

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>野田村商工会 (法人番号: 3400005004944) 野田村 (地方公共団体コード:035033)</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>経営発達支援事業の目標 (1) 事業継続支援の強化と幅広い創業支援 (2) 計画経営の推進と計画的な個社支援の徹底 (3) 各種団体と連携した野田村の魅力発信及びマーケティング力強化による販路開拓支援</p>
<p>事業内容</p>	<p>経営発達支援事業の内容</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. 地域の経済動向調査に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・国が提供するビッグデータの活用 ・岩手県等の統計調査情報を活用した景気動向分析 4. 需要動向調査に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・商談会におけるバイヤーニーズ調査 (B t o B) ・「道の駅のだ」における消費者ニーズ調査 (B t o C) ・「野田村プチよ市」における消費者ニーズ調査 (B t o C) ・野田村「ワインの夕べ」における消費者ニーズ調査 (B t o C) 5. 経営状況の分析に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・現状把握と情報提供を通じた経営分析 6. 事業計画策定支援に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・D X推進セミナー・I T専門家派遣の開催 ・事業計画策定セミナー及びマーケティングセミナーの実施 ・事業計画策定個別相談会の開催 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・事業計画策定事業者への支援 ・創業者への支援 ・事業承継事業者への支援 ・販路開拓希望者への支援 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・地元消費者を対象としたテスト販売 (B t o C) ・商談会出展事業 (B t o B) ・w e bマーケティング支援
<p>連絡先</p>	<p>野田村商工会 〒028-8201 岩手県九戸郡野田村大字野田第19地割117番地 TEL: 0194-78-2012 FAX: 0194-78-2021 E-mail: noda@shokokai.com 野田村産業振興課 〒028-8201 岩手県九戸郡野田村大字野田第20地割14番地 TEL: 0194-78-2926 FAX: 0194-78-3995 E-mail: sangyo_suisan@vill.noda.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

野田村は、岩手県の北東部、北上山地の沿岸部にあり、北部及び西部は久慈市、南部は普代村及び岩泉町に接し、東部は太平洋に面した東西 11.3 km、南北 13.8 km、総面積は 80.80 平方 km である。

リアス式海岸の沖合は、親潮と黒潮が交差する有数な漁場となっている。

基幹産業は農林水産業であり、農業とりわけ畜産業においては、ゴマや海藻などの天然ミネラルを使用した拘りの餌や高い飼育レベルで管理された「南部福来豚」は年間約 5,200 頭出荷（令和元年度）

されていて、肉質の良い安心・安全な豚肉として評価されている。また、山ぶどうの生産も盛んであり、その生産量は県内でも有数なものとなっている。水産業は、サケ・マスの定置網漁とホタテ・ワカメの養殖事業が水産業生産額の 8 割を占めている。養殖魚種では、ホタテ貝 (247 t) (令和元年度)、ワカメ類 (107 t) (令和元年度) であり、「荒海ホタテ」ブランドの養殖が盛んとなっている。

平成 23 年 (2011 年) 3 月 11 日の東日本大震災の津波により、漁港や養殖施設などの生産手段に壊滅的被害を受けた。また、村中心部にある商店街や住居も壊滅的な被害を受けたが、10 年を経過し、中小企業者の復旧・復興は落ち着きを取り戻しつつある。

しかし、長期的には基幹産業である農林水産業においても、高齢化や後継者不足が深刻化し、地域経済の縮小が懸念される。

また、本村は三陸復興国立公園の一角を占め、観光事業として季節的に観光イベントを実施しているが、復興支援や視察等の落ち着きから最近では入込客数減少が続いている。

イ. 人口

野田村の人口は、昭和 35 年 (1960 年) の 5,935 人をピークに減少が続き、令和 2 年 (2020 年) には 4,144 人となり、60 年で 1,791 人減少している。(図表 1)

近年の推移を見てみると、平成 2 年 (1990 年) には、5,285 人、平成 12 年 (2000 年) には、5,195 人、平成 22 年 (2010 年) には 4,632 人、平成 27 年 (2015 年) には 4,149 人となっており、その後も減少傾向にある。特に、0 歳～20 歳の若年層の減少や、65 歳以上の高齢者の人口は増加傾向となっており、少子高齢化が進んでいる。昭和 35 年 (1960 年) から令和 2 年 (2020 年) までの人口推移は、以下の通り。

図表 1 野田村の人口 (人)

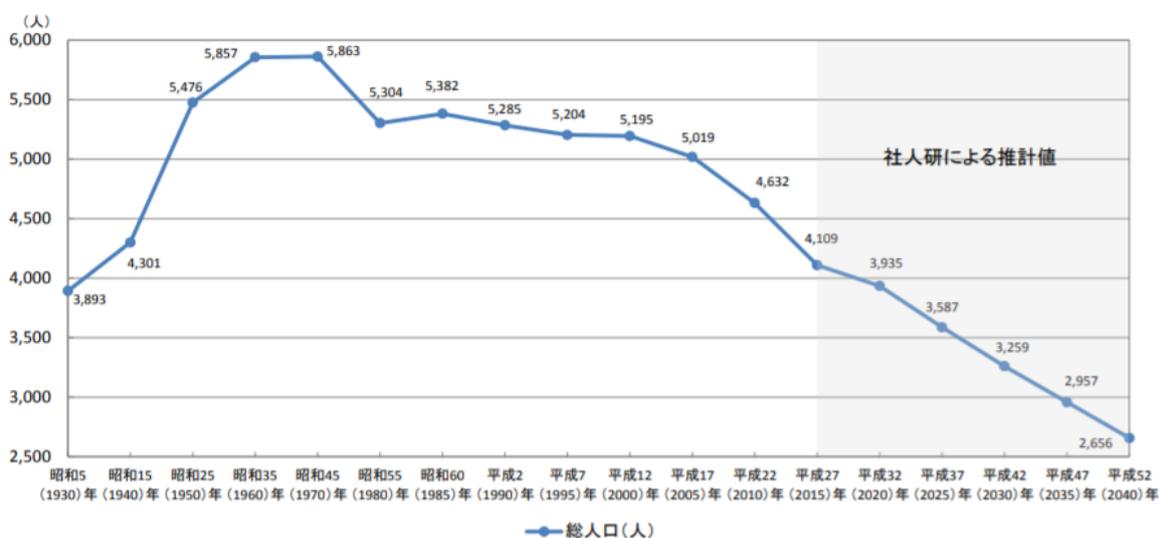
S35 年 (1960)	S45 年 (1970)	S55 年 (1980)	H2 年 (1990)	H12 年 (2000)	H22 年 (2010)	R2 年 (2020)
5,935	5,863	5,304	5,285	5,195	4,632	4,144

(資料：野田村村勢要覧)



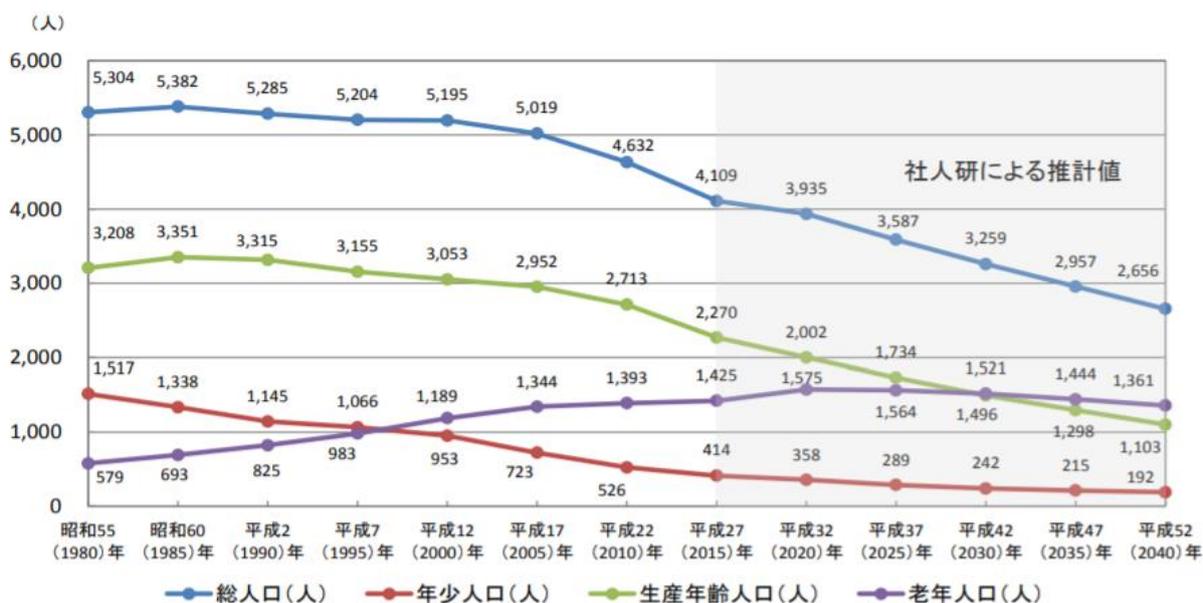
図表 2

図表 総人口の推移



資料：国勢調査（1930～2010年）、国立社会保障・人口問題研究所平成25年3月推計

国立社会保障・人口問題研究所の推計では、平成27年（2015年）以降も減少傾向が続き、令和22年（2040年）には、2,656人まで減少することが予想されており、人口減少がさらに進んでいくことが想定されている。（図表2）



資料：国勢調査（1930～2010年）、国立社会保障・人口問題研究所平成25年3月推計

老年人口（65歳以上）は、昭和55年（1980年）以降増加傾向にあり、平成22年（2010年）には、1,393人まで増加しました。推計では、令和2年（2020年）まで増加傾向が増加し、老年人口が生産年齢人口を上回る状況になると予測されている。

ウ. 産業

＜商工業者、小規模事業者の現状＞

「商工業者、小規模事業者の現状について」本計画の策定地点で、公開されている平成28年の経済センサスと、平成24年の経済センサスを比較検討する。

平成28年の経済センサスによると、野田村の商工業者数は133事業所となっており、内訳は、卸・小売業が44事業所と一番多く全体の33.1%を占めており、続いて、サービス業26事業所（19.5%）建設業24事業所（18%）という構成となっている。（図表3）

平成28年と平成24年の経済センサスを比べると、卸・小売が18.1%減少しており、逆に建設業においては、12.5%程度増加となっている。小規模事業者数においても、卸・小売業は減少しているのに対し、建設業は増加している同傾向となっている。（図表4）

図表3：商工業者数

年度	平成24年（2012）		平成28年（2016）		
	商工業者数	構成比	商工業者数	構成比	対24年比
建設業	21	15.6%	24	18.0%	12.5%
製造業	11	8.1%	8	6.0%	▲37.5%
卸・小売業	52	38.5%	44	33.1%	▲18.1%
サービス業	23	17.0%	26	19.5%	13.0%
その他	28	20.7%	31	23.3%	10.7%
合計	135	100%	133	100%	▲1.5%

（資料：経済センサス）

図表4：小規模事業者数

年度	平成24年（2012）		平成28年（2016）		
	商工業者数	構成比	商工業者数	構成比	対24年比
建設業	19	16.7%	22	19.9%	13.6%
製造業	10	8.7%	7	6.3%	▲30%
卸・小売業	39	34.2%	31	27.9%	▲25.5%
サービス業	22	19.3%	24	21.6%	9.1%
その他	24	21.1%	27	24.3%	13.0%
合計	114	100%	111	100%	▲2.6%

（資料：経済センサス）

＜建設業＞

商工業者数においては、平成24年の21社から、平成28年は24社と、12.5%の増加となっている。平成23年に発生した東日本大震災の影響により住宅や事業所及び施設や交通等の社会インフラが甚大な被害を受けたことから、復興需要により建設業者は多忙を極めていたが、震災から10年目を迎える現在は復旧工事や住宅（店舗）再建の需要は落ち着きを見せ、地域内市場の大きな伸長は厳しい状況となっている。

このことから、民間工事の減少に加えて公共工事の獲得競争が激化し、昨今の売上が減少している。加えて、人口減少のあおりを受けて従業員不足も深刻な問題となっていることから、今後、建設業者の持続的経営が懸念されており、事業の再構築を含めた事業計画の見直しも必要とされている。

<製造業>

村内には菓子から機器部品、縫製業という製造事業所が存在し、近年では、「のだ塩」や「山ぶどうワイン」等の食品製造や野田玉川鉱山から産出される鉱物である「マリンローズ石」を使った宝飾製造業があり、地域特産物として知名度を上げている。

震災の影響で店舗や工場に被害を受けた事業所も多く、復旧費用の返済に加えて新型コロナウイルス感染拡大により、販路の維持拡大に影響が出ており、経営状況や資金繰りの見通しが厳しい状況となっている。各事業所や商品特性に適した計画的な販路開拓を行っていくことが継続的な課題となっている。製造業者数は、平成24年の11社から、平成28年は8社となり、対24年比37.5%減少となった。

<卸・小売業>

卸・小売業は野田村において最も多い業種となっている。小売業は、主に食料品や衣料品等の小売店が多く、中心部に位置する店舗が多い状況である。しかし、三陸沿岸道路の開通により、商圏が近隣市町村（久慈・宮古等）に広がり、地域内の小売店舗売上の低迷等、大きな影響を及ぼしている。卸・小売業者数は、平成24年の52社から、平成28年は44社となり、対24年比18.1%減少となった。

<サービス業>

サービス業の状況は、理美容、クリーニング、自動車整備業等の生活関連サービスが中心となっている。特に、理美容と自動車整備業が多い傾向にある。サービス業者数を見ると、平成24年の23社から、平成28年には26社となり、対24年比13.0%増加となった。

エ. 交通

野田村では、三陸地域を縦断する国道45号線が主要な幹線道路となっていたが、東日本大震災以降、北は青森県八戸市、南は宮城県仙台市までを結ぶ「三陸沿岸道路」が工事区間完了後、随時開通している。

野田村区間は、令和3年度中に普代～野田～久慈間の工事完了予定で、これにより主要都市を結ぶ三陸沿岸道路の全線開通により三陸沿岸における交通網の利便性の飛躍的な向上が期待されている。

「国土交通省東北地方整備局 道路部」によると、三陸沿岸道路の開通による整備効果事例として、以下の6つの効果がホームページにて紹介されている。

<整備効果事例>

- 被災沿岸地域の復興・賑わいの創出を支援
- 地域経済を支える国内有数の鶏卵産産を支援

図表5：三陸沿岸道路等の状況



資料：国土交通省東北地方整備局
ホームページ

- 地域の基幹産業である水産業・水産加工業の振興を支援
- 沿岸地域を始めとした広域観光の振興を支援
- 観光資源へのアクセス向上による周遊型観光の活性化を支援
- 高次医療機関への安定した搬送に寄与

また、沿岸開発として復興道路全体効果は以下のとおりとなっている。

- 三陸沿岸道路の平均 IC 間隔は、4.6km と短く利便性が高い
- 9割以上が IC から約 10 分以内に整備され、高速道路による「コンパクト+ネットワーク」が実現し人口減少下において市町村間の連携や高速物流、観光、人口集積に大きな期待が集まっている。

一方で、鉄道として第3セクターの「三陸鉄道」の駅である「陸中野田駅」がある。

三陸鉄道はNHK連続テレビ小説「あまちゃん」で一躍有名になった鉄道であり、平成31年(2019年)3月23日に、岩手県久慈市～大船渡市までの全長163kmの日本で一番長い第三セクター鉄道となった。

三陸鉄道が開業したのは、昭和59年であり、大船渡市の盛駅から釜石駅までを結ぶ「南リアス線」と、宮古駅から久慈駅を結ぶ「北リアス線」が同時に運行を開始していた。その後、お座敷列車、こたつ列車などの企画列車を運行するなど地域に密着した取り組みを重ね、地元住民や観光客に愛されていた。しかし、平成23年(2011年)3月11日の東日本大震災津波により、全線不通になったが順次復旧し、平成26年(2014年)4月に全線の運行再開を果たしている。



道の駅のだ「ばあぷる」
(三陸鉄道 陸中野田駅併設)

当村にある「陸中野田駅」は「道の駅のだ」と併設されており、観光客の立ち寄りも多く物産発信地の場所ともなっている。三陸鉄道とコラボした観光商品等の企画が期待されている。三陸鉄道とタイアップしたツアーが村内事業所と大手旅行会社との間で企画されるなど、積極的な動きも具体的にみられている。

オ. 野田村の総合計画の引用

基本構想(平成28年～令和7年度後期基本計画)では商工業の振興について次のとおり記載されている。

<商工業の振興>

現況と課題

○本村の商業は、ほとんどが個人経営的な小規模事業者であり、多様な小売業態の展開に伴う競争の激化、消費者ニーズの多様化により消費購買力が流出している状態が続いていることから、経営体制の強化のため、野田村商工会(以下、「当商工会」という)の事業に助成を行っているほかプレミアム付き商品券の発行による地元購買力の向上に努めている。また、金融機関との連携により、村内の中小企業向けの融資枠を設定し、利子補給、保証料補給を行っている。

- 商工会で取り組んでいる「リメンバーホープビレッジねま〜る」（以下、「ねま〜る」という）を拠点としたまちなかの賑わい創出事業などに対し支援しており、プチよ市など各種イベントが行われている。
- 企業誘致のための支援のほか、起業、事業拡大を志す者への支援など、掘り起しのための商工会等との情報共有が必要である。
- 本村には「岩手野田村荒海ホタテ」、「のだ塩」、「山ぶどうワイン」、「マリンローズ」、「のだ焼」など、村の自然や伝統が生み出す様々な地場産業が存在し、継続的に地場産業のPRを積極的に行うとともに、販路拡大支援を行う必要がある。

図表6 商工業振興の施策の体系と方向

経営体質の強化	商工会事務局体制の維持強化のため、財政状況などに応じた支援をする。 村小口融資制度や地域新事業チャレンジ応援補助金を通じ、事業者の継続的経営及び業態拡大等を支援する。
新たな商業施設の整備	「ねま〜る」などを中心とした各種イベント開催を支援し、地元消費志向の拡大に努める。 事業者の業務効率化及び販路拡大のため、商工団体が行う研修、相談窓口体制の整備及び賑わいづくりに関する取り組みを支援する。
商業付帯施設の利用	買い物客のみならず住民が気軽に集える場づくりとしての商業活動支援や、景観整備などに対する取り組みを支援する。 消費購買力を喚起するイベントなどの開催のため、愛宕神社参道広場や村民広場、道の駅などのスペース活用を支援する。
企業誘致の促進	企業立地に係る情報収集に取り組むとともに進出意向のある企業には積極的な誘致活動を実施する。
地場産業の振興	村ならではの製品に関し事業者が行う販路の拡大、新商品開発への取り組みに対する支援策を検討する。 地場製品の認知度向上のため、野田村観光協会等と連携を強化し、魅力的な情報発信の方法等を検討する。

資料：『野田村総合計画基本構想・後期基本計画（令和3年度～令和7年度）』

<観光の振興>

現況と課題

- 本村の東側には、三陸復興国立公園に指定され美しい海岸線が広がる「十府ヶ浦海岸」が、西側には九戸久慈地方の北上山系では最高峰の「和佐羅比山」がそびえ立つ。十府ヶ浦海岸では古くから製塩が盛んに行われ、江戸時代には牛の背に塩をのせて和佐羅比山を抜け盛岡、雫石、そして秋田県の鹿角地方まで運ばれたことから、その運搬ルートは「野田塩べこの道」と呼ばれている。本村には自然豊かな観光資源が存在し、現在においてもその資源の有効活用を図るべく様々な取り組みが行われている。
- 「野田塩べこの道」を活用したイベントとしては、塩の道を歩こう会実行委員会主催のトレッキングツアーが年に2回開催されている。また、平成30年度にはトレイルランニングが開催され、村の歴史と文化が詰まったコースを全国から集まったランナーたちが駆け抜けた。今後も、村公式ウェブサイト等を活用したイベントの周知及び活動支援を継続する必要がある。

○玉川地区においては、日本有数のマンガン鉱床であった野田玉川鉱山の一部を観光坑道として公開している「マリンローズパーク野田玉川」がある。ここでは、採石の様子をうかがうことができるほか、鉱山で採れるバラ輝石の加工・販売も行っている。また、平成28年には同敷地内に「涼海(すずみ)の丘ワイナリー」が完成し、村内で採れた山ぶどうを活用したワイン醸造を行うなど、観光資源の有効活用等も図られている。



マリンローズ野田玉川

○東北地方の太平洋沿岸地域の豊かな自然環境を活用し、自然の驚異を学びながら東日本大震災からの復興に資することを目的に「みちのく潮風トレイル」が整備され、本村では平成27年8月に「野田一普代コース」が開通した。このような本村の優れた自然環境とのふれあいの機会や活用策の充実を図るとともに、環境保全に努めることが必要である。

○令和元年12月に三陸ジオパークが再認定された。三陸地域は、地球活動の歴史を実際に見ることができるジオサイトに恵まれており、ジオサイトを教育や観光活動などにいかす取り組みが必要である。

○平成30年1月、村とベアレン醸造所との間で「地域の未来創造と産業振興に関する連携協定」を締結した。村とベアレン醸造所との連携は協定締結以前から進めており、毎年5月には「ベアレン×野田村スプリングフェスト」を開催し、村内外から多くの来場者がある。また、のだ塩や野田産山ぶどうを使った新たなビールも作られている。今後も、プチよ市などのイベント開催及び支援を行い連携を強固なものにし、地域振興に繋がる施策の展開が必要である。

○観光・宿泊拠点施設である国民宿舎えぼし荘は株式会社のだむらを指定管理者として施設管理及び観光推進などを委託し、住民サービスの向上及び支援に努めている。

図表7 観光振興の施策の体系と方向

観光資源の魅力向上	<p>地域の特色である海・山・里の文化をいかした観光地づくりを推進するため、観光施設等の適切な維持管理に努める。また、野田村観光協会と連携し、体験観光コーディネーターや観光ガイドの育成など、受入れ体制の強化を図る。</p> <p>イベントの開催については、常に時代のニーズに合わせた企画・研究を進めるとともに、新たなイベントの実施の在り方及び住民の積極的な参画の手法について検討を進める。</p> <p>関係機関と連携し、「塩の道歩こう会」の継続を図るとともに、他のイベントとの相互連携、更なる地域固有の歴史及び文化資源の一層の掘り起しなど、イベントの活性化及び付加価値の構築に努める。宿泊観光拠点である国民宿舎えぼし荘の円滑な運営を支援するとともに、魅力ある宿泊施設や人にやさしい観光地づくりの推進及び支援に努める。また、観光案内看板などの多言語表記やみちのく潮風トレイル関連の案内表示の拡充及び各種サービスの向上に努める。</p>
-----------	---

観光PRの強化	<p>多様化する観光ニーズに対応し、本村の魅力を発信するため、インターネットなどの各種媒体を活用した効果的な情報発信に努め、関係機関・団体との連携を強化し、観光案内標識の整備など総合的な情報発信を図る。</p> <p>各イベント・企画のテーマ性を高め、固定的な参加者の確保を図るとともに、若者や高齢者など、年代を絞り込んだイベント・企画の開催を図る。東北新幹線及び高速道路沿線からの誘客を狙った観光PRを推進するため、広域圏が連携して一丸となり、外国人を含めた観光客の誘致活動を図る。</p>
広域観光の推進	<p>三陸ジオパーク推進協議会や三陸復興国立公園協会などの広域観光を目的とした団体に参画し、市町村域や県域を越えた観光ツアーの造成など、幅広い連携を図り、広域観光を目的とした観光客等の誘客を推進する。</p> <p>みちのく潮風トレイルや三陸ジオパークなど広域的な取り組みを推進する。</p>
特産品の開発	<p>特産品である「のだ塩」の生産拡大を支援するとともに、工芸品や民芸品が持つ特性やストーリーをいかした情報発信及び販売支援に努める。新たな地場産品の掘り起こしを進めるとともに、村ならではの郷土食や地場産品を浸透させるため、産業団体と連携したイベントの開催や事業者の物産展等への参加を支援する。</p>

資料：『野田村総合計画基本構想・後期基本計画（令和3年度～令和7年度）』

図表8 主な観光施設の入込数

単位：人

区分	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度
観光物産館ばあふる	252,564	240,223	259,861	233,293
国民宿舎えぼし荘	26,482	27,123	25,720	24,785
宿泊	13,654	14,232	12,161	12,335
日帰り	12,828	12,891	13,559	12,450
アジア民族造形館	617	530	513	439
玉川野営場	55	40	43	196

資料：『野田村総合計画 観光施設入込数（平成28年度～令和元年度）』

カ. 野田村商工会のこれまでの取り組み

当商工会は、平成28年度から令和3年までの5年間を期間とした経営発達支援計画（第1期）の認定を受け、第一期計画の事業方針の実現を図るべく事業を実施してきた。

特段、事業計画策定支援を強化するべく、地域経済の経済動向調査及び観光客や土産品・宿泊施設に関する調査結果を活用し、施策活用を提案、対象企業の経営分析を実施して小規模事業者持続化補助金申請に係る事業計画の策定や経営革新計画の策定、さんりくチャレンジ推進事業（県復興局事業）を活用し、創業者や新規事業推進者の事業計画策定を行い、新たな展開を模索する事業者の個社支援に注力してきた。

また、集団指導としては、物産展や商談会における販路開拓を効果的に実施すべく、事前準備支援から現場指導、フォローアップを一環として段階的・戦略的に支援を行って来た。

具体的には、事業計画策定セミナー（事前計画）、売り場改善指導（物産展や商談会参加に係る現場改善）、SNS活用セミナー（事前周知・事後フォロー）を実施した。

加えて、平成24年～平成29年まで全国展開事業を実施し、地場産品を利用した商品開

発の構想や展開に注力してきた。このような取り組みの結果として、事業者の事業計画の意識の向上が見られ、特段、経営革新認定事業者や各種補助金活用事業者に係る販路拡大に成果がみられるようになってきた。具体的には物産展や商談会における売上や新規取引先の獲得等がある。

一方で、バイヤーや新規顧客からは既存商品や新商品開発に関するブラッシュアップに対する声も多数あり、これまでの取り組みに増してマーケットイン思考とマーケティングに係るノウハウの習得が必要とされていた。

また、新型コロナウイルスの流行により、軌道にのりかけた販路開拓（商談会や物産展支援）が、次々と中止・縮小に追い込まれたことから、経営の見直しが必要とされている。今後は、新型コロナウイルスの動向を鑑みながら三陸沿岸道路の開通等の外部環境の変化に対応しつつ、観光と連動した物産振興の重要性が増してくると想定される。このことは製造業者に限らず、復興需要の終焉に直面する建設業や消費流出に悩む小売・サービス業にも同様と言える。

②課題

ア. 人口減少と高齢化が引き起こす産業の地盤沈下への対応

<事業者の高齢化に係る事業承継の促進>

当地域の実態として、人口減少や少子高齢化による生産年齢人口の減少は、当村の産業における従業員の確保をますます難しくしており、加えて経営者の高齢化による廃業が進めば雇用機会の喪失が懸念され、産業活力が失われると地域内での消費活動の低下がますます加速することで、地域産業全体の地盤沈下につながる恐れがあることから、事業承継を促進していくことは喫緊の課題となっている。

<幅広い創業支援>

一方で事業主の高齢化による事業承継の問題や新たな創業者の創出に関する問題も顕在化してきている。消費の地域外流出に歯止めをかけて、野田村の地域内経済循環を守っていくためには、第一次産業者を巻き込んだ事業計画策定の意識向上を図る取り組みにより、新しい視点での創業者の掘り起しを行っていくことが必要不可欠である。

イ. 持続的経営を可能にする経営改善支援

<社会環境変化に対応した計画経営の促進>

東日本大震災以降、復興工事による需要が拡大し、特に建設業を中心に売上も順調に推移してきたが、今後は、復興工事の終了により、公共工事が大幅に減少することから、これらへの対応が急務である。

また、三陸自動車道の開通により商圈は拡大するが、近隣都市への消費の流出も懸念されるとともに、新型コロナウイルスの影響による非対面型のビジネスモデルが進行すれば、さらに町内での消費行動は減少すると予測される。

これらのことから、早期に経営環境の変化に対応する事業計画または事業再構築計画を策定していく必要がある。

<事業者に応じた中小企業施策の提案>

計画経営を推進していく上で、中小企業施策の効果的な活用は必要不可欠なものである。一方で、中小企業施策を効果的に活用していくためには、各事業者の成長段階に応じて適切でタイムリーな施策を提案していく必要がある。

その為には、事業計画策定はもとより、フォローアップを強化しながら、事業所の経営状態を伴走的に把握していくことが必要とされる。

ウ. 地域産品と観光資源の情報発信が不十分

<観光物産に係るネットワーク構築及び連携による発信力の強化>

地域の特産品としては「野田塩」「山ぶどうワイン」「荒海ホタテ」等があるものの、一次産品の特性を生かした商品数は少なく、また、情報発信力が弱いため、村外の訪問客が野田村に立ち寄った際の飲食や観光による関連消費に結びつかないなど、地域の経済振興につなげることが十分に出来ていない。

消費人口の流出や三陸沿岸道路の開通、ひいてはアフターコロナという外部環境の変化を鑑みながら、各種団体、行政等と広域的な視野を持ち、連携を深めながら観光物産の発信を行う必要性があり、各事業者としてもDX等デジタル化の活用を通して地域の観光物産発信が必要不可欠となっている。

<継続的な消費者ニーズの掘り起しとマーケティング力の強化>

これまでの販路開拓支援において、地域物産の商品に係る市場の反応は一定の評価があるものの、さらに改良が必要とされる意見や希望があった。このことから、市場ニーズを継続的に把握し、事業者自身のマーケティング力を強化していく必要性がある。

(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

村内の小規模事業者は減少傾向にあり、人口減少や少子高齢化、加えて復興需要の終焉や新型コロナウイルス等の厳しい外部環境により様々な経営課題に直面し、苦しい経営状況が続いている。野田村は農林水産資源や歴史的観光資源を有しているが、その強みを十分に発揮出来ていない。

このことを受けて、向こう10年間の小規模事業者の長期的な振興のあり方として、計画策定と計画に基づいた経営の推進、需要を見据えたビジネスモデルの再構築、需要開拓の支援等を実施し、地域の総合経済団体として小規模事業者に寄り添い、将来にわたって持続的に発展できるよう支援していく。

また、地域特産品と観光資源の魅力的な販路開拓と発信により、地域経済の活性化を目指していく。当商工会では、商工会に求められる役割と、地域経済の課題、野田村が定める総合計画を踏まえ、地域内の小規模事業者の長期的な振興のあり方を下記のとおりとする。

- ア. 事業承継や第一次産業者の業種転換等の支援を通じて、地域の小規模事業者およびその経営基盤の新陳代謝を促進し、当村の産業活力を向上させる。
- イ. 地域・社会の変化に合わせたビジネスモデルの再構築を行おうとする小規模事業者を支援することで企業の持続的な経営に寄与する。
- ウ. マーケットインの考え方を浸透させ、地域資源の活用や新商品の開発により、野田村ブランドとなる商品づくりを支援するとともに、情報発信力の強化を図り、販路を拡大する小規模事業者を増加させることを図る。
- エ. 小規模事業者が、観光ニーズや地域資源に適した商品やサービスの提供を行うとともに、各種団体のネットワーク化により、波及効果が地域全体に及ぶことを図る。

②野田村総合計画との連動性・整合性

野田村総合計画（基本構想）では、地域活力を創造する産業を目指して、商業団体と連携して街中の賑わいを創出するとともに、消費者の多様化する需要動向に対応した経営改善などの支援に努めることとなっている。

需要動向に対応した経営支援については、マーケットイン思考を重視した事業計画支援を推進することで地域資源を活用した特産品・サービスの開発・育成を強化し、さらなる販路開拓について継続的・一貫的に支援を行っていくことが重要となっている。

また、変化の著しい外部環境に適応し事業継続を実現させることで域内消費者に寄与する為、事業所の事業再構築や新事業展開及び事業承継について伴走的に支援し、経営体質の強化を図り地場産業の底上げを促進する必要がある。

一方、地域活力を創造する産業を目指す取り組みについては、三陸沿岸道路の開通をビジネスチャンスと捉え、「十府ヶ浦海岸」や「みちのく潮風トレイル」などの恵まれた自然環境や「マリンローズパーク野田玉川」や「涼海（すずみ）の丘ワイナリー」等の物産に関わりの強い観光地について、広域的な観光資源のネットワーク化及びPR活動を連携強化することにより観光資源の魅力向上を展開していくことで効果的な個社支援の実現を目指す必要がある。

また、野田村のまち・ひと・しごと創生総合戦略において目標とする、くらしの進化、なりわいの進化についても、管内の個々の事業者が有する強みを結集し、野田村全体としての魅力発信に努めることで地域内需要に繋がるものと考えられる。

以上の、野田村総合計画や、野田村まち・ひと・しごと創生総合戦略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、連動するものであり、それぞれの計画における目標達成に向け、野田村、野田村商工会などの関係事業者が相互に連携を図りながら実施するものである。

③商工会としての役割

野田村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ることから、中小企業施策等の普及に努め、経営改善普及事業により伴走的な個社支援を強化していく責任がある。

社会の変化に対応し、地域資源や個社の強みを活かしつつ、伴走型支援により事業者の持続的発展を実現する為には、事業者の事業計画策定に対する意識を向上させ、計画的な支援を行っていかねばならない。一方で、各種団体や行政と連携し、広域的なネットワークを視野に入れながら地域振興事業について創造・協働していくことが必要である。

(3) 経営発達支援事業の目標

上記(1)及び(2)を踏まえ、野田村の産業活力の向上のため、小規模事業者の事業承継を含めた持続的経営とマーケットインを重視した創業・新事業の展開を推進することを目的として、野田村商工会の今後5年間で達成すべき目標を以下の3項目に定める。

①事業継続支援の強化と幅広い創業支援

事業承継支援を促進し、第一次産業従事者等を含めた幅広い創業支援を展開する。

②計画経営の推進と計画的な個者支援の徹底

事業再構築を含めた計画経営を推進し、伴走支援によるフォローアップを強化し、中小企業施策の効果的な活用を促す。

③各種団体と連携した野田村の魅力発信及びマーケティング力強化による販路開拓支援

広域連携も視野に入れ、連携強化による野田村の魅力を発信していく。また、マーケティング力の強化により販路開拓を効果的に展開していく。

【村内の主な地域物産】



【野田玉川鉱山のマリンローズ商品】



【山ぶどうワイン】



【のだ塩】



【純生ロール】



【くずバー】



【手づくり黒豆みそ】

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事業継続支援の強化と幅広い創業支援

【目標達成の為の方針】

高齢化が進む村内事業者に対して、計画的な事業承継を推進するべく各種団体や専門家と連携しながら事業承継計画策定及び伴走型フォローアップにより、円滑な事業承継に向けた支援を実施する。

また、野田村の基幹産業は農林水産業であり、事業意欲を見せている若手の第一次産業者も存在することから、事業計画策定セミナー等の参加呼びかけを通して創業者の創出に努めていく。

- ア 需要動向調査を核とした市場分析の徹底によるニーズ把握
- イ 徹底した経営資源の把握による事業承継計画の策定支援
- ウ やる気ある各種団体や第一次産業従事者等の掘り起し

②計画経営の推進と計画的な個者支援の徹底

【目標達成の為の方針】

地域内の人口減少や三陸沿岸道路の開設、新型コロナウイルスの流行等を始めとした外部環境の変化や新たなニーズに対応して販路の拡大を支援する為、需要動向調査や市場分析を徹底し、消費者の潜在需要を含むニーズの把握に努め、経営改善計画のみならず事業再構築計画といった事業計画策定を効果的に推進する。

事業計画策定後は効果的な事業推進に寄与していくため、事業計画のアクションプランに則して専門家派遣を段階的に実施することにより専門性の高い指導を実現させ、新たなニーズに対するマーケティング力を強化していく。

- ア 持続的発展に寄与する事業再構築を含めた事業計画策定の推進
- イ 専門家派遣等を効果的に活用したフォローアップ及びマーケティング力の強化
- ウ 中小企業施策提案の徹底

③各種団体と連携した野田村の魅力発信及びマーケティング力強化による販路開拓支援

【目標達成の為の方針】

野田村及び野田村観光協会等とタイアップを行うと共に、久慈地区や近隣市町村といった広域連携を視野に、各種イベントや企画を通して協働し、野田村の地域資源の魅力発信に努めると共に物産の認知度の向上と市場浸透、ひいてはブランド力のアップに努める。

具体的には、関係団体と効果的な地域資源の活用等について、野田村全体の活性化に繋がる課題を協議、共有し、専門家活用や成功事例のノウハウ学習によりワンチームとして観光客の誘客や交流人口の増加に効果的な取り組みを促進し、新たなイベントや企画、PRについての協働を協議していく。商工会は、地域唯一の経済団体として連携する行政や各団体ネットワークの結束点としての役割を果たしていく。

また、「野田まつり」「野田村プチよ市」に代表される既存イベントにおいては、事業計画に

資する消費者ニーズ調査や販路開拓支援など個店強化に繋がる取り組みを強化していく。

製造業者等が販売する商品について、商談会や物産展の出展により新規取引を開拓するとともに、観光客や地元客に対する販売会を実施し、新たな売上を創出する。

具体的には、事前指導・現場指導・事後指導の一貫した支援を重要視し、各フェーズにおいて集団指導や個別指導を効果的に実施することで戦略的な販路開拓支援としていく。

また、商談会や物産展への出店はもとより、w e b 商談会等を活用した新たな非対面型取引支援についても促進していく。

さらには、各商品のブランド力の強化を図るため、各事業所がw e b を有効活用し、商品の認知度を高めるとともに、市場浸透が効果的に行えるようにw e b を活用し、商品のブランド力を高める為の支援を行っていく。

- ア 地域資源活用ネットワークの結束点としてリーダーシップを発揮
- イ 地域振興事業と連動した地域資源の魅力発信
- ウ 戦略的で一貫した販路開拓支援の継続（商談会・物産展）
- エ ウィズコロナ及びアフターコロナを視野に入れた販路開拓支援
- オ SNS等w e b マーケティングを活用したブランド力の強化と市場浸透の促進

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]

これまで当商工会は、地域の経済動向調査の一つとして、中小企業景気動向調査（岩手県商工会連合会の受託事業）を四半期ごとに15社を対象に売上、利益、資金繰り等の景況調査を実施してきた。また、中小企業経済白書・小規模企業白書（中小企業庁）及び月刊商工会（全国商工会連合会）等の機関紙の各種統計資料について巡回時や窓口相談時に情報を提供してきた。

[課題]

現在行っている地域の景気動向調査・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、外部環境の変化が著しい近年において、更に分析や情報を充実させていく必要があり、ビック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、経営改善または新事業推進に係る事業計画策定等個者支援に積極的に活用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	—	4回	4回	4回	4回	4回

(3) 事業内容

①国が提供するビッグデータの活用

当地域において、直接的な観光関連事業者や観光客等をターゲットとした地域資源を活用した商品の製造業者・販売業者等の、効果的な事業計画策定に資し、限られたマンパワー等の内部資源を適切に配分し効率的な持続的経営を実現するため、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、年1回公表する。

【調査手法】経営指導員が「RESAS」（地域経済分析システム）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」→人の動き等を分析

・「産業構造マップ」→産業の現状等を分析

⇒上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

②岩手県等の統計調査情報を活用した景気動向分析

地域の景気動向や、業種ごとの売上、資金繰り状況等についてより、詳細な実態を把握するため、岩手県、全国商工会連合会等から提供される次の資料について、分析を行い、当商工会のホームページに四半期ごとに公表する。

- 【調査資料】・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」
- ・日本政策金融公庫総合研究所が四半期ごとに行う「景気動向調査」

- 【調査項目】・中小企業景気動向調査：売上額、採算、資金繰り、業況
- ・景気動向調査：売上額、採算、資金繰り、借入、経営上の問題点、設備投資、価格動向

(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。
- 事業計画策定支援等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]

これまで当商工会は、商談会や物産展に出展し、バイヤーからのニーズ収集や消費者からのアンケート調査を行い、商品及びデザイン等のブラッシュアップを行いながら販路拡大支援を行ってきた。

[課題]

催事等、消費者の購買意欲が高い場所でアンケート調査を実施してきたが、消費者ニーズの効果的な情報を収集することに改めて難しさを感じた。対象商品に係るターゲットを絞り込み、潜在需要の取り込みも含め、事業計画策定支援において効果的に活用出来るニーズ調査をさらに深掘りをして実施することが必要である。

特に、利用（消費）シーンを想定した既存商品のブラッシュアップや、地域素材を使った新商品の開発に貢献するニーズ調査が必要となっている。

(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商談会における調査対象事業者数	2者	3者	3者	3者	3者	3者
②「道の駅ぱあふる」における調査対象事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者
③野田村プチよ市での調査対象事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者
④野田村「ワインの夕べ」での調査対象事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者

(3) 事業内容

①商談会におけるバイヤーニーズ調査（B to B）

「いわて食の大商談会」に参加するバイヤーを対象とし、飲食、食品製造事業者を中心に商品の試食・アンケート調査を実施し、新商品の開発や改良に繋げる。

【サンプル数】 対象1商品あたり、来場者20名程度とする。

【調査手段・手法】 「いわて食の大商談会」に参加するバイヤーを対象とし、食品製造業者を中心とする管内食品製造業者等が製造する商品の試食・アンケート調査を実施し、調査票の作成や実施手法については経営指導員が支援を行う。

【分析手段】 調査結果は、経営指導員等が分析する

- 【調査項目】 ①商品の味、②食感、③大きさ・容量、④ターゲットイメージ（利用シーンのイメージ）、⑤パッケージデザイン、⑥価格等
- 【分析結果の活用】 調査結果は、商品ごとに結果を整理・分析し今後の事業計画策定に役立てる。

②「道の駅のだ」における消費者ニーズ調査（B t o C）

「道の駅のだ」を利用する一般消費者を対象とし、製造業者等を対象に販路拡大や新商品開発を目的にニーズ調査を行う。

- 【サンプル数】 対象1商品あたり、30名程度とする。
- 【調査手段・手法】 「道の駅のだ」において、既存商品や新商品等について試食・アンケート調査を行う。調査票の作成や実施手法については経営指導員等が実施する。
- 【分析手段】 調査結果は、経営指導員が分析する。
- 【調査項目】 ①商品認知度、②デザイン、③価格、④顧客属性
※なお、調査項目は形態に応じて、経営指導員等がヒアリングを行う。
- 【分析結果の活用】 調査結果は、商品ごとに結果を整理・分析し今後の事業計画策定に役立てる。

③「野田村プチよ市」における消費者ニーズ調査（B t o C）

4月～10月の毎月最終土曜日に開催している「野田村プチよ市」において、一般消費者を対象とし食品製造業者等を対象に販路拡大や新商品開発に繋げる。

- 【サンプル数】 対象1商品あたり、来場者20名程度とする。
- 【調査手段・手法】 「野田村プチよ市」において、既存商品や新商品等について試食・アンケート調査を行う。調査票の作成や実施手法については経営指導員等が実施する。
- 【分析手段】 調査結果は、経営指導員が分析する。
- 【調査項目】 ①商品の味、②食感、③大きさ・容量、④パッケージ、⑤価格、⑥顧客属性
- 【分析結果の活用】 調査結果は、商品ごとに結果を整理・分析し今後の事業計画策定に役立てる。

④野田村「ワインの夕べ」における消費者ニーズ調査（B t o C）

毎年、秋頃に開催されている、野田村特産のワインを飲む会「ワインの夕べ」において、一般消費者を対象とし販路拡大や新商品開発に繋げる。

- 【サンプル数】 対象1商品あたり、来場者20名程度とする。
- 【調査手段・手法】 「ワインの夕べ」の来場者に対し、既存商品についてアンケート調査を行う。調査票の作成や実施手法については経営指導員等が実施する。
- 【分析手段】 調査結果は、経営指導員が分析する。
- 【調査項目】 ①商品の味、②容量、③パッケージ、④価格、⑤顧客属性、⑥飲む頻度、⑦消費シーン、⑧適した料理（食事）
- 【分析結果の活用】 調査結果は、商品ごとに結果を整理・分析し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]

これまでは、巡回や窓口などで、事業者の依頼に基づき、記帳、決算指導、税務等の相談、補助金活用相談（小規模事業者持続化補助金等）や金融相談によるものが多く、巡回によるヒアリングシートを活用し経営状況に関する情報収集を行ってきたが、時間的制約もあることから、主に申請に関係する部分の経営状況の分析となっている。

[課題]

本来は、補助金等の申請のみではなく、経営状況の全体的な部分について定期的に状況を把握するためのものであるため、分析には、定量分析や定性分析といった内容を分析することが必要である。

今後は、定期的に実施する必要があることや、全体的な分析が必要であることを事業者に理解していただく必要がある。事業計画策定に繋がるように当商工会と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
①経営分析 事業者数	—	20者	20者	20者	20者	20者

(3) 事業内容

①現状把握と情報提供を通じた経営分析

小規模事業者に対して、経営指導員等が巡回訪問や窓口相談、決算指導、中小企業施策活用提案を通じて、現状、要望等を踏まえ詳細に現状分析しながら、経営分析の重要性を説明し、専門家派遣等を活用しながら、経営状況の分析を行う。

【対象者】 小規模事業者の中で、需要動向調査を実施した事業者及び事業の持続的発展を目指す事業者を対象とする。小規模事業者の20者を選定する。（経営指導員1名×1名あたり20者）

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

≪財務分析≫ 直近3期分の収益性、生産性、安全性および成長性の分析

≪非財務分析≫ 下記項目について、事業者の内部環境における強み、弱み、事業者を取り巻く外部環境の脅威、機会を整理する。

(内部環境)		(外部環境)
・商品、製品、サービス ・仕入先、取引先 ・人材、組織 ・顧客分析等	・技術、ノウハウ等の知的財産 ・デジタル化、IT活用の状況 ・事業計画の策定・運用状況	・商圏内の人口、人流 ・競合 ・市場/業界動向 ・PEST等

【分析手法】経済産業省の「ローカルベンチマーク」、中小機構の「経営計画つくるくん」等のソフトを活用、経理システムの機能を活用し、経営指導員等が分析を行う。非財務分析はSWOT分析のフレームで整理する。

（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事業者に対してフィードバックし、事業計画の策定や事業承継計画の策定に活用する。
- 分析結果は、データベース化し内部で共有することにより、経営指導員等のスキルアップを図るとともに、効果的な伴走型支援に繋げる。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

これまで事業者の経営課題を解決するため、巡回や窓口相談時に事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起こしを行い、経営分析・需要動向調査の結果を踏まえ、時には広域経営指導員、専門家、金融機関等と連携した伴走型支援を行ってきた。

[課題]

第1期の経営発達支援計画の中で、事業計画策定セミナー（集団・個別）を実施してきた結果、事業計画の普及啓発は一定の成果を見せているが、さらに販路を拡大するためにはマーケティング力や発信に関して支援が必須と考えている。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者の計画経営の推進の為、決算指導や持続化補助金等の申請等における経営指導相談を通して、岩手県商工会連合会が広域的に推進している企業支援計画書を活用作成しながら、経営状況の分析を企業に促し能動的な事業計画の策定を浸透させていく。具体的には、(4. 経営状況の分析に関すること) 経営状況の分析を行う 20 事業者の 5 割程度/年の事業計画策定を目指す。

特段、公共事業の減少に苦慮する建設業や販路拡大に悩む製造業、ひいては消費流出に苦しんでいる小売・サービスの立地産業を中心に事業計画策定を促していく。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」を踏まえることとする。

事業承継については、後継者を含めた関係者の理解を得ることや今後の課題等を検討し、事業承継診断等を通じて、スケジュールや将来の数値目標について、専門家と連携を取りながら計画を立案する。

事業計画に並行して、DXセミナーを行うことでデジタル化による小規模事業者の競争力の維持・強化等を目指す。また、創業支援として、創業予定者はもとより各種団体や第一次産業従事者にも拡大して事業計画策定セミナー等集団指導への参加を声掛けしていく。具体的には、地域素材を活用した商品の製造業者や各種団体、行政に協力を依頼し、裾野を広げていく。

(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 DX推進セミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回
② 事業計画策定セミナー及びマーケティングセミナー	1回	3回	3回	3回	3回	3回
③ 事業計画策定個別相談会	—	3回	3回	3回	3回	3回
事業計画策定事業者数	—	10者	10者	10者	10者	10者
創業計画策定事業者数	—	1者	1者	1者	1者	1者
事業承継計画策定事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者
合計	—	14者	14者	14者	14者	14者

(4) 事業内容**①「DX推進セミナー・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ECサイト構築運用等の取組を推進していくために、セミナーを開催する。

【開催内容】 年に1回（10月を予定）の開催を行う。クラウドサービスやAIの活用、SNSを活用した情報発信について、小売業や製造業を対象に集団セミナーを開催する。

【募集内容】 企業巡回、会員向けの会報及び野田村商工会ホームページ等を通じて周知を行う。経営状況の分析を行った事業者については巡回等で個別に参加を促す。

【開催回数】 年1回（8者程度を予定）

【対象】 小売業や製造業及びDX活用予定の事業者

【内容】 法定経営指導員等が中小企業診断士等の専門家を交えて、DX推進セミナーを開催し、小規模事業者の事業発展につなげていく。

【支援手法】 小規模事業者が今後、DX推進セミナーを通じ、ITツールの導入やwebサイト構築運用等の取組を行い今後の事業計画策定の一助として支援を行う。

【セミナー（カリキュラム）の内容】

- ・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サイトの利用方法等

また、セミナーを受講した事業者の中から取組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。

②事業計画策定セミナー及びマーケティングセミナーの実施

小規模事業者の計画経営の推進及び持続的発展を支援するため、事業計画策定セミナー及びマーケティングセミナーを開催する。

- 【開催内容】 年に3回事業計画策定セミナー及びマーケティングセミナーを実施する。
- 【募集方法】 企業巡回、会員向けの会報及び野田村商工会ホームページ等を通じて周知を行う。経営状況の分析を行った事業者については巡回等で個別に参加を促す。募集に当たっては、各種団体、行政、事業所と連携し広く創業予定者を募集していく。
- 【開催回数】 年3回
- ・事業計画策定セミナー
 - ・マーケティングセミナー
 - ・SNS活用等webマーケティングセミナー
- 【対象】
- ・事業承継を控えた事業者
 - ・創業予定者（第一次産業従事者及び各種団体従事者含む）
 - ・事業計画または事業再構築計画策定が必要と判断される事業者
 - ・中小企業施策活用を予定している事業者
 - ・販路開拓に注力したい事業者
- 【内容】 マーケティングの専門家及びSNS活用等webマーケティングの専門家を招聘し、集団指導により、マーケティングノウハウの取得を図る。
- 【支援手法】 事業計画策定セミナー及びマーケティングセミナーを実施することにより、マーケットインを重要視した計画策定支援を行うとともに、SNS活用等webマーケティングセミナーを実施することで効果的な販路拡大を目指し、計画策定から実行まで一貫して支援を行う。

③事業計画策定個別相談会の開催

経営状況の分析を行った小規模事業者をターゲットに、事業計画策定個別相談会を開催する。

- 【開催内容】 年に3回の事業計画策定月間を設け、事前に経営状況の分析などを行い、個別に事業計画策定相談会を開催する。
- 【募集方法】 企業巡回、会員向けの会報及び野田村商工会ホームページ等を通じて周知を行う。経営状況の分析を行った事業者については巡回等で個別に参加を促す。各種団体、行政、事業所と連携し、広く創業予定者を募集していく。
- 【開催回数】 年3回（1月：4者、7月：5者、9月：5者、合計14者を予定）
- 【対象】
- ・事業承継を控えた事業者
 - ・創業予定者（第一次産業従事者及び各種団体従事者含む）
 - ・事業計画または事業再構築計画策定が必要と判断される事業者
 - ・中小企業施策活用を予定している事業者
- 【内容】 法定経営指導員等が中小企業診断士等の専門家を交えて、事業計画策定支援を行い小規模事業者の事業発展に繋げていく。
- 【支援手法】 経営状況の分析を行った小規模事業者について、最重要課題を明確にしながらい今後の経営ビジョンを検討し、小規模事業者の事業計画を策定していく。

<事業計画策定支援の内容>

- ・外部環境分析及び内部環境分析（主に5.にて経営状況分析を実施した事業者）
- ・SWOT分析と最重要課題の抽出
- ・クロスSWOT等の実施
- ・基本計画立案
- ・定性目標と定量目標の設定
- ・事業ドメインの設定
- ・個別課題の設定
- ・アクションプランの検討

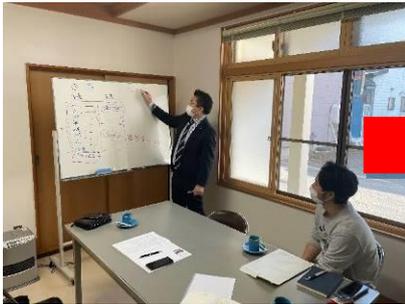
7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

これまで、小規模事業者に対して、事業計画策定支援を行ってきたが、金融や補助金活用のための割合が多く、事業計画策定後のフォローアップ支援についても、金融や補助金活用後の、進捗状況確認に係るフォローアップの割合が主体となっていた。

一方、販路開拓支援については、中小企業施策である物産展・商談会の提案から始まり、事前指導としての事業計画策定から、フォローアップとして物産展・商談会における現場指導、事後指導として、ネットやSNSを使った発信力の強化を一貫して行い、一定の効果が見えてきたところであった。



ステップ1【事前指導】
事業計画策定支援



ステップ2【現場指導】
売場改善指導



ステップ3【事後指導】
インターネット活用支援

しかしながら、新型コロナウイルスの流行により、物産展・商談会の中止が相次ぎ、再開が見えない状況が続いており、新たな販路開拓の手法や強化も必要とされている。

※販路拡大における支援プロセスには、マーケティング指導が必要であることを痛感。

[課題]

今後は、事業計画を策定した事業者に対するフォローアップについて計画的かつ専門的に実施し、各企業の事業計画の進捗状況及び成長段階に応じた支援を行う仕組みに改善していく必要がある。また、新たな非対面型の新たな販路開拓やニーズに対応するためのマーケティングノウハウ取得の支援が必要とされている。

(2) 支援に対する考え方

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ごとに確認しながら、必要に応じた支援を行うと共に、集中的に支援すべき事業者と、ある程度順調で経過観察が必要な事業者を判断し、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
事業計画策定フォローアップ対象事業者数	—	10者	10者	10者	10者	10者
頻度（延回数）	—	60回	60回	60回	60回	60回
創業者フォローアップ対象事業者数	—	1者	1者	1者	1者	1者
頻度（延回数）	—	5回	5回	5回	5回	5回
事業承継フォローアップ対象事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者
頻度（延回数）	—	12回	12回	12回	12回	12回
事業計画策定事業者のうち、売上増加事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者
事業計画策定事業者のうち、営業利益率1%以上増加事業者数	—	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支援**

事業計画を策定した事業者には、計画遂行と目標達成に繋がるように計画の進捗状況を確認しながら、必要に応じてさらなる専門的指導や段階的な中小企業施策の提案等計画的なフォローアップを推進していく。

進捗状況が思わしくなく、事業計画とズレが生じていると判断する場合には、専門家派遣により、第三者からの目線を入れた指導を受けることで、ズレの発生要因及び今後の対応策を検討の上、フォローアップを行っていく。

具体的には、事業計画策定事業者に対して、重点支援先として1者6回のフォローアップ巡回を行う。

②創業者への支援

創業計画を策定し創業した創業希望者については、事業経験が無いことから、様々な経営課題に直面することが考えられる。そのため、創業希望者に対しては経営支援員と情報共有しながら経営指導はもちろん、税務指導や労務指導など基礎的指導も含めて集中的な指導を行う。

創業計画の進捗状況が思わしくなく、ズレが生じていると判断する場合には、専門家派遣等を活用し専門家を交え、第三者からの指導を受けることで、ズレの発生要因及び今後の対応策を検討の上、フォローアップを行う。

創業者に関しては、重点支援先として1者5回のフォローアップ巡回を行う。

③事業承継事業者への支援

事業承継計画を策定した事業者については、四半期に1回巡回指導等を行う。ただし、事

業者の状況を鑑みながら臨機応変に対応していく。

さらに専門性が必要とされる税務指導や許認可取得の為の指導が必要な事業所については、税理士や行政書士等の専門家指導を実施して、きめ細かい指導を展開していく。

④販路開拓希望者への支援

販路開拓に注力したい事業者に関しては、事前指導である事業計画策定セミナーの受講（前述）に加え、専門家による現場指導（個別）、SNS等Webマーケティング支援（集団）の一貫した体系化した指導を提案すると共に、今回よりマーケティングセミナーを加え、実施して、マーケティングノウハウの取得を促していく。

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〕

近年、消費者の流出、沿岸道路の部分的開通及び新型コロナウイルスの流行により交流人口が減少し、地域内の消費は低迷していた。

当商工会では、地域物産の販路拡大のため、特に食品加工製造業及び地域素材を利用した工芸品の製造業者に対して各種商談会の情報提供や商談会へ出展について支援を行ってきた。

一方で、沿岸道路の全面開通や三陸鉄道の盛り上がり等、ひいては道の駅の新たな整備事業の機運の盛り上がり等による事業機会も訪れている。

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に向けた取り組みがあまり進んでおらず、一部の事業所は活用しているが、大半が商圏が近隣の限られた範囲に留まっている。

〔課題〕

商談会や物産展に出展する小規模事業者は、積極的に参加が可能な事業者と少人数で経営を行っているため、出店そのもののマンパワー不足や商品の供給力不足による首都圏や遠隔地での商談会に困難を示す事業者の二極化が進んでいる。このため、新たな手法による販路拡大支援や規模に応じた商談会や物産展の提案を行うことが必要となっている。

今後、新たな販路の開拓には、マーケティング及びマーケティングを前提にしたDX推進が必要であるということを理解・認識してもらい、取組を支援していく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

遠隔地での商談会については、実施可能な事業者に関しては積極的に施策提案を行い、さらなる販路拡大を促していく。

一方で、少人数経営の事業者にとっては、日程的な部分も厳しい状況にあるため、野田村内や岩手県各地で開催される各事業所の規模や内部資源に適した商談会をピックアップのうえ提案し、販路開拓支援を実施していくことも必要である。

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情報発信、ECサイトの利用等、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を行い、理解度を高めた上で、導入にあたっては、商品の個性を取り上げ、動画にて商品コンセプトや商品製造プロセスを訴求するなど、SNSやホームページを通してweb上での発信力及び商品価値・ブランド力の向上に繋がる支援について専門家を活用しながら支援を行っていく。

(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地元消費者を対象としたテスト販売事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者
売上額/者	—	5万円/者	5万円/者	5万円/者	5万円/者	5万円/者
②商談会出展事業	2者	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件
③県産ECサイト利用事業者数	2者	3者	4者	5者	6者	7者
売上増加率/者	—	5%	5%	5%	5%	5%
Webマーケティング支援事業者数	2者	2者	2者	2者	2者	2者

(4) 事業内容

①地元消費者を対象としたテスト販売（B t o C）

ア. 野田村プチよ市におけるテスト販売

4月～10月の毎月最終土曜日に開催している「野田村プチよ市」において、地域での需要開拓を目指し、テスト販売等の支援を行う。事業計画を策定した事業者を対象とし、消費者との対面の場を提供し、知名度の向上、消費者との販売による売上向上につながることを目指す。また、出店にあたり事前・事後の指導を行い、商品陳列やポップ等の作成等、きめ細やかな支援を行う。

【開催内容】 4月～10月の毎月最終土曜日に開催している「野田村プチよ市」において、販売スペースを設け、食品等製造業者等の新商品のテスト販売等を行う。このことにより、商品に対する意見をふまえ、今後の新商品開発における支援を行う。

【開催時期】 4月～10月の毎月最終土曜日

【出展事業者】 事業計画を策定した食品製造等販売業者

【来場者数】 約300名

【出展社数】 2事業所



(野田村プチよ市)

イ. 「道の駅のだ」におけるテスト販売

「道の駅のだ」を利用する一般消費者を対象とし、製造業者等を対象に販路拡大や新商品開発を目的にニーズ調査を行う。村内及び村外からの利用客に対して、知名度の向上、消費者との販売による売上向上を目指す。出店にあたり、事前・事後指導を行い、商品陳列やポップ等の作成等、きめ細やかな支援を行う。

【開催内容】 「道の駅のだ」において、定期的開催される販売会でスペースを設け食品等製造業者等の新商品販売会を行う。

【開催時期】 4月～10月（定期的開催している「ぱあぷる販売会」）月1回程度

【出展事業者】 事業計画を策定した食品製造等販売業者

【来場者数】 約200名

【出展社数】 2事業所

②商談会出展事業（B to B）

「いわて食の大商談会」等での来場するバイヤーとの商談会支援を行う。事業計画策定支援を行った事業者を優先的に商談会に出展し新たな販路開拓を支援する。実施にあたっては、商談会事前・事後に指導を行い、バイヤーとの商談で大切なことや、商品の陳列、ポップの作成等、きめ細やかな支援を行う。商談会シートの作成支援を行い、バイヤーとの商談が成功するよう、効果的な支援を行う。商談には、経営指導員が同行し商談会終了後にはアンケート調査結果を集約し、今後のブラッシュアップやフォローアップに繋げていく。

【開催内容】 毎年6月頃に実施している「いわて食の大商談会」へ出展支援を行い、今後の販路開拓を目的に支援を行う。

【開催時期】 毎年6月頃

【来場者数】 約2,000名

【出展社数】 約200社

③webマーケティング支援

情報発信を効果的に推進していくために、Webマーケティング等の販売促進に係る支援強化を行う。商品の個性を取り上げ、商品価値・ブランド力の向上を目的に、専門家を活用しながら支援を行っていく。

【開催内容】 情報発信関係について課題のある小規模事業者に対し、インターネットによる販売支援の強化を行う。専門家による指導を実施し、今後の自社の売上増加及び販路開拓に向けた取り組みを支援する。

- ・Webマーケティング支援（集団）
- ・岩手県産等のECサイト利用（B to C）
- ・専門家活用による支援（個別）
- ・Webマーケティング支援（個別）

【開催時期】 8月～1月（随時実施）

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]

これまでは、毎年1回の開催頻度で本計画の事業状況及び評価について「野田村商工会経営発達支援事業評価委員会」を開催してきた。構成員は外部有識者や行政、商工会役員及び事務局長、であり、この会議の中では、経営発達支援事業について意見交換を含めて、他地域での様々な取り組み事例を交えて意見交換を行ってきた。

[課題]

今後は、事業の評価及び見直しについて、情報共有の効果を高めるために、年1回の開催で夏頃開催していたのを年2回（年度途中と年度末）に開催数を増やし、経営発達支援事業の更なる小規模事業者への支援について情報共有を行っていくことが必要である。個社支援の強化を最優先とし、今後の対応策を検討するうえで、情報共有しより高い実効性を高めることが必要である。

(2) 事業内容

- ・野田村商工会経営発達支援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検討し、継続して評価委員会を実施するが、開催回数を2回に増やし定期的（年度途中と年度末）に評価委員会を開催する。このことにより、進捗状況の把握や当地域での課題が明確となりPDCAサイクルを回すことができる。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（産業振興分野、総合計画策定分野専門）

【野田村】 野田村産業振興課長

【岩手県商工会連合会】 岩手県商工会連合会担当者

【野田村商工会】 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うえで、フィードバックを行う。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できるようにする。

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]

経営指導員は、経営指導員研修会（職種別・業種別研修）に参加し、小規模事業者の経営改善及び経営革新計画の支援能力向上を習得するとともに、専門家派遣の際には、同行し専門家の指導・助言内容等情報収集を学び支援能力向上を図ってきた。

経営支援員においても、職種別研修会に参加し、小規模事業者の売上や利益確保等の重視した支援能力向上を図ってきた。毎月1回の職員会議を開催し、職員の情報共有、支援能力の向上について共有を図ってきた。

[課題]

これまでの取組は非常に有効であり、引き続き支援することで資質向上を図る。また、OJT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り、小規模事業者への支援ニーズや課題の収集を行うとともに、情報を共有し伴走型支援に役立てる必要がある。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

【各種研修会の参加及び資質向上の取組み】

経営指導員及び経営支援員の支援能力向上のため、岩手県商工会連合会主催の研修会（①生産性向上支援、②経営力向上支援、③事業承継支援、④実務能力向上、⑤職務能力向上）（開催頻度：年5回）や中小企業大学校が実施する外部研修に積極的に参加する。

また、経営指導員のみならず経営支援員の派遣も行い事業計画策定等に向けた支援の進め方などのスキル習得を図り、商工会の支援能力の底上げを図る。

【DX推進に向けたセミナー】

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、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

クラウド会計ソフト、オンライン取り組み、電子マネー商取引システム等のITツール、補助金の電子申請等

イ) 販売促進の取組み

ホームページ等を活用した自社PR・価値発信方法、ECサイト活用、オンライン展示会、SNSを活用した発信、モバイルオーダーシステム等

ウ) その他取組

オンライン経営指導の方法

②OJT制度の実施

岩手県商工会連合会の広域経営指導員や経営指導員及び経営支援員とチームを結成し、巡回指導や窓口相談の機会を活用したOJTを実施し、組織全体としての支援能力向上を図る。また、企業に対する専門家派遣の際には、職員が同席し、そのスキルを学ぶこととする。

このことにより、支援先を共有することでアドバイスも具体化になり実践力の向上が期待できる。

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講師を務め、I T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き出し術に至るまで、定期的なミーティング（月1回、年間12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データベース化による情報共有と活用

経営指導員等が基幹システムや経営支援システム上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。

1 1. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

これまで、野田村、野田村商工会、野田村観光協会が連携し、地域イベント「野田まつり」「野田村プチよ市」及び「まんぷくマルシェ」等を開催し地域経済の活性化を目指してきた。

プチ夜市は村民を中心に活況な物産販売イベントであり、事業者のモチベーションも高い事業に成長している。まんぷくマルシェにおける村内事業者の飲食ブースは賑わいを見せている。

[課題]

令和3年中に予定されている三陸沿岸道路全線開通等の環境変化に対応するため、野田村と野田村商工会、野田村観光協会だけでなく各種団体と連携し、観光客誘致・物産振興による地域経済の活性化に向けた取り組みが課題となっている。

(2) 事業内容

①地域経済活性に向けた実践

地域の経済総合力を発揮するため、野田村、野田村商工会、野田村観光協会が主体となった「野田村活性化協議会」を発足して、以下の事項を協議し、実行支援を行う。

- 野田村活性化協議会の発足・協議会の開催（年2回）
- 農産物・水産物の第1次産業資源を原材料とした加工食品開発、良質な素材を活かした農家・漁業者レストランに繋げる6次産業化を推進（年1社）
- 景勝地・観光施設を活用した観光イベントや農林水産物直売イベントの開催と地域の魅力の発信力向上（プチよ市 年7回、地元特産品地元収穫祭 年1回）
- 三陸沿岸道の高速交通関連施設「野田インターチェンジ」を活かす「のだ道の駅」構想に着手し専門家を招聘して、野田に寄ってもらう・買ってもらう・観てもらうための手法を研究し開業を目指す。（年1回）

②観光イベントの開催による販売力向上と地域情報発信

野田村、野田村商工会、野田村観光協会が連携し、観光関連事業者及び地場産品販売拡大を目指す事業者の参加を核に地域活性化を目的としたイベントを年1回開催し、小さな村からでも輝く「緑（農産物）・ピンク（マリンローズ）・青（海産物）」の合言葉のもと、発信を強化していく。野田村商工会は、実行委員会の事務局として、イベントの賑わい創出のための出展関係を担当し関係団体と連携し、村内の地域の交流人口増加と地域活性化を図る。

- 地域活性化イベント（年1回）

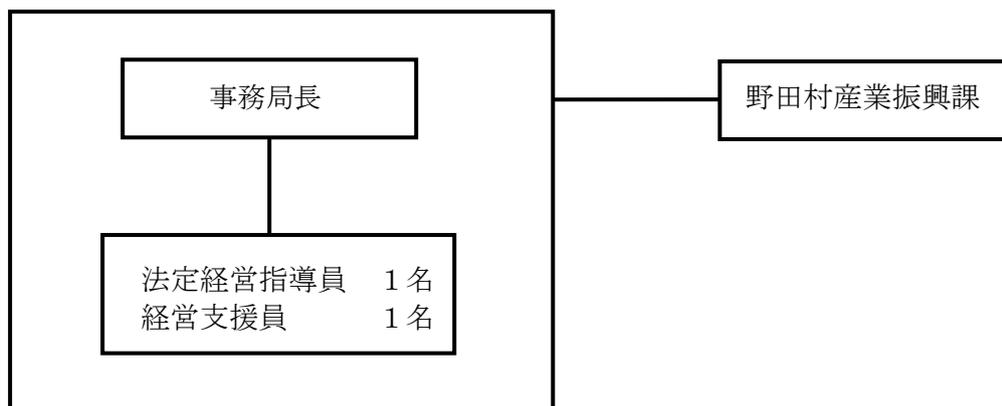
(別表2)

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： 篠山 徹

■連絡先： 野田村商工会 TEL：0194-78-2012

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。

(3) 商工会/商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会/商工会議所

〒028-8201

岩手県九戸郡野田村大字野田第19地割117番地

野田村商工会

TEL：0194-78-2012 / FAX：0194-78-2021

E-mail：noda@shokokai.com

②関係市町村

〒028-8201

岩手県九戸郡野田村大字野田第20地割14番地

野田村 産業振興課

TEL：0194-78-2926 / FAX：0194-78-3995

E-mail：sangyo_suisan@vill.noda.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	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
講師謝金	100	100	100	100	100
講師旅費	50	50	50	50	50
展示会等実施・ 出展費	450	450	450	450	450
委託・外注費	400	400	400	400	400

(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、県連補助金、村補助金、自己資金(会費、各種手数料収入等)

(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