

発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>紫波町商工会 (法人番号 2400005002461) 紫波町 (地方公共団体コード 033219)</p>
<p>実施期間</p>	<p>令和4年4月1日～令和9年3月31日</p>
<p>目標</p>	<p>①環境変化に対応した個別事業者の事業計画策定支援による経営力向上 地域や消費者の動向調査や事業所の実態調査を実施し、事業計画の策定等の伴走型の支援を行う。また、DXに向けた支援を行い、経営力を向上させる。</p> <p>②円滑な事業承継や新規創業等に対応する事業計画策定支援 事業承継診断表による現状把握とニーズの掘り起こしを行い、事業承継計画の策定支援を実施。また、新たに創業を希望する者についても創業計画策定を支援し、起業後のフォローアップも行う。</p> <p>③豊かな地域資源を活用した競争力の高い商品の開発及び新たな需要開拓支援 地域資源を活かした商品開発に取り組み紫波町ブランドの確立を目指す。また、町内外に販路を見出すため、積極的に商談会に出展し、成約成立に向けた支援を行う。加えて、ITを活用した販路開拓におけるDXの推進を図る。</p> <p>④地域商店等の魅力ある個店づくりによる賑わいの創出 「紫波町グルメマップ」の作成を行い、町内外にPRすることで町の賑わいを創出し、地域経済活性化の一助とする。また、計画立てた発展的な経営ができるよう支援を行い、事業者個々が魅力ある店となることを目指す。</p>
<p>事業内容</p>	<p>3. 地域の経済動向調査に関すること 国が提供するビッグデータを活用した経済動向分析と岩手県の統計調査情報を活用した景気動向分析を行い事業計画策定に活用する。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 催事等でのアンケート調査による需要動向調査 (BtoC) やビジネスマッチ東北でのバイヤー需要動向調査 (BtoB)、紫波町グルメマップによる消費者需要動向調査 (BtoC) を行い事業計画策定に活用する。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者への巡回訪問、窓口相談を通じて、事業計画策定が必要だと考えられる事業者に対して、経済産業省の「ローカルベンチマーク」等を活用した経営状況の分析を行う。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること 経営分析を行った事業者を対象としたDX推進セミナーやIT専門家派遣、事業計画策定個別相談会を開催し、DXの推進と事業計画策定支援を行う。</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画を策定した事業者へフォローアップを行う。事業計画の進捗状況により、フォローアップの頻度を設定する等臨機応変に対応する。</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 日野市産業祭り出展事業 (BtoC) やビジネスマッチ東北参加事業 (BtoB)、紫波町グルメマップへの掲載、配布事業 (BtoC) を行い、販路開拓を支援する。また、ITによる販路開拓支援等、販路開拓のDX推進も行う。</p>
<p>連絡先</p>	<p>紫波町商工会 〒028-3305 岩手県紫波郡紫波町日詰字東裏 85-4 Tel : 019-672-2244 Fax : 019-672-2316 Mail : shiwa@shokokai.com 紫波町 産業部商工観光課 〒028-3392 岩手県紫波郡紫波町紫波中央駅前二丁目 3-1 Tel : 019-672-2111 Fax : 019-672-2311 Mail : kanko@town.shiwa.iwate.jp</p>

(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

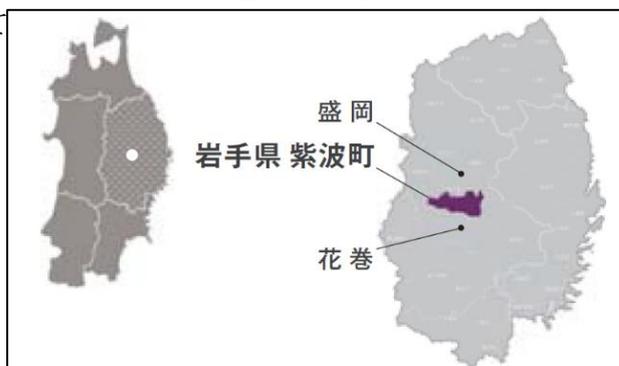
ア 立地

紫波町は、昭和30(1955)年に1町8村が合併し誕生した町で、盛岡市から南に20kmほどの岩手県のほぼ中央に位置し、北上川が中央を流れ、東は北上高地、西は奥羽山脈までの総面積238.98km²の町である。国道4号など6本の幹線が町を南北に走り、インターチェンジやJR東北本線の3つの駅があるなど、交通の便に恵まれた町である。

町は、大きく分けて中央部、東部、西部の各地域に区分され、町の中央部の国道4号沿いの住宅地を除くと、東西の平地に農地が広がり、全国有数の生産量を誇るもち米、作付面積県内一位の蕎麦や麦、そして各種野菜が作られている。また、リンゴやブドウなどのフルーツ栽培も盛んである。

そのため、町内には10か所の農産物直売所があり、特にリンゴやブドウのシーズンには町内外から多くの来場者で賑わっている。

更には、古くから北上川の舟運の拠点、宿場町として栄えた歴史や、4つの酒造会社があり『南部杜氏発祥の地』としても有名である。



《岩手県紫波町の位置》

この10年の町の主なトピックスとしては、公民連携による地域活性化を推し進め、紫波中央駅西口に、平成24(2012)年に図書館や農産物直売所を中心とした官民複合施設「オガールプラザ」、平成26(2014)年にはバレーボール専用施設と宿泊施設の民間複合施設「オガールベース」がそれぞれオープンした。また、平成27(2015)年には役場新庁舎が同地区に開庁し、これに隣接する多目的スポーツ施設やサッカー場への来場者を加えると、年間100万人以上の交流人口が生まれ、「オガールエリア」(図表1)と呼ばれる新しい町の核が誕生した。オガールエリアの充実は、新聞・テレビをはじめとする多くのマスコミに取り上げられ、全国から多くの視察が訪れた。しかし、話題性のある施設の誕生により町の知名度は高まったが、反面、街の中心であった日詰商店街は、衰退が危惧されており中心市街地の活性化が大きな課題となっている。

図表1 オガールエリアの全体図

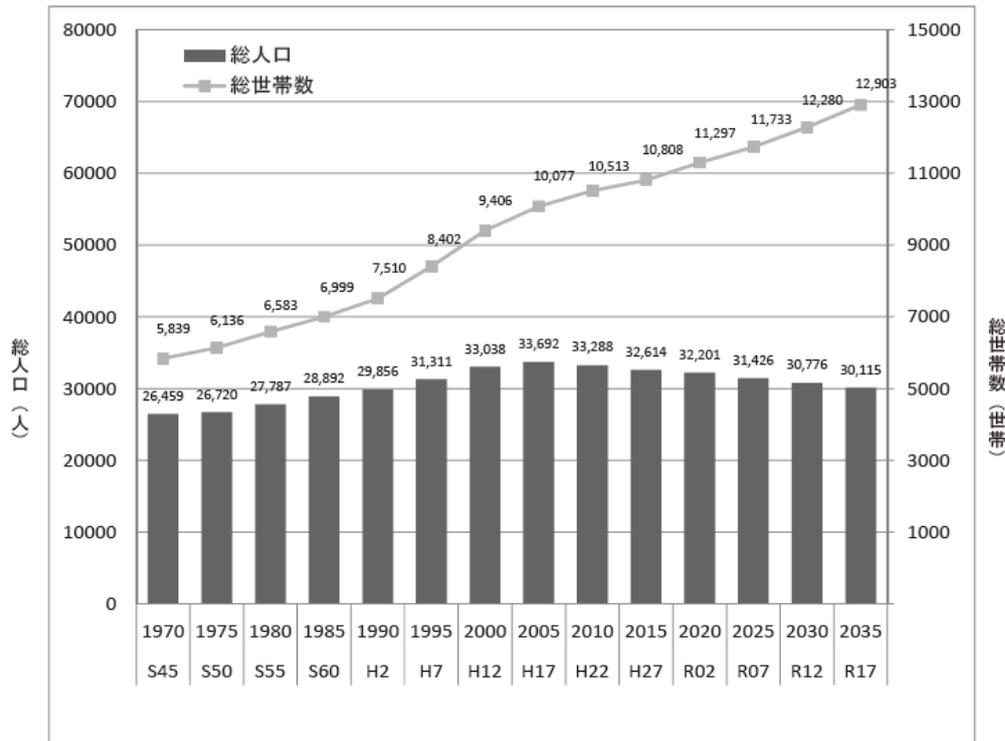


イ 人口・世帯

町の人口は、33,049人（令和3（2021）年3月31日現在）で、平成17（2005）年の33,692人をピークに減少に転じており、人口ビジョンの推計によると令和17（2035）年には30,115人まで減少し、その後も減少傾向が続くものと見込まれる（図表2）。

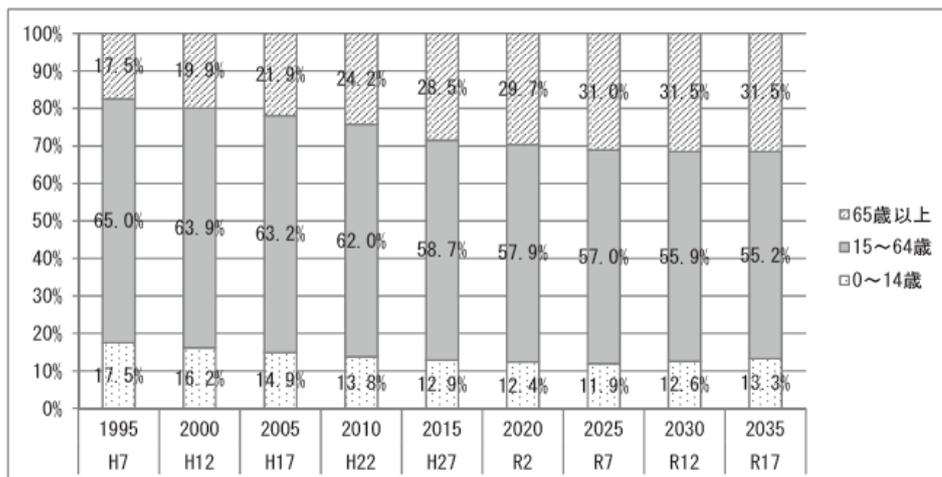
世帯数は、核家族化の進行などにより増加傾向にあり、平成27（2015）年の10,808世帯から、令和17（2035）年には12,903世帯になるものと見込まれている。

図表2 紫波町の総人口・総世帯数の推移と見通し



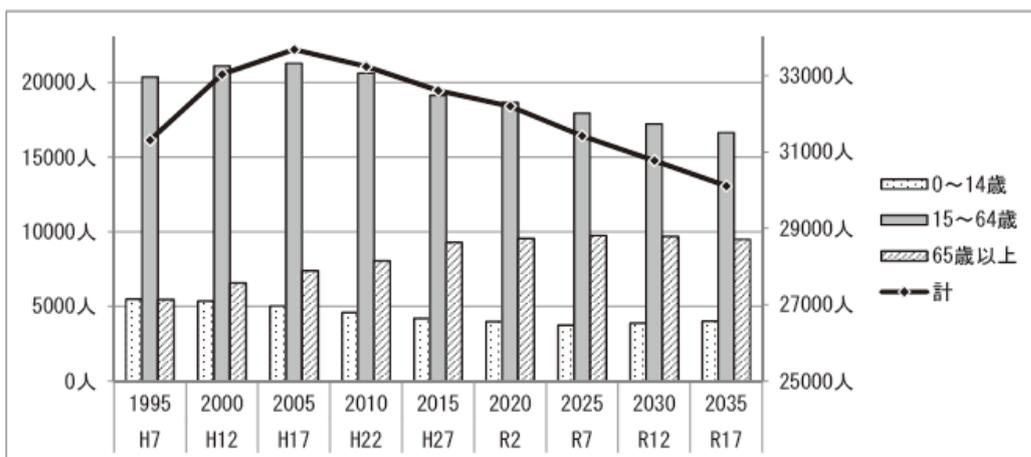
年齢3階層別人口を見ると、年少人口（0～14歳）と生産年齢人口（15～64歳）は減少する一方、高齢者人口（65歳以上）は増加が続き、今後も少子高齢化が進行すると見込まれている（図表3）。

図表3 紫波町の人口フレーム



町の高齢者人口は、令和7（2025）年までは増加を続け、その後は減少に転じると見込まれている。しかし、総人口が減少している中でも高齢化率は上昇し続け、令和12（2030）年には31.5%になると推計されている（図表4）。

図表4 紫波町の総人口と年代別人口



※図表2～4に関して

出典：『紫波町人口ビジョン（令和2（2020）年策定）』及び「国勢調査」より

注：平成27（2015）年までは「国勢調査」、令和2（2020）年以降は推計値

紫波町は、将来的には人口が減少するものの、ここ数年は微減にとどまっており、また、オガールエリアによる新たな交流人口が生まれてきていることを大きな資産として捉え、この増加する交流人口を商店街に呼び込み、中心市街地の活性化に繋げることで、一つの活路を見出すことができる。

ウ 産業

紫波町の商工業者数は、平成28（2016）年経済センサスで932事業所となっている。

業種別に見ると、卸・小売業が290事業所と一番多く、全体の31.1%を占めており、これに続いて、サービス業が231事業所（24.8%）、その他128事業所（13.8%）、建設業117事業所（12.6%）、飲食・宿泊業93事業所（10.0%）、製造業73事業所（7.8%）という構成となっている（図表5）。

経済センサスの平成24（2012）年度と平成28（2016）年度の比較では、建設業とその他の業種は事業所数が減少しているが、製造業、卸・小売業、飲食・宿泊業、サービス業などは入れ替わりがあり微増であるがほぼ維持できている。

一方、小規模事業者数については、商工業者同様に建設業とその他の業種が減少しており、合計では、平成24（2012）年と平成28（2016）年の比較では、商工業者数は29者増えているものの、小規模事業者数では18者減少と逆転現象となっている。

商工会の長年の課題が組織率の向上の中、平成26（2014）年度において役職員が一体となり、増強運動を展開したところ、念願の60%を超えることができた。しかし、毎年、後継者不足などで廃業する事業所が20件ほどあり、組織率維持のために不断の努力が必要になっている。

会員構成は、合わせて33.6%を占める建設業・製造業の組織率が94%と最も高く、構成比が合わせて35.1%を占めている小売業、飲食・宿泊業の組織率は49%に留まっており、工業関係の事業所によって組織が維持されている側面もある。

現在、紫波町はオガールエリアの充実による新たな町の核ができたことや、大型店、コンビニエンスストアの相次ぐ出店に加え、経営者の高齢化、後継者難などにより、中心市街地を中心に小売業、飲食業が減少している。また、昨今の新型コロナウイルス感染症の影響により、

巣ごもり需要を捉え、生活必需品や食料品関連の売上は増加が見込めるものの、大都市等での外出自粛要請や飲食店の営業時短要請等により、経済活動が停滞しており、サービス業を中心として依然厳しい状況が続いている。コロナ禍の長期化により、業種・事業者間の格差が顕著となっており、先行きを不安視する声がある。今後は、コロナ禍に対応すべくデジタルやITを活用した事業運営や商品・サービスの提供が求められてくる。

また、誘致企業の事業縮小による雇用の場の喪失や経営者の高齢化や後継者の不在などによる小規模事業者の減少も顕著であり、地場産業が乏しい状況を鑑みると、新たな雇用の創出も大きな課題である。そのためにも円滑な事業承継や新規創業者の創出が今後求められてくる。

図表5 業種別商工業者数及び小規模事業者数

	平成 24 年 (2012)			平成 28 年 (2016)			
	商工業者数	構成比 (%)	小規模事業者数	商工業者数	構成比 (%)	対 24 年比 (%)	小規模事業者数
建設業	129	14.3%	123	117	12.6%	90.6%	107
製造業	70	7.7%	57	73	7.8%	104.3%	58
卸・小売業	277	30.7%	203	290	31.1%	104.7%	191
飲食・宿泊業	85	9.4%	66	93	10.0%	109.4%	73
サービス業	193	21.4%	170	231	24.8%	119.7%	199
その他	149	16.5%	131	128	13.7%	85.9%	104
合計	903	100.0%	750	932	100.0%	103.2%	732

資料：総務省・経済産業省「経済センサス」

紫波町は、盛岡市と花巻の間に位置しており、ベットタウンとして発展してきた。そのため、バイパスを中心に多くの大型店が進出し、町内売場面積の70%を超える占有率を有しており、県内トップクラスとなっている。加えて、オガールエリアの充実により町の中心が移動したことや経営者の高齢化、後継者難等により小規模な小売、飲食業は廃業を余儀なくされている。

また、建設業については、公共工事や住宅着工の減少により、工事高は伸び悩んでいるものの、増改築等の小規模な工事が堅調である。ただ、資材の高騰や人材不足の課題を抱えており、我慢の経営を強いられている。

更には、製造業は下請が多いので、元請の経営に左右されるところが大きく、自社製品の開発を検討するにも人材不足、技術不足のため、思うようにいかないのが現状であり人材不足や技術不足の解消が課題となっている。

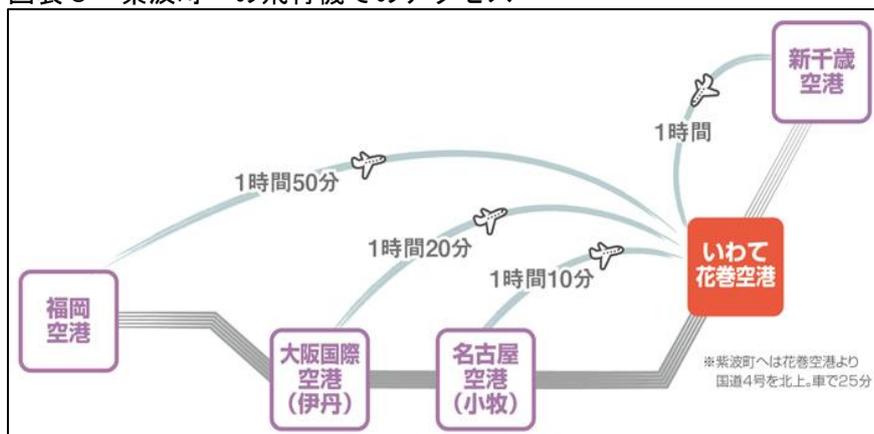
サービス業は、業種が多様で一概には言えないが、特に宿泊業や飲食業は、長引くコロナ禍の影響により、客足が戻らず、それに関連した業種も情報発信や決済システムなどのデジタル化の取り組みが十分に進んでいない中、軒並み厳しい状況が続いている。

エ 交通

紫波町は、国道4号など6本の幹線が町を南北に走り、東北自動車道紫波インターチェンジやJR東北本線の3つの駅（古館、紫波中央、日詰）がある。

さらには、いわて花巻空港まで車で25分の距離にあり、本数は少ないものの札幌市や大阪市、福岡市など国内主要都市へのアクセスも良好で交通の便に恵まれた町である（図表6）。

図表6 紫波町への飛行機でのアクセス



資料：紫波町

オ 商工会の取り組み

これまで商工会では、小規模事業者の販路開拓や商品開発等、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新商品の開発又は生産や販路拡大等に取り組んできた（図表7）。

経営改善普及事業においても、小規模事業者経営改善資金貸付（マル経資金）等を積極的に推進し、資金繰り等支援を図った。

図表7 経営革新計画等支援実績

（単位：件）

区分	平成28 (2016)	平成29 (2017)	平成30 (2018)	令和1 (2019)	令和2 (2020)
経営革新計画申請支援	10	5	3	3	2
小規模事業者持続化補助金申請支援	16	24	8	19	37
小規模事業者経営改善資金斡旋件数	31	26	19	20	27
合計	57 (53)	55 (45)	30 (29)	42 (39)	66 (60)

資料：商工会総会資料

注：合計の（ ）内は実企業数

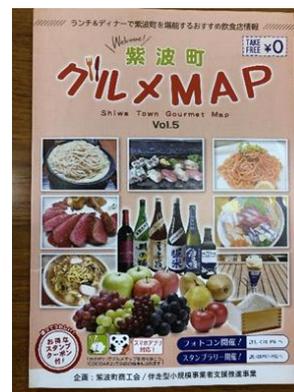
また、販路開拓事業では、宮城県仙台市の「夢メッセみやぎ」で行われる東北最大級の商談会「ビジネスマッチ東北」※1に令和元（2019）年度から出展している（図表8）。当会では、商談会でのプレゼンや装飾、パンフレットが効果的になるように事前に研修会等の支援を行い、事後には、名刺交換した商談相手へのアプローチ支援等を行い、成約成立に向けた支援を行っている。加えて、町と姉妹都市を締結している東京都日野市との交流も平成28（2016）年度より実施しており、年に1回「日野市産業祭り」※2に出展し、祭りに訪れる一般消費者をターゲットに販売会を行っている。

他に、「中心市街地活性化検討会」を年3回程開催し、「紫波町グルメマップ」の企画・制作を行っている（図表9）。町内飲食店情報をまとめたものを冊子にし、町内外の飲食店、公共施設、宿泊施設等様々な施設に配布することで、町内の飲食店をPRしている。町内を回遊させ、町内外からの集客の増加を図り、中心市街地の活性化につなげている。

図表 8 ビジネスマッチ東北 2021 春 (参加状況)



図表 9 紫波町グルメマップ vol.5



※1 「ビジネスマッチ東北」・・・(一社) 東北ニュービジネス協議会等が主催し、年1回、宮城県仙台市にて開催される。出展者は、東北6県の様々な業種で、「情報・IT」、「電気・機械」、「観光」、「食と農」、「健康・福祉・スポーツ」、「防災・減災」等のジャンルに分かれ出展する。通常であれば約500事業所が出展し、バイヤーも7,000人以上が来場する規模の大きな商談会である。

※2 「日野市産業祭り」・・・紫波町と姉妹都市である東京都日野市で毎年秋に2日間行われる。約70のブースが出展し、2日間で地元的一般客を中心に5万人の来場がある。当会ではブースを借り上げ、管内の意欲ある製造業者を出展させてきた。

カ 紫波町総合計画における商工観光業振興の概要の引用

第三次紫波町総合計画《基本構想：令和2（2020）年度～令和9（2027）年度、前期基本計画：令和2（2020）年度～令和5（2023）年度》では、「暮らし心地の良いまち」を将来像とする計画を策定し、協働のまちづくりを深化させた地域コミュニティの支援、多様な町民や民間企業との公民連携による事業化、そして町に関心を寄せる若者との価値の創出を中心に、社会と経済、環境の調和のとれた持続可能なまちづくりを展開するとしている。

商工観光業の振興においては、「地域の特性を生かし、今ある価値を高めながら商工業の振興に取り組みます」、「豊かな地域資源を生かして、内外のつながりを広げます」「地元で安定して、安全に働き、また持つ能力を発揮できるように取り組みます」と定めている。

図表 10 紫波町の主な産業振興施策と方針

章・節・項	施策の方針
2-4-1 商工業の活力を高めます	①関係団体との連携強化及び支援 ②商店街・中心市街地活性化の促進及び支援 ③中小企業振興資金融資制度の活用及び周知
2-4-2 「暮らし」と「なりわい」が融合したビジネスを支援します	①事業化サポート体制の強化 ②遊休不動産や空間の有効活用
2-4-3 工業生産活動の支援や内発型産業の育成を進めます	①企業誘致 ②既存企業の育成・支援 ③新たな事業分野進出等への支援
2-5-1 地域の歴史・文化・人などの資源の連携により、交流人口を増やします	①観光地としての魅力向上と情報発信 ②観光振興計画の取組の推進 ③源泉及び温泉保養公園の管理運営

2-5-2 特産品の振興と技術文化の継承を支援します	①特産品の認知度向上 ②酒造技術・文化の継承活動支援
2-5-3 町の魅力を町内外に発信し、新たなファンをつくります	①首都圏での町の情報発信・交流活動 ②タウンプロモーション戦略の構築 ③分野間の連携促進
2-5-4 豊かな地域資源を生かし、活性化に結び付けます	①地域創生関連プロジェクトの推進 ②地域おこし協力隊の効果的活用
2-6-1 雇用の維持・確保、能力開発を支援します	①雇用の維持・確保と就職支援 ②職業体験学習の実施

資料：第三次紫波町総合計画、前期基本計画より抜粋

②課題

オガールエリアにより町の知名度は高まった反面、商店街は、衰退が危惧されており中心市街地の活性化が大きな課題となっている。また、経営者の高齢化や後継者の不在などによる小規模事業者の減少も顕著であり、新たな雇用の創出も大きな課題である。そのためにも円滑な事業承継や新規創業者の創出が今後求められてくる。

一方、人口が減少するものの、ここ数年は微減にとどまっており、オガールエリアによる新たな交流人口を資産として捉え、この増加する交流人口を商店街に呼び込み、中心市街地の活性化に繋げたい。

このように、地域の状況が大きく変化する中、商工会は金融、税務、経理、労働等の個別事業所に対する経営改善事業を実施しているが、いわゆる「待ちの姿勢」が強く、より踏み込んだ指導が不十分で、一部の事業所を対象としていることが多く、地域全体を考慮した指導も不足している。これまでは、相談案件を処理するに留まっていたため、事業所が継続的発展するところまで踏み込んだ指導に至らなかった部分があったので、今後は積極的な巡回や支援を行う必要がある。

今後、商工会を取り巻く環境が大きく変化することを考慮すると、事業所ニーズに合った事業がより具体的に求められており、企業、地域が継続的に発展することへの具体的支援が期待されている。現状から見た今後の課題として、下記の事項が挙げられる。

ア 小規模事業者への支援

巡回指導の強化による個別事業所の経営状況の把握を行いつつ、支援を強化するための、新たなシステムの構築を図ることが課題となっている。また、ビジネス環境の激しい変化に対応するためにも、データやデジタル技術を活用した経営を今後は求められるため、小規模事業者に対してDXに向けた支援も必要となってくる。

イ 事業承継支援と創業者への支援

管内の小規模事業者は減少傾向にあり、経営者の高齢化や後継者の不在が課題となっている。このため、経営者が高齢な事業者については円滑な事業承継が行えるよう支援を行う必要がある。また、新規創業希望者を開拓し、事業計画策定を通じた安定的な経営を行うように支援する取組みが必要となる。これらの支援を通じて管内小規模事業者の減少を食い止めることが課題となってくる。

ウ 販路拡大事業

町内の主な食料品関係の製造業者としては、20 者程あるが、定期的に商談会や展示会に参加している事業所は数者に留まっている。多くの事業者は経費の問題や人員不足のため実行できないのが現状で、販路拡大を目指すための支援策が課題となっている。

令和元（2019）年より宮城県仙台市の「夢メッセみやぎ」で行われている東北最大級の商談会「ビジネスマッチ東北」に管内企業を連れて出展し、事前研修会や、事後には名刺交換した

商談相手へのアプローチ支援等を行い、成約成立に向けた支援を行っているものの、豊富な地域資源の有効活用と大幅な販路拡大には至っておらず、競争力の高い商品の開発が課題である。

そのほか、町と姉妹都市を締結している「東京都日野市」との交流も平成 28 (2016) 年度より実施しており、新たな出店事業所及び商品の掘り起しが必要となっている。一方、豊富な地域資源を活用した加工品を製造する農家も増えてきており、6次産業化による新たな商品開発及び事業展開を行うにあたって、BtoB と BtoC 両方の需要動向を調査し、市場ニーズにあった商品開発支援を行う必要がある。

また、地域内の小規模事業者の多くはオンラインによる販路開拓等に関心があるものの、「高齢化」、「知識不足」、「人材不足」等の理由により、IT を活用した販路開拓等の DX に向けた取組が進んでいないことも課題となっている。

エ 中心商店街活性化への取組

中心市街地の活性化については、平成 26 (2014) 年度より若手経営者等を中心に中心市街地活性化検討委員会を設け、飲食店の PR 及び利用促進を図る目的で「紫波町グルメマップ」を作成し、町内のみならず近隣市町からも来店が増えるなど年々その効果が上がってきている。

街の中心であった日詰商店街を始めとした各商店街は、衰退が危惧されており中心市街地の活性化が大きな課題となっている。オガールエリアによる新たな交流人口が生まれてきていることを大きな資産として捉え、この増加する交流人口を商店街に呼び込み、中心市街地の活性化に繋がれるかが課題となってくる。

(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

紫波町における小規模事業者の 5～10 年後の中長期的振興の在り方としては、小売業・飲食業にあつては、事業承継も含めてより多くの事業所が生き残れるよう、大きな環境変化に対応した経営、需要動向を的確にとらえた持続可能な経営へと変革することを目指す。

また、建設業・製造業にあつては、受注の確保及び雇用の維持拡大、販路の拡大を目指し、サービス業にあつては、事業者それぞれの強みを活かした新サービスの提供による売上増加を目指す。さらには、地域における豊富な農産物を生かした加工品、商品開発により、創業が増えていくことを目指す。

そのため、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、経営実態に見合った事業計画策定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を図る。

以上のことから、小規模事業者の中長期的振興に向けては、各々の業種において、関係機関との連携を強化し、事業所の個性や魅力を引き出し、事業計画に基づいた経営を推進しながら、売上の維持増加を目指す。

②紫波町総合計画との連動性・整合性

第三次紫波町総合計画では、商工業は、「地域の特性を生かし、今ある価値を高めながら商工業の振興に取り組みます」、観光業は、「豊かな地域資源を生かして、内外のつながりを広げます」とあり、地理的特性などの強みを生かし、自然環境と都市機能の調和を図りながら商工業の発展を促進することで、町の経済の活性化を図り、幅広い世代がいきいきと働く活力あるまちを目指すとの方針を示している。

商業分野における「商店街・中心市街地活性化の促進及び支援」、工業分野における「企業誘致」や「地域資源を生かした内発型産業の育成」、観光分野における「観光地としての魅力向上と情報発信」、「酒造技術・文化の継承活動支援」、「地方創生関連プロジェクトの推進」など、各分野での目標が掲げられており、これらの目標を達成するためには、商業や工業、観光業それぞれの分野の垣根を超え、業者間の連携力を高め、目標を共有し達成を目指す必要がある。

以上の、第三次紫波町総合計画の目指す産業振興の方向性と、本計画の目標とする方向は一致し連動する。また、それぞれの計画における目標達成に向け、紫波町、紫波町商工会などの関係機関が相互に連携を図りながら実施するものであり、内容の整合性も図られている。

③商工会としての役割

紫波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・発展を支援する役目を担う団体であり、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とともに、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者支援に重点を置き、地域個店の魅力向上を支援することで、地域経済の活性化に寄与する。

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導くためには、自社の経営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の場面において、伴走型支援を実施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、創業希望者や創業後間もない新規創業者に対するフォローアップにも力を入れ、個者支援を積み上げ、管内事業者に広く普及することにより、紫波町全体の活性化に寄与する。

(3) 経営発達支援事業の目標

「(1) 地域の現状及び課題」、「(2) 小規模事業者に対する長期的な振興の在り方」を踏まえ、本商工会の今後5年間で目指すべき目標は次の4つとする。

①環境変化に対応した個別事業者の事業計画策定支援による経営力向上

地域や消費者の動向調査や事業所の実態調査を実施し、事業計画の策定等の伴走型の支援を行う。また、DXに向けた支援を行い、経営力を向上させる。

②円滑な事業承継や新規創業等に対応する事業計画策定支援

事業承継診断表による現状把握とニーズの掘り起こしを行い、事業承継計画の策定支援を実施。また、新たに創業を希望する者についても創業計画策定を支援し、起業後のフォローアップも行う。

③豊かな地域資源を活用した競争力の高い商品の開発及び新たな需要開拓支援

地域資源を活かした商品開発に取り組み紫波町ブランドの確立を目指す。また、町内外に販路を見出すため、積極的に商談会に出展し、成約成立に向けた支援を行う。加えて、ITを活用した販路開拓におけるDXの推進を図る。

④地域商店等の魅力ある個店づくりによる賑わいの創出

「紫波町グルメマップ」の作成を行い、町内外にPRすることで町の賑わいを創出し、地域経済活性化の一助とする。また、計画立てた発展的な経営ができるよう支援を行い、事業者個々が魅力ある店となることを目指す。

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環境変化に対応した個別事業者の事業計画策定支援による経営力向上

経営環境が激しく変化する中で、小規模事業者はその特性により、抱える課題も事業者ごとに複雑化・多様化している。町内には新たな交流人口が生まれているが、その波を受けるだけの力量が不足している事業者が多い。また、ウィズコロナ、アフターコロナを見据えた、環境に対応した経営が必要である。そのため、事業計画に基づいた経営を推奨し、小規模事業者の持続的発展や経営の革新に向けた取り組みを後押しすることで、個々の取り組む事業の実効性を高める支援を行う。

そこで、地域や消費者の動向を把握するための調査や事業所の実態調査を実施し、それらを分析することにより課題を抽出し、その内容を各事業所に提供することにより、事業者自らの気づきを促す。その後、経営の見直しや競争力の高い商品などの提案を行い、事業計画の策定から経営革新計画等に取り組むよう伴走型の支援を行い、持続的な経営力の向上と成長発展を図る。加えて、激しく変化する環境に対応するためにも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ので、DXに向けたセミナーの開催や指導を行い、経営力を向上させる。

②円滑な事業承継や新規創業等に対応する事業計画策定支援

管内事業者の高齢化が進み、小規模事業者等の廃業も増加するものと思われる。事業を継続するためには早急に事業承継に取り組まなければならない。当商工会では、事業承継診断表による現状把握とニーズの掘り起こしを行い、その結果を受けて、事業承継計画の策定支援を実施するとともに、高齢化や後継者難等により現状維持を望む事業者においては、継続的な事業の可能性を探り、売り上げ増加を目指すよう支援する。

また、新たに創業を希望する者についても、参入する市場動向の把握や、自身の強みを生かした創業計画策定を支援し、起業後のフォローアップも併せて支援する。

③豊かな地域資源を活用した競争力の高い商品の開発及び新たな需要開拓支援

豊富な地域資源が有効に活用されていない現状を鑑み、新たな商品開発に取り組み紫波町ブランドの確立を目指す。特に、県内一の生産量を誇る、「ブドウ」、「蕎麦」等を活用した新商品及び土産品開発を目指す。

また、今まで個々に事業展開していた町内の4者の日本酒製造業者及びワイン製造業者、ホップサイダー（林檎のお酒）製造業者と連携・協力しながら「紫波の酒」としてブランド化し、共同イベントや展示会へ出展することにより活性化を図る。新商品等の価値を高め、町内外に販路を見出すため、積極的に商談会に出展し、商談会でのプレゼンや装飾、パンフレットが効果的になるように事前に研修会等の支援を行い、事後には、名刺交換した商談相手へのアプローチ支援等を行い、成約成立に向けた支援を行う。

加えて、セミナーの開催や個別指導により、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。

④地域商店等の魅力ある個店づくりによる賑わいの創出

引き続き中心市街地活性化検討委員会が企画する「紫波町グルメマップ」の作成支援を行い、町内飲食店の新たな魅力を引き出し、町内外に PR することで町の賑わいを創出し、地域経済活性化の一助とする。また、需要動向調査や経営分析を基に計画策定した発展的な経営ができるよう支援を行い、事業者個々が魅力ある店となることを目指す。

I. 経営発達支援計画の内容

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、地域経済の動向については、全国商工会連合会から委託され実施している「小規模事業景気動向調査」や「金融機関による景況調査」に基づき行っているが、結果だけを調査対象者に報告するだけに留まっていた。そのため、一部の事業所だけの利用であり地域全体として、せっかくの情報も共有されず充分活用されていなかった。

第1期経営発達支援計画において、当会では、次の資料を調査・分析し、地域の小規模事業者
に情報提供していた。

- ①地域金融機関等との「紫波地区金融懇談会」、地域税理士等との「税理士等との協議会」の調査結果
- ②『月刊商工会』、『商工会いわて』、『岩手経済研究』などを活用した経済動向、先進企業の取組みを分析した調査結果
- ③全国商工会連合会が四半期ごとに行う「中小企業景気動向調査」の調査結果
- ④商工会のホームページや当商工会発行広報誌『商工会ニュースしわ』を通じた情報提供

[課題]

現状行っている地域の経済動向の調査・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、ビッグデータ等を活用した専門的な分析が出来ていなかったため、「RESAS」(地域経済分析システム)を活用した情報の調査・分析を加え、改善した上で実施する必要がある。

(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	—	4回	4回	4回	4回	4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)

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「RESAS」(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「RESAS」(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」→産業の現状等を分析

⇒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(岩手県等の統計調査情報等を活用)

地域の景気動向や、業種ごとの売上、資金繰り等の状況について、より詳細な実態を把握する

ため、岩手県、から提供される次の統計資料について分析を行い、当商工会のホームページに四半期毎に公表する。

【調査手法】岩手県ふるさと振興部調査統計課が月ごとに行う「岩手県景気動向指数」による情報収集と調査を行う。

【調査対象】岩手県ふるさと振興部調査統計課の調査対象事業者

【調査項目】先行指数、一致指数、遅行指数

(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、関係機関や専門家、刊行物を活用して小規模事業者と内容を共有し、地域の経済動向を調査・分析することにより、地域内の動向把握を行い事業計画の策定等の経営戦略の材料に資する。
- 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、経営発達支援計画第1期において、①催事場を活用した消費者ニーズ調査 (BtoC)、②商談会におけるバイヤーニーズの調査 (BtoB)、③紫波町グルメマップを活用した地域飲食店ニーズ調査 (BtoC) を実施してきた。

[課題]

以上の調査事業における課題については、次のとおり。

①催事という賑わいのある場において、消費者から細やかな情報を収集することに難しさを感じた。不特定多数から意見を収集したいため、人が集まりやすい場で行っていたが、細やかにアンケート調査を行うには不向きな環境の中で必要以上の調査項目による情報収集を行っていたため、改善する必要がある。

②バイヤー等から聞き取り調査を行った内容を商品別や業種別などに整理・分析し、その結果を具体的なバイヤーの需要として、地域内の小規模事業者提供し、需要を見据えた事業計画の策定や新たな販路の開拓、成約の向上につなげることが求められる。

③消費者が飲食店を回遊し、様々な店舗の料理を食した上で、個店のメニューや接客、外観や内観などの営業状況について情報を収集した。調査員の聞き取りによる調査形式でなかったため、こちらが聞き取りたい内容と消費者の回答の間に齟齬が生じる場合が多く、調査項目を精査して実施する必要がある。

以上の事業課題を踏まえ、次の事業を実施する。

(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催事等でのアンケート調査対象事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
②ビジネスマッチ東北における調査対象事業者数	—	5者 (1者あたり2商品)	5者 (1者あたり2商品)	5者 (1者あたり2商品)	5者 (1者あたり2商品)	5者 (1者あたり2商品)
③紫波町グルメマップにおけるアンケート調査対象事業者数	—	60者	60者	60者	60者	60者

(3) 事業内容

①催事等でのアンケート調査 (BtoC)

紫波町には酒造会社が4者とワイン製造会社とホップサイダー製造会社が各1者ある「酒の町」であり、日本三大杜氏の1つである「南部杜氏発祥の地」でもある。

このことから、首都圏の「日野市産業祭」などの集客力の高いイベントにおいて、多様な生活

志向や意識などの消費者ニーズを多角的に把握するため、イベント参加者を対象にアンケート調査を実施する。また、その結果を地域内の小規模事業者を提供することで、新たな需要の拡大等に活用することを目的に需要動向調査を行う。

【開催内容】集客力のある催事への出展。その来場者に対するアンケート調査。

【出展事業者】管内製造業等2者

【商談品目】1者あたり2商品以上

【成果目標】1者あたり1件

【調査手段・手法】催事に来場いただいた一般消費者を対象に、商品の試食・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。

【分析手段・手法】消費者の属性（住所、年齢、性別、職業など）ごとに集計を行い、経営指導員等が分析を行う。

【調査項目】①顧客層（住所、年齢、性別、職業等）、②興味をもった購入（利用）品目、③希望する・欲しい商品、④商品に対する要望等（値段や味、容量等）、⑤ネットショッピングでの岩手県のお酒などの商品の購入（利用）状況、⑥岩手県・紫波町に行ったことがあるか、⑦次回の案内発送（DM）等の可否（可の場合は住所を記入してもらう）等の調査項目を経営指導員等がヒアリングし、個者毎に必要な項目を設定することで、調査を行いやすくする。

【調査・分析結果の活用】商品ごとに収集した結果について、消費者の属性ごとに結果を整理・分析し、アイテムごとに製造業者へ情報をフィードバックし、商品の更なる改良や新商品の開発につなげるとともに、今後の事業計画策定にも役立てる。

②ビジネスマッチ東北における調査（BtoB）

「ビジネスマッチ東北」に出展し、来場するバイヤーから聞き取り調査を行い、商品別や業種別などに整理・分析し、様々な業種のバイヤーのニーズを把握する。その結果を地域内の小規模事業者を提供し、販路の開拓、成約の向上につなげる。

【開催内容】ビジネスマッチ東北へ出展し、来場するバイヤーから聞き取り調査を行う。

【出展事業者】管内製造業等5者

【商談品目】1者あたり2商品以上

【成果目標】1者あたり1件

【調査手段・手法】「ビジネスマッチ東北」に参加するバイヤーを対象とし、商品の試食・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。

【分析手段・手法】バイヤーの属性（食品スーパー、通販、百貨店など）ごとに集計を行い、経営指導員等が分析を行う。

【調査項目】商品に対する味、容量、パッケージ、価格等。なお、調査項目は個者毎に経営指導員等がヒアリングの上、設定する。

【調査・分析結果の活用】商品ごとに収集した結果について、バイヤーの属性ごとに結果を整理・分析し、アイテムごとに製造業者へ情報をフィードバックし、商品の更なる改良や今後の事業計画策定に役立てる。

③紫波町グルメマップにおけるアンケート調査（BtoC）

これまで、年3回程「中心市街地活性化検討会」を開催し、「紫波町グルメマップ」の企画・制作を行っている。町内飲食店情報をまとめたものを冊子にし、町内外の飲食店、公共施設、宿泊施設等様々な施設に配布することで、町内の飲食店をPRする。町内を回遊させ、町内外からの集客の増加を図り、中心市街地の活性化につなげている。

検討会で企画した内容を基に飲食店への掲載案内や印刷会社への製本の発注、配布や周知等を行う。町内のみならず、近隣自治体への配布やSNSやホームページを使った周知、新聞による周知等を行い広くPRすることで、町内外の消費者を管内に呼び込み、地域活性化を目指す。また、景品が当たるスタンプラリーやフォトコンテストを実施し、回遊性を高めて地域活性化の効果を

より向上させる。

【成 果 目 標】 調査対象事業者数 60 者

【調査手段・手法】 グルメマップを活用し、スタンプラリーにアンケートハガキを付けることで消費者 200 人の需要動向を調査する。

【分析手段・手法】 消費者の属性、参加店ごとの集計を行い、経営指導員等が分析を行う。

【調 査 項 目】 気に入った店・メニュー、来店頻度、同伴者、店の選定理由等を選択式の答えやすい形式で行う。

【調査・分析結果の活用】 収集した結果について、整理・分析し参加店へ情報をフィードバックし、メニューや商品の更なる改良や今後の事業計画策定に役立てる。

当商工会で実施する地域の経済動向調査の結果と、①、②、③で実施する需要動向調査の結果、経営状況の分析結果を踏まえ、事業計画策定支援へとつなげる。

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、経営革新計画や補助金活用（ものづくり補助金、小規模事業者持続化補助金など）、金融支援（小規模事業者経営改善貸付、いわて起業家育成資金など）等の制度活用に向けた事業計画策定における経営分析が多い状況であった。そのため、これらの申請に関わる部分のみの経営分析に留まっているのが現状である。

[課題]

経営状況の分析は、自社の状況を確認、今後の経営に活かすために行うものであり、制度活用のみに行うものではない。今後は制度活用に向けた経営分析のみではなく、定期的を実施する必要があることや、様々な項目について経営状況分析を行うことが有効であることを事業者に理解していただき、その考えを普及して支援する必要がある。

(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 ローカルベンチマーク等を活用した経営状況分析

管内の小規模事業者に対して、経営指導員等が巡回訪問、窓口相談を通じて、特に事業計画の策定が必要だと考えられる事業者に対して、個別に声かけを行い、経済産業省の「ローカルベンチマーク」等を活用した経営状況の分析を行う。また、必要に応じて専門家派遣等の制度を活用して分析する。

【分析目的】 地域の小規模事業者の経営状況について定量分析や定性分析を組み合わせることで、今後の事業計画策定に繋げる。

【対象者】 管内で実際に企業経営を行っている小規模事業者の中で、事業の持続的発展、成長発展を目指す事業者30者と事業承継を希望する事業者10者の合計40者（経営指導員2名×1名あたり20者）を対象とする。

特に、需要動向調査を実施する製造業や飲食業等の事業者を中心に実施する。

【分析項目】 定量分析たる「財務分析」と定性分析たる「SWOT分析」の双方を行う。

○ 定量分析（財務分析）

- ・ 成長性（売上高増加率）
- ・ 収益性（営業利益率）
- ・ 生産性（一人当たり売上高）
- ・ 健全性（EBITDA有利子負債倍率）
- ・ 効率性（営業運転資本回転期間）
- ・ 安全性（自己資本比率）

等

○ 定性分析（SWOT分析）

- ・ 経営者の状況（企業概要、経営理念、ビジョン等）
- ・ 事業の状況（強みや弱み、生産性等）

- ・事業者を取り巻く環境（市場動向、機会・脅威、競合状況、顧客のニーズ等）
- ・内部体制（組織体制、知的財産権、人材育成等）

【分析手法】経済産業省の「ローカルベンチマーク」を活用し、経営指導員等が定量分析、定性分析を行う。専門的な分析が必要な場合は専門家派遣制度等を活用して支援を行う。

②事業承継希望者の分析

事業承継を希望する事業者に対しては、前述の分析に加えて、①後継者候補の有無、②後継者候補との関係、③後継者候補の年齢、④後継者候補への経営者教育・人脈・技術等の引継ぎ状況、⑤従業員、家族、取引先等の理解、⑥事業承継の課題、⑦事業承継の準備期間・予定時期等を分析する。

（４）分析結果の活用

- 分析結果は、当該事業者にフィードバックし、事業計画の策定支援等に活用する。
- 分析結果は、クラウド型経営支援システム「BIZ ミル」でのデータベース化を行い、内部共有を図ることで、経営指導員等のスキルアップを図るとともに、どの職員でも随時対応可能な体制を整備する。

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、岩手県商工会連合会の専門家・「経営・技術基盤強化支援事業（エキスパートバンク事業）」等を活用し、若手経営者・後継者を含めた小規模事業者を対象に、「事業計画策定セミナー」を年4回開催するという計画でこれまで運営してきたが、参加者も思うように集まらず、開催実施も年に1～2回にとどまっている。

しかし、個別での相談で、経営革新計画や補助金活用（ものづくり補助金、小規模事業者持続化補助金など）、金融支援（小規模事業者経営改善貸付、いわて起業家育成資金など）に向けた事業計画策定支援等の制度活用に向けた計画策定の相談が多く、事業計画策定支援自体は数多く行っている状況にある。

[課題]

これまで数回事業計画策定セミナー（集団）を開催してきたが、事業計画策定の意義や重要性の理解が浸透しておらず、参加者が少ない状況にある。また、集団のセミナーだと事業計画策定のための知識の習得や総論的な内容となるため、自分事のように感じる事が難しく、事業者それぞれの事業計画策定につなげづらい状況であった。今後は開催方法を個別相談会メインに行う等の見直しを行い、改善した上で実施する必要がある。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者に対し、事業計画策定の意義や重要性の理解が浸透しておらず、集団のセミナーだと事業計画策定のための知識の習得や総論的な内容となるため、自分事のように感じる事が難しい。このため、「事業計画策定セミナー」を集団ではなく、個別相談会という形で開催し、「3. 地域の経済動向調査」や「4. 需要動向調査」から経済動向の変化や顧客の需要動向、「5. 経営状況の分析に関すること」で行った経営分析の結果を踏まえ、地域内の個々の小規模事業者の経営課題を抽出したうえで、需要を見据えた事業計画の策定支援を行うなど、それぞれの経営状況に柔軟に対応した持続的な事業計画の策定を行う。具体的な件数としては、経営分析を行った40者（事業の持続的発展、成長発展を目指す事業者30者と事業承継を希望する事業者10者）の内、50%の計画策定を見込む。加えて、10者程創業相談が来るものと見込み、その内50%の計画策定を見込んでいる。

また、事業計画の策定前段階においてDX推進の意義や具体的なITツールやwebサイトの活用方法について等、DX推進セミナーを行い、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
①事業計画策定個別相談会	—	3回	3回	3回	3回	3回
②DX推進セミナー	—	3回	3回	3回	3回	3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	—	5者	5者	5者	5者	5者
計画策定事業者数合計	—	25者	25者	25者	25者	25者

(4) 事業内容

① 経営分析を行った事業者を対象とした「事業計画策定個別相談会」の開催

経営分析を行った事業者を対象に、一定期間を設けて個別相談会の開催期間とすることで、事業者がより参加しやすい開催方法とする。年に3回（3期間：それぞれ1カ月程度）開催し、年間で50者（経営分析・DXセミナーを受けた事業者40者、創業希望者10者）の相談を目指し、その内25者の計画策定を目指す。

【開催方法】年に1か月間×3回事業計画策定個別相談会（6月、9月、1月）を開催する。
事前に経営状況の分析などの準備を行い、予約申込み制で開催する。

【募集方法】需要動向調査や経営分析を行った事業者に参加を促す他、その他の事業所には会報や紫波町商工会ホームページで広く周知することで、参加を促す。また、創業資金の相談を受ける地元金融機関とも連携して創業希望者の紹介を受ける。

【支援内容】事業者個々の経営ビジョンや地域経済動向調査結果、需要動向調査結果、経営分析結果等の情報を総合的に捉え、今回取り組む事業を定め、その事業の売上や利益への貢献度目標や解決すべき課題、事業スケジュールや実施体制について計画する。

【支援対象】経営分析を行った事業者を始めとする事業承継希望者を含む小規模事業者や創業者を対象とする。

【手段・手法】セミナー受講者に対し、経営指導員や支援員を担当制で張り付き、必要に応じて外部専門家も交えて確実に事業計画の策定につなげていく。

また、担当者不在時の対応やお互いにアドバイスを行うためにも情報共有は随時行い、商工会職員全体でスムーズな支援を行えるよう態勢を整える。

【その他】個別相談会に参加できなかった小規模事業者から相談があった場合は、経営指導員等が巡回や窓口相談で事業計画策定の支援を行う。

② 「DX推進セミナー開催・IT専門家派遣」の開催

DX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DXに向けたITツールの導入やwebサイト構築等の取組を推進していくために、年に3回セミナーを開催し、合計40名の参加を目指す。

【開催方法】年に3回DX推進セミナー（5月、8月、12月）を開催する。

【募集方法】需要動向調査や経営分析を行った事業者に参加を促す他、その他の事業所には会報や紫波町商工会ホームページで広く周知することで、参加を促す。

【セミナー内容】・DX総論、DX関連技術（クラウドサービス、AI等）や具体的な活用事例

- ・クラウド型顧客管理ツールの紹介
- ・SNSを活用した情報発信方法
- ・ECサイトの利用方法
- ・ネットショップの開設について 等

【支援対象】経営分析を行った事業者を始めとする事業承継希望者を含む小規模事業者を対象とする。

【講師】岩手県商工会連合会の専門家登録をしている専門家の中から、セミナーの内容に合わせて選定する。

【その他】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IT専門家派遣を実施する。

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、事業計画策定後の実施支援は現状でも行っているものの、前述した通り、補助金事業や金融関係の制度活用の割合が高く、補助事業の円滑な遂行や返済状況の確認が中心である。また、計画立てた実施支援をしているわけではない。

[課題]

これまでも実施支援を行ってきたものの、補助事業などの事業計画の進捗状況は把握していたが、その事業が売上や利益にどの程度貢献したかという、今後に繋がる情報収集や次のステップへの支援までは十分に実施できていない。今までは、計画立てて行っているわけではなく、不定期に行っていたため、改善して計画立てたフォローアップを行う必要がある。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定したすべての事業者を対象とするが、事業計画の進捗状況により、巡回回数を増やして集中的に支援する事業者とある程度順調と判断し巡回回数を減らしても問題がない事業者を見極めてフォローアップの頻度を設定する。

フォローアップの内容としては、進捗状況を確認する他、事業者の状況に応じた助言・指導を行い、必要に応じて金融指導、各種支援策の活用や、専門家派遣制度の活用を通じたフォローアップを行い、経営課題を解決し事業計画が円滑に実施されるように定期的に再確認をとる体制で支援を行う。

(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	—	25者	25者	25者	25者	25者
頻度（延べ回数）	—	130回	130回	130回	130回	130回
営業利益率1%以上 向上事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者

(4) 事業内容

事業計画策定25者のうち、5者は毎月1回、15者は四半期に1回、残り5者は年に2回のフォローアップ（進捗状況の確認、資金繰りのフォロー、販路開拓のフォロー等）を行う。ただし、事業者からの申し出や進捗状況等により、臨機応変に対応する。

また、進捗状況が思わしくなく、事業計画との間に大きなズレが生じていると判断する場合には、エキスパートバンク制度等を活用して専門家を派遣してもらい、第三者の視点を投入し、ズレの発生要因や今後の対応策を検討し、フォローアップ頻度の変更等を行う。

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、首都圏で行われている「日野市産業祭り」等へ出展してきた。首都圏の地域住民からの受注確保や販路拡大のチャンスとなり得るので、首都圏の消費者に対して地域特産品の訴求を行い、出展事業者の売上向上を図っている。また、令和元年度から仙台市で行われる商談会「ビジネスマッチ東北」へも出展しており、新たな取引先の開拓を行っている。いずれも経営指導員等が同行して出展支援を行っている。

また、町内飲食店の需要開拓のため「紫波町グルメマップ」の企画・制作を行っている。町内飲食店情報をまとめたものを冊子にし、町内外の飲食店、公共施設、宿泊施設等様々な施設に配布し、町内の飲食店をPRしている。

また、地域内の小規模事業者の多くはオンラインによる販路開拓等に関心があるものの、「高齢化」、「知識不足」、「人材不足」等の理由により、ITを活用した販路開拓等のDXに向けた取組が進んでおらず、商圈に限られた範囲にとどまっている。

[課題]

物産と商談会に関して、これまで上記の取組みを実施しているものの、出展の事前・事後のフォローが不十分であるので、事前説明会や事後の売上や販路開拓状況のフォローアップを行うなどの改善が必要である。

また、紫波町グルメマップ（前回8,000部発行）に関しては、アンケート付きスタンプラリーの応募者の半数が町外の消費者であり、町外からの消費者の呼び込みの効果もあることから、今後も継続して事業を行っていきたい。設置した店舗や施設から「人気があり、設置した冊子が無くなってしまった。」、「もう少し多く欲しい」との声や、スタンプラリーの応募数を増やすことでより新たな需要の開拓に資する事業としたいことから、発行部数の増加や周知方法を考える必要がある。

加えて、今後、新たな販路の開拓にはDX推進が必要であるということを理解・認識してもらい、取組みを支援していく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

商工会が自前で展示会等を開催するのは困難なので、上記の催事や商談会等をはじめとした既存の展示会や商談会に出展する。

紫波町には酒造会社が4者とワイン製造会社が1者、サイダー製造会社が1者あり、「酒の町」である。また、日本三大杜氏の1つである「南部杜氏発祥の地」でもあることから、酒造会社を中心とした製造業者をメインに出展することとする。

出展にあたっては、経営指導員等が事前説明会や出展後のフォロー等の事前・事後の出展支援を行うとともに、出展期間中には、陳列や接客等の支援も行い、伴走型で支援する。

また、物産展や商談会に加えて、町内飲食店に対しても需要開拓のために現在発行している紫波町グルメマップを活用して町内外の消費者にPRし、売上向上を図る。

加えて、DXに向けた取組として、データに基づく顧客管理や販売促進、SNSによる情報発信、ECサイトの利用、ネットショップの開設等、IT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（「6. 事業計画策定支援に関すること」で実施）を行い、理解度を高めた上で、導入にあたっては必要に応じてIT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。

(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
①日野市産業祭り 出展事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
売上額/者	—	5万円	5万円	5万円	5万円	5万円
②ビジネスマッチ東北 参加事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者
成約件数/者	—	1件	1件	1件	1件	1件
③紫波町グルメマップ 掲載事業者数	—	60者	60者	60者	60者	60者
新規顧客獲得 事業者数	—	20者	20者	20者	20者	20者
④SNS活用事業者数	—	10者	10者	10者	10者	10者
売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%
⑤ECサイト、ネット ショップ活用事業者 数	—	7者	7者	7者	7者	7者
売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%

(4) 事業内容

①日野市産業祭り出展事業 (BtoC)

「日野市産業祭り」に出展し、祭りに訪れる一般消費者をターゲットに販売会を開催する。当会で「日野市産業祭り」のブースを借り上げ、管内の意欲ある製造業者を優先的に出展する。

試食等も織り交ぜ、顧客の反応や意見を伺いながら販売する。販売実績や顧客等から寄せられた意見については、出店事業者と当会間で情報共有を行い、売れ筋商品や改良の必要な商品など、確認や分析を行い、今後の商品開発の参考とし、新たな需要の開拓を支援する。

【出展事業者】管内製造業者等2者

【販売品目】1者あたり2品以上

【売上目標】1者あたり5万円（5万円/者×2者=10万円）

②ビジネスマッチ東北参加事業 (BtoB)

宮城県仙台市の「夢メッセみやぎ」で行われる東北最大級の商談会「ビジネスマッチ東北」に出展する。当会では、商談会でのプレゼンや装飾、パンフレットが効果的になるように事前に研修会等の支援を行い、事後には、名刺交換した商談相手へのアプローチ支援等を行い、成約成立に向けた支援を行う。

【出展事業者】管内製造業等5者

【商談品目】1者あたり2商品以上

【成果目標】1者あたり1件

③紫波町グルメマップへの掲載及び配布（BtoC）

飲食店への掲載案内や印刷会社への製本の発注、配布や周知等を行う。町内のみならず、近隣自治体への配布や SNS やホームページ、新聞掲載による周知等を行い広く PR することで、町内外の消費者を管内に呼び込み、販路開拓を目指す。また、景品が当たるスタンプラリーやフォトコンテストを実施し、回遊性を高めて新規顧客獲得の効果をより向上させる。

また、「4. の需要動向調査」にもグルメマップを活用し、スタンプラリーにアンケートを付けることで消費者の需要動向を調査する。

【掲載内容】飲食店の場所、営業時間、問合せ先、おすすめメニュー等を写真付きで掲載。また、回遊性を高めるため、スタンプラリー企画や料理のフォトコンテスト企画等も行う。

【掲載事業者】管内飲食店 60 者

【発行部数】10,000 部

【配布先】掲載店舗、町内及び近隣宿泊施設、町内及び近隣公共施設等

【周知方法】ホームページ、Facebook、Instagram、新聞等

【成果目標】売上向上事業者 20 者

④SNS の活用

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、取り組みやすい SNS を活用し、宣伝効果を向上させるための支援を行う。また、どのような文章や写真をアップすれば良いのか、更新の頻度や更新する時間帯について等の指導を必要に応じて、専門家を派遣して支援する。

⑤EC サイト、ネットショップの活用（BtoC）

楽天や Amazon 等のショッピングサイト等の利用提案を行いながら、効果的な商品紹介のリード文・写真撮影、商品構成等の伴走型支援を行う。

また、EC サイトだけでなく、自社 HP によるネットショップ開設の支援も行う。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を行い継続した支援を行う。加えて、補助金の活用についても提案し、活用する場合は事業計画策定支援も行う。

II. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

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、毎年度2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「紫波町商工会経営発達支援計画事業評価委員会」を行ってきた。構成員は、外部有識者や金融機関、行政、商工会役員及び事務局長、地元の小規模事業者であり、この会議の中では、経営発達支援事業の評価のみならず、他地域での有効な取組事例や、事業者が求めているニーズなどを共有し、今後の支援のあり方に関する意見交換などを行っている。

[課題]

今後も、事業の評価、有効な情報共有の効果をさらに高めるため、年3回（年度初め、年度途中、年度末）開催し、定期的を実施することで、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、より計画の実行性を高める必要がある。

(2) 事業内容

- ・紫波町商工会経営発達支援計画事業評価委員会の開催（年3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。開催回数を年3回とし、定期的（年度初め、年度途中、年度末）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PDCA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効性や効果を高めることができる。

また、構成員は次のとおりとする。

【外部有識者】 合同会社地域計画 代表社員 熊谷智義 氏※

【小規模事業者】 地域で事業を行う小規模事業者1名

【金融機関】 管内金融機関1名

【紫波町】 紫波町商工観光課長

【県商工会連合会】 広域指導員1名

【紫波町商工会】 会長、副会長（1名）、事務局長

【法定経営指導員】 法定経営指導員

※ 熊谷智義氏は、地域計画コンサルタントとして、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、紫波町商工会経営発達支援事業評価検討会の外部有識者として適任である。

事業評価結果については、当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、年度末の事業評価委員会終了後にその年度の最終的な評価結果を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。また、紫波町とは年度始めや必要に応じて打合せを行い、密に連絡を取りながら事業の進捗状況の確認や見直しを行うことで連携しながら事業運営を行う。

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「経営支援能力向上セミナー」や中小企業大学校での研修等に必要に応じて職員を派遣してきた。また、岩手県商工会連合会でやっている OJT 制度（各ブロックの広域経営指導員が各商工会の対象職員（一般職員や経験の浅い経営指導員）に対して事業計画策定に関する指導を定期的（月に1回程度）に行う制度）を活用し、資質向上に努めてきた。

[課題]

事業計画策定における各職員の資質は確実に向上してきているが、職員によってレベルのばらつきが大きいことが課題となっており、事業者がどの職員から支援を受けても一定のレベル以上の支援を受けることができるようにする必要がある。また、これまでは IT やデジタル化に関するセミナー等をほとんど受けてこなかったため、今後は積極的に参加し、DX 推進に係る資質を向上させる必要がある。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

【経営支援能力向上セミナー】

経営指導員及び一般職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】

当会では、事業評価委員会において、事業計画の策定件数の増加と、そのための支援能力の向上が指摘されているため、中小企業大学校仙台校が実施する「事業計画策定セミナー」への参加を優先的に実施する。

【DX 推進に向けたセミナー】

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、経営指導員及び一般職員の 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、下記のような DX 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。

<DX に向けた IT・デジタル化の取組>

ア) 事業者にとって内向け（業務効率化等）の取組

RPA 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 IT 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

イ) 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 PR・情報発信方法、EC サイト構築・運用
オンライン展示会、SNS を活用した広報、モバイルオーダーシステム等

ウ) その他の取組

ZOOM や Live On 等を活用したオンラインでの経営指導等

②OJT 制度の活用

岩手県商工会連合会でやっている OJT 制度をこれまで同様活用し、広域経営指導員に定期的に対象職員に対する指導を、実際の事業計画策定支援を通して行ってもらおう。広域経営指導員は基本的に月に一度しか来ないので、経営指導員は連携しながら対象職員に対するフォローを行う。

また、それ以外でも職場内で支援経験の豊富な経営指導員と一般職員とがチームを組成し、巡回指導や窓口相談の機会を活用した OJT を積極的に実施し、組織全体としての支援能力の向上

を図る。

③職員間の定期ミーティングの開催

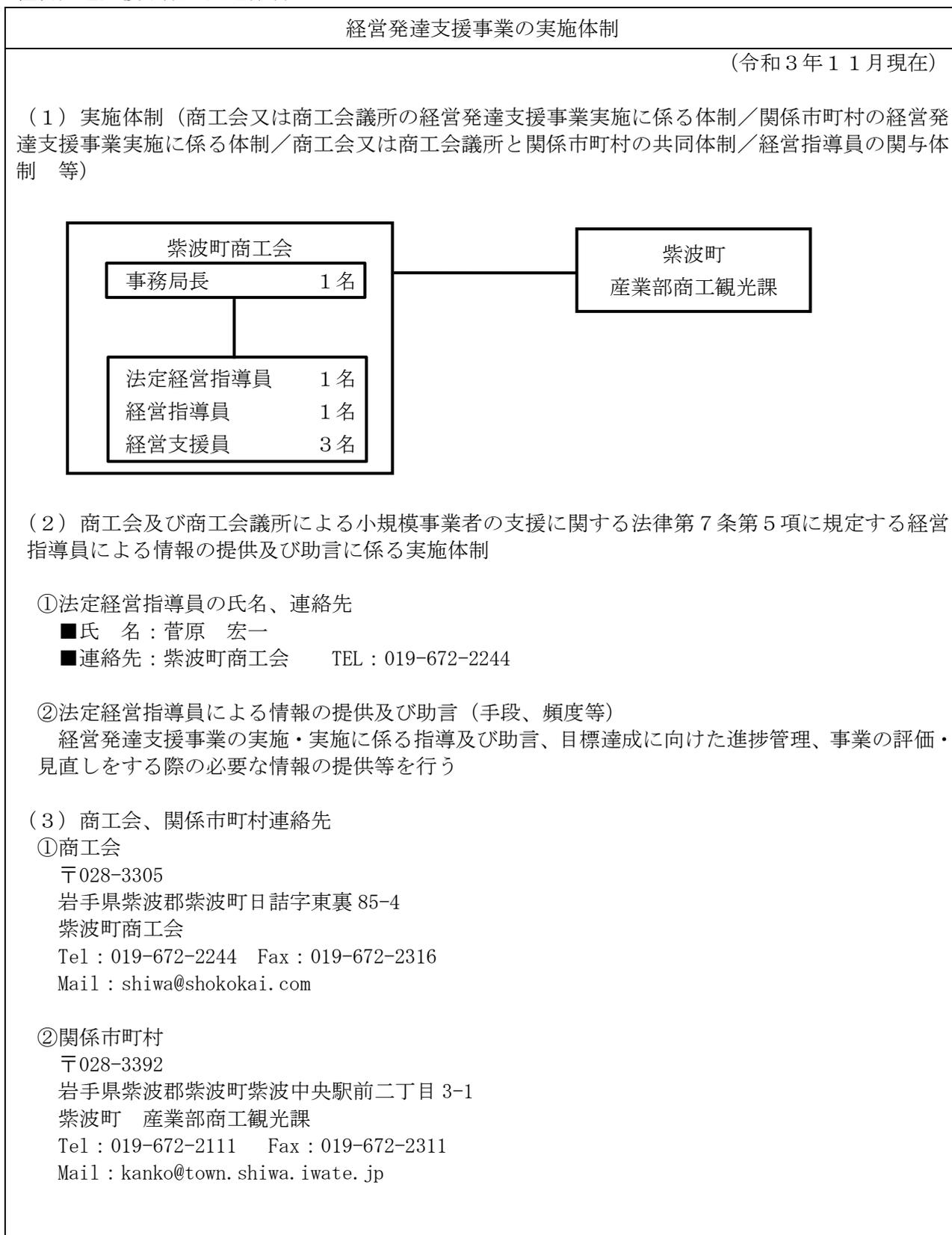
経営指導員研修会等へ出席した経営指導員が順番で講師を務め、IT 等の活用方法や具体的なツール等についての紹介、経営支援の基礎から話の引出し術に至るまで、定期的なミーティング（月 2 回、年間 24 回）を開催し意見交換等を行うことで、職員の支援能力の向上を図る。

④データベース化

担当経営指導員等が経営支援システム「Biz ミル」へのデータ入力を適時・適切に行い、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員が相互共有できるようにすることで、担当外の職員でも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内で共有することで支援能力の向上を図る。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(別表3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	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	4,260	4,260	4,260	4,260	4,260
専門家謝金	300	300	300	300	300
専門家旅費	60	60	60	60	60
展示会実施・出展費	700	700	700	700	700
委託・外注費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
印刷製本費	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200

(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、自己資金（会費、各種手数料収入）

(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 並びに法人にあつては、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