

経営発達支援計画の概要

実施者名	岩泉商工会（法人番号 7400005004247） 岩泉町（地方公共団体コード034835）
実施期間	令和8年4月1日～令和13年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 （1）円滑な事業承継や新規創業者の事業計画策定支援 （2）環境変化に対応した個々の事業者の経営力向上 （3）人手不足を補完するAIを活用した業務省力化支援 （4）地域外の販路開拓による地域商品のブランド化推進 （5）地域資源を活かした個店の磨き上げと、稼ぐ力の底上げ
事業内容	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 ・国が提供するビッグデータ（RESAS）を活用する ・地域動向情報の収集による活用 4. 需要動向調査に関すること ・消費者ニーズ調査の実施 ・地域外に販路を求める振興品目の需要動向調査 ・商談会及び展示会で自社商品の需要動向調査 5. 経営状況の分析に関すること ・個別指導会の開催 6. 事業計画策定支援に関すること ・事業計画策定の個別指導会の開催 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること ・事業計画策定事業者へのフォローアップの実施 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ・「岩泉まつたけ」のブランド化の推進 ・「いわいずみ炭鉱ホルモン鍋」の販売促進支援 ・木材製品の販売促進支援 ・岩泉の食の販売促進支援 ・地域資源を活用した新商品開発支援
連絡先	岩泉商工会 〒027-0501 岩手県下閉伊郡岩泉町岩泉字中野 40-42 TEL：0194-22-3245 FAX：0194-22-5399 Email：iwaizumi@shokokai.com 岩泉町経済観光交流課 〒027-0595 岩手県下閉伊郡岩泉町岩泉字惣畑 59 番地 5 TEL：0194-22-2111 FAX：0194-22-5577 Email：iwaizumi-info@town.iwaizumi.lg.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) 地域の現状と課題

① 現 状

ア. 岩泉町の概要

岩泉町は、岩手県の北東部、北上高地のほぼ中ほどに位置し、東は太平洋に臨み、西は盛岡市及び岩手郡に接する本州で最も面積の広い町である。面積は 992.36 平方キロメートルあり、山あい、小本川、安家川、摂待川などが東流し、流域に沿って集落や耕作地が点在している。安家地区から岩泉地区にかけて石灰岩層が走り、日本三大鍾乳洞の龍泉洞をはじめ、安家洞、氷渡洞などの鍾乳洞群を形成している。

また、三陸復興国立公園の小本・茂師海岸、県立自然公園の早坂高原、北上高地に広がる櫃取湿原などの優れた自然資源が数多くある。平成 23 年 3 月 11 日には、国内観測史上最大となるマグニチュード 9.0 を記録した「東日本大震災」が発生し、小本地区に津波が襲来して甚大な被害を受けた。

平成 28 年 8 月 30 日には台風第 10 号が観測史上初めて東北地方太平洋側に上陸し、町全域にわたって河川の氾濫や土砂災害など大規模な災害を受けており、更には令和元年 10 月 12 日に台風第 19 号の大雨災害を受けるなど、近年大規模な災害が頻発している。

令和 5 年 8 月には 300 ミリを超える記録的大雨が発生し、令和 6 年 8 月にも台風 5 号による大雨に見舞われたが、平成 28 年台風 10 号被害による治水対策が進んでいたこともあり、被害は最低限に抑えられた。近年は、大雨被害リスクが恒常的に発生する傾向が見られる。

一方、令和 3 年 12 月には三陸沿岸道路青森県八戸市から宮城県仙台市まで全線開通を果たし交通アクセスが格段に向上している。



県内位置



路線図

イ. 岩泉町の人口動向

国勢調査によると、岩泉町が誕生した昭和 31 (1956) 年の 4 年後、昭和 35 (1960) 年の総人口は 27,813 人であったが、その後減少を続けており昭和 55 (1980) 年には 2 万人を割り、平成 26 (2014) 年には 1 万人を割っている。

また、年齢3区分別人口を見ると平成7（1995）年に「年少人口（0～14歳）」よりも「老年人口（65歳以上）」が多くなっており、その後「老年人口」は増加を続けたが、令和2（2020）年からはついに老年人口も減少に転じており、全世代において減少傾向となっているが、定住している任期満了となった地域おこし協力隊員は40名を超えており定住率は県内平均を上回っている。

年 項目	S35年	S55年	H2年	H12年	H22年	R2年	R7年※1	R12年※2
総人口	27,813	18,236	15,164	12,845	10,804	8,726	7,660	6,557
減少率	-	34.4	16.8	15.3	15.9	19.2	12.2	-
0-14歳	11,316	4,687	2,860	1,761	1,121	738	-	-
15-64歳	14,974	11,458	9,593	7,332	5,599	4,103	-	-
65歳以上	1,493	2,091	2,711	3,749	4,084	3,863	-	-
世帯数	5,005	5,083	4,947	4,686	4,357	3,943	3,998	-

※1 令和7年のみ10月31日現在。それ以前は各年10月1日現在。

※2 令和3年3月制定岩泉町中小企業・小規模企業振興計画による目標値

ウ. 岩泉町の産業

(ア) 農業

農業は岩泉町の基幹産業である。近年、畑わさびや酪農の新規就農も見られるが、高齢者の離農などにより農家人口や家畜飼養頭数の減少が進んでおり、新たな担い手の確保と育成が課題となっている。肉用和牛品種の一つである日本短角種は岩手県が飼養頭数全国シェア 48.4%を占め、当町においてもこれまで山間地域を支え景観を形成してきた歴史がある。また、短角牛肉は消費者の赤身肉嗜好が高まっており、仔牛市場の持ち直しも見えている。

酪農は県内では先駆けの地であり、その歴史は130年に及び、現在では第三セクターによるヨーグルト生産に結びついている。畑わさびについては生産量日本一を誇っており、今後は種苗の安定供給やわさび加工品の岩泉ブランド化など6次産業化を目指している。ここ最近では、地域おこし協力隊員として着任した事業者が岩泉短角牛精肉販売店を創業した他、畑わさび生産加工においては3事業者が新商品の開発に取り組んでおり、今後の展開が期待されている。

(イ) 林業

山林が町の面積の93%を占め森林面積は約9万1千haに及び、このうち国有林が約3万ha、民有林が約6万1千haである。民有林のうち針葉樹の人工林は33.1%で、残りの66.9%は多様性に富んだ広葉樹林であり、これらは伐採を経た二次林であるが年数の経過とともに、多くの天然広葉樹の優良木を含んでいる。

森林の活用を担う林業従事者は、高齢化による担い手不足の傾向にあり新たな担い手の確保が重要となっており、労働環境の改善のため高性能林業機械の導入などを図っている。

森林の適正管理と森林資源の高付加価値化のため、公有林を中心にFSC森林認証※3を取得して民有林への普及拡大を図っている。特用林産物としては原木シイタケ、菌床シイタケ、木炭などがあるが原木の高騰などにより厳しい経営状況にあるが、地域おこし協力隊員が伐採業に取り組んでいることもあり担い手不足解消の担い手として期待される。

※3 FSC森林認証 国際的な森林認証制度で、責任ある森林管理から生産される木材とその製品を識別し、それを消費者に届けることで、責任ある森林管理を消費者が支える仕組み。

(ウ) 水産業

海面漁業は、三陸海岸に面した良好な漁場を有しており、豊富な海産資源に恵まれていたが、東日本大震災以降主力の秋鮭、アワビ・ウニなどの磯漁共に不漁が続いている。

水産物の加工としては、鮭の荒巻や塩ウニ、塩蔵や乾燥ワカメ、昆布巻きなど海産物加工の他、

イワナやヤマメなど淡水魚の甘露煮や燻製などが行なわれている。

町では未利用資源の活用や海産資源の地域内での加工・流通を図るため、「浜の駅おもと愛土館」を整備し、小規模な水産加工業者の振興に努めている。

（エ） 建設業

建設業は 44 事業所で大半が小規模事業者であり、技術者から作業員まで多種多様な雇用を生み出しており、地域雇用の重要な役割を担っている。町内における工事発注は公共工事が主であり、民間からの発注は稀である。

東日本大震災以降の度重なる自然災害の発生は、多くの建設事業者も被害を受けたものの、災害復旧事業は従来と比較ができないほど大規模であり、大手や域外の建設業者も入っているが、元請け下請けを合わせて災害特需に支えられていた業種と言える。しかしながら、令和 7 年度で全ての工事が完了したため、新たな受注の確保や雇用の維持に向けた取り組みが必要である。

（オ） 製造業

当町の製造業の主なものとしては、誘致企業であるオイルシール製造事業者の令和 6 年度売上は 20 億円であり従業員数 217 人、町内製造業では最大の規模である。

また、全国的な知名度を誇る「岩泉ヨーグルト」を製造している岩泉ホールディングス株式会社は全国各地へ出荷しており、従業員数も 100 名を超える企業となった。現在では、町内外の事業者とのコラボ商品を開発しており、小規模事業者が自社製品の全国展開を行う際のパートナーとしても存在感を増している。

町内の小規模事業者は、製材所が 2 事業者、無垢材家具・木工クラフト製造 2 事業者、菓子製造 6 事業者、酒造 1 事業者、豆腐製造 5 事業者などがある。津波や台風による被害を受けた事業所も現在は移転や復旧整備を終え通常稼働しているが、既存販路を失い従業員数が被災前の水準に達していないため製造量が追い付いていない事業所も多く、販路開拓と人手不足解消が求められている。

なお、令和 7 年 12 月には町内初となる地域おこし協力隊員による鹿ジビエ加工場が稼働予定となっている。これによりこれまで害獣として駆除されていた鹿を町内産鹿肉ジビエの製造と販売を行うことは大きな期待が寄せられている。

（カ） 卸売業・小売業

卸売・小売業は、136 事業者で従業員総数は 521 人となっており、事業所の多くは、従業員が事業主のみで売上の大半を域内の需要に頼る小規模事業者である。域内の需要は、減少の一途をたどっており、事業主の高齢化と合わせ人手不足による経営の維持が最も課題となっている業種と言える。

町内中心部の商店街の小売店においても人口減少や大型店進出の影響は大きく、売り上げ減少や後継者問題に悩んでいる小規模事業者が多い。小売業については、岩泉観光ガイド協会によって中心市街地である「うれいら通り商店街」の小規模小売店等を巡る「街中ガイド^{※4}」を行い回遊性の増加に努めているが、経営環境変化への対応や消費者ニーズを的確にとらえた魅力ある個店を育成することで商店街への来場者増加、回遊性向上の取り組みを強化する必要がある。

また、卸売業については、岩泉町は旧来からマツタケの産地であったが、平成 2（1990）年に全国で初となる「まつたけ研究所」が設立され 15 年間にわたりマツタケの増産技術の開発と普及に取り組んできた。その後には平成 5（1993）年に「岩泉まつたけ事業協同組合」が設立され、平成 24（2012）年には「岩泉まつたけ」の商標登録を、平成 29（2017）年には「岩泉まつたけ」の地域団体商標登録を取得し、「岩泉まつたけ」の更なるブランド化と販路開拓に努め、地域を挙げて産地化に取り組んだことにより、卸売業を営む小規模事業者も 6 者に増えている。

「いわいずみ炭鉱ホルモン鍋」は、当町の小川地区にかつて存在した炭鉱地域で食されていたホルモン料理が、炭鉱閉山後も食堂で提供され続けて評判になったものである。現在はその食堂も閉店しているが、その味を復活させようと製造・小売を行う事業者が 4 者あり、町内食料品店や「道

の駅」などでも購入することができる。現在では冷凍自販機による販売も行われており、いつでも購入することが可能である。

※4 街中ガイド：町観光ガイド協会の1部門で、旧商店街である「うれいら通り」を中心に菓子店、酒造店、クラフト製品店、ホルモン製造店、旧家や蔵などの案内を行っている。

（キ）飲食・宿泊業

当町は、日本三大鍾乳洞の一つに数えられる龍泉洞を有しており、かつて年間47万人の入場客を記録していた。東日本大震災や台風被害などで度々影響を受けたものの現在でも年間20万人弱の入場者を維持しており、町内の飲食・宿泊業を始めとして龍泉洞を訪れる観光客に依存している小規模事業者が多い。

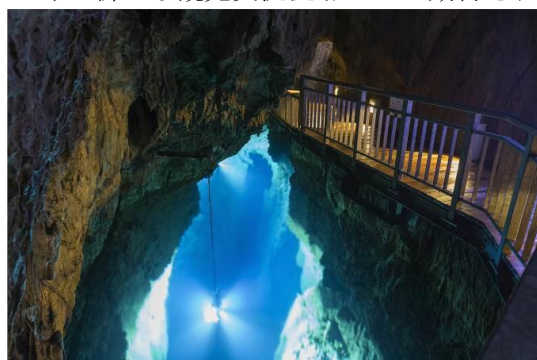
当町の岩泉マツタケの知名度は高く、かつてはマツタケ料理を専門とする飲食店も存在した。現在は、町内5事業者のホテル・飲食店がマツタケ料理を提供するイベント「松茸小屋」をマツタケの発生シーズンに合わせて開催している。

いわいずみ炭鉱ホルモン鍋については、現在町内の7店舗の飲食店で年間を通じて、それぞれ独自性が出されたオリジナルの「いわいずみ炭鉱ホルモン鍋」を提供している。ホルモン鍋に使われるキャベツやネギの他、豆腐も町内事業者の製造する豆腐となっており、いわいずみ炭鉱ホルモン鍋の振興は町内への波及効果が大きい事業である。

エ. 岩泉町の観光

日本三大鍾乳洞の一つである龍泉洞を訪れる観光客数は、年間20万人程であり、岩泉町の観光産業を支えており、加えて町内には、三陸復興国立公園小本・茂師海岸や県立自然公園早坂高原など優れた観光資源が存在している。なお、東日本大震災以降、自然災害が頻発しており、その都度観光産業は大きな打撃を受けてきた。また、新型コロナウイルス拡大とその拡大防止施策などにより龍泉洞を訪れる観光客も激減したが、入洞者は回復してきている。令和6年4月には龍泉洞に隣接して物産店「龍泉洞わっか」がリニューアルオープンを果たしており土産品の売上への貢献度が格段に向上している。店内で醸造している雑穀を使ったビールも人気があり、団体客を中心に販売が好調である。コロナ禍後は宮古港にクルーズ船寄港が復活し令和7年度は寄港回数が15回に達したが、一度の寄港で大型バス平均3～5台程度の乗船者による観光のインパクトは大きい。

また、平成28年台風10号で被災したキャンプ施設「ふれあいランド岩泉」の復旧工事が完了し、令和7年4月にグランピング施設「CYMBALS（シンバルス）」としてグランドオープンした。町の新たな観光交流拠点として期待されている。



龍泉洞内部



CYMBALS

オ. 岩泉町総合計画「岩泉町未来づくりプラン後期基本計画」の概要（商工・観光領域）

「岩泉町未来づくりプラン後期基本計画」では令和5（2023）年度～令和8（2026）年度において、「安定かつ持続ある生産体制の構築」として、「農林水産業の生産組織の育成と強化を図り、産業の競争力を高めるとともに、創業・事業承継を通じて地域産業の活性化と新陳代謝を図ります。また、未来技術の活用に関する調査研究を進め、生産の効率化や担い手不足の解消等、既存産

業が持続安定できる仕組みづくりに取り組みます。」として、創業・事業承継について重視している。また、「まちのにぎわいを創る商業・サービス業の振興と雇用の確保」を具現化する取り組みとして以下の通り列举されている。

1 賑わいのある中心商店街の振興

- ◇商店街の活性化と集客力を高めるため、個店の PR に努めるほか、イベントの開催を支援します。
- ◇観光客を商店街に誘導する取組を進めます。
- ◇商工団体などと連携し、個店の経営力向上に向けた支援に努めます。
- ◇関係団体と連携し、チャレンジショップ等空き店舗などの有効活用に努めます。
- ◇商工団体などと連携し、多様化する決済方法に対応できるよう支援します。

2 地場産業の支援

- ◇差別化や独創性豊かな魅力ある「岩泉ブランド」商品の確立に努めます。
- ◇いわずみ炭鉱ホルモンの商品化、イベントへの出店による認知度の向上等、新たな食文化の商品化を支援します。
- ◇特産品開発や販路拡大に取り組む企業・団体を支援します。
- ◇ふるさと納税返礼品の振興・拡大に努めます。

3 創業者などへの支援

- ◇商工団体などと連携し、創業希望者に対する支援に努めます。

4 事業承継の支援

- ◇事業承継を希望する事業者を支援します。

このように、岩泉町と岩泉商工会が連携して課題解決と支援にあたることとされている。

カ. 商工業者数の推移

令和3年経済センサスによる商工業者数は494事業所であり、平成28年の515事業所に比べて全体としては21事業所、率にして4%の減少となっている。前述した通り、建設業は復旧工事特需に支えられていたが、今後廃業の増加と雇用の喪失が懸念される。

●産業別事業所数及び従業者数

(令和3年6月1日現在)

産業区分		事業所	従業者
第1次産業		27	220
農業・林業・漁業		27	220
第2次産業		96	1,316
鉱業・採石業・砂利採取業		3	35
建設業		44	508
製造業		49	773
第3次産業		371	2,125
電気・ガス・熱供給・水道業		1	6
情報通信業		2	2
運輸業・郵便業		13	145
卸売業・小売業		136	521
金融業・保険業		5	40
不動産業・物品賃貸業		24	39
学術研究・専門・技術サービス業		10	21
宿泊業・飲食サービス業		37	170
生活関連サービス業・娯楽業		39	105
教育・学習支援業		6	8
医療・福祉		30	446
複合サービス業		10	87
サービス業（他に分類されないもの）		39	192
公務（他に分類されるものを除く）		19	343
合計		494	3,661

岩泉町町内要覧より引用

キ. 商工会員数の推移と経営改善普及事業の相談件数

平成30年には会員数311事業者であったが、令和6年度末には275事業所まで減少している。高齢化や売上減少、後継者不足による脱退が多く見受けられる。自主廃業の多くは事前に相談がないケースが多く、事後報告となっているのが現状である。このことから、事業承継や事業の第三者承継のためには、廃業を検討しているとの情報収集と共有が極めて重要である。

令和6年度指導件数

区分	経営一般	金融	税務	労働	その他	合計
件数	345	76	187	153	217	978

ク．商工会のこれまでの取り組み

これまで商工会では、小規模事業者の販路開拓や商品開発等、経営発達支援計画にそった個者支援事業を推進してきた。小規模事業者の事業計画策定支援では、専門家派遣等によるアドバイスにより、経営革新計画や小規模事業者持続化補助金等を活用した販路拡大等に取り組んできた。

特に、「岩泉まつたけ」は、国内では最も早く産出する国産マツタケの産地として差別化を図るため、「岩泉まつたけ事業協同組合」が独自のマイスター制度※5を確立して品質の維持向上に努め、地域団体商標登録を取得してブランド化に取り組み、取扱い卸売業者の販路開拓を支援すると共に松茸料理を産地で提供する「松茸小屋」や「まつたけ祭り」の企画により、町内の飲食店や宿泊施設への集客を図ってきた。

「岩泉まつたけ事業協同組合」設立後は、これらマツタケ関係の取り組みは当会が主体となって実施して来たものであり、「岩泉まつたけ事業協同組合」の事務局も当会が担って現在に至っている。

※5「岩泉まつたけ」マイスター制度：「岩泉まつたけ事業協同組合」が、「岩泉まつたけ」として出荷されるマツタケの品質の維持向上のため独自に決めた制度。組合員であることやマツタケの卸売り取扱い経験が10年以上あることなどの条件があり、マイスターの目利きによるものが「岩泉まつたけ」として出荷される。

また、「いわいずみ炭鉱ホルモン鍋」は、地域によるホルモン鍋の復活の機運と、これによる地域起こし活動が加わって盛り上がり、その後、当会がホルモン製造小規模事業者などによりホルモン鍋の応援・宣伝活動を行う「いわいずみ炭鉱ホルモン鍋発掘隊」を設立した。現在は、ホルモン鍋を製造する小規模事業者を中心に、発掘隊が加わって全国規模のイベントに出店し売上向上を図ると共に、各イベントで上位に入賞することで知名度を上げ、小規模事業者の販路開拓と販売促進につなげている。なお、これら全国的なイベントへの出店や販路開拓・販売促進については、当会が主体的に支援している。



いわいずみ炭鉱ホルモン鍋



岩泉まつたけ

②課 題

ア．人口減少と人手不足、高齢化の進行、廃業の増加

岩泉町の2019年人口推計によると、令和12(2030)年の総人口は、7,655人と推定されていたが、令和7年10月31日現在の7,660人と同水準であり、より加速的に人口減少が進んでいることがわかる。現在は、全世代で人口減少が進みつつあり、現役世代が人手不足となり事業者もAIツールの活用といったあらゆる人手不足対策を講じる必要がある。同時に、高齢化率は高止まりをした状態が続くものと思われる。高齢化と過疎化、人口減少の進行に加え、近隣都市部への消費の流出やネット通販、大型店等の進出などによっても地域の購買需要はさらに減少していくものと考えられる。

町内周辺部の小規模事業者は、新たな需要開拓や域外への展開も容易ではなく、需要が落ち込み売り上げの減少が続いており、更には事業主自身の高齢化も進んでいることから、小規模事業者の事業継続や事業承継が集落の存続のためにも課題となっている。事実、岩泉町有芸地区、釜津田地区、大川地区には食料品小売店が存在せず、30 分以上かけて岩泉地区へ買い物に来なければならない。また、安家地区は1店舗のみ存在しているが今後廃業の可能性も考えられる。

町内中心部となる岩泉地区の「うれいら通り商店街」はかつて、「町民の台所」としての機能を果たしていたが、当時の30年前と比べると事業を継続している店舗は1/3以下となり、空き店舗が増加の一途を辿っている。

イ. 岩泉町の産業別の状況

令和3年経済センサスによると、総事業所数は524事業所、総従業員数は4,047人であり、このうち従業員数で見ると、誘致企業を含む製造業が773人と最も多いが平成26年経済センサスに比べると100人減少している。次いで従業員数は卸売業・小売業の521人、医療福祉の533人、建設業の508人などになっており、建設業は復興需要もあり従業員を増加させてきたものの、復旧工事の完了により減少に転じると考えられる。商工業者全体としても従業員数は減少傾向である。

また、町内事業者においては、常時20事業者程度が求人募集を行っているものの、応募がないため人手不足が解消しないことや、人手不足解消のためのAIツールの活用も進んでいるとは言えない状況である。

町内全産業においてIT・DX化による業務の省力化が遅れていることも生産性が向上しない一因である。

また、IT・DX化が遅れる要因の一つとして、全国で最も高い岩手県経営者平均年齢62.6歳（2024年帝国データバンク調べ）が示す通り、高齢の経営者に敬遠されがちな分野であると考えられ、事業者のニーズとスキルに応じた伴走支援と、併せて事業承継の促進支援が強く求められているところである。

一方、県内最低賃金も上昇を続け、令和7年12月からは1,031円が適用されている。国は2020年代中に全国加重平均1,500円を目指しており、全業種において、原材料と人件費の上昇による価格転嫁が課題となり続けると考えられる。

ウ. 地域産業振興に向けた課題

「岩泉まつたけ事業協同組合」の構成員は小規模事業者であり、マツタケの集出荷の他独自にマイスター制度を確立し、品質の維持向上に努めることにより地域産品のブランド化に取り組んできた。これまでの出荷先は中央市場や大消費地が主体であったが、今後はより最終消費者に近い事業者への供給を目指すなど、これまで取り組んできたブランド化を通じて、より有利な販路開拓を図っていくことが課題である。また、「松茸小屋」を開催する飲食業4者は、個店のホームページを持たない小規模事業者であるため、開催に当たっては的確な情報発信、告知・宣伝の支援により、集客の増加と売上げ向上を図る必要がある。

「いわいずみ炭鉱ホルモン鍋」は、製造事業所の売上向上のため、全国規模の催しで高成績を収めたことによる認知度の向上を生かし、域内での消費拡大とともにインターネットを通じた販売にも引き続き取り組んでいく必要がある。また、「いわいずみ炭鉱ホルモン鍋」を提供する町内飲食店は、来店者の増加を図ることによって売上向上につなげていく必要があるが、個々の店舗ではECサイトの運営や販路開拓、新規顧客獲得には人手不足やノウハウが不足していることから、町内来訪者などへの的確な情報発信、広告宣伝に対する支援が必要である。

当町の家具や木工クラフト製品は、町産木材を天然乾燥した無垢材を使用する製品であり、最盛期には10者程の事業者があったが近年は売上の減少などにより廃業が相次ぎ2者にまで減少している。また、かつては町内各所に存在した製材所も現在では2事業所まで減少した。町内に豊富に産出する天然木材の有効利用によって町内小規模事業者を育成支援するため、首都圏等で開催される商談会などの機会を捉え、新たな販路の拡大を図っていく必要がある。

町内には、菓子製造業5者、水産加工業4者、酒造業1社などの食品関係の小規模事業者が有り、

地元消費や観光客向け商品の販売の他、域外への販売も手掛けているが、売上げが減少していることから、いわて食の商談会や首都圏でのイベントへの参加などの機会を捉え、新たな販路の拡大を図る他、魅力的な商品開発や新サービス提供などを通じて、龍泉洞を訪れる観光客を個店に誘導するなどにより売上向上を図っていく必要がある。また、ふるさと納税返礼品への登録のみならず、商品開発における特定分野に精通した専門家支援も強化していく必要がある。

(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

岩泉町の小規模事業者は、少子高齢化と人口減少及び人手不足による地域経済の縮小、小規模事業者等の高齢化による事業承継や新陳代謝、急激な環境変化への対応等、厳しい経営環境にありながら自社の立ち位置を確認しながら自走化していくことが求められる。

本商工会の今後10年程度を見据えた長期的な振興のあり方は次のとおりとする。

- i. 小規模事業者の実態と環境変化や、A I の活用、I T ・ D X 化に対応した事業計画の策定による自社の経営基盤の安定化と円滑な事業承継と創業支援を通じた地域経済の持続的成長
- ii. 地域資源を活用した新商品・新サービスの提供及びその創業者による販路の開拓や新分野への進出による地域外から外貨の獲得
- iii. 消費者ニーズを的確にとらえた魅力ある個店の育成と龍泉洞を活用した回遊の促進、滞在型観光への仕組みづくりによる賑わいの創出及びその人材育成と確保

以上の3つを掲げ地域の総合経済団体として小規模事業者に対する伴走型支援を通じた持続的発展に努め、地域経済の活性化に向けて取り組んでいく。

②岩泉町総合計画との連動性・整合性

岩泉町総合計画の目指す産業振興の方向性については、今後10年程度を見通したものとなり、本計画の目標とする方向と一致し連動しているものである。

当町ならではの資源や魅力を生かした地域産業の創造性・発展性を高めて、町民所得の向上、地域産業の振興と雇用の場の確保を図っていくことと、商工団体などと連携し経営の安定化や経営改善のための支援対策を強化していくこととしている。

また、施策の方向や取り組む事業においては整合性を重視し、相互の連携を図り、効果的な実施と展開を図るものである。

令和元年6月には岩泉町中小企業・小規模企業振興条例が制定・施行され、条例に基づき令和3年3月に岩泉町中小企業・小規模企業振興計画が策定され、現在計画の見直しが進められている。

③商工会としての役割

地域の総合経済団体である本会は小規模事業者の支援機関として、国・県・町等の行政と小規模事業者を結ぶパイプ役を担いながら、小規模事業者の業種、業態、環境の変化に応じて売上増、新規顧客獲得、商品開発、販路開拓等のための事業計画の策定、実施、フォローアップなどの持続的な経営発展のため伴走型支援に取り組み、さらにその中で行政等が実施する小規模事業者のための各種施策の普及とともに行政へ反映させる役割を担う。

また、小規模事業者の活性化と地域への波及のため、行政・関係機関とともに地域経済活性化事業の一端を担っていく。

(3) 経営発達支援事業の目標

「地域の現状及び課題」と「小規模事業者の長期的な振興の在り方」を踏まえ、本商工会の今後5年間で実現を目指す目標を以下の5つとする。

①円滑な事業承継や新規創業者の事業計画策定支援

K G I : 支援策定した計画の実行率（創業・承継完了率）50%、法人化5件

K P I : 年間創業件数 2 件 / 1 年、事業承継診断 20 件 / 1 年、
地域おこし協力隊商工会加入率 80 % / 1 年

設定した理由 : 人口減少地域において、廃業せずにバトンタッチできたこと、新しい店ができたことは、地域経済にとって最大の貢献となるために設定した。

②環境変化に対応した個々の事業者の経営力向上

K G I : 支援事業者の「付加価値額」の増加 25 者

K P I : 経営分析数 40 件 / 1 年、事業計画策定数 20 件 / 1 年、
I T 導入または活用件数 10 件 / 1 年

設定した理由 : 「付加価値を上げるために何をするか」を明確にする必要がある。
これが K G I 達成の道標となるため設定した。

③人手不足を補完する A I を活用した業務省力化支援

K G I : 付加価値労働生産性 10 % 向上

K P I : 業務フロー分析件数 5 件 / 1 年、A I ツール導入企業 2 者 / 1 年、
I T 導入または設備投資数 5 件 / 1 年

設定した理由 : 人手不足は一朝一夕では解決が難しい課題である。A I ツールを「増員」することで人を増員することと同じ効果を生み出していかなければならないため設定した。

④地域外の販路開拓による地域商品のブランド化推進

K G I : 域外獲得売上高 20 % 向上

K P I : 新規成約件数 3 件 / 1 年

設定した理由 : 町外でどれだけ売れたか伸ばしていくためには新規の成約件数を積み上げつつ、域外獲得売上高を指標とすることによってブランド化推進を数字として表現することが可能である。

⑤地域資源等を活かした個店の磨き上げと、稼ぐ力の底上げ

K G I : 支援事業者の「付加価値額」の増加 25 者、商店街の空き店舗創業または事業承継 5 件

K P I : 創業・事業承継相談件数 20 件、新商品・サービス開発支援 2 件

設定した理由 : 地域資源を活かした商品・サービスの開発と個店の魅力を磨き上げることは町内各個店にも好影響をもたらすことから、地域全体の雇用と経済活力を維持・発展させるために設定した。

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8年4月1日～令和13年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

①円滑な事業承継や新規創業者の事業計画策定支援

近年、高齢化や後継者不足による廃業が相次いでおり地域経済の未来がますます見通せない状況となっている。これまで毎年商工会の経営指導員による事業承継診断を20件実施しており今後も継続して行いながら情報収集を行い、毎月の職員会議において共有を図る。

事業承継や事業の売却、後継者を探している方の相談窓口となり、金融機関と協力し創業したい方とのマッチング機能を強化する。承継後は新事業者に応じた伴走支援を行い自走化を目指していく。多くは個人事業からスタートするが、法人化は自走の準備が整った、と言えることから5件の法人化を目指す。

また、地域おこし協力隊として岩泉町に着任される隊員は県内一の数誇ることから、隊員の創業支援を積極的に実施し、隊員期間満了後の自走できる事業計画策定とその実行を目指していく。

②環境変化に対応した個々の事業者の経営力向上

経営環境が激しく変わっていく中で、小規模事業者は「変えるべきもの、守るべきもの」を見極めながら、環境変化に対応した経営が必要である。この際に、IT・DXを取り入れた省力化及び効率化を図ることが事業者の付加価値額増加につながる事となる。

商工会は、地域経済動向や需要動向を確実に把握し年4回の公表や、AIツールを用いたスピーディーな経営分析を提供し、小規模事業者が変化に対応できる事業計画や仕組みづくりを支援するとともに、高齢化の進む小規模事業者の事業承継と地域商工業の活性化のため、岩泉町と連携し着実な伴走型支援の推進を図る。

③人手不足を補完するAIを活用した業務省力化支援

現在、技術開発が進み、事務作業を省力化できる生成AIやデータ分析を得意とする識別系AI等、あらゆる業種の業務に応用できるAIが増えており、進化し続けている。AIを「優秀なアルバイト」として、人手不足を解消するAIツールの積極的な活用が極めて有効である。このためには、まずは業務フロー分析を5件ずつ積み重ねていき、2件のAIツール導入を目指しながら、付加価値を高めつつ、労働生産性においても改善を行う。

④地域外の販路開拓による地域商品のブランド化推進

岩泉町で生産される商品や加工品等を地域内外の新たな販路を求める事業者で構成される「岩泉特販部」が令和6年に設立された。食品製造から木工製品製造等多様な事業者で構成されている団体である。この特販部事業者に支援を行い、事業計画策定と事業計画策定後の実施支援、販路開拓の支援など、継続的に小規模事業者の経営力向上を図りながら、地域商品のブランド化につなげていく。

また、地域団体商標を取得した「岩泉まつたけ」や、ニッポン全国鍋グランプリ・B1グランプリなどで上位に入賞した「いわいずみ炭鉱ホルモン鍋」の製造販売を行っている小規模事業者や飲食店等の個者支援の継続とともに、当町の特徴のある食品や木工製品、令和8年から本格生産される町内産鹿肉ジビエ、畑わさび加工品や木炭など新たな地場商品の知名度向上、商談会出展による商談成約3件を目標に掲げ、域外売上向上を目指す。

⑤地域資源を活かした個店の磨き上げと、稼ぐ力の底上げ

巡回指導等を通じ、SWOT分析を用いて自社の強みと地域資源（特産品・観光等）を融合させた新商品・サービス開発を支援する。ストーリー性の付与による差別化を図り、価格競争に依存しない

「選ばれる店づくり」を支援する。これらの取り組みは個店単体に留まらず、地域全体の「稼ぐ力」の底上げを目指していく。

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

これまで本会では、地域の経済動向調査の一つとして、中小企業景況調査（岩手県商工会連合会の受託事業）を四半期毎に15者を対象に売上、利益、資金繰り等の景況調査を実施してきた。

また、伴走型小規模事業者支援推進事業を活用し、地域生活者の消費動向調査と龍泉洞における観光客の消費動向調査を行い、調査結果は岩泉町にも提供したほか、地域の消費動向の把握に活用してきた。

更には『中小企業白書・小規模企業白書』（中小企業庁）、『月刊商工会』（全国商工会連合会）、関係機関の機関誌や業界誌、各種統計資料等を活用して、地域の経済動向に関する情報を収集・整理・分析し、その結果を巡回・窓口相談時に事業者提供してきた。

この他、日々の窓口相談や巡回指導により、事業者からの地域経済動向等の情報取得に努め、事業者へ情報提供してきた。

[課題]

これまで実施してきた調査及び分析については今後も継続的に実施し、小規模事業者へ提供し有効に活用して頂くことができるように、分析や情報提供の在り方を充実させていく必要がある。このため、今後はこれまで行ってきた地域の調査情報に加え、RESAS等を活用し、経済動向をはじめとした地域の事業者へ有効な情報を的確にとらえ、提供していく必要がある。

(2) 目標

項目	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
①RESAS活用データの公表回数	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②全国・地域動向情報公表回数	4 回	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（RESAS）を活用する。

岩泉町の有する龍泉洞の観光客の動向は、地域経済に大きく影響する。宿泊や飲食、土産物店などの事業所は直接影響を受けるほか、その他の様々な関連事業所も同様に大きな影響を受ける。RESAS（地域経済分析システム）などのビッグデータの有効活用により経済動向を分析し、結果を商工会報や本会ホームページで広く公表・提供する。

分析項目と分析方法は次のとおりとし、分析後は事業計画策定支援等に反映させる。

ア．観光客の流れについて分析

【調査項目】観光流入者月別推移、年間宿泊者数、人流データ分析

【分析手法】経営指導員等が外部専門家と連携し分析する。

イ．観光ポイントの観光客の動きについて分析

【調査項目】龍泉洞及び道の駅等の観光ポイントごとの休日における月別流動人口データ分析

【分析手法】経営指導員等が外部専門家と連携し分析する。

②地域動向情報の収集による活用

岩手県商工会連合会の実施する「中小企業景気動向調査」の景気動向をEXCELやAIツールを活用して分析収集し、商工会報やホームページ等で広く周知するほか、経営分析を行う事業者や

事業計画を策定する事業者に対しても情報を提供するとともに計画策定における業種ベンチマークとして活用する。

【分析項目】業種別（建設、製造、小売、サービス）売上額・仕入単価・採算・資金繰り・業界の業況

【分析手法】経営指導員等が外部専門家と連携し分析する。

（４）成果の活用

ア．情報収集・調査、分析した結果はホームページに掲載して、広く地域内の小規模事業者等に周知する。

イ．調査から得た情報の整理・分析をＡＩツールも使って行い、分析の結果は職員間で情報共有し、巡回や窓口における相談業務等で事業者を提供する。

ウ．経営指導員等が経営改善や経営発達に向けた具体的な事業計画作りなどの個者支援に活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕

これまで本会では、地域生活者の消費者ニーズ調査や、龍泉洞を訪れる観光客のニーズ調査のほか、毎年実施するプレミアム付き商品券の販売時に、地域の消費動向について調査を行ってきた。

また、「岩泉まつたけ」については、京都市錦市場商店街などにおける需要動向の調査を行い、「いわいずみ炭鉱ホルモン鍋」については、各種イベントへの出店により消費者の嗜好等需要動向の調査を行ってきた。

〔課題〕

消費者等を対象としたこれまでのアンケート方式による調査は、母数を十分に確保できず、回答の相関分析まで出来ていなかった。

菓子類や農水産加工品、清酒など食品関係については、集客力を有する道の駅いわいずみと龍泉洞に併設されている物産施設龍泉洞わっかで行う調査の他、「いわて食の商談会」などの展示商談会への参加によるバイヤーからのヒアリングや情報収集、全国規模のイベントにおける全国各地から様々な食品関係が集まるアンテナショップへの出店販売により、試食の提供や対面での聞き取りによって商品のブラッシュアップや販路開拓につなげていくための消費者のニーズ調査を行う必要がある。

なお、前述のとおり当町の豊富で良質な木材を活用した製品については、高品質であるもののPRが不十分で認知度が低い、あるいは高価格帯であるため消費者ニーズとのミスマッチなどが課題となっており、商談会等における参加他者のPR情報の収集の他、来場消費者や関係事業者のニーズ調査が必要である。

(2) 目標

項目	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
①消費者ニーズ調査結果の提供件数	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
②道の駅いわいずみ・龍泉洞わっか出品対象者数	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
③商談会及び展示会の需要動向調査	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者

(3) 事業内容

①消費者ニーズ調査の実施

地元消費者のニーズ調査は、プレミアム付き商品券の販売にあわせて購入者に対して行っている消費者アンケート（配布 500 件、平均回収数 250 件）を継続実施する。また、アンケート結果が十分に活用されるよう、外部専門家を交えてアンケート内容の検討及び分析を行う。

【調査項目】家族構成、購入頻度・利用状況、消費者ニーズ、地域景況感、移動困難な高齢者等がどのようなサービスを望んでいるか等

【支援対象者】新たな事業展開を行う個者など 5 者

【調査手法】記名式アンケート、サンプル数 250 人

【分析手法】経営指導員等が必要に応じて外部専門家と連携し分析する。

【調査・分析結果の活用】地域内消費に応える個者、新たな販わいづくりを行う個者、事業承継に取組む個者及び地域の購買需要の減少に伴い新たな事業展開を行う個者など 5 者の支援に役立てる。

②道の駅いわいづみ・龍泉洞わっか出品者対象ニーズ調査

道の駅いわいづみは龍泉洞への観光客や、三陸道利用者が立ち寄る集客力のある道の駅であり、年間来客数は10～13万人程度で推移している。道の駅には産直や町内産菓子、酒類、肉製品等多様な商品が揃えられており、中でもジェラートが特に人気を博している。

龍泉洞わっかは、龍泉洞入洞者が主な来店客であり、その数は年間20万人弱となる。龍泉洞わっかも同様に多様な商品を並べており、中でも自社醸造のビールが龍泉洞観光客に高い人気を誇っている。いずれの施設も町外観光客の利用が多いことから、観光客ニーズの調査地点として最適である。

【調査対象】 来店者

【支援対象者】 各店舗へ商品を卸しているまたは納入を希望する町内製造事業者2者

【調査対象者】 来店者（個人及び団体）100名、仕入れ担当者やバイヤー等

【調査手段】 アンケート回答方式及びGoogleform回答、店内POS情報

【分析手法】 経営指導員、専門家による分析

【調査項目】 価格、来店頻度、満足感、デザイン、購入の決め手、食品飲料の場合は味

なお、調査項目は支援対象事業者の製品（商品）毎に調整を行う。

【調査・分析結果の活用】 新商品や商品改良のため、製造事業者へ情報提供と分析

国道455号沿いに立地する道の駅いわいづみ



龍泉洞向かいに立地するわっか



③商談会及び展示会で自社商品の需要動向調査

岩手県や岩手県産株式会社主催する「いわて食の大商談会」や、中小企業基盤整備機構が主催する「ジャパンホーム&ビルディングショー」などの町内事業者が出展可能性のある商談会や展示会において、来場するバイヤーに対し、試食、アンケート調査を実施しながら成約を目標に支援する。

支援候補：岩泉町の特色ある食品や加工品、町産板材・木材無垢家具・木工クラフト製造事業者

ア. 各種食品を対象とした催事販売での調査を実施する。

いわて食の大商談会等

＜開催時期：11月又は2月、開催場所：盛岡市、仙台市内ホテルなど、来場者数：バイヤー約200者、出展事業者数：約105者＞

【支援対象者】 食品製造業者2者

【調査対象者】 商談会出展のバイヤー等15人

【調査手段・手法】 取引を求める支援事業者の商品に対して、バイヤーを通じて商品開発のアドバイスを得ながら、商談の成約につなげる。

【分析手法】 経営指導員等が必要に応じて外部専門家と連携し分析する。

【調査項目】 ①味、②食感、③色、④大きさ、⑤見栄え、⑥価格、⑦パッケージ等、⑧市場性（購入したい商品か、市場トレンドに合っているか）⑨バイヤーの取引条件等確認して商品の改良に役立てる。

なお、調査項目は支援対象事業者の製品（商品）毎に調整を行う。

【調査・分析結果の活用】分析結果は経営指導員等が対象事業者に直接説明する形でフィードバックし、更なる改良等を行う。事務局内部における情報共有により支援スキルの向上を図る。

イ. 木材展示商談会等への出店により調査を行う

ジャパンホーム&ビルディングショー等

＜開催時期：11月、開催場所：東京都内の展示場など、来場者数：約40,000人、出展事業者数：約260者 ※記載はジャパンホーム&ビルディングショー開催実績＞

【支援対象者】製材業、家具・木工クラフト製造業を営む小規模事業者2者程度

【調査対象者】バイヤー等15人

【調査手段・手法】取引を求める支援事業者の商品に対して、バイヤーを通じて商品開発、商談成約につなげるためのノウハウについて聞き取りを行う。

【分析手法】経営指導員等が必要に応じて外部専門家と連携し分析する。

【調査項目】①サイズ、②色、③使いやすさ、④デザイン性、⑤納期、⑥量、⑦価格、⑧オリジナル性、⑨市場性（購入したい商品か、市場トレンドに合っているか）⑩バイヤーの取引条件等確認して、商品の改良に役立てる。

なお、調査項目は支援対象事業者の製品（商品）毎に調整を行う。

【調査・分析結果の活用】分析結果は経営指導員等が対象事業者に直接説明する形でフィードバックし、更なる改良等を行う。事務局内部における情報共有により支援スキルの向上を図る。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

これまで経営分析を行う場合、小規模事業者の相談内容によって金融相談や持続化補助金・経営革新計画の策定等、グループ分けをし、支援した経緯がある。定量分析の場合は、決算期毎の比較と経営者のヒアリングをもとに作成することも多く、特に小規模事業者はその傾向が高くなっている。定性分析には、「クロスSWOT分析シート」と「財務分析シート」を活用して、クロスSWOT分析を行い、これまで小規模事業者の経営力向上に向けた課題と、進むべき方向性を「見える化」させ事業計画策定に繋げてきた。

[課題]

現在、積極的に経営革新計画・補助金申請への支援を要望する事業者数が増加傾向にあることや、事業環境の変化の速さを鑑み、経営分析をスピーディーに行っていく必要がある。経営分析については、これまでの「クロスSWOT分析シート」と「財務分析シート」では経営指導員の主観的な視点に陥りがちであり、年々業務が増加していることもあってスピーディーに提供が出来ていなかった。

また、小規模事業者が事業計画作成に必要な数値データが必ずしも十分でないことから、数値に基づいた売上構成比や外部環境（市場、機会、脅威、顧客ニーズ）を加え、的確な課題の抽出につなげる必要がある。

(2) 目標

項目	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
①経営分析件数	40 件	40 件	40 件	40 件	40 件	40 件

(3) 事業内容

小規模事業者の事業計画策定には、経営状況の多角的な分析が必要であり、経営分析によって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、その事業者を対象に必要なに応じて専門家と連携して経営計画個別指導会を開催する。個別指導では、効率的かつ精度の高い多角的経営分析として、AIツールを活用することで、強み、弱み、機会、脅威の4象限をクロスして素早く分析することが可能となり、精度の高い戦略を導き出すことができる。

なお、決算後には過年度の財務分析等もAIツールを活用することで膨大なデータを瞬時に分析が可能であり、事業者に分析結果を速やかに提供することにより、個々の経営改善の一助とすることができる。

個別指導会の開催

ア. 経営分析のための個別指導会

個別指導会を年10回開催し、経営指導員等と外部専門家が経営者から直接ヒアリングを行うことにより、現状と問題点を把握し、効率的かつ精度の高い多角的経営分析と支援を行う。

【対象者】事業計画を策定する20者。

【分析項目】定量分析である＜財務分析：売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率＞等、定性分析である＜SWOT分析：強み、弱み、脅威、機会等＞と「財務分析シート」を作成し、効率的かつ精度の高い経営分析支援を行う。

【分析手法】財務分析やSWOT分析をAIツールを活用しスピーディーに行う。

ヒアリングした情報やデータファイルをAIツールに読み込ませ、AIツールの回答と経営指導員や外部専門家による検証を実施する。

イ．決算後の経営分析個別巡回指導

決算後には経営指導員等が巡回により決算年度の財務分析指標を基に経営分析を行い、自社の現状を把握するとともに、強み・弱みを認識した上で事業計画の策定につなげていく。

【対象者】決算指導を行っている 20 者

【分析項目】定量分析である＜財務分析：売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率＞等、定性分析である＜SWOT分析：強み、弱み、脅威、機会等＞と「財務分析シート」を作成し、効率的かつ精度の高い経営分析支援を行う。

【分析手法】財務分析やSWOT分析にA I ツールを活用しスピーディーに行う。
ヒアリングした情報やデータファイルをA I ツールに読み込ませ、A I ツールの回答と経営指導員による検証を実施する、クラウド型経営支援ツール「商工イントラ」でデータベース化、職員間で情報共有を図る。

ウ．事業承継を希望する事業所については、経営分析に次の項目を加える

上記の項目に加え、①後継者候補の有無、②後継者候補の区分（親族、従業員、その他）③後継者候補への事業承継意思の伝達、④後継者候補への経営者教育・人脈・技術的な引き継ぎ、⑤従業員・取引先・家族などの理解、⑥事業承継の課題・問題点、⑦事業承継の相談機関、⑧事業承継の準備期間、⑨事業所の他者への譲渡などを分析する。

（４）経営分析の結果の活用

上記で選定した 40 者の分析結果は、当該事業者フィードバックして、事業者自身に気づきを与える課題設定や目標設定を行い、事業計画の策定等に繋げていく。また、内部で共有化することで経営指導員等のスキルアップにつなげる。

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、事業者が経営課題を解決するため、経済動向調査結果及び経営分析、需要動向調査の結果を踏まえた事業計画策定を支援し、専門家、金融機関等と連携した伴走型の指導・助言を行ってきた。事業計画策定にあたっては、セミナーの開催や個別相談会、窓口相談、巡回指導時に事業計画の策定を目指す小規模事業者の掘り起こしを行い、経営指導員等による経営革新計画策定支援を行ってきた。

また、岩手県商工会連合会が実施するエキスパートバンク事業や専門家派遣事業等を活用し、事業計画策定支援を実施して、国、岩手県等の各種補助金等の申請に向けた伴走型の指導・助言を行ってきている。

[課題]

これまでの事業計画策定支援は、小規模事業者持続化補助金等の補助金申請ありきの計画策定が多く、事業者への事業計画の必要性や重要性について理解・浸透が不十分な面も見られた。今後はより小規模事業者が継続的に事業を推進していくために、経営指導員及び外部専門家の活用等によって、事業計画を策定することが一層重要となることの意識付けの浸透を図っていく必要がある。最近では、地域おこし協力隊員が岩泉町へ着任し、期間中や期間満了後に創業することが増えてきていることから、創業者の面的支援体制を強化する必要がある。

(2) 支援に対する考え方

創業及び事業承継も含めた事業計画の意義や重要性を理解してもらうために、経営状況の分析を行った事業所を対象に経済動向調査や経営状況の分析の結果・需要動向調査等を踏まえ、経営指導員等が、補助金や融資、経営革新計画申請の有無にかかわらず、事業所の自社の将来を見据えた最適な事業計画策定支援を行い、必要に応じて岩手県商工会連合会の専門家派遣制度等を活用し解決を図る。

経営分析を行った事業者の中から、事業計画策定意欲のある小規模事業者を選定し、5割以上の事業計画策定を目指す。特に、創業計画策定と経営革新計画策定について目標値を定め、取り組んでいくこととする。

(3) 目標

項目	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
①事業計画策定件数	18 件	15 件	15 件	15 件	15 件	15 件
②事業承継計画策定件数	2 件	2 件	2 件	2 件	2 件	2 件
③創業計画策定件数	-	2 件	2 件	2 件	2 件	2 件
④経営革新計画策定件数	-	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
計	20 件	20 件	20 件	20 件	20 件	20 件

(4) 事業内容

事業計画策定の個別指導会の開催

【支援対象及び募集方法】これまで経営分析を行なった小規模事業者を対象とし、リストを作成し、周知を行う他、創業希望者についてはホームページへの掲載により周知を行う。

【回 数】 年 10 回（1 回の指導会で 3 者程度）

【指導内容】 定量分析である財務分析と、定性分析である SWOT 分析、販路開拓にかかるリスク回避や販売計画等、専門家等のアドバイスや事例をヒントに事業者の発想転換を促しながら、小規模事業者の事業計画を策定する。

【相談者数】 経営状況の分析を行った小規模事業者、事業承継検討者または創業希望者

【手段・手法】 小規模事業者が、地域の経済動向調査や経営状況の分析及び需要動向調査等をふまえて、目指すべき将来のビジョンに向けて事業計画を作成するため、経営指導員等が外部専門家を交えて、事業計画の策定支援を行い小規模事業者の事業の発展や安定的な経営につなげて行く。

経営状況の分析を行った事業承継検討者は分析結果を踏まえ、事業所内や取引先、金融機関等の理解を得ることや、事業承継までの後継者育成の進め方、現在または今後直面する経営課題の洗い出しと解決策の検討、事業承継に関するスケジュールの明確化、資産譲渡や将来の売上、利益等の数値目標などについて計画を策定する。

創業希望者に対しては、事業内容、参入する市場動向分析やターゲットの設定、代表者の持つ強みを活かした商品・サービスに関する差別化の検討、売上や仕入及び各種経費などの数値計画、創業に係る資金計画、広告宣伝や販路開拓、従業員教育などの運営体制、月間や年間の事業スケジュール等について事業計画を策定する。

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

これまで、経営指導員等による支援は、事業計画策定支援が中心となり、計画策定後の実行が小規模事業者任せになる傾向があり、支援実施回数が少ない事業者が見られ、支援が手薄となっていた。

[課題]

小規模事業者持続化補助金を始めとする国、県の施策に取り組んだ事業者に対しては、比較的手厚いフォローアップがなされたが、それ以外については訪問指導が年1回程度など、不十分なものもみられ、計画通り実行されていないケースがあった。今後は、補助金の有無にかかわらず事業計画を策定した事業者については、計画的にフォローアップを行い、経営環境変化の速さに鑑み進捗状況に応じた支援を行う仕組みに改善していく必要がある。

(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毎に確認しながら、必要に応じて集中的な支援も行うなど、個者の状況に応じたフォローアップを行なう。特に、昨今の物価高や最低賃金の引き上げによる損益計画の見直しによる軌道修正も重要であり、付加価値額の向上を目指していく。

(3) 目標

項目	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
フォローアップ対象事業者数	20 者	20 者	20 者	20 者	20 者	20 者
頻度（延回数）	80 回	80 回	80 回	80 回	80 回	80 回
付加価値額増加事業者数	-	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者

※付加価値額：経常利益+人件費+減価償却費

(4) 事業内容

事業計画策定事業者へのフォローアップの実施

事業計画策定 20 事業者については、年 4 回計画の進捗状況を A I ツールを用いた予実管理を実施する。

また、経営指導員等は担当制により、計画の進捗状況を確認するとともに、「売上、付加価値額、収益性、顧客、販路、人材」等各項目に基づき、自走化による経営力向上に向けて継続的に指導・助言を行う。

計画と進捗状況とのズレや停滞があるなど進捗状況が思わしくない事業者及び事業承継者、創業者については、巡回頻度を増やす等の柔軟対応や細やかな進捗状況確認により、その内容・状況等を確認・分析し、計画の見直しや計画再策定等を行なうとともに、必要に応じて専門家派遣などを活用し、計画目標達成に向けた課題解決策の提案と実行にあたる。

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

これまでは、東日本大震災、台風 10 号豪雨災害などの復旧・復興に取組み、令和 7 年度に工事完了を迎えたものの、この間コロナ禍や物価高騰等、事業者にとって厳しい経営環境が続いてきた。事業承継や新たな販路開拓に意欲的な事業者を対象に、事業計画の策定にあたり、専門家派遣の際に経営指導員等が同行し、事業者の課題解決に向けた支援を行ってきた。

また、地元消費を呼び込むため予約制で「岩泉まつたけ」の料理を提供する「松茸小屋」の開催や、岩泉の食文化として伝承する「いわいずみ炭鉱ホルモン鍋」の製造業者と飲食店を含む 11 社をアピールするグルメマップの作成、「ニッポン全国鍋グランプリ」等への出展等により、個者の販路拡大を図ってきた。また、出展先において、需要動向調査を行い、分析し、把握した上で、個者の事業計画を策定し、自社商品の強みや特徴を理解し、商品のブラッシュアップやブランド化につなげるきっかけを創出してきた。

[課題]

岩泉町の主力商品である「岩泉まつたけ」については、高価格商品であるが、天候により収量が大きく変動することから、収穫時期にならないと見通せないという、自然物であるが故の課題を抱えている。

一方、産地で消費することにより飲食や宿泊を始めとした地域経済に大きく貢献する「松茸小屋」・「まつたけ祭り」の推進支援が重要である。

「いわいずみ炭鉱ホルモン鍋」については、ブランド化の推進と需要開拓、また当町来訪者への PR による地元飲食店等における販売促進に向けた商品のブラッシュアップやネット販売の支援が必要である。

当町の食品製造事業者や木材及び木工製品の製造事業者等の事業継続、販路開拓のために、商品のブラッシュアップを目的とした事前準備、当日の展示や商談支援、事後の商談フォローまで含めた商談会等の伴走支援を行う必要がある。

地域内においても新たな需要の開拓は重要であり、短角牛や畑わさびといった生産が安定しつつあり、地域資源を活用した新商品を開発し、魅力のある個店を増やし町内の賑わいを創出していかなければならない。

(2) 支援に対する考え方

「岩泉まつたけ」については、「松茸小屋・まつたけ祭り」開催による町外観光客による経済効果が特に大きいイベントである。過去には関西地域からの参加もあったほどで、「松茸小屋」の開催期間中は特に観光客が増加するため誘客策としての効果が実証されている。新聞広告やホームページの周知を効果的に行っていくことが重要である。

「いわいずみ炭鉱ホルモン鍋」のネット販売比率は全体の約 3 割を占めており、そのうち半数が県外からの注文となっている。最近では送料の値上がりからまとめ買いによる平均単価の上昇が見られる。こうしたことから、ネット販売はまだまだ伸ばす余地があり、町内飲食店への誘客を促す効果も期待できる。

食料品及び木工製品事業者等に対して当会単独で展示会等を開催することが困難であるため、本計画に基づき首都圏等で開催される出展会及び商談会への出展により販路開拓を目指す。出展にあたっては、外部専門家等を活用した事前・事後の出展支援を行い、製品・サービス等のブラッシュアップを行い、出展における効果を最大限求めていく。

出展期間中には、商談等に同席し、成約に向けた支援を行うとともに、出展スペースの陳列・接客などきめ細かな伴走支援を行う。

新商品開発とは市場に未だ販売されていないもの、に限定せず、既存の地域資源の組み合わせによる新商品開発も可能性を秘めていることから、専門家の知見も取り入れていく。

(3) 目標

項目	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
ア. ブランド化推進支援対象事業者売上 20%増数	-	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者
イ. 「いわいずみ炭鉱ホルモン鍋」製造事業者及び飲食店売上増加	-	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
ウ. 木材製品の販売促進支援事業数	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
成約件数／件	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
エ. 食の販売促進支援による事業者数	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
成約件数／件	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
オ. 新商品開発支援件数	-	2 件	2 件	2 件	2 件	2 件

(4) 事業内容

ア. 「岩泉まつたけ」のブランド化の推進

岩泉町は、かつて存在した「まつたけ研究所」や、地域関係者の努力によってマツタケの産地として認知されるに至っており、「岩泉まつたけ事業協同組合」では「岩泉まつたけ」として地域団体商標を取得している。

また、「岩泉まつたけ事業協同組合」の「マツタケマイスター」の活用により、更なる品質向上とブランド力の向上によって、より有利な取引を図るとともに、地元への還元により地域の活性化につなげていく。さらに、岩泉町のブランドまつたけの生産を持続させていくために「岩泉まつたけ山づくり」事業を実施しており、「マツタケインストラクター」の養成も行っている。

このような取り組みを続けてきたところ、現在ではＪＲ東日本と提携し朝採取されたマツタケを新幹線で首都圏に運ぶ「ハコビュン」事業も開始されており、首都圏への販路も安定して確保できるようになったことから、今回からは「松茸小屋」参加店への支援に重点を置くこととする。

貴重な国産マツタケの産地での食の機会を創出するため、「松茸小屋」や「まつたけ祭り※⁵」の開催を支援し、「松茸小屋」開催事業者の売上増加と、交流人口の増加による地域活性を図る。

※⁵「まつたけ祭り」：マツタケの発生期に約 100 人の来客を募り、町内宿泊施設でマツタケ料理を楽しむイベント。（来場者を対象にマツタケのセリや即売も行う。）

イベント開催による産地での売上向上

【支援対象】毎年 10 月中旬に開催する「松茸小屋」参加業者など 4 者

【イベント開催による売上向上】産地でマツタケを食すイベントとして「松茸小屋」・「まつたけ祭り」の開催により、地元宿泊事業所等の売上向上を図る。

なお、いずれのイベントもアンケートを実施しており、域外参加者からの売上を特に重視する。

【イベント開催のための広告宣伝】ポスター作製配布と新聞・HP への開催広告を行う。

イ. 「いわいずみ炭鉱ホルモン鍋」製造事業者及び飲食店への支援

【支援対象】「いわいずみ炭鉱ホルモン鍋」製造 4 者、提供店 7 者のうち 2 者

【支援内容】町内に訪れる観光客等をホルモン鍋製造・販売店と提供飲食店に誘導するための、ポスター・ガイドマップの制作配布、商工会ホームページによるネット通販の実施の他、最需要期である冬期にリスティング広告を実施する。

ウ. 木材製品の販売促進支援

岩泉町の特徴として広大な森林に多くの優良資源を有しており、何年もかけて乾燥させた天然材を用いた無垢材による家具、木工品、木工クラフトなどの生産が続けられている。本物志向・高級志向の中で成長してきたが、近年は人口減少時代に入るなど社会変化により販売も伸び悩み、事業者数も減少している。地元産材という強みを生かし、広大な森林に囲まれた町として、これら木材関連事業の振興を図る必要がある。

販売促進支援として、県内イベントへの出店のほか、「ジャパンホーム&ビルディングショー」を始めとした木材木工展示商談会への出展支援を行う。

「ジャパンホーム&ビルディングショー」を始めとした木材木工展示商談会等

【支援対象者】製材業者、家具・木工クラフト製造業者、木炭製造業者等

【出展先】事業者が求める業種毎のトレードショー、又は消費者等の展示販売等（2者程度）

【展示会等の概要】各者の商品の陳列、パンフレットや画像により来場者に商品紹介と説明を行い商談する。

【来場者数】「ジャパンホーム&ビルディングショー」工務店、ハウスメーカー、設計・デザイン事務所、建設会社、デベロッパー、リフォーム会社など約 40,000 人

【出展者数】ジャパンホーム&ビルディングショー（260 者/500 ブース）

エ. 岩泉の食の販売促進支援

岩泉町では多種多様な食品を製造しているが、中にはこの地方の独特の特徴を有するものもあり、域外への販路拡大が可能と思われる小規模事業者がある。これらのうち、菓子製造業 5 者や水産加工業 4 者、酒造 1 社などの中には、町外に販路を持つ事業者もあるが、少子高齢化の中で人口減少し地域経済が縮小していることから、売上げの増加を図るため更なる販路開拓が必要である。

菓子類製造事業者を核として、町内食品製造業者を対象に「いわて食の商談会」など各種イベントの機会をとらえ、域外への販路拡大を図る。最近では、鹿肉ジビエや複数の畑わさび生産加工事業者が商品開発を進めており、今まで出展したことがない商品であり、期待も大きい。

また、「いわて食の商談会」や全国規模の食のイベント等への参加によって、商品の宣伝と併せ消費者ニーズや情報を収集し自社商品のブラッシュアップと品質向上、更には魅力ある新商品の開発を目指す。

「いわて食の商談会」を始めとした食や食材の商談会等

【支援対象者】食品製造業者、食品製造に関連する事業者

【名称】いわて食の大商談会等（2者程度）

【展示会等の概要】各者自慢の食材・商品を陳列し、実際に試食等を行いながら、来場者に商品紹介と説明を行い商談を行う。

【来場者数】県内外の食品加工メーカー、飲食、小売、流通企業、外食産業等のバイヤー約 200 者

【出展者数】全体出展者約 100 者

オ. 地域資源を活かした新商品・サービス開発支援

各個店では独自の商品やサービスを「一店逸品」として開発を目指していく。

商工会に蓄積している消費者ニーズ調査結果を踏まえ、専門分野を有する専門家も交え、商品コンセプトからターゲットの設定と商品化、販路、フォローアップと過程において伴走支援を実施する。

【支援対象者】町内製造事業者、飲食店、小売店及び事業承継者と創業者 2 者

【支援の概要】地域資源を活用した新商品・サービス開発

【支援手法】新商品・サービス開発、空き店舗での創業及び事業承継支援

まずは道の駅や龍泉洞わっかにおいてテストマーケティングを目指し、商品・サービス開発を行い、消費者アンケートによるフォローアップを実施。製造量の安定化を図った後、各種商談会へステップアップしていく。事業承継者や創業者の場合は店舗営業支援も同時に実施する。

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、本会の法定経営指導員1名、経営指導員1名、事務局長、岩手県商工会連合会の広域経営指導員1名、外部審査員として岩泉町経済観光交流課長、岩泉町農林水産課長、外部有識者1名で構成した「岩泉商工会プロマネ会議」を年3回開催し、PDC Aサイクルにより事業の実施状況、成果の評価・見直し案の提示を行い、年度終了後、本計画の実施状況及び成果について評価・検証行ってきた。

正副会長会議において、評価・見直しの方針を決定するとともに、本会の理事会に報告し承認を受けている。

[課題]

岩泉商工会プロマネ会議は年3回開催され、外部審査委員を交えて成果の評価・見直しを行ってきた。これまで、年度当初の目標確認と年度末の実績確認・事業評価を行ってきたが、進捗状況の把握が不十分だったため、年度の目標達成に向けた対応につながらないこともあった。

また、町の「中小企業・小規模企業振興条例」や、現在策定中の「町中小企業振興計画」に基づき町行政との連携を密にし、事業を円滑に遂行する必要がある。

(2) 事業内容

本会では、岩泉町経済観光交流課長、岩泉町農林水産課長、商工会事務局長、法定経営指導員及び経営指導員、外部有識者として中小企業診断士等をメンバーとし、事業評価委員会を年3回開催する。

1回目の会議では、経営発達支援事業の当初の目標及び事業実施方針、進捗状況等について確認し、2回目の会議では年の中間の進捗状況の確認と、町の新年度予算編成に向け11月を目途に開催し、3回目の会議では、当初の目標やK P I 及びK B I と照らし合わせて定量的かつ段階的評価を行うとともに、次年度へ向けての課題の洗い出しを行う。

なお、事業評価委員会の結果は、理事会に報告するとともに、事業実施方針等に反映させ、年1回、本会ホームページ及び会報へ掲載することにより、地域の小規模事業者等に公表する。

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〕

経営指導員向け研修は実施しているが、経営支援員を含めた体系的な能力向上策が十分ではないことから、支援ノウハウが個人に依存し、組織内で共有する仕組みが未整備である。DX対応や課題設定力など、新たな支援領域への知識習得が遅れている。

〔課題〕

経営指導員と経営支援員双方の支援スキルを計画的に向上させる必要がある。OJTや情報共有の仕組みを整備し、ノウハウを組織資産化する。

小規模事業者が「やる価値を実感できる小さな成功体験」を積み重ねる支援を行い、経営リテラシー向上と自律的課題設定力の醸成に寄与する研修体系が必要である。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用（以下のいずれかより年1回受講）

【経営支援能力向上セミナー】

経営指導員及び経営支援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」等に対し、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】

本商工会では、小規模事業者の事業計画策定支援に引き続き取り組んでいくため、中小企業大学校仙台校が実施する「事業計画策定セミナー」等へ参加する。

【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、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。

・事業者にとって内向け（業務効率化等）の取組例

AIツール、クラウド会計ソフト、ペーパーレスによる業務デジタル化等

②OJT制度の充実強化（年10回）

経験豊富な経営指導員が経営支援員と共に企業巡回や窓口相談をしながら、事業計画策定支援やITスキルの向上を図る。同時に、岩手県商工会連合会が実施する広域経営指導員によるOJT制度を活用し、組織全体としての支援能力の向上を図る。

③支援ノウハウ等情報の共有化

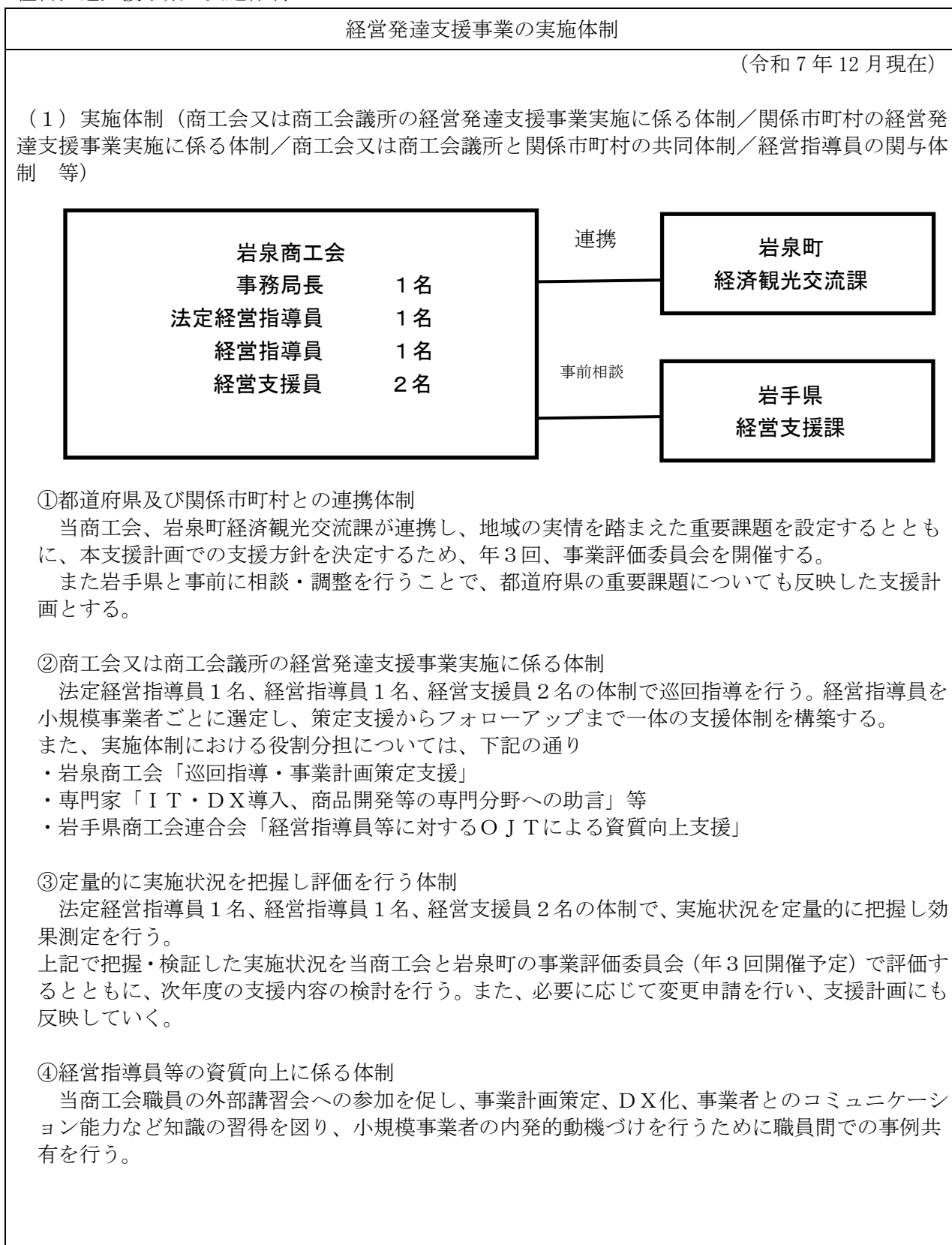
支援中の小規模事業者の現状等を職員全員が共有できるように、県下商工会で導入している「クラウド型経営支援ツール商工会イントラ」に経営支援の状況を入力する。これにより、職員の異動等があっても支援中の小規模事業者の支援状況が一目で把握でき、支援ノウハウの蓄積と情報共有が図られる。

効率的に職員の支援力強化と情報共有を図るため、生成AI経営支援システムを活用して経営分析等を実施することで、職員自らに気づきを与え、より深い分析につなげるとともに、その情報を共有する。

また、事務局長を含めた職員5名で開催する「職員会議」を引き続き毎月1回開催し、支援事業所の現状や課題、支援策等について意見交換するとともに、支援ノウハウについても職員間で共有する。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(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：大沢 孝介

連絡先：岩泉商工会 Tel0194-22-3245

②法定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広域経営指導員の当否

申請書に記載の経営指導員・大沢 孝介は、施行規則第7条第2項に規定する広域経営指導員に該当しない。

(3) 商工会、関係市町村連絡先

①商工会

〒027-0501

岩手県下閉伊郡岩泉町岩泉字中野 40-42

岩泉商工会

TEL：0194-22-3245／FAX：0194-22-5399

E-mail：iwaizumi@shokokai.com

②関係市町村

〒027-0595

岩手県下閉伊郡岩泉町岩泉字惣畑 59 番地 5

岩泉町経済観光交流課

TEL：0194-22-2111(550)／FAX：0194-22-5577

E-mail：iwaizumi-info@town.iwaizumi.lg.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 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度	令和 12 年度
必要な資金の額	3, 500	3, 500	3, 500	3, 500	3, 500
講師謝金	300	300	300	300	300
講師旅費	100	100	100	100	100
通信運搬費	100	100	100	100	100
ソフトウェア・	500	500	500	500	500
サービス費					
展示会等実施・	1, 000	1, 000	1, 000	1, 000	1, 000
出展費					
広報費	1, 500	1, 500	1, 500	1, 500	1, 500

(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
・会費収入・手数料収入・受託料収入・伴走型補助金・国補助金・県補助金・町補助金 ・県連補助金

(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