

経営発達支援計画の概要

実施者名	一戸町商工会（法人番号 8400005004717 ） 一戸町（地方公共団体コード 035246）
実施期間	令和 6 年 4 月 1 日～令和 11 年 3 月 31 日
目標	経営発達支援事業の目標 (1) 事業計画にもとづく経営の自走化支援 (2) 地域経済の維持・活性化に向けた円滑な事業承継と若手後継者の育成 (3) 新たな需要開拓に向けた取り組み (4) 商店街の魅力創出による事業環境整備
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 ① 地域の経済動向分析 ② 景気動向分析 4. 需要動向調査に関すること ① 新商品開発にむけた需要動向調査 ② バイヤーに向けた需要動向調査 5. 経営状況の分析に関すること ① 個別相談会の開催 ② 経営分析の実施 6. 事業計画策定支援に関すること ① 事業計画個別相談会の開催 ② DX 推進セミナーの開催 7. 事業計画作成後の実施支援に関すること 8. 新たな需要開拓に寄与する事業に関すること ① 商工会主催の小規模商談会・相談会の開催 ② 町外各種商談会・物産展への参加支援 ③ まちゼミの開催 ④ IT ツール導入支援
連絡先	一戸町商工会 〒028-5312 岩手県二戸郡一戸町一戸字砂森 119- 3 TEL : 0195-33-2354 FAX : 0195-33-2373 E-mail : ichinohe@shokokai.com 一戸町 産業部 商工観光課 〒028-5311 岩手県二戸郡一戸町高善寺字大川鉢 24- 9 TEL:0195-33-2111 FAX : 0195-33-3770 E-mail: shoko-kanko@town.ichinohe.iwate.jp

(別表 1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

①現状

■立地

一戸町商工会の管轄地域は、岩手県一戸町全域である。一戸町は、岩手県内陸北部に位置し総面積 300.03 平方 km。うち山林・原野が 61% を占める高原の町である。

北上山地と奥羽山脈に囲まれ、南西部にある標高 1,018m の西岳を頂点に、北に丘陵地が続いている。



■交通

町の中央を国道 4 号と IGR いわて銀河鉄道が縦断しており、車や鉄道での往来に適している。また、東北自動車道に接続している八戸自動車道一戸 IC が設置されており、北東北 3 県の観光の玄関口となっており、首都圏へのアクセスにも優れている。

ACCESS MAP



- 新幹線
新函館北斗…新青森…二戸
北海道新幹線・約 1 時間 40 分
東京………盛岡………二戸
東北新幹線・約 2 時間 40 分
- 鉄道
二戸………一戸 IGR いわて
銀河鉄道・約 5 分
盛岡………一戸 IGR いわて
銀河鉄道・約 60 分
- 自動車
盛岡…安代 JCT…一戸 東北自動車
道・八戸自動車道・約 60 分

■歴史・文化

【御所野遺跡「世界遺産登録】

御所野遺跡は、縄文時代中期後半（5000年前）の拠点集落跡である。東西に長い台地と東側の丘陵地に住居跡や盛土遺構、配石遺構などが分布しており、800年間という長期にわたって人々が定住した集落跡と考えられている。縄文文化は狩猟・採集・漁労によって定住を達成した世界史上稀に見る文化であり、「北海道・北東北の縄文遺跡群」は農耕以前の北東アジアの人類の生き方を明らかにする貴重な遺産でもある。

御所野遺跡は「北海道・北東北の縄文遺跡群」の構成資産の一つで、令和3年7月27日、第44回世界遺産委員会（オンライン開催）にて世界文化遺産登録が決定した。

施設公園内には、土屋根の竪穴住居などが復元されており、今後インバウンド需要による外国人観光客の来訪が期待されている。



【江戸時代～明治：宿場町として栄える】

南部藩四門九戸のひとつ南門一戸。奥州街道の盛岡城下より10番目の宿場町で岩手県北の町。かつて大勢力を誇った一戸南部氏の拠点であったが、一戸南部氏は豊臣秀吉の奥州仕置によって滅亡。以後一戸は盛岡藩領となり一戸通代官が置かれ、呉服商や米穀商、酒造業などの商家が立ち並ぶ商業の町として発展を遂げ、また、奥州街道の宿駅として八戸藩主や松前藩主の宿泊旅館が設けられ、宿場町としても栄えた。

【昭和～令和：歴史が混在する町】

戦後鉄道の官舎が置かれ、昭和50年代に人口がピークに達し、街も活気を要し、商店街では歌謡ショーや祭りなどのイベントが開催された。また、昔から毎月1の付く日に商店街内に市日がたち、八戸市等から鮮魚や雑貨等の屋台が出店している。

この商店街には昭和時代の歴史的建造物が残っており、映画館「萬代館」は、街のシンボルであり普段は上映していないが、年に1度映画祭が開催され、映画関係者や俳優を呼び、昔のフィルム映画の上映を行っている。往年の映画ファンにとっては聖地となっている。

このほか町内に歴史的建造物の雑貨店や元酒造蔵（民家）が残っていて、昭和のノスタルジックな雰囲気を残している。



萬代館



市日



雑貨店

【町内の特産品】

鳥越地区の竹細工は、地域に自生する良質な「スズタケ」の1年物を使い、手間を惜しまず編み込まれた「竹細工製品」は、代々家々に伝えられ、その起源は平安時代とも、縄文時代とも言われ、記録に残る以前からある。使い込むほど色艶が出ることで、県内外に愛好者がいる。

また、奥中山の高原で飼育された乳牛の乳製品（牛乳、アイス、チーズ）、ハムやソーセージといった食肉加工品が地元産品として人気がある。

山々に囲まれた生活をしていた祖先は、ヒエ・アワ・キビなどの雑穀やドングリ・クルミ等の木の実を食べて暮らしてきた風土として雑穀文化が定着している。小麦を原料とした「南部せんべい」、「ひつみ」、「かつけ」が郷土食としてあり、当町の製麺メーカーである戸田久株の「冷麵（乾麵）」は全国に出荷されている。

地域の食文化に注目が集まるなかで、雑穀を使った JOMON クラッカー、奥中山のトウモロコシの真空パック、手作りソーセージ等の新商品が生まれている。地元木材を使った玩具、クラフト製品も今後の新商品開発と新需要開拓が期待される。



【手作りソーセージ】



【奥中山高原とうもろこし】



【奥中山高原の牛乳・乳製品】



【竹細工 手提げかご】



【工芸品 行燈】

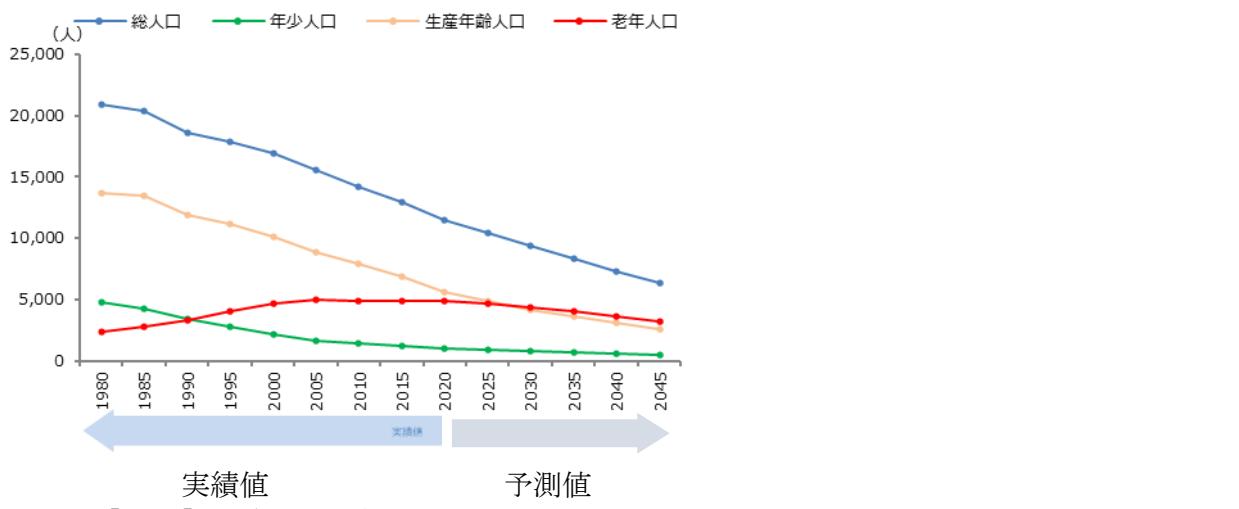


【工芸品 衝立】

■人口

令和5年4月1日現在の人口は、11,129人である。

少子高齢化が進み1980年をピークに減少し続けており、過疎化が進行している。今後人口減少によって、町の中心部以外の地区においては、生活日用品の購入やサービスの提供を受けられない限界集落となる可能性があり、町のコンパクト化と配達サービスの充実といった対応が求められる。



年	人口	増減
1980年	20861人	
1985年	20407人	▲454人
1990年	18610人	▲1797人
1995年	17906人	▲704人
2000年	16933人	▲973人
2005年	15549人	▲1384人
2010年	14187人	▲1362人
2015年	13038人	▲1149人
2020年	11800人	▲1238人
2025年	10599人	▲1201人
2030年	9476人	▲1123人
2035年	8458人	▲1018人
2040年	7504人	▲954人

■業種別の商工業者推移

一戸町の商工業者数は463事業所である。(令和元年経済センサス)

前回の経済センサス(平成28年)から4年間で、5事業者減少している。

業種構成比は、卸・小売業が37%、サービス業18%、建設業10%、製造業が8%を占める。

業種	平成24年		平成28年		令和元年	
	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	55	50	49	45	49	45
製造業	41	27	38	26	38	26
卸・小売業	196	164	178	144	173	139
飲食店・宿泊業	41	39	37	31	31	25
サービス業	87	70	82	70	83	70
その他	82	78	84	78	89	82
合計	502	428	468	394	463	387

(資料:経済センサス)

■産業(業種別の景況感)

地域産業については、少子高齢化による人口減少による売上減少に加え、令和2年からの新型コロナによる外出制限の影響を受け、宿泊・飲食業をはじめとする直接的な影響を受けている業種の他にも間接的な影響を受け景況感が低迷している。

○建設業

建設業は、公共工事(道路舗装、災害復興工事)を中心に安定的な需要があるものの建築業に関しては大手ハウスメーカーとの競合や人手不足による労務費・外注費の増加、建材費の上昇などコストアップによる収益率の減少という課題を抱えている。

○製造業(林業、製造業、竹細工)

東北本線盛岡以北の鉄道枕木製造によって発展した製材業は、一時輸入材の増加により需要が減少したが、バイオマス燃料やSDGSの動きから国内需要が活発となっている。

また、食品製造業では、高原の冷涼な気候を活かした高原野菜や酪農・畜産が盛んな地域特性を活かした、乳製品(牛乳・乳製品・アイスクリーム)や「岩手ハム」をはじめとする食肉加工品を全国に出荷している。

加えて、地元に伝わる雑穀文化に端を発する、小麦粉を原料とした「南部せんべい」や「もりおか冷麺」の製麺製造業者、豆腐製造業者が地元ならではの特産品を製造している。

○卸・小売業

小売業に関しては、町内中心地に平成17年に地元商店とジョイス(スーパーマーケット)、かんぶん(ホームセンター)による共同店舗、一戸ショッピングセンター(イコオ)がオープンして18年になる。この他、町外資本のコンビニエンスストアやドラッグストアが出店し売上を伸ばしている。

一方で、地元商店は、主な顧客層が少子高齢化により利用客数及び購入単価が減少し、多

くの店が人口減少に比例する形で売上減少が続いている。

○飲食店・宿泊業（観光）

奥中山高原スキー場を中心に、年間50万人の観光客が訪れる。うち北東北3県からの来訪がほとんどを占める近隣型の観光地である。

宿場町として栄えた一戸町であるが現在宿泊施設は、奥中山地区の1事業所のみである。

飲食店は、店舗の減少が続いている、そこに新型コロナウイルスの影響を受け、厳しい環境が続いている。一方でカフェや新業態の出店があり、新規出店のための支援が必要である。

飲食・宿泊業は観光需要と密接につながっており、誘客のための取組みが喫緊の課題である。需要増加が期待されるインバウンド需要や世界遺産登録された「御所野遺跡」をはじめ観光資源と昔からの北東北3県の交通の拠点として「道の駅」をはじめ、町に新たな交流機能を設ける取り組みが必要である。

○サービス業

ほとんどが小規模零細事業者である。コロナ感染症・物価高騰の影響を受け、売上・収益が減少している。

このうち生活関連サービス業では、理美容業をはじめ固定客を有する業界は店舗数の減少は抑えられているものの、経営者の高齢化及び人口減少の影響を受けることから、事業存続に向けて後継者の育成と新たなサービスの展開が課題である。

■一戸町総合計画後期基本計画（令和5年～令和8年度）の概要

町の総合計画の商工業振興に関しては、持続可能な商業を推進。来店者が楽しく買い物できる買い物環境づくりを促進と町内企業の持続的な経営環境を構築する。町が商店街の振興に力を入れるなか、商工会は商店街を構成する個店の支援を通じて、目的である町の商工業の振興を果たすため互いに連携している。

【商工業の振興】

1. 魅力ある商店街づくり

- ・市日やまちなか交流館、萬代館など残すべき中心商店街の特色を活かした賑わいづくりを促進するために、各種イベントを開催する。
- ・御所野遺跡や道の駅を訪れる方々を誘導する取組を行うとともに、情勢や消費者ニーズに対応した利便性向上による販売機会の拡充を図る。
- ・商店街の機能を強化するため、商工会と連携し、空き店舗の活用などの研究を行う。

2. 地元購買力の向上と持続可能な商業の実現

- ・地元購買力の向上を促進するために、まちゼミを継続開催するほか地元商店利用促進の方策についての研究を行い、消費者への訴求活動を展開する。
- ・次代を担う人材育成のために、商工会とともに後継者や新規創業希望者への相談体制を整えるとともに、効果的な支援策について研究を進め、制度の創出を行う。
- ・今後、地域の商店が減少する中においても、地域内で生活必需品を手に入れられるような持続可能な買い物支援に関する方策の調査研究を実施する。

3. 町内企業の体质強化と企業立地満足度の向上

- ・企業の競争力強化と、他社との差別化を図るために、企業支援補助金の充実と情報提供及び相談活動を実施する。
- ・町内企業の競争力強化と、他社との差別化を図るために、既立地企業との関係性づくりを行い、新たな企業立地に繋がる取組を実施する。

4. 雇用対策の充実

- ・町内企業の求人に対して人材確保が困難となっているため、企業PR事業を実施及び協力する。
- ・企業認知度の向上と新卒者の地元就職を促進するため、町内の中学生や二戸管内の高校生及び各種学校等の学生へ町内企業のPRを実施する。
- ・U I J ターン者に対する町内企業への就職の促進を図るために、企業の求人ニーズの把握と、企業の魅力や情報を発信する。

【観光・レクリエーション業の振興】

御所野遺跡や奥中山高原などの観光地への集客を図るために、来訪者の満足度向上に取り組むとともに、「道の駅」の整備と運営組織の設立、奥中山高原を核とした観光の充実、観光体制の充実を図る。

【地場産品の振興】

特色ある町の産業を育成するために、地域資源を活かした商品の開発を、多様な意見と各方面からの協力を得ながら促進する。また、地場産品の販路拡大を図るために、町内外へ積極的に情報発信するとともに、他地域の情報収集によるマッチング等の機会を創出する。

町では「ふるさと納税」制度を使って、地場産品の振興を新需要開拓に貢献している。

■商工会の取組み

○経営改善普及事業による個別指導の実施

商工会主要事業として、商工会スタッフによる町内小規模事業者の経営改善普及を図るための巡回・窓口による個社支援とインボイス制度の導入などの時事問題に対応するため講習会による集団指導を実施してきた。また、専門的な課題に対しては専門家を派遣し、事業者の経営改善を図ってきた。

経営指導員等による個別指導

項目	令和2年度	令和3年度	令和4年度
巡回指導	1,103件	1,073件	743件
窓口指導	992件	882件	594件
合計	2,095件	1,955件	1,337件

○経営発達支援計画の推進 事業計画に基づく経営の浸透

平成31年から第2期経営発達支援計画をもとに「①地域資源を活かした商品開発、②地域経済の活性化による新たな組織体制の構築、③小規模事業者の課題解決に向けた伴走型支援と事業承継及び育成支援」を目標に以下の事業を実施している。令和2年～令和4年にかけては、コロナ禍の外出制限による、活動の制限の下での事業展開であった。

【需要動向調査の実施状況】

実施年度	調査名	概要
平成28年度	消費者ニーズ調査	町内の子育て世代、高齢者の方を対象にヒアリングによる需要動向調査を実施
平成28年	観光客ニーズ調査	一戸町の観光地である「御所野縄文公園」や「奥中山高原」等を訪れる観光客を対象にアンケートによる需要動向調査を実施した
平成28、29年	首都圏消費者のニーズ調査	一戸町のアンテナショップ「Natural Essay」(横浜市)、いわて銀河プラザ(東京都)の担当者及びバイヤーへのヒアリングによる需要動向調査
平成28年	岩手大学学生による地域課題プログラムの実施	岩手大学学生の学習プログラムテーマ「一戸町における魅力ある観光資源の活用と誘客の促進について」観光客への来場者調査
令和4年	「いわて食の第商談会 in 仙台」でのバイヤーへのニーズ調査	地域資源を活用した「新商品」の需要動向についてバイヤーへのヒアリング調査を実施した

【事業計画策定支援】

・事業計画策定セミナー及び個別相談会の実施

小規模事業者の現状分析と個社の抱える課題解決を図るために事業計画必要性を説くとともに策定のためのノウハウ習得を目的にセミナー及び個別相談会を毎年実施している。

小規模事業者持続化補助金等の活用、県の認定する経営革新計画認定への実績に

結びついている。

- ・事業計画策定後の伴走型支援によるフォローアップの実施

事業計画を策定した小規模事業者に対し、新たな販路開拓・事業拡大に向けたフォローアップの実施、創業者及び事業承継後の後継者に対し、事業計画策定後のフォローアップを実施。計画の検証や見直しによるPDCAサイクルの定着と小規模事業者持続化補助金等への活用支援を促している。

- ・経営革新計画認定支援

「中小企業等経営強化法」に基づく、中小企業の新たな事業活動の促進を図るための県の認証制度である経営革新計画認定制度。事業計画のブラッシュアップを兼ねて積極的に取り組みを促し、数社が県の認定を受けている。

事業計画策定セミナー及び個別相談会参加事業者実績

項目	令和2年度	令和3年度	令和4年度
事業計画策定セミナー	6事業者	6事業者	4事業者
事業計画個別相談会	6事業者	3事業者	3事業者
小規模事業者持続化補助金活用事業所	—	7事業者	5事業者
経営革新計画認定企業	—	3事業者	1事業者

- ・事業承継セミナー及び個別相談会の実施

喫緊の課題である事業承継に関して、必要な基礎知識と事業承継のためのノウハウ習得を目的にセミナー及び個別相談会を開催してきた。セミナーによって意識啓発が図られているが、具体的個別的案件については個別相談が必要と考えられる。

【新たな需要の開拓に向けた取り組み】

製造業を中心に町内外への新需要開拓を図るために新商品開発に取り組む事業者への支援を行ってきた。事業計画策定段階からヒアリングを実施、課題と目標を明確にし、スケジュール管理の支援を行っている。小規模事業者持続化補助金等の活用支援を通じて、設備導入や新商品のPRパンフレットの製作、専門家や県の工業技術センターと連携し、製品化を図っている。こうした取り組みにより、地元の雑穀を使った「JOMON クッキー」や奥中山のトウモロコシの「真空パック製品」等の新商品が生まれている。

また、販路開拓に向け岩手県産㈱との商談会出展に向けた事前ヒアリングや各種商談会へ参加支援とバイヤーへの需要動向調査を実施し、製品改良にむけた情報収集とフィードバックを行っている。

さらに、令和3年度から得するまちのゼミナール（まちゼミ）を開催している。

○まちゼミ

開催期間：例年9月～10月の1ヶ月間

参加店舗：14～16店舗（小売、サービスのみならず幅広い業種）

内 容：参加店の店主やスタッフが専門店ならではの知識・技術を無料で教えてくれる1講座3～4人のミニ講座

目的：「無料」にすることで店に訪れる敷居を低くすることで、店主及び商品

を知つてもらうこときっかけづくりの場の提供。モノを売るとは別の「店主」と「消費者」との新たな関係性の構築。

効 果：アンケート結果、利用者・お店双方からの満足度は高かった。お客様にとっては、知らないことを教えてもらえた。店主の人柄に触れた。お店にとってもお客様と触れ合うことで、楽しさがあった。まちゼミ後もお店を再訪していただいているお客様がいるといった声がある。



○まち歩きマップの作成

「町内を歩いて散策する観光」を図るため観光ガイドマップを作成

作成部数 第2版 令和4年度作成 作成部数：6,000部

配布先：町内飲食店、宿泊施設、御所野遺跡他観光施設

○産業振興を図るためのイベントの実施

・フードフェスタの開催

6月開催。食に特化したイベント

・いちのへ産業まつりの開催

10月開催。一戸町の産業が一同に集まる展示販売会。

・灯篭まつりの実施（7月～8月）

中心市街地に灯篭を設置 期間中「ナニヤドヤラ」流し踊り大会を開催

「ナニヤドヤラ」とは、青森県南部から岩手県北部、秋田県鹿角地方の旧南部藩領に伝わる盆踊り。盆踊りの「はやし歌」の歌詞からとられた名称。あまりにも意味不明な歌詞のため研究者が興味を持ち、数多くの説が発表されている。柳田国男説では「何なりともせよかし、どうなりとなさるがよい」と、祭りという特別な日に、男にむかって呼びかけた恋の歌としている。

・一戸まつりへの協力（8月）

八坂神社と稻荷神社の二社大祭として行われ、毎年8月最終金土日の三日間開催される秋祭りである。一戸まつりの山車は南部流の形態を伝えるもので、江戸文化の火消しと歌舞伎・淨瑠璃の影響を受け、装飾品から人形衣装まで手作りで作りあげる風流山車である。

②課題

小規模事業者の多くは、地域密着型の事業を行っており、人口減少は、需要の減少に直結し、新たな需要開拓を図るか業種・業態転換を迫られている事業所も多い。また経営者の高齢化と将来展望が不透明ななかでの後継者不足が、今後の事業継続を難しくしている。

新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、対面サービスを行うサービス業、小売店といった直接被害を受けた事業所のみならず、幅広い業種が売上減少の影響を受けた。

外出規制が緩和され、通常の暮らしが戻っているものの、エネルギー価格の上昇に端を発する物価高騰により、全業種にコスト増加による収益減少の影響を受けている。

i 事業計画にもとづく自走化支援

コロナ感染症、エネルギー価格の上昇、人口減少による顧客の減少、日々刻々と事業環境が変化する状況のなかで、こうした変化に即応し、事業の継続発展を図るために事業者自らが本質的な課題・目標を認識し、その課題解決のための方策を見出し、自ら設定した目標を達成する。いわゆる自走化支援が必要である。

そのために日々の巡回を通じたヒアリングを通じて、事業所と商工会スタッフが、潜在する課題を共有する。課題と目標は表裏一体の関係を持ち、これを明確にすることで本来必要とする事業計画が策定される。課題認識と目標設定、実行と検証そして改善を繰り返すP D C Aサイクルの定着をもって企業を成長軌道に導くことが自走化支援である。

ii 創業及び事業承継、業態転換、新分野支援

人口減少、後継者不足による廃業等により商工業者の減少が続いている。地域密着型の店舗の減少は、地域経済の低迷と買い物弱者という地域課題に直結している。

新たな商売の担い手の育成（創業支援）、事業承継、業種業態転換、新分野進出への支援が喫緊の課題である。

iii 新たな需要開拓と販路拡大に向けた取組み

人口減少による地域需要の減少を補うために新たな需要開拓と販路拡大に向けた取り組みが必要不可欠である。製造業等の製品を通じて地域外に需要開拓を図る業種と小売・サービス業のように店舗型によって、異なる支援が必要である。

また、キャッシュレス決済やネット販売、SNS広告などの商慣習が生まれ、若者を中心にして定着しているため、新技術への対応が新需要開拓のために不可欠な状況になっている。

世界遺産登録による来訪者の増加、道の駅建設が予定され、北東北三県の広域観光、観光関連事業の担い手となる事業者支援、新規需要開拓に向けた土産品開発、飲食メニュー及び観光サービスの開発に取り組む事業者への支援とその仕組みづくりが課題である。

iv 商店街の魅力創出及び空き店舗対策

人口減少及び郊外店や町外への購買の流出による売上減少、経営者の高齢化と後継者不足等の環境変化により町内店舗は減少を続け、空き店舗が増加している。中心商店街の魅力が減少するとともに、地域に暮らす高齢者などの買い物弱者を生む問題も含まれている。

商工会では、中心商店街への観光客等の誘客を図るため「まち歩きマップ」、「まちゼミの開催」に取り組んでいる。また商店主自らが講師となりお客様と交流を図る「まちゼミ」は3年目を迎え、店のファンづくりとお店の自分が新たな企画を生み出す土壤となることが期待でき、お客様との新たな関係性の構築は永続的な効果が期待できることから、今後の継続支援が課題となっている。

(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

小規模事業者の振興に向けた基本方針は「小規模ではあるが特色のある商品・サービスを製造及び提供する事業所の創出と経営環境の変化に対応できる自走化に向けた支援」である。

今後10年間で人口減少が確実に進む。刻々と変わる環境に柔軟に対応し、事業の継続発展が遂げることができるよう商工会の自走化支援を通じて、時代を担う力強い事業者を育成する。こうした事業者が主体となって連携し、持続可能な魅力ある地域の実現を図る。

また、宿場町から鉄道の町として栄え、昔から交流の拠点として栄えた中心商店街。御所野遺跡が世界遺産登録され、「道の駅」が設置されるなか、市日やまちなか交流館、萬代館を有し、歴史が混在する魅力ある商店街を人々が交流する拠点となるため空き店舗の再利用、交流イベントの実施、まちゼミの開催を通じて人々が惹かれ集いあう商店街形成を図る。

創業、事業承継、事業展開が活発に行われ、商工業者と地元雇用が増加、地域資源を生かした商品開発・新需要開拓が行われ、新たな需要開拓・産業創出と人材活用へと結びつけ地域経済の活性化を図る。

②一戸町総合発展計画との連動性・整合性

一戸町総合発展支援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、人口減少が進むなかで町内事業所が持続発展するために町内企業の体质強化、観光サービス及び地場産品の振興による新需要開拓、魅力ある商店街づくりという点で連動している。

町の支援施策が全体を対象とするのに対し、商工会は構成する個々の事業者を支援する点で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

一戸町の地域経済団体である当商工会は、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。

人口減少が続くなか、一戸町の施策の具体化・連携を図りながら、魅力ある商品・サービスの開発、第1次産業から第3次産業までを包括・連携による地域内6次産業化支援、販路拡大等のコーディネートを行うことで新たな需要開拓が求められる。

地域生活に密着した個店が直面する高齢化や人口流出などの社会課題への対応するため、個者の経営分析や強みを活かした事業計画の策定、計画の実行に伴うフォローアップを行うとともにあらゆる環境変化に適応し発展を続ける力強い事業者育成に向けた自走化支援、まちゼミを通じたお店と消費者との新たな関係性の構築、円滑な事業承継の推進や創業者支援の強化が必要である。

個社支援を通じて商店街振興を図るとともに町の風土・歴史を理解し、一戸町の特性を生かした交流イベントや「まちゼミ」を通じて町の活性化に寄与する。

(3) 経営発達支援事業の目標

①事業計画にもとづく経営の自走化支援

町内小規模事業者が著しい環境変化のなか、魅力向上のための努力を重ね地域住民の暮らしを支え続ける商工業者としての役割を果たすため、事業主が自ら経営課題（目標）を見出し、その課題解決を通じて企業の成長を促す力強い事業者の育成とその自走化のため支援を行う。

商工会では事業計画策定段階から、事業者と対話と傾聴を重ね、本質的な課題解決・目標達成に向けた活動を支援する。

②地域経済の維持・活性化に向けた円滑な事業承継や若手経営者の育成

町内小規模事業者の高齢化が進むなかで、円滑な事業承継、新たなニーズに対応するための事業転換、創業を含め若手経営者の育成により、次代に向けた経営者の若返り、技術・ノウハウの承継を進め地域経済の活性化を図る。

③新たな需要開拓に向けた取り組み

地域資源を活用した新商品開発は、農林業を含めた地域産業のすそ野を広げる波及効果の高い事業であると同時に他の地域との差別化が図られることから地域の基幹産業である農林畜産資源を活用した「食」と「クラフト（木材、竹細工）」関連産業の連携を広げる。

「御所野遺跡」が世界遺産登録したこと、今後建設が予定される「道の駅」により今後増加が期待される観光需要を見越した「JOMON（縄文）」を視野に入れながら、新商品開発及び販路開拓に取り組む事業者の育成支援を図る。

「ふるさと返礼品」町の登録基準を満たす商品開発を支援する。

情報発信やIT化への取り組みは、小規模事業者において大きなバラツキがあるのが現状である。事業者自らによる店舗・商品情報の発信から競争力強化のためのDXに向けた取組みが次世代の事業環境を生き残るために不可欠である。

加速度的に進展すると予測されるDXへの取り組みに、各小規模事業者が即応するために、個々の事業者に応じたDX・IT・SNS活用支援により生産性能力や取引拡大など、新たな市場確保に向けた取組みを支援する。

④商店街の魅力創出による事業環境整備

地域密着型の店舗で構成される商店街は、人口減少や郊外型店舗や町外への購買流出により、売上減少が続いている。一方で小規模ではあるが、独自のサービスや業態転換、新分野進出といった企業努力によって事業の継続発展に取組んでいる事業所多く存在する。

こうした魅力的な店が町外の方々にも利用頂けるようガイドマップの作成や「まちゼミ」を実施しているが、消費者との新たな関係性を構築できるよう支援する。

また、空き店舗や不足する業種の担い手となる新たな事業者の育成支援をする。空き店舗に関しては、小規模事業者持続化補助金等の補助金を活用したリニューアル整備を支援する。

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6年4月1日～令和11年3月31日)

(2) 目標の達成に向けた方針

①事業計画にもとづく経営の自走化支援

傾聴と対話による町内小規模事業者が抱える課題・目標の抽出と、個者の経営資源等を分析し、環境変化に対応しながら本質的な経営課題・目標を事業者自らが認識するために、事業者が持つ「強み」を活かした事業計画の策定支援を行う。

また、事業者が深い納得感と当事者意識を持ち、自らが円滑な計画経営を実行する力強い事業者の育成のために、また将来的な事業者の自走化による事業展開を促すために事業の具体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による助言を受け、着実な事業計画の実行・実現をサポートする。

②地域経済の維持・活性化に向けた円滑な事業承継や若手経営者の育成

喫緊の課題である事業承継については、事業者と後継者双方の意思疎通を図り「事業承継診断票」にもとづくヒアリングにより支援の方向性、事業承継計画の策定支援を進め、高度な課題に対しては専門家による助言を受けながら円滑な事業承継を進める。

また、新規創業や新たなニーズに対応するための事業転換についても事業者の構想に基づきながら、市場動向や技術・ノウハウなどの「強みと課題」を分析し、実現性の高い事業計画の策定や基礎的な経営指導及びフォローアップを進め創業者の安定的経営につなげる。

③新たな需要開拓に向けた取り組み

地域資源を活用した新商品開発は、農林業を含めた地域産業のすそ野を広げる波及効果の高い事業であると同時に他の地域との差別化が図られることから地域の基幹産業である農林畜産資源を活用した「食」と「クラフト（木材、竹細工）」関連産業の連携を広げる。

また、「御所野遺跡」の世界遺産登録、今後の「道の駅」の建設による観光需要増を見据え「JOMON（縄文）」にちなんだ新商品開発及び販路開拓に取り組む事業者の育成支援を図る。

情報発信やIT化への取り組みは、次世代の事業環境を生き残るために不可欠であり、小規模事業者自らによる店舗・商品情報の発信から競争力強化の取組みを支援する。DXへの取り組みに、各小規模事業者が即応するために、個々の事業者に応じたDX・IT・SNS活用支援により生産性能力や取引拡大など、新たな市場確保に向けた取組みを支援する。

④商店街の魅力創出による事業環境整備

商店街を構成する小規模事業者は郊外型店舗や町外への購買流出により、売上減少が続いている。一方で小規模ではあるが、独自のサービスや業態転換、新分野進出といった企業努力によって事業の継続発展に取組んでいる事業所も多く存在する。

こうした魅力的な店が町外の方々にも利用頂けるようガイドマップの作成や「まちゼミ」を実施している。特に「まちゼミ」は、事業者の新たな企画を実施する土壤として、また消費者との新たな関係性の構築につながることから、新規参加事業者を増やし魅力の向上を図る。

加えて、空き店舗や不足する業種の担い手となる新たな事業者の育成支援を図る。

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〕

これまで中小企業景況調査による業種・四半期別の景況感の分析、観光施設等における観光客動向調査に実施による観光客の属性、観光動線、土産品等の分析を行い、当会ホームページで公表するとともに事業者への情報提供を行ってきた。

〔課題〕

これまで実施しているもののビックデータを活用した専門的分析ができていなかつたため、今後は「REASAS（地域経済分析システム）」や上部団体が実施する統計調査情報を活用した調査・分析を加え、改善したうえで実施する必要がある。

(2) 目標

項目	公表方法	現行	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
①地域の経済動向分析の公表回数	HP掲載	—	2回	2回	2回	2回	2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) 事業の内容

①地域の経済動向分析（国が提供するビックデータの活用）

経営指導員等が「REASAS」（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簡潔に行い、当商工会ホームページで年2回公表する。

【調査手法】経営指導員等が「REASAS」（地域経済分析システム）を活用し、地域経済動向分析を行う。

【調査項目】・「地域経済循環マップ・生産性分析」→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実施する統計資料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。

【調査手法】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」

【調査対象】製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業

【調査項目】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]

コロナ前までは、各種商談会に事業者と同伴し参加バイヤーに対しヒアリングによる需要動向調査を実施し、新商品開発及び商品改良の参考資料としてきた。

令和4年には、「いわて食の商談会 in 仙台」に経営指導員が同伴し、独自の調査を実施した。

[課題]

販路開拓に取り組む製造業者は小規模事業者が多く、手作りのため小ロット生産を得意とするが量産体制が構築されていない。また御所野遺跡、今後建設が予定されている「道の駅」で販売する土産品開発に向けて、需要動向調査が必要である。

(2) 目標

項目	現行	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
①新商品開発の調査対象事業者数	—	1者	1者	1者	1者	1者
②商談会場等でのバイヤーに向けた需要動向調査	—	3者	3者	3者	3者	3者

(3) 事業の内容

①新商品開発にむけた需要動向調査 (BtoC 取引拡大を目的)

【調査手法】 需要動向調査票をもとに観光施設やイベント会場で、新商品の試飲試食をしてもらい、経営指導員や外部委託者が聞き取りの上、調査票に記入する。

【サンプル数】 来場者 30 人

【調査項目】 それぞれの事業所と協議して決定（味、価格、量目 他）

【調査結果の活用】 経営指導員等が当該事業所にフィードバックし、新商品開発に活用

②バイヤーに向けた需要動向調査 (BtoB 取引拡大を目的)

【調査手法】・町内及び近隣市町村向け

二戸物産センター「なにやーと」、岩手県産株のバイヤーを招聘し、事業者と商談会参加前の事前ヒアリングを実施する。

・町外向け

「ビジネスマッチ東北」、「東京ウッドコレクション」、「いわて食の商談会」等の商談会場で、バイヤーとの取引商談会場を通じて需要動向調査を実施し、商品改良、新商品開発に活用することで、販路開拓を支援する。

【サンプル数】 30 シート（3者×10 人）

【調査項目】 上記①に加え、バイヤー属性（食品スーパー、通販、百貨店など）取引条件等に加え、経営指導員と個社ごとにヒアリングし個社に応じて設定する。

【調査結果の活用】 調査結果は、経営指導員等が当該事業所に直接説明する形でフィードバックし、商品開発及び事業計画策定に役立てる。

5. 経営状況の分析に関するここと

(1) 現状と課題

[現状]

これまで、当会では小規模事業者持続化補助金の申請時や金融相談時に限られた時間で、「事業計画作成シート」等を活用して実施してきたが、「傾聴と対話」を通じて本人自らが本質的な課題の把握と目標設定する

[課題]

本質的な課題にアプローチするには「シート」による合理化された分析と「傾聴と対話」を通じた経営の本質的な課題の把握、事業者個々の背景を考えた状況分析」、事業計画策定につなげる分析を行う。

(2) 目標

項目	現行	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
①個別相談会	5回	5回	5回	5回	5回	5回
②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個別相談会の開催

小規模事業者が自社の現状、強みや弱み等に気づき、経営課題を把握し、事業計画の策定への活用について理解を深めることを目的に、経営分析を行う個別相談会を開催する。

開催に当たっては、経営指導員等が小規模事業者との対話と傾聴を通じて、経営の本質的課題を把握し、事業計画策定に意欲的な事業者の創出につなげる。

【募集方法】HP やチラシで広く周知するとともに、巡回・個別相談を通じて対象者を掘り起こす。

②経営分析の実施

経営状況・事業者が抱える課題等に関する調査及び分析において、アンケート形式により経営指導員等による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る。

本質的な課題解決に向けた道筋をつくるため事業計画書の目的と本質的な課題解決を関連づけ、内発的動機付けを図る。

【対象者】 個別相談会参加者の中から、事業計画策定に意欲のある小規模事業者を選定する。

【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」の双方実施する。

《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、対話を通じて、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)
<ul style="list-style-type: none">・商品、製品、サービス・人材、組織・デジタル化、IT 活用の状況・事業計画の策定・運用状況・仕入先、取引先・技術、ノウハウ等の知的財産	<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と事業主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。

(4) 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、事業計画に活用する。分析結果をデータベース化し、情報の共有化と分析ノウハウの構築を図る。

6. 事業計画策定支援に関するここと

(1) 現状と課題

[現状]

これまで当商工会では①経営革新計画の承認②小規模事業者持続化補助金やものづくり補助金など補助事業の策定支援、③マル経融資等を得るための事業計画等を中心に行っていました。支援にあたっては、中小企業診断士等の専門家派遣を主に活用していました。

[課題]

日常の巡回や窓口相談において事業所に応じた事業計画策定による享受されるメリットを経営指導員が伝えると同時に、対話により本質的課題と事業者が描く構想の整理、目標や事業内容の具体化を目的とした支援が求められる。

また、競争力強化に向け、DXに関する意識の醸成と図る必要がある。

(2) 支援に対する考え方

経営分析をもとに本質的課題の解決並びに目標達成を図るために、個別相談による事業計画策定支援を行っていく。また、事業計画策定前段階において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。

事業計画策定に当たっては、事業者が経営分析に基づき、事業者が当事者意識をもって課題に向き合い、事業計画策定に能動的に取り組むため、傾聴と対話を通じて最適な意思決定のサポートを行う。

(3) 目標

項目	現行	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
① 事業計画策定個別相談会	5回	5回	5回	5回	5回	5回
事業計画策定事業者数	10者	20者	20者	20者	20者	20者
② DX推進セミナーまたは個別相談会	—	1回	1回	1回	1回	1回

(4) 事業内容

①事業計画個別相談会の開催

【対象者】経営分析を行った事業者の中から意欲ある事業者を選定する。

【支援内容】年5回開催

地域経済動向調査及び需要動向調査で得た消費者ニーズや市場の傾向による外部分析と、SWOT分析を通じた内部分析をもとに「対話と傾聴」を重ね、本質的課題と目標そして事業の方向性についてり合わせを行い、自走化にむけ事業内容や売上・損益及び財務計画、行動スケジュール及び実施体制について計画する。

【支援手法】経営指導員等が担当制で張り付き、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。

②DX推進セミナーの開催

DXに関する意識の醸成と基礎知識の習得を図るため、またDXに向けたITツールの導

入や WEB サイトの構築、SNS による販促活動に取り組むためにセミナーを開催する。

【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。

【内容】 年 2 回開催

- ・ 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

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]

当商工会でこれまで行ってきた事業計画策定後の実施支援は、補助金活用に伴う補助事業の実施支援の割合が多かった。

[課題]

補助事業の実施支援に限らず、事業計画の進捗状況の確認や決算への結びつき、その後の事業展開など、中長期的な視点で小規模事業者の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

自走化を意識し、事業者自身が「答え」を見出すこと、対話を通じてよく考えること、事業者と従業員が一緒に作業を行うことで、現場レベルで当事者意識をも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事業者への内発的動機づけを行い、潜在能力の発揮に繋げる。

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うえでフォローアップを行う。

(3) 目標

項目	現行	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
① 事業計画フォローアップ対象事業者数	10者	20者	20者	20者	20者	20者
	事業計画フォローアップ頻度（延べ回数）	40回	80回	80回	80回	80回
売上増加事業者数 もしくは 営業利益率1%以上 増加事業者数	—	6者	6者	6者	6者	6者

(4) 事業内容

経営指導員等の巡回指導を通じ、事業計画策定事業者に対して四半期に1回、事業の進捗状況を確認する。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、岩手県商工会連合会に登録される中小企業診断士等の外部専門家を交え、当該ズレの発生原因と今後の対応方策を「対話と傾聴」を通じて、事業の修正と改善を図る。

また、事業計画策定1年経過後には、営業利益率をはじめ経営指標による分析を実施し、計画の達成状況を数値化し検証し、事業計画の修正とその達成に向けた取り組みを確認し、PDCAサイクルの定着を図る。

8 新たな需要開拓に寄与する事業に関するこ

(1) 現業と課題

[現状]

当商工会では、地域資源を活用した商品の販路拡大を図るため各種商談会への出展支援、また商店街への観光客等の誘客を図るため商店主が講師となり「まちゼミ」の開催と、周遊を促すための「まちなかガイドマップ」を制作し、需要の開拓に努めてきた。

[課題]、

各種商談会においては、バイヤーが求める商品と生産能力、商品の完成度、パッケージ等で隔たりがあること商談シートや PR 方法など事前準備が不足しているため参加をためらっている事業所がある。

経営発達評価委員会では、町に「道の駅」構想があり、新たな土産品の開発が必要であるという意見が出されている。御所野縄文遺跡が世界遺産登録を受けて、インバウンド需要が見込まれることから縄文文化に敬意を表した「JOMON」ロゴを冠した新商品開発に取り組む事業所が出ている。こうした新商品開発と販路開拓に向けた支援が課題である。

(2) 支援に対する考え方

各種商談会支援の考え方は、全国規模の商談会と近隣地区の商談会では、バイヤーが求める生産能力やニーズが異なることから、小規模事業者の置かれた状況に応じた支援が必要である。

i 小規模商談会・相談会の開催

近隣市町村の道の駅等への販路開拓と県内外の商談会へ出品する前のテストマーケティングを兼ねて岩手県産㈱等のバイヤーを招聘し小規模商談会・相談会を開催する。

近隣市町村や県内の道の駅・産直等への需要開拓を目指す事業所を対象に、流通ルートに乗るための商品仕様を確認し、商談会参加に向けた課題の整理・改善提案の場として活用する。

ii 商談会・物産展への出展支援

BtoB 取引拡大を図るため首都圏をはじめ県内外の商談会等への出展支援及び成約率の向上に向けた事前・事後のフォローアップまで行う。また BtoC 取引拡大を図るため全国連等が開催する物産展への参加支援を図る。

参加事業者には、商談会での成約率向上にむけ、事前に個別相談会または上記小規模商談会に参加し、商談シートや PR 資料、想定問答によるバイヤーとのプレゼンによる検証を通じて改善を図る。

店舗型の新需要開拓として客数を増やすために消費者との新たな関係性を築くことができる「まちゼミ」の開催と各店舗の企画段階から支援する。

「まちゼミ」参加店同士のコラボ企画は、互いの顧客が利用しあうことで相乗効果が期待できることから、新規参加店を増やす取り組みを支援する。

情報社会に適応し、新たな販促として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・販路開拓に関する相談を行い、DX推進による新規需要開拓に取り組む事業者を支援する。

(3) 目標

項目	現行	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
(1) 小規模商談会(町内)出展	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
(2) 町外各種商談会出展	2	2者	2者	2者	2者	2者
成約件数/者	1件	1件	1件	1件	1件	1件
(3) まちゼミ参加事業者数	14者	15者	16者	17者	18者	19者
売上増加事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
(4) ITツール導入件数	—	1件	1件	1件	1件	1件
売上増加事業者数	—	1者	1者	1者	1者	1者

(4) 事業の内容

①商工会主催の小規模商談会・相談会開催

一戸町商工会主催で、岩手県産(株)や県北地域で地域産品を扱う「道の駅」等のバイヤーを招聘し、小規模商談会を開催する。

【支援の内容】 支援事業者に対し、商談会前に販促物製作支援や専門家と連携し商品情報の整理、商談シートの作成など商談成約に向けたきめ細かな支援を行う。

【想定される招聘バイヤー】 岩手県産株式会社、二戸広域観光物産センター(二戸ふるさと振興株式会社、県内道の駅運営会社等)

【支援対象者】 経営分析、事業計画策定支援を行った、地域資源を活用した商品の販路拡大に意欲のある事業者を重点的に支援する。

②町外各種商談会・物産展への参加支援

町外への販路開拓を支援することを目的に、BtoB 取引拡大を目的に各種商談会へ BtoC 取引拡大に向けて物産展・展示販売会への出展支援を行う。

【支援の内容】 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永続的な関係性の構築による BtoB 取引の拡大

また、全国連が主催する物産展への出展支援による BtoC 取引の拡大
新商品開発及び商品改良、商品 PR のため消費者ニーズを把握する場として活用する。

【支援対象者】 経営分析、事業計画策定支援を行った、地域資源を活用した商品の販路拡大に意欲のある事業者を重点的に支援する。

【想定される商談会】 地方銀行フードセレクション、ビジネスマッチ東北、いわて食の商談会、東京ウッドコレクション等

・ 地方銀行フードセレクション

内容：主催する地方銀行の取引先で全国に向けた販路拡大を希望する「食」関連の企

業及び団体と、地域色豊かな安全で美味しい食材を求める百貨店、食品スーパーなど仕入企業の食品担当バイヤーとの商談の場を提供する全国規模の商談会

開催時期：10月上旬 会場：東京ビックサイト

規模：出展事業者数 874 社

効果：地方銀行がマッチングを支援。地域同士をつなぎ販路開拓とニュービジネスが生まれる場としての効果が期待できる

・ビジネスマッチ東北

内容：「情報・IT」「環境・くらし」「電気・機械」「ニュービジネス」「健康・福祉・スポーツ」「学術機関」「観光」「食と農」「企画・グループ出展」「ソリューションビジネス」の10のジャンルで構成し、来場者や出展者間、あるいは全国から招聘する商社や小売店、百貨店等の有力バイヤーとの商談会

開催時期：11月上旬 会場：夢メッセみやぎ

規模：前回（第17回）東北地域の427企業団体、401リアルブース/35WEB出展、招聘バイヤー48社、来場者数4,352名

効果：東北地域における、あらゆる業種のBtoB取引の販路拡大が期待できる。

・いわて食の商談会 in 仙台

内容：東北の食品流通の中心地である仙台において、南東北や北関東地区を商圈とした百貨店・量販店をはじめとする食品卸等のバイヤーを対象に、県内の食品製造業者や農林漁業者等が自社の製品のPRと販路開拓の場の提供

開催時期：2月 会場：ホテルメトロポリタン仙台

規模：出展事業者 50 社 参加バイヤー：109 社 228 名

効果：食品産業の東北及び南関東地区へのBtoB取引の販路拡大が期待できる

・東京ウッドコレクション

内容：日本各地の木材の活用をテーマに建材や家具などの木材製品展示商談会
主催：東京都

開催時期：1月～2月

規模：237事業者が参加

効果：木材製品の全国規模でのPR、BtoB取引の販路開拓が期待できる。

【想定される物産展】ニッポン全国物産展

・ニッポン全国物産展

内容：全国商工会連合会が主催する47都道府県の食材品を集めた日本最大級のフードイベント

開催時期：11月中旬

規模：来場者数15万人以上 出展者200社

効果：全国最大級の食のイベントとして一般消費者へのPRとBtoC取引の拡大が期待できる。

【実施時期】毎年6月～2月

③まちゼミの開催

店舗型の需要開拓を図るため得するまちのゼミナール「まちゼミ」を開催する。

【支援内容】

「まちゼミ」は、店舗型の商売で新たな顧客の獲得とその関係性の構築に役立つことが実証済みである。参加店独自の企画段階から伴走型支援を展開する。

実施後には参加者と参加店双方からアンケートを記入してもらい評価検証を行うとともに店同士の顧客を紹介しあうコラボ企画の展開を支援する。

【支援対象者】主に店舗型の商売を行っている小規模事業者

【実施時期】毎年9月～10月頃の約1カ月間

④ITツール導入支援

IT活用による個別課題の解決に資する取り組みや販路開拓を支援するためIT導入支援を実施する。

【支援内容】IT専門家及びベンダー等と連携し、DX・IT導入に関する支援を行う。

- ・課題解決に資するITツール等の提案
- ・SNS活用による販促
- ・自社ホームページの立ち上げ、ネットショップへの出品支援
- ・電子商取引等の活用方法

【対象者】DXセミナー参加者及びDXの取組みに意欲のある小規模事業者

【実施時期】6月～2月

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、9月と年度末の年2回、外部有識者、担当者、県・市町村担当者、岩手県商工会連合会専門経営指導員及び会員事業所で構成される「経営発達支援推進会議」を開催し、経営発達支援事業の進捗状況や実施による効果等の評価を行ってきた。

[課題]

毎年2回、経営発達支援推進会議を行ってきたが、毎年4月に人事異動により担当者が変わるために内部委員による新たな担当者の顔合わせと事業内容の説明が必要である。

(2) 事業内容

①一戸町商工会経営発達支援推進会議の開催

経営発達支援事業の評価・改善等を行うために、4月、9月、年度末の年3回の一戸町商工会経営発達支援推進会議を開催する

町内小規模事業者へ事業の理解浸透を図るために、評価結果は商工会理事会にフィードバックした上で、事業実施方針等に反映させるとともに商工会ホームページで公表し、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

事務局による進捗状況の確認及び打ち合わせを年6回開催する。

一戸町商工会経営発達支援計画事業」評価委員会構成

所 属	役職名
一戸町商工会	商工会長、事務局長、経営指導員2名
岩手県商工会連合会	専門経営指導員
岩手県県北広域振興局	二戸地域振興センター 地域振興課
一戸町商工観光課	産業部長
東北税理士会二戸支部	税理士
外部学識経験者	合同会社地域計画 代表

※評価委員5名、商工会長、事務局3名の9名で構成

10. 経営指導員等の資質向上に関するこ

(1) 現状と課題

[現状]

これまでの経営発達支援計画における経営指導員等の資質向上に関する取組として、岩手県商工会連合会の実施する各種研修会（事務局長、経営指導員等）への全職員受講とされていたが、義務研修や限られた時間の中で専門的知識の習得に至らないものもあった。

[課題]

小規模事業者を取り巻く環境は大きく変化し、事業承継やDXの推進など高度な専門知識を求められることから、基礎的知識はもとより専門知識の習得に重点を置く必要がある。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用による職員の資質向上（O F F - J T）

【実施内容】事業計画策定支援、対話・傾聴能力やDX推進能力等専門的知識を習得し支援能力を一層向上させるため、中小機構等が実施する中小企業支援担当者向け研修に参加する。

【対象者】 本会経営指導員及び経営支援員等。

【想定される機会】中小企業大学校仙台校、東北経済産業局等で開催される事業計画策定、事業承継、創業支援コースやIT活用、DXセミナーに関する講習。

②実践による職員の資質向上（O J T）

【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、個別支援による組織的な支援能力の向上を図る。

【対象者】 本会経営指導員及び経営支援員等。

③DX化推進に向けたセミナー参加

【実施内容】 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、経営指導員等の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、東北経済産業局、県等が主催するセミナーに参加する。

【想定されるセミナー】

- 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、電子決裁システム等のITツール、オンライン会議対応、業務デジタル化、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) その他取組
オンラインによる経営指導、事例共有、チャットツール導入 等

④支援ノウハウ等の共有

【実施内容】 担当経営指導員等がシステムへのデータ入力を適時・適切に行い、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、定期ミーティングO F F - J Tを通じて知り得た知識・ノウハウを共有する。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(令和5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）

会長	中村 善雄
事務局長	1名
法定経営指導員	2名
経営支援員	2名

一戸町
産業部商工観光課

(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：田上 篤 花坂 広幸
■連絡先：一戸町商工会 電話：0195-33-2354

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。

当計画の法定経営指導員については、指定する研修を受けた者が2名いることから、2名を配置することとする。

(3) 商工会、関係市町村連絡先

①一戸町商工会

〒028-5312 岩手県二戸郡一戸町一戸字砂森 119-3
一戸町商工会
電話：0195-33-2354 / FAX：0195-33-2373
E-mail：ichinohe@shokokai.com

②一戸町

〒028-5311 岩手県二戸郡一戸町高善寺字大川鉢 24-9
一戸町産業部商工観光課
電話 0195-33-2111 / FAX：0195-33-3770
E-mail：shoko-kanko@town.ichinohe.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6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
必要な資金の額	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
伴走型小規模事業者支援事業費補助金	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
自己資金	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

(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	
無し	
連携して実施する事業の内容	
①	
②	
③	
・	
・	
・	
連携して事業を実施する者の役割	
①	
②	
③	
・	
・	
・	
連携体制図等	
①	
②	
③	