

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	岩手町商工会 (法人番号 8400005002737) 岩 手 町 (地方公共団体コード 033031)
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目 標	(1) 事業計画の策定から実施に伴うフォローアップ支援 (2) 円滑な事業承継や新規創業に対応する事業計画策定支援 (3) 地域資源を活用した商品開発支援 (4) 商談会等を通じた新たな販路開拓支援と地域商店街等における魅力ある個店づくりによる地元密着型事業の継続支援
事業内容	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 ・地域の経済動向分析 ・景気動向分析 4. 需要動向調査に関すること ・商談会におけるバイヤーニーズの調査 (B t o B) ・「道の駅石神の丘」における消費者ニーズの調査 (B t o C) ・飲食・小売業者等の消費者ニーズ調査 (B t o C) 5. 経営状況の分析に関すること ・現状把握調査・情報提供を通じた経営分析対象者の掘り起し ・経営分析の実施 6. 事業計画策定支援に関すること ・事業計画策定個別相談会の開催 ・D X推進セミナー開催・I T専門家派遣の実施 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること ・事業計画策定事業者へのフォローアップの実施 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ・地域密着型商談会の実施 ①「道の駅石神の丘」支配人等との商談会 ②「いわて食の大商談会」に会場するバイヤーとの商談会 ・E Cサイト利用 (B t o C) ・ネットショップを活用した販路開拓 (B t o C) ・販促活動の広告媒体作成
連絡先	岩手町商工会 〒028-4303 岩手県岩手郡岩手町大字江刈内 9-65-1 電話番号：0195-62-2760 F A X：0195-62-4844 E-mail：iwatemachi@shokokai.com 岩手町 企画商工課 〒028-4395 岩手県岩手郡岩手町大字五日市 10-44 電話番号：0195-62-2111 F A X：0195-62-2073 E-mail：kikaku-2@town.iwate.iwate.jp

(別表 1)

経営発達支援計画

『令和 5 年 4 月時点』

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

1) 本町の概況・位置

・地形状況

本町は、北緯 40 度線上にあり、町の面積 360.46 平方キロメートルのうち、約 76 パーセントが山林・原野である。地勢は、東部の北上山地と西部の奥羽山脈にまたがっており、北部山間地を源泉とする北上川が町の中央部を南下している。地形は、南東から北西にほぼひし形に広がり、東部を走る北上山地は全般に複雑で東南に高く、西北に低い様相をなしている。西部は盆地状で、東部と西部ではその地形の違いから異なった趣を見せている。

・交通体系・交流拠点

平成14 年には東北新幹線盛岡―八戸間が開通し、本町のいわて沼宮内駅―東京駅が最短で約 2 時間 30 分となり、首都圏とのアクセスが格段に向上した。併せて在来線を継承した I G R いわて銀河鉄道も開通した。東北自動車道滝沢 I C と西根 I C に近く、鉄道・自動車両面において高速交通網の利便性が高い地域である。主要道路としては、国道 4 号が町の中央部を南北に走り、東部には国道 281 号が陸中海岸へ、西部には主要地方道岩手平舘線や県道岩手大更線が八幡平市へと続いている。交流拠点として 4 つの駅（新幹線いわて沼宮内駅、道の駅「石神の丘」、街の駅「よりーじゅ」、北上川源泉・いわてまち川の駅）がある。

・主な産業

町の最大の特徴は農業である。キャベツ、レタスなどの野菜は、冷涼な気候を活かした県内有数の一大産地となっている。また、畜産も盛んで、大型経営体が複数ある。耕種農家と畜産農家がバランス良く連携し、堆肥を利用するなど、耕畜連携が進んでおり、農業が町の産業全体を牽引している。

一方、加工業は町の雇用維持に重要な役割を果たしているが、商業は商業環境の変化への対応、観光は地域資源の有効活用を図る時期に至っている。

・生活・文化

石神の丘美術館をはじめとする教育・文化施設の充実など優れた環境を有している。また本町は全国トップレベルの検診受診率を誇っており、保健推進員、医療機関、町民、行政が一体となって検診を推進する岩手町方式が功を奏し、平成18 年には保健文化賞を受賞した。

本町は盛岡広域の北部に位置し、豊かな自然の中で農業を中心に地域産業が形成され、歴史文化が息づき、八幡平・安比高原・平庭高原・北三陸への拠点となっている。



2) 人口構造

・人口と世帯数の推移

本町の人口推移を見ると、総人口は一貫して減少傾向にあり、最新の国勢調査である平成 27 年と平成 7 年を比較すると、20 年ほどで約 4,600 人余りが減少（約 25.0%）している。一方、世帯核家族化が進み微増・横ばい傾向にある。

・年齢人口の推移

階層別の人口推移を見ると、15 歳未満の人口は 25 年間で 3 分の 1 に減少、15 歳から 65 歳までは半数に減少している。一方、65 歳以上の高齢化率は 19.5% から約 40% となり、本町人口の 4 割が老年人口となり高齢化が進んでいる。これは、生産年齢人口（15 歳～65 歳）約 1.3 人で老年人口 1 人を支えている計算になる。

○人口と世帯数の推移



資料：平成 7 年～27 年は国勢調査人口
令和 2 年～令和 3 年は住民基本台帳人口 町民課調

○年齢人口



資料：平成 7 年～27 年は国勢調査人口
令和 2 年～3 年は住民基本台帳人口 町民課調

本町の人口は減少傾向にあり、将来推計では 2040 年に総人口が 7,629 人まで減少する可能性がある。岩手町人口ビジョン目標（2015 年度策定）では、2040 年に総人口 1 万人維持を目指している。

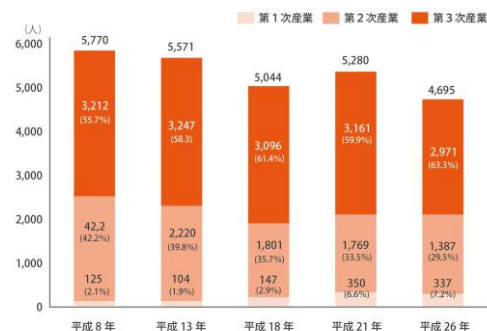
3) 産業の状況

・産業分類別の傾向

本町の産業分類別の事業所数は、減少傾向にある。総数ではここ 20 年ほどの事業所の減少は 165 事業所（22.6%）となっている。3 次産業の占める割合は大きい 148 事業所の減少（25.2%）となっている。一方、1 次産業は、事業所数は少ないものの法人化政策や本町の農産品生産への取り組み強化もあり、倍増傾向にある。

○産業分類別の従業者数（1 次、2 次、3 次産業）

産業分類別の従業員数は、減少傾向にあるが、事業所数同様 3 次産業の占める割合が大きく、ここ 20 年間での従業員数の横ばい、微減傾向となっている。本町の第 3 次産業が雇用数を継続的に確保・維持していることの裏付けとなっている。



資料：平成 8、13、18 年度は 10 月 1 日現在 事業所統計調査結果
平成 21、26 年度は 7 月 1 日現在 経済センサス基礎調査結果

・年間出荷額、商品販売額等の傾向

本町の年間製造業出荷額等の推移は、統計では、総数、食料品、衣服その他繊維製品、木材・木製品、一部金属製品の出荷額を公表されており、食料品出荷額は少しずつ増加傾向にあったが減少に転じている。

○年間商品販売額、商店数、常時従業員数の推移（商業分野）

東日本大震災後、販売額と従業員数が大きく減少したが、徐々に増加傾向に戻りつつある。商店数は、9年間で42店（22.2%）減少している。



資料：平成19年は6月1日、平成26年は7月1日現在 商業統計調査結果
平成24年、平成28年は経済センサス活動調査結果

本町の経済活動・地域生活は、中小・小

規模企業によって支えられているが、徐々に企業数の減少が進む中、地元での働き場所や事業が成り立たなくなる環境になりつつある。

・観光

本町の観光は、「石神の丘美術館」をはじめとして資源に恵まれているが、隣接する八幡平や三陸沿岸地域への中継地に留まっており、年間を通した観光入込客数は停滞している状況である。一方、体験型のイベントやクラフト市などにおける交流・関係人口は次第に増加しつつある。

○観光入込客数の推移

本町への観光入込客数は、25万人から30万人程度で推移している。観光拠点として「道の駅石神の丘」が半数の12万人から13万人程度を占めている。



資料：岩手町企画商工課

○道の駅の年間売上げ推移

「道の駅石神の丘」の年間売上げは、8割以上が産直施設で占めている。上記の来店者数を踏まえると、産直施設の利用者、そこでの消費額が地域経済の中で重要な金額となっている。



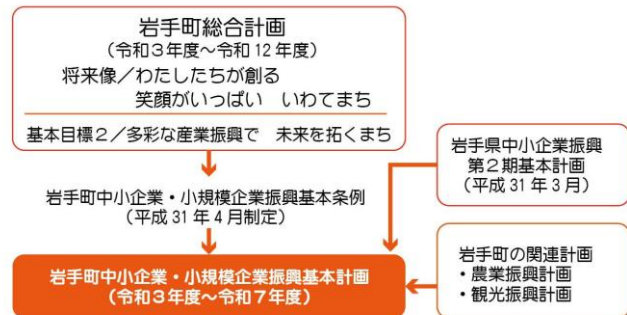
資料：岩手町企画商工課

本町の観光資源活用による集客、地域経済への波及効果は高いとはいえないが、町外に向けての取組と本町にいかに関呼び込み、消費してもらえる観光への取り組みが求められている。

4) 岩手町の商工・観光に係わる取組

・総合計画

令和3年から10年間の基本構想では、将来像を「わたしたちが創る笑顔がいっぱい いわてまち」を掲げ、「地域への愛着・誇りの醸成（シビックプライド）」、「まちのブランド化（ブランディング）」、「持続可能性の追求（SDGsの取り組み）」の3つのまちづくり手法によりまちづくりをすすめている。産業振興分野では「多彩な産業振興で未来を拓くまち」を基本目標に挙げている。



・地域情報化計画

情報通信基盤の整備に向けて、令和2年に情報化計画を定め、町民への普及啓発、情報化人材育成とともに産業振興・雇用・観光に係わる施策を定めている。

・中小企業・小規模企業振興基本計画

平成31年4月制定の「中小企業・小規模企業振興基本条例」に基づき、「中小企業・小規模企業振興基本計画」を岩手県内町村に先んじて令和3年度に策定しており、町内小規模事業者の振興への取り組みをまとめている。

計画においては、「多彩な産業振興で 挑戦し続けるまち」を目標に掲げ、以下の4つの柱で構成されている。

○人材を育てる（雇用の確保と人材育成の支援）

- ・将来につながる人材育成に係わる施策
- ・雇用の確保に係わる施策
- ・キャリアアップに係わる施策

○地域力を伸ばす（岩手町の魅力向上・地域ブランド確立への取組）

- ・地域ブランドに係わる施策
- ・新たなニーズへの対応に係わる施策
- ・事業環境の向上・充実、経営基盤の安定化に係わる施策

○内外の戦術を立てる（地域循環型経済の確立と産業間連携の強化）

- ・地域循環型経済の確立に係わる施策
- ・産業間連携による商品・販売力強化に係わる施策
- ・新たな受注に係わる施策

○次世代へつなぐ（起業・第2創業・事業承継による地域経済の活性化）

- ・事業承継に係わる施策
- ・起業・創業等に係わる施策

計画を具体化するため、重点プロジェクトを挙げ、横断型の施策を関連づけた先行的な取組を定めている。

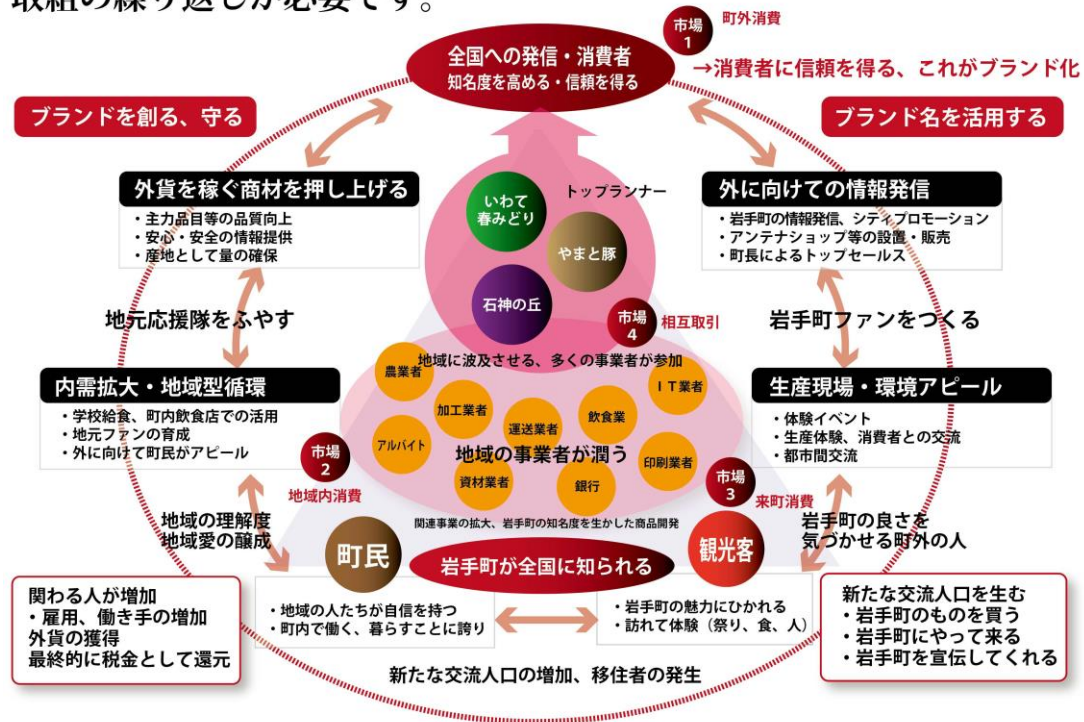
重点プロジェクト／○明日を担う人材育成（キャリア教育の充実、若手リーダー育成等）

○地域ブランド形成（食を通じたブランド化、町内商品等の販売支援等）

○まちなか活性化（クラフト市を通じた事業者発掘、地域工芸品の育成等）

○重点プロジェクト／地域ブランド形成の取組イメージ

ブランドを「創り、活用し、守る」
取組の繰り返しが必要です。



市場 ブランド（地域ブランド）の推進は、さまざまな「市場（取引）」の創出が期待されます。



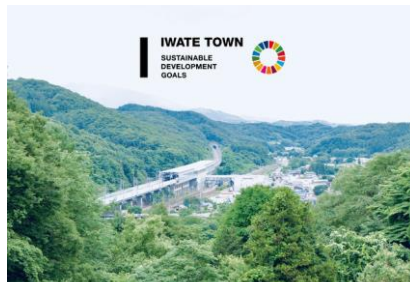
○いわて春みどり（キャベツ）



○石神の丘美術館



○クラフト市



○新幹線いわて沼宮内駅



○道の駅石神の丘

②課題

1) 商工会のこれまでの取組みと課題

・商工会の現状

本商工会は事務局長を含め職員数が5名と脆弱な体制で、これまでは既存の会員が廃業等により減少する中、未加入事業所の加入促進を図るとともに、経営改善普及事業として商工会員を中心に、記帳・税務・金融・労務等の基礎的な経営支援と、新事業展開などの経営革新の事業所の掘り起し、計画作成の支援等を行っている。

会員数は、社会環境の変化及び後継者難等により年々減少を続けており、令和2年度はコロナウイルス感染症対策支援の過程の中で既存事業者の掘り起しにつながった為、増加したが、平成20年度から30年度の10年間では48件が減少し、個人経営の商店等の後継者不足が深刻化していることがうかがわれる。

○会員数の推移

(単位：件)

年度	H10	H20	H25	H30	R2
事業所数	442	386	356	338	343

*資料：岩手町商工会

○会員数及び業種構成の推移

(単位：件・%)

区分 年度	会員数	建設業	製造業	卸・小売業	飲食・宿泊業	サービス業	その他
H20	386	77	34	124	38	65	48
R2	343	71	25	99	32	75	41
構成比	—	20.7	7.3	28.9	9.3	21.9	11.9
増減	△43	△6	△9	△25	△6	10	△7

*資料：岩手町商工会

・商工会の課題

このような状況にあることから、岩手町を愛し、ここで暮らし続けたいという地域住民の利便性の確保・維持の視点を念頭におきながら、その具体的な実現に向けて関係機関と一体となって商工会が率先して取り組むことが求められている。

その中で、地域経済環境の大きな変化に対応できていない小規模事業者に対し、地域ニーズ、地域資源、そして盛岡圏域も含めた広い商圈の今後の動向を把握しながら各事業所の経営課題を検証し、本商工会として経営指導員などによる巡回・窓口相談による経営支援や、記帳指導から専門的分野まで多岐にわたる課題解決に対応する支援スキームを構築し、個社に対し事業計画策定の支援を行い、経営力の向上につながる効果的な取り組みを行う必要がある。

2) 小規模事業者の現状と課題

・小規模事業者の現状

当町内の商工業者は、平成28年の経済センサスにおいて439業者となっており、業種別では卸・小売業が36.7%、サービス業が17.1%である。卸・小売業とサービス業2業種で半数以上を占め、次いで建設業が14.8%、飲食・宿泊業が9.1%となっている。平成26年の経済センサスと比較すると商工業者は1.1ポイント減少している。

また、商工業者の規模を見ると82.2%が小規模事業者となっており、小規模事業者の業種は、商工業者全体の割合と同様に卸・小売業、サービス業で約半数以上を占めている。このように岩手町の商工業者のその8割以上を占めている小規模事業者によって、地域経済・住民の暮らしは支えられているというのが現状でもある。

○商工業者及び業種構成の推移

(単位：件・%)

区 分 年	商工業 者数	建設業	製造業	卸・ 小売業	飲食・ 宿泊業	サービ ス業	その他	小規模 事業者数
H26	444	68	31	159	43	97	46	369
H28	439	65	34	161	40	95	44	361
構成比	100.0	14.8	7.7	36.7	9.1	21.7	10.0	82.2

*資料：経済センサス

○業種別小規模事業者数

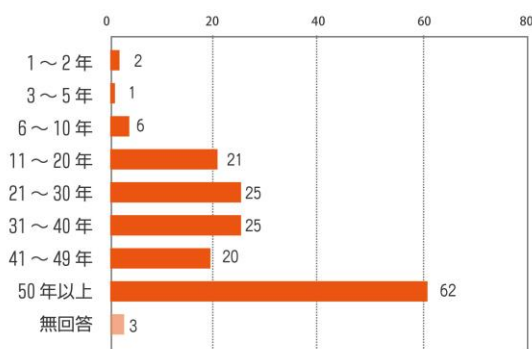
業種 事業所数	建設業	製造業	卸・ 小売業	飲食・ 宿泊業	サービ ス業	その他	合計
H28 小規模事業者数	60	25	113	36	83	44	361

*資料：経済センサス

・町内企業実態調査の概要（調査／岩手町、調査時期／令和元年 11 月、回収調査票数／165 票）

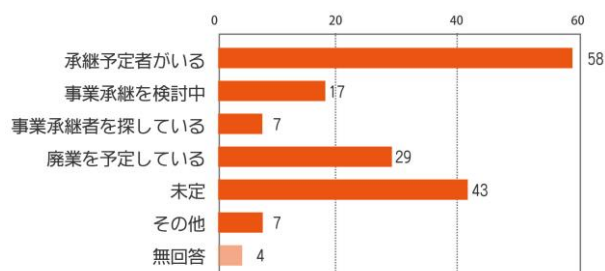
○事業年数

- ・本町の事業所は 50 年以上も事業継続しているところが 3 分の 1 以上と多く、合わせて 60 代以上の代表者が 3 分の 2 以上を占めており、代表者の高齢化が進んでいる。
- ・一方で 40 代以下の代表者、10 年以下の事業年数の事業者が少なく、若手の経営者が育っている地域経済環境にはない。



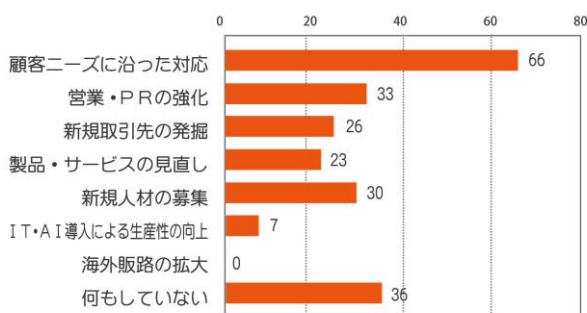
○事業承継

- ・事業承継に関わる取組が大きな課題であり、創業・起業の支援とも関連性を持たせた取組も必要な状況である。



○業績回復への取組等

- ・業績が低迷・低下している事業所も多く、新たな顧客ニーズへの対応と具体的な活動が求められている状況である。
- ・事業継続の課題として世代の新陳代謝とともに人材の確保や育成も不可欠な状況となっている。



・本町の小規模事業者の課題

○人に関わる課題

- ・本町においても人材の確保が難しい状況である。農業分野では外国人就労者の受け入れが進んでいるが、今後は商工業分野においても、地元はもちろんのこと町外からの人材確保も含めた取組を強化する必要がある。
- ・小中高校でのキャリア教育等、地元の産業を体験する機会の確保に加え、就業した後の人材教育の充実といった一貫した取組が不十分な状況である。加えて、雇用確保のためには就労環境の改善・向上が今以上に求められる時代となっている。

○ものづくりに関わる課題

- ・ＩＴなど急激な技術革新が続き、商品・サービス、そして販売・消費行動が劇的に変化している中、販売先や消費者等の顧客ニーズに対応出来ていない事業所が増加している。結果、販売・受注の減少、業績の低迷・低下している事業所が多くなっている。
- ・人手不足等による営業・ＰＲ活動の弱さに加え、新たな顧客ニーズに合わせた対応が不十分な状況である。特に農産物を活用した農商工連携や農業の６次産業化への取組に着手しているものの、地域ブランドとして地域を活性化する段階には至っていない。

○販売力に関わる課題

- ・地域内人口が減少する中、販路確保のためには、地域内需要を喚起すること、地域内の新たなニーズを掘り起こし事業化することなどが考えられる。本町での生活者の利便性の確保、地域内の居住満足度を高める商品・サービス提供の取組が求められている。
- ・一方、域外への販路確保が本町の経済活動を維持していくため不可欠な取組である。盛岡広域、岩手中部、そして仙台・首都圏等を想定した販売活動の強化が必要となっている。合わせてこうした域外の消費者・加工販売事業者との交流による需要開拓も必要である。

○事業承継に関わる課題

- ・本町の事業所の大きな課題である「新陳代謝」をスムーズに図る必要がある。この課題は本町に限った課題ではなく、我が国の経済活動の大きな転換点でもあることから、他に先んじてイノベーションの考えを持ち、新たな経済活動に向けて独自のしくみや取組を検討する必要がある。
- ・事業継続をスムーズに行なえ、若い事業者が定着し次代を牽引し中心となるような創業・第二創業等の取組が活発化するような環境づくりが必要である。特に、本町のような地理的立地条件下でも全国に、世界に向けて販路を持つような技術・情報発信力を有する事業者の育成も大切である。

○デジタル化など次代への対応

企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化、風土を変革し、競争上の優位を確立することは従来よりの課題であったが、コロナウイルス感染症拡大の影響により加速度的に進んでいる社会のデジタル化へ対応した消費活動、生産・製造・販売活動への先行的な取組と、地域内循環型社会やＳＤＧｓの「つくり手とつかい手」の関係性の相互理解による持続的社会的実現への取組強化も大切である。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 10年程度の期間を見据えて

10年先を見据えると、これまで以上に人口減少による地域経済の縮小や経営者の高齢化、後継者の不在による企業の存続の危機に直面する事業者が増加することが予想される。

特に、地域に密着した経営を行う小規模事業者の経営基盤は脆弱であり、経営者の高齢化が進む中で、後継者の不在などにより小規模事業者は減少傾向にあり、新規創業者の創出や円滑な事業承継が求められている。

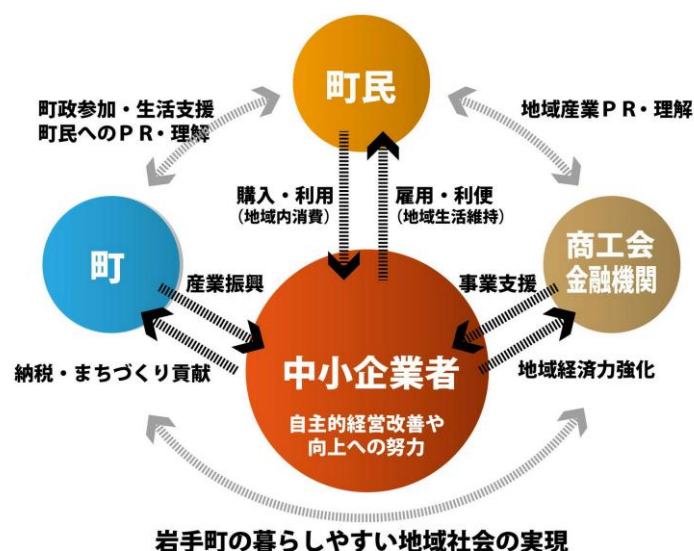
小規模事業者にあつては、自社の経営課題を踏まえた事業計画の策定がなされていないケースがほとんどであり、このため、個社の経営実態に見合った経営計画の再構築や経営革新計画にみられる新分野への進出等による経営力向上のための取組が必要である。

町が掲げる「多彩な産業振興で挑戦し続けるまち」の目標を具体的に形とするため、岩手町、商工会の強い連携のもと、本町が持続可能なまちとして次代に相応しい産業・地域が形成されるため小規模事業者の取組とその支援により、目標の実現に向けて共に取組んでいく。

② 岩手町総合計画との連動性・整合性

岩手町が中小企業・小規模企業振興基本計画に掲げる4つの柱である「人材を育てる（雇用の確保と人材育成の支援）」、「地域力を伸ばす（岩手町の魅力向上・地域ブランド確立への取組）」、「内外の戦術を立てる（地域循環型経済の確立と産業間連携の強化）」、「次世代へつなぐ（起業・第2創業・事業承継による地域経済の活性化）」は、町と商工会が率先して担うべき事項である。

振興計画は町の取組・施策とともに、商工会の小規模事業者への役割、連携も明記されており、町の総合計画や振興計画において、産業振興、特に小規模事業者への支援については、前述の4つの柱、施策の具体的な取組としては、経営発達支援計画が大きな役割を担うべき位置付けにあることから、岩手町総合計画と本計画の目標とする方向性は一致し連動するものであり、それぞれの計画における目標達成に向け、岩手町、岩手町商工会が相互に連携を図りながら取り組んでいく。



③ 商工会としての役割

岩手町の総合経済団体である当商工会は、地域の経済を牽引する小規模事業者の事業継続や成長・発展を支援する役割を担う団体であり、行政等が実施する小規模事業者のための各種支援策を普及させる役割がある。加えて町とともに小規模事業者の事業継続・発達に向けて、個々の企業の抱える課題や支援ニーズを把握し、適切な伴走型支援による個社支援に重点を置き、地域事業者の魅力向上を支援することである。

社会的な人口減少や少子高齢化などの人口構造の変化により、地域経済循環の停滞が予測され、同時に経営者側も高齢化などの課題に直面する中、この社会的課題にも対応し事業者を持続的発展につなげるためには、事業者の経営状況の分析や事業計画の策定、計画の実行に伴うフォローアップを強化することが当商工会の果たすべき役割である。

この伴走型支援の実施の中で、円滑な事業承継の推進や創業者支援にも力を入れ、個社支援を積み上げ、管内事業者の経営体力確保と継続性への取組により、「岩手町全体の地域経済、町民生活の維持、地域活性化に寄与する」ことが商工会としてのビジョンを具体化することになる。

(3) 経営発達支援事業の目標

地域の現状及び課題、地域内の小規模事業者に対する長期的な振興のあり方を踏まえ、本計画における目標を以下の4つとする。

① 事業計画の策定から実施に伴うフォローアップ支援

事業環境の向上・充実、経営基盤の強化を図るため、管内小規模事業者の事業計画策定支援や計画の実行、D Xの推進を行い支援に向けたフォローアップを実施する。

② 円滑な事業承継や新規創業に対応する事業計画策定支援

確実に次世代につなげ、地域経済の活性化を図るため、高齢化が進む管内事業者に対する事業承継や、地域で新たに起業する創業希望者に対する事業計画策定を支援し、その計画の実行に向けたフォローアップを実施する。

③ 地域資源を活用した商品開発支援

岩手町の魅力向上・地域ブランドへの取組につなげるため、地域資源を活用し新たな商品開発を行う食品製造業者等に対して、新商品開発や既存商品のブラッシュアップにつながる需要動向調査、商品づくり支援等を実施する。

④ 商談会等を通じた新たな販路開拓支援と

地域商店街等における魅力ある個店づくりによる地元密着型事業の継続支援

産業間連携の強化や商品・販売力強化に向けて、管内食品製造業者等が販売する商品について、商談会出展等により新規取引先を開拓する。

また、地域循環型経済の確立に向けて、地域で求められている販売・サービスの確保のため、地域商店街を構成する小規模事業者等の個社支援を実施する。

加えて、SNSやECサイト等のITを活用した販路開拓支援を行い、販路開拓におけるD Xの推進を図る。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

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4年4月1日～令和9年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

① 事業計画の策定から実施に伴うフォローアップ支援

- ・管内小規模事業者を対象に、経営分析等を通じ小規模事業者の個社課題の把握や抽出を行い、その結果から個々の経営課題を把握したうえで、計画的に事業計画の策定から販路開拓に取り組む小規模事業者を伴走型で支援する。加えて、ビジネス環境の激しい変化に対応するためにも、今後はデータやデジタル技術を活用した経営が必要となってくるため、事業者に対するDXに向けたセミナーの開催や個別指導を行い、経営力を向上させる。
- ・事業をより具体化、効果的に推進するために、専門家派遣等を活用した課題解決に取り組む。

② 円滑な事業承継や新規創業に対応する事業計画策定支援

- ・喫緊の課題である事業承継については、事業承継診断票による現状把握とニーズの掘り起こしを行う。その結果を受けて、緊急性の高い事業者に対しては事業承継計画の策定支援を展開していくとともに、必要に応じて専門家を活用するなど、集中的な支援で早期の事業承継を推進する。
- ・創業希望者についても、参入する市場動向の把握や自身の強みを踏まえた創業計画策定を支援し、計画に基づいた事業実施を支援する。特に創業希望者は、経営経験がないことから、基礎的な経営支援を交えたフォローアップも併せて行う。

③ 地域資源を活用した商品開発支援

- ・岩手町の特産品等の地域資源を活用し、特に食に関わる商品開発を行う食品製造業者、工芸品等製造業者、飲食業者等に対して、新商品開発や既存商品のブラッシュアップにつながる需要動向調査等を実施する。調査結果については、顧客の属性ごとに分析を行い、事業者へフィードバックすることにより、市場ニーズと合致する商品開発を支援する。

④ 商談会等を通じた新たな販路開拓支援と

地域商店街等における魅力ある個店づくりによる地元密着型事業の継続支援

- ・管内食品製造業者、工芸品等製造業者、飲食業者等が販売する商品について、地域にある「道の駅石神の丘」との商談会の開催や、岩手県内で開催される商談会への出展支援を行い、商品の新規取引を開拓するとともに、SNSやECサイト等のITを活用した販路開拓支援を行い、販路開拓におけるDXの推進を図る。
- ・地域商店街を構成する小規模事業者等の支援として、顧客が求める魅力ある個店づくり・個店の魅力を伸ばす取り組みを行い、岩手町の中心部にある「大町商店街」等の集客力向上、新たな賑わいの創出により個店の経営力向上を目指すとともに、SNSやECサイト等のITを活用した販路開拓支援を行い、販路開拓におけるDXの推進を図る。

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]

これまで当商工会では、全国商工会連合会が実施している小規模企業景気動向調査や、中小企業庁の「小規模企業白書」、全国商工会連合会の「月刊商工会」により小規模事業者の動向を把握してきた。加えて、経済産業省の「商業動態統計」「工業統計」、総務省の「家計調査」、東北経済産業局の「地域経済産業調査」や、日本政策金融公庫の「調査月報」、岩手県の「いわての経済白書」、岩手経済研究所の「岩手経済研究」、岩手県信用保証協会の「保証月報」等の各種統計調査資料を活用して、地域の経済動向に関する情報を収集・整理・分析し、その結果を巡回・窓口相談時に事業者提供してきた。

[課題]

これまで実施してきた経済動向の調査・分析、情報提供により、一定の効果はあったと考えられるが、ビッグデータを活用した専門的な分析ができていなかった為、「RE S A S」(地域経済分析システム)等を活用し、経済動向調査をはじめとした地域の事業者の有効な情報を的確にとらえ、提供していく必要がある。

(2) 目標

	公表方法	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地域の経済動向分析の公表回数	HP掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回
②景気動向分析の公表回数	HP掲載	—	2回	2回	2回	2回	2回

(3) 事業内容

① 地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータを活用した経済動向調査）

当地域において真に稼げる産業や事業者に対し、限られたマンパワーや政策資源を集中投下し、効率的な経済活性化を目指すため、経営指導員等が「RE S A S」(地域経済分析システム)を活用した地域の経済動向分析を行い、当商工会のホームページに年1回公表する。

【調査手法】

- ・経営指導員等が「RE S A S」(地域経済分析システム)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」→何で稼いでいるか等进行分析
- ・「まちづくりマップ」→人の動き进行分析
- ・「産業構造マップ」→産業の現状等进行分析

⇒上記の内容を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

② 景気動向分析（外部調査データの活用）

岩手県等の各種統計調査等の情報誌を活用し、巡回訪問や窓口相談の各種相談時に小規模事業者への情報提供を行い、事業計画策定支援や販路開拓支援に必要な情報として、町内の景気動向の把握に努め、小規模事業者等の経営判断のための参考資料とするため、各種データを収集し景気動向の分析をする。

また、小規模事業者が見て分かりやすいように経営指導員等がデータを加工し、巡回訪問による統計調査等の提供や本会ホームページでの統計資料を公表し、広く情報発信するために年2回の分析・公表をする。

分析結果については、職員間で情報共有し、経営状況分析や事業計画策定支援に活用する。

【調査手法】

- ・経営指導員等が外部調査データを活用し、地域の経済動向分析を行う。

【調査項目】

- ・岩手経済研究所「岩手経済研究」・・・個人消費、住宅着工、公共工事、雇用 等
- ・岩手県信用保証協会「保証月報」・・・金融機関別、市町村別の保証状況 等
- ・岩手県商工会連合会「中小企業景況調査報告書」・・・取引業種別売上動向 等

（４）調査結果の活用

○情報収集・調査、分析した結果はホームページに掲載し、広く管内事業者等に周知する。

○経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とする。

○事業計画策定や販路開拓支援に必要な情報として活用する。

4. 需要動向調査に関すること

（１）現状と課題

【現状】

これまで当商工会では、地域外へ販路開拓を希望する事業者を対象に、首都圏の物産展や岩手町の第三セクター(株)岩手町ふるさと振興公社が運営する、「道の駅石神の丘」において、消費者を対象とした需要動向の調査を行い、収集・分析した調査結果は、当該事業者へ個別に提供して、事業計画策定や新商品等の開発・ブラッシュアップ等に活用してきた。

その一方で、地域商店街を構成する飲食・小売業者等で地域内を商圈とする事業者に対しての支援は不十分であった。

【課題】

これまでは、自社商品の供給体制に見合った市場を見据えたターゲットの設定が不十分であり、このため事業者の規模に見合った地域の市場、バイヤー及び消費者ニーズのそれぞれについて需要動向を把握することで、明確なターゲットを設定する必要がある。

また、地域内を商圈とする小規模事業者の支援として、顧客が求める魅力ある個店づくり・個店の魅力を伸ばす取り組みを行うため、消費者ニーズの需要動向を把握し、その対応など個店の販売戦略、経営力向上を目指す必要もある。

（２）目標

	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商談会におけるバイヤーニーズの調査対象事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者
②「道の駅石神の丘」における消費者ニーズの調査対象事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者
③飲食・小売業者等の消費者ニーズ調査事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者

(3) 事業内容

① 商談会におけるバイヤーニーズの調査（B t o B）

「いわて食の大商談会」（岩手県等が主催して開催される商談会）等に参加するバイヤーを対象とし、管内食品製造業者等が製造する食品の試食・アンケート調査を実施する。

【サンプル数】

- ・ 3 者×1 商品×1 0 名

【調査手段・手法】

- ・「いわて食の大商談会」等に参加するバイヤーを対象とし、管内食品製造業者等が製造する食品の試食・アンケート調査を実施する。

【分析手段・手法】

- ・経営指導員等が必要に応じて外部専門家と連携し分析する。

【調査項目】

- ・顧客属性（性別、年代、居住地等）
- ・商品評価（味覚、容量、価格帯、商品名、包装デザイン等）
- ・その他（商品の満足度・改善・要望、ネット通販の利用状況等）

なお、調査項目は個社ごとに経営指導員等がヒアリングの上、設定する。

【分析結果の活用】

- ・調査結果は、経営指導員等が当該事業者へフィードバックし、商品の改良や今後の事業計画策定に役立てる。

② 「道の駅石神の丘」における消費者ニーズの調査（B t o C）

管内食品製造業者等の既存商品の販路開拓や新商品開発に資する需要動向調査として「道の駅石神の丘」での消費者ニーズ調査を実施する。

この調査では、消費者目線でのニーズをしっかりと捉えることを目的としており、町内の地元客や観光客など幅広い消費者からニーズを聞き取る必要がある。

調査を実施する「道の駅石神の丘」は、年間12万人を超える観光入込者（令和元年）があり、町内最大規模の来客数が望める施設である。こうした地域内外から多数の消費者が集まる施設で、食品製造業者等が製造する商品について、試食・アンケート調査を実施し、経営指導員等が聞き取りの上、アンケート票へ記入する。調査結果を分析した上で当該企業にフィードバックを行う。

【サンプル数】

- ・ 3 者×2 商品×3 0 名

【調査手段・手法】

- ・「道の駅石神の丘」において、既存商品や新商品の試食等、アンケート調査を実施する。

【分析手段・手法】

- ・経営指導員等が必要に応じて外部専門家と連携し分析する。

【調査項目】

- ・顧客属性（性別、年代、居住地等）
- ・商品評価（味覚、容量、価格帯、商品名、包装デザイン等）
- ・その他（商品の満足度・改善・要望、ネット通販の利用状況等）

なお、調査項目は個社ごとに経営指導員等がヒアリングの上、設定する。

【分析結果の活用】

- ・調査結果は、経営指導員等が当該事業者へフィードバックし、商品の改良や今後の事業計画策定に役立てる。

③ 飲食・小売業者等の消費者ニーズ調査（ＢｔｏＣ）

地域商店街を構成する小規模事業者等の支援として、顧客が求める魅力ある個店づくり・個店の魅力を伸ばす取り組みを行うため、消費者ニーズの需要動向を把握し、個店の経営力向上を目指すため、管内飲食・小売業者等、地域内を商圈とする事業者及び事業計画を策定した小規模事業者を対象に消費者ニーズ調査を実施する。

【サンプル数】

- ・ 5 者×30 名

【調査手段・手法】

- ・ 個社毎にイベント実施時や通常営業の店舗内外において、個社ごとに設定した項目についてアンケート調査を実施する。

【分析手段・手法】

- ・ 経営指導員等が必要に応じて外部専門家と連携し分析する。

【調査項目】

- ・ 顧客属性（性別、年代、居住地等）
- ・ 商品評価（味覚、容量、価格帯、商品名、包装デザイン等）
- ・ その他（商品の満足度・改善・要望、ネット通販の利用状況等）

なお、調査項目は個社ごとに経営指導員等がヒアリングの上、設定する。

【分析結果の活用】

- ・ 調査結果は、経営指導員等が当該事業者へフィードバックし、顧客が求める商品・サービス等の改善など、今後の事業計画策定に役立てる。

5. 経営状況の分析に関すること

（1）現状と課題

【現状】

これまで当商工会で実施してきた経営状況分析は、補助金申請相談（小規模事業者持続化補助金など）や、金融相談（小規模事業者経営改善貸付など）によるものが多く、それぞれの申請には時間的制約もあることから、申請に関する部分に絞った経営状況の分析となっている。

【課題】

本来の経営状況分析は、各種制度活用に向けてのみ行うものではなく、定期的に自社の置かれている状況を把握するために行うものであり、定量分析と定性分析を組合せ、様々な項目について不足なく分析することが必要である。

今後は制度活用に向けた経営状況分析のみではなく、定期的の実施する必要性があることや、様々な項目について経営状況の分析を行うことが有効であることを事業者理解していただき、その考えを浸透させ、当商工会として支援していく必要がある。

（2）目標

	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
経営分析事業者数	—	40 者	40 者	40 者	40 者	40 者

(3) 事業内容

①現状把握調査・情報提供を通じた経営分析対象者の掘り起し

経営指導員等が巡回・窓口相談等を通じて小規模事業者と面談し、基本情報、現状、要望等を踏まえ、詳細に現状分析を行いながら、経営分析の重要性を説明し、対象者の掘り起こしにつなげる。

②経営分析の実施

【対象者】

- ・需要動向調査を実施した事業者及び巡回・窓口相談等により、経営分析を通じて事業計画策定に意欲ある小規模事業者の40者を選定する。

【分析項目】

- ・財務分析（定量分析）、非財務分析（SWOT分析等）及び事業承継事業者については、以下の事業承継診断による分析も併せて行う。
- ・財務分析：売上高増加率（売上持続性）、営業利益率（収益性）、労働生産性（生産性）、EBITDA 有利子負債倍率（健全性）、営業運転資本回転期間（効率性）、自己資本比率（安全性）等
- ・非財務分析：企業概要（経営理念、組織、商品・サービス等）、外部分析（自社を取り巻く機会・脅威、競合状況、顧客ニーズ）、内部分析（自社の強み・弱み）、SWOT分析等を踏まえた当社の目指すべき方向性等
- ・事業承継診断：診断にあたっては、財務・非財務分析を行ったうえで、事業承継の理由、後継者の有無、後継者及び候補者の年齢・性別および経営者との関係、人脈・ノウハウの引継ぎ等の準備、従業員・取引先等関係者の理解、事業承継の時期、後継者の教育、相続・贈与の問題、後継者の出資・事業用資産の買取、第三者への承継等

【分析手法】

- ・経営指導員等が、経済産業省「ローカルベンチマーク」や独立行政法人中小基盤整備機構「経営計画つくる君」等のツールを活用して、対象事業者と分析を行うと共に、専門的な分析が必要な場合は、岩手県商工会連合会の専門家と連携し伴走型支援を行う。

(4) 分析結果の活用

分析結果は、経営分析を行った事業者に対してフィードバックするとともに、事業計画策定等に活用する他、経営支援基幹システムBIZミル等でデータベース化し、内部共有することで、職員間の情報共有を図り、効果的な伴走型支援につなげる。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

当商工会で現状行っている事業計画策定支援は、経営革新計画に向けた事業計画策定支援、補助金活用（小規模事業者持続化補助金など）に向けた事業計画策定支援、金融支援（小規模事業者経営改善貸付など）に向けた事業計画策定支援など、制度活用に向けた事業計画策定の割合が大きい状況である。また、DXに係わる取組は事業者により取り組みに大きな違いがある。

【課題】

これまでの事業計画策定支援は、補助金申請ありきの計画策定が多く、事業者への事業計画

の必要性や重要性について理解・浸透が不十分な面も見られた。今後は小規模事業者が持続的に事業を推進していくために、経営指導員等及び外部専門家の活用等によって、事業計画を策定することが一層重要となることの意識付けの浸透を図っていく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

事業計画策定の意義や重要性を理解してもらうために、経営状況の分析を行った事業者を対象に経済動向調査や経営状況の分析の結果、需要動向調査等を踏まえ、経営指導員等が、補助金や融資、経営革新計画申請の有無にかかわらず、事業者の将来を見据えた適切な事業計画策定支援を行い、必要に応じて岩手県商工会連合会の専門家派遣制度等を活用し解決を図る。当商工会では、4. 経営状況の分析を行う40者の5割程度の事業計画策定を目指す。

経営状況の分析を行う40者のうち、経営者の高齢化などの事業承継に関する課題の無い企業30者については、今後取り組む事業の具体化（売上目標、解決すべき課題、スケジュール、実施体制等）に向けた事業計画を策定する。40者のうち、事業承継を検討している10者については、後継者を含めた関係者の理解を得ることや後継者教育、課題の抽出と解決策の検討、承継スケジュールや将来の数値目標等について事業承継計画を策定する。

これに加え、地域で新たに起業したいと考える創業希望者から4者／年の創業相談が見込まれるため、こちらについても5割程度の創業計画策定を目指す。このため、合計44者の相談に対応し、そのうち22者の事業計画策定を目指す。

また、事業計画の策定段階においてDXに向けたセミナーを行い、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

(3) 目標

	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
事業計画策定個別相談会回数	—	4回	4回	4回	4回	4回
事業計画策定事業者数	—	15者	15者	15者	15者	15者
事業承継計画策定事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者
創業計画策定事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
DX推進セミナー	—	3回	3回	3回	3回	3回

(4) 事業内容

①経営分析を行った小規模事業者を対象に、事業計画策定個別相談会の開催

【募集方法】

- ・会員向けチラシや岩手町商工会ホームページにて周知を行う他、経営分析を行った事業者については分析結果のフィードバックに併せて個別相談会への参加を促す。また、創業希望者については、商工会の事を知らない可能性も高いことから町内施設等へのポスター掲示やチラシの設置を行う。また、創業者向けの補助金制度を運営する岩手町や、創業資金について相談を受ける地元金融機関とも連携し、創業希望者の紹介を受ける。

【開催回数】

- ・年4回（1回当たり5者）

【支援対象】

- ・経営分析を行った小規模事業者及び創業希望者等

【手段・手法】

- ・岩手県商工会連合会の専門家を講師に、支援を担当する経営指導員等も同席し、経営分

析の結果に基づき、将来目指すべきビジョンや、そのビジョンの実現に向けた事業計画の策定について個別相談会を開催する。

個別相談会の開催後は、経営指導員等が担当制で一貫した計画策定支援を行うとともに、必要に応じて岩手県商工会連合会の専門家を活用する。

② 管内小規模事業者を対象にD X推進セミナー開催・I T専門家派遣の実施

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みを推進していくために、セミナーを開催する。

【募集方法】

- ・会員向けチラシや岩手町商工会ホームページにて周知を行う他、経営分析を行った事業者については個別に参加を促す。

【開催回数】

- ・年3回

【支援対象】

- ・管内の小規模事業者等

【手段・手法】

- ・岩手県商工会連合会の専門家を講師に、D X総論、D X関連技術（クラウドサービス、A I 当）や具体的な活用事例、クラウド型顧客管理ツールの紹介、S N Sを活用した情報発信方法、E Cサイトの利用方法等のセミナーを開催する。

また、セミナーを受講した事業者の中から取り組み意欲の高い事業者に対しては、経営指導員等による相談対応・経営指導を行う中で必要に応じてI T専門家派遣を実施する。

③事業計画策定個別相談会以外での事業計画策定支援

個別相談会に参加しなかった小規模事業者等については、経営指導員が巡回や窓口相談等で事業計画策定の支援を行うと共に、必要に応じて岩手県商工会連合会の専門家派遣制度等を活用する。

また、創業希望者については商工会ホームページでの広報により個別相談会を実施し、店舗等の営業内容、参入する市場動向分析やターゲットの設定、代表者の持つ強みを活かした商品・サービスに関する差別化の検討、売上や仕入及び各種経費などの数値計画、創業に係る資金計画、広告宣伝や販路開拓、従業員教育などの運営体制、事業スケジュール等について事業計画策定支援を行う。

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】

これまで、経営指導員等による支援は、事業計画策定支援が中心となり、計画策定後の実行が小規模事業者任せになる傾向があり、支援実施回数が少ない事業者が見られ、支援が手薄となっていた。

【課題】

小規模事業者持続化補助金をはじめとする国・県の施策に取り組んだ事業者に対しては、比較的手厚いフォローアップがなされたが、それ以外については巡回指導が年1回程度など不十分なものもみられ、計画通り実行されていないケースがあった。今後は、補助金の有無にかかわらず、

事業計画を策定した事業者については計画的にフォローアップを行い、進捗状況に応じた支援を行う仕組みに改善していく必要がある。

(2) 支援に関する考え方

事業計画を策定した全ての事業者を対象とし、計画に基づく進捗状況を四半期毎に確認し、必要に応じて岩手県商工会連合会の専門家派遣制度等を活用しながら、個社の状況に応じたフォローアップを行う。

(3) 目標

	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
フォローアップ 対象事業者数	—	22 者	22 者	22 者	22 者	22 者
頻度（延べ回数）	—	88 回	88 回	88 回	88 回	88 回
売上増加事業者数	—	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
経常利益率 1%以上増加の 事業者数	—	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者

(4) 事業内容

①事業計画策定事業者へのフォローアップの実施

事業計画策定 22 者のうち、6 者は隔月 1 回、10 者は四半期に 1 回、他の 6 者については年 2 回の頻度で、巡回訪問等を実施し、進捗状況を確認する。

また、経営指導員等は、計画の進捗状況を確認するとともに、「売上、収益性、顧客、販路、人材」等各項目に基づき、継続的に指導・助言を行う。

計画と進捗状況とのズレや停滞があるなど進捗状況が思わしくない事業者については、巡回頻度を増やす等の柔軟対応や細やかな進捗状況確認により、その内容・状況等を確認・分析し、計画の見直しや計画再策定等を行うとともに、必要に応じて岩手県商工会連合会の専門家派遣制度等を活用し、計画目標達成に向けた課題解決策の提案と実行にあたる。

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]

当商工会では、首都圏等県外の商談会への出展支援として、各種商談会の情報提供や、外部専門家を活用した事前・事後の出展支援を行ない、出展期間中には経営指導員等が商談会に同席してバイヤーの意向確認・商談会後の取組に向けて支援を行ってきた。

その一方で、地域商店街を構成する飲食・小売業者等で地域内を商圈とする事業者に対しての支援は不十分であった。

[課題]

商談会に出展する管内の小規模事業者は、事業規模も小規模であることから、事業運営上の様々な意思決定から商談会の出展まで幅広く代表者自身が担当している場合が多く、一度の出展で多くの日程が拘束される遠隔地の商談会にはあまり出展しないことが判明している。また、

県外への販路開拓を望んでいない事業者を県外の商談会に出展させるなどのミスマッチもあり、十分な成果につながらなかった。

このため、事業者の実態を踏まえ、ニーズに合った商談会出展に向けた支援を実施する必要がある。また、今後新たな販路開拓にはウェブ活用等D X推進が必要であるということを理解・認識してもらい、取り組みを支援していくことも必要である。

また、地域内を商圈とする小規模事業者の支援として、顧客が求める魅力ある個店づくり・個店の魅力を伸ばす取り組みを行うため、消費者ニーズの需要動向を把握し、個店の経営力向上を目指す必要もある。

(2) 支援に対する考え方

これまでのような多くの日程が拘束される遠隔地での商談会等では、管内の小規模事業の出展を望むことが難しいため、今後は岩手町内や岩手県内で開催される商談会など、最寄りで開催されるものを中心に周知し、個別にきめ細やかな支援を行うことで出展、成約等につなげていく。

D Xに向けた取り組みとして、データに基づく顧客管理や販売促進、S N S 情報発信、E C サイトの利用等、I T 活用による営業・販路開拓に関するセミナー開催や相談対応を行い、理解度を高めたうえで、導入にあたっては必要に応じてI T 専門家派遣等を実施するなど事業者の段階に合った支援を行う。

また、地域商店街を構成する小規模事業者等の支援として、顧客が求める魅力ある個店づくり・個店の魅力を伸ばす取り組みを行い、岩手町の中心部にある「大町商店街」等の集客力向上、新たな賑わいの創出により個店の経営力向上を目指す。

(3) 目標

支援内容	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
①-1「道の駅石神の丘」支配人等との商談会	—	3者	3者	3者	3者	3者
成約件数/者	—	1件	1件	1件	1件	1件
①-2「いわて食の大商談会」出展事業者	—	3者	3者	3者	3者	3者
成約件数/社	—	1件	1件	1件	1件	1件
②E C サイト利用事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者
売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%
③ネットショップを活用した販路開拓事業者	—	2者	2者	2者	2者	2者
売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%
④販促活動の広告媒体作成	—	5者	5者	5者	5者	5者
売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%

(4) 事業内容

①地域密着型商談会の実施

遠隔地開催の商談会では、事業者の日程確保が難しいことから、岩手町内の「道の駅石神の丘」の支配人等との商談会や、岩手県内で開催される「いわて食の大商談会」に来場するバイヤーとの商談会を実施する。支援対象者は、管内食品製造業者等とし、商談会ごとに参加事業者数3者を目指す。1者あたり2商品について商談を行い、各者1商品の成約を目指す。

①-1 「道の駅石神の丘」支配人等との商談会

【開催内容】

- ・当商工会で企画し、「道の駅石神の丘」の支配人、副支配人への商談会を実施する。当日は持ち込んだ商品について意見交換を行い、商談による新規成約を目指すとともに、売れる商品づくりに関する意見を得て、のちの商品改良に繋げる場とする。

【出店事業者】

- ・事業計画を策定した食品製造業者等 3者

【商談品目】

- ・1者あたり2商品のため、3者6商品について商談を行う。

【成果目標】

- ・1者あたり1商品の成約を目標とする。

①-2 「いわて食の大商談会」に来場するバイヤーとの商談会

【開催内容】

- ・岩手県等が主催し、年1回、盛岡市内にて開催される。出展者は、県内の食品製造業者や農林漁業者など100社程度。来場者は、県内外の食品製造業者、小売・流通企業、外食産業等のバイヤーなど約200名で、出展・商談を行うことにより、県外への売り込み、成約による販路拡大が期待される。

【出店事業者】

- ・事業計画を策定した食品製造業者等 3者

【商談品目】

- ・1者あたり2商品のため、3者6商品について商談を行う。

【成果目標】

- ・1者あたり1商品の成約を目標とする。

②岩手県産物等のECサイト利用 (BtoC)

ネット販売による新たな顧客確保に繋げるため、岩手県産物等が運営するショッピングサイト等の活用提案を行いながら、合わせて効果的な商品紹介のリード文・写真撮影、商品構成等の伴走支援を行う。

加えて、自社でHPを活用した商品販売体制に至っていない事業所でのECサイト（岩手県産物等）を活用し、経験と実績を重ね、自社HPサイトでの運営の足がかりになるよう取組の支援を行う。

③ネットショップを活用した販路開拓 (BtoC)

現状の顧客が近隣の商圈に限られていることから、より遠方の顧客の取込みのため、取組みやすいSNSを活用し、かつ商品販売に結びつけていくために、ネットショップの立ち上げから、商品構成、ページ構成、PR方法等Web専門会社やITベンダーの専門家等と連携し、セミナー開催や立ち上げ後の専門家派遣も行い継続した支援を行う。

④販促活動の広告媒体作成

地域商店街を構成する小規模事業者や商談会に出展するまでには至らない、または商談会に

不向きな商品・サービスを提供している小規模事業者等の支援として、顧客が求める魅力ある個店づくり・個店の魅力を伸ばす取り組みを行うため、管内飲食・小売業者等で地域内を商圈とする事業者及び事業計画を策定した小規模事業者を対象に、有効な販促ツールの制作・活用、P R・販売強化のため、個社に合わせたデジタル媒体や紙媒体を選択し、販促活動の広告媒体作成の支援を行い、当該事業者の売上の増加を図る。

Ⅱ. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援向上のための取組

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]

これまでは、年 1 回の開催頻度で、本計画に記載した事業の実施状況及び成果について、「岩手町商工会経営発達支援計画事業評価委員会」を開催してきた。構成員は、外部有識者、岩手町企画商工課、岩手県商工会連合会、岩手町商工会役員であり、この会議の中では、経営発達支援事業の評価・検証を行ってきた。

[課題]

今後は、事業の評価及び見直し、有効な情報共有の効果を更に高めるため、現状年 1 回、年度当初に開催している評価委員会を年 2 回（年度当初に前年度評価と見直し、11 月頃に進捗状況確認等）に開催回数を増やして実施することで、事業の進捗状況の共有や今後の対応策について深く検討を行い、より計画の実効性を高める必要がある。

(2) 事業内容

①岩手町商工会経営発達支援計画事業評価委員会の開催（年 2 回）

これまでの事業評価方法を踏襲し、事業評価委員会を継続して設置するが、その開催回数を年 2 回とし、年度途中と年度当初に開催する。このことにより、事業の進捗状況の共有や課題、今後の対応策について深く検討し、適切に P D C A サイクルを回すことができ、その後の経営発達支援事業の実行性や効果を高めることができる。

また、構成員は次の通りとする。

【外部有識者】合資会社高橋デザイン事務所代表社員 高橋幸男

【岩手町】岩手町企画商工課長

【岩手町商工会】副会長、事務局長

【法定経営指導員】法定経営指導員

事業評価結果については、当商工会理事会に報告した上で、今後の事業実施に反映させるとともに、当商工会ホームページへ掲載（年 1 回）することで、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

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]

当商工会では、これまで資質向上のための研修において、職員が受動的に受講している傾向があった。その結果、目的意識の欠如や現場での実践に有効に活用されていない面があった。また、職員間で研修内容が共有されていない実態であった。

[課題]

今後は、全職員の支援スキルの向上のため、研修内容の共有化を体系づけるほか、O J T による組織全体の支援能力の底上げ及び支援ノウハウの共有を図る必要がある。

(2) 事業内容

①外部研修への参加及び資質向上の取組み

多種多様な支援ニーズと高度化に対応するための支援能力の一層の向上に向けて、引き続き、経営指導員等の小規模事業者の事業計画策定、生産性向上や事業承継など小規模事業者の実態に応じた伴走型支援スキル向上を目指す。

このため、中小企業大学校が実施する外部研修に経営指導員等が参加し、事業計画策定に向けた分析手法や支援スキルの習得を図り、岩手町商工会の支援能力の底上げを図る。

さらに、岩手県商工会連合会のエキスパートバンク等専門家派遣を活用し、小規模事業者の相談において、職員が専門家に同行し、指導・助言等のノウハウ（伴走型支援のスキル向上や事業計画策定に向けた分析手法や支援の進め方など）の習得に努め、個社支援による組織的な支援能力の向上を図る。

喫緊の課題である地域の事業者のD X推進への対応にあたっては、経営指導員等のI T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、下記のようなD X推進取組に係る相談・指導能力の向上のためのセミナーについても積極的に参加する。

【D Xに向けたI T・デジタル化の取組】

- ・事業者にとって内向け（業務効率化等）の取組
R P Aシステム、クラウド会計ソフト、電子マネー商取引システム等のI Tツール、テレワークの導入、補助金の電子申請、情報セキュリティ対策等
- ・事業者にとって外向け（需要開拓等）の取組
ホームページ等を活用した自社P R・情報発信方法、E Cサイト構築・運用
オンライン展示会、S N Sを活用した広報、モバイルオーダーシステム等
- ・その他取組み
オンライン経営指導の方法等

②実践による全職員の資質向上

支援経験の豊富な岩手県内の商工会地区を広範囲にカバーする岩手県商工会連合会の広域経営指導員や経営指導員等がチームを組成し、巡回指導や窓口相談の機会を活用したO J Tを実施する。また、企業に対する専門家派遣支援の際は、職員が同席し、そのスキルを学ぶこととする。

さらに、経営指導員を中軸として、事業計画策定について、O J T等により職員個々の能力を高め、全職員が伴走型の支援ができるように組織機能強化を図る。

③支援ノウハウ等情報の共有化

職員の異動があった場合でも支援体制を維持するために、個社支援に係る分析結果や支援経過、結果等の情報は、支援等を引き継ぐ経営指導員や経営支援員にとって極めて有用な情報となる。ついては、事業者情報や指導内容について、経営支援基幹システムBIZ ミル等を活用し、一元的な管理を行ない支援情報のスムーズな情報共有を行う。

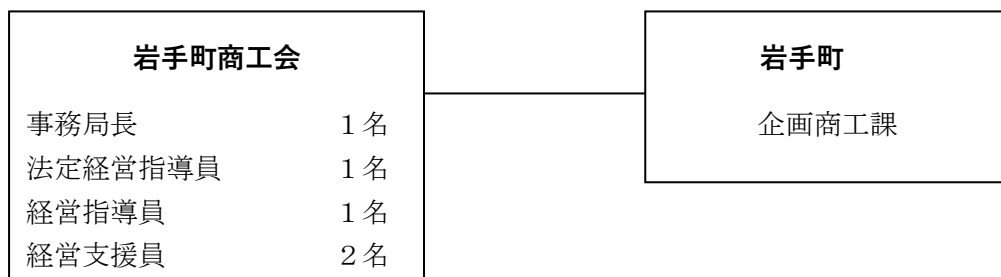
(別表2)

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3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)



- (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：花坂 広幸、富田 昭彦

■連絡先：岩手町商工会 TEL：0195-62-2760

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・実施に係る指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価・見直しをする際の必要な情報の提供等を行う。

その他、令和6年度より新たに法定経営指導員が1名追加となったため、法定経営指導員である富田昭彦を追加する。

- (3) 商工会、関係市町村連絡先

①商工会

〒028-4303

岩手県岩手郡岩手町大字江刈内 9-65-1

岩手町商工会

TEL:0195-62-2760 / FAX:0195-62-4844

E-mail: iwatemachi@shokokai.com

②関係市町村

〒028-4395

岩手県岩手郡岩手町大字五日市 10-44

岩手町 企画商工課

TEL:0195-62-2111 / FAX:0195-62-2073

E-mail: kikaku-2@town.iwate.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)

	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
必要な資金の額	2, 170	2, 170	2, 170	2, 170	2, 170
専門家謝金	500	500	500	500	500
専門家旅費	50	50	50	50	50
通信運搬費	20	20	20	20	20
広報費	100	100	100	100	100
展示会等実施・出展費	500	500	500	500	500
委託・外注費	1, 000	1, 000	1, 000	1, 000	1, 000

(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
国補助金、県補助金、町補助金、県連補助金、会費収入、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)

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
連携者なし
連携して事業を実施する者の役割
連携者なし
連携体制図等
連携者なし