

経営発達支援計画事業評価報告書

事業初年度にあたり、下記の通り、報告致します。

- I. 経営発達支援事業について 6 項目
- II. 地域経済の活性化に資する取り組みについて 1 項目
- III. 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り組みについて 3 項目

評価基準は、

- ・A → 実施され効果（活用）が見られたもの、もしくは期待できるもの （※数値目標に対する達成率 100%以上）
- ・B → 実施されたが効果（活用）が見られないもの、もしくは不明のもの（※数値目標を概ね達成（80%～99%））
- ・C → 実施されたが、目標（回数・件数等）を下回っているもの （※数値目標の半分程度（30%～79%））
- ・D → 実施されなかつたもしくは、実施されたが目標（回数・件数等）を大幅に下回っているもの
（※数値目標（30%未満））

評価者は、評価委員 5 名

評価者は、事業年度終了後に評価する。

一戸町商工会

経営発達支援事業の内容及び実施期間	平成 28 年度実施内容	評価及び内容
<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【指針③】</p> <p>一戸町内の中小企業の景気動向を把握するために、以下の景気動向調査を実施する。さらに、岩手県商工会連合会の専門家派遣の活用や行政・金融機関と連携しながら、年3回の情報交換・懇談会や個別セミナーの開催等、当地区の経済動向の把握に努め、小規模事業者の抱える課題解決に対応していく。</p> <p>また、継続の支援として今後の実態に合わせた事業展開に向け、『中小企業白書』や各種統計書を活用、さらに巡回訪問の強化や窓口相談を通じて各企業に情報を提供するとともに、当会ホームページを活用した情報発信を行う。</p> <p>【事業内容】</p> <p>(1) 『中小企業白書』をはじめとした政府刊行物、経済産業省が行っている各種統計調査や岩手県信用保証協会が毎月刊行している『保証月報』及び岩手県中小企業団体中央会が毎月発行している『NEXUS』、日経MJ新聞、岩手経済研究所の刊行物等を活用し、巡回訪問時や窓口での金融、税務などの各種相談時に提供する。</p> <p>(2) 小規模事業者に向け、当会で発行する会報で情報提供をする。 また、現在のホームページの改善及びリニューアルに取り組み、小規模事業者向けに各種補助金等の提供、経済動向調査結果の公表を行う。</p> <p>(3) 岩手県商工会連合会の専門エキスパートバンク等の専門家派遣の活用や行政・金融機関と連携しながら、当会職員と共に小規模事業者の抱える様々な課題解決に対応するため、個別セミナーを開催する。</p>	<p>(1) 政府刊行物や各種統計調査等の情報誌を活用し、巡回訪問や窓口での各種相談時に提供した。</p> <p>(2) ホームページのリニューアルを行い、商工会の事業や小規模事業者向けの各種補助金等の情報提供、経済動向調査の結果の公表を行えるように改善した。</p> <p>(3) 岩手県商工会連合会のエキスパートバンク等の専門家の活用や個別セミナーを実施した。</p> <p>(4) 東北税理士会二戸支部との打ち合わせ会議（情報交換会）を行い、当地区の経済動向の把握に努めた。</p>	<p>評価 A</p> <p>評価 A ※平成 28 年度中にホームページのリニューアルを実施。</p> <p>評価 A</p> <p>評価 C</p>

(4) 岩手県や一戸町及び地元金融機関や地元税理士との年3回の情報交換・懇談会を開催し、それを通じて、当地区の経済動向の把握に努め、巡回指導や窓口指導を通じて各企業に情報提供する。

(5) 一戸町内の中小企業の景気動向を把握するため、下記の内容の調査を実施し、調査結果を各企業に情報提供する。調査内容については、業種ごとに売り上げや資金繰り、雇用対策、設備投資、経営上の問題点等について調査を行う。

【目標】

(単位：回数／年)

内 容		現状	28 年度	29 年度	30 年度
継 続	刊行物等を活用した情報提供	随時	2	2	2
	会報（情報発信の回数）	2	2	2	2
	ホームページの改善（経済動向調査）	随時	4	4	4
	専門エキスパートバンク等（助言・指導）	随時	2	2	2
新 規	金融機関・税理士との情報交換・懇談会の開催回数	—	3	3	3
	アンケートによる調査（業種別の景気動向調査）	—	準備	1	—

(5) 一戸町内の中小企業の景気動向を把握するため、地域経済動向調査を実施した。

町内事業所（配布数） 419 件
(回収数) 172 件
(回収率) 41.1%

評価 A

※ホームページにて調査を公表

評価

実績 (単位：回数／年)

内 容	目標	実績
刊行物等を活用した情報提供	2	2
会報（情報発信の回数）	2	2
ホームページの改善（経済動向調査）	4	リニューアル
専門エキスパートバンク等（助言・指導）	2	2
金融機関・税理士との情報交換・懇談会の開催回数	3	1
アンケート調査（業種別の景気動向調査）	準備	計画実施

内 容	評価
刊行物等を活用した情報提供	A
会報（情報発信の回数）	A
ホームページの改善（経済動向調査）	A
専門エキスパートバンク等（助言・指導）	A
金融機関・税理士との情報交換・懇談会の開催回数	C
アンケート調査（業種別の景気動向調査）	A

<p>2. 経営状況の分析に関すること【指針①】</p> <p>巡回訪問、各種セミナー、日々の相談業務により、小規模事業者の経営分析や意向調査、さらに、アンケート調査（業種別の課題調査や取引調査）を行い、それぞれの課題やスキルに応じた提案型指導を行う。また、マルチ金融融資については、相談者の現状を調査するため、十分な信頼関係を築ける機会があると言えるため、融資の返済計画や事業計画の策定につなげられるように経営状況の分析を行う。融資の返済計画を考える上で、経営状況を把握できることで、経営分析や事業計画の作成が次のステップとして見えてくるものと思われるため、公庫担当者と連携を取り、推進を図る。</p> <p>【事業内容】</p> <p>(1) 経営指導員が小規模事業者に対し、経営内容について積極的に提案できるよう、経営に関するセミナーの開催及び巡回訪問の強化により、各事業所の「強み・弱み」等の分析を指導するとともに、必要としているニーズ及び課題解決に向けた各事業所の意向を把握する。小規模事業者が自ら課題を検討するツールとして「課題シート」の活用及び事業所の抱える課題や事業目的・ビジョンなど詳細な分析・検討を促す。また、全職員での週1回のミーティング等で情報共有を図り、小規模事業者の課題及びスキルに応じた支援を行う。</p> <p>(2) 課題シートで各事業所の意向を確認し、岩手県商工会連合会や地元金融機関、他支援機関等と連携し、小規模事業者の抱える経営上の課題解決に対するサポート支援を実施する。</p> <p>(3) 小規模事業者の経営課題を把握することを目的に業種別の実態把握調査や取引状況等の調査を実施し、課題解決のために事業計画等の策定支援や指導・助言するための調査結果を作成し、有効な情報提供を</p>	<p>(1) 経営内容について積極的に提案できるよう、巡回の強化に努めた。また、小規模事業者への巡回の際、「課題シート」に記入してもらい、小規模事業者の課題の把握及びスキルに応じた支援を行った。</p> <p>巡回指導 908 件 決算指導 72 件 記帳指導 34 件 (ネット de 記帳での入力)</p>	<p>評価 A</p> <p>(2) 課題シートでの小規模事業者の把握により、講習会の開催や、個別相談へのサポート支援を行った。 「課題シート」による意向把握により、事業所の概要の把握や小規模事業者の課題が把握され、職員の情報共有及び伴走型支援の仕組み構築につながりを持つことができた。</p>	<p>評価 A</p> <p>(3) 地元金融機関（盛岡信用金庫一戸支店）と小規模事業者（30歳～40歳代）のヒアリング調査を実施し、小規模事業者の経営課題調査や業種別の実態把握の調査を行った。</p>
--	---	---	---

行う。

各種アンケート内容

- ① 業種別の課題調査 ②取引状況調査
調査件数は、50件以上を目標とする。

(4) 小規模事業者に対しての巡回・窓口相談、セミナー等の開催を通じて、事業所の現状把握をするため、経営分析を行い、事業者の経営の実情に役立てる。尚、経営分析指導にあたっては、専門家と連携して行う。分析内容は、小規模事業者の財務分析に加え、小規模事業者の商品や提供する役務の内容や技術やノウハウ等、経営全体にわたる分析を連携して行う。分析を通じて、相談者とのコミュニケーションを継続的に取ることで、次のステップに取り組みやすい基盤づくりに努める。

【目標】

(単位：件)

項目		現状	28年度	29年度	30年度
継続	提案型指導 (事業計画の策定) の実施	10	15	20	20
	セミナー開催回数(集団)	5	5	5	5
	専門家派遣による指導(個別セミナー)	3	5	5	5
	経営分析の事業者数	—	20	40	50
新規	経営分析に係る専門家派遣	—	2	2	2
	経営分析に関する巡回件数	—	40	80	100

- ・盛岡信用金庫一戸支店長とのヒアリング
- ・小規模事業者とのヒアリング
5事業所 (12/9、12/16)

(4) 小規模事業者の課題解決に向けて、現状を把握するために経営分析を行い、事業者の経営計画策定等、次のステップに取り組みやすい基盤づくりに努めた。

評価 A

実績

(単位：件)

項目	目標	実績
提案型指導 (事業計画の策定) の実施	15	23
セミナー開催回数 (集団)	5	8
専門家派遣による指 導(個別セミナー)	5	2
経営分析の事業者数	20	54
経営分析に係る専門 家派遣	2	0
経営分析に関する巡 回件数	40	36

評価

項目	評価
提案型指導 (事業計画の策定) の実施	A
セミナー開催回数 (集団)	A
専門家派遣による指 導(個別セミナー)	C
経営分析の事業者数	A
経営分析に係る専門 家派遣	D
経営分析に関する巡 回件数	B

経営発達支援事業の内容及び実施期間	平成 28 年度実施内容	評価及び内容								
<p>3. 事業計画策定支援に関するここと【指針②】</p> <p>地域の経済動向調査や経営状況の分析を踏まえ、地域内需要に対応した業種（小売・サービス・飲食）については、需要動向調査に基づいた新たな取り組みを後押しするため、各事業所の強みを活かした経営計画の策定を支援していく。また、建設業については、新分野進出も見据えた計画づくりを支援していく。</p> <p>地域の製造業のうち主に食品加工を主としている事業所や農産物直売施設に加工品や野菜等を納品している農業従事者に対しては、基幹産業として農業や酪農が盛んであるという特徴を活かし、専門家や関係機関と連携しながら、地域資源を活かした新商品や新サービスの開発の計画策定支援を行い、地域特産品のブランド化による販路拡大の推進を図る。</p> <p>さらに、創業支援や事業承継の支援として、岩手県商工会連合会の専門家派遣や中小企業基盤整備機構を活用し、創業、事業承継が円滑に取り組めるよう、セミナーや計画策定支援を行う。</p> <p>【事業内容】</p> <p>(1) 事業計画策定支援</p> <p>●小売業・サービス業・飲食業</p> <p>①地域内需要に対応した業種のうち、経営分析を行った事業所を対象に経営計画策定セミナーを開催し、消費者ニーズ調査結果や各企業の強みを活かした計画策定を後押しする。</p> <p>②事業計画策定を目指す小規模事業者のうち、金融相談や小規模事業者持続化補助金、ものづくり補助金等の補助金申請時の計画策定支援も併せて行い、岩手県商工会連合会や専門家と連携し、積極的な支援を行う。また、各補助金制度の周知を行い、多くの小規模事業</p>	<p>(1) 小規模事業者を対象に事業計画策定セミナーや計画策定支援を実施し、各種補助金制度の申請や経営革新計画策定支援を行った。</p> <p>計画策定支援 16 事業所（重複あり） (内訳)</p> <table> <tbody> <tr> <td>小規模事業者持続化補助金</td> <td>14 事業所</td> </tr> <tr> <td>ものづくり補助金</td> <td>1 事業所</td> </tr> <tr> <td>経営革新計画</td> <td>1 事業所</td> </tr> <tr> <td>その他助成金申請</td> <td>1 事業所</td> </tr> </tbody> </table> <p>事業計画策定セミナー（集団セミナー） の実施（11/18） 8 名</p> <p>事業計画策定セミナー（個別相談会） の実施（12/5） 4 名</p> <p>事業計画策定セミナー（個別相談会） の実施（12/19） 4 名</p>	小規模事業者持続化補助金	14 事業所	ものづくり補助金	1 事業所	経営革新計画	1 事業所	その他助成金申請	1 事業所	<p>評価 A</p>
小規模事業者持続化補助金	14 事業所									
ものづくり補助金	1 事業所									
経営革新計画	1 事業所									
その他助成金申請	1 事業所									

<p>者が活用出来るよう推進を図る。</p> <p>●製造業・建設業</p> <p>①巡回や窓口指導時の相談や経営計画策定セミナー等により、事業者の掘り起こしを行い、新商品開発や新分野進出等、新たな取り組みを検討している製造事業者など比較的事業規模の大きい小規模事業者については、岩手県商工会連合会や専門家と連携し、経営革新計画策定を視野に入れた計画策定支援を行う。</p> <p>(2) 農業者向け新事業展開支援</p> <p>①農産物直売施設に加工品や野菜等を納品している農業従事者の方々を対象に、創業や法人化に取り組めるように岩手県商工会連合会や税理士・金融機関と連携し、セミナーの開催及び計画策定支援を実施する。</p> <p>②地域特産品のブランド化による販路拡大を目指し、酪農者や農業者、特産品を製造する担い手と商工事業者が連携し、農商工連携事業や6次産業化事業を活用した新商品の開発、ブランド化に向けた取り組みの計画策定ができるよう専門家や関係機関（岩手県商工会連合会や岩手県中小企業団体中央会）等によるセミナーや個別指導会の開催による伴走型支援を実施する。</p> <p>(3) 創業・事業承継支援</p> <p>①創業者については、各機関と連携し、創業に向けた支援や創業後の各金融機関との資金調達の支援、創業補助金等の計画策定支援を行い、創業者が持続的に発展できるよう支援していく。尚、事業立ち上げから期間が短いことから、早期の事業安定を目的に2ヶ月に1度を基本に巡回訪問を行う。その際、資金調達先の金融機関と連携</p>	<p>(2) 農商工連携事業や6次産業化事業を活用した新商品の開発、ブランド化に向けた取り組みの計画策定ができるよう農業者向けの六次産業化セミナーを実施した。</p> <p>6次産業化セミナー(集団セミナー) の実施 (11/15) 8名</p> <p>(3) 創業・事業承継支援 創業支援 1件 各金融機関での資金調達の相談支援を行った。</p>	<p>評価 B</p> <p>評価 C</p>
--	--	-------------------------

しながら、税務資料の作成支援など資金繰りについて配慮しつつ、販売計画について課題がある場合には、中小企業基盤整備機構の専門家派遣制度やよろず支援拠点等と連携しながら計画的な売上の確保を支援する。

②事業承継においては、事業承継するための様々な課題を整理し、小規模事業者の希望に沿った形での円滑な事業承継支援を行い、事業存続のため、岩手県商工会連合会や税理士・金融機関と連携して個別指導及び計画策定支援を実施する。

【目標】

内 容		現状	28年度	29年度	30年度
継続	事業計画策定事業者数	14	15	33	40
	創業支援者計画策定事業者数	1	2	2	2
	事業承継計画策定事業者数	3	3	5	8
新規	事業計画策定のセミナー開催回数	0	1	1	1
	事業計画策定セミナー受講者目標数	—	15	20	25
	事業計画策定の個別相談会開催回数	0	2	2	2
	事業計画策定個別相談会受講者目標数	—	5	10	15
	セミナー開催(農商工連携、6次産業化)	—	1	1	1
	セミナー(農商工連携、6次産業化)受講者目標数	—	15	20	25

実績

内 容	目標	実績
事業計画策定事業者数	15	16
創業支援者計画策定事業者数	2	1
事業承継計画策定事業者数	3	1
事業計画策定のセミナー開催回数	1	1
事業計画 策定セミナー 受講者目標数	15	8
事業計画策定 個別相談会開催回数	2	2
事業計画策定 個別相談会 受講者目標数	5	8
セミナー開催 (農商工連携、 6次産業化)	1	1
セミナー (農商工連携、 6次産業化) 受講者目標数	15	8

評価

内 容	評価
事業計画策定事業者数	A
創業支援者計画策定事業者数	C
事業承継計画策定事業者数	C
事業計画策定のセミナー開催回数	A
事業計画 策定セミナー 受講者目標数	C
事業計画策定 個別相談会開催回数	A
事業計画策定 個別相談会 受講者目標数	A
セミナー開催 (農商工連携、 6次産業化)	A
セミナー (農商工連携、 6次産業化) 受講者目標数	C

<table border="1"> <tr><td>経営革新計画セミナー (個別指導)</td><td>—</td><td>2</td><td>2</td><td>2</td></tr> <tr><td> 経営革新計画セミナー受講者目標数</td><td>—</td><td>5</td><td>5</td><td>8</td></tr> <tr><td>創業セミナーの開催(個別指導)</td><td>—</td><td>1</td><td>2</td><td>2</td></tr> <tr><td> 創業セミナー受講者目標数</td><td>—</td><td>3</td><td>5</td><td>5</td></tr> <tr><td>事業承継セミナーの開催 (個別指導)</td><td>—</td><td>1</td><td>2</td><td>2</td></tr> <tr><td> 事業承継セミナー受講者目標数</td><td>—</td><td>3</td><td>5</td><td>5</td></tr> </table>	経営革新計画セミナー (個別指導)	—	2	2	2	経営革新計画セミナー受講者目標数	—	5	5	8	創業セミナーの開催(個別指導)	—	1	2	2	創業セミナー受講者目標数	—	3	5	5	事業承継セミナーの開催 (個別指導)	—	1	2	2	事業承継セミナー受講者目標数	—	3	5	5	<table border="1"> <tr><td>経営革新計画セミナー (個別指導)</td><td>2</td><td>—</td></tr> <tr><td> 経営革新 計画セミナー 受講者目標数</td><td>5</td><td>—</td></tr> <tr><td>創業セミナーの開催 (個別指導)</td><td>1</td><td>—</td></tr> <tr><td> 創業セミナー 受講者目標数</td><td>3</td><td>—</td></tr> <tr><td>事業承継セミナーの 開催(個別指導)</td><td>1</td><td>—</td></tr> <tr><td> 事業承継セミナ ー受講者目標数</td><td>3</td><td>—</td></tr> </table>	経営革新計画セミナー (個別指導)	2	—	経営革新 計画セミナー 受講者目標数	5	—	創業セミナーの開催 (個別指導)	1	—	創業セミナー 受講者目標数	3	—	事業承継セミナーの 開催(個別指導)	1	—	事業承継セミナ ー受講者目標数	3	—	<table border="1"> <tr><td>経営革新計画セミナー (個別指導)</td><td>D</td></tr> <tr><td> 経営革新 計画セミナー 受講者目標数</td><td>D</td></tr> <tr><td>創業セミナーの開催 (個別指導)</td><td>D</td></tr> <tr><td> 創業セミナー 受講者目標数</td><td>D</td></tr> <tr><td>事業承継セミナーの 開催(個別指導)</td><td>D</td></tr> <tr><td> 事業承継セミナ ー受講者目標数</td><td>D</td></tr> </table>	経営革新計画セミナー (個別指導)	D	経営革新 計画セミナー 受講者目標数	D	創業セミナーの開催 (個別指導)	D	創業セミナー 受講者目標数	D	事業承継セミナーの 開催(個別指導)	D	事業承継セミナ ー受講者目標数	D
経営革新計画セミナー (個別指導)	—	2	2	2																																																										
経営革新計画セミナー受講者目標数	—	5	5	8																																																										
創業セミナーの開催(個別指導)	—	1	2	2																																																										
創業セミナー受講者目標数	—	3	5	5																																																										
事業承継セミナーの開催 (個別指導)	—	1	2	2																																																										
事業承継セミナー受講者目標数	—	3	5	5																																																										
経営革新計画セミナー (個別指導)	2	—																																																												
経営革新 計画セミナー 受講者目標数	5	—																																																												
創業セミナーの開催 (個別指導)	1	—																																																												
創業セミナー 受講者目標数	3	—																																																												
事業承継セミナーの 開催(個別指導)	1	—																																																												
事業承継セミナ ー受講者目標数	3	—																																																												
経営革新計画セミナー (個別指導)	D																																																													
経営革新 計画セミナー 受講者目標数	D																																																													
創業セミナーの開催 (個別指導)	D																																																													
創業セミナー 受講者目標数	D																																																													
事業承継セミナーの 開催(個別指導)	D																																																													
事業承継セミナ ー受講者目標数	D																																																													

経営発達支援事業の内容及び実施期間	平成 28 年度実施内容	評価及び内容
<p>4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】</p> <p>計画策定支援を行ったすべての事業者を対象とした支援を行うとともに、計画策定、創業、事業承継支援に関して、計画に沿って事業が進むよう、小規模事業者の課題に応じた支援を行う。さらに、策定した計画（新商品開発や新分野進出等や経営革新）の実行支援及び創業、事業承継後のフォローアップや事業計画の検証、見直し（P D C A サイクル）の実施により小規模事業者の経営改善と売上向上を図る。</p> <p>また、資金需要に対する金融支援、創業後・事業承継後のフォローアップに伴い、各事業者の課題に応じた専門家の派遣を岩手県商工会連合会等と連携しながら伴走型支援を行い、小規模事業者の売上の向上及び持続的発展を図っていく。</p> <p>【事業内容】</p> <p>(1) 事業計画を策定した小規模事業者に対し、<u>3か月に一度、巡回訪問を実施し、進捗状況の確認や事業計画の検証や見直し（P D C A サイクル）の実施を行う。</u></p> <p>また、小規模事業者からの新たな販路開拓や事業拡大に向けた相談支援など、専門知識を有する専門家と連携し、売上の向上や経営改善による経営の安定を図る。</p> <p>(2) 国や県、町の補助金・助成金の各種制度、地元金融機関と連携した融資の支援、日本政策金融公庫のマル経融資や新たに創設された「小規模事業者経営発達支援融資制度」等の各種制度について、広く周知・活用支援を行い、資金面において、小規模事業者に応じたサポートを実施する。</p>	<p>(1) 事業計画を策定した小規模事業者の売上の向上や経営改善を図るため、事業計画の検証や見直しを行った。</p> <p>(2) 国や県、町の補助金・助成金の各種制度や地元金融機関、日本政策金融公庫の融資について、広く周知・活用支援を行い、小規模事業者へサポートを実施した。</p> <p>(3) 創業の事後指導は、平成 28 年度については無し。</p>	<p>評価 A</p> <p>評価 A</p> <p>評価 D</p>

(3) 創業の事後指導として、創業後の様々な基礎的支援（金融・経理・税務・労務等）が必要であることから、課題解決に向け、多面的な支援を行い、小規模事業者の経営の安定を図る。

さらに、創業後の計画的な取り組みに結びつくフォローアップを3か月に一度、巡回訪問を通じて行う。

また、承継後の事後指導として、中長期的な計画作成、税務・金融支援等、小規模事業者の課題に応じて、専門家と連携し、伴走型支援に取り組む。

【目標】

内 容		現状	28年度	29年度	30年度
継 続	フォローアップ支援事業者数	18	20	40	50
	フォローアップ回数	36	80	160	200
新 規	金融支援（日本政策金融公庫マル 経の推進）	5	7	10	10
	専門家派遣回数（指導・助言による 連携支援）	3	7	10	12
	小規模事業者経営発達支援融資制度	—	0	1	1

実績

内 容	目標	実績
フォローアップ支 援事業者数	20	25
フォローアップ回 数	80	57
金融支援（日本政 策金融公庫マル経 の推進）	7	9
専門家派遣回数 (指導・助言による 連携支援)	7	3
小規模事業者経営 発達支援融資制度	0	0

評価

内 容	評価
フォローアップ支 援事業者数	A
フォローアップ回 数	C
金融支援（日本政策 金融公庫マル経の推 進）	A
専門家派遣回数（指 導・助言による連携支 援）	C
小規模事業者経営 発達支援融資制度	D

経営発達支援事業の内容及び実施期間	平成 28 年度実施内容	評価内容
<p>5. 需要動向調査にすること【指針③】</p> <p>当会独自のアンケート調査(①消費者ニーズ調査、②観光客ニーズ調査、③首都圏消費者ニーズ調査)を行い、消費者需要動向の把握により小規模事業者の売上向上のための情報提供を行う。</p> <p>アンケート調査の実施については、小規模事業者の課題解決に向けて専門家と連携し、アンケート調査内容について見直しを行いながら実施すると共に調査内容をより精度の高いものにするため、調査を継続していく。</p> <p>【事業内容】</p> <p>(1) 当会独自のアンケート調査を行う。調査を行うことにより、町内の消費者需要動向を把握できる。また、調査結果を小規模事業者に情報提供することにより、今後の売上向上のための活用及び事業の持続化発展を図る。</p> <p>●消費者ニーズ調査（新規）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・調査概要 <p>町内の商店街や地元のショッピングセンターの買い物客を対象に「買い物実態調査」を行い、地域の消費者ニーズを明確にするための実態調査を実施する。</p> <p>年1回実施し、調査件数は、300件以上を目標とする。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・調査項目 <p><u>ア.性別・年齢・世帯人数、イ.商品別の利用店舗・買い物理由・利用頻度など、ウ.大型店や通信販売・インターネットでの買い物の利用状況等の調査</u>を実施、項目ごとに集計し、消費者の町内での消費動向や買い物の理由等の分析を行う。この調査を実施することにより、町内の消費者需要の傾向を把握することができる。</p>	<p>(1) 需要動向調査として、①消費者ニーズ調査、②観光客ニーズ調査、③首都圏ニーズ調査を実施した。</p> <p>①消費者ニーズ調査</p> <ul style="list-style-type: none"> ・一戸子育て支援ひろば参加者へのヒアリング（10/26 実施） ヒアリング調査数 9 件 ・高齢者健康教室参加者へのヒアリング調査（11/15 実施） ヒアリング調査数 13 件 <p>②観光客ニーズ調査</p> <p>（来訪客へのアンケート調査）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・奥中山高原への訪問客 (11/22～12/5 1回目実施) (12/30～1/6 2回目実施) アンケート調査回答数 129 件 ・御所野縄文公園 (11/22～12/5 実施) アンケート調査回答数 13 件 <p>アンケート調査回答数 合計 143 件</p>	<p>評価 A</p>

<ul style="list-style-type: none"> ・活用方法 地域内の需要に対応した業種（小売業やサービス業）の小規模事業者へ調査・分析結果をフィードバックし、地域需要を捉えた品揃え・販売戦略に役立てていく。 	<ul style="list-style-type: none"> ③首都圏消費者のニーズ調査 (アンテナショップへの訪問による調査) ・いわて銀河プラザ（11/10 実施） 店長へのヒアリング調査
<p>●観光客ニーズ調査（新規）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・調査概要 一戸町の観光地である「御所野縄文公園」や「奥中山高原」等に訪れる観光客を対象に「観光客アンケート調査」を行い、観光客の需要動向を調査する。 年2回実施し、町内の観光施設等にも協力を依頼し、調査件数は100件以上を目標とする。 ・調査項目 <u>ア. 観光客属性（年齢、性別、居住地、出身地等）、イ. 購入した商品や価格、ウ. 提供している商品・サービスについて等の意見</u> ・活用方法 一戸町内の飲食店や特産品製造事業者、観光客向けの商品取り扱い事業所に対して、調査結果を分析整理したうえでフィードバックを行う。観光客の需要動向から、特産品開発のヒントや商品・サービス、接客対応の向上が見込まれる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ナチュラルエッセイ（11/10 実施） 店長へのヒアリング調査
<p>●首都圏消費者のニーズ調査（新規）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・調査概要 一戸町の常設アンテナショップ「Natural Essay」は、神奈川県横浜市に開設しているが、アンテナショップの担当者及びバイヤーへのヒアリングを実施するとともに、来店者に対するアンケート調査を実施し、首都圏での一戸町特産品の需要動向について調査 	<ul style="list-style-type: none"> ④岩手大学学生による地域課題 プログラムの実施 町内の観光施設でのアンケート調査の実施

を行う。

年1回実施し、調査件数は、100件以上を目標とする。

・調査項目

ア.消費者の来客理由や購買動向（年齢、性別、居住地、出身地等）、イ.購入した商品・価格、ウ.提供している商品・サービスについて等への意見、エ.他のアンテナショップの利用状況（よく購入する商品）等

・活用方法

首都圏への販路拡大を目指す小規模事業者に対し、首都圏での需要動向について調査分析した結果を整理し、提供する。今後の商品開発や提供方法の向上へとつなげる。

(2) 専門家による調査項目の検討

上記アンケート調査等で得られた情報をもとに、専門家も交えて調査項目の内容を検討し、小規模事業者の売上向上に有効なアンケート内容になるようリニューアルを図っていく。

【目 標】

(単位：回数／年)

内 容		現状	28年度	29年度	30年度
新規	消費者ニーズ調査 目標 300 件	—	1	1	1
	観光客ニーズ調査 目標 100 件	—	2	2	2
	首都圏消費者ニーズ調査 目標 100 件	—	1	1	1

(2) 専門家による調査項目の検討

・消費者ニーズ調査の「買い物実態調査」から子育て家庭・高齢者の方々への「消費者ニーズ調査」へと調査内容を変更。

・首都圏消費者ニーズについては、アンテナショップの担当者（店長）へのヒアリングのみを実施。

評価

B

実績 (単位：回数／年)

内 容	目標	実績
消費者ニーズ調査 目標 300 件	1	2
観光客ニーズ調査 目標 100 件	2	3
首都圏消費者 ニーズ調査 目標 100 件	1	1

評価

内 容	評価
消費者ニーズ調査 目標 300 件	A
観光客ニーズ調査 目標 100 件	A
首都圏消費者 ニーズ調査 目標 100 件	B

経営発達支援事業の内容及び実施期間	平成 28 年度実施内容	評価内容
<p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】</p> <p>本計画においては、今まで実施してきた販路開拓及び情報発信を継続し、実店舗と連動した販売活動を行えるように内容を充実させていく。</p> <p>また、小規模事業者の意向調査に基づき、各種展示会や商談会等の開催情報等について、当会ホームページの内容を改善して情報発信を行う。</p> <p>さらに、情報収集、市場ニーズの把握、各企業の個別のニーズに対応した販路開拓などを支援する。個別販路拡大の支援策として、小規模事業者の業種・顧客ニーズに合わせ、需要動向調査に基づき、展示会や物産展等への参加、また、百貨店や量販店への出展、更に公共施設や介護施設等の業務用ニーズへの対応に向けた商談ができるように支援を図る。</p> <p>【事業内容】</p> <p>(1) 販路開拓支援として、対象者のニーズに合わせた業界団体の見本市及び全国商工会連合会等の行うイベント、岩手県産株式会社主催の展示会等への出展支援、及び各市町村主催の催事への出展を支援する。</p> <p>(2) 一戸町の委託により神奈川県横浜市に開設されている一戸町アンテナショップ「ナチュラル・エッセイ」及び町の関係団体の一戸町地域おこし事業振興協議会との連携を強化とともに町内外のイベントや催事等を活用し、一戸町の認知度向上と特産品の販路開拓を図る。</p> <p>(3) 商工会ホームページの活用や会報の発行による情報発信を通じて、地域の認知度向上と小規模事業者の販路開拓を支援する。さらにネットショップの構築やノウハウが不足がちであるため、小規模事業者の販路拡大・情報化の改善に寄与していく。</p>	<p>(1) 販路開拓支援として、対象者のニーズに合わせたイベント等への情報発信及び支援を実施。</p> <p>(2) 一戸町地域産品協議会と連携し、町内外へのイベント等や催事等を活用し、一戸町の認知度向上と特産品の販路開拓を図った。</p> <p>(3) ホームページのリニューアルを行い、企業紹介や町内の特産品のページを新たに導入し、地域の認知度向上と小規模事業者の販路開拓支援を行った。</p>	<p>評価 B</p> <p>評価 B</p> <p>評価 A</p>

(4) 盛岡信用金庫一戸支店と連携し、「東北ビジネスマッチ」の展示会・商談会に来場者として参加するのではなく、出展者として参加するよう特産品の製造業者等に声をかけ、一戸町の認知度向上と特産品の販路開拓のために支援を行い、販売チャンスの創出を図る。

(5) 販路開拓については、当会工業部会の事業所だけではなく、商工会一体となって取り組み、異業種間の交流ができるよう、異業種の企業交流会（懇談会、セミナー）を開催し、新たな企業間の事業提携や人的交流など、小規模事業者の販路拡大や人脈形成につなげるよう支援していく。

【目標】

(単位:件)

内 容		現状	28年 度	29年 度	30年 度
継 続	展示会等の出展件数	6	7	8	8
	個別販路拡大の件数	5	7	9	11
新 規	ホームページの充実（販路開拓）	—	年4回	年4回	年4回
	東北ビジネスマッチ展示会・商談会への出展	—	—	2	5
	異業種の企業交流会（懇談会、セミナー）の開催	—	1	1	1
	アンテナショップでの販売に向けた商談件数	—	3	3	3

実績 (単位:件)

内 容	目標	実績
展示会等の出展件数	7	12
個別販路拡大の件数	7	15
ホームページの充実（販路開拓）	年4回	改修
東北ビジネスマッチ展示会・商談会への出展	—	1
異業種の企業交流会（懇談会、セミナー）の開催	1	—
アンテナショップでの販売に向けた商談件数	3	0

評価

内 容	評価
展示会等の出展件数	A
個別販路拡大の件数	A
ホームページの充実（販路開拓）	A
東北ビジネスマッチ展示会・商談会への出展	A
異業種の企業交流会（懇談会、セミナー）の開催	D
アンテナショップでの販売に向けた商談件数	D

経営発達支援事業の内容及び実施期間	平成 28 年度実施内容	評価内容
<p>II. 地域経済の活性化に資する取組</p> <p>1. 地域活性化事業</p> <p>町づくりと一体となった観光振興が有効な方策だと考える。当会では、町との連携を強化するとともに、既存のイベントの継続実施及び「御所野縄文遺跡」が世界遺産登録できるように、町及び県と連携し、イベントを活用した新商品の開発や賑わいの創出及び観光ルートの創出など、既存イベントを含めた観光客の増客を見込めるように町の活性化に取り組む。</p> <p>【事業内容】</p> <p>新規取り組み</p> <p>(1) 「御所野縄文遺跡」の世界遺産登録を目指し、尚且つ町民に普及できるように努め、町及び県と連携する。また、町内の飲食店や特産品販売・製造する事業者と地域資源を活用した商品の開発支援を行う。さらに上記の事業の展開及び推進を図るにあたり、ブランド化に向けた組織を作り、検討会議を行う。</p> <p>(2) 県や町と連携し、地域における観光資源を様々なジャンル別にデータとして整備化し、一戸町全体としての観光資源の把握を行う。観光資源の把握により、地域の魅力を再認識し、観光地のルート作りなどをを行う。</p>	<p>1. 地域活性化事業</p> <p>既存イベントの継続実施</p> <p>主なイベント</p> <ul style="list-style-type: none"> ・いちのへ招福市の開催 (4月～12月) ・灯篭まつりの開催（8月） (アグドカズル大会、ナニヤトヤラ踊り大会) ・一戸まつりへの協力（8月） ・産業まつりの開催（10月） <p>新規イベント</p> <ul style="list-style-type: none"> ・チャレンジショップ事業 (空き店舗活用事業) <p>一戸高等学校と連携し、いちのへ招福市の開催と併せて、空き店舗を活用したアンテナショップを開設した。 (6月～11月 合計7回)</p> <p>新規取り組み</p> <p>(1) 未実施</p> <p>(2) 未実施</p>	<p>評価</p> <p>B</p>

【目 標】

(単位:回)

内容		現状	28年度	29年度	30年度
継 続	既存イベントへの連携	2	2	2	2
	既存イベントの会議の開催回数	2	4	4	4
新 規	新規事業の実施及び連携	—	計画	計画	実施
	組織の結成、会議の開催	—	計画	実施	実施
	観光資源の把握（データ整備）	—	計画	計画	実施

実績 (単位:回)

内容	目標	実績
既存イベントへの連携	2	2
既存イベントの会議の開催回数	4	4
新規事業の実施及び連携	計画	—
組織の結成、会議の開催	計画	—
観光資源の把握（データ整備）	計画	—

評価

内容	評価
既存イベントへの連携	A
既存イベントの会議の開催回数	A
新規事業の実施及び連携	D
組織の結成、会議の開催	D
観光資源の把握（データ整備）	D

<p>III. 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</p> <p>1. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関するこ</p> <p>町内の金融機関（岩手銀行一戸支店、東北銀行一戸支店、盛岡信用金庫一戸支店）や日本政策金融公庫盛岡支店【指針③】との懇談会や情報交換を実施することにより、創業や事業承継など小規模事業者への支援実績や金融情報、地域経済の需要動向など、情報交換ができる場をつくり、景況や支援課題等について情報共有を図る。</p> <p>また、中小企業基盤整備機構の登録専門家等の専門家派遣を受け、企業支援を実施する過程で、他県事例や、企業支援事例等の情報収集を行い、支援ノウハウの習得を図る。</p> <p>さらに、岩手県内の支援機関を対象とする「小規模事業者支援研修」において、支援ノウハウ、支援の現状、支援課題について情報交換をする。情報交換後、事業内容やノウハウや現状等について、懇談会の開催や巡回指導の際に情報提供を行い、小規模事業者の経営に役立てる。</p> <p>2. 経営指導員等の資質向上等に関するこ</p> <p>組織内で経営指導員と経営支援スタッフによるミーティングや研修会に参加した職員の報告会を週1回実施し、組織内で経営支援ノウハウの共有を図るとともに、お互いの指導・助言内容、情報収集方法を学ぶなど、全職員による指導・助言ができる指導体制を作り、OJTによる伴走型の支援能力の向上を図る。</p> <p>(資質向上の内容)</p> <p>(1) 経営指導員は、岩手県商工会連合会が主催する経営指導員研修会（職種別研修・業種別研修・経営革新研修・総合研修）に参加し、小規模事業者の経営改善・経営革新計画策定支援能力の向上とともに、</p>	<p>1. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関するこ</p> <p>小規模事業者の経営支援に役立てるため、下記の懇談会や研修に参加した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 経営改善貸付推薦団体連絡会議 日本政策金融公庫盛岡支店 1名 ・ 商工会合同会議による町内金融機関、関係機関との懇談会（6月開催） 全職員（5名） ・ 小規模事業者支援研修（ITスキル） 2人（12/14） <p>2. 経営指導員等の資質向上等</p> <p>全職員が資質向上のため、各種研修会等へ積極的に参加し、職員間での支援内容を共有するとともに、OJTによる資質向上を図った。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 県連主催研修会（指導員） 3回 延べ4人 	<p>評価 A</p> <p>評価 A</p>
--	--	---------------------------------

<p>専門家を小規模事業者に派遣する際には必ず同行し、専門家の指導・助言内容、情報収集方法を学び支援能力の向上を図る。</p> <p>(2) 経営支援スタッフ（補助員、記帳専任職員）においても、岩手県商工会連合会が開催する職制別研修会（職種別研修・業種別研修）に参加し、支援企業の売上や利益確保、経営課題解決を重視した支援能力の向上を図り、全職員のレベルアップを目指す。</p> <p>(3) 当会は、実地に役立つ職員向けの研修会やプロジェクトマネージャー養成研修会にも積極的に参加し、能力の向上を図る。</p> <p>(4) 組織内で経営支援ノウハウの共有を図り、全職員による指導・助言ができる指導体制を作り、外部研修及びOJTによる伴走型支援能力の向上を図る。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・県連主催研修会（支援スタッフ） <ul style="list-style-type: none"> 5回 延べ6人 ・スーパーバイザー事業研修会 <ul style="list-style-type: none"> (プロジェクトマネージャー養成) 6月～1月（全9回） 1人 ・事業団研修（仙台校） <ul style="list-style-type: none"> 11月～12月 1人 ・いわてビジネスイノベーションアワード <ul style="list-style-type: none"> (県内支援機関による支援事例発表) (2/7) 2人 ・創業相談等創業支援に係る講習会 <ul style="list-style-type: none"> (2/14) 1人 	<p>3. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関するこ</p> <p>小規模事業者の支援のための多種多様な事務、事業を展開した結果については、年4回、事業の進捗状況や成果を商工会理事会で報告し、さらに岩手県や一戸町の担当者、民間の専門家などの外部有識者も活用して、「一戸町事業評価委員会」を新たに設立し、年1回の評価・見直し、PDCAサイクルによる事業のマネジメントを実施する。</p> <p>各年度の事業実績に関しては、その結果を会報及びホームページにおいて公表する。</p> <p>3. 事業の評価及び見直しをするための仕組み</p> <p>評価A</p> <p>経営発達支援計画事業評価委員会を新たに設置し、事業評価委員会による事業評価を実施した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・第1回評価委員会（8/23） <ul style="list-style-type: none"> 事業の概要説明 ・第2回評価委員会（2/22） <ul style="list-style-type: none"> 事業の経過報告、事業の見直し・評価
--	--	---