

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 現状と課題

(1) 地域の現状と課題

軽米町は、岩手県北端部に位置し、東は洋野町、南は久慈市、九戸村、西は二戸市、北は、青森県八戸市、南部町、階上町に接する総面積245.82㎏の中山間地域で、総面積の76.4%が山林原野に占められ、大半の集落や田畑が平均200～300mの標高地帯に集中するため、年間平均気温も9度前後と冷涼で、年間降水量も1,000mm前後と少ないことから農林畜産業が盛んな地域である。

また、雑穀製品（韃靼そば、アマランサスうどん、稗そうめん、やませそば、ひえ味噌、五穀麹味噌、えごま油、サクサク有機玄米と雑穀）、さるなし製品（ドリンク、ワイン、ジャム、ソフトクリーム、ロールケーキ）、ホップ、雨よけほうれん草、蜂蜜、乾しシイタケ、むし菊、アップルジュース、軽米木炭、葉たばこ、黒毛和牛など産物も多く、特に雑穀製品の人気が高く最近でも品薄状態が続いている。

また、高さ16m、羽根の直径20mの風車展望台と全長154mのつり橋がシンボルで、15万本ものチューリップが咲き誇る雪谷川ダムフォリストパーク・軽米は、森と水とチューリップフェスティバルが開催される5月上旬には、岩手県内外から多くの来場者で賑い、開花時期は各マスコミに取り上げられるなど人気の観光資源となっている。

最近では、当県出身漫画家 古舘春一先生のアニメ「ハイキュー」による聖地巡礼の観光客も年々増加傾向にあり新たな観光資源となっている。

しかしながら、少子高齢化や人口減少、雇用の場が乏しいことによる若年層の流出、大型店進出や近隣市町村への購買力の流出等地域経済は厳しい状況に直面していることから基幹産業の農業のみならず、商工業、観光業などと連動した産業活性化への取り組みや交流人口の増加による地域活性化が課題となっている。



【主な軽米町の特産品】

●雑穀



●さるなし



●軽米黒毛和牛



●軽米木炭



▼図表1 軽米町の人口と世帯数の推移

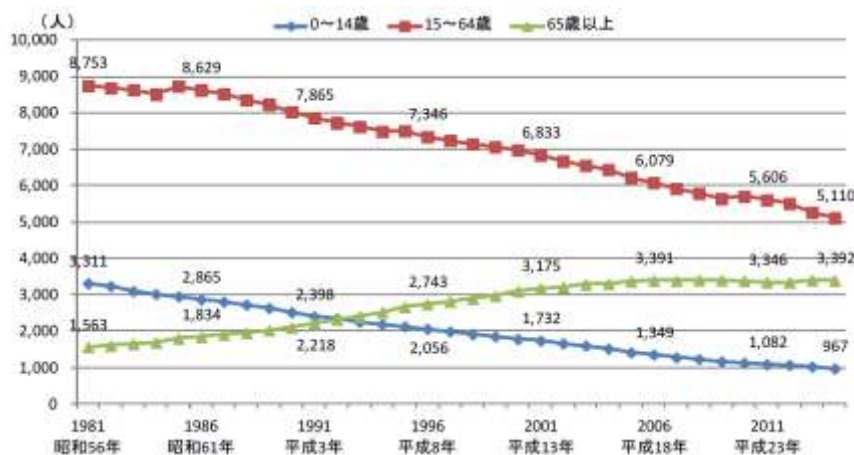
人口と世帯数の推移

(単位：世帯、人) 各年10月1日現在

年次	世帯数	人 口					一世帯当たり 人員	人口密度 (1km ²)
		総数	男	女	65歳以上	%		
昭和35年	3,077	17,672	8,702	8,970	1,033	5.8	5.7	72.8
昭和45年	3,335	15,462	7,482	7,980	1,201	7.8	4.6	63.7
昭和55年	3,485	13,768	6,629	7,139	1,539	11.2	4.0	56.7
平成2年	3,473	12,646	6,035	6,611	2,097	16.6	3.6	51.5
平成7年	3,517	12,290	5,893	6,397	2,663	21.7	3.5	50.0
平成12年	3,533	11,863	5,727	6,136	3,098	26.1	3.4	48.3
平成17年	3,456	10,997	5,260	5,737	3,367	30.6	3.2	44.8
平成22年	3,343	10,209	4,899	5,310	3,383	33.1	3.1	41.5

資料：国勢調査

▼図表2 年齢3区分別人口の推移



▼図表3 軽米町の農業

農業の概要

(単位：人、ha、頭、千羽) 各年2月1日現在

		昭和40年	50年	60年	平成7年	22年	27年
農 家 数 ※()は販売農家数	総 数	1,891	1,830	1,609 (1,405)	1,549 (1,272)	1,297 (968)	1,127 (795)
	専 業	342	310	(200)	(236)	(269)	(253)
	一 種 兼 業	807	576	(439)	(280)	(194)	(147)
	二 種 兼 業	742	944	(766)	(756)	(505)	(395)
農 家 人 口 ※H17は農業従事者	総 数	9,720	8,637	7,214	6,650	2,778	2,129
	男	4,880	4,322	3,568	3,287	1,473	1,141
	女	4,840	4,315	3,646	3,363	1,305	988
農 業 従 事 者 数 (農業従事60日以上) ※H17は農業就業人口	総 数	3,479	3,346	2,501	2,117	1,761	1,340
	男	1,482	1,600	1,213	1,062	838	737
	女	1,997	1,746	1,288	1,055	923	603
経 営 耕 地 面 積	総 数	2,558	2,509	2,212	2,001	1,658	1,680
	田	926	916	852	788	621	604
	畑	1,490	1,388	1,166	1,082	976	1,017
	樹 園 地	142	206	194	131	60	59
家 畜 飼 養 頭 羽 数 ※ブロイラーは出荷羽数	乳 牛	802	473	427	260	289	189
	肉 用 牛	2,124	2,061	2,386	1,908	2,104	1,681
	豚	2,361	2,877	4,132	2,558	18,468	21,067
	ブロイラー	159	3,455	2,463	1,902	5,143	8,104

資料：農業センサス

▼図表 4 軽米町の主要農作物面積及び収穫量

主要農作物作付面積及び収穫量（平成 26 年産）

（単位：ha, t）

水稲		ほうれんそう		葉たばこ		ホップ		あわ		アマランサス	
作付面積	収穫量	作付面積	収穫量	作付面積	収穫量	作付面積	収穫量	作付面積	収穫量	作付面積	収穫量
350.0	1,850	43.0	161.0	128.4	323.6	23.0	51.3	14.5	32.5	6.0	7.3

資料：「農作物統計」「岩手県たばこ耕作組合調べ」「岩手県ホップ農業協同組合調べ」「岩手県畑作指導指針」

▼図表 5 軽米町の地元購買率の状況

地元購買率の状況

	紳士服	婦人服	普段着	下着類	くつ・カバン	家具・インテリア	スポーツ用品・娯楽用品	書籍雑誌・CD	日用品・台所用品	家電製品	医薬品・化粧品	食料品	品目総合	購買流出先
15年度	0.9	0.8	4.9	5.0	11.6	0.0	1.7	7.4	16.8	6.7	25.6	68.0	45.0	旧二戸市 24.7 八戸市 29.3
20年度	1.5	1.4	0.0	2.7	8.2	1.4	0.0	11.0	31.0	4.2	13.9	64.4	42.8	旧二戸市 27.8 八戸市 25.7
増減率	0.6	0.6	-4.9	-2.3	-3.4	1.4	-1.7	3.6	14.2	-2.5	-11.7	-3.6	-2.2	

資料：岩手県広域消費購買動向調査結果報告書

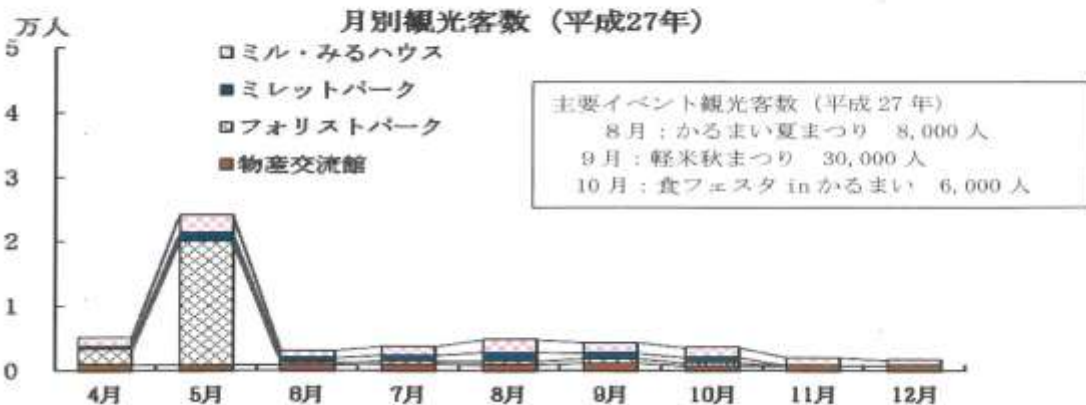
▼図表 6 軽米町の観光客数

施設別観光客数

（単位：人）

年	総数	フォリストパーク				ミレットパーク				その他
		計	宿泊	県内	県外	計	宿泊	県内	県外	
平成 8 年	199,006	104,153	1,008	42,328	61,797	17,320	802	13,563	3,757	77,533
平成 13 年	288,805	129,617	727	47,452	82,165	10,818	1,090	5,260	5,558	148,370
平成 18 年	188,708	46,356	378	21,599	24,757	5,595	1,012	2,518	3,077	136,757
平成 23 年	121,680	19,444	147	8,750	10,694	4,389	401	1,975	2,414	97,847
平成 25 年	99,400	21,260	59	9,567	11,693	7,450	568	3,353	4,098	70,690
平成 26 年	98,756	23,143	81	10,414	12,729	6,264	478	2,819	3,445	69,349
平成 27 年	102,158	24,232	108	10,904	13,328	6,337	509	2,852	3,485	72,589

資料：産業振興課



(2) 地域商工業（小規模事業者）の現状と課題

当町の人口は、平成 22 年度は 10,209 人（平成 17 年度比△7.2%）であり、平成 29 年 3 月 31 日では 9,486 人まで減少。少子高齢化（平成 22 年度高齢化率 33.1%）、節約志向の高まり、車社会の進展による二戸市や八戸市への購買力の流出に歯止めがかからない状況で地域経済の低迷が続いている。

商工業者は、平成 26 年度で 329 事業所（平成 21 年度比△11.3%）、業種別では卸売業・小売業 111 事業所（33.7%）、建設業 49 社（14.9%）、生活関連サービス業、娯楽業 45 社（13.7%）の順で多く、減少率は、卸売業・小売業、医療・福祉業、宿泊業・飲食サービス業、建設業の順で高くなっている。減少率は、低いものの誘致企業製造業の撤退と建設業の減少は、若年層の雇用確保面から地域経済に大きな打撃となっている。

商工業者に占める小規模事業者は、86.6%と高く、平成 26 年度の小規模事業者数は、285 事業所（平成 21 年度比△11.5%）、業種別では、商工業者と同じで卸売業・小売業 92 事業所（32.3%）、建設業 46 事業所（16.1%）、生活関連サービス業・娯楽業 42 事業所（14.7%）で多く、減少率は商工業者とは異なり、宿泊業・飲食サービス業、卸売業・小売業、医療・福祉、サービス業の順で高くなっている。

地元購買率も 42.8%と極めて低く、平成 11 年の豪雨災害による町中心部の通行量の変化、町内郊外への大型店出店も要因となり、廃業事業所の増加から町中心部の空洞化が一段と進んでいる状況となっている。

最大の地域資源である雑穀についても、古くから無農薬による雑穀の生産が盛んな地域にあるものの、宣伝不足とシリアル商品の開発による差別化を図れなかったため販路開拓に繋がっていない状況となっている。

また、主な観光施設は、町中心部から 10 km 以上離れており、イベントのマンネリ化や縮小も重なり観光客数は 10 万人前後で推移する等伸び悩み傾向で町中心部への誘客策も進んでいない状況となっている。

このため、町内への誘客と交流人口の増加による地域経済活性化が課題となっている。

▼図表 7 軽米町の商工業者数の推移

【商工業者数の推移】

（単位：事業所）

業 種	平成21年度		平成26年度		増減等	
	商工業者数	構成比	商工業者数	構成比	増減数	増減率
建設業	57	14.9	49	14.9	-8	-14.0
製造業	29	7.9	26	7.9	-3	-10.3
運輸業・郵便業	13	3.6	12	3.6	-1	-7.7
卸売業・小売業	136	33.7	111	33.7	-25	-18.4
金融業・保険業	4	1.5	5	1.5	1	25.0
不動産業・物品賃貸業	17	5.2	17	5.2	0	0.0
学習研究・専門・技術サービス業	7	2.4	8	2.4	1	14.3
宿泊業・飲食サービス業	33	8.5	28	8.5	-5	-15.2
生活関連サービス業・娯楽業	47	13.7	45	13.7	-2	-4.3
教育・学習支援業	2	0.9	3	0.9	1	50.0
医療・福祉	6	1.6	5	1.6	-1	-16.7
複合サービス業	4	1.2	4	1.2	0	0.0
サービス業	16	4.9	16	4.9	0	0.0
合 計	371	100.0	329	100.0	-42	-11.3

資料：経済センサス

▼図表 8 軽米町の小規模事業者数の推移

【小規模事業者数の推移】

(単位：事業所)

業 種	平成21年度	平成26年度		増減等	
	商工業者数	商工業者数	構成比	増減数	増減率
建 設 業	54	46	16.1	-8	-14.8
製 造 業	23	20	7.0	-3	-13.0
運 輸 業 ・ 郵 便 業	11	11	3.9	0	0.0
卸 売 業 ・ 小 売 業	111	92	32.3	-19	-17.1
金 融 業 ・ 保 険 業	4	5	1.8	1	25.0
不 動 産 業 ・ 物 品 賃 貸 業	17	17	6.0	0	0.0
学 習 研 究 ・ 専 門 ・ 技 術 サービス業	7	8	2.8	1	14.3
宿 泊 業 ・ 飲 食 サービス業	26	21	7.4	-5	-19.2
生 活 関 連 サービス業 ・ 娯 楽 業	45	42	14.7	-3	-6.7
教 育 ・ 学 習 支 援 業	2	3	1.1	1	50.0
医 療 ・ 福 祉	6	5	1.8	-1	-16.7
複 合 サービス業	2	3	1.1	1	50.0
サ ー ビ ス 業	14	12	4.2	-2	-14.3
合 計	322	285	100.0	-37	-11.5

資料：経済センサス

2. これまでの取り組み

(1) 商工会のこれまでの取り組み

本商会の会員数は、減少傾向にあり 231 事業所（平成 29 年 3 月 31 日）となっている。

ここ 5 年間は、会員加入 31 事業者に対し、脱会会員 38 事業所と加入を脱会が上回る状況が続き、脱会は経営不振による事業廃止が最も多く、経営者の高齢化と後継者不足による事業廃止の順となっている。

このようなことから、本会の会員企業は大半が高齢者で後継者がいない会員事業所が多く、廃業する事業所が増加していることから、小規模事業者に対し、事業承継を円滑に進めるための講習会開催や専門家派遣による経営改善計画書策定による経営力強化に取り組んできた。

小規模事業者の経営支援においては、これまで巡回・窓口指導による税務・労務・金融等の事業を中心に取り組んできたが、平成 25 年度からは、各職員の巡回訪問 1 事業所年 1 回を目標に巡回訪問に取り組んだ結果、会員事業所とのコミュニケーションが図られ、各事業所が抱える経営課題を把握できるようになってきた。税務、労働、金融についても受身の相談から提案型の支援に切り替えた結果、昨年度は、経営革新計画承認件数 1 件、小規模事業者持続化補助金申請 10 件、マル経資金斡旋による金融支援 13 件、指導・助言実施証明書発行と小規模事業共済加入推進による税務支援 14 件と着実に相談者に寄り添った支援が進められつつある。

また、小規模製造小売業活性化のため、平成 23 年～25 年度と平成 26 年から全国商工会連合会から受託の「地域力新事業全国展開支援事業」に組み、軽米町の地域資源「雑穀（シリアル）」の高付加価値化に向け、シリアル商品の開発による販路開拓に取り組んできた。同事業の中では地域資源を活用した商品などを一つのブランドとして確立するため「かるまいブランド認証制度」も立上げ、認証商品の普及拡大に努めた結果、確実に首都圏を中心に取引先も増加している。併せて「かるまいブランド推進事業」を実施し、東京都いわて銀河プラザ等への出展を始め、町民向け発表会の開催や町内イベントでの出展事業（出展回数 9 回、出展日数 25 日）により、販路開拓に取り組んできた。

更に、低迷する小規模商業者の販売促進策として、プレミアム付き商品券の発行（7 月、11 月）お買い物ラリー（7 月～8 月、11 月～12 月）の実施、連合大売出しの実施（7 月～8 月、12 月～1 月）にも取り組んだ。

▼図表 9 会員数の推移

平成 10 年度	平成 21 年度	平成 24 年度	平成 26 年度	平成 28 年度
294	241	237	231	231

資料：軽米町商工会調べ

▼図表 10 業種別会員数

年度	建設業	製造業	卸・小売業	飲食・宿泊業	サービス業	その他	合計
28	55	16	87	19	27	27	231

資料：軽米町商工会調べ

これまでの主な取り組み状況

	平成 26 年	平成 27 年	平成 28 年度
巡回件数 (件)	946	975	802
かるまいブランド商品の認証	9	3	3
小規模事業者持続化補助金(採択数/申請数)	13/20	1/8	3/10
業務改善助成金	2/3	1/1	0/1
日本政策金融公庫マル経 (件)	12	19	13
地域産業若手育成助成金	-	-	1
経営革新認定件数 (件)	-	-	1

3. 小規模事業者の中長期的な振興のあり方とそれを踏まえた本事業の目標

(1) 軽米町における小規模事業者の中長期的な振興のあり方

ここ 5 年間の脱会企業の要因は、経営不振による事業廃止が最も多く、経営者の高齢化と後継者不足による事業廃止の順となっている。

人口の減少、大型店の進出等、小規模事業者は依然と厳しい経営環境にあるため、地域における潜在的な需要の掘り起しと気付きにより、地域においてあるべき将来像を描くため自らが戦略的に事業計画書の策定・実施できるよう小規模事業者に寄り添った支援が必要である。

そのため、小規模事業者の新陳代謝を促進し活性化を図る必要があることから、事業承継個別相談会の強化等による円滑な事業承継で小規模事業者の持続的発展を進める。

また、平成 23 年度から取り組んできた全国展開支援事業による新商品開発や軽米ブランドの構築が進んできたことから、町内外の消費動向調査を行い、町内外、近隣都市圏や首都圏での販路開拓により更なるブランド力の向上を目指す。

町の主要観光施設である雪谷川ダムフォリストパーク・軽米等の観光客にもシリアル商品等の既存土産品のヒヤリング調査を行い、商品のブラッシュアップを目指す。

また、年々増加傾向にある当県出身漫画家 古舘春一先生のアニメ「ハイキュー」による聖地巡礼観光客の誘客を図るため、軽米町ふるさと応援隊「わ・かるまい」、軽米町観光ガイド協会と連携しガイドマップの作製等による国内外からの交流人口の増加と町内への誘客を図り、宿泊・土産品製造小売・飲食小規模事業者の持続的発展を目指していく。

上記が、本町において中長期的に進めていかなければならない方向性であり、この方向性に基づき、本発達支援計画では以下の目標と方針を掲げ進めていく。

(2) 経営発達支援事業の目標と方針

目標①事業承継支援を軸においた事業計画策定支援等個者支援の強化 **個 者 支 援**

(目標達成の方針等) 小規模事業者の振興に向けた個者支援として、これまで取組んできた金融・税務、労働等の経営に直結した基礎的支援を継続するとともに、経営分析や需要動向の把握と事業計画策定支援及びフォローアップ支援の強化により持続的な経営や成長発展に向け伴走型支援の充実を図る。

また、円滑な事業承継による新陳代謝を図るために、事業承継個別相談会の開催や岩手県事業引継ぎ支援センターと連携しながら進めていく。

事業計画策定の際には、ヒヤリング調査の実施、決算書等の情報から各々の事業者の強みや弱み、内部環境や外部環境を把握し、情報の整理・分析により現状に即した実現可能な将来性ある事業計画書の策定を推進する。

目標②シリアル商品開発による販路開拓支援の強化

町外への販路開拓

(目標達成の方針等) 販路開拓に向けては、地域力新事業全国展開支援事業に取り組み、製造小売事業者を中心にテストマーケティングの機会創出や町外でのヒヤリングニーズ調査の実施により、個々の商品のブラッシュアップ支援を行う。岩手県、岩手県商工会連合会、岩手県産株式会社とも連携を強化し、物産展や商談会の情報提供、商談会の情報提供や出店に向けた支援を行うなどを通じてシリアル商品開発による販路開拓支援の強化を図る。

目標③交流人口増加に向けた取組みの強化

町内活性化

(目標達成の方針等) 交流人口の増加に向けた取組みとして、年々増加傾向にある当県出身漫画家 古舘春一先生のアニメ「ハイキュー」による聖地巡礼観光客へ、軽米町ふるさと応援隊「わ・かるまい」、軽米町観光ガイド協会との連携で「ハイキューフォトロケーション」の継続開催とガイドマップ作製等により、国内外からの交流人口の増加に向けた取組みで、町内への誘客を図り宿泊業、土産品製造小売業、飲食業小規模事業者の持続的発展を目指す。

これらの目標を達成することにより、個々の小規模事業者及び地域経済の活性化に寄与する。

経営発達支援事業の実施期間及び内容

(1) 経営発達支援事業の実施期間（平成 30 年 4 月 1 日～平成 35 年 3 月 31 日）

(2) 経営発達支援事業の内容

I. 経営発達支援事業の内容

1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】

これまで、本会では地域経済動向調査については中小企業景況調査（岩手県商工会連合会からの受託事業）を年 4 回実施するとともに、プレミアム付商品券発行事業の際や商店街の連合大売出し開催時に参加店から売り上げの状況等についてアンケート調査を実施してきたが、経営支援の参考程度に留まり小規模事業者への情報提供が不足しているため効果的な業況分析ができていない状況であった。

また、軽米町では交流人口の増加を目標に掲げ、多くのイベントや事業を行っているものの観光客の動向などについて把握できていないのが現状で、観光関連事業者が経営戦略を立案する際の参考となる統計情報がない。

このため、今後は、小規模事業者の持続的な経営発展と事業展開に向け、これまで実施してきた中小企業景況調査に加え、連合大売出し参加店に対する業況調査も加えて、整理分析の上、小規模事業者の事業計画策定に活用するとともに、町の第三セクター（株）軽米町産業開発が運営する観光施設や土産品販売店、宿泊施設、飲食店との連携による観光客の動向調査や、アニメ「ハイキュー」聖地巡礼に係る来街者の動向調査を実施し、小規模事業者の戦略立案の際に活用できるように整理分析する。

【事業内容】

(1) 中小企業景況調査等による地域事業者の実態把握

現在、岩手県商工会連合会から受託している中小企業景況調査を継続実施し、軽米町の建設業・小売業・飲食業・サービス業等 15 事業所の事業者に加え、連合大売出しに参加している小売業・食料品製造業計 10 社も対象とすることで拡充し、業種ごとの売上や利益、設備投資の有無などの動向について情報収集を行い、それぞれの業種の業況の変化等について分析を行う。特に、7 月、12 月のプレミアム付商品券発行時、7 月～8 月と 11 月～12 月に実施のお買い物ラリー、7 月～8 月と 12 月～1 月の連合大売出しの実施効果等も調査項目に加えて整理分析を行う。

対象業種：小売業 10・サービス業 5・建設業 3・製造業 7 の 25 社を対象

調査項目：売上・仕入単価・採算・資金繰り・業況・設備投資・課題・見通し

調査方法：四半期毎 調査票留置きアンケート

活用方法：上記の項目について、業種別、四半期別等に整理しつつ、全国動向との比較を行いながら、軽米地域の経済動向について分析する。分析結果については、巡回時に個別に提供するほかホームページ等により事業者に広く情報提供を行うとともに事業計画策定・経営戦略立案に繋げていく。

(2) 観光施設、土産品販売店、宿泊施設、飲食店との連携による観光客動向調査

(株) 軽米町産業開発と連携し、5 月に森と水とチューリップフェスティバルが開催される雪谷川フォリストパーク・軽米、ミレットパーク、ミル・みるハウス等の観光客性や土産品等の動向調査を行う。

調査場所：雪谷川フォリストパーク・軽米、ミレットパーク、ミル・みるハウス等

調査時期：1 回 5 月頃

調査項目：ヒヤリングによる調査：観光客属性（地域・性別・年齢）、訪れた観光地、宿泊

した場所、購入した土産品

調査方法：観光地である上記の場所で来訪者の数をカウントするとともに、アンケート調査により上記の調査項目についてヒヤリングを実施する。目標調査数 200 件

活用方法：来客数、ヒヤリング調査結果を整理・分析し、調査結果については、巡回時に個別に提供するほかホームページ等により事業者幅広く情報提供を行い、事業計画策定・経営戦略立案に繋げていく。

(3) アニメ「ハイキュー」聖地巡り観光客に関する調査

近年増加傾向のアニメ「ハイキュー」聖地巡礼観光客数とお土産品等の動向調査のため軽米町ふるさと応援隊「わ・かるまい」と連携し情報収集と分析を行う。

調査項目：交通手段と宿泊施設、街なか探訪MAPで訪れたい場所、購入のお土産品や飲食メニュー、軽米町の印象、開催希望イベント、改善が望まれる事項等。

なお、回答者の基本属性は、県内、県外（都道府県）の別は直接消費者からヒヤリング。性別、年齢層は運営スタッフが判断して記載する。

調査対象：アニメ「ハイキュー」聖地巡礼観光客

実施方法：軽米町ふるさと応援隊「わ・かるまい」が町中心部に設置の無料休憩所で年 2 回運営スタッフによるヒヤリング調査を行う。また、経営指導員等が随時、進捗状況の確認と連絡調整を行う。

活用方法：基本属性に毎に結果を整理分析し、宿泊事業者、製造小売事業者、お土産品販売事業者、飲食事業者に情報提供を行い、事業計画策定・経営戦略立案に繋げていく。

【目標と内容】

項目	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
中小企業景況調査	15社	25社	25社	25社	25社	25社
観光客動向調査（年）	—	1回 200件	1回 200件	1回 200件	1回 200件	1回 200件
ハイキュー聖地巡り観光客動向調査（年）	—	2回 各50件	2回 各50件	2回 各50件	2回 各50件	2回 各50件

※『ハイキュー』は、当町出身古舘先生による高校バレーを題材にした日本の漫画作品。

2012年12月号から『週刊少年ジャンプ』に連載されコミックの発行部数は、現在1,400万部に上る。作中では、当町に似た風景が数多く登場し、『聖地巡礼』に訪れるファンが年々増加している。アニメ放映は、国内に留まらず韓国、台湾、香港、タイ、フィリピン、ドイツで放映され海外からの観光客も増加傾向で、今後もブームが続くものと期待できる。

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

これまで本会では巡回や窓口相談の際に、事業者の依頼に基づき、記帳、税務、情報化、金融、労働等について基礎的な支援を中心に行い、巡回訪問の強化による経営課題の把握に努めてきた。しかし、従来までの支援のみでは、大きな経営環境の変化を予測して対応する事が出来ないこと、より詳細な分析を実施しなければ、変化が激しい外部環境に対応できないこと、会員以外の小規模事業者への対応が不足していたという課題があった。

そのため、今後は町内小規模事業者に対して経営状況や支援ニーズに対するアンケート調査を実施し、経営状況の実態把握を行う。

次にアンケート調査結果に基づき、特に事業改善への意欲、事業承継等の経営課題を有する

小規模事業者に対し、経営分析セミナーへの参加を促し、経営分析に関する知識の習得を目指していく。上記セミナー参加者に対しては、巡回指導により経営状況に関する情報収集を行い、SWOT分析等による定性分析と、決算書等の財務データから収集した情報に基づく定量分析を行う。なお、事業所毎にカルテを作成し管理することで、職員間の情報共有を行。

【事業内容】

(1) 地域小規模事業者の経営状況・支援ニーズ等のアンケート

地域の小規模事業者に対して、後継者の有無を含む今後の見通しや経営状況把握のためのアンケート調査を実施する。

調査項目：基本属性（代表者、創業年、業種、営業内容、主要商品・製品・サービス販売先、仕入先、従業員数）経営状況、今後の見通し、後継者の有無、必要とする支援策

調査対象：小規模事業者 285 社

実施方法：アンケート用紙を郵送による発送回収

なお、回収率を上げるために職員による巡回訪問・電話等を活用する。

活用方法：基本属性を事業規模、業種別に整理分析し、経営分析対象者の掘り起こしに活用するとともに、調査結果について、全体の傾向などは、当会ホームページで小規模事業者に対して周知する。

(2) 経営分析セミナーによる自己分析能力の向上支援

財務諸表の仕組みの基礎理解から基本的な分析ができるまでのスキル習得と経営戦略や経営方針の立て方を習得するために経営分析セミナーを開催する。参加案内は広く周知を行うが、アンケート調査結果に基づき、特に事業計画の策定が必要であると思われる事業所に対しては、個別に声かけを行う。

なお、セミナーでは他社の事例も交えた内容とし、これまで事業計画を立てたことがない小規模事業者にとっても理解の促進につながるように工夫する。

また、後継者がいるセミナー参加者へは、現在の経営者のほかに、次世代の経営者育成のため、後継者の参加を促していく。

(3) 財務分析とSWOT分析による経営分析の実施

経営分析セミナー参加者に対して事業計画策定を前提に経営分析を実施する。経営分析の実施内容は、定量分析として財務データを中心とした財務分析を行い、実施に関しては経済産業省ローカルベンチマークを活用する。また、定性分析については、SWOT分析を行う。なお、経営分析を実施する際には、経営指導員等の巡回による支援を基本に岩手県商工会連合会との連携を構築するとともに、財務分析の詳細な情報を得るために中小企業診断士等による指導を専門家派遣事業の活用により実施する。

① 定量分析

分析目的：小規模事業者の企業の状態を把握することで、今後の支援策を講じるための基本的な枠組みとし、経営状態の変化を敏感にキャッチすることで早期の支援に繋げる。

分析項目：売上高増加率、営業利益率、労働生産性、有利子負債倍率、営業運転資本回転期間、自己資本比率、収益性、安全性、資本効率性、成長性

分析方法：経済産業省が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を活用するとともに、収益性、安全性、資本効率性、成長性に関する指標については、財務情報から得られた内容から分析を行い、小規模事業者の経営状

態を把握する。

②定性分析

分析目的：小規模事業者に対する個社支援を実施するために、競争力の源として、人材、技術、技能、知的財産、組織力、ネットワークなど、財務諸表には表れてこない『資産』を発掘する。この内部環境の把握に加え、外部環境として、地域経済動向調査結果を踏まえることでSWOT分析を行い、事業計画策定へと繋げ、将来的な業績の向上に結び付ける。

分析項目：

分類Ⅰ	分類Ⅱ	分類Ⅲ
内部環境	経営者	<ul style="list-style-type: none"> ・事業意欲 ・危機管理能力 ・経営方針・経営計画 ・マネジメント能力
	組織風土	<ul style="list-style-type: none"> ・従業員の満足度 ・従業員の意欲 ・教育環境 ・人材
	業務	<ul style="list-style-type: none"> ・設備、資産 ・製品、サービス ・技術、ノウハウ ・販売、マーケティング
	財務	<ul style="list-style-type: none"> ・収益性 ・安全性 ・資本効率性 ・成長性
外部環境	マクロ環境	<ul style="list-style-type: none"> ・価値観、ライフスタイル ・人口動向 ・法律や政治の動き ・経済の動き
	市場	<ul style="list-style-type: none"> ・市場規模、成長性 ・商品価格 ・規制緩和
	顧客	<ul style="list-style-type: none"> ・需要の把握 ・トレンドの変化
	競合	<ul style="list-style-type: none"> ・競合他社の存在及び動向 ・新規参入、撤退 ・代替品、模倣品の発生の可能性

分析方法：「強み」と「経営課題」の内部環境の把握を行い、それを「見える化」し、地域経済動向調査の結果によって得られる外部環境を加味したSWOT分析を実施することで、小規模事業者の強みを活かした積極策により、業績向上へと繋げる。

(4) 情報の共有化

支援事業者等から収集した情報は事業所毎のファイルに綴じこむとともに、職員誰もが閲覧できるよう共有データフォルダ内にPDF等でファイリング管理する。ファイル内

は、企業基礎情報、経営分析情報、支援状況情報に三分類し、経営指導に携わるすべてのスタッフが情報共有し、巡回時等に各々の事業に対して事業計画書の策定や伴走型支援ができる状態とする。

【目標と内容】

(単位： /年)

項目	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
支援ニーズに係るアンケート	—	285社	—	—	—	—
経営分析セミナー実施回数(参加者数)	—	1 (20)	1 (20)	1 (20)	1 (20)	1 (20)
経営分析事業所数	10社	15社	15社	15社	15社	15社

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

これまでは、金融支援の際に事業計画の策定を行う程度で事業計画策定件数は少ない状況が続いていた。近年では、小規模事業者持続化補助金の創設や経営革新計画策定に対する事業所の意欲向上等により、当会でも事業計画書策定支援件数が増加している。しかしながら、多くの小規模事業者は中長期的な事業計画を策定しても、それに沿った経営体制が未だ整っていないのが現状となっている。

このようなことから、今後は、分析した地域経済動向や経営分析の結果に基づき、各々の小規模事業者に対して事業計画書の策定を促すとともに、計画策定に関する支援体制の強化を行う。

具体的には、地域の小規模事業者を対象にした事業計画策定セミナーの開催、会報等での支援事例の紹介などにより、事業計画策定に関する事業所の意識を高めるきっかけを提案する。

実際の計画策定支援時は、岩手県商工会連合会の専門家派遣事業であるエキスパートバンクなどの制度を活用し、高度・専門的な相談にも対応する。

【事業内容】

(1) 事業計画作成セミナーの開催

事業計画策定が小規模事業者の持続的な経営に資するという意識を定着させるため、事業計画策定セミナーを開催し、小規模事業者が自ら事業計画を策定することの重要性の啓発を行う。また、年6回の会報発行で事業計画策定に関する支援事例や企業紹介等を積極的に行う。

(2) 事業計画策定支援

経営分析を実施した小規模事業者を対象に小規模事業者が主体的に取り組めるよう、担当経営指導員等が個別指導により段階的な事業計画の策定を図っていく。

具体的には、経営課題の解決と具体的な行動につなげていくために、①行動計画②利益計画③売上計画④費用計画⑤資金計画などの計画を立て数値化するとともに、計画の実行管理体制を構築する。また、計画書の作成にあたっては中小機構の経営計画作成アプリ“経営計画つくるくん”等のツールを積極的に活用する。

事業計画の策定には、岩手県商工会連合会の専門家派遣事業であるエキスパートバンクを活用して事業計画の策定を行うとともに、巡回訪問による個別指導を通じて事業計画の策定を支援する。計画の策定にあたっては、地域経済動向調査や経営分析状況、需要動向調査の結果などを活用しつつ、販路拡大を見据えた複数年度の事業計画として策定する。新商品開発や新たな取組などにより意欲的な事業者については、経営革新計画の様式を参考とした事業計画の策定を支援するなど、事業者の目的に応じて段階的な支援を図る。

なお、これら計画の策定にあたり専門的な見地からのアドバイスが必要な場合には、ミラサボや岩手県商工会連合会のエキスパートバンク事業などの専門家派遣制度の活用や、よろず支援拠点等関係機関と連携を図りながら、実効性の高い事業計画の策定を支援する。

(3) 事業承継計画策定支援

事業承継対象者には、経営指導員の巡回指導による早めの相談を促し、意識づけを図っていく。なお、事業承継計画の立案に当たっては、経営のノウハウの習得、新たな事業展開に向けて計画立案を検討するとともに、現状の資産や借入の状況、後継者の有無等の問題が予想されることから、岩手県商工会連合会のエキスパートバンク事業などの専門家派遣制度の活用や岩手県事業承継引継ぎセンター、岩手県商工会連合会及びよろず支援拠点等関係機関と連携を図りながら事業計画の策定を支援する。

特に、後継者のいない事業者には、行政、岩手県事業引き継ぎセンターと連携し、創業希望者とマッチングも視野に入れた円滑な事業継承を支援する。

また、専門家による個別相談会を開催し、円滑な事業承継に資するものとする。

(4) 創業業計画策定支援

創業を目指す事業者を対象として支援を行う。

その方法として、春季、夏季、冬季に開催される一日金融公庫開催前に創業資金の紹介と資金計画を含む創業計画書の策定支援、各種助成金の情報を記載したチラシを全戸配布し、当町で創業するものの潜在需要を呼びかけ創業者の掘り起しを行う。

計画策定にあたっては商品別・部門別の販売計画を積算し、所要とする経費も細かく洗い出しのうえ計上するなど、緻密な計画策定に取り組むとともに、記帳支援、労務支援、各種届出支援など創業にあたって必要な知識の取得を併せて行うものとする。

これらの創業計画の策定支援にあたり、商工会の経営指導員が中心となり巡回訪問などを通じた個別支援とするほか、岩手県商工会連合会などと連携して中小企業診断士などの専門家派遣を通じて個別の課題を解決しながら早期の創業に向けて事業計画を策定する。

【目標と内容】

支援内容	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
事業計画策定セミナーの開催回数 ()内は、参加人数	未実施	1回 (15)	1回 (15)	1回 (15)	1回 (15)	1回 (15)
事業計画策定件数	5	10	10	10	10	10
うち、 事業承継計画策定件数	0	3	3	3	3	3
事業承継個別相談会開催回数 ()内は、参加人数	未実施	1回 (3)	1回 (3)	1回 (3)	1回 (3)	1回 (3)
創業計画策定件数	0	1	1	1	1	1

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

これまで、事業計画策定後の実施支援については、経営指導員等による事業の進捗状況の確認に留まり、フォローアップの充実が課題であった。

今後は、全ての事業計画策定事業所を対象に、四半期に一度、巡回による当初計画の進捗状況の確認を行い、PDCAサイクルによるフォローアップを行うとともに、事業承継等の個別

課題に応じて専門家派遣制度等を活用した支援を実施するとともに個別相談会開催によるフォローアップを行う。

また、創業者に対しては、フォローアップの頻度を上げ、事業の安定化が図られるまでは、定期的な売り上げ状況や資金繰りの状況の把握に努めるものとする。

【事業内容】

（１）事業計画策定後の定期的なフォローアップ

事業計画策定事業所については、事業の進捗管理を支援するため原則 3 か月に 1 回の巡回指導を行い、事業計画書で目標を立てた四半期毎の損益に対する進捗状況の確認を行うとともに、行動計画についても、取り組んだことや改善点等について状況確認を行い、具体的な取り組みが実行されるようにアドバイスを行う。

確認した進捗状況と対応状況については、経営カルテなどにより履歴管理するなど P D C A サイクルによるフォローアップを行う。また、専門的な経営課題等については、中小企業診断士や販路開拓アドバイザーなどの専門家派遣事業を積極的に活用し課題解決のに向けた支援を行うほか、活用可能な施策情報を収集提供するなど、計画書の実現に向けた支援を図る。

（２）事業承継計画策定事業所へのフォローアップ

事業承継計画を策定した小規模事業者に対しては、作成した事業承継計画に基づいたヒヤリングを 3 ヶ月に 1 回行い事業の達成状況の確認を行いながら、事業承継計画の策定同様、複雑な問題も内在することから、岩手県商工会連合会の専門経営指導員と県事業承継引継ぎセンター指導員による該当事業所へのヒヤリングを実施し、更なる課題の掘り起こしを行う。

また、資産査定等専門的な課題がある案件については、岩手県商工会連合会のエキスパートバンク事業等の専門家派遣制度を活用し、税理士や司法書士等による専門的な知見によるアドバイスにより実効性の高い計画策定支援につなげていく。

（３）創業計画策定後のフォローアップの実施

創業者に対しては、原則 2 か月に 1 回の巡回訪問を行うとともに、作成した創業計画に基づいたヒヤリングを行い事業の達成状況の確認を行う。特に創業者については、経営実務に関する経験が浅く、経営ノウハウについても不十分であることが想定され、誰にも相談できず問題を抱え込むことが懸念されることから事業の安定化が図られるまでは、定期的な売り上げ状況や資金繰りの状況の把握に努める。

（４）専門家と連携したフォローアップの個別支援

創業者を含む事業計画等を策定した事業者に対して、補助金・融資制度等の活用による資金繰り支援や、基礎的支援を含む税務・労務等の手続きから開業に向け支援を行うとともに、専門家派遣制度を活用してフォローアップを実施する。特に、売上や利益額、販売数量などの定量的評価と数値で評価できない定性的評価に対しては、事業者へのヒヤリング内容を分析するなどして、的確なアドバイス支援を図る。

【目標と内容】

支 援 内 容		現 状	30年 度	31年 度	32年 度	33年 度	34年 度
事業計画フォローアップ	事業計画策定事業者数 (事業承継計画策定事業者含む)	0	10	10	10	10	10
	フォローアップ回数 (3カ月毎)	0	40	40	40	40	40
創業者フォローアップ	事業計画策定事業者数	0	1	1	1	1	1
	フォローアップ回数 (2カ月毎)	0	6	6	6	6	6

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

これまで本会では、需要動向について、巡回・窓口相談時に事業者からの簡単な聞き取り調査による情報収集程度に留まり、小規模事業者の販路開拓に係わるニーズや動向についての分析が不足していた。

この現状を改め地域資源の中でも特に雑穀＝シリアル（英語・フランス語）を活かしたシリアル食品等の製造小売業者、飲食業者に対する支援策が重要と考え以下の2つのテーマに重点を置き、それぞれの事業者の支援に向けた需要動向調査を実施する。

- ① かるまいブランド商品など町外への販路開拓に資する需要動向に関する調査
- ② 地域の商業者イベントの開催による地元消費者の需要動向調査に関する調査

(事業内容)

(1) 首都圏を対象とした需要動向調査の実施

当会では、地域産品を活用した商品について首都圏など大規模消費地の販路開拓を効果的に進めるため、かるまいブランド商品認証制度を設けている。このブランド商品の多くは、雑穀商品を中心とする食品と飲料であり、地域の食品製造業者等が製造している。これらの事業者が首都圏での需要動向を探るため、「在京軽米会」会員（150名）に対して需要動向調査を実施する。当町の商品が町外の一般消費者にどう評価されているか、アンケートによる動向調査を実施し、外部の視点から見た地元の良さ、魅力を発掘し、商品改良等に活用し販路の開拓に繋げる。

実施場所：ふるさと会総会にて実施

調査品目：物産展や商談会などへの出展により町外へ販路の拡大を目指している食品製造小売事業者等（4社程度）が製造する食品や飲料などの商品（1社あたり2種類程度）。

調査項目：価格・商品（味・量目・改善点）・内容についての感想
デザイン・パッケージ、購入者（試食者）の属性（男女、年代）

実施方法：既存商品や新商品の試食を通じて経営指導員等が直接ヒヤリングを行う。
1商品あたり、最低30件以上の意見を目標として実施する。

活用方法：商品毎に抽出した結果について、年代別や男女別に結果を整理分析し、製造小売業者や飲食業者に提供するとともに、既存商品の見直しや新商品開発を通じた販路開拓に繋げていく。

(2) 地域イベント出展による地元消費者の需要動向に関する調査

かるまいブランド販売促進事業で多くの地域イベントに出展していることから、その場を活用して雑穀商品・メニューのテストマーケティングを行い以下の内容を調査する。

調査品目：かるまいシリアルライフ開発事業推進委員会参画事業者で新需要開拓に取り組む飲食業者等（5社程度）の商品（1社あたり2種類程度）

調査対象：地域の食に関するイベント（食フェスタ in 軽米、シリアルサミット、かるまいブランド町民向け発表会）への来場者

調査項目：新メニューを中心に一部既存商品に対する味、容量、見た目、価格、改善が望まれる事項

なお、回答者の基本属性は、町内、その他の別は直接消費者からヒヤリング。性別、年齢層は経営指導員等が判断して記載する。

実施方法：新メニューや既存メニューのテスト販売を通じて経営指導員等が直接ヒヤリングを行う。1食品あたり、最低30件以上の意見を目標として実施する。

活用方法：メニュー毎に抽出した結果について、年代別、男女別、地域別（町内・町外）毎に結果を整理分析し、各飲食店で提供するとともに新メニュー開発や既存メニューの見直しを通じて販路開拓に繋げていく。

【目 標】

（単位： /年）

項 目	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
首都圏を対象とした需要動向調査 （事業者数、アイテム数）	—	4社 8商品	4社 8商品	4社 8商品	4社 8商品	4社 8商品
イベントでのテストマーケティング （事業者数、アイテム数）	—	5社 10商品	5社 10商品	5社 10商品	5社 10商品	5社 10商品

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】

当会では、平成23年～25年度と平成26年から全国商工会連合会から受託した「地域力新事業全国展開支援事業」の中で、軽米町の地域資源「雑穀」の高付加価値化に向け、シリアル商品の開発による販路開拓に取り組んできた。また、同事業の中で地域資源を活用した商品などを一つのブランドとして確立するため「かるまいブランド認証制度」を立上げ、認証商品の普及拡大に努めた結果、確実に首都圏を中心に取引先も増加している。

今後は、食品製造小売業者に対して首都圏を中心に大規模消費地の需要を更に高めるため、ブランド認証商品をブラッシュアップし認証商品の充実を進めるとともに、物産展や商談会への参加に必要な商談ノウハウに関する個別指導に力を入れ、地域外での商品取扱い数の増加に繋げる。

また、地域で開催されるイベントにも積極的に出展し、製造小売業者や飲食業者の販売機会を創出し、地域事業者がシリアルに拘った限定商品、飲食メニュー等を提供することにより、当町のみならず町外からの消費者の需要を開拓する。

他、ネットショップの構築による販路の開拓、アニメ「ハイキュー」聖地巡礼観光客の囲い込みによる新規顧客の獲得を目指すものである。

(1) 「かるまいブランド」を活用した販路開拓

当会が認証機関となっている「かるまいブランド認証制度」の推進を継続し、製造小売業者が製造する既存商品について前項のヒヤリング調査結果を活かした商品のブラッシュアップ、認証商品の充実、新商品開発に関わる専門家派遣等の支援、販路開拓支援（商談会や物産展等の情報提供やエントリーシート作成等の出店支援）等を実施することにより、ブランド認知度の向上とともに町外での商品取扱いを増加させる。

①支援対象	雑穀（シリアル）を使用した食品製造小売事業者
②取り組みの概要	かるまいブランド認証制度により、商品の付加価値の向上を図るとともに、首都圏「いわて銀河プラザ」で年1回開催する軽米フェア（BtoC）への出展支援を行い販路拡大につなげていく。
③効果	支援事業者数 5社 売上目標100万円
④他の機関との連携	軽米ブランド認証制度に関しては、岩手県、新岩手農業協同組合、軽米町観光協会、商工業者、一般消費者と連携。年1回以上の認証委員会開催と商品認証によるブランド認知度の向上と販路開拓につなげていく。

（2）地域イベントへの出展等による需要開拓

地域の食に関するイベント（食フェスタ in 軽米、シリアルサミット、かるまいブランド町民向け発表会）、森と水とチューリップフェスティバルが開催される雪谷川ダムフォリストパーク軽米で、シリアル食品を中心とする『かるまいブランド認証コーナー』の設置と出展により、需要の掘り起しと開拓に努める。

対象事業者は、製造小売業者を中心に、森と水とチューリップフェスティバルが2社、食フェスタ in 軽米が3社、シリアルサミットが8社、かるまいブランド町民向け発表会が5社の合計21社の出展数を目標とする。各イベントでの出展により、地域の飲食店や食品製造小売業者等がシリアルに拘った限定商品、飲食メニュー等を提供することで、当町のみならず町外からの消費者の需要を開拓する。

また、テストマーケティングの場と位置付け、試作から本格商品化へとサイクルを生み出す仕組みとする。

①支援対象	雑穀（シリアル）を使用した食品製造小売事業者、飲食業者
②取り組みの概要	地域の食に関するイベントと町外からの来場者の多い森と水のチューリップフェスティバルへの出展により、町外からの需要の掘り起しと販路開拓に取り組む。
③効果	支援事業者数 21社 売上目標105万円
④他の機関との連携	岩手県、岩手県商工会連合会、新岩手農業協同組合、軽米町、軽米町観光協会、(株)軽米町産業開発と連携。かるまいブランド認証コーナーの設置と出展により町外からの需要の掘り起しと販路開拓に取り組む。

（3）商談会出展等による需要の開拓（BtoB）

上記（1）、（2）とともに食品製造小売業者等の新たな需要開拓に向けた取り組みとして、岩手県商工会連合会、岩手県、岩手県産（株）、軽米町などと連携し、新たな需要開拓に向けた商談会への出店支援を行う。

岩手県産（株）等が開催している「いわて食の商談会」や（一社）新日本スーパーマーケット協会主催のスーパーマーケットトレードショーなどの各種商談会を積極支援し、新規商談先の成約を目指す。この取り組みでは、県内外企業とのBtoB取引を開拓し、販路を広げることを目的とする。具体的な支援策としては、出展前にバイヤー経験者等の商談のノウハウを有する専門家を招聘し、成約のコツについて指導を受ける等、出展事業者のスキルアップを促す支援を行うとともに、商品の特徴や活用法などを記したバイヤー等の注意を喚起する説明資料の作成などを支援し、より成約に繋がるように支援する。

また、軽米町ふるさと会のネットワークを活用し、首都圏で飲食店等を経営している当町出身者等に対して直接商談を実施する。

①支援対象	雑穀（シリアル）を使用した食品製造小売事業者
-------	------------------------

- ②取り組みの概要 いわて食の商談会やスーパーマーケットトレードショー等の各種商談会への積極支援と当町出身飲食店経営者への直接商談の支援により新規商談先の成約に取組む。
- ③効果 商談会参加事業者数 2 社
- ④他の機関との連携 いわて食の商談会は岩手県商工会連合会、岩手県、岩手県産(株)と連携。商談会前には、岩手県商工会の専門家派遣事業であるエキスパートバンクを活用し、成約のコツを学ぶなど専門家の招聘により出展事業者のスキルアップを支援する。首都圏飲食店経営者への直接商談は軽米町との連携によるふるさと会のネットワーク活用により新規商談先の制約に取組む。

(4) ネットショップの構築による需要の開拓 (BtoC)

これまで、BtoC支援として、製造小売事業者を中心に東京のいわて銀河プラザでの7月、11月の年2回の出展による首都圏での需要開拓に取組み、それなりの成果を上げることができた。首都圏での更なる需要開拓のためネットショップを構築し、シリアル商品の更なる需要の開拓に努める。

ネットショップは、雑穀の風景写真を全面に打ち出し、シリアル食品を中心とする『かるまいブランド』認証商品全商品を紹介し、首都圏消費者への販路開拓に繋げる。

- ①支援対象 雑穀(シリアル)を使用した食品製造小売事業者
- ②取り組みの概要 雑穀の風景写真を全面に打ち出すとともにシリアル食品を中心とするかるまいブランド認証商品のネットショップ構築により首都圏での更なる需要開拓に取組む。
- ③効果 登録件数目標 38 件、1 商品の年間販売目標額 180 万円
- ④他の機関との連携 地域力新事業全国展開支援事業でのマーケティング結果によりシリアルに拘ったブランド展開を進めることで首都圏での更なる販路開拓に取組む。(株)軽米町産業開発と連携し、ネットショップ管理者の育成による接客のサポート体制の構築にも取組む。

(5) アニメ「ハイキュー」ガイドマップ作成等によるPR及び販路開拓

年々増加傾向にあるアニメ「ハイキュー」による聖地巡礼観光客に対し、消費者に身近で認知されやすい飲食業やハイキューグッズ取扱店の情報を一覧で作成、知名度を上げるためガイドマップを作成する。ガイドマップは新たな消費者の来店を訴求するため、2回テーマを変えて改訂版を作成する。また、ガイドマップでは前述1. 地域の経済動向調査に関すること (3)「アニメ「ハイキュー」聖地巡り観光客に関する調査」の結果を踏まえ、テーマに則した新メニューや新商品を開発した店舗にスポットを当てて紹介し、各店舗の売上げをアップさせる。

《ガイドマップテーマ》

(例示)：平成31年度「ハイキュー 飲食店マップ」

平成33年度「ハイキューで登場する商店のイチ押し商品」

※1. (3) アンケート結果でニーズの高いテーマを取上げる。

- ①支援対象 宿泊事業者、製造小売事業者、土産品販売事業者、飲食事業者
- ②取り組みの概要 ハイキューによる聖地巡り観光客に認知されやすい飲食業やハイキューグッズ取扱店の情報を一覧にしたガイドブックの作製により知名度の向上と各店舗の売上アップに取組む。
なお、ガイドマップには、クーポンを設けるなど、ガイドマップの効果を検証できるようにする。

- ③効果 ハイキューガイドブック掲載事業者 20件
 ④他の機関との連携 軽米町ふるさと応援隊「わ・かるまい」、軽米町観光ガイド協会と連携し、ハイキューによる聖地巡礼観光客に関する調査を基に新メニューや各店舗の紹介により各店舗の売上アップに取り組む。

【販路開拓のための目標と内容】 (単位： /年)

項目	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
かるまいブランド商品認証数(累計)	28件	30件	32件	34件	36件	38件
かるまいフェア出展事業者数 売上目標	3社	5社 100万円	5社 100万円	5社 100万円	5社 100万円	5社 100万円
地域イベント出展事業者数 売上目標	—	21社 110万円	21社 110万円	21社 110万円	21社 110万円	21社 110万円
物産展・商談会の情報提供	2回	2回	2回	2回	2回	2回
商談会参加企業数 成約数(総数)	—	2社 2件	2社 2件	2社 2件	2社 2件	2社 2件
ネットショップ登録商品数 (売上目標：1店当たり)	—	30件 80万円	32件 100万円	34件 120万円	36件 140万円	38件 180万円
「ハイキュー」ガイドマップ掲載事業者数	—	15件	16件	17件	18件	20件
「ハイキュー」ガイドマップ売上高 (1社あたり)	—	5万円	5万円	5万円	8万円	8万円

【森と水とチューリップフェスティバル】



【かるまいブランド認証式】



【シリアルサミット】



【東京いわて銀河プラザ出展】



II. 地域経済の活性化に資する取組

1. 地域活性化事業

当会では、軽米町や軽米町観光協会等の関係団体との連携・協力により、春の森と水とチューリップフェスティバル、かるまい夏祭り、軽米秋まつり、食フェスタ等多くのイベントを実施してきた。ただ、年間多くのイベントは行ってはいるものの、町中心部の小規模事業者は、経営者の高齢化や急激な人口の減少による賑いの喪失等将来に不安を抱える声が多く、軽米ならではの取組みによる中心商店街への誘客による賑い創出が大きな課題となっていた。

このような中、平成 23 年度から地域力新事業全国展開支援事業による、地域資源雑穀の商品開発による小規模事業者の販路開拓と地域産業の活性化、小規模事業者の集中する中心商店街の誘客に取組んできた。事業推進には、これまで連携が取れていなかった岩手県、農業者、農協関係者、一般町民にも事業推進委員会に参加いただき、これまでにない意見の吸収と推進力を得ることができた。この体制を維持発展させ、以下の地域活性化策に取組んでいく。

【事業内容】

(1) 地域活性化のための意識の共有を図る仕組みの構築

地域における関係者間での活性化に関する意識の共有が図られる仕組みとして、これまで全国展開支援事業で構築してきた事業推進委員会（構成メンバー：商工会、商工会青年部、商工会女性部、軽米町観光協会、軽米町雑穀生産組合、軽米町食の技連絡協議会、(株)軽米町産業開発、町内事業者）に岩手県、農業者、農協関係者、一般町民も新たにメンバーに参加いただき、新たな体制で年1回以上の委員会を開催していく。これら委員会の場を通じて、地域特産品のブランド化やアニメと結び付けた観光ツアーなどについて関係者間での検討や情報・認識の共有を図りつつ、以下の事業を実施する。

(2) 地域特産品を活用した商品開発とブランド化

当会では、地域力新事業全国展開支援事業の推進により、地域特産品雑穀を活用した商品開発に取り組んでいる。これまでの取組みにより雑穀の作付面積は増加し、ホテルニューオータニ等首都圏での大口取引先が増えている。シリアル商品製造小売業者と宿泊業、土産品小売業者間が一体となってシリアル商品の販路開拓に取組み更なる需要拡大に取り組む。

(3) アニメ「ハイキュー」ガイドマップ作成等による観光需要の開拓

年々増加傾向にあるアニメ「ハイキュー」による聖地巡礼観光客へ軽米町ふるさと応援「わ・かるまい」、軽米町観光ガイド協会と連携し交流人口の増加による中心商店街への誘客を図る。ハイキューグッズ取扱店の紹介やハイキュー（819円）メニュー等の開発により町内への誘客に取り組む。

(4) ネットショップ構築による需要の開拓

これまでも製造小売業者を中心に東京のいわて銀河プラザでの年2回に出展により首都圏での需要開拓に一程度の成果を上げることができた。首都圏での更なる需要開拓のためネットショップを構築し、シリアル商品製造小売事業者、宿泊業、土産品小売業者と一体となってシリアル商品の需要開拓を図る。

(5) 地域観光情報の発信強化

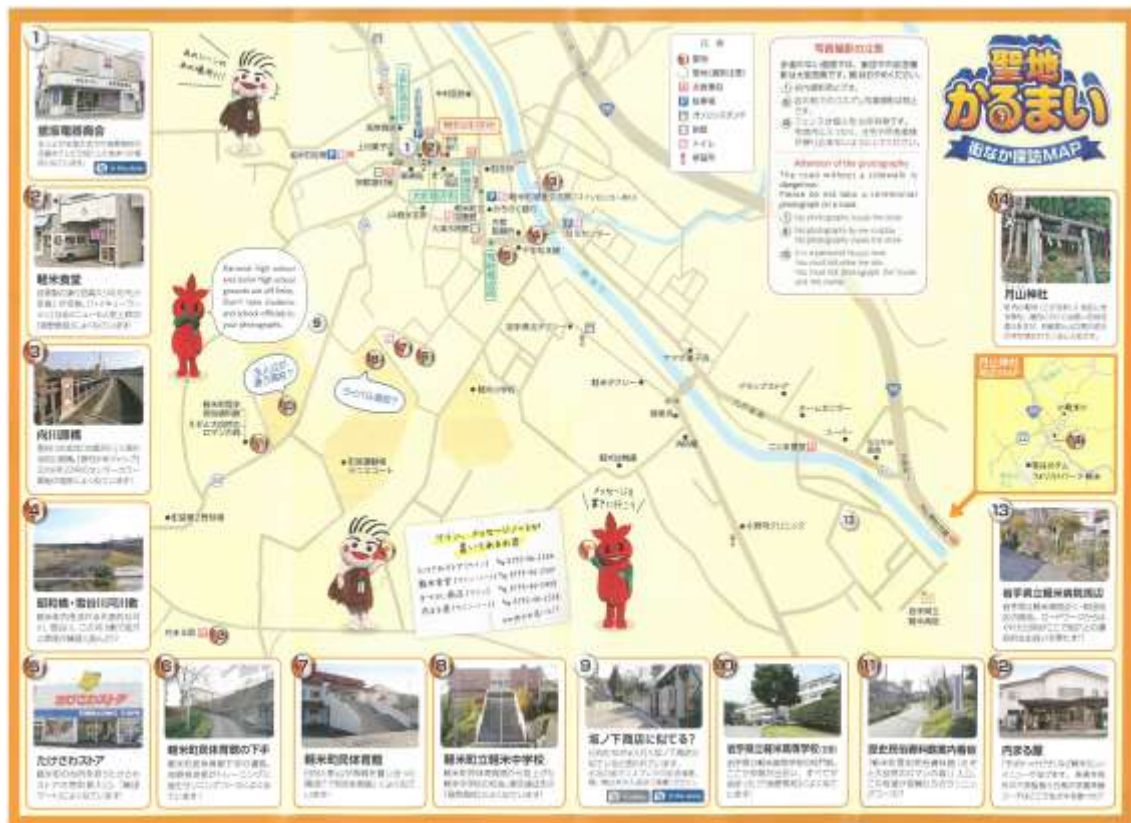
軽米町観光協会、(株)軽米町産業開発と連携し、ハイキュー聖地巡礼観光客向けの企画広報、飲食店や宿泊施設、お土産品販売店等観光関連事業所の情報を取材しホームページに掲載することで誘客に向けた事業所のPRを行う。

(6) 食をテーマにしたイベントでのテストマーケティング

地域で開催される食をテーマのイベントで事業所ブースを設置しシリアル商品のテスト販売やヒヤリング調査を実施する。

また、シリアルの取扱い事業者を増やしブランド強化を行う

【軽米町ふるさと応援隊わ・かるまい発行 街なか探訪MAP】



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

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と

これまでの金融機関との連携は、各種会合での情報交換程度に留まっている。税理士との懇談会では、電子申告の方向性の確認に留まるため改善が求められている。

よって、今後は、それぞれの支援機関との協議会等の会合では、専門的な支援内容について情報交換を行うなど積極的な情報収集に努める。

また、管内商工会間での事務レベルでの連携を深め相互のノウハウについて情報交換を行うことにより、支援ネットワークの強化を図る。

(事業内容)

(1) 金融機関との資金需要動向・地域経済事情に関する意見交換会

地元金融機関である岩手銀行軽米支店、みちのく銀行軽米支店とは各種会合時や銀行訪問時に個社支援を望む小規模事業者の情報収集と意見交換を行う。

また、日本政策金融公庫八戸支店で年2回開催の協議会等の場においては、地域の資金需要や経済動向について情報交換を行うとともに、管内商工会、商工会議所の経営指導員からの情報収集、個社支援事例に関する情報交換などにより地域振興に向けた支援能力の向上を図る。

(2) 管内税理士との税務関連支援ノウハウに関する支援能力向上

管内税理士と担当職員が年2回開催の「小企業者記帳指導協議会」に積極的に参加し、地域の経済動向や税務、支援ノウハウについて情報収集を行うことにより、小規模事業者に対する支援能力を強化する。

(3) 管内商工会との連携による地域活性化手法の検討

現在、年2回開催されている岩手県商工会連合会主催の事務局長、経営指導員の連絡会議に今後も積極的に参加し、規模は違うが風習や地域事情が似ていることから地域経済動向や支援ノウハウを共有し支援能力の向上を図る。

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

当会では、これまで岩手県商工会連合会や関係機関が開催する研修会などへ職員の派遣を行ってきたが、今後は、経営指導員は、コーチングなどによる相談対応能力や事業計画策定などに関する指導能力の向上が必要になるほか、補助員や記帳専任職員についてもこれまでの税務・記帳などの業務だけでなく、経営指導員の業務を補助するとともに簡易な分析や経営状況の把握などに基づく計画策定支援などのノウハウの取得が必要になってくる。

このため、岩手県商工会連合会主催の研修会や中小企業基盤整備機構などの支援機関向け外部研修へ積極的に職員の派遣を行うほか、経営指導員、補助員、記帳専任職員と専門家の企業への個社支援への同行など、OJTでの支援能力の向上や他の商工会との情報交換などにより各々の職員のスキルアップと支援能力の底上げを図る。

また、毎週月曜日に開催の朝礼では、日程確認だけとせず支援企業の情報を共有する職員会議の時間を設け支援機関としての支援能力の向上を図る。

(事業内容)

(1) 各種研修受講による支援能力の向上

経営指導員等の資質向上のため、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、補助員、記帳専任職員各々を対象とした研修)の全職員受講や、外部研修の積極受講により支援能力の向上を図る。

(2) 専門家の支援ノウハウの習得による職員の支援能力の向上

企業支援において専門家派遣制度を活用する際には、専門家の指導する専門性の高い助言やノウハウの手法を習得し、日々の企業支援における支援能力の向上を図る。

(3) 経営支援スタッフの支援能力向上

経営支援スタッフ(補助員、記帳専任職員)は、岩手県商工会連合会の実施する経営支援スタッフ研修会と専門家、経営指導員との同行によるOJTにより、小規模事業者の支援能力の向上を図る。

(4) 管内商工会と連携した支援ノウハウの共有

管内商工会の事務局長と経営指導員が集い、小規模事業者支援の情報共有や、支援ノウハウの向上、組織体制の整備等について情報交換会を行い、同じ課題については連携する等協調体制による支援を行う。

(5) 経営情報の分析結果や支援ノウハウに関する職員会議による情報の共有

以上により習得した支援ノウハウや小規模事業者の支援状況について、毎週月曜日に開催する朝礼で報告する時間を設け、経営指導員が中心となり職員間の情報共有に努め組織として支援体制の強化を進める。

また、収集・分析した情報を常に基幹システムに登録するとともに、紙媒体での情報も小規模事業者毎にリングファイルで支援経過がわかるよう追加・追記管理し、保管・共有化を図り、OJTを通じた小規模事業者に不可欠な商工会の支援ノウハウ共有の仕組みづくりを図る。また、退職・異動の際にも、円滑に支援データやノウハウを引継ぎできるように、支援内容や事業所の財務データ・分析データ・事業計画書などの電子化を図り、岩手県商工会連合会とでVPN網に構築されたファイルサーバに事業所ごとに整理保存する。

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と

これまで事業評価については、年度終了後に行ってはいたが頻度が少なく曖昧な評価が課題だった。

本計画では、明確な数値目標設定による事業実施となることから、中長期的な進捗状況の確認や事業評価が必要である。このため、今後は以下により、計画の実施状況及び成果についての評価と検証を行う。

(事業内容)

(1) 軽米町商工会経営発達支援推進会議

本会職員並びに軽米町産業振興課1名、外部有識者1名、岩手県商工会連合会専門経営指導員1名で構成する外部評価委員会「軽米町商工会経営発達支援推進会議」を年1回開催し、PDCAサイクルによる事業の実施状況と効果的な推進方法について検討し、支援効果を高める。

(2) 事務局会議

事務局による進捗状況の確認及び打合せを年6回開催する。

(3) 正副会長会議

正副会長会議を年6回開催し評価・見直しの方針と進捗状況の確認を行う。

(4) 理事会

評価・見直しの結果については、本会の理事会に報告し承認を得る。

(5) 評価結果の公表

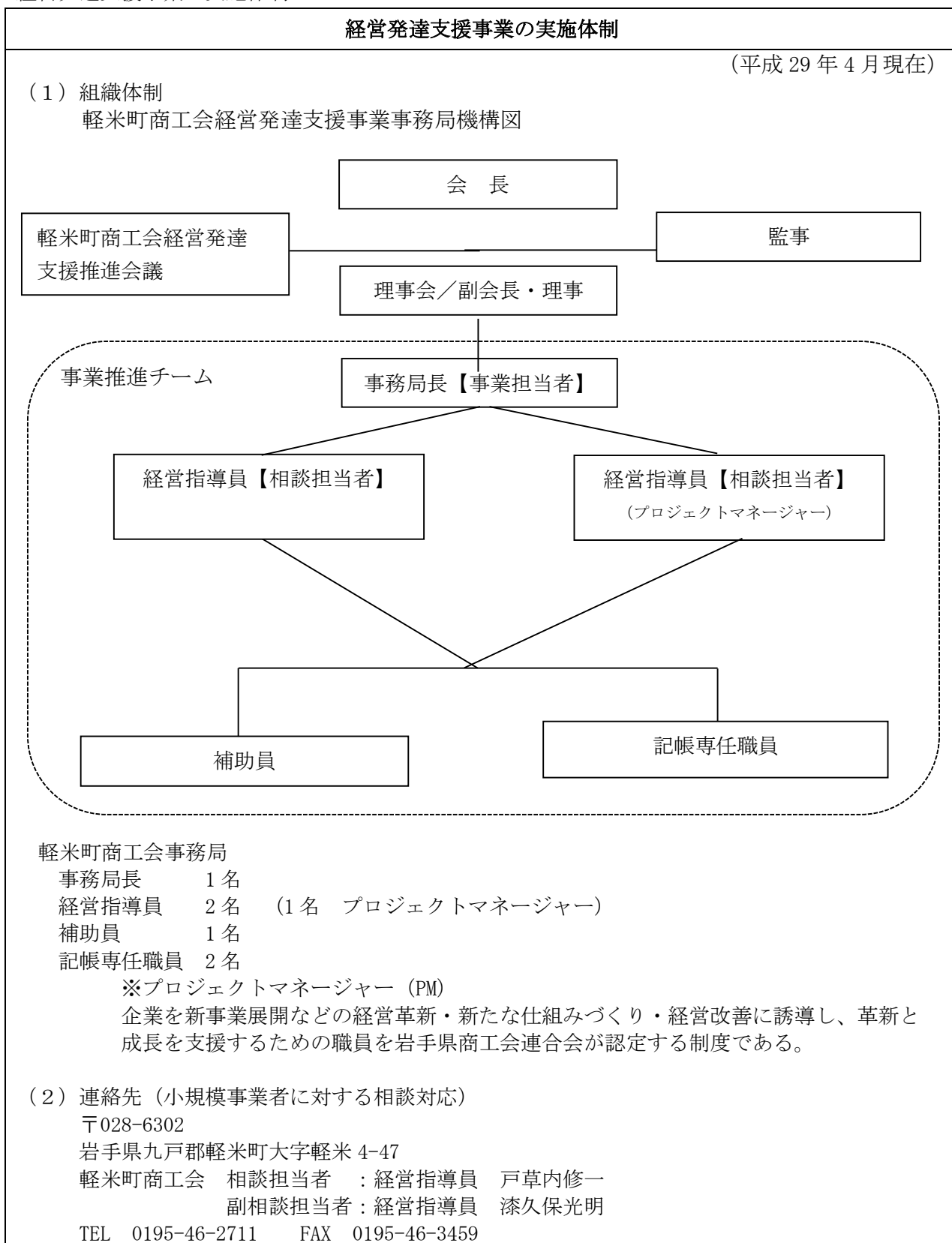
承認を受けた事業の成果、評価、見直しの結果について、軽米町商工会報やホームページで公表する。

(事業評価に係る会議スケジュール)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
事務局会議		○		○		○		○		○		○
正副会長会議	○		○		○		○		○		○	
理事会		○							○			○
経営発達支援推進会議		○										

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(別表3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金及びその調達方法

(単位:千円)

		平成30年度	平成31年度	平成32年度
必要な資金の額		5,250	4,250	4,250
	I 地域経済動向調査費	350	350	350
	II 小規模事業者の調査・分析費	500	500	500
	III 事業計画の策定支援費	900	900	900
	IV 需要動向調査費	500	500	500
	V 地域振興事業費	3,000	2,000	2,000

(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
会費、国補助金、県補助金、町補助金、県連補助金、手数料収入、受託料収入

(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。

(別表4)

商工会及び商工会議所以外の者と連携して経営発達支援事業を実施する場合の連携に関する事項

連携する内容
本会では関係機関と連携して次の事業を行う。 1. 本会が実施する経済動向調査票や需要動向調査の際には、軽米町、岩手県、岩手県商工会連合会、金融機関と連携する。 2. 事業者の経営分析、事業計画書策定の支援を行う際には、軽米町、岩手県、岩手県商工会連合会、金融機関と連携し伴走型支援を行うとともに、事業者のニーズが多様化、専門家していることから、必要に応じて岩手県商工会連合会が実施するエキスパートバンク制度等の専門家派遣制度活用により専門家とも連携を図りながら支援を行う。 3. 新たな需要開拓に寄与する事業についての支援では、事業者が商談会や展示会等に参加できる環境を整備するとともに情報発信支援を行う必要があるため、軽米町、岩手県、岩手県商工会連合会、岩手県産(株)、軽米町観光協会、(株)軽米町産業開発、新岩手農業協同組合と連携する。 4. 地域経済の活性化に係る支援では、軽米町、岩手県、岩手県商工会連合会、軽米町観光協会、軽米中央商店会、軽米ショッピングカード会、軽米町観光ガイド協会、軽米町ふるさと応援隊「わ・かるまい」と連携する。
連携者及びその役割
上記1～4の本商工会と連携する関係機関とその役割は以下のとおり。 ①軽米町(役割:連携する内容 上記1、2、3、4) 代表者 町長 山本賢一(担当課:産業振興課) 住 所 〒028-6302 岩手県九戸郡軽米町大字軽米10-85 T E L 0195-46-2111 ②岩手県商工会連合会(役割:連携する内容 上記1、2、3、4) 代表者 会長 高橋富一 住 所 〒020-0045 岩手県盛岡市駅西通一丁目3番地8 T E L 019-622-4165 ③岩手県(役割:連携する内容 上記1、2、3、4) 代表者 知事 達増拓也(担当課:県北広域振興局二戸地域振興センター地域振興課) 住 所 〒028-8042 岩手県盛岡市内丸10-1 T E L 019-651-3111 ④岩手県産株式会社(役割:連携する内容 上記3) 代表者 代表取締役 田村均次 住 所 〒020-8981 岩手県紫波郡矢巾町流通センター南一丁目8-9 T E L 019-638-2115 ⑤軽米町観光協会(役割:連携する内容 上記3、4) 代表者 会長 山本賢一(軽米町長) 住 所 〒028-6302 岩手県九戸郡軽米町大字軽米10-85 T E L 0195-46-2111 ⑥株式会社軽米町産業開発(役割:連携する内容 上記3) 代表者 代表取締役会長 山本賢一(軽米町長) 住 所 〒028-6302 岩手県九戸郡軽米町大字軽米8-118 T E L 0195-46-4222

- ⑦新岩手農業協同組合（役割：連携する内容 上記3）
 代表者 代表理事組合長 久保憲雄（担当：軽米地区担当理事 荻谷雅行）
 住 所 〒028-6302 岩手県九戸郡軽米町大字軽米 8-56-5
 T E L 0195-46-2911
- ⑧軽米町観光ガイド協会（役割：連携する内容 上記4）
 代表者 会長 荒澤作郎
 住 所 〒028-6302 岩手県九戸郡軽米町大字軽米 4-47
 T E L 0195-46-2711
- ⑨軽米町ふるさと応援隊 わ・かるまい（役割：連携する内容 上記4）
 代表者 代表 堀米孝太郎
 住 所 〒028-6302 岩手県九戸郡軽米町大字軽米 22-44-469
 T E L 0195-43-4855
- ⑩軽米中央商店会（役割：連携する内容 上記4）
 代表者 組合長理事 畠澤徳行
 住 所 〒028-6302 岩手県九戸郡軽米町大字軽米 4-47
 T E L 0195-46-2711
- ⑪軽米ショッピングカード会（役割：連携する内容 上記4）
 代表者 会長 國久 洋
 住 所 〒028-6302 岩手県九戸郡軽米町大字軽米 4-47
 T E L 0195-46-2711
- ⑫金融機関（役割：連携する内容 上記1、2）

金融機関名	支店長名	住 所	電話番号
日本政策金融公庫八戸支店	中村貴修	青森県八戸市大字馬場町 1-2	0178-22-6274
岩手銀行軽米支店	佐藤茂樹	岩手県九戸郡軽米町大字軽米 8-96-1	0195-46-2211
みちのく銀行軽米支店	大久保元	岩手県九戸郡軽米町大字軽米 8-120-1	0195-46-2311

連携体制図等

連携した小規模事業者の育成・指導連携

