

(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＞

山田町は、岩手県沿岸部、陸中海岸のほぼ中央に位置し、北は宮古市、東は太平洋、南から西にかけて上閉伊郡大槌町に接している。

町の北部、西部、南部には北上高地に支脈が伸びて急峻な山岳地帯を形成し、平地部は少なく、東西 20.03km、南北 18.55km、263.40k m²の面積を有している。東側は太平洋に面し、山田湾と船越湾の二つの湾を擁している。

また、典型的なリアス式海岸の沖合は、親潮と黒潮が交差する世界でも有数な漁場となっており、豊かな漁業資源に恵まれている。

山田町の成り立ちは、昭和 30（1955）年 3 月 1 日、岩手県の沿岸中部に位置する 1 町 4 村（旧山田町、船越村、織笠村、大沢村、豊間根村）が合併してできた町である。

町域の約 9 割を山林が占め、沿岸部は三陸復興国立公園に指定され、多彩な四季を織りなす自然環境に恵まれている。

主な産業は、山田湾と船越湾でのカキやホタテ、ワカメ等の養殖や豊かな三陸漁場でのサケ漁などの水産業及びこれら水産資源を活用した水産加工業となっている。

＜人口＞

山田町の人口は、昭和 55（1980）年は 25,321 人で、そこをピークに減少が続き、令和 2（2020）年には 15,104 人に減少しており、約 40 年間で 10,000 人程度減少している。

この間の推移を見ると、平成 2（1990）年には、22,925 人、平成 12（2000）年には、21,214 人、平成 22（2010）年には、18,617 人となっており、平成 23（2011）年に発生した東日本大震災の影響により、その後も人口減少傾向にある。特に、0～20 歳の若年層の減少割合や、60 歳以上の高齢者人口の増加は顕著な結果を示しており、少子高齢化は山田町においても進んでいる。

昭和 55（1980）年から令和 2（2020）年までの人口の推移や人口ピラミッドは、以下のとおり。

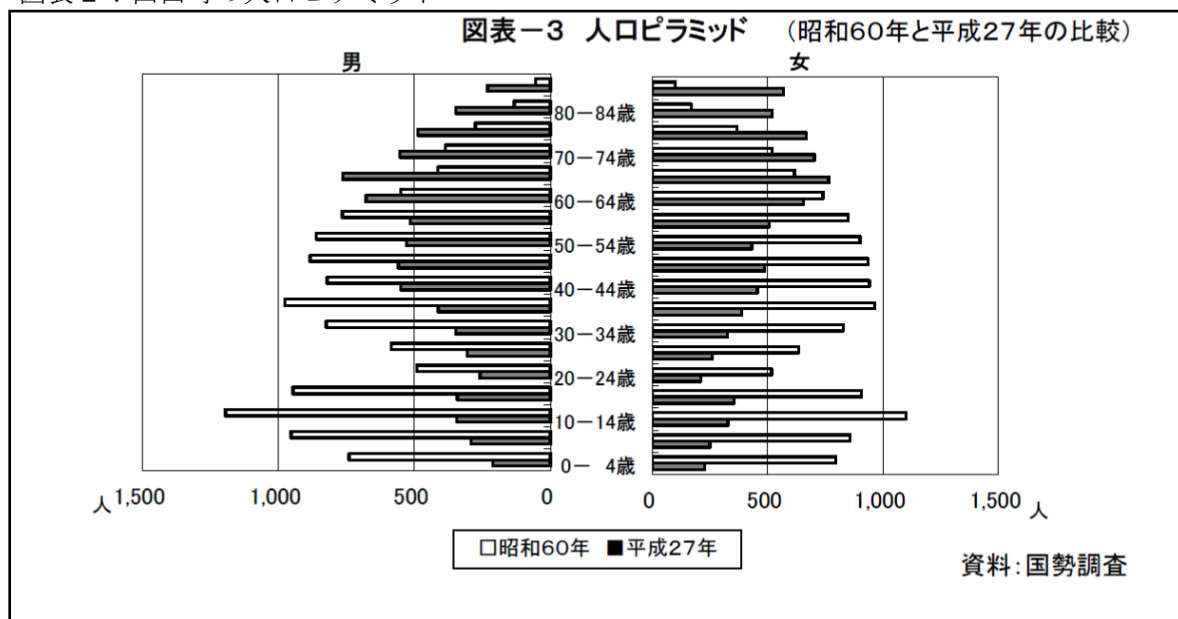
図表 1：山田町の人口（人）

S55 年 (1980)	H2 年 (1990)	H7 年 (1995)	H12 年 (2000)	H17 年 (2005)	H22 年 (2010)	H27 年 (2015)	R2 年 (2020)
25,321	22,925	22,019	21,214	20,142	18,617	16,476	15,104

(資料：山田町データ)



図表 2：山田町の人口ピラミッド



（資料：国勢調査）

〈産業〉

ア．商工業者、小規模事業者の現状

本計画の策定時点で、公開されている最新の経済センサスは平成 28（2016）年度の調査結果であるため直近 3 回分である平成 28（2016）年度、平成 24（2012）年度、平成 21（2009）年度の経済センサスの結果を参照する。また、当地域は、東日本大震災により甚大な被害を受けており、平成 24（2012）年度に実施された経済センサスでは正確な調査を実施することが難しかったと考えられるため、以降は、平成 21（2009）年と平成 28（2016）年の数値を重視し、比較検討する。

山田町の商工業者数は、平成 28（2016）年経済センサスで 537 事業所となっている。

業種別に見ると、サービス業が 238 事業所と一番多く、全体の 44.3%を占めており、これに続いて、卸・小売業は 153 事業所（28.5%）、建設業が 83 事業所（15.5%）、製造業が 63 事業所（11.7%）という構成となっている。

経済センサスの平成 21（2009）年度と平成 28（2016）年度の比較では、建設業は事業所数をほぼ維持できているが、製造業、卸・小売業、サービス業などは 3～4 割の事業者が減少している。

小規模事業者数についても、商工業者数と同様に減少傾向にあるが、その中でも特に減少が顕著なのは、卸・小売業で、平成 21（2009）年と平成 28（2016）年の比較では、57.7%に減少している。

図表 3：商工業者数

	平成 21 年 (2009)		平成 24 年 (2012)			平成 28 年 (2016)		
	商工業者数	構成比	商工業者数	構成比	対 21 年比	商工業者数	構成比	対 24 年比
建設業	85	10.8%	43	15.8%	50.6%	83	15.5%	193.0%
製造業	90	11.5%	32	11.8%	35.6%	63	11.7%	196.9%
卸・小売業	247	31.4%	97	35.6%	39.3%	153	28.5%	157.7%
サービス業他	364	46.3%	100	36.8%	27.5%	238	44.3%	238.0%
合 計	786	100.0%	272	100.0%	34.6%	537	100.0%	197.4%

(資料：総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」)

参考：H28 年と H21 年の商工業者数比較 (H28/H21)

建設業…97.6%、製造業…70.0%、卸・小売業…61.9%、サービス業他…65.4%、全体…68.3%

図表 4：小規模事業者数

	平成 21 年 (2009)		平成 24 年 (2012)			平成 28 年 (2016)		
	小規模事業者数	構成比	小規模事業者数	構成比	対 21 年比	小規模事業者数	構成比	対 24 年比
建設業	85	12.6%	42	19.1%	49.4%	77	17.1%	183.3%
製造業	70	10.3%	24	10.9%	34.3%	51	11.3%	212.5%
卸・小売業	194	28.6%	70	31.8%	36.1%	112	24.8%	160.0%
サービス業他	329	48.5%	84	38.2%	25.5%	211	46.8%	251.2%
合 計	678	100.0%	220	100.0%	32.4%	451	100.0%	205.0%

(資料：総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」)

参考：H28 年と H21 年の小規模事業者数比較 (H28/H21)

建設業…90.6%、製造業…72.9%、卸・小売業…57.7%、サービス業他…64.1%、全体…66.5%

イ. 建設業

平成 23 (2011) 年に発生した東日本大震災津波の影響により、住宅や施設、交通などのインフラの多くが破壊される被害を受けた。この災害復旧分野において管内建設業者は、多くの受注を得たが、その東日本大震災から 10 年目を迎えている現在は、復旧・復興工事や住宅再建の多くが完了している状況であり、今後、新たな需要が発生する見通しは厳しい状況である。

管内の建設業者の動向として、商工業者数では、平成 21 (2009) 年には 85 社あった建設業の商工業者が、平成 28 (2016) 年には 83 社に減少している。

ウ. 製造業

山田町の製造業は大きく分類すると、鮮魚等の海産物を加工・販売する水産加工業者を中心とする食品製造業者と、コネクタや金型製造業者などの軽工業の 2 つに分類することができる。

この製造業の中でも、水産加工業者の多くは、山田湾に面して事業所を構えていたため、平成 23 年 (2011) 年に発生した東日本大震災津波により施設が破壊された。現在では、震災復興関連の制度を活用して施設復旧し営業を行っているが、販路開拓の課題がある。

管内の製造業者の動向として、商工業者数では、平成 21 (2009) 年には 90 社あったが、平成 28 (2016) 年には、63 社に減少している。

エ. 卸・小売業

近年では、三陸自動車道の開通による地域外への購買の流出や、地域内への大型店出店による地域内小規模店舗の需要低迷など、管内の小売店舗は大きな影響を受けている。このことは経済センサスからも読み取ることができ、平成 21（2009）年と平成 28（2016）年の業種ごとの事業者数を比較した場合においても、減少の割合が特に顕著であることから、厳しい経営環境にあることが読み取れる。

オ. サービス業

山田町のサービス業の状況として、山田湾という海洋資源に恵まれているため、地域全体で体験型観光を推進している。具体的には、「やまだワンダフル体験ビューロー」という名称で、養殖いかだの見学や山田湾クルーズなどのマリントーリズムを中心とした体験メニューを提案し、交流人口の増加に向けて取り組んでいる。

そのため、地域には、飲食店や土産品店など、観光産業に関係する事業者数が多い傾向がある。飲食店の場合、地域で獲れる海産物を使用した海鮮メニューを取り扱う店舗も多くあり、地域内需要と観光需要の両方をターゲットとしている店舗も多い。

＜交通＞

山田町では、三陸地域を縦断する国道 45 号が主要な幹線道路であるが、東日本大震災以降、北は青森県八戸市、南は宮城県仙台市までを結ぶ三陸自動車道が工事完了区間ごとに随時開通している。この三陸自動車道は高速道路であるため、自動車での交通利便性は大幅に向上している。

また、鉄道に関しては、東日本大震災以降分断されていた陸中山田駅～津軽石駅の区間を含み平成 31（2019）年 3 月から三陸鉄道が全線開通しており、鉄道によるアクセスも復旧している。

＜山田町総合計画の引用＞

山田町総合計画（第 9 次長期計画）《基本構想：平成 28（2016）年度～令和 7（2025）年度、前期基本計画：平成 28（2016）年度～令和 2（2020）年度》では商工観光業の振興について次のとおり記載されている。

ア. 商業

【現状と課題】

町内及び近隣市町に大型・中型の商業店舗進出が相次ぎ、町内の個人商店での購買比率は年々減少傾向にあることから、消費者ニーズに対応した品揃えやサービスの提供を通じて、町内購買力の向上を図ることが課題となっている。また、少子高齢化の進展、地域間競争の激化、消費者ニーズの個性化や多様化など経済環境の急激な変化に対応していくには、地域の特性を活かした魅力ある商店街づくりに取り組む一方で、商業者自らの創意工夫により経営体力をより強化していくことが求められている。

被災事業者に対しては、早期再建を支援するため、基盤整備と早期事業再開支援を行うとともに、中心市街地全体でのマネジメントが必要となることから、そのあり方を検討する。

【今後の取り組みの方向性】

1）拠点的商业地の形成

中心市街地の再生については、「山田町まちなか再生計画」に基づき、賑わいのあるまちづくりを進め、事業者や関係団体と協働して、中心市街地のエリアマネジメント体制を構築する。まちなか交流施設については、町民の文化活動や商店街の販売促進活動の場として中心市街地の賑わい創出に資するよう努める。

2) 被災事業者の再建支援

被災商業地の事業者が早期に事業再開できるよう支援するとともに、事業者による自主的な商店街整備や新たな商業イベント等の開催に対する支援を行う。

3) 特産品の開発促進

地場産品の高付加価値化をはじめ、新たな特産品開発の促進に努めるほか、産業支援機関と連携し、地域の特色を活かした個性的な新製品開発を通じた新たな産業創出の促進に努める。

イ. 工業

【現状と課題】

本町の工業は、第 1 次産業の生産物を原材料とする食品製造業と、コネクター・金型製造業などの軽工業が中心となっている。今後、地域経済の活性化を牽引する産業として発展していくには、優良企業の誘致促進を図るとともに、既存事業所においても、情報化や人材育成、企業開発力や市場開拓力の強化、資金調達の円滑化、企業経営に関わる国際規格の認証取得など企業経営の高度化を目指すことが求められる。

【今後の取り組みの方向性】

1) 優良企業の誘致促進

企業誘致や立地にあたっては、工業団地の維持管理に努めるとともに、各種助成制度の活用により企業負担軽減を図るなど、本町に進出しやすい環境の整備に努める。

2) 地場産業の育成

企業の規模拡大や経営基盤の強化を図るため、各種支援事業の活用を促進するとともに、融資制度や利子補給の効率的な導入が図られるよう、融資制度等の周知と利用普及に努める。

ウ. 観光

【現状と課題】

人々のライフスタイルや価値観の変化とともに、近年の観光ニーズは、団体旅行を主体とした周遊型観光から、多様かつ個性的な目的やテーマを持つ体験型観光へと移行しており、地域独自の資源の発掘と人的サービスを加えた素材の磨き上げとともに、観光客自ら選択できる観光メニューの整備も含めて、観光客の受け入れ体制づくりが求められている。震災から復旧し、徐々に町の観光体制が整備されつつあることから、今後は、自然や文化、産業、震災をテーマとして地域住民自らがガイドする観光プログラムの整備、水産資源などを活用した体験型観光の充実を図る必要がある。

【今後の取り組みの方向性】

1) 観光資源の活用・連携

オランダ島をはじめとした本町の観光資源について環境整備を進め、マリンレジャーやマリンツーリズムを推進する。

2) 地域ブランド向上と情報発信

本町の海産物や農林産物を活かした特産品や郷土食の掘り起こしや磨き上げを行うとともに、新たな商品開発を促進し、これらのブランド化を目指す。

3) 体験型観光の充実

「山田町エコツーリズム」、「みちのく潮風トレイル」、「三陸ジオパーク」などの体験型観光を継続・発展させていくため、観光ガイドに対する研修を行うとともに旅行事業者等と協力して新たな旅行商品の開発を図る。

4) 総合的な観光推進体制の構築

観光復興ビジョンを推進するため、行政、事業者、個人等が参画し、協働で取り組む体制づくりを進める。

図表5：山田町総合計画における商工観光業振興の内容

項 目	内 容
商業の振興	拠点的商业地の形成
	被災事業者の再建支援
	特産品の開発促進
工業の振興	優良企業の誘致促進
	地場産業の育成
観光の振興	観光資源の活用・連携
	地域ブランド向上と情報発信
	体験型観光の充実
	総合的な観光推進体制の構築

また、「山田町まち・ひとしごと創生総合戦略」に記載のある、地域産物の販売促進や、観光客の誘客を伸ばすことを目的とし活動する「地域商社」が設立された。この地域商社は、市場ニーズを町内の各産業に反映させる機能を果たすことを目的として設立され、戦略の立案と実施を通じ、ふるさと納税等町内の産業や企業等の活性化に資する事業を行っている。

これらの取り組みにより、観光入込客数は、平成26（2014）年の33万人から令和2（2020）年には66万人へ、観光消費額は、平成26（2014）年の37億円から令和2（2020）年には75億円を目指しており、観光入込客数、観光消費額ともに倍増することを目指している。

②課題

【地域内需要に関する課題】

当地域の実態として、人口減少や少子高齢化などによる地域内需要の停滞は免れない状況にあるが、地域外や地域内大型店への消費の流出を避けるには、小規模事業者それぞれが持つ特徴や魅力を活かした商品やサービスの開発・提供により、独自性を活かした地道な販路開拓を進める必要がある。

【地域外需要に関する課題】

山田町では、マリンツーリズムを主体とした体験型観光に力を入れており、高速道路や鉄道などの交通インフラも整備されつつあることから、今後、交流人口の増加が見込める状況にある。この観光需要をつかむことのできる魅力ある商品やサービスを開発し、新たな需要開拓につなげることが課題である。

また、山田町に訪れる観光客に対する商品やサービスの提供（B to C）のみならず、地域資源に付加価値を付けて販売する水産加工業等の商品について販路開拓（B to B）を進め、地域外需要を開拓することが課題である。

【管内事業者の減少に関する課題】

管内では、地域住民の高齢化とともに経営者の高齢化も進んでいる状況にあり、このままでは今後急激に事業者数が減少することが予想される。このため、経営者が高齢な事業者については円滑な事業承継を進める必要がある。また、新規創業希望者を開拓し、事業計画の作成を通じて、安定的な企業経営ができるよう支援する体制づくりが必要である。この事業承継の促進と新規创业者の開拓により、管内の小規模事業者の減少を最小限に留めることが課題である。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 10年程度の期間を見据えて

山田町における人口減少傾向には歯止めがかからず、今後10年を見通しても更なる減少の一途をたどるものと考えられ、一般の住民はもとより、地域経済社会に貢献する商工業者、小規模事業者においても、経営者の高齢化や後継者の不在が今後顕在化し、経済機能低下にも繋がる。このため、個々の事業者の経営改善や経営革新などの持続的発展・成長発展を支援するとともに、事業所存続のための事業承継支援や、地域に新たな事業所を生む創業支援についても重点的に行う必要がある。

この事業者支援について、当商工会では、事業者の抱える課題について共有し、ともに考え、ともに課題解決を目指す伴走型支援を行うことで、事業者ごとに異なる、個々の経営課題についてきめ細やかに対応することで、個者支援を充実させ、地域全体としての産業の発展を目指す。

また、山田湾を有し、カキやホタテなどの養殖漁業が盛んであるという地域特性を活かし、マリンレジャーなどの体験型観光と、海産資源などの地元資源を活用した魅力ある食の提供など、地域の魅力を集約することにより、独自性のある山田町ならではの魅力を発信し、交流人口増加による地域経済の活性化に繋げる。

これに加え、地域資源を活用した新商品開発や新たな販路の開拓を支援し、地域外需要をさらに獲得するとともに、魅力ある山田町を地域外に発信していく。

② 山田町総合計画との連動性・整合性

山田町総合計画（第9次長期計画）では、商工観光業は地域経済のなかで非常に重要な役割を果たしており、多くの人々で賑わう商店街や観光地は町の活力を生み出す源になると記載されている。

商業分野における「まちなかの賑わい創出」、工業分野における「企業誘致」や「地場産業育成」、観光分野における「連携による観光資源の活用」や「体験型観光の充実」、「総合的な観光推進体制の構築」など、各分野での取り組みの方向性が掲げられており、これらを実現するためには、商業や工業、観光業それぞれの分野の垣根を超え、業者間の連携力を高め、取り組みの方向性を共有し実現を目指す必要がある。

また、山田町まち・ひと・しごと創生総合戦略において目標とする、観光入込客数、観光消費額の増加についても、その実行においては、管内の個々の事業者が有する強みを結集し、山田町全体としての魅力発信に努めることで、地域特性を活かした独創性のある観光メニュー等に繋がり、観光客などの地域外需要の喚起や、地元の魅力を再発見することによる地域内需要の開拓につながるものと考えられる。

以上の、山田町総合計画（第9次長期計画）や、山田町まち・ひと・しごと創生総合戦略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一致し連動するものであり、それぞれの計画における目標達成に向け、山田町、山田町商工会などの関係事業者が相互に連携を図りながら実施するものである。

③商工会としての役割

山田町の総合経済団体である当商工会は、地域の経済を牽引する小規模事業者の事業継続や成長・発展を支援する役目を担う団体であり、行政等が実施する小規模事業者のための各種支援策を普及させるとともに、個々の企業の抱える課題や支援ニーズを把握し、適切な伴走型支援による個者支援に重点を置き、地域事業者の魅力向上を支援することで、地域経済の活性化に寄与する。

社会的な人口減少や少子高齢化などの人口構造の変化により、地域経済循環の停滞が予測され、同時に経営者側も高齢化などの課題に直面する中、この社会的課題にも対応し事業者を持続的発展に導くためには、自社の経営状況の分析や事業計画の策定、計画の実行に伴うフォローアップの場面において、伴走型支援を実施することが当商工会の果たすべき役割である。

この伴走型支援の実施の中で、円滑な事業承継の推進や、創業希望者や創業後間もない新規創業者に対するフォローアップにも力を入れ、個者支援を積み上げ、管内事業者に広く普及することにより、山田町全体の活性化に寄与する。

(3) 経営発達支援事業の目標

①事業計画の策定から実施に伴うフォローアップ支援

管内小規模事業者の事業計画策定支援や計画の実行に向けたフォローアップを実施する。

②円滑な事業承継や新規創業に対応する事業計画策定支援

高齢化が進む管内事業者に対する事業承継や、地域で新たに起業する創業希望者に対する事業計画策定を支援し、計画の実行に向けたフォローアップを実施する。

③地域資源を活用した商品開発支援

地域資源を活用し、商品開発を行う製造業者等に対して、新商品開発や既存商品のブラッシュアップに繋がる需要動向調査等を実施する。

④商談会や販売会を通じた新たな需要開拓支援

管内食品製造業者等が販売する商品について、商談会出店により新規取引を開拓するとともに、観光客や地元客に対する販売会を実施し、新たな売上を創出する。

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3年4月1日～令和8年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

①事業計画の策定から実施に伴うフォローアップ支援

管内小規模事業者が、地域経済動向や需要動向の把握、自社の経営状況の分析から事業計画策定、計画の実行とPDCAサイクルによる見直しまでの一連の流れについて伴走型支援を実施し、小規模事業者の持続的発展や経営の革新に向けた取り組みを後押しすることで、個者の取り組む事業の実行性を高める。

②円滑な事業承継や新規創業に対応する事業計画策定支援

管内事業者も高齢化が進んでおり、事業を継続するためには事業承継に早急に取り組まなければならない事業者も多い。当商工会では、まず現代表者と後継者間の認識を統一し、事業承継に必要な事項を洗い出すことによりスケジュールを見える化し、承継後の目標を定める事業承継計画を策定し、円滑な事業承継に繋がるよう支援する。

また、地域で新たに起業したいと考える創業希望者についても、参入する市場動向の把握や、自身の強みを踏まえた創業計画策定を支援し、計画に基づいた事業実施を支援する。特に創業希望者は、経営経験が無いことから、基礎的な経営支援を交えたフォローアップも併せて行う。

③地域資源を活用した商品開発支援

山田湾で獲れる海産物等の地域資源を活用し、商品開発を行う製造業者等に対して、新商品開発や既存商品のブラッシュアップに繋がる需要動向調査等を実施する。B to Cについては、地域住民等の地域内需要と観光客等の地域外需要をそれぞれ調査し、またB to Bについては、バイヤー等が求める商品について調査を行う。調査結果については、顧客の属性ごとに分析を行い、事業者へフィードバックすることにより市場ニーズと合致する商品開発を支援する。

④商談会や販売会を通じた新たな需要開拓支援

管内食品製造業者等が販売する商品について、地域にある道の駅との商談会の開催や、岩手県内で開催される商談会への出展支援を行い、商品の新規取引を開拓する。また、観光客や地元客に対する販売会を実施し、新たな売上の創出とともに、商品の認知度を向上させ、後の販売に繋げる。

3-1. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

第1期経営発達支援計画において、当商工会では、次の資料を調査・分析し、地域の小規模事業者へ情報提供していた。

- ①岩手県ふるさと振興部調査統計課が月ごとに行う、「岩手県景気動向指数」の調査結果
- ②全国商工会連合会が四半期ごとに行う「中小企業景気動向調査」の調査結果
- ③日本政策金融公庫総合研究所が四半期ごとに行う「景気動向調査」の調査結果

[課題]

現状行っている地域の経済動向の調査・分析、情報提供により、一定の効果はあったと考えられるが、ビッグデータ等を活用した専門的な分析が出来ていなかったため、「RESAS」(地域経済分析システム)を活用した情報の調査・分析を加え、改善した上で実施する必要がある。

(2) 目標

	現行	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
①地域の経済動向分析の公表回数	—	1回	1回	1回	1回	1回
②景気動向分析の公表回数	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を活用した経済動向分析

当地域において真に稼げる産業や事業者に対し、限られたマンパワーや政策資源を集中投下し、効率的な経済活性化を目指すため、経営指導員等が「RESAS」(地域経済分析システム)を活用した地域の経済動向分析を行い、当商工会のホームページに年1回公表する。

【分析手法】・「地域経済循環マップ・生産分析」→何で稼いでいるか等を分析

・「まちづくりマップ・From-to分析」→人の動きを分析

・「産業構造マップ」→産業の現状等を分析

⇒上記の内容を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

②岩手県等の統計調査情報を活用した景気動向分析

地域の景気動向や、業種ごとの売上、資金繰り等の状況について、より詳細な実態を把握するため、岩手県、全国商工会連合会、日本政策金融公庫から提供される次の統計資料について分析を行い、当商工会のホームページに四半期ごとに公表する。

【調査資料】・岩手県ふるさと振興部調査統計課が月ごとに行う「岩手県景気動向指数」

・全国商工会連合会が四半期ごとに行う「中小企業景気動向調査」

・日本政策金融公庫総合研究所が四半期ごとに行う「景気動向調査」

【分析項目】・岩手県景気動向指数：先行指数、一致指数、遅行指数

・中小企業景気動向調査：売上額、採算、資金繰り、業況

・景気動向踏査：売上額、採算、資金繰り、借入、経営上の問題点、設備投資、価格動向

(4) 成果の活用

- 情報収集・調査、分析した結果はホームページに掲載し、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情報として活用する。

3-2. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

これまで当商工会では、第1期経営発達支援計画において次の需要動向調査を実施した。

- ①商談会におけるバイヤーニーズの調査（B to B）
- ②催事の場合を活用した消費者ニーズ調査（B to C）
- ③イベント形式での地域飲食店ニーズ調査（B to C）

[課題]

以上の調査事業における課題については、次のとおり。

- 1) 上記の②では、催事という賑わいのある場において、消費者から細やかな情報を収集することに難しさを感じた。また、不特定多数から意見を収集したいため、人が集まりやすい場を設定したが、細やかにアンケート調査を行うには不向きな環境で、改善が必要である。
- 2) 上記の③では、消費者が飲食店を回遊し、様々な店舗の料理を食した上で、個店のメニューや接客、外観や内観などの営業状況について情報を収集した。調査員の聴き取りによる調査形式でなかったため、こちらが聞き取りたい内容と消費者の回答の間に齟齬が生じる場合が多く、調査項目を精査して実施する必要がある。

以上の1)、2)の事業課題を踏まえ、次の事業を実施する。

(2) 目標

	現行	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
①商談会における調査対象事業者数	3	3 (1社あたり3商品)	3 (1社あたり3商品)	3 (1社あたり3商品)	3 (1社あたり3商品)	3 (1社あたり3商品)
②「道の駅やまだ」における調査対象事業者数	—	3 (1社あたり3商品)	3 (1社あたり3商品)	3 (1社あたり3商品)	3 (1社あたり3商品)	3 (1社あたり3商品)

(3) 事業内容

①商談会におけるバイヤーニーズの調査（B to B）

「いわて食の大商談会（注1）」に参加するバイヤーを対象とし、水産加工業を中心とする管内食品製造業者等が製造する商品の試食・アンケート調査を実施し、経営指導員等が聞き取りの上、アンケート票へ記入する。

【サンプル数】 3社×3商品×20名

【調査手段・手法】「いわて食の大商談会」に参加するバイヤーを対象とし、水産加工業を中心とする管内食品製造業者等が製造する商品の試食・アンケート調査を実施し、経営指導員等が聞き取りの上、アンケート票へ記入する。

【分析手段・手法】バイヤーの属性（食品スーパー、通販、百貨店など）ごとに集計を行い、経営指導員等が分析を行う。

【調査項目】商品に対する味、容量、パッケージ、価格等。なお、調査項目は個者ごとに経営指導員等がヒアリングの上、設定する。

【調査・分析結果の活用】商品ごとに収集した結果について、バイヤーの属性ごとに結果を整理・分析しアイテムごとに製造業者へ情報をフィードバックし、商品の更なる改良や今後の事業計画策定に役立てる。

(注1)：「いわて食の大商談会」とは、岩手県等が主催し、岩手県の県庁所在地である盛岡市内にて年1回開催される試食展示会・商談会である。出展する事業者は、食品製造業者や農林漁業者等100社程度であり、各社が提案する商品について、来場する県内外の食品製造業者、小売・流通企業、外食産業等のバイヤーなど約200社と直接商談を行うことができる。

②「道の駅やまだ」における消費者ニーズの調査（B to C）

水産加工業を中心とする管内食品製造業者の既存商品の販路拡大や新商品開発に資する需要動向調査として「道の駅やまだ」での消費者ニーズ調査を実施する。

この調査では、消費者目線でのニーズをしっかりと捉えることを目的としており、町内の地元客や観光客など幅広い消費者からニーズを聞き取る必要がある。

調査を実施する「道の駅やまだ」は、年間13万人を超える観光入込者（令和元年度）があり、町内最大規模の来客数が望める施設である。こうした地域内外から多数の消費者が集まる施設で、水産加工業を中心とする管内食品製造業者が製造する商品について、試食・アンケート調査を実施し、経営指導員等が聞き取りの上、アンケート票へ記入する。調査結果を分析した上で当該企業にフィードバックを行う。

【サンプル数】3社×3商品×50名

【調査手段・手法】「道の駅やまだ」において、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アリングを行い、アンケート票へ記入する。

【分析手段・手法】消費者の属性（地元客、観光客、年齢、性別など）ごとに集計を行い、経営指導員等が分析を行う。

【調査項目】既存商品や新商品に対する味、容量、パッケージ、価格等。なお、調査項目は個者ごとに経営指導員等がヒアリングの上、設定する。

【調査・分析結果の活用】既存商品や新商品ごとに収集した結果について、顧客の属性ごとに結果を整理・分析し、アイテムごとに製造業者へ情報をフィードバックすることで、消費者目線での既存商品の更なる改良や新商品開発を通じた販路の開拓に繋げていくとともに、今後の事業計画策定に役立てる。

当商工会で実施する地域の経済動向調査の結果と、①、②で実施する需要動向調査の結果、経営状況の分析結果を踏まえ、事業計画策定支援へとつなげる。

4. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

これまで当商工会で実施してきた経営状況の分析は、補助金活用相談（小規模事業者持続化補助金、ものづくり補助金など）や、金融相談（小規模事業者経営改善貸付、岩手県中小企業融資制度など）によるものが多く、それぞれの申請には時間的制約もあることから、申請に係る部分に絞った経営状況の分析となっている。

[課題]

本来の経営状況の分析は、各種制度活用に向けてのみ行うものではなく、定期的に自社の置かれている状況を把握するために行うものであり、定量分析と定性分析を組み合わせ、様々な項目について不足なく分析することが必要である。

今後は制度活用に向けた経営状況の分析のみではなく、定期的に実施する必要があることや、様々な項目について経営状況の分析を行うことが有効であることを事業者理解していただき、その考えを普及し、当商工会としても支援する必要がある。

(2) 目標

	現行	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
分析件数	—	40 件	40 件	40 件	40 件	40 件

(3) 事業内容

ローカルベンチマーク等を活用した経営状況の分析

管内で経営を継続している小規模事業者に対して、経営指導員等が巡回訪問、窓口相談を通じて、特に事業計画の策定が必要だと考えられる事業者に対して、個別に声かけを行い、必要に応じて専門家派遣等の制度を活用しながら、経営状況の分析を行う。

【分析目的】管内の小規模事業者の経営状況について定量分析や定性分析、事業承継診断を組み合わせ実施することで、今後の事業計画や事業承継計画策定に繋げる。

【対象者】管内で実際に企業経営を行っている小規模事業者の中で、事業の持続的発展、成長発展を目指す事業者を対象とする。特に、需要動向調査を実施する水産加工業を中心とする管内食品製造業者に重点を置き実施する。
また、事業承継を検討している事業者も対象とする。

【分析手法】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し、経営指導員等が定量分析、定性分析を行う。
また、事業承継を検討している事業者については、事業承継診断票を用いて現状の把握・分析を行う。

【分析項目】

○定量分析（財務分析）

- ・売上増加率
- ・営業利益率
- ・労働生産性
- ・EBITDA 有利子負債倍率
- ・営業運転資本回転期間
- ・自己資本比率

○定性分析（SWOT分析）

- ・経営者の状況（経営理念、ビジョンなど）
- ・事業の状況（強みや弱み、生産性など）
- ・企業を取り巻く環境（市場動向、顧客の動向など）
- ・内部体制（組織体制、知的財産権、人材育成など）

○事業承継診断

- ・後継者（候補者）の有無
- ・後継者（候補者）の年齢や性別、後継者との関係
- ・後継者（候補者）への経営者教育、人脈や技術の引継ぎ状況
- ・事業承継に向けた課題とその解決に向けた取り組み状況
- ・事業承継予定時期、承継に向けた準備の進捗状況等

（４）分析結果の活用

- 分析結果は、当該事業者にフィードバックし、事業計画や事業承継計画の策定に活用する。
- 分析結果は、データベース化し内部共有することで、経営指導員等のスキルアップを図るとともに、どの職員でも随時対応可能な体制を整備する。

5. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

当商工会で現状行っている事業計画策定支援は、経営革新計画に向けた事業計画策定支援、補助金活用（小規模事業者持続化補助金、ものづくり補助金など）に向けた事業計画策定支援、金融支援（小規模事業者経営改善貸付、岩手県中小企業融資制度など）に向けた事業計画策定支援が大半を占めており、制度活用に向けた事業計画策定の割合が大きい。

[課題]

当商工会では、第1期経営発達支援計画の中で、事業計画策定セミナー（集団）を実施していたが、事業計画策定に向けた知識の習得にとどまり、具体的な個々の事業計画策定が進まなかったという反省点がある。また、集団セミナーの場合、総論的なカリキュラムになるため、参加する事業者個々の行動や意識変化に繋がらず、受講者も当初想定していた事業者数に達していないことから、実施形態の改善が課題となっている。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者に対し、事業計画策定の意義や重要性を漠然と述べても、実質的な行動や意識変化につながりにくいという現状があるため、経営状況の分析を行った企業の現状を反映した事業計画策定支援を個別相談会形式で実施する。このことにより、事業者個々の状況に応じた個別相談となるため、より事業計画の重要性を実感していただけると考えられる。当商工会では、4. で経営状況の分析を行う40事業者の5割程度／年の事業計画策定を目指す。

経営状況の分析を行う40社のうち、経営者の高齢化などの事業承継に関する課題の無い企業30社については、今後取り組む事業の具体化（売上目標、解決すべき課題、スケジュール、実施体制等）に向けた事業計画を策定する。

また、経営状況の分析を行う10社については、事業承継を検討していることから、後継者を含めた関係者の理解を得ることや後継者教育、課題の抽出と解決策の検討、承継スケジュールや将来の数値目標等について事業承継計画を策定する。

これに加え、地域で新たに起業したいと考える創業希望者からの6社／年の創業相談が見込まれるため、こちらについても5割程度の創業計画策定を目指す。このため、合計46社の相談に対応し、そのうち23社の事業計画策定を目指す。

(3) 目標

	現行	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
事業計画策定件数	—	15件	15件	15件	15件	15件
事業承継計画策定件数	—	5件	5件	5件	5件	5件
創業計画策定件数	—	3件	3件	3件	3件	3件

(4) 事業内容

経営状況の分析を行った小規模事業者や事業承継検討者及び創業希望者を対象とした事業計画等策定「個別相談会」の開催

【開催内容】年間に1か月間×3回（1月、5月、9月を予定）の事業計画策定強化月間を設け、事前に経営状況の分析などの準備を行い、予約申込制にて事業計画策定個別相談会を開催する。

【募集方法】需要動向調査や経営状況の分析を行った事業者や事業承継検討者については、経営状況の分析結果のフィードバックに併せて事業計画等策定個別相談会への参加を促す。また、経営状況の分析を行っていない創業希望者については、商工会ホームページでの広報のほか、当商工会の事を知らない可能性も高いことから町内施設等へのポスター掲示やチラシの設置を行う。また、創業者向けの補助金制度を運営する山田町や、創業資金について相談を受ける地元金融機関とも連携し、創業希望者の紹介を受ける。

【開催回数】年間に1か月間×3回（1月、5月、9月を予定）、合計3か月間開催する。

【支援内容】①経営状況の分析を行った小規模事業者（事業承継検討者以外）に対する支援
事業者個々の経営ビジョンや地域経済動向調査結果、需要動向調査結果、経営状況の分析結果などの情報を総合的に捉え、今回取り組む事業を定め、その事業の売上や利益への貢献度目標や解決すべき課題、事業スケジュールや実施体制について計画する。

②経営状況の分析を行った小規模事業者（事業承継検討者）に対する支援
現代表や後継者の持つ経営理念や経営ビジョンを互いに共有し合い、円滑な事業承継が行われるよう事業承継計画を策定する。経営状況の分析を行った結果を踏まえ、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。

③創業希望者に対する支援

地域で新たに起業したいと考える創業希望者に対して、店舗等の営業内容、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。

【参加者数】経営状況の分析を行う40社（事業承継検討者以外30社、事業承継検討者10社）のほか、創業希望者6社を想定し、合計46社の相談に対応し、そのうち23社の事業計画策定を目指す。

【支援対象】経営状況の分析を行った小規模事業者や事業承継検討者及び創業希望者を対象とする。

【手段・手法】経営指導員等が担当制で一貫した計画策定支援を行う。計画策定に必要な助言指導を仰ぐため、岩手県商工会連合会が実施するエキスパートバンクなどの外部専門家派遣も必要に応じて導入する。
また、担当職員不在時の来会対応や情報の共有、様々な視点からの助言を行うため、複数名の職員間で随時、情報の共有を行う。

6. 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支援は、金融や補助金活用支援の割合が多く、事業計画策定後の実施支援についても、金融の場合はその後の返済状況や決算状況の把握が主であり、補助金活用については、補助事業の円滑な実施に関する相談対応が主体となっていた。

[課題]

従来の事業計画策定後の実施支援では、補助事業などの事業計画の進捗状況は把握していたが、その事業が売上や利益にどの程度貢献したかという、今後に繋がる情報収集や次のステップへの支援までは十分に実施できていない。今後は、事業計画を策定した事業者に対するフォローアップも計画的に実施し、集中的に支援すべき事業者と、訪問回数を減らしても支障ない事業者を見極めた上で、フォローアップ頻度を設定することで、効率性を高める必要がある。

(2) 支援に対する考え方

事業計画策定後の支援については、全ての事業者を対象とするが、事業計画の進捗状況により、訪問回数を多く設定し集中的に支援すべき事業者と、計画の進捗がある程度順調であり訪問回数を減らしても支障ない事業者を見極めた上で、フォローアップ頻度を設定し、支援の効率性を高める。

また、事業計画の実施により、売上や利益にどのような変化があったかについても定期的に情報収集し、PDCA サイクルによる効果検証を行い、今後の方向性等を定める際の参考とする。

(3) 目標

	現行	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
①事業計画策定者 フォローアップ対象事業者数	—	1 5 社	1 5 社	1 5 社	1 5 社	1 5 社
①事業計画策定者 頻度（延回数）	—	6 0 回	6 0 回	6 0 回	6 0 回	6 0 回
①事業計画策定者 売上増加事業者数	—	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社
①事業計画策定者 営業利益率1%以上向上事業者数	—	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社
②事業承継計画策定者 フォローアップ対象事業者数	—	5 社	5 社	5 社	5 社	5 社
②事業承継計画策定者 頻度（延回数）	—	2 0 回	2 0 回	2 0 回	2 0 回	2 0 回
②事業承継計画策定者 事業承継数	—	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社
③創業計画策定者 フォローアップ対象事業者数	—	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社
③創業計画策定者 頻度（延回数）	—	1 8 回	1 8 回	1 8 回	1 8 回	1 8 回
③創業計画策定者 創業者数	—	2 社	2 社	2 社	2 社	2 社

(4) 事業内容

①事業計画策定者に対するフォローアップ

事業計画を策定した15社のうち、2社は2か月に1回、11社は四半期に1回、他の2社については年2回とする。ただし、事業者からの申出等により、臨機応変に対応する。

なお、進捗状況が思わしくなく、事業計画との間にズレが生じていると判断する場合には、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を活用し、中小企業診断士などの外部専門家を交え、第三者からの指導を受けることで、当該ズレの発生要因及び今後の対応方策を検討の上、フォローアップ頻度の変更等を行う。

②事業承継計画策定者に対するフォローアップ

事業承継計画を策定した5社については、四半期に1回とする。ただし、事業者からの申出等により、臨機応変に対応する。

なお、進捗状況が思わしくなく、事業計画との間にズレが生じていると判断する場合には、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を活用し、中小企業診断士などの外部専門家を交え、第三者からの指導を受けることで、当該ズレの発生要因及び今後の対応方策を検討の上、フォローアップ頻度の変更等を行う。

③創業計画策定者に対するフォローアップ

創業計画を策定した創業希望者（策定後に開業した新規創業者含む）は、経営経験が無いことから、様々な経営課題に直面することが想定される。そのため、創業希望者3社については、基礎的な経営支援を交えたフォローアップを2か月に1回の頻度で集中的に実施する。ただし、事業者からの申出等により、臨機応変に対応する。

なお、進捗状況が思わしくなく、事業計画との間にズレが生じていると判断する場合には、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を活用し、中小企業診断士などの外部専門家を交え、第三者からの指導を受けることで、当該ズレの発生要因及び今後の対応方策を検討の上、フォローアップ頻度の変更等を行う。

7. 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]

当商工会では、商談会への出展支援として、各種商談会の情報提供や、商談会への出展調整を中心に支援を行ってきた。

[課題]

商談会に出展する管内の小規模事業者は、事業規模も小規模であることから、事業運営上の様々な意思決定から商談会の出展まで幅広く代表者自身が担当している場合が多く、一度の出展で多くの日程が拘束される遠隔地の商談会にはあまり出展しないことが判明した。このため、事業者の実態を踏まえ、ニーズに合った商談会出展に向けた支援を実施する必要がある。

(2) 支援に対する考え方

これまでのような多くの日程が拘束される遠隔地での商談会等では、管内の小規模事業者の出展を望むことが難しいため、今後は、山田町内や岩手県内で開催される商談会など、最寄りで開催されるものを中心に周知し、職員同伴でサポートを行う体制を整備することで、事業者の出展に関する負担を軽減し、出展、成約等につなげる。

(3) 目標

	現状	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
①－1「道の駅やまだ」仕入担当者等との商談会	—	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社
成約数/社	—	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
①－2「いわて食の大商談会」に来場するバイヤーとの商談会	—	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社
成約数/社	—	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
②「道の駅やまだ」における地元加工品販売会出店事業者	—	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社
売上額/社	—	5 万円/社	5 万円/社	5 万円/社	5 万円/社	5 万円/社

(4) 事業内容

①地域密着型商談会の実施（B to B）

遠隔地開催の商談会では、事業者の日程確保が難しいことから、山田町内の「道の駅やまだ」の仕入担当者等との商談会や、岩手県内で開催される「いわて食の大商談会」に来場するバイヤーとの商談会を実施する。支援対象者は、水産加工業を中心とする管内食品製造業等とし、商談会ごとに参加企業数3社を目指す。1社あたり3商品について商談を行い、各社1商品の成約を目指す。

①－１「道の駅やまだ」仕入担当者等との商談会

【開催内容】当商工会で企画し、「道の駅やまだ」の仕入担当者、販売担当者、ネットショップ担当者への商談会を実施する。各部門担当者の立場から、持ち込む商品について意見交換を行い、商談による新規成約を目指すとともに、売れる商品づくりに関する意見を得て、後の商品改良に繋げる場とする。

【出展事業者】事業計画を策定した水産加工業を中心とする管内食品製造業等：３社。

【商談品目】１社あたり３商品のため、３社９商品について商談を行う。

【成果目標】１社あたり１商品の成約を目標とする。

①－２「いわて食の大商談会」に会場するバイヤーとの商談会

【開催内容】岩手県等が主催し、年１回、盛岡市内にて開催される。出展者は、県内の食品製造業者や農林漁業者など１００社程度。来場者は、県内外の食品製造業者、小売・流通企業、外食産業等のバイヤーなど約２００社。

【出展事業者】事業計画を策定した水産加工業を中心とする管内食品製造業等：３社。

【商談品目】１社あたり３商品のため、３社９商品について商談を行う。

【成果目標】１社あたり１商品の成約を目標とする。

②「道の駅やまだ」における地元加工品販売会の実施（ＢｔｏＣ）

山田町の道の駅である「道の駅やまだ」は、地域住民と観光客の両方が地域の商品を購入する場であり、地域内需要と地域外需要の両方が発生する。この道の駅において、水産加工業を中心とする管内食品製造業者等３社の商品（１社あたり３～５アイテム程度）について販売会を実施し、地域内、地域外に対する新たな需要の開拓を進める。

【開催内容】当商工会で企画し、「道の駅やまだ」に販売スペースを設け、観光客等が多く来店する週末等に販売会を年１回実施する。販売するターゲットは、地域外から訪れる観光客、地元の一般顧客の両方であり、試食等も織り交ぜ、顧客の反応や意見を伺いながら販売する。販売実績や顧客等から寄せられた意見については、出店事業者と当商工会間で情報共有を行い、売れ筋商品や改良の必要な商品などについて確認や分析を行い、今後の商品開発の参考とする。

【出展事業者】事業計画を策定した水産加工業を中心とする管内食品製造業等：３社。

【販売品目】１社あたり３～５商品程度、３社合計９～１５商品について販売を行う。

【成果目標】１社あたり５万円、合計１５万円の売上を目標とする。

8. 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]

これまでは、毎年度1～2回の開催頻度で、本計画に記載した事業の実施状況及び成果について、「山田町商工会経営発達支援事業評価検討会」を開催してきた。構成員は、外部有識者や行政、商工会役員及び事務局長、地元の小規模事業者であり、この会議の中では、経営発達支援事業の評価のみならず、他地域での有効な取組事例や、事業者が求めているニーズなどを共有し、今後の支援のあり方に関する意見交換などを行っている。

[課題]

今後は、事業の評価及び見直し、有効な情報共有の効果をさらに高めるため、現状、年1～2回の開催で開催時期も不定期であったものを、年2回（年度途中と年度末）に開催回数を増やし、定期的に実施することで、事業の進捗状況の共有や今後の対応策について深く検討を行い、より計画の実行性を高める必要がある。

(2) 事業内容

①山田町商工会経営発達支援事業評価検討会の開催（年2回）

これまでの事業評価方法を踏襲し、事業評価検討会を継続して設置するが、その開催回数を年2回とし、定期的（年度途中と年度末）に開催する。このことにより、事業の進捗状況の共有や課題、今後の対応策について深く検討し、適切にPDCAサイクルを回すことができ、その後の経営発達支援事業の実効性や効果を高めることができる。

また、構成員は次のとおりとする。

【外部有識者】合同会社地域計画 代表社員 熊谷 智義 氏（注2）

【小規模事業者】地域で事業を行う小規模事業者1名

【山田町】山田町水産商工課長

【山田町商工会】専務理事、事務局長

【法定経営指導員】法定経営指導員

（注2）熊谷 智義氏は、地域計画コンサルタントとして、6次産業化支援や特産品開発・地域ブランド創造などの産業振興分野や、市町村の総合計画策定分野などに精通している計画やマネジメントの専門家である。商工会と行政が連携して実施する経営発達支援計画において、商工分野、行政分野の両方について知見を有する専門家であるため、外部有識者として山田町商工会経営発達支援事業評価検討会の構成員とする。

事業評価結果については、当商工会理事会に報告した上で、今後の事業実施に反映させるとともに、当商工会ホームページへ掲載（年1回）することで、地域の小規模事業者等が常に関覧可能な状態とする。

(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2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)

山田町商工会		—	山田町 水産商工課
事務局長	1名		
法定経営指導員	2名		
経営支援員	3名		

(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：田中 陽平、松谷 敏行

■連絡先：山田町商工会 TEL：0193-82-2515

②法定経営指導員による情報の提供及び助言

経営発達支援事業の実施・実施に係る指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価・見直しをする際の必要な情報の提供等を行う。

(3) 商工会／商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会／商工会議所

〒028-1351

岩手県下閉伊郡山田町長崎三丁目6番18号

山田町商工会

TEL：0193-82-2515 / FAX：0193-82-0677

E-mail：yamadamachi@shokokai.com

②関係市町村

〒028-1392

岩手県下閉伊郡山田町八幡町3番20号

山田町 水産商工課

TEL：0193-82-3111 / FAX：0193-82-4989

E-mail：info@town.yamada.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 3 年度	令和 4 年度	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度
必要な資金の額	9 5 0	9 5 0	9 5 0	9 5 0	9 5 0
専門家謝金	1 9 0	1 9 0	1 9 0	1 9 0	1 9 0
専門家旅費	6 0	6 0	6 0	6 0	6 0
展示会等実施・出展費	4 0 0	4 0 0	4 0 0	4 0 0	4 0 0
広報費	1 5 0	1 5 0	1 5 0	1 5 0	1 5 0
委託費	1 5 0	1 5 0	1 5 0	1 5 0	1 5 0

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
国補助金、県補助金、町補助金、自己資金（会費、各種手数料収入）

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(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
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等