

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	山田町商工会 (法人番号 8400005004171)
実施期間	平成 28 年 4 月 1 日から平成 33 年 3 月 31 日まで
目標	<ul style="list-style-type: none"> (1) 被災事業者の再建支援の強化 (2) 伴走型支援による個別企業の経営力向上 (3) 地域資源を活用した販路の確保 (4) 観光資源を活用した地域活性化の推進
事業内容	<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 経済を取り巻く環境に加え、地域の経済動向に関する情報を、継続的かつ計画的に提供することで事業計画の策定など経営の発達に役立てる。</p> <p>2 . 経営状況の分析に関すること 小規模事業者の持続的発展に向け、経営実態の把握及び分析を行なう。</p> <p>3 . 事業計画策定支援に関すること 経営状況の分析結果を踏まえ、経営課題の解決を目的とする事業計画の策定支援に取り組む。</p> <p>4 . 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画を策定した小規模事業者に対し、立案した計画に規定された実施事項が着実に実践されるよう定期的に進捗状況を把握する。</p> <p>5 . 需要動向調査に関すること 小規模事業者が取扱う商品やサービスにかかる需要の動向に関する情報の収集を行ない、整理、分析して小規模事業者に提供する体制を確立させ需要開拓につなげる。</p> <p>6 . 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 商談会、展示会等への出展などの助言を行ない、商談の成立確率を高める。さらに、報道機関に向けた情報の提供・告知・発表等の情報発信を支援する事業に取り組み、小規模事業者の取組む需要開拓に貢献する。</p> <p>・地域経済の活性化に資する取組み 平成 30 年度に三陸鉄道の全線が開通する予定であり、これを機として町内への流入人口を増やし観光客増加と販売促進につなげていき、地域経済の活性化を目指す。</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 . 地域産品 P R 事業 2 . にぎわい創出事業
連絡先	山田町商工会 指導グループ 郵便番号 028-1351 住 所 岩手県下閉伊郡山田町長崎三丁目 6 番 18 号 電話番号 0193-82-2515

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 山田町の概況



山田町は、昭和30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、東は太平洋、北は宮古市、南から西にかけて上閉伊郡大槌町に接し、海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。

2. 地域・小規模事業者の現状と課題

山田町は、商工業者数786、小規模事業者数678（平成21年経済センサス）で全体の86.3%を小規模事業者が占めていた。東日本大震災により、会員461（被災時点）の内、337の会員が被災した。被災会員の復旧・復興状況別にみると、継続・再開（59.6%）未再開（1.5%）廃業（37.7%）転出（1.2%）の構成割合になっているが、事業所数の減少率は全体平均で▲14.7%となっている。（減少率は、被災時点と平成28年4月1日の比較）

商工業者数・小規模事業者数・会員数

	21年度	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度	27年度	28年度
商工業者数	786	→	→	272	→	→	→	→
小規模事業者数	678	→	→	220	→	→	→	→
建設業	85	→	→	42	→	→	→	→
製造業	70	→	→	24	→	→	→	→
卸売業・小売業	194	→	→	70	→	→	→	→
飲食店・宿泊業	86	→	→	12	→	→	→	→
サービス業	173	→	→	50	→	→	→	→
その他	70	→	→	22	→	→	→	→
会員数	486	475	458	410	423	391	395	393

（出典：経済センサス）

会員数内訳

業種	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食・宿泊	サービス	その他	合計
28年度	82	43	14	109	50	66	29	393
22年度	78	69	15	159	55	71	28	475
増減数	4	26	1	50	5	5	1	82

東日本大震災被災会員の復旧・復興状況							
	会員数		被災会員状況				
被災時点	461	337	継続・再開	未再開	廃業	転出	
平成 28 年 10 月現在			201	5	127	4	
中小企業等復旧復興支援補助事業活用実績							
	23 年度	24 年度	25 年度	26 年度	27 年度		
グループ数	6	9	1	2	3		
企業数	20	47	5	6	7		
山田町における産業別の小規模事業者の現状、課題は次のとおりである。							
●商業							
東日本大震災による人口の減少・流出や個人消費の低迷に加え、食料品・日用品台所用品・医薬品化粧品など最寄り品の地元購買率は減少しているが、紳士服・普段着・下着類・靴かばん等の買回り品については郊外型の大規模店や国道 45 号線沿いに駐車場を備えた店舗の進出などにより増加傾向にある。							
被害が甚大であった中心市街地においては、国の津波・原子力災害被災地域雇用創出企業立地補助金を活用し、震災により被災した町内の事業者等が入居する共同店舗の整備を行い、また共同店舗周辺には、国・県の中小企業等復旧復興支援補助事業を活用した商業・サービス業者（やまだ うみねこ商店街グループ）が平成 28 年 11 月に本設再開する予定である。							
中心市街地においては平成 28 年度から平成 30 年度にかけて計 97 事業者の追加申請が予定されているが、復興計画の進捗が遅れ気味であることから、本設による事業復旧を目指す小規模事業者にとっては、厳しい状況の中でも耐えられるような経営を行うことが課題となっている。							
商業統計調査							
	事業所数	従業者数	小売業年間商品販売額				
26 年度	72	468	9,401 百万円				
19 年度	226	967	11,933 百万円				
増減数	△154	△499	△2,532 百万円				
地元購買率							
	最寄り品				買回り品		
	食料品	日用品・台所用品	医薬品・化粧品	紳士服	婦人服	普段着	下着類
26 年度	79	73	66	10	23	38	45
20 年度	88.1	82.9	84.7	7.9	14.3	25.8	36
増減数	△9.1	△9.9	△18.7	2.1	8.7	12.2	9
	買回り品			買回り品			
	靴・かばん	家具・インテリア	スポーツ・娯楽用品	書籍雑誌・CD	家電製品	外食・喫茶	
26 年度	8	7	8	10	10	18	
20 年度	7	10.5	23.3	11	9.7	23.1	
増減数	1	△3.5	△15.3	△1	0.3	△5.1	
(出典：岩手県広域消費購買動向調査及び山田町購買動向調査)							

●工業

東日本大震災後の復旧・復興関連需要に支えられ、公共工事や住宅着工が増加基調で推移しているものの先行きに対し不安を感じている事業者は多い。また、まちを支える水産加工業は、グループ補助金等により、工場等の生産設備は整備されたものの従業員の確保難等の問題や震災によって失った販路の回復は厳しく、販路拡大が課題となっている。

製造品出荷額等（食料品製造業）

	事業所数	従業者数	現金給与総額 (万円)	製品出荷額等 (万円)	粗付加価値額 (万円)
25年度	9	195	33,819	402,234	129,936
22年度	15	336	53,950	361,831	110,654
増減数	△6	△141	△20,131	40,403	19,282

(出典：岩手県工業統計調査)

●観光

平成22年度(2010年度)の入込客数は約20万人であるが、東日本大震災以降4年間で12.8%増加している。入込客の54.0%が日帰り客となっており、滞留時間を拡大して宿泊客の増加を図ることが課題となっている。

	入込客数	宿泊	内訳		日帰り	内訳	
			観光	ビジネス		観光	ビジネス
26年度	225,019	46%	24%	22%	54%	45%	9%
22年度	199,428	30%	20%	10%	70%	63%	7%
増減数	25,591	16%	4%	12%	△16	△18%	2%

(出典：岩手県観光統計調査)

3. 取組みの目標

(1) これまでの商工会の小規模事業者支援の取組状況

当商工会では、これまで会員企業の支援として事業復興型雇用創出助成金、小規模事業者持続化補助金、ものづくり補助金、東日本大震災復興特別貸付、小規模事業者経営改善資金の利用、創業支援や経営革新などの支援を進めてきた。また東日本大震災以降、中小企業等復旧復興支援補助金等を活用して被災事業者の事業再開を支援してきた。

経営改善普及事業等実施に関わる指導実績

	平成25年度	平成26年度	平成27年度
事業復興型雇用創出助成金申請支援	48	42	45
小規模事業者持続化補助金申請支援	-	8	9
ものづくり補助金申請支援	2	0	0
東日本大震災復興特別貸付	15	14	10
小規模事業者経営改善資金	2	2	9
創業支援	6	5	3
経営革新計画（認定／作成支援）	0／1	1／1	0／1
中小企業等復旧復興支援補助金申請支援	0	1	3

(2) 小規模事業者の中長期的な振興のあり方

前述の課題に対応するため、山田町のまちなか再生計画の中で「求心力を備えた持続する中心市街地への再生」が講じられており、山田町商工会は地域や小規模事業者の現状と課題を踏まえながら、山田町などの行政機関や金融機関などと連携し、経営発達支援事業を推進する。

小規模事業者が経済社会情勢や経営環境の変化に対応し、雇用を維持して持続的発展を図るため、町内外を含めた販路開拓や新商品開発への支援、事業所の存続のための事業承継支援、経営改善支援、経営革新支援等、また創業支援に係る事業活動全般への伴走型支援を行ない地域産業の発展を目指す。

(3) 経営発達支援計画の目標

①被災事業者の再建支援の強化

盛土及び区画整理が進み環境が整いつつあることから、グループ補助金等各種施策の活用により被災事業者の再建を支援するとともに、地域経済の復興を推進する。

中小企業等復旧復興支援補助事業・申請予定

	28年度	29年度	30年度
グループ数	3	3	1
企業数	9	79	9

②伴走型支援による個別企業の経営力向上

行政や金融機関、関係機関と連携し、小規模事業者の経営課題を抽出、その課題解決を図る。社会情勢が変化する中で、小規模事業者が持続的に安定した経営ができる体制を構築するため、経営課題の抽出から事業計画の実施まで、伴走型の支援を提供する。経営力の不足している小規模事業者でも、事業が発展する支援を実施する。

③地域資源を活用した販路の確保

町内市場の縮小が進む中、小規模事業者には、積極的な販路拡大、特に、成長する首都圏を獲得することが求められる。山田町には水産物、農産物、その加工品など豊富な地域資源があり、魅力のある商品やサービスを有する小規模事業者が数多く存在する。小規模事業者が有する商品・サービスを発掘し、首都圏への販路開拓機会を提供することで、小規模事業者が新しい市場にチャレンジできる仕組みを構築する。

④観光資源を活用した地域活性化の推進

山田町は、一次産品のみならず、豊かな自然、カキまつりや山田八幡宮祭典、大杉神社祭典などの観光資源を有している。こうした資源を有効に活用し、これまで以上に交流人口の拡大を図ることが地域全体の活性化につながる。岩手県や山田町などと歩調をあわせ、地域独自の施策にも取り組むことで、町外からの誘客に努め、交流人口を獲得し、山田町全体の市場拡大を目指す。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

(1) 経営発達支援事業の実施期間（平成 28 年 4 月 1 日～平成 33 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】

経営環境に即応して持続的発展を遂げるためには、経営環境を正しく把握する必要がある。

経済を取り巻く環境に加え、地域の経済動向に関する情報を、継続的かつ計画的に提供することで事業計画の策定など経営の発達に役立てる。

小規模事業者が入手できる情報には限りがあり、これまで情報を経営に活かすという発想を持ちえてこなかった。商工会も経済動向に関する情報の必要性を理解しておらず、収集や分析を実施していなかった。

今後は経営に活かす情報を収集、分析、提供し、方針を持ち、小規模事業者の事業計画策定に活用していく。

●事業内容

(1) 目的

地域の現状を把握することで、小規模事業者のやるべきことを明確にし、経営分析の際に有効活用して、小規模事業者の売上や利益につながる取組みが行なえるようになることを目指す。

定期的な情報発信により、地域全体の経営力向上に役立てる。また、調査結果を経営分析に活用し、実現性の高い事業計画を策定することで、持続的発展につなげていく。

(2) 手段

巡回指導・窓口相談で直接提供する他、商工会報、ホームページの活用で、町内の小規模事業者にいきわたるよう計画的に収集、分析、整理、提供を実施する。

具体的には、収集すべき情報及びその入手先を特定し、情報収集リストを作成する。担当者を配置し、各機関が情報発信するたびに情報を確認し収集する。得られた情報を分析して、小規模事業者に分かりやすく整理する。整理された情報は、ホームページに掲載する他、商工会報等に掲載して公表する方法にて実施する。

(3) 情報の種別

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経済動向を分析する。

①岩手県政策地域部調査統計課が月ごとに行なう「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なう「中小企業景気動向調査」の調査結果

③日本政策金融公庫盛岡支店が四半期ごとに行なう「景気動向調査」の調査結果

(4) 分析する項目

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
景気動向調査	売上額、採算、資金繰り、業況、経営上の問題点、設備投資、価格動向

(5) 活用方法

経営状況や外部環境を把握し経営分析を行なう際の参考資料、事業計画を策定するうえでの根拠として使用する。巡回指導、セミナー・研修会に際して、参加者に対して配布するとともに商工会報及びホームページに掲載することで、小規模事業者がいつでも閲覧できるように示す。

(6) 効果

小規模事業者に対して実施する事業計画策定・実施支援の精度が高まり、目標達成の可能性が向上する。市場規模や地域の経済動向に即した計画が立案できることで、新商品開発や販路開拓の取組みが、よりの確なものとなる。併せて経営指導員が行なう伴走型支援における的確性が高まり、質の高い支援ができるようになる。小規模事業者に対して、会報やホームページを通じて、調査の分析結果を示すことで、新たな事業の取組みを促すことができる。

	単位	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
調査結果提供先	社	0	400	400	400	400	400
商工会報による提供回数	回	0	2 (800社)	3 (1200社)	4 (1600社)	4 (1600社)	4 (1600社)
HPによる提供回数	回	0	2	3	4	4	4

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

小規模事業者の持続的発展に向け、経営指導員等の巡回指導・窓口相談、各種セミナー・研修会の開催等を通じて小規模事業者の経営実態の把握及び分析を行なう。

経営不振から立ち直れない、新たな事業に取組むきっかけがつかめない理由のひとつとして、小規模事業者が、自らの経営実態を把握できていないことがある。商工会は、強みや経営課題を的確に把握できていないために事業を好転させることができない小規模事業者に対して、効果的な助言ができていない。

今後は経営状況の分析の重要性を伝え、小規模事業者が自身の強みや経営課題を的確に把握できるよう、効果的な支援を行なっていく。

●事業内容

(1) 目的

小規模事業者に対して、自社の置かれている経営環境や保有する経営資源を正しく、把握できるように経営指導員等が経営状況を正しく分析して効果的な助言を行なうことで、課題解決に寄与する。

(2) 効果

小規模事業者と経営指導員等が、ともに経営状況を分析することで、自社の状況を正しく把握する。経営指導員等と情報を共有し、中長期的な計画に基づいた伴走型支援を実施する。信頼関係を構築することで、事業計画策定の意欲を高め経営課題の解消や新規事業への取組みにつなげ、小規模事業者の利益の確保につなげる。

(3) 分析を行なう項目

小規模事業者の販売する商品、提供する役務の内容、保有する技術、またはノウハウ、従業員等の経営資源、財務の内容等の経営実態を把握する。SWOT分析等の手法を活用し、強み、弱み、機会、脅威を抽出し、経営課題の明確化、またビジネスチャンスにつながる糸口を見出す。

(4) 手段

経営分析を行なう対象者として、過去に経営相談が行われた小規模事業者のうち課題が解決できていない小規模事業者、金融・税務相談が過去2年以内に行なわれた小規模事業者、セミナー・研修会に参加された小規模事業者を中心に、巡回指導・窓口相談での経営分析の必要性を勘案して選定する。経営実態の把握は、経営指導員等によるヒアリングを「現状再確認整理シート（下記資料1）」によって行ない、課題の解決方法を導く形で行なう。岩手県商工会联合会・いわて産業振興センター（岩手県よろず支援拠点）等の支援機関や外部専門家と連携し、効率的に実施する。

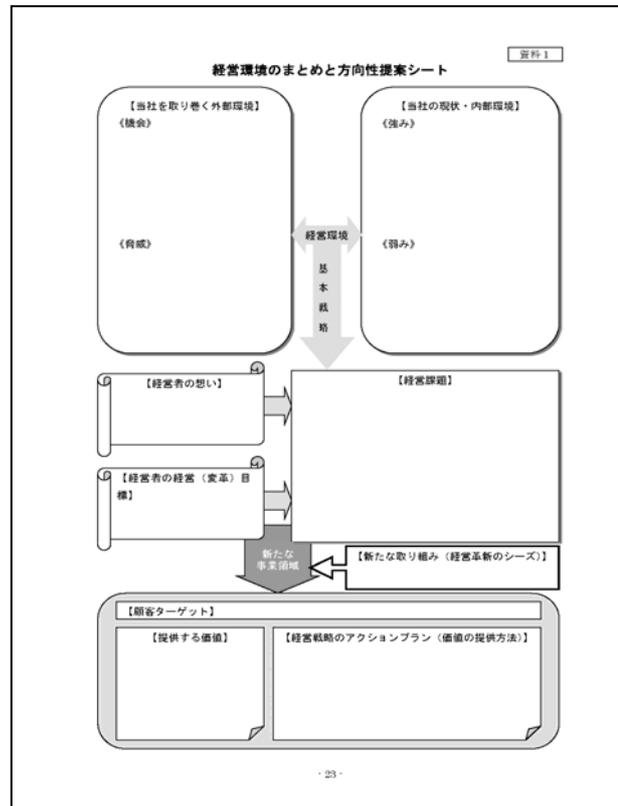
経営実態及び助言内容は、商工会内部でいつでも閲覧できる記録・保存方法を取り、情報の共有を図る。

資料1

支援企業 現状再確認 整理シート

会社概要		平成	年	月	日現在
1	事業所名(社名)				
	本社所在地	(〒)			
	Tel				
	FAX				
2	代表者氏名				
3	創 業	年	月	(法人化年月:)	
4	従業員数	名(男	名、女	名)	※内パート 名
5	後継者の有無	有・無	(現代取締役との関係:)		
6	業 種				
	既存事業の概要				
7	商品・サービスの概要と特徴				
8	取引先・お客様の特徴・ニーズ				
9	内部環境 (強み・課題等)				
10	外部環境 (ここ数年内で大きく変化した事柄など)				
11	決算状況 (3期分)	単位:千円			
		期(日 / ~日 /)	期(日 / ~日 /)	期(日 / ~日 /)	
	(1) 売上高				
	(2) 租 利				
	(3) 営業利益				
	(4) 減価償却				
	(5) 借入金				
	(6) 経営者借入				

- 22 -



(5) 活用方法

経営実態や経営状況の分析結果は、小規模事業者の利益の確保に資する、有益な助言及び事業計画策定に役立てる。新たなターゲットの設定、商品構成の見直し、既存のサービス提供方法など業務の改善に役立つものや、新たな事業への取組みを促していく。

支援内容	単位	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
巡回指導・窓口相談件数	件	950	1,100	1,100	1,100	1,100	1,100
経営分析件数	社	10	28	29	29	31	31

*巡回指導・窓口相談件数は、経営分析対象先の掘り起しのための件数です。

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

経営状況の分析結果を踏まえ、経営課題の解決を目的とする事業計画の策定支援に取り組む。経済動向調査や需要動向調査を活用し精度を高める他、必要に応じて国等の施策の活用を図る。また、計画の実施から目標達成に至るまで小規模事業者の持続的発展につながるよう伴走型支援を実施する。

さらに資金調達に取り組む小規模事業者、事業承継の時期にある小規模事業者、創業前後の事業が安定しない小規模事業者など、事業計画策定が経営の安定化に有効と経営指導員等が判断した場合、事業計画策定を推奨する。

小規模事業者は事業計画を策定した経験が乏しく、その必要性に気づいていない傾向が見受けられる。必要性を感じていても、時間や人的な経営資源が限られており、計画策定に取り組む機会を作りにくい状況にある。

また、経営指導員等の持つ計画策定に関する情報やノウハウに偏りがあり、その必要性を適切に伝えられておらず、小規模事業者自らが計画を立案できるための指導をすることが難しい。

今後は経営指導員等が正しい最新の情報やノウハウを身につけ、事業計画策定の必要性や策定方法を指導していくことで、経営の安定化を図っていく。

●事業内容

(1) 目的・考え方

中長期的観点に立ち、経営環境の変化に対応できる自立した小規模事業者を育成するために、PDCAを自ら実践できるように必要な支援を行なう。小規模事業者自ら事業計画を立案できるようになることで、小規模事業者を取り巻く経営環境への対応力を高め、持続的発展につなげる。

事業計画を立案しても、資金面で取り組みが着手できない場合もあるため、資金面等で小規模事業者の取り組みをより手厚く支援する。国等の施策を踏まえ、金融機関など他の支援機関の理解を十分に深められるよう、小規模事業者への伴走型支援を実施する。

(2) 支援対象

経営相談、金融・税務相談で経営状況の分析を行なった小規模事業者、資金の調達に取り組む小規模事業者、事業承継や創業を予定している小規模事業者を対象とする。

支援対象者の掘り起こしのため、事業計画策定を体験する経営革新塾や販路開拓塾、創業塾等、各種セミナー・研修会を開催し、事業計画策定の必要性、有効性を自ら体得する機会を増やす。また、経営指導員等は経営状況分析を実施した小規模事業者などに対し、重点的に事業計画策定の必要性を伝え、策定支援対象者とする。

(3) 手段

①事業計画の策定

事業計画は、小規模事業者と経営指導員等が経営課題や経営目標を十分に理解、共有したうえで策定する。計画策定にあたり、中小企業基盤整備機構東北本部等の支援機関や外部専門家等と十分な連携を図り取り組む。事業計画として、経営革新計画、経営改善計画、事業承継計画、創業計画、販路開拓計画等などを想定する。

②資金調達の助言

新たな取り組みは、実績がないがゆえに金融機関からリスクが高いと評価されがちである。各種融資制度の他、国等の施策の活用を促し、事業計画に基づいた新商品やサービスの提案、市場の可能性を検討し、事業運営上で有利となる融資あっせんや補助事業の採択を目指す。

融資制度として、日本政策金融公庫の小規模事業者経営改善資金、小規模事業者経営発達支援融資制度、岩手県制度融資等、また補助事業として、いわて希望ファンド、ものづくり、創

業、小規模事業者持続化等、小規模事業者が希望される条件に合致するものを選択して助言し、円滑な資金調達に寄与する。

(4) 効果

小規模事業者を取り巻く経営環境の変化に対応できるようになり、経営課題の解決や新たな事業への取組みにつなげることができる。伴走型支援を通して小規模事業者自らが事業計画を立案できるようになり、持続的発展につなげていく。

資金面等で取組みを支援することで、資金調達が可能とし経営の安定化を図る。

支援内容	単位	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
経営革新計画策定	件	1	3	3	3	3	3
経営改善計画策定	件	0	1	1	1	2	2
事業承継計画策定	件	0	1	1	1	2	2
創業計画策定	件	2	7	8	8	8	8
販路開拓計画策定	件	7	12	12	12	12	12
セミナー・研修会開催数	回	3	5	5	5	5	5
セミナー・研修会参加人数	人	20	80	80	80	80	80

経営革新計画策定件数及び創業計画策定件数・販路開拓計画策定件数(持続化補助金含む)は、商工会運営改善目標設定数に基づきます。

- ・経営革新計画策定：経営指導員・プロジェクトマネージャー 1人当り 28～32年度 1件
- ・創業計画策定：経営指導員 1人当り 28年度 3.5件 29～32年度 4件
- ・販路開拓計画策定(持続化補助金含む)：経営指導員 1人当り 6件

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

事業計画を策定した小規模事業者に対し、立案した計画に記載された実施事項が着実に実践されるよう定期的に進捗状況を把握し、必要に応じて追加支援を行なう。

小規模事業者は経営資源が限られおり、計画した事業を実行できないケースが見受けられる。また、経営指導員等は計画策定に注力してしまい、事業の進捗管理やフォローアップがおろそかになる傾向があり、支援要望に基づきその都度、対応していた。

今後は経営指導員等による計画的な支援計画を事業所ごとに策定し、定期的な巡回指導・窓口相談により適正な進捗管理に努める。

●事業内容

(1) 目的

小規模事業者が計画した事業に取り組めるよう、計画的な支援計画により伴走型支援を展開し、事業が円滑に運ぶための支援を実行する。

(2) 手段

策定した事業計画が、着実に実施され、予定する売上、利益が得られているか、取組みの進捗状況や目標の達成状況を巡回指導・窓口相談によって定期的に把握する。取組み上の問題点が明らかとなった場合、追加支援を検討する。

(3) 具体的な指導内容

① 定期的な進捗管理、フォローアップ

事業計画に基づく取組みを行なう上で、年間を単位とするスケジュールを設定し、計画された時期に着実に取組みが行われるよう、小規模事業者との連絡を密にして伴走型支援を行なう。

② 進捗状況の検証

想定された売上、利益の達成状況等、目標達成の度合いを確認し、誤差がある場合は、その原因の究明を図る。原因の特定が困難な場合、他の支援機関や外部専門家を活用し、取組み上の問題点が明らかとなった場合、目標や計画を組みなおす等の追加支援を検討する。

(4) 頻度

小規模事業者の計画内容やスケジュールをもとに、指導の頻度を設定する。事業計画策定事業者は、四半期毎のフォローアップを原則とし、経営の改善や事業の早期安定化を目指す創業者については、月1度以上のフォローアップを行なう。

(5) 効果

計画を着実に実施することより、新たな取組みや経営の円滑化につながり、安定した利益の確保につながる。計画策定、検証、改善を反復することで、自らが自立して経営環境の変化に対応できる資質が身につく。

支援内容	単位	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
フォローアップ対象先	社	10	24	25	25	27	27
(総数)	回	56	160	172	172	188	188
四半期毎にフォローアップ	社	8	16	16	16	17	17
(回数)	回	32	64	64	64	68	68
月毎にフォローアップ	社	2	8	9	9	10	10
(回数)	回	24	96	108	108	120	120

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

山田町の復興計画は平成32年度末に終了が予定されているが、被害が甚大であった中心市街地において、平成28年11月に津波・原子力災害被災地域雇用創出企業立地補助金を活用した共同店舗のオープンと中小企業等復旧復興支援補助金を活用した「やまだ うみねこ商店街」の一部が本設再開するに留まり、他の商業・サービス業者の復興にはまだ時間を要する状況にある。

こうした状況の中、東日本大震災後に早期に再開した小売業・飲食業者においては復旧・復興関連需要の減少が予想され商品構成・サービス構成の見直しが喫緊の課題である。また、震災によって失った販路の回復が厳しい食料品製造・水産加工業者については、新商品・新サービスの開発が喫緊の課題である。そこで、これらの事業者が取り扱う商品等にかかる需要の動向に関する情報の収集を行なう。

また、主に地元消費者をターゲットとする小売・飲食等小規模事業者の中には、取扱商品やメニューなどサービス構成を見直しについて消費者の需要の情報源を持たない小規模事業者も多く、見直しの機会が少ない現状がある。商工会も需要動向に関する情報の収集、分析、提供等は、目的や目標を定めることなく方針を持たずして行ってきた。そこで、今後はこれらの事業者にも以下の取組を通じた既存サービス内容や品揃えの改善などに資する需要調査を行う。

今後は小規模事業者が需要を見据えた事業計画を策定するための情報を、計画的に収集、分析、提供していく。

●事業内容

(1) 目的

小規模事業者が需要を見据えた事業計画を策定する際に役立てるほか、商品構成・サービス構成の見直し、新商品・新サービスの開発など効果的な事業活動に取り組めるようにする。

(2) 手段

①情報の収集

ア. 商工会が収集する情報

(ア) 商談会での新商品に関するバイヤー調査

食料品製造・水産加工業者は、東日本大震災による取引先が減少しており、商談会や展示会に積極的に参加しているもののいまだ半数の事業者が震災前の売上に回復していない。したがって、バイヤー目線でのニーズをしっかりと捉えた商品開発や販売が重要になってくる。そこで、食料品製造・水産加工業者の新商品開発に資する需要調査として、商談会に向けたバイヤー調査へのヒアリング調査を新たに実施する。

調査対象：域内外への販路の拡大を目指している食料品製造・水産加工業者のうち、域外での商談会へ出展を検討している事業者最大 10 社程度

調査項目：新商品に対する味、容量、パッケージ、価格等。なお、調査項目は個社毎に経営指導員がヒアリングをして設定する。

実施方法：県内の地域資源を活用した食料加工品などの商社機能を有する(株)いわて県産の取引担当者に直接意見を求めるとともに、商品に応じたバイヤーの紹介を受ける。これらのバイヤーにも同様に新商品の試食などを通じて経営指導員等が直接ヒアリングを行う。1 商品あたり、5 社程度のヒアリングを目標とする。

活用方法：商品毎に抽出した結果について、基本属性毎に結果を整理分析し食料品製造・水産加工業者に提供するとともに、バイヤー目線での新商品開発を通じた販路の開拓や商談会等の出展に繋げていく。

(イ) 地域のイベントを通じた新商品に関する消費者調査

食料品製造・水産加工業者に対して、(ア) バイヤー目線だけでなく消費者目線でのニーズをしっかりと捉えた商品開発や販売のために、地域のイベントの機会を活用した以下の消費者調査を実施する。

地域イベントの概要

【カキまつり】

毎年県内外から 4,500 人を超える来場数があり、バスツアー客も多く多彩なイベントも行われるなど地域内外から多数の消費者が集まる。

【山田秋祭り】

山田町の観光資源である山田八幡宮祭典、大杉神社祭典からなる山田の秋祭りは、一日中海や通りを縦横無尽に駆け回る暴れ神輿が魅力の三陸を代表する勇壮な祭りです。両祭典に合わせ設けられるお祭り広場では、郷土芸能や踊りなどが行われ、毎年県内外から 16,000 人を超える来場数がある。

調査対象：域内外への販路の拡大を目指している食料品製造・水産加工業者のうち対象は、商談会等への出展を案内する食料品製造・水産加工業者最大 10 社程度

調査項目：既存商品または新商品に対する味、容量、パッケージ、価格等
回答者の基本属性は住所（町内、県内、県外）、性別、年齢の別
なお、項目は（ア）と同様に事業者の意向を反映させて決定する。

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アリングを行う。

1 商品あたり、30 件程度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、基本属性毎に結果を整理分析し食料品製造・水産加工業者に提供するとともに、消費者目線で既存商品の見直しや新商品開発を通じた販路の開拓に繋げていく。

(ウ) 喰おーくラーイーでの新メニューに関する消費者調査

町内飲食店は、東日本大震災による人口の減少・流出や個人消費の低迷に加え、地元購買率が減少しており、いまだ半数の事業者が震災前の売上に回復していない。しかし、今後中心市街地の再生に合わせて近隣市町村を含めた消費者の往来が期待されることから、これら消費者目線でのニーズをしっかりと捉えたメニュー開発や提供が重要になってくる。そこで、飲食店の既存メニューの売上拡大や新メニュー開発に資する需要調査として、喰おーくラーイーでの消費者調査を実施する。

喰おーくラーイーは、エリア毎に指定された飲食店の中から4店を選んで食べ歩くイベントで毎年町内外から800人を超える参加者数があり、こうした地域内外から多数の消費者が参加する場所で以下の調査を実施する。

調査対象：喰おーくラーイー参加飲食店30社

調査項目：既存メニューまたは新メニューに対する味、容量、価格等

なお、回答者の基本属性は住所（町内、県内、県外）、性別、年齢の別に直接消費者に喰おーくラーイー応募用紙に回答していただく。

実施方法：既存メニューや新メニューの飲食を通じて参加者が応募用紙に回答を行う。

1店あたり、30件程度の意見を目標として実施する。

活用方法：店毎に抽出した結果について、基本属性毎に結果を整理分析し飲食店に提供するとともに、参加者数が少なかった飲食店には参加者数の多かった飲食店の結果について情報を提供する。消費者目線で既存メニューの見直しや新メニュー開発を通じた集客販路の開拓に繋げていく。

イ. 専門機関から入手する情報

食料品製造・水産加工業者の中には、域外への販路開拓が重要な課題になっていくことから、上記のバイヤーや地域のイベントを通じた消費者等の生の声を聞くほかに、取扱い商品や新商品など自社製造製品に関連する製品の市場での売り上げ状況や需要も併せて提供していくことが重要である。そこで、以下のとおり日経テレコンなどの情報から、これら自社関連製品や他社同類商品の売上などについて調査し、個社毎に整理して提供していく。

また、小売業については、商品の種類や価格帯では量販店に対抗できないことから、特徴のある商品や市場性の高い商品をいち早く取り揃えとともに、販売に伴うサービスについても併せて検討する必要がある。そこで、上記と同様に以下の方法で、それぞれの個店で取扱い可能な商品についての売上や需要状況を把握し、これを個店毎に整理分析して提供することで、品揃えの改善などを通じた域内消費者需要の喚起を図る。

調査項目：日経POSデータに基づく売れ筋情報等

実施方法：商品別の売れ行き、関連する記事や企業情報

活用方法：商品毎に入手した結果について、整理分析し小売業・飲食業者、食料品製造・水産加工業者に提供するとともに、消費者目線で商品構成・サービス構成の見直し、新商品・新サービスの開発を通じた集客販路の開拓に繋げていく。

②情報の整理・分析・提供

収集された情報を業種、商品などの分野ごとに、商品内容やサービス、品揃え、ターゲット層、価格帯等の項目を整理・分類する。情報は専門的な助言を踏まえ、小規模事業者ごとの課

題解決に役立つよう分析する。

小規模事業者が活用しやすいよう、分析結果を分かりやすい表現を用いて提供・説明を実施し、商品構成・サービス構成や新商品・新サービスの開発に取組めるよう支援していく。

(3) 活用方法

小規模事業者が、事業計画を策定する際のバイヤー・消費者ニーズ、市場動向等の把握に役立つ。また、商品・サービス構成や新商品・新サービスを開発していく際の参考資料としても役立てていく。

(4) 効果

新規事業に取組むにあたり、事業計画の精度と実現性が高まる。小規模事業者は勘や経験に頼った判断をするのではなく、データに基づいた経営判断を行なうことができる。データの存在や重要性を認識し、情報を読み取る能力を向上させ、バイヤー・消費者ニーズに合わせた経営を行なうことができる。

支援内容	単位	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
商談会	回	0	1 (5社)	1 (6社)	1 (8社)	1 (10社)	1 (10社)
カキまつり	回	0	1 (5社)	1 (6社)	1 (8社)	1 (10社)	1 (10社)
山田の秋祭り	回	0	1 (5社)	1 (6社)	1 (8社)	1 (10社)	1 (10社)
喰おーくラー	回	0	1 (30社)	2 (60社)	2 (60社)	2 (60社)	2 (60社)
日経テレコン(POSEYES)	回	0	12	12	12	12	12
調査結果提供先	社	0	45	78	84	90	90

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】

食料品製造・水産加工業者の取引成立件数の増加を支援するための体制を整備する。他の支援機関が需要開拓を支援する目的で開催する商談会、展示会等の商談機会の情報を提供するとともに、より良い商談が行なえるよう、プレゼン資料のブラッシュアップなどの助言を行ない、商談の成立確率を高める。

さらに報道機関に説明する際のプレゼン資料の作成を支援する事業に取組み、小規模事業者の取組む需要開拓に貢献する。

小規模事業者は、新規顧客を開拓するためのアプローチ方法やターゲットとすべき顧客の選定において課題を感じており、かつ自社や商品、サービスのPRを苦手としている。商工会も新規顧客開拓に役立つ最新の情報を得づらく、小規模事業者に合った商談機会の提供をすることが難しかった。

今後は、他の支援機関と密に情報交換し、需要開拓を目的とする商談機会の最新情報を入手するとともに、機会を必要としている小規模事業者に情報を提供していく。また出展サポートや情報発信のフォローも実施することで、商談の成功確率も高めていく。

●事業内容

(1) 目的

販売の伸び悩みを打開し、新規取引先を開拓する取組みを行なう小規模事業者が、効果的、効率的に県内外の販路開拓を実現することで、持続的発展につなげる。

小規模事業者が、自社のターゲットに見合う商談会や展示会に出展し、出展サポートや情報発信の支援を受けることで、新たな取引先を開拓することにつなげていく。

(2) 考え方

商工会で独自の商談会等を開催するとともに、他の支援機関が主催する様々な商談会場の場を小規模事業者に提案していく。より多くの小規模事業者や関係機関に情報を提供することで、商談会の出展者や商談を希望する来場者を増やすことにつながり、商談会の参加価値も向上していくと考えられる。

支援対象者は、新たな商談、販売機会を求める食料品製造・水産加工業者とする。商談会の目的、場所などを勘案したうえで、小規模事業者の適性を考慮して情報を提供する。単に出展を促すだけでなく商談を効果的に行なえるよう、事前、事後に必要な準備や取組みをサポートし、事業の認知度を高めるため報道機関に向けた情報の提供・告知・発表用の資料を作成する。商談機会をより多く得ることや、報道機関に上げられる認知度を向上させる経験を通して、自己PRのスキルや情報の発信力を高める支援を行なっていく。

(3) 手段

①商談会・展示会の開催情報の提供

国、県、町、金融機関等の支援機関等が、販路開拓を支援する目的で開催する取引を希望される業者を対象とする商談会(いわて食のマッチングフェアなど)や展示会の情報を提供していく。事業計画策定、実施支援対象者や経営状況分析を終了した小規模事業者など、販路開拓に関する支援ニーズが把握できている小規模事業者を重点的に、情報提供を行なっていく。

②展示会等への出展サポート

商談の成立件数を増やすために必要とされる取組みを助言する。出展前に取組むべき準備と、商談の成立後に行なうべきことの両方について、具体的な助言を個別に行なう。

ア. 出展前

自社や自社商品に興味、関心を抱いてもらえる商品の展示方法、説明資料の作成、プレゼン手法について助言する。準備や本番の体制についても、経営指導員等が可能な限りサポートし、より多くの商談機会を得られるよう支援していく。

イ. 出展後

商談後に持続的な取引につなげていくコツや、その後の関係を継続させる方法について、専門家等の意見も踏まえ支援していく。このサポートを通じて、小規模事業者自らが取引につながる成立確率の高い商談を行なえるようになり、取引先を開拓できる資質を身につける。

③情報発信支援事業

魅力ある商品やサービスを周知するため、報道機関に有益で紹介する価値のある情報を提供し、新聞やテレビ、雑誌等で取上げてもらう機会を創出する。情報提供については、専門家等の指導を基にした報道機関に向けた情報の提供・告知・発表用の資料の作成に取組み、商品の魅力をより伝えられるよう写真や図表等を用いて、分かりやすい情報作成に取り組んでいく。

(4) 効果

新たな取引先を開拓し商談機会を得ることで新規事業への取組み意欲が高まる。また、取引先

が増えることで、売上の向上・安定化につながる。

小規模事業者は、販路の固定化や売上の伸び悩みに対して、どのような取組みを行えばよいのか、自らが方策を考え、行動できるようになる。

支援内容	単位	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
商談会・展示会の情報提供	社	38	38	38	38	38	38
展示会等出展ブース	社	0	2	4	6	8	10
プレスリリース指導件数	社	0	2	4	6	8	10
商談成立件数	件	0	4	4	6	8	10

商談会・展示会の情報提供社数は、食料品製造・水産加工業者数に基づきます。

Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取組み

平成30年度に三陸鉄道の全線が開通する予定であり、これを機として町内の流入人口を増やし観光客増加と販売促進につなげていくための地域産品PR事業及びにぎわい創出事業を行なう。

公平性をもって事業を展開し、持続的発展を支援する入口と考え、地域の課題や地域活性化に資する取組みを共有検討するため、岩手県、山田町はもとより、山田町観光協会などの地域諸団体と検討会議を設け、支援の実施状況や予定などを示し、頂いた意見を踏まえ今後の地域の方向性を共有する。

またこれまで、商店や飲食店を対象とするイベントが中心となっており、地域全体を活性化させる取組みに配慮が欠けていた。個店の売上を上げ顧客を増加させ、地域経済を底上げするような事業に取り組んでこなかった。

今後は業種や地域に偏ることなく、個店の売上向上や顧客の獲得を目標とする事業に取り組んでいく。効果的な事業に取り組みつつ、従来から行なってきたにぎわい創出事業の内容充実に取り組む。

1. 地域活性化のための検討会議の開催

東日本大震災からの復興、まちづくりの検討をはじめとして、震災以降多様な機関と連携しながら今後の山田町の方向性について検討を重ねてきた。今後はこのネットワークを活用し、まちづくりの進捗状況に合わせて発生する様々な課題を共有するとともに、地域の活性化に資するための「地域資源の高付加価値化」や「賑わいの創出に向けた事業」についても、山田町、岩手県沿岸広域振興局、山田町観光協会等が年1回会議をしながら併せて検討する。

これらの検討により小規模事業者が事業を持続的に発展させるための良好な環境を整備するものである。

なお、地域活性化に資する具体的事業については、以下の事業を検討しながら推進していくものとする。

2. 地域産品PR事業

山田町は、カキまつり、山田八幡宮祭典、大杉神社祭典などの観光資源を有しているほか、町内小規模事業者が地域資源を活用して開発した地域産品が多数存在している。

しかし、よいものでありながら売れていない、十分には売れていないという状況に鑑み、販路開拓につながる支援に取り組むとともに、情報を発信する媒体として、PRカタログ及びPR用動画を製作する。

●事業内容

(1) PRカタログ及びPR動画の製作

地域には、優れたブランド価値が多数あり、町外だけでなく町内においても周知されるよう、「販路開拓につながる」カタログ及び動画を製作する。

①販路開拓につなげるための工夫

掲載する事業所・商品の販売につながること

歴史探訪や観光スポットは、単なる名跡案内ではなく、商品の発祥に関するものを選定すること

開発した小規模事業者や人物との関係を示すことで、興味を高める事

商品は、単なるこだわりでなく、意外性に着目する

販売場所やインターネットなど、購入方法が観光客や視聴者に伝わること

②活用の方法

行政、観光協会等が外部に情報発信し、報道機関に対して情報の提供・告知・発表を行なう際の参考資料として活用する。

③他の動画との相違点

最大の相違点は「小規模事業者の販路開拓につながることを目的としていること」で、商品の買い上げや観光スポットへの誘導につながることを主目的とする。既に町内において観光ガイドが製作されているが、観光に特化していないところに違いがある。

④方向性を共有する関係者

岩手県、山田町、山田町観光協会

3. にぎわい創出事業

町内に中心市街地と呼べる地域は少ないが、比較的商業密度の高い山田地区を中心に取組んできた、以下の事業の内容充実を図り、他の地区への展開も計画している。(事業内容)

(1) 100円商店街

お客様に喜んで頂き、お店が繁盛し、町のにぎわいに寄与するため、店舗の軒先に100円で買うことのできる商品を並べ、開催期間中に商店街全体を100円ショップに見立てる事業で過去3回開催した。

①目的

「顧客満足」「個店の顧客・売上」「地域活性化」の向上を図る取組みである。地域の個店に来て頂く理由付けを増やし、お店や町に足を運んで頂くことで、個店の売上、経営力のアップを図り、地域経済の活性化につながる事業である。

②今後の展開

現在、年1回の割合で開催してきており、消費者及び商店主の方々にも好評であることから、商工業振興施策の中核として、今後も継続すると共に、他地区への展開も視野に入れながら春と秋の年2回実施する予定である。

③方向性を共有する関係者

山田町

(2) 喰おーくラー

喰おーくラーとは、地域活性化と飲食店の集客支援を目的に、スタンプ台紙を使用し、様々な飲食店を楽しむ地域ぐるみのイベント事業である。過去に4回開催した。

①目的

新たな顧客開拓、地域の飲食店の活用を促し、町の活性化と飲食店の集客支援を通して、地域経済の活性化に貢献することである。

②今後の展開

現在、年1回の割合で開催してきており、参加者及び商店主の方々から好評を得ていることから、今後も継続すると共に、夏と冬の年2回実施する予定である。

③方向性を共有する関係者

山田町

	単位	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
地域活性化検討会議	回	0	1	1	1	1	1
100円商店街開催数	回	1	1	2	2	2	2
100円商店街参加店舗数	社	31	35	70	70	80	80
喰おーくラリー開催数	回	1	1	2	2	2	2
喰おーくラリー参加店舗数	社	28	30	60	60	60	60

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

行政、外部支援機関及び外部専門家等と連携し、各地域の小規模事業者や需要の動向、支援ノウハウ等を情報交換・共有することで、新たな需要の開拓を進める基盤の構築を図る。

連携する対象を特段に決めることはなく、情報の交換・共有する方法も有していなかったため、外部支援機関などとの関係は希薄であった。

今後は各支援機関と情報交換・共有を密にし、より良い関係を築いていく。小規模事業者の経営に役立つ情報を入手し、支援に役立てていく。

●事業内容

(1) 山田町、岩手県沿岸広域振興局、町内金融機関、山田町観光協会

経済に関する情報の共有や支援機関が取組む事業の周知を図る目的にて、年1回「定期商工懇談会」を開催する。岩手県沿岸広域振興局、山田町、町内金融機関、山田町観光協会で構成する。各機関が収集した経済に関連する情報や需要開拓に役立つ情報を交換、共有する場とし、新たな需要開拓に寄与する基盤の構築につなげる。

(2) 日本政策金融公庫盛岡支店

小規模事業者経営改善資金（マル経資金）の融資あっせんを通じて、長年の取引があり、日頃から情報交換を密に行なっており、従来からも様々な助言を受けていることから、これからも連携を深め年2回「金融連絡会議」を開催する。

日常の渉外活動や融資案件の事務手続きにおいて、最新の金融情報を提供頂く他、各地域の需要の動向、支援のノウハウ、並びに小規模事業者の販路開拓の成功事例や需要開拓支援に有効と思える施策などの情報を提供頂くことで、新たな需要開拓を進める基盤を構築する。

(3) 岩手県よろず支援拠点

全県を網羅した情報や全国の事例など需要開拓に資する情報の提供を受けると共に、必要に応じて本会が支援する小規模事業者の課題解決における協力を要請する。加えて年1回「岩手県よろず支援拠点コーディネーターによる職員研修会」を開催する。

コーディネーター及びサブコーディネーターにより、商工会から要望した、マーケティング

などのテーマに即した研修を行なう。商談会による成立確率を高めるために有効なノウハウを紹介頂くと共に、各地で開催される商談会等のうち、商工会が地域小規模事業者に勧めることが有効な事業の紹介を頂くことで、新たな需要開拓を進める基盤を構築する。

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

経営実態の把握及び分析が正しく行なえる資質を身につけ、事業計画策定が支援できるための研修機会を設定し、計画的に資質向上を図る。

●現状と課題、今後の取組み

能力や資質向上につながる外部研修は受講してきたものの、受講目的や習得スキルの目標を持つことなく、無計画に受講してきた。経営状況の分析や事業計画を策定するスキルが十分でない。

今後は、職員の職歴やスキルに合わせた研修機会を設定し、資質向上を図ることで支援に必要なスキルを習得していく。

●事業内容

(1) OJT

専門家による課題解決のための計画策定の場に同席することで、手順や手法を学ぶことができる。単に同席するだけでなく、会話の誘導方法など、支援に役立つ知識を吸収する。若手職員は、ベテラン経営指導員等の巡回指導に同行し、経営支援の現場の状況を知ることで資質の向上につながる。

(2) OFF-JT

①WEB研修

経営指導員等として受講すべき対象講座がキャリア別に定められており必ず受講する。

②岩手県商工会連合会

職階別に受講テーマが定められており、必須講義は必ず受講する。

③中小企業大学校

経営状況の分析、事業計画策定の能力向上につながる講義（経営革新、経営改善、事業承継、創業、販路開拓等）のテーマは、優先して受講する。

④中小企業基盤整備機構

経営指導員等の資質を高め、小規模事業者の利益に資する支援ノウハウ習得につながる、小規模事業者の支援能力向上研修を、積極的に受講する。

(3) 組織内で共有する体制

①支援会議（月1回）

日々の支援やOJTを通じて得られた手順や手法などを共通の記録様式で作成し、定期的に報告・相談する機会を設ける。実際の案件を題材とした討議を行なうなど、情報交換のみでなく、知識を試す場、習得する場として活用する。

②情報の閲覧

経営指導員等が習得した支援ノウハウ及び小規模事業者の経営状況の分析結果等の情報を書庫に保管することで、経営指導員等がいつでも閲覧できるよう整理、収納する。

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

経営発達支援事業を進めるにあたり、事業の妥当性、公平性、適正性を確保するため、経営発

達委員会を発足する。外部有識者、行政、商工会役員、支援を受ける立場の小規模事業者等の委員を選定し、事業を総合的に評価する。

この委員会は、毎年1回開催され、事業の評価、見直しを実施するとともに、その結果を公表し、商工会の実施する経営発達支援事業の効果的なPDCAサイクルを構築する。

●取組内容

(1) 委員構成

委員会は、経営発達支援事業を、より効果的なものにするための諮問機関と位置づけ、事業の評価及び助言を得る場とする。

外部有識者に参画頂くことで、公平、公正な事業評価を目指す。委員は、商工会長、行政が協議して選定するものとし、任期は3年とする。

区分	対象者及び期待される役割
外部有識者	山田町に在住される中小企業支援に詳しい行政OBに委嘱する。事業評価を的確にとりまとめ、指導を行なって頂く。
行政	岩手県沿岸広域振興局及び山田町水産商工課より、委員を派遣頂く。行政の意向を反映させ、地域の事情に即した事業の遂行に際して助言頂く。
商工会	会長及び役員のうち理事会にて適任者を決定する。事務局長も参画する。評価のための情報を収集し、委員会に提示、諮問する役割を担う。
小規模事業者代表	経営者のうち、実際に支援を受けた方を選任する。

(2) 評価方法

①情報収集

評価者は原則支援を受けた小規模事業者とし、アンケートとヒアリングを実施する。

アンケートは簡素な内容とし、端的に分析、評価できるよう内容を工夫する。

委員にも支援を受けた実績のある方に就任していただき、委員会にて直接意見を頂く。

②事業評価

毎年度1回上記の外部有識者を含めた評価委員会を開催し、実施している事業の成果を評価し改善点を指摘する。

③事業内容の見直し

委員会で得られた意見をもとにして、前年度事業の成果と改善点を整理する。継続及び改善に関する意見をもとに内容を検討し、次年度事業計画に反映させる。

④公表の方法

評価結果を毎年度ホームページに掲載し、誰でも閲覧可能とする。

(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				
(1) 組織体制			(平成 28 年 4 月現在)	
①実施体制				
担当事業	統括責任者	主担当	担当者	
個人支援 (経営発達支援事業)	地域の経済動向調査 経営状況の分析 事業計画策定支援 事業計画実施支援 需要動向調査 新たな需要の開拓に 寄与する事業	指導グループ主幹 (経営指導員)	指導グループ主任 (経営指導員)	記帳専任職員 2 名 臨時職員 1 名
地域支援	地域産品PR事業 にぎわい創出事業	指導グループ主幹 (兼務)	指導グループ主任 (兼務)	臨時職員 2 名
評価・見直		総務グループ (事務局長)	指導グループ主幹 (兼務)	補助員 1 名

②組織図

```

graph TD
    S[総会] --> C[会長]
    S --> M[監事]
    C --> P[副会長]
    C --> S1[専務理事]
    C --> R[理事会]
    P --> S1
    S1 --> R
    R --> B[事務局]
    R --> Y[青年部及び女性部]
    R --> D[部会]
    R --> C1[委員会]
    
    B --> BG[総務グループ]
    B --> DG[指導グループ]
    
    Y --> CC[常任委員会]
    CC --> Y1[部長]
    CC --> Y2[副部長]
    CC --> Y3[常任委員]
    CC --> Y4[監査委員]
    Y1 --> Y5[部員]
    
    D --> DC[商業部会]
    D --> DI[工業部会]
    D --> DS[サービス業部会]
    DC --> DS1[幹事会]
    DS1 --> DS2[部会長]
    DS1 --> DS3[副部会長]
    DS1 --> DS4[幹事]
    DS2 --> DS5[会員]
    
    C1 --> C2[総務委員会]
    C1 --> C3[広報委員会]
    C1 --> C4[会費査定委員会]
    C1 --> C5[共済事業推進委員会]
    C1 --> C6[金融審査委員会]
    
```


(2) 連絡先

山田町商工会 指導グループ 主幹 阿部 一登
 郵便番号 028-1351
 住 所 岩手県下閉伊郡山田町長崎三丁目 6 番 18 号
 電話番号 0193-82-2515 FAX 番号 0193-82-0677
 メールアドレス yamadamachi@shokokai.com

(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)

	平成 28 年度 (28 年 4 月以 降)	平成 29 年度	平成 30 年度	平成 31 年度	平成 32 年度
必要な資金の額	5,897	6,295	6,644	7,125	7,375
小規模企業対 策事業費					
○個人事業費	4,097	4,495	4,844	5,325	5,575
・地域の経済動 向調査に關す ること	96	144	192	192	192
・経営状況の分 析に關すること	1,344	1,392	1,392	1,488	1,488
・事業計画策定 支援に關すること	957	1,175	1,476	1,789	2,039
・事業計画策定 後の実施支援 に關すること	1,008	1,044	1,044	1,116	1,116
・需要動向調査 に關すること	192	240	240	240	240
・新たな需要の 開拓に寄与す る事業に關す ること	500	500	500	500	500
○地域事業費	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800
・地域産品 PR 事業	600	600	600	600	600
・にぎわい創出 事業	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200

(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・手数料収入、国補助金、県補助金、町補助金、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4-1)

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
<ul style="list-style-type: none"> ・ 経営状況の分析に関すること 経営分析について、課題の解決方法を岩手県商工会連合会、いわて産業振興センター（岩手県よろず支援拠点）と連携し、効率的に実施する。 ・ 事業計画策定支援に関すること 事業計画策定にあたり、中小企業基盤整備機構と連携を図り、取組む。
連携者及びその役割
<p>(連携者と役割、効果)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 岩手県商工会連合会 代表者 会長 高橋 富一 住 所 岩手県盛岡市盛岡駅西通一丁目 3-8 電 話 019-622-4165 役 割 専門家派遣による経営分析 2. いわて産業振興センター（岩手県よろず支援拠点） 代表者 理事長 立花 良孝 住 所 岩手県盛岡市北飯岡二丁目 4-26 電 話 019-631-3826 役 割 専門家派遣による経営分析 3. 中小企業基盤整備機構東北本部 住 所 宮城県仙台市青葉区一番町 4-6-1 仙台第一生命タワービル 6階 電 話 022-399-6111 役 割 専門家派遣による事業計画策定 <p>(効果)</p> <p>小規模事業者が効率的に経営分析を実施するため、専門家から適切な助言を得る。 分析結果を活かし、より実現性の高い事業計画の策定につなげていく。</p>
連携体制図等
<pre> graph LR A[連携先 岩手県商工会連合会 いわて産業振興センター 中小企業基盤整備機構東北本部] -- 専門家派遣 --> B[山田町商工会] B -- 経営分析 事業計画策定 --> C[小規模事業者] </pre>

(別表 4 - 2)

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
・ 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み 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
連携者及びその役割
<p>(連携者と役割、効果)</p> <p>1. 山田町 代表者 町長 佐藤 信逸 住 所 岩手県下閉伊郡山田町八幡町 3 番 20 号 電 話 0193-82-3111 役 割 情報交換「定期商工懇談会」 各機関が収集した経済に関連する情報や需要開拓に役立つ情報を交換することで、新たな需要開拓に寄与する基盤を構築する。</p> <p>2. 岩手県沿岸広域振興局 代表者 振興局長 中村 一郎 住 所 岩手県釜石市新町 6 番 50 電 話 0193-25-2701 役 割 情報交換「定期商工懇談会」 各機関が収集した経済に関連する情報や需要開拓に役立つ情報を交換することで、新たな需要開拓に寄与する基盤を構築する。</p> <p>3. 日本政策金融公庫盛岡支店 代表者 支店長 三國 榮一郎 住 所 岩手県盛岡市菜園二丁目 7-21 電 話 019-623-4376 役 割 情報提供「金融連絡会議」 最新の金融情報を提供頂く他、各地域の需要の動向、支援のノウハウ、並びに小規模事業者の販路開拓の成功事例や需要開拓支援に有効と思える施策などの情報を提供頂くことで、新たな需要開拓を進める基盤を構築する。</p> <p>4. いわて産業振興センター（岩手県よろず支援拠点） 代表者 理事長 立花 良孝 住 所 岩手県盛岡市北飯岡二丁目 4-26 電 話 019-631-3826 役 割 情報提供「岩手県よろず支援拠点コーディネーターによる職員研修会」 マーケティングなどのテーマに即した研修会を行なう。また、商談会による成立確率を高めるために有効なノウハウを紹介頂くことで、新たな需要開拓を進める基盤を構築する。</p>

5. 町内金融機関（認定支援機関）

金融機関名	支店長名	住 所	電話番号
岩手銀行山田支店	阿部 則人	岩手県下閉伊郡山田町八幡町 12- 9	0193-82-3131
北日本銀行山田支店	沼崎 守雄	岩手県下閉伊郡山田町八幡町 12- 9	0193-82-3811
宮古信用金庫山田支店	前田 直行	岩手県下閉伊郡山田町八幡町 12- 9	0193-82-2455

役 割 情報交換「定期商工懇談会」

最新の金融情報を提供頂く他、各地域の需要の動向、支援のノウハウ、並びに小規模事業者の販路開拓の成功事例や需要開拓支援に有効と思える施策などの情報を提供頂くことで、新たな需要開拓を進める基盤を構築する。

6. 一般社団法人 山田町観光協会

代表者 会長 川石 睦 氏

住 所 岩手県下閉伊郡山田町船越 7-50- 1

電 話 0193-82-3131

役 割 情報交換「定期商工懇談会」

最新の観光情報を提供頂く他、各地域の需要の動向、支援のノウハウ、並びに小規模事業者の販路開拓の成功事例や需要開拓支援に有効と思える施策などの情報を提供頂くことで、新たな需要開拓を進める基盤を構築する。

(効 果)

各機関が収集した経済・観光に関する情報、各地域の需要動向や小規模事業者の販路開拓の成功事例、商談の成立確率を高めるためのノウハウの紹介などの情報交換、提供により、新たな需要開拓の基盤構築が可能となる。

連携体制図等

