

経営発達支援計画の概要

実施者名	洋野町商工会（法人番号 1400005005093） 洋野町（地方公共団体コード 035076）
実施期間	2025/04/01～2030/03/31
目標	①小規模事業者の事業環境の変化に対応した柔軟な自走型計画経営の推進 ②円滑な事業承継や創業支援による新陳代謝の活性 ③地域や自社固有資源を活かした価値提供による需要開拓
事業内容	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>1. 地域の経済動向調査に関すること 小規模事業者が地域の経済・消費動向等を的確に把握することを目的に、地域の経済動向及び景気動向を分析し、事業計画策定への活用に向けた情報提供を行う。</p> <p>2. 需要動向調査に関すること 小規模事業者の業種に分け隔てなく支援するため、一般消費者向けとバイヤー向けの需要動向調査を実施し、より精度の高い市場調査データを取得し、事業計画策定に役立てる。</p> <p>3. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者自らが自社の経営状況を的確に把握し、本質的な課題の認識のもと事業計画策定につなげるために、経営診断ツール等を活用した経営分析を行う。</p> <p>4. 事業計画策定支援に関すること 町と連携し、需要動向分析や経営状況分析を踏まえ、内発的動機のもと小規模事業者の経営課題解決のための事業計画策定や事業承継・創業・DX等を支援する。</p> <p>5. 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を対象として、経営指導員が巡回訪問等を実施し、策定した計画が着実に実行されているか定期的かつ継続的なフォローアップを行う。</p> <p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 首都圏や地方都市等で開催される商談会への出店支援や、需要動向調査を経て策定した事業計画に基づく販路開拓支援を実施するなど、個社に合った需要開拓支援を展開するとともに、ITツール導入による需要開拓支援も併せて行う。</p>
連絡先	<p>洋野町商工会 〒028-7914 岩手県九戸郡洋野町種市 23-27-1 TEL:0194-65-4111 FAX:0194-65-4112 E-mail:hirono@shokokai.com</p> <p>洋野町水産商工課 〒028-7995 岩手県九戸郡洋野町種市 23-27 TEL:0194-65-2111 FAX:0194-65-4334 E-mail:suisho@town.hirono.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) 地域の現状と課題

①現状

■概略

岩手県洋野町は2006年1月1日に旧種市町と旧大野村が合併して誕生した。洋野町商工会は洋野町全域を管轄しており、旧種市町に商工会本所を構え、旧大野村に支所を配置している。

旧種市エリアでは、ウニやアワビの養殖・加工が盛んで旧大野村エリアでは、乳製品や木工品が特産品である。

東日本大震災時の津波は10mを超えたが、住民の迅速な避難と12mの防潮堤のおかげで人的被害を免れ、被害が甚大だった岩手、宮城、福島3県の沿岸地域で、唯一、死者・行方不明者がゼロだった町である。

津波の高さは10mを超えたが、沿岸住民の避難対応がよかったことと、役場所在地の種市には高さ12mの防潮堤があったことで人的被害が免れた。ただし、基幹産業である漁業は、漁場、漁業施設等に壊滅的な被害を受けた。その後復興を成し遂げ、現在も基幹産業となっている。

日本で唯一潜水科（現在は海洋開発科に名称変更）のある岩手県立種市高校は、NHKの連続テレビ小説「あまちゃん」でモデルになった水産高校である。



■立地

岩手県の最北東部に位置し、青森県境のまち。青森県八戸市の市街地までは27km、車で30分となる。南に接地しているのが久慈市となる。久慈市の市街地までは29km、車で30分となる。

令和3年12月18日に高規格の「三陸沿岸道路（八戸久慈自動車道）」が開通し、沿岸市町村間の大幅なアクセス向上がされた。人流・物流が活発になっており、八戸市～洋野町～久慈市はひとつの商圈となっている。



下図に隣接する市町の総人口と昼夜間人口比率を示す。洋野町の昼夜間人口比率は87.0%となっており、近隣の都市部へ通勤や通学等で人流していることが読みとれる。

	A1101 総人口 【人】	A110101 総人口 (男) 【人】	A110102 総人口 (女) 【人】	A6107 昼間人口 【人】	A6108 昼夜間人口比率 【%】	A7101 世帯数 【世帯】
02203_青森県 八戸市	223,415	106,818	116,597	233,149	104.4	95,671
02446_青森県 階上町	13,496	6,827	6,669	10,500	77.8	5,862
03207_岩手県 久慈市	33,043	15,883	17,160	33,951	102.7	14,122
03501_岩手県 軽米町	8,421	4,090	4,331	7,942	94.3	3,274
03507_岩手県 洋野町	15,091	7,101	7,990	13,131	87.0	5,793

(資料：R2 国勢調査)

■交通

洋野町は、海沿いに JR 八戸線と国道 45 号が南北に横断している。また、高規格の「三陸沿岸道路（八戸久慈自動車道）」のインターチェンジが町内に 3 か所設置されており、車での移動が便利となっている。また、種市 IC から八戸西 IC まで高速道路を利用し、八戸駅から東北新幹線で東京まで約 3 時間 40 分と首都圏へのアクセスが非常に良好である。



【交通アクセス 洋野町庁舎】

(近隣市から)

- ◇八戸市から、車で 30 分
- ◇久慈市から、車で 40 分
- ◇盛岡市から、車で 2 時間 10 分

(高速道路・東北自動車道経由～八戸自動車道)

- ◇軽米インターチェンジから 30 分
- ◇九戸インターチェンジから 40 分
- ◇八戸インターチェンジから 40 分

(鉄道・東北新幹線～JR 八戸線 種市駅)

- ◇JR 東京駅から JR 八戸駅まで約 3 時間
- ◇JR 八戸駅からは JR 八戸線 (久慈行きに乗換え) で
約 1 時間～1 時間 30 分

(航空機・JAL 三沢空港)

- ◇三沢空港から車で 1 時間 10 分

■歴史・文化

本地域では、縄文時代の各遺跡から数多くの土器・石器片等が発見されており、本地域での人々の生活の様子が伺われる。中世には糠部郡に属し、古くから馬産地として知られ、江戸時代の寛文4年（1664年）に八戸藩が創設され、八戸藩領となる。地場産業の振興や人的交流の中で、独自の文化を築いてきた。平成18年に、旧種市町と旧大野村の合併を経て、現在の洋野町が誕生した。

文化面では、海に面した種市地区は、世界的に有名な「南部もぐり」発祥の地。伝統的な潜水技術として、現在も受け継がれている。また、柳田国男が「浜の月夜」で紹介した「ナニヤドヤラ」盆踊りがある。現在も、お盆や祭りになると小さな集落でも踊られている。



ナニヤドヤラは旧南部領内に伝わる盆踊りの唄で、その歌詞の意味や由来は不明である。

例年8月に、北奥羽ナニヤドヤラ大会が洋野町大野で開催されている。令和6年で34回を迎える。旧南部領（青森県南、秋田県北、岩手県北）から約1,000人の踊り手が集結し、街頭流し踊りや特設ステージでの舞台審査が行われる。

■地域資源・特産品

本町は、海と高原の豊かな自然を始め、様々な特性・資源を持つ町である。今後5年間の新たなまちづくりに活かすべき代表的な特性・資源を整理すると次のとおりである。

●豊かな自然環境

本町は、世界三大漁場の三陸沖に面した太平洋が広がり、白い砂浜が特徴の種市海浜公園のほか、県内有数の波質が良いサーフスポットが数多くある。種市（階上）岳や久慈平岳を背景になだらかな丘陵地帯が広がり、おおのキャンパスに象徴される緑の高原では牛が群れ、川沿いには田園風景が続く。町を流れる川にはカワシンジュガイやハナカジカといった、清流にしか生息しない生物も数多く残っている。豊かな自然環境は町の資源であり、令和3年度に行ったまちづくりアンケートでも「自然環境の豊かさ」が最も満足度が高い結果となっている。



●自然環境を活かした産業振興

本町は、豊かな資源や自然環境を活かした産業を展開してきた。

海岸では、平らな岩盤を活かしたウニやアワビを育てる増殖溝が整備され、町独自の「つくり育てる漁業」に取り組んできた。

なだらかな地形が続く丘陵地帯では、広大な土地と冷涼な気候を活かした酪農や肉用牛の飼育が盛んであり、また、夏場のヤマセを逆手に取った雨よけハウレンソウの生産も行われている。豊富な山林資源を活かした原木シイタケの栽培や木炭生産に力を入れ、加工した乾シイタケは、生産量・質ともに県内トップクラスとなっているほか、町で生産されている黒炭は日本一の生産量を誇っている。

●伝統技術・特産品

種市地域は「南部もぐりとウニの里」で、世界中の海洋開発を支える伝統的なヘルメット式潜水「南部もぐり」発祥の地である。100年以上の歴史を誇るその技術を全国で唯一学ぶこと

ができる、県立種市高校があり、技術を伝承している。

南部もぐりで漁を行う「天然ホヤ」は、増殖溝で育てられた「ウニ」や「アワビ」と並び、本町ならではの味覚である。

一方、「一人一芸の里」大野地域で生まれた「大野木工」は、豊富な山林資源とモノづくりの技が融合した工芸品であり、職人が一つひとつ手作りで仕上げている。

また、高原の牛乳を使った「ゆめ牛乳」や乳製品のほか、町内の農産物加工施設でつくられる「丘とうふ」「林郷そば」「雑穀パン」などの地元の食材を使った加工品は、食をテーマに地域の魅力を発信する6次産業化の取り組みである。

●観光・交流資源

本町は、前段の豊かな自然環境、伝統技術や特産品のほか、道の駅や宿泊施設、体験工房などを有する「おおのキャンパス」、久慈平岳のふもとにある宿泊・交流施設「アグリパークおおさわ」があり、観光・体験・交流の拠点となっている。

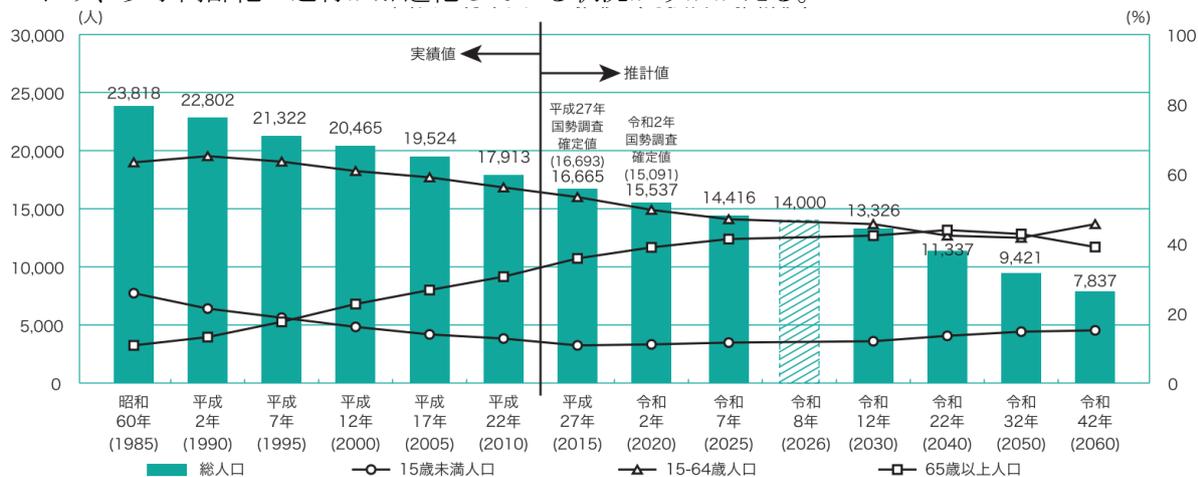
「窓岩」や「大野海成段丘」など、地球活動の歴史を学ぶ「三陸ジオパーク」に認定されたポイントが点在するほか、海岸には環境省が指定した「みちのく潮風トレイル」のコースが用意され、海・里・山体験のほか、民泊も行われている。



■人口・世帯

国勢調査による本町の総人口は減少傾向にあり、令和2年の総人口は15,091人となっている。また、世帯数や世帯当たり人員についても減少傾向にあり、令和2年の世帯数は5,793世帯、1世帯当たり人員は2.6人となっている。また、年齢別人口区分（3区分）の推移をみると、15歳未満人口と15～64歳人口は減り続ける一方、65歳以上人口は増加している。

令和2年の15歳未満人口と65歳以上人口を平成2年時点の各区分の人口と比較すると、令和2年の15歳未満人口は1,365人で3,515人減、65歳以上人口は6,274人で3,248人増となっており、少子高齢化の進行が加速化している状況がうかがえる。



資料：洋野町人口ビジョン

■産業

地域産業については、少子高齢化や新型コロナによる外出制限の影響で、宿泊・飲食業が大きな打撃を受けた。他の業種も間接的な影響を受け、景気は低迷している。また、当町の基幹産業である水産業については、地球温暖化による海水温上昇により魚種変化や漁獲高の減少、加えて燃料費高騰により厳しい状況にある。さらに、経営者の高齢化が深刻で、事業承継が進んでおらず廃業による事業者数の減少が顕著であり、デジタル化への対応も遅れが生じている。

一方、海産物等の加工品を海外に展開する企業や新たな特産品開発を行い、企業努力により域外への販路開拓に取り組んでいる事業者も増加している。

○建設業

東日本大震災による復興需要は落ち着き、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が、リフォーム等の増改築のような小規模な工事は増加傾向にある。しかし、資材高騰や人材不足の課題があり我慢の経営を強いられている。

○製造業（農林水産業を含む）

畜産、農林水産物を始めとした食品と工芸品が主なものであり下請け製造ではなく、自社製品製造がメインの業者が多い。また、原材料、燃料代の高騰により価格転嫁が追い付かないことや新たな取引先の開拓において課題が残っている。

一方、海外の健康志向や食に関する志向を背景に、海外へ展開する食品加工業者も存在する。

○卸・小売業

令和3年3月に開通した三陸沿岸道路（八戸久慈自動車道）と地理的条件から、商業集積密度の高い青森県八戸市に購買力が奪われているほか、駐車場を完備した大型量販店進出により、卸売・小売店の閉店、空き店舗の増加に伴い商店街の空洞化が進んでいる。下図の試算では、八戸市へ吸収される顧客（購買力）は、0.3で、購買額の3割が影響を受けている。

【コンバースの法則での試算】

大都市がその近くの小都市の顧客（購買力）を吸収する割合を計算する。

基本的には小都市の購買力（顧客）は大都市に吸収されるという理論に基づく。

	八戸市の人口	当町の人口	都市間距離	購買力吸収割合
八戸市対洋野町	223,415人	15,091人	27km	0.3

○サービス業（飲食店・宿泊業）

来町観光客の多くは青森県八戸市などへ宿泊することが多く、通過型観光地となっている当町では、町営による宿泊施設が多く民間事業者は非常に少ない。飲食店は、種市地区のブランドを活かした海鮮メニューが人気で、国道45号線に面した飲食店には観光客が多く利用する。一方で、情報発信や決済方法においてデジタル化が遅れており、域外からの観光客の取りこぼしが考えられる。

■業種別の商工業者推移

令和元年経済センサスにおける洋野町の商工業者数は533事業者であり、前回の経済センサス（平成28年）から4年間で12事業者が減少している。業種により増減幅が異なり、建設業や飲食店・宿泊業は微増し、反対にサービス業を筆頭に卸・小売業や製造業などは事業者数が減少している。

【洋野町商工業者数および小規模事業者数の推移】

業種	平成 28 年		令和元年		増減率	
	商工業者数	(うち小規模事業者数)	商工業者数	(うち小規模事業者数)	商工業者数	(うち小規模事業者数)
建設業	102	94	109	101	6.4%	6.9%
製造業	58	47	55	45	-5.5%	-4.4%
卸・小売業	172	137	161	126	-6.8%	-8.7%
飲食店・宿泊業	44	35	45	36	2.2%	2.8%
サービス業	84	83	76	76	-10.5%	-9.2%
その他	85	73	87	76	2.3%	3.9%
合計	545	469	533	460	-2.3%	-2.0%

(資料：経済センサス)

■第2次洋野町総合計画後期基本計画（令和4年～8年度）の概要

産業振興は、地域経済活動を通じてまちの活力を生み出すとともに、多様な雇用創出を図るなど、町民の豊かな暮らしを支える重要な役割を担っている。本町の産業は、農林業、水産業といった第1次産業が中心であり、今後も各産業の連携を図り、さらなる進展を図っていくことが求められるが、特に担い手の減少が大きな課題となっており、地域経済の発展を支える産業振興を支援するとともに、本町の魅力を観光資源として積極的に活用し、賑わいを創出することにより、地域の活性化を進めることが求められている。

そのため、人とモノがつながる産業のまちづくりの実現に向けた施策の展開方向は、次のとおりである。

【商工業の振興（産業振興施策1-4）】

地域活性化と賑わいづくりを推進するため、空き店舗や既存施設の有効活用を図るほか、販売促進活動の展開、観光客のまちなかへの誘導などにより、地域の賑わい・活気を生む商業の取り組みを推進する。

【観光の振興・交流人口の拡大（産業振興施策1-3）】

観光業が町内産業の有力な産業の柱となるよう、自然環境を活かした滞在型観光など、地域の魅力向上と交流人口の増加という視点に立ち、産業間の連携を進め、イベントの活用による観光メニューや体験型観光、交流資源の発掘・連携・活用などにより観光客の誘導を図る。

【雇用対策・新産業の育成（産業振興施策1-5）】

地域資源を活用した新事業の創出を図る町内事業者への支援や職業相談などにより、新商品開発をはじめとする、地域産業の発展につながる新たな取り組みを推進するとともに、町民所得の向上や働きがいのある雇用の創出、新たな柱となりうる産業の育成を目指す。

■商工会としての取り組み

○町との連携による創業の支援

町では、起業又は新事業の創出を図る町内事業者に対して補助金を交付し、地域産業の振興と雇用機会の拡大を図っている。また、産業競争力強化法に基づく「創業支援事業計画」の推進により、役場にワンストップ窓口を設置するほか、本会との連携により起業化支援塾を開催し創業者の支援を図っている。

○小規模事業者の持続的発展と経営力向上支援の強化

伴走型指導により、小規模事業者の販路開拓や経営革新を支援し、持続的な成長を促した。

また、専門家派遣や補助金活用など、多様な支援策を実施することで、地域の商工業者の経営力向上を図った。

○経営改善と地域振興のための事業展開

新型コロナウイルス感染症の影響下において、小規模事業者のニーズに合わせた多様なイベントや講習会を実施した。経営改善に関する情報提供や相談支援を強化し、特に小規模事業者の資金繰り問題解決に力を入れた。コロナ特化型のマル経資金などの支援制度の紹介や、独自開発の「資金繰り管理エクセル」の導入等を通じて、小規模事業者の環境変化の対応支援を行った。

【窓口及び巡回相談件数の推移】

区分	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
巡回指導	1,409件	1,006件	838件	735件
窓口指導	813件	630件	1,313件	1,474件
合計	2,222件	1,636件	2,151件	2,209件

【マル経資金貸付実績の推移】

区分	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
件数	40件	42件	37件	33件
金額	25,365万円	24,020万円	17,769万円	19,014万円

その他、当町では、産業競争力強化法に基づく創業支援事業計画の認定を受けており、令和5年度には洋野町特定創業塾を開催し、受講者7名に対して集団指導を行っている。

○経営発達支援計画に掲げた取り組み

商工会では、飲食業を中心にアンケート調査を実施し、その結果を基に「財務分析シート」や「クロスSWOT分析シート」を活用して経営分析を行い、分析結果に基づいた経営戦略や課題解決策を事業計画に落とし込み、計画策定から実行、見直しまでの支援をワンストップで提供した。

【事業計画策定支援の実績推移】

種別	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
事業計画策定件数目標	15	15	15	15
合計	30	42	43	56
補助金申請	14	13	15	23
国補助金	13	13	11	14
県補助金	0	0	4	9
町補助金	1	0	0	0
計画認定	6	9	8	4
経営革新計画	6	7	4	3
経営力向上計画	0	1	1	0
事業継続力強化計画	0	1	3	1
その他	10	20	20	29
事業承継計画	10	20	20	20
その他	0	0	0	9

また、新たな商談・販売機会を求める小規模事業者に対して、各社の経営分析の結果やアンケート調査の結果等に基づき、新たな需要開拓に向けて最適な情報提供や必要に応じて個別指

導を行い、販路拡大と商談成約率向上を目指すこととして、商談会出店等の販路開拓支援を行った。

【いわて食の商談会 in 仙台出展支援実績】

	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
出展事業者数	2者	0者	5者	5者

【いわて食の商談会 in 仙台の様子】



②課題

少子高齢化による人口減少、後継者不足による地域活力の低下、デジタル化社会の進展、物価高等を始め様々な事業環境変化を背景に、地域資源の活用や創業者支援、事業者のDX化による付加価値創出、ひいては持続的成長のために以下の3つを課題とした。

1. 自走化支援による事業環境変化への対応

新型コロナウイルス感染症やIT化社会の進展、少子高齢化による人手不足、また、国際情勢等の起因による原油高や物価高を始め、小規模事業者を取り巻く環境は大きく変化しており、今後もこのような不確実性の時代の中で事業の成長・継続するためには、経営者自らが自社の経営課題を見極め、様々な環境変化に柔軟に対応して自社を変革させていくとともに、DX推進による労働生産性向上、販路開拓が必要となる。

2. 事業承継、創業支援

令和元年経済センサス調査における町内小規模事業者数は前回調査時から9者減少しており、主な要因は高齢化、後継者不在、それらによる事業縮小からの廃業であり、地域から小規模事業者が減ることで地域の活力が減退することが予見できる。このため、一般的な親族内承継や第三者承継等を円滑に実施できる環境整備、ニーズに沿った創業や第2創業の促進により、地域経済を担う小規模事業者の新陳代謝を促すことで地域経済の衰退に歯止めをかけることが求められる。

3. 地域資源の有効活用により競争力及び顧客誘引力の強化

当町は、豊かな水産・森林資源を基盤とした地域ブランドの育成に取り組んでいる。しかしながら、一次産業従事者の減少が課題となっており、地域経済の活性化に向け、二次・三次産業との連携強化による付加価値向上と、新たな販路開拓の取り組みが必要となる。

(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

少子高齢化によって当町の人口は減少しており、今後の人口推計の見通しも減少の一途をたどるものと考えられる。これは、小規模事業者の市場が縮小し、地域経済の機能低下につながる可能性がある。

今後10年間で社会動態は大きく改善することは見込めず、加えて、かつてないほど急激な事業環境の変化や、不確実性・不透明性が增大する高い状況下で、事業者自らが自社の経営課題を見極め、様々な環境変化に柔軟に対応して自社を変革させていくことで事業の持続的成長につながり、事業者自らが主体となり地域経済を牽引することが地域における最良の形である。

そのためには、中心商店街や業界毎のコミュニティでの情報交換、観光施設や催事等での一般消費者とのコミュニケーションを通じたトレンドや社会動向の把握に努めるなど自ら情報収集を行い、小規模事業者は、目標と現状のギャップを見つけ、PDCAサイクルを実行し改善することで、成長を目指す必要がある。また、地元の雇用促進や移住・定住促進を通じて、地域内での経済住環を確立し、持続的な発展を目指す。

②第2次洋野町総合計画後期基本計画との連動性・整合性

第2次洋野町総合計画後期基本計画では、地域の魅力向上と交流人口の増加という視点に立ち、観光メニュー等の発掘等を目指す観光産業の役割、生活必需品を安心して購入できる地域密着型商店の必要性から更なる経営意識の改革、ものづくり分野においては魅力ある地場産業振興等を掲げている。商工会の支援の目的は、地域資源の有効活用による競争力及び顧客誘引力の強化や、自走化支援による事業環境変化へ柔軟に対応できる小規模事業者の育成であるため、方向性は一致しており、洋野町との役割分担しながら相互に連動し、共通の目的を達成する。

③商工会としての役割

当会は、地域経済を担う商工業とりわけ小規模事業者の事業継続や経営改善もさることながら成長発展を視野に入れた経営発達支援により地域経済を下支えする役割を果たしている。

人口減少、交通網発展による隣接市町村との競争激化の課題が続くなか、洋野町の施策の具体化・連携を図りながら、魅力ある商品やサービスの開発、販路開拓の実現まで一貫して支援する。加えて、創業希望者に対する円滑な創業支援や高齢化や、人手不足等により経営資源が縮減する小規模事業者に対しては、円滑な事業承継を実施できるよう関係機関と連携しながら支援にあたり、IT・DXに関しても本質的課題を見極めながら専門家と連動した支援を行い、洋野町が目指す地域経済振興と同じ方向性のもと、小規模事業者に密接したきめ細かい伴走支援を行う。

(3) 経営発達支援事業の目標

①小規模事業者の事業環境の変化に対応した柔軟な自走型計画経営の推進

小規模事業者を取り巻く環境の変化、人口減少による地域の活力が衰退する中で、個社の魅力が向上し、町内外から消費を誘引・拡大させることで、事業の持続的発展につながる。

そのため、事業環境の変化に対応し、自己変革力を高めることが重要である。商工会は、地域ニーズに基づいた事業計画の策定と実施を支援し、DX推進により能動的に事業を展開する小規模事業者の変革を後押しする。

②円滑な事業承継や創業支援による新陳代謝の活性

事業環境や顧客ニーズの変化に応じて商品やサービスを柔軟に対応することが、事業の価値向上につながるため、経営分析や経営計画策定を通じて事業承継や創業支援を行い、若手経営者の育成、技術ノウハウ等の継承支援を通じた新陳代謝の活性により、地域経済の中核を担う小規模事業者の下支えを行う。

③地域や自社固有資源を活かした価値提供による需要開拓

当町の特徴ある資源を活用した個社の商品改良や付加価値創出により、競争力の強化につながる。

内部・外部環境分析により自社の経営資源と社会的ニーズを見極めるとともに、地域・自社固有の資源を最大限に活かした価値提供、それらの情報発信や販路開拓を通じて地域外の需要開拓を行う。

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7年4月1日 ～ 令和12年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

①小規模事業者の事業環境の変化に対応した柔軟な自走型計画経営の推進

傾聴と対話を通じ、小規模事業者の課題や潜在的な問題を抽出することで事業者が環境変化に対応し、本質的な経営課題を認識できるよう、事業計画の策定を支援する。

また、事業者が深い納得感と当事者意識を持ち、自ら円滑な計画経営を実行できるように、事業者の自走化を促進し、能動的な事業活動の展開を支援するとともに、事業の具現化に向けたフォローアップを充実させ、高度な課題に直面した際には専門家の助言を受けながら、着実な事業計画の実行をサポートする。さらに、IT・DXセミナーの開催や指導を通じて事業者のDXを推進し、経営力の向上を図る。

②円滑な事業承継や創業支援による新陳代謝の活性化

喫緊の課題である事業承継については、定期的な巡回による現状の把握と事業承継診断の内容によって支援の方向性、度合いを見極めるとともに、専門家と連携しながら事業承継支援を行う。

同様に創業、第2創業についても相談者の構想に基づきながら、経営分析、市場への参入の可能性などを探り、実現性の高い事業計画の策定や基礎的な経営指導、フォローアップを行い事業の安定化につなげる。

③地域や自社固有資源を活かした価値提供による需要開拓

地域資源を活用した商品や小規模事業者が持つ技術等を用いた魅力ある商品・サービスを地域外へ広く販売するための販売促進支援や商談会出展支援を行う。なお、商談会出展に当たっては、事前の支援として目を引く展示ブースづくりや販促物の制作支援を通じて、着実な販路開拓を支援するとともに、同行により事業者の商談サポート、バイヤーの需要動向調査を踏まえた事後的な支援を行うことで、新たな商品等の開発や魅力ある商品改良につなげ付加価値創出を図る。

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]

国が提供するビッグデータを活用した分析や、本会が選定した町内小規模事業者 50 者の財務情報を集計、分析した結果を公表し、地域経済動向の把握や周知、分析結果に基づく事業計画策定に係る提案型指導を展開してきた。

[課題]

「RESAS」を活用した地域の経済動向分析においては、現状 2 回／年公表しているが、半期ごとの調査データでは更新されていない部分もあり、2 回公表する必要性を見直す必要がある。

また、財務情報を分析する洋野町内の景気動向調査については、年度末に財務情報が取りまとめられ、公表するものとしているが、収集時期が年度末に偏ることで年 2 回の公表は実質困難で年度末に 1 回行うのみである。また、収集した財務情報に業種の偏りがあり、加えて、町内のみを対象とした景気動向調査では、範囲が限定されていることから経営分析や事業計画策定に活用できるデータとなっていない。

(2) 目標

項目	公表方法	現行	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度
①地域の経済動向分析公表回数	HP 掲載	2 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②景気動向分析公表回数	HP 掲載	2 回	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回

(3) 事業の内容

①地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）

小規模事業者が地域の経済・消費動向等を的確に把握するため、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う。なお、半期に 1 回の公表の場合、データが更新されていない部分が多々あり、活用しにくいいため、年 1 回の公表とする。

【分析手法】

RESAS サマリーサイトによる地方公共団体単位でテーマごとに集約したデータを基に分析

【主な項目】

人口、産業毎の特性、観光、雇用など

②景気動向分析

地域の景気動向等についてより詳細な実態を把握するため、岩手県商工会連合会が 4 半期ごとに実施している中小企業景況調査の統計資料（岩手県内全域及び地区ごとの景気動向を調査している）の分析を行うとともに、経営指導員等が景況の把握に努める。これまで行っていた町内事業者の財務分析では年度末のみの調査・分析にとどまっていたが、上記統計資料は 4 半期ごとに発表されるので、年 4 回の公表を行う。

【分析手法】

岩手県商工会連合会が四半期毎に行う「中小企業景況調査」

【分析対象】

製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業（種市地区、大野地区合計 15 社程度を想定）

【分析項目】

仕入、従業員、借入、設備投資、直面する経営上の問題点 等

(4) 調査結果の活用

- 調査した結果はホームページ・商工会報に掲載し、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資料として活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

小規模事業者の事業拡大を支援するため、飲食業では顧客、食品製造業ではバイヤーを対象としたアンケート調査を実施した。これらの調査を通じて、顧客ニーズや市場動向を把握し、事業計画策定や新商品開発に役立てた。

[課題]

従来の飲食業向けのアンケート調査では、回答率の低さや対象業種の限定など、課題が明らかになった。そこで、今後はデジタルツールを活用し、回答の負担を軽減するとともに、幅広い業種・業態を対象とした調査を実施する。これにより、より精度の高い市場調査データを取得し、小規模事業者の事業計画策定に役立てていく。

(2) 目標

項目	現行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
① 消費者を対象としたアンケート調査対象事業者数	5者	5者	5者	5者	5者	5者
② 商談会におけるバイヤーを対象としたアンケート調査対象事業者数	5者	5者	5者	5者	5者	5者

(3) 事業の内容

①消費者を対象としたアンケート調査（B t o C）

飲食店に限定せず、独自のサービスを展開したり、地域資源を活かした町内小規模事業者が町内または近隣市町村の消費者をターゲットとして、消費者の需要動向を把握し、マーケットインの観点から既存商品・サービスの改良及び新商品・新サービスの開発等を促進させるため消費者ニーズ調査を行う。また、これまでは紙ベースでの調査を行っていたが回答率が低迷していたため、QRコード等を用いて回答フォームによる調査を行うことで、回答率の向上に努めながら、調査内容の分析結果を事業者フィードバックし、経営分析や事業計画策定に活用する。

【支援対象者】

町内または近隣市町村で販路開拓に取り組む小規模事業者等（地域密着型事業者5事業者を想定）（主に小売業、宿泊業・サービス業、建設業）

【調査方法】

主にインターネット上における回答フォームによる調査（各店舗に、回答フォームにリンクするQRコードを設置することを想定し、事業者の取引状況等に応じて効果的な調査方法に変更する）

なお、目標サンプル数は対象事業者1者あたり10件以上を目標とし、購買力流出防止、地域外からの新規顧客獲得に取り組むことを想定し、新規顧客を重点的に調査する。

【調査項目】

- ①性別、②年代、③来店目的、④居住地域、⑤来店頻度、⑥選定理由、⑦購入（飲食）適正価格、⑧要望・意見等（その他店舗の業種等により経営指導員等がヒアリングの上、設定する）

【分析手段・手法】

消費者の属性（住所、年齢、性別）ごとに集計を行い、経営指導員等が分析を行う。

【分析結果の活用】

分析結果は各社にフィードバックし、事業計画の策定や新商品開発、販売促進・接客の改善等に活用する。

②商談会におけるバイヤーを対象としたアンケート調査（B to B）

これまで、食品製造業への支援を中心とした商談会におけるバイヤー等を対象としたアンケート調査を行っており、食品以外の特産品製造業者への支援が行えていなかったため、業種が限定されない商談会も加えて選定し、来場するバイヤーに対し、幅広い業種の支援を見据えた需要動向調査を実施する。

【支援対象者】

経営分析を行い、地域資源を活用した商品の地域外（主に南東北）への販路拡大に意欲のある食品製造業、木工製品製造業等の事業者 5 者

【想定される商談会】

事業名	開催地	開催時期	内容	規模
いわて食の大商談会	岩手県盛岡市	6月	・岩手県産品に興味を示す全国の流通関係者が対象 ・県内食品製造・農林漁業者が出展	バイヤー436名 出展者 103 者 (令和5年度実績)
いわて食の商談会 in 仙台	宮城県仙台市	2月	・南東北や北関東地区を商圏とした百貨店・量販店バイヤーを対象 ・県内食品製造・農林漁業者が出展	バイヤー181名 出展者 57 者 (令和5年度実績)
ビジネスマッチ東北	宮城県仙台市	11月	・食から健康、福祉など10の幅広いジャンルで構成された商談会 ・全国の商社や百貨店等のバイヤーを対象	来場者 4,352 名 出展者 427 者 (令和5年度実績)

【調査方法】

商談会に参加するバイヤーを対象とし、商品の試食、試用・アンケート調査等を実施し、経営指導員等が聞き取りの上、アンケート票へ記入する。

なお、目標サンプル数は対象事業者 1 者あたり 10 件以上を目標とする。

【調査品目】

対象事業者 1 者あたり 2 商品以上

【調査項目】

商品に対する味、使用感、容量、パッケージ、価格、調査対象商品に対する改善点や要望等。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、今後の商品開発や販路開拓に役立てる。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

前期計画では、「クロスSWOT分析シート」を作成し、強み、弱み、機会、脅威の4象限をクロ

スして分析するとともに経営分析セミナーを開催し、参加事業者の経営分析支援を行った。また、財務の観点では「財務分析シート」により直近3期分の売上高、営業利益、経常利益の比較分析により経営状況の把握に努めてきた。

【課題】

これまでの分析では、収益性中心の分析が中心だった。しかし、当地域では持続的経営のための支援ニーズも高いため、財務状況だけでなく、企業の健康状態を総合的に評価できるツールを活用した分析が必要となる。今後は、経営分析セミナーの形式を見直し、企業個別にきめ細やかな経営分析を行う。

(2) 目標

項目	現行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
①経営分析事業者数	40者	40者	40者	40者	40者	40者

(3) 事業の内容

①経営診断ツールを活用した経営分析

日常的な記帳指導や金融指導などを通じて経営分析が必要と判断する小規模事業者に対し、蓄積した個社情報、財務、非財務の観点から経営分析を行うとともに、経営状況・事業者が抱える課題等に関するヒアリングを実施し、対話と傾聴によって本質的な課題・目標を認識する機会を与え、内発的動機付けを図る。また、個社支援にあたり支援先事業者のいわゆる体力を把握するために、貸借対照表も含めた過去3期分の決算書を徴求し、下表財務面の4つの視点から分析を行う。

【対象者】

管内の小規模事業者の中で、記帳指導や金融指導など巡回や窓口相談を通じて経営分析が必要と判断する事業者30者と事業承継を希望する事業者10者の合計40者

【分析項目】

内部環境		外部環境
財務面	非財務面	
<ul style="list-style-type: none"> ・収益性 ・生産性 ・安全性 ・成長性 	<ul style="list-style-type: none"> ・商品、製品、サービス ・仕入先、取引先 ・人材、組織 ・技術、ノウハウ等の知的財産 ・デジタル化、IT活用の状況 	<ul style="list-style-type: none"> ・商圏内の人口、人流 ・競合 ・業界動向

【分析手法】

企業の健康診断ツールとして提供するローカルベンチマーク等を活用し、経営指導員等と専門家がチームとなり定性分析（SWOT分析）、定量分析（財務分析）を行う。

【分析結果の活用】

分析結果は、当該小規模事業者にフィードバックし、事業計画の策定に活用する。分析結果を商エイントラでデータベース化し、職員間の情報の共有化と分析ノウハウの構築を図る。

※商エイントラ…事業者及び経営情報、支援活動に係るデータをより詳細かつ効率的・効果的に収集・蓄積できるシステム

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。

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2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なかった。しかし、個別での相談で、経営革新計画や補助金活用、金融支援（小規模事業者経営改善貸付資金など）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

従来のセミナー形式では、小規模事業者の事業計画策定に対する理解が深まらないという課題があった。そこで、個別相談会形式に変更し、各事業者の経営状況に合わせたきめ細やかな支援を行う。

具体的には、経営分析結果に基づき、事業計画策定を支援し、DX推進セミナーも開催する。

DX推進セミナーでは、ITツールを活用した業務効率化や顧客との新たな接点創出など、具体的な事例を交えて指導を行う。これにより、40者の経営分析対象者（巡回や窓口相談を通して経営分析が必要と判断した事業者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、創業セミナー参加者10名の内、30%の計画策定を見込み、合計23者の事業計画策定を支援することを目標とする。個別相談では、傾聴と対話を通じて事業者の経営状況を深く理解し、経営課題を明確化することで、より効果的な事業計画策定を支援する。また、定期的なフォローアップを行い、事業計画の実行状況を把握することで、事業者の成長を長期的にサポートしていく。

(3) 目標

項目	現行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
① 個別相談会開催回数	—	5回	5回	5回	5回	5回
② 創業セミナーの開催	—	1回	1回	1回	1回	1回
③ DX推進セミナー開催回数	—	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定事業者数	15者	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	5者
創業計画策定事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者
計画策定事業者数合計	20者	23者	23者	23者	23者	23者

(4) 事業内容

①事業計画策定個別相談会の開催

【募集方法】

商工会報、商工会ホームページ、経営指導員等による巡回指導を通じて募集する。

【開催回数】

年5回

【開催内容】

小規模事業者が、事業計画策定の必要性を理解し、経営診断ツールの活用による経営分析から導き出した経営戦略や課題解決策を事業計画に落とし込むため、経営分析を行った小規模事業者を対象に専門家と連携し個別相談会を開催する。

策定にあたっては地域の経済動向、経営分析、需要動向の情報を活用し、課題解決に向けた事業計画策定の支援を行う。併せて、専門性が高いなど状況に応じて外部専門家と連携し計画のブラッシュアップを支援する。

【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を対象とする。

②創業セミナーの開催

【対象者】

創業希望者（定員10名）

【募集方法】

商工会報、商工会ホームページ、経営指導員等による巡回指導を通じて募集する。

【開催回数】

年1回開催（1講座当たり3時間×5日間の開催）

【開催内容】

事業を開始するにあたってのビジネスプラン（事業計画）の立て方を始め、環境分析、計数管理、その他創業に当たっての労務等といった創業時に必要な知識を習得するため、以下のカリキュラムを主軸にセミナーを開催する。

- ・経営（事業戦略、企業戦略、環境分析）
- ・財務（財務戦略、融資制度）
- ・人材育成（組織構造、組織行動、人的資源管理）
- ・販路開拓（マーケティング、IT）

なお、本セミナーは、本町が中小企業庁から産業競争力強化法に基づく創業支援等事業計画の認定を受け、当商工会が認定連携創業支援等事業者として実施するものである。本セミナーでは、ガイドラインに基づき、「経営」、「財務」、「人材育成」、「販路開拓」の4つの分野を網羅した内容で、創業に必要な知識を習得できる。

セミナーを全体の7割以上出席された方には、[洋野町]発行の『特定創業支援等事業修了証明書』を交付される。この証明書を提示することで、日本政策金融公庫の創業資金制度における優遇利率の適用など、様々な優遇措置を受けることができる。

③DX推進導入セミナーの開催

【対象者】

経営分析を行った小規模事業者等

【募集方法】

経営分析を行った事業者に加えて、商工会報、ホームページ、経営指導員等による巡回指導を通じて募集する。

【開催回数】

年1回開催

【開催内容】

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We bサイト構築、S N Sによる情報発信等の取組を推進していくため以下のカリキュラムを主軸にセミナーを開催する。

- ・ D X総論、D X関連技術（クラウドサービス、A I等）や具体的な活用事例
- ・ I T導入に関する支援施策の説明
- ・ 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
- ・ 各種 I Tツールに特化したセミナーなど

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〕

経営指導員等が定期的に訪問し、計画の進捗状況や、売上・利益の状況、大きく変化した内容、経営上の課題等についてヒアリングし、各種支援施策等を活用しながら伴走型支援を行った。マル経融資制度の利用事業者に対して経営指導員を個別に貼り付け日本政策金融公庫と連携し、資金の使用・返済状況などの資金計画に関するフォローアップを行い、経営の健全化をサポートした。

〔課題〕

これまでの支援により経営革新計画の承認件数は増えたものの、計画策定の重要性やPDCAサイクルの運用が十分に浸透しておらず、事業計画の進捗状況を継続的にモニタリングができていなかった。そのため、計画の進捗状況の確認や、財務状況を含めたより深い分析を行い、事業者の中長期的な成長を支援する必要がある。また、物価高騰の影響もあり、営業利益率の目標設定も見直す必要がある。

（2）支援に対する考え方

経営指導員等により進捗状況確認や経営指標の推移を把握しながらも事業者の自走化を意識し、経営者自身が「答え」を見いだすこと、対話を通じてよく考えること、経営者と従業員が当事者意識を持って取組むことなど、計画の進捗フォローアップを通じて経営者へ内発的動機づけを行い、潜在力の発揮に繋げる。

事業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、事業計画の進捗状況や事業者の課題等により、訪問回数を増やして集中的に支援すべき事業者と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障ない事業者を見極めた上で、フォローアップを行う。

（3）目標

項目		現行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
①	事業計画フォローアップ対象事業者数	20者	23者	23者	23者	23者	23者
	事業計画フォローアップ頻度（延べ回数）	80回	116回	116回	116回	116回	116回
②	売上増加率または営業利益率1%以上増加事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者

（4）事業内容

事業計画を策定した事業者を対象として、経営指導員が巡回訪問等を実施し、策定した計画が着実

に実行されているか定期的かつ継続的にフォローアップを行う。

その頻度については、事業計画策定 23 者のうち、5 者は毎月 1 回、10 者は四半期に一度、他の 8 者については年 2 回とする。ただし、事業者からの申出等により、臨機応変に対応する。なお、進捗状況が思わしくなく、事業計画との間にズレが生じていると判断する場合には、外部専門家など第三者の視点を必ず投入し、当該ズレの発生要因及び今後の対応方策を検討の上、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】

毎年開催される「いわて食の商談会 in 仙台（出展企業数約 60 社、来場バイヤー数約 200 名）」にて管内食品製造業者の出展支援により販路拡大支援を行ってきた。また、インターネットを利用した販路開拓支援（B to C）として、「訴求力あるコメント作成」「魅力的な商品の見せ方」やホームページ構成のブラッシュアップ、SNS 導入支援を行ってきた。

【課題】

従来支援では、商圏や業種が異なる事業者の多様なニーズに対応できていなかった。特に、地元中心の事業者や、食品製造業以外の事業者に対する支援が不足していた。そこで、商圏や業種に合わせた販路開拓支援メニューを多様化し、特に DX 推進を強化することで、自社の強みを活かして販路拡大を図れるよう支援していく。具体的には、SNS 活用セミナーや EC サイト、ネットショップ等への出品を通じた販路開拓における DX に向けた取り組み支援、キャッシュレス導入等デジタルツールの活用支援など、事業者のニーズに合わせた様々な支援策を実施していく。

(2) 支援に対する考え方

農林水産物の魅力ある地域産品を生産する町内小規模事業者や、工業並びにサービス業における地域外への販路開拓等を支援するため、引き続き首都圏や地方都市等で開催される商談会への出展支援を行う。また、商圏が当圏域に留まる事業者については、需要動向調査を経て策定した事業計画に基づく販路開拓支援を実施するなど、個社に合った需要開拓支援を展開する。

(3) 目標

項目	現行	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度
① 一般消費者への需要 開拓支援	—	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
売上増加率（平均）	—	3 %	5 %	5 %	5 %	5 %
② 商談会への出展事業 者数	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
成約件数／者	3 件	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
③ I T ツール導入件数	—	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
売上増加率（平均）	—	5 %	5 %	5 %	5 %	5 %

(4) 事業内容

①一般消費者への需要開拓支援（B to C）

これまでは、食品製造業者中心に、域外への販路開拓支援を行ってきたが、域内を商圏とする小規模事業者に対し、町内または近隣市町村において新たな顧客を取り込むとともに地域において継続的に事業を続けられる事業環境づくりを目的に、地域密着型事業者の需要開拓支援を行う。

【支援内容】

町内又は近隣市町村を商圏とする地域密着型事業者に対して、経営分析を踏まえ、需要動向調査に基づき実施する商品・サービスの提供・発信する機会を増大するための販売促進支援として、チラシ・リーフレット等の制作支援を行う。

支援に当たっては、専門家または専門業者等と連携し、策定した事業計画に基づいたチラシ・リーフレット製作等を行うとともに、想定される顧客の年代等に応じてデジタル情報の発信を提案するなど、ターゲットとする消費者や支援対象業種の性質を見極めながら展開する。

【対象者】

町内または近隣市町村で販路開拓に取り組む小規模事業者等（地域密着型事業者3事業者を想定）（主に小売業、宿泊業・サービス業、建設業）

②商談会等への出展支援（B to B）

これまでは、食品製造業者中心に販路開拓支援を行ってきたが、新たにビジネスマッチ東北を中心とした出展を通じて、それ以外の木工品等の特産品製造業者も含めた幅広い事業者に対し、町外への販路開拓を支援することを目的に、B to B取引拡大を目的に各種商談会への出展支援を行う。

【支援内容】

各種商談会への出展支援、出展前の展示ブースづくり及び販促物製作支援、陳列や接客、商談への助言、他事業者とのマッチング支援など、成約率の向上や取引拡大に向けた支援とバイヤーとの持続的な関係性の構築によるB to B取引の拡大、新商品開発及び商品改良、商品PRのための場としても活用する。

【対象者】

経営分析、事業計画策定支援等を行い、地域資源を活用した商品の地域外（主に南東北）への販路拡大に意欲のある食品製造業、木工製品製造業等の事業者5者

【想定される商談会】

事業名	開催地	開催時期	内容	規模
いわて食の大商談会	岩手県盛岡市	6月	・岩手県産品に興味を示す全国の流通関係者が対象 ・県内食品製造・農林漁業者が出展	バイヤー436名 出展者103者 (令和5年度実績)
いわて食の商談会 in 仙台	宮城県仙台市	2月	・南東北や北関東地区を商圏とした百貨店・量販店バイヤーを対象 ・県内食品製造・農林漁業者が出展	バイヤー181名 出展者57者 (令和5年度実績)
ビジネスマッチ東北	宮城県仙台市	11月	・食から健康、福祉など10の幅広いジャンルで構成された商談会 ・全国の商社や百貨店等のバイヤーを対象	来場者4,352名 出展者427者 (令和5年度実績)

③ITツール導入支援

現状の顧客が近隣の商圏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の活用や、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、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。

さらに、決済方法やマップアプリなど、域外からの来訪者は多様なデジタルツールの活用が想定されるなか、多くの事業者がキャッシュレス決済に非対応で機会損失が発生している。顧客が利便性を感じられるよう、マップアプリでのME O対策やキャッシュレス導入をはじめとしたデジタルツールの導入支援を行う。

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、当会理事会と併設して、洋野町水産商工課長、法定経営指導員、外部有識者等をメンバーとする「洋野町事業評価委員会」を半期ごとに開催し、実施状況の成果の評価・検証及び見直しを行ってきた。

[課題]

町担当課や外部有識者等で構成される委員会設置によりP D C Aサイクルは適切に回せているが、経営支援員を含む事務局内での当事業に対する認知不足が散見されるため、改善する必要がある。

(2) 事業内容

①洋野町事業評価委員会の実施

当会の理事会と併設して、洋野町水産商工課長及び特定政策推進室長、法定経営指導員・経営支援員を含めた本会職員、外部有識者等をメンバーとする「洋野町事業評価委員会」を半期ごとに開催し、経営発達支援事業の内容や進捗状況等について報告するとともに、必要に応じて適切な改善案を検討する。

また、外部有識者に依頼し、事業の実施状況や成果の評価・検証を行うとともに、小規模事業者が抱えている経営上の課題や問題等も整理し、次年度に向けた事業等の見直しの方針を定める。

なお、構成員は次の通りとする。

【外部有識者】中小企業診断士等

【洋野町】洋野町水産商工課長、特定政策推進室長

【県商工会連合会】広域経営指導員1名

【洋野町商工会】会長、副会長、事務局長、法定経営指導員、経営指導員、経営支援員

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。

②事務局会議の開催

週に1度、種市地区を管轄する本所と大野地区を管轄する支所間での事業実施状況を逐一共有するとともに、経営指導や経営指導補助を行う経営支援員も会議に参加し、全員参加型での情報共有、当事業の理解深化、それぞれの支援を踏まえた経営発達支援事業の改善策を検討する。

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]

経営指導員及び経営支援員が各種の制度説明会や関係機関で実施する研修会に積極的に参加し、スキルアップを図ると共に、専門家派遣の際の同行から支援ノウハウを着実に習得し、それを職員間で共有し、個々のスキルアップから商工会組織の総合的な支援力向上に繋げている。

[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経営力再構築伴走支援力向上につながるセミナーへ、経営指導員および経営支援員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、経営指導員及び経営支援員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などを活用したオンラインでの経営指導等

②OJTの効果的運用

【実施内容】

支援経験が豊富な経営指導員や岩手県商工会連合会広域経営指導員が、支援経験が乏しい職員とチームを編成し、現場における経験を蓄えてノウハウの習得を図る。また、専門的課題の解決に向けた専門家派遣制度を活用する場合は、支援担当職員の同行を原則必須とし、指導・助言等のノウハウの習得に努め、個者支援による組織的な支援能力の向上を図る。

特に、経営支援員が個社支援を実施する際は、経営指導員等が同行し助言を行うことでOJTを通じた支援能力の底上げを図る。

【対象者】

当会経営指導員及び経営支援員等

③経営支援内容のデータベース化等による職員間での支援ノウハウ等の共有

【実施内容】

担当経営指導員等が、商工会で現在使用しているクラウド型経営支援ツールである商工イントラ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。

また、OFF-JTやOJT等を通じて知り得た知識を持って小規模事業者への指導に繋げることを目的として、定期ミーティングにおいて研修内容を口頭説明するなど、知識の習得（インプット）のみならず知識の出力（アウトプット）まで重視し、実践を意識したノウハウの共有及び資質向上に取り組む。

【対象者】

当会経営指導員及び経営支援員等

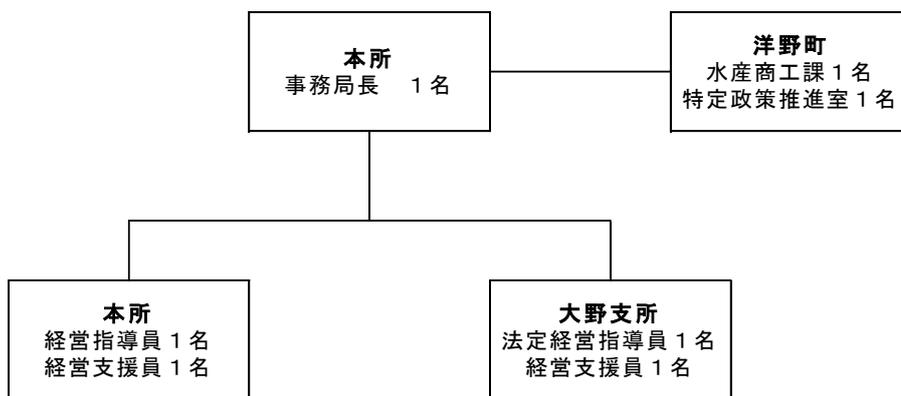
(別表2)

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6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当該経営指導員の氏名、連絡先

■氏名：下坪 秀司

■連絡先：洋野町商工会 TEL：0194-77-2505

②当該経営指導員による情報の提供及び助言(手段、頻度等)

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洋野町商工会

・本所

〒028-7914

岩手県九戸郡洋野町種市 23-27-1

TEL：0194-65-4111 / FAX：0194-65-4112

・大野支所

〒028-8802

岩手県九戸郡洋野町大野 58-12-33

TEL：0194-77-2505 / FAX：0194-77-2510

E-mail(本所・支所共通)：hirono@shokokai.com

②洋野町

〒028-7995

岩手県九戸郡洋野町種市 23-27

・洋野町 水産商工課

TEL : 0194-65-2111 / FAX : 0194-65-4334

E-mail : suisho@town.hirono.iwate.jp

・洋野町 特定政策推進室

E-mail : tokutei-seisaku@town.hirono.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7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
必要な資金の額	1,650	1,650	1,650	1,650	1,650
専門家謝金	500	500	500	500	500
専門家旅費	50	50	50	50	50
展示会実施・出展費	700	700	700	700	700
印刷製本費	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、県補助金、町補助金、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。

