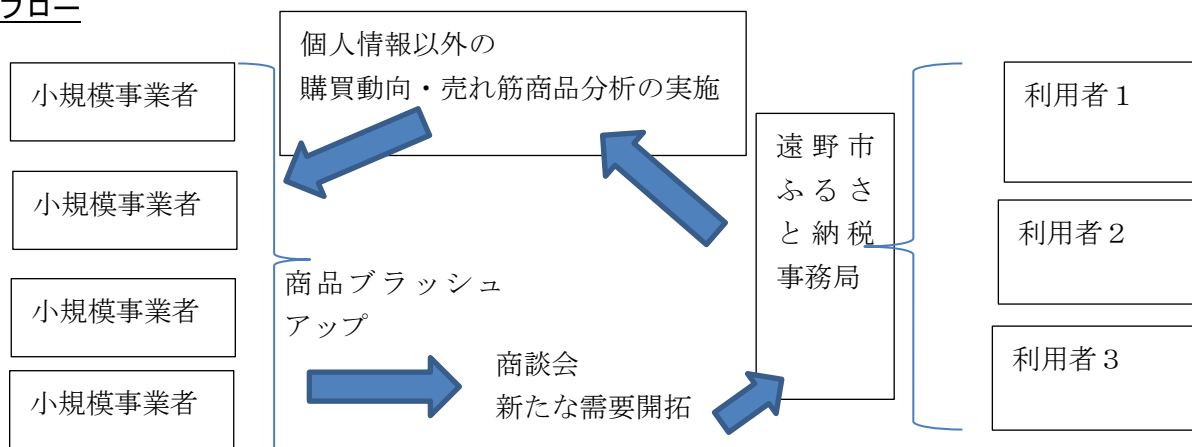
【調査手段・手法】 8月 遠野市と連携し、購買履歴情報（個人情報を除く）を提供いただき分析する。

【分析手段・手法】 経営指導員が外部専門家と連携して分析

【調査項目】 それぞれの事業者と協議し決定（①利用者層 ②価格 ③量目 等々）

【分析結果活用】 経営指導員が該当事業者にフィードバックし、新商品開発に活用

【「需要動向調査に関すること」と「新たな需要開拓に寄与する事業に関すること」の取り組みに関するフロー



5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

これまで小規模事業者の経営状況分析は、巡回や窓口における金融、税務等の相談など、直近課題への活用が主たるものだった。特に、小規模事業者においては、経営状況分析の必要性や活用に関する意識は希薄であり、長期的な事業計画の策定は急務であると感じている。現状、経営指導員が経営状況を把握する際、「事業計画作成シート」や「ヒアリングシート」などを活用し現状把握や個別相談会を行ってきた。

[課題]

事業計画を策定するにあたり、財務分析に加え、小規模事業者の内部環境である「強みを活かし、弱みを克服」し、外部環境である「機会と脅威」をいち早くキャッチすることで時代の流れに合わせた企業の戦略を見据える必要がある。

「事業計画作成シート」「ヒアリングシート」等事業計画作成を事業者自らも行えるように支援してきたが、補助金申請時等一時的な利用で日常的な経営分析や財務分析までには定着していなかった。

また、経営分析の実施は、個別相談会等の利用を希望する事業者に対して行う場合が多く、積極的な掘り起こしに至っていなかったことから、令和4年6月に実施した「経営実態調査」において、「経営分析に関心がある」と回答した事業者や、今後実施する「遠野市景況調査」実施企業の回答から経営課題を抱えている事業者に対して経営分析を行う必要がある。

(2) 目標

内 容	現行	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度
①個別相談会 開催件数	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回
②経営分析事業者数	40 者	60 者	60 者	60 者	60 者	60 者

(3) 事業内容

①個別相談会の開催及び②経営分析の実施

経営実態調査結果による経営分析に興味があると回答した事業者の抽出や、巡回・窓口相談等により経営意欲のある小規模事業者を発掘し、「事業計画作成シート」「ヒアリングシート」に基づいてヒアリングを行い、取得したデータを「Bizミル」に代わるクラウド型支援ツールである「商工イントラ」に入力することで経営分析を行い、事業計画策定に向けて課題の見える化を図る。

また、経営分析の大切さを実感してもらい小規模事業者の経営に対する意欲を引き出すため、「ローカルベンチマーク」を活用し分析結果から導き出された課題や強み等について個別相談会を実施して事業者を提供し計画策定に反映させていく。

- 【募集方法】 巡回・窓口相談等で経営意欲のある事業所を発掘
経営実態調査による経営分析を希望すると回答した事業所の抽出
- 【開催回数】 4 回
- 【講 師】 中小企業診断士、岩手県商工会連合会広域経営指導員、岩手県商工会連合会登録専門家等
- 【対 象】 個別相談者の中から、意欲的で販路開拓を志向する 60 者を選定
- 【分析内容】 財務分析（売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率等）
SWOT分析（強み、弱み、脅威、機会等）
- 【分析手法】 商工イントラやローカルベンチマークを活用し経営指導員が分析を行う

(4) 分析結果の活用

分析結果については当該事業所へフィードバックし事業計画策定に活用する。また、「商工イントラ」システム内でデータベース化し、経営指導員だけでなく経営支援員等のスキルアップに活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

これまでは、経営指導員が経営革新計画の策定や、小規模事業者持続補助金等の申請、マル経資金制度等の事業計画策定支援を中心に行っており、申請にあたっての支援が中心となっていた。また、小規模事業者自身が事業計画を策定する重要性を認識しておらず、意識の希薄さも伺える状況となっている。また、SNS活用やクラウド型会計ソフトの導入等を支援しているが、スポット的な支援にとどまっており、DXに向けた取り組みには至っていない。

[課題]

受け身姿勢から積極姿勢への意識変革が必要であり、また、事業計画策定の意義や重要性の理解の浸透が必須であり、事業計画作成することによる効果を実感してもらう取り組みが必要である。

さらに、経営環境の変化が激しく迅速な対応が求められているため、今後は小規模事業者においても自ら事業計画を作り実践できる体制の構築や、様々な局面でDXに向けた取り組みが求められることから、その必要性を理解・認識してもらうための支援が必要である。

また、創業計画策定については、自らの強み・弱みと市場環境から将来のあるべき姿を具体化した事業計画策定支援が求められている。

(2) 支援に対する考え方

今までの集団講習会では、事業者とのタイムスケジュールが合わず参加者がなかなか集まりにくい状況となっていた。しかし近年においては、各種補助金申請等により事業計画策定の意義を実感した事業所には浸透してきており、個別相談会を中心に各種補助金申請等を目指す事業所も増加している。また、事業承継及び創業希望者も増加傾向である。

今後は、対話と傾聴を基本的姿勢とし、事業者自らが考え着実に実践できる事業計画の策定を継続的に実施できることを目指す。各種補助金申請を目指す事業所の他に、事業承継計画が必要な事業所、創業に伴う補助金申請を希望する事業者などに対して事業計画の策定を支援することにより、生産性の向上や売上・利益増加などの事業計画策定の重要性を体感してもらうことで、5年後、10年後の自社の状態を見据えた事業計画策定に導く支援を実施する。

また、経営管理体制の強化や新たな需要開拓に向けた取組みとしてDX推進セミナーを実施し、小規模事業者の競争力強化を目指す。

事業計画の策定にあたっては、「地域の経済動向調査」、「経営状況の分析」及び「需要動向調査」を踏まえた上で実施する。

(3) 目標

内 容	現行	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度
①DX推進セミナー開催	-	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
DX推進セミナー参加者数	-	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
②事業計画策定個別相談会	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
事業計画策定事業者数	30 者	30 者	30 者	30 者	30 者	30 者
事業承継計画策定事業者数	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
③創業塾の開催(5 回コース)	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
創業計画策定事業者数	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者

(4) 事業内容

経営指導員が、小規模事業者の中から対象事業者をピックアップし、D Xに関する意識の醸成や基礎知識を習得し、それぞれに見合ったD X推進を進めるため個別相談会を開催する。

また、過去に事業計画を策定した事業所の経営改善状況などの実例を示すことにより、事業計画策定の重要性を説明する。

あわせて、個々の事業者の業種や事業計画の方向性によって必要と思われる専門家（エキスパートバンク・岩手県商工会連合会嘱託職員）派遣も活用し、経営指導員等が外部専門家も交えた個別相談会により事業計画策定支援を行う。

①小規模事業者向けD X推進セミナー開催の実施

D Xに関する意識の醸成や基礎知識を習得するため、また実際にD Xに向けたI Tツールの導入やW E Bサイト構築等の取組を推進するために、セミナーを開催する。

このセミナーの受講者のうち、取り組み意欲の高い事業者に対しては、経営指導員による相談対応やI Tに関する専門家派遣を実施する。

【支援対象】	経営意欲のある事業者、事業承継事業者、創業者 経営実態調査による事業計画策定を希望する事業所の抽出
【募集方法】	巡回・窓口相談等でそれぞれの事業所を発掘
【開催回数】	1回
【講師】	I T専門家
【内 容】	クラウド顧客管理・S N S活用販路開拓
【参加者数】	5者

②事業計画策定個別相談会の開催

経営状況分析を実施した事業者を対象に、分析結果に基づいた事業計画策定に向けた個別相談会を行い、計画策定を支援する。

【支援対象】	経営意欲のある事業所、事業承継事業者、創業予定者 経営実態調査による事業計画策定を希望する事業所の抽出
【募集方法】	創業相談者や経営分析個別相談会参加事業者に情報を提供
【開催回数】	2回
【講師】	中小企業診断士、岩手県商工会連合会広域指導員、岩手県商工会連合会登録専門家等
【内 容】	新たな販路の開拓等に向けた事業計画策定
【参加者数】	40者 経営意欲のある事業所（30者）事業承継事業者（5者）創業者（5者）

③創業塾の開催

平成28年度から遠野商工会主催による遠野市創業塾を開催しており、継続的に開催するとともに、行政や金融機関、岩手県信用保証協会、日本政策金融公庫盛岡支店、社会保険労務士等を通じて連携を図ることで、創業者の支援を行う。

この創業塾へ参加することで、創業希望者の創業計画の策定支援を行うことにより創業者の伴走型支援を実施する。

【支援対象】	創業予定者、創業後5年以内の事業者
【募集方法】	窓口創業相談等で事業所を発掘
【開催回数】	5回
【講師】	中小企業診断士又は同等の見識者、遠野市、岩手県信用保証協会、日本政策金融公庫盛岡支店、社会保険労務士等
【内 容】	創業に向けた創業計画の策定
【参加者数】	5者

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

事業計画策定後の支援については、経営指導員が各種補助金の申請、経営革新計画の申請、マル経融資制度、に際して事業計画策定支援を行った小規模事業者に対して「Bizミル」システムに入力しデータベース化してフォローアップを行ってきた。また、商工会主催による「事業計画実践事例研究会」を開催し、事例研究による情報交換や一層の意識啓発を行っている。

[課題]

各種補助金や金融支援等の対象となった事業者に対しては、フォローアップを行ってきたが、それ以外の事業者については指導が不十分なものもあったことから、今後はそれぞれの計画策定事業者ごとに事後の見直し検証や新たな課題等への解決策の提案などきめ細かいフォローアップ支援が必要である。そのために、計画・実行・検証・改善というPDCAサイクルにより支援を行うとともに、商工会主催による「事業計画実践事例研究会」を開催し、事例研究による情報交換や一層の意識啓発を行い事業計画策定後のブラッシュアップ支援を実施する必要がある。

(2) 支援に対する考え方

事業計画の実現のため、計画策定を支援したすべての事業者を対象にフォローアップを行う。フォローアップのタイミングは、未成熟期は1か月ごと～安定期半年ごととし、課題の重要性や緊急性を考慮したうえで事業者ごとに設定する。

事業計画の策定を行う小規模事業者に対し、実践による効果（付加価値※向上、売上・利益増加）を実感してもらうためには、PDCAサイクルに沿った伴走型支援が重要であり、小規模事業者がPDCAサイクルに対して理解を深められるよう、フォローアップを行う。

巡回指導等により売上の落ち込みなどの経営上の問題点が発見された場合は、消費者ニーズや市場動向の分析などを行い、さらに、専門家派遣制度を活用し、中小企業診断士等による専門的な知見によるアドバイスを獲得し、高効率性の高い計画実行につなげていく。

なお、確認した進捗状況と対応状況については、商工会職員間で情報を共有できる様、「Bizミル」に代わるクラウド型支援ツール「商工イントラ」により履歴管理するなどPDCAサイクルによるフォローアップを行う。

(3) 目標

内 容	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
フォローアップ対象事業者数	40 者	40 者	40 者	40 者	40 者	40 者
事業計画策定フォローアップ件数	105 回	105 回	105 回	105 回	105 回	105 回
初めて補助金等を活用した事業者へのフォローアップ件数 (10 者×3 回)	30	30	30	30	30	30
2 回目以降のフォローアップ件数 (20 者×2 回)	40	40	40	40	40	40
創業計画フォローアップ件数 (5 者×4 回)	20	20	20	20	20	20
事業承継計画フォローアップ件数 (5 者×3 回)	15	15	15	15	15	15
売上増加事業者数	－	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者
付加価値※向上 1 % 以上増加の事業者数	－	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者
事業計画実践事例研究会開催数 参加者数 (事例発表者数)	1 20 (4)	1 25 (4)	1 25 (4)	1 25 (4)	1 25 (4)	1 25 (4)

※付加価値＝当期利益＋減価償却費＋人件費

(4) 事業内容

- ・小規模事業者へのフォローアップ支援

事業計画策定 40 者（事業承継計画、創業計画策定者含む）に対して経営指導員並びに支援スタッフによる年 2 回以上の事業計画の進捗状況確認のためのフォローアップを実施する。

策定した事業計画の進捗状況を定期的に確認評価し、巡回指導を拡充して、小規模事業者のモチベーションの低下を防ぎつつ、改善対応策に取り組む。良好な進捗状況の場合は、計画の上方修正を含めた発展的な指導を行い、思うように計画が進捗していない事業所へは、計画の妥当性、阻害要因等を検討し、中小企業診断士等の専門家派遣を活用して、打開策の提示をはじめ計画が円滑に遂行できるよう支援を実施する。

- ・第二創業者・事業承継者へのフォローアップ支援

事業承継計画策定者に対しては、事業承継直後の支援を特に厚くしてフォローアップを行うことに留意し、経営指導員及び支援スタッフによる巡回訪問（年 4 回）を実施し、事業所の経営状態をチェックし、承継前の状態と承継後の状態の比較により、順調に経営が行われていれば、拡大基調の事業計画策定支援などを実施する。

また、売上の落ち込みなどの経営上の問題点が発見された場合は早期に解決策を立案するなどして、円滑な事業承継支援を実施するとともに、岩手県事業引継ぎ支援センターとの連携や専門家派遣制度を活用し、外部専門家による専門的な知見によるアドバイスを得て実効性の高い計画実行につなげていく。

業態展開や新事業を伴う第二創業者に対しては、経営指導員及び経営支援スタッフによる巡回訪問（年 2 回以上）を実施し、順調に経営が行われていれば、拡大基調の事業策定支援を行い、売上の落ち込みなどの経営上の問題点が発見された場合は、新規事業の商品・サービスが市場に受け入れられるかが大きなカギとなる為、フォローアップの際は消費者ニーズやバイヤーからの意見を聞くことに対して定期的に支援を行う。さらに、専門家派遣制度を活用し、中小企業診断士等による専門的な知見によるアドバイスを得て実効性の高い計画実行につなげていく。

- ・創業者へのフォローアップ支援

創業に至った者については、開業後の事業の進捗状況や新たな課題の把握のため定期的（年 4 回）な巡回訪問指導において策定した事業計画を基にヒアリングを実施し、金融、税務、労務等の基礎指導はもちろん、個々の課題分析、付加価値向上を図る。また、進捗が芳しくない時には、新たな課題が生じていると予見されることから、中小企業診断士等の専門家派遣事業を活用し、打開策の提示をはじめ計画が円滑に遂行できるよう支援を実施し、PDCAサイクルを重視しつつ、創業事業者の持続的な発展を図る。また、開業に至らなかった場合においては、専門家との連携により要因の解明、事業計画及び事業の実現性等全体の見直しを行い、新たな提案支援を行う。

- ・事業計画実践事例研究会の開催

事業計画を策定し計画を実践している事業者が、計画策定の狙いや経緯、現在の取組状況、新たな課題等について発表し、研究会への参加者や中小企業診断士等の専門家からの助言を受け、今後の取組に役立てていくためのブラッシュアップ支援を目的に「事業計画実践事例研究会」を年 1 回開催する。参加対象者は、事業計画策定者（事業承継、第二創業、創業者含む）や、今後、事業計画策定に向けて意欲のある小規模事業者とする。

事業計画策定事業所に対しては、他の成功事例から取組の方向性やその手法等について習得し、次の展開につなげるようにフォローアップ支援を行うとともに、新たに事業計画の策定に取組もうとしている事業者に対しては、計画策定の実践を通してその重要性等について、エキスパートバンク制度等を活用し、専門家による指導と併せて広く啓発することを目的とする。

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

これまでは、小規模製造事業者の自社通信販売サイトの作成支援や、パッケージデザインのリニューアル支援を行い、道の駅遠野風の丘や遠野市内観光施設への納入支援と事後のフォローアップを行ってきた。

また、遠野市外への物産展への出展支援を行ってきたが、コロナ禍の影響により、物産展の減少したことにより比例して売上が減り続けている状況にある。

また、多くの小規模事業者はITを活用した販路開拓等のDXに向けた取り組みが進んでおらず、近隣の商圈に限られている。

[課題]

小規模事業者は、少量多品種生産には長けているものの、量産化ができない事業者が多いためB to Bの販路開拓よりも、B to Cの個人消費の拡充が必要である。今後はDX推進のためにIT活用により近隣商圈からの広い商圈へと販路を開拓していく必要がある。

また、前述のとおり商社機能を有し、遠野市内及び近隣の一般消費者の利用者が多い道の駅「遠野風の丘」は、リニューアルにより来店者数が好調に推移していることから、新たに販売する新商品の開発や既存商品のブラッシュアップも必要である。

(2) 支援に対する考え方

既存の小規模事業者と創業者が、道の駅「遠野風の丘」で販売する新商品や既存商品のブラッシュアップを支援するため試食会実施、並行して専門家派遣を実施し、DX推進に向けた取り組みとしてSNSによる情報発信、ネットショップの開設、IT活用による販路開拓を支援するためのセミナーの開催や個別指導（対面・オンラインによる）を行う。

また、通信販売に不慣れな小規模事業者を対象に、遠野市ふるさと納税返礼品の商品づくりを通して販路開拓の実践を学び取引数増加を目指す。合わせて商談会に参加を希望する企業に対して事前準備及び事後のフォローアップを行う。

(3) 目標

内 容	現行	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度
① 遠野市内商談会 参加事業者数	-	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
成約件数/事業者数	-	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
② ふるさと納税返礼 品商品企画コンペ 参加事業者数	-	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
売上額/者	-	3 万円	3 万円	3 万円	3 万円	3 万円
③ IT活用による販 路開拓事業者数	-	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
ネットショップ開設 事業者数	-	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
売上増加率/者	-	3%	3%	3%	3%	3%

(4) 事業内容

①遠野市内商談会参加支援事業（遠野市内観光施設販路開拓事業参加支援）

【実施主体】株式会社遠野ふるさと商社、遠野市内宿泊施設・観光施設

【実施時期】毎年 11 月頃（遠野市）

【目 的】遠野市内道の駅「遠野風の丘」と市内観光施設との商談による新たな販路の開拓

【支援対象】菓子、米、味噌、野菜加工品等

【支援内容】申請事務手続支援、事前相談及び準備支援、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ふるさと納税返礼品商品企画コンペの開催

【実施主体】遠野商工会・株式会社遠野ふるさと商社（遠野市ふるさと納税事務局）

【実施時期】毎年 6 月頃（遠野市）

【目 的】新商品の開発及び販促、既存商品のブラッシュアップ

【支援対象】既存の小規模事業者と創業者

【支援内容】事前相談及び準備支援、商品づくり、購買分析と商品改良等のフォローアップ

③ I T 活用（SNS・ECサイトの活用）、による販路開拓支援事業（専門家派遣）

【実施主体】遠野商工会

【実施時期】毎年 6 月頃（遠野市）

【目 的】近隣商圈から脱却し販路開拓を図り売上増加を目指す。

【支援対象】既存の小規模事業者と創業者

【支援内容】SNSによる情報発信、ネットショップの開設による販路開拓を目的とした専門家派遣による支援

Ⅱ. 経営発達支援計画の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

9. 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

(1) 現状と課題

[現状]

これまで事業報告は、理事会を経て定時総会における報告、それらに向けた事業評価委員会による評価を年1回、中間での進捗状況の把握を年1回行っているが、概要のみの報告であり詳細な評価と検証は充分ではない状況であった。

[課題]

今後は、各年度途中において進捗状況の確認と評価を行い、遅延や停滞があった場合の対策を講じるなどの対応が必要とされる。

また、各年度末においても進捗状況の確認と評価を行い、必要な場合は計画の見直しも含めた対応が必要となる。

(2) 事業内容

① 外部専門家を交えた事業評価委員会の開催（年2回）

本計画の事務、事業を展開した結果については、遠野市産業部商工労働課長、外部有識者（合同会社地域計画代表）^{注1}、市内小規模事業者代表2名、広域経営指導員、遠野商工会事務局長、法定経営指導員および経営指導員の8名を構成員とする検討会を年2回開催し、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する。

② 事業の成果及び評価の公表（年1回）

最終的に役員会において承認を受けた事業の成果及び評価並びに見直しの結果について、年1回、本商工会ホームページ及び商工会報で公表する。

注1：合同会社地域計画代表 熊谷智義氏は、地域計画コンサルタントとして、6次産業化支援や特産品開発・地域ブランド創造などの産業振興分野や、市町村の総合計画策定分野などに精通している計画やマネジメントの専門家である。商工会と行政が連携して実施する経営発達支援計画において、商工分野、行政分野の両方について知見を有する専門家であるため、外部有識者として事業評価委員会の構成員として適任である。

10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

これまでは、岩手県商工会連合会主催の職種別研修会に参加し、事業計画作成支援や事業承継・創業などの支援ノウハウなどの研修を行い職員の支援能力向上を図ってきた。また、中小企業大学校仙台校の実施する専門コースに経営指導員が年1回参加し、スキルアップを図ってきた。この他、経営支援員については、経営指導員及び広域指導員による OJT によりスキルアップを進めてきた。

[課題]

事業者の支援ニーズは多様化しておりそのニーズに対応するために、今後は職員一人一人のスキル格差の是正に向けて、研修内容の共有を図ることが、より一層必要となっている。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用（年1回）

【経営支援能力向上セミナー】

経営指導員及び経営支援員の支援能力の一層の向上のため、中小企業庁が主催する「経営指導員研修」及び岩手県商工会連合会主催の「経営支援能力向上セミナー」に対し、計画的に経営指導員等を派遣する。

【事業計画策定セミナー】（年1回）

当会では小規模事業者の事業計画策定支援が最重要課題であるため、経営指導員等の支援能力向上を図るため中小企業大学校仙台校が実施する「事業計画策定支援セミナー」に積極的に参加する。

【DX推進に向けたセミナー】（年1回）

喫緊の課題である地域の事業者のDX推進への対応にあたっては、経営指導員及び経営支援員のITスキルを向上させ、ニーズに合わせた相談・指導を可能にするため「DX推進に係る相談・指導力向上セミナー」に積極的に参加する。

〈DXに向けたIT・デジタル化の取組〉

- ア) 事業者の業務効率化を図るため商工会用クラウド会計システム（MA1・ソリマチ）の導入
- イ) 事業者の需要開拓を図るためSNSを活用した情報発進の推進

②OJTの推進

経験豊富な経営指導員が経営支援員と一緒に企業巡回しながら、事業計画策定支援やITスキルの向上を図り、組織全体の支援能力向上を図る。また、創業支援や事業承継等専門的な支援が求められる案件については、岩手県商工会連合会が設置する広域指導員によるOJT指導を受け、支援スキル向上を図る。

③ 職員間の定期ミーティングの開催（週1回（月曜日））

毎週1回、職員ミーティングを実施し、各職員（事務局長・経営指導員・経営支援員）が各支援状況、支援上の課題等を報告し、それに対して広域経営指導員や経営指導員から支援のノウハウを学ぶことにより、支援力の底上げを図る。

④支援履歴のデータベース化（随時）

経営指導員が基幹システムや商工イントラにデータ入力を随時行い、支援中の小規模事業者の状況等を組織全体で相互共有することで、一定レベル以上の対応ができるようにするとともに、支援ノウハウを蓄積し組織全体で共有することで支援能力向上を図る。

Ⅲ. 地域経済の活性化に資する取組

1 2. 地域経済の活性化に資する取り組みに関すること

(1) 現状と課題

[現状]

遠野市は少子高齢化による人口減少が課題となっており特に労働者人口が少なく働き手の確保が業種に関わらず全ての事業所の課題となっている。そのために、地元就職等の雇用確保推進を目的に、高校1年生の段階から地域企業を知る機会を創出し、地域企業への理解を深めるとともに、インターンシップによる職場体験を通じて就職時における地元就業意識の醸成を図り、地元雇用の確保に取り組んできた。

さらに、外国人研修生の受け入れ支援や移住による市外からの雇用確保等、新たな雇用確保のための支援策が必要とされている。

[課題]

今後も、地域企業の雇用の確保のために、遠野市、県（県南広域振興局）、高校（岩手県立遠野高校、岩手県立緑峰高校）、ハローワーク遠野との連携により地元雇用の情報共有のため、情報交換会等を継続実施していく必要がある。

また、地域企業はどのような仕事をしているのか不明で認知度が低いことが課題であるため、これまで開催してきた企業見学会やインターンシップなどを継続実施することで、地域企業の理解を深めて雇用の確保の支援が必要とされている。

このほか、地域資源を活用した新事業や新商品開発など、創業・起業に対する意識醸成を図る必要がある。

(2) 事業内容

①地元就職等雇用確保のための調整連絡会議の開催（年1回）

遠野市、県（県南広域振興局）、高校（遠野高校・遠野緑峰高校）、ハローワーク遠野との連携により実施し情報共有のための情報交換会を年1回開催する。

また、企業見学会やインターンシップ事業終了後、見学企業、参加した生徒及び担当教諭に対するアンケートを実施し、内容見直しの参考とするとともに高校及び企業へ情報提供する。さらに3年時における実際の就職状況等追跡調査を実施し、動向分析を行い情報の共有化と事業実施の基礎資料とする。

②企業見学会（年1回）及びインターンシップの開催（年1回）

高校1年生の段階から地域企業を知る機会を創出し、地域企業への理解を深めるとともに、インターンシップによる職場体験を通じて就職時における地元就職への意識の醸成を図るために、企業見学会（遠野高校・遠野緑峰高校各1回）とインターンシップ（遠野高校・遠野緑峰高校各1回）を行う。

③市内企業人材確保推進事業「オープンファクトリー」の開催（年1回）

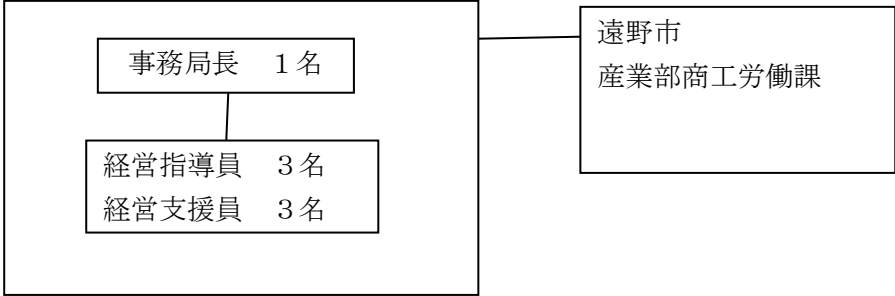
遠野市、岩手県、遠野商工会、職業安定所、市内高等学校で組織する、市内企業人材確保推進協議会により実施するもので、国の補助により令和4年から3年間開催する事業。

新卒者の地元就業者の減少、若年層の流出により懸念される労働力不足による地域経済の衰退を防ぐため、市内事業者等との連携により、市内企業の魅力向上及び魅力発信を行うため、オープンファクトリーを開催し、若年層の流失防止及びUIターンを促進させることで、生産年齢人口の増加を目指す。

④ 学校連携イノベーション事業者等出前授業の実施（年１回）

市内の高校生を対象に、創業・起業や経営革新等の体験談の講話、地域資源を活用した新事業や新商品を考えるグループワークの実施など、総合的な探求の時間を活用した出前授業を実施する。

(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	
(令和4年11月現在)	
(1) 実施体制（商工会又は商工会議所の経営発達支援事業実施に係る体制／関係市町村の経営発達支援事業実施に係る体制／商工会又は商工会議所と関係市町村の共同体制／経営指導員の関与体制 等）	
 <pre> graph LR A[事務局長 1名] --- B[経営指導員 3名 経営支援員 3名] B --- C[遠野市 産業部商工労働課] </pre>	
(2) 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第7条第5項に規定する経営指導員による情報の提供及び助言に係る実施体制 ① 法定経営指導員の氏名、連絡先 ■氏 名： 鎌田 友広 ■連絡先：遠野商工会 TEL. 0198-62-2456 ② 法定経営指導員による情報の提供及び助言 経営発達支援事業の実施及び実施に係る指導、目標達成に向けた進歩管理、事業評価・見直しをする際に必要な情報の提供等を行う。	
(3) 商工会／商工会議所、関係市町村連絡先 ① 遠野商工会 〒028-0522 岩手県遠野市新穀町6-1 あすもあ遠野2階 TEL：0198-62-2456 / FAX:0198-62-2356 担当者：高橋 厚 E-mail ats@shokokai.com ② 遠野市 〒028-0592 岩手県遠野市中央通り9番1号 TEL：0198-62-2111 / FAX:0198-62-3047 担当者：遠野市産業部商工労働課 永田 裕 E-mail h-nagata@city.tono.iwate.jp	

(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)

	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度	R 8 年度	R 9 年度
必要な資金の額	350	350	350	350	350
専門家派遣					
講師謝金	300	300	300	300	300
講師旅費	50	50	50	50	50
通信運搬費					
商談会等出展経費					
広報費					
委託料					

(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
国庫補助金、県補助金、市補助金、自己資金（会費、各種手数料、参加者負担金等）

(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)

経営発達支援計画を共同して作成する商工会又は商工会議所及び関係市町村以外の者を連携して経営発達支援事業を実施する者とする場合の連携に関する事項

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあっては、その代表者の氏名
連携者なし
連携して実施する事業の内容
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等