

**経営発達支援計画の概要**

<b>実施者名 (法人番号)</b>	久慈商工会議所 「 法人番号 5400005004942 」 久慈市 「 地方公共団体コード 032077」
<b>実施期間</b>	令和4年4月1日～令和9年3月31日
<b>目 標</b>	<p>【目標①】 地域特産品を活用した独自のオリジナル商品の開発・磨き上げにより、小規模事業者の販路拡大を図り、地域全体の活性化を図る。</p> <p>【目標②】 創業促進、円滑な事業承継支援を通して次世代の地域人材育成と事業者の新陳代謝を促進し、いつまでも住み続けたいまちづくり・ひとづくりを推進する。</p> <p>【目標③】 小規模事業者の売上・利益向上のための事業計画策定と策定後の支援を推進する。</p>
<b>事業内容</b>	<p><b>I. 経営発達支援事業の内容</b></p> <p><b>3. 地域の経済動向調査に関すること</b> (1) 小規模事業者の景気動向調査並びに経済動向調査</p> <p><b>4. 需要動向調査に関すること</b> (1) 管内観光客入込数の調査、中心市街地の歩行者通行量調査など統計調査 (2) 展示会・商談会招聘バイヤーを通じての需要動向調査 (3) 国等のビックデータ活用による需要動向の把握</p> <p><b>5. 経営状況の分析に関すること</b> (1) 経営指導員の巡回訪問による経営状況の把握・分析 (2) 外部専門家による経営分析、経営状況の把握</p> <p><b>6. 事業計画策定支援に関すること</b> (1) DX支援セミナーの実施 (2) 若手経営者育成セミナー開催 (3) 経営計画策定セミナー開催 (4) 事業承継セミナー開催</p> <p><b>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</b> (1) 事業計画策定事業者へのフォローアップ支援</p> <p><b>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</b> (1) 展示会・商談会展展及びIT活用による販路開拓支援</p>
<b>連絡先</b>	<p>久慈商工会議所 経営支援課 028-0065 岩手県久慈市十八日町1丁目45番地 電話番号 0194-52-1000 FAX番号 0194-52-1051 e-mail:<a href="mailto:kuji@kujicci-iwate.jp">kuji@kujicci-iwate.jp</a></p> <p>久慈市 産業経済部商工観光課 岩手県久慈市川崎町1丁目1番地 電話番号 0194-52-2111 FAX番号 0194-52-3653 e-mail:<a href="mailto:k-nakazawa@city.kuji.iwate.jp">k-nakazawa@city.kuji.iwate.jp</a></p>

(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

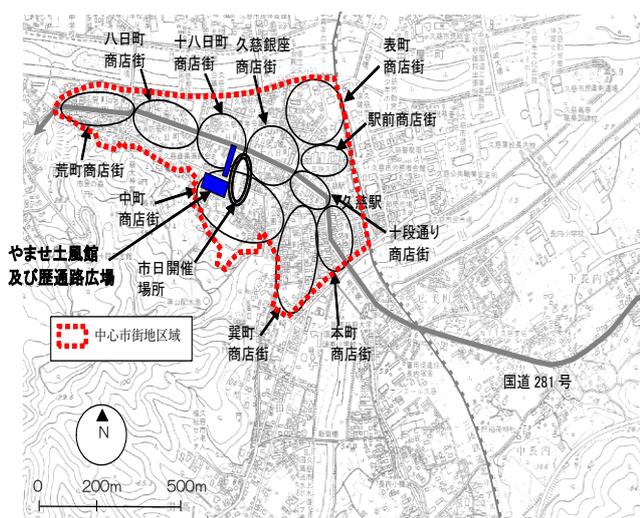
#### (1) 地域の現状及び課題

##### <立 地>

岩手県久慈市は岩手県の北東部に位置し、太平洋に面した海岸段丘が連なる小袖海岸などリアス式海岸の代表的な景勝地を有しており、西側は、標高1,000m以上の山嶺を有する北上高地の北端部にあたる。また、東流する久慈川・長内川等の河川が北上高地を開析し溪谷を形成しながら太平洋に注いでいる。

総面積 624 k㎡のうち、86%が森林で占めており、平庭高原・久慈溪流などは久慈平庭県立自然公園に指定されており、太平洋に面した海洋性気候と内陸性気候の両方の気象状態を併せ持ち、夏季にはヤマセ(偏東風)の影響を受けることが多く、冷涼な気候である。

また、久慈市の中心部は、隣県である青森県八戸市に北上するJR八戸線久慈駅と、岩手県沿岸部を南下する三陸鉄道久慈駅が連結する南北縦軸の鉄道駅を中心とした半径1km内にあり、市役所等官庁機関、商店街、飲食店、街の駅等施設が点在し、地域経済の軸となっている。



##### <久慈市の主要な産業と観光資源>

久慈市の基幹産業は主に漁業、農業、林業などの一次産業、豊富な観光資源を活用

した観光産業が多く、また多業種にわたる誘致企業の工場が雇用を多く創出している。その中でも、衣服に関する縫製工場は8社と多く、近隣町村含めると9社となり縫製の町とも言われている。

漁業においては、初夏には三陸産の天然ウニ、また秋時期には天然アワビ、三陸沖で取れるサバ、サケなど四季を通じて採れる三陸の海産物が漁業者の生活基盤となっていたが、東日本大震災の打撃と、ここ数年の海水温度上昇による不漁、後継者不足も重なり漁業者の数が年々減少している。

また、農業に関しても稲作地の売却などにより田畑が減少傾向にあり、産直販売などの小規模市場へのシフトが見られる状況である。このように、久慈市の一次産業は衰退傾向にあるが、近年、銀サケの養殖に取り組むなど新たな地域地場産業の活性化を目指している。また、久慈市は国内最大の琥珀の産地であり、NHK朝ドラ「あまちゃん」でも馴染みとなった「北限の海女」とリアス海岸とジオサイトの連なる久慈海岸、日本一の白樺美林、東北唯一の「闘牛大会」、地下科学水族館「もぐらんぴあ」、600年の歴史を誇る「久慈秋祭り」など近代文化と歴史的な文化、自然資源の融合による観光資源が豊富な地域である。

##### <人口動向>

当地域の人口は、減少傾向であり少子高齢化による老年人口の増加が顕著である。2000年から

2020年を比較すると、年少人口が47%減少、生産年齢人口も27.4%減少しており総人口も10年毎にそれぞれ4000人減少している。更に10年後の2030年予測では総人口は30000人を割る予想である。背景には、晩婚化、若者の流出による出生率の低下などが挙げられるが、地域的な労働環境問題や生活水準格差といった様々な地域に根付いた問題が根本にある事も起因している。

区 分	2000年	2010年	2020年
総 数 (人)	40,124	36,872	32,714
内 年少人口 (～14歳)	6,971	5,211	3,734
内 生産年齢人口 (15～64歳)	25,031	21,943	18,176
内 老年人口 (65歳～)	8,122	9,718	10,804
65歳以上の割合	20.2%	26.4%	33.0%

＜RISAS 地域経済分析システム 統計データより＞

### ＜久慈市の産業構造＞

久慈地域の基幹産業である一次産業の低迷は止まらず、水産業関連の事業者が減少している。またそれ以外の事業者数、小規模事業者数は下記のとおりとなっており、小売・卸売業、建設業、飲食・宿泊業、製造業の構成比の高い地域である。

農林・漁業	鉱業	建設業	製造業	電気・ガス・水道業	情報通信業	運輸業	小売・卸売業	金融・保険業
46	4	171	121	1	10	42	508	36
不動産業	専門技術・サービス業	宿泊・飲食業	生活関連・娯楽業	教育・学習支援業	医療・福祉業	複合サービス業	サービス業	計 1,848
102	63	229	204	40	130	19	122	

＜資料：平成28年度総務省経済センサス調査統計より＞

### ＜小規模事業者数＞

鉱業	建設業	製造業	電気・ガス・水道業	情報通信業	運輸業	小売・卸売業	金融・保険業	不動産業
3	162	110	0	6	29	484	28	31
専門技術・サービス業	宿泊・飲食業	生活関連・娯楽業	教育・学習支援業	医療・福祉業	複合サービス業	サービス業	計 1,594	
56	212	191	36	121	14	111		

＜資料：久慈市まちづくり振興課より＞

## (2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

### ① 今後10年先を見据えた振興

久慈市の総合計画（後期）における商工業等の振興については、①起業家に対する支援、②中心市街地の活性化、③商工業の振興、④雇用機会創出、⑤働きやすい職場環境づくりの推進、⑥内発型産業の創出、以上5項目を挙げ、農林水産業といった当地域の基幹産業との連携、観光振興との連動に付随した地域経済の活性化を目指している。また、観光の振興については①総合産業としての観光の推進、②お祭り・イベントの充実、③観光資源・施設の整備と観光ルート化の推進、④情報発信の強化としている。商工業等の振興を図るために、久慈地域内の小規模事業者の今後10年間を想定すると、企業として生き残るために事業活動の変革による経済社会への様々な順応・対応が必須であると考えられる。小規模事業者は、デジタル化進展による急激な経済状況の変化、少子高齢化、人口減少、未曾有の災害などに起因し、総じて市場規模は縮小、後継者問題など含め事業所数の減少が見込まれるため、事業活動範囲の拡張、新分野への参入を念頭に置き、地域内需要の

掘り起こしにとどまらず、IT 活用などにより岩手県内外への販路を見出していくことで、地域経済の循環につなげることを意識していかなければならない。地域の雇用をはじめ、地域住民の暮らしを豊かに、また維持していく重要な役割を担っているため、住民と一体となって魅力ある地域づくりに取り組み、地域経済の発展、産業振興を促進する必要があると同時に、SDGs、カーボンニュートラルなど世界基準の環境問題への取り組みも収益事業としての視点を持ち、地域住民と共に推進していくことが重要であるなど、多様なニーズに対応できる事業者を育てるための支援、推進をしていく。

## ② 久慈市総合計画（2016年4月～2026年3月）との連動性・整合性

久慈市は、NHK 朝の連続テレビ小説「あまちゃん」により全国的に知名度が上がり、国内外の観光客が急激に増加したが、総合的な受け入れ態勢には多くの課題を残したことを挙げており、今後、多くの高度な観光特産品を持つ地域としての PR 活動、商品づくり・PR、観光各施設・高規格道路等整備及び中心商店街の賑わい、また人口減少施策としての若年層の人材育成、キャリア教育、U・I・J ターンに加え、企業誘致・雇用拡大などを重点戦略として計画に掲げている。これらの達成には久慈市内の中小・小規模事業者の役割は非常に大きく、特に小規模事業者の事業活動の活性化が重要であると認識している。

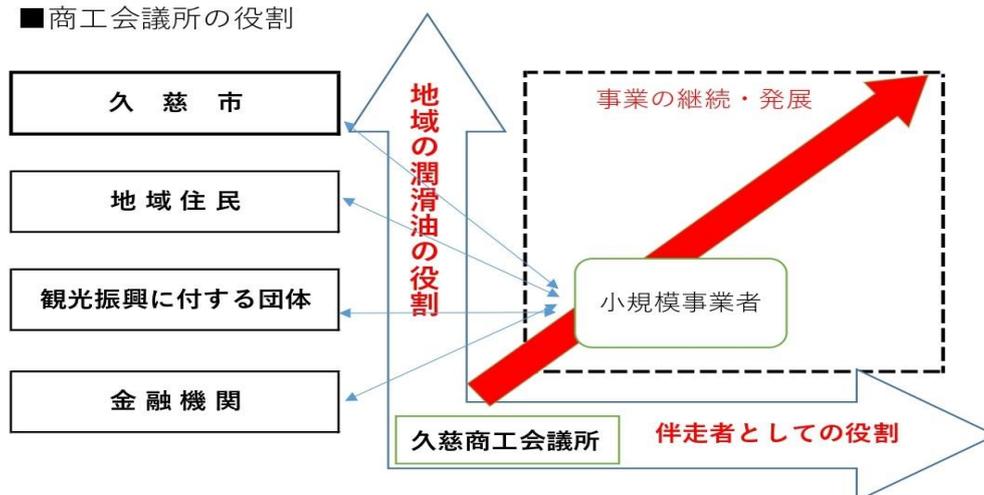
このことから、事業者の育成・支援に官民連携で取り組み、地域特産物の磨き上げと付加価値を創造し PR、中心市街地の活性化を含めた地域経済循環が必須であり、第2期経営発達支援計画の実行により、久慈市との調和のとれた連携をとり、事業者を支援することがまちづくり、ひとづくりの推進となる。

## ③ 久慈商工会議所としての役割

◇東日本大震災はじめ台風災害など未曾有の災害を教訓として、これまでの基礎的支援だけでは補えない事態に直面した時、経営発達支援事業に携わる職員全員が1つとなり小規模事業者への支援を高度なものとするのが重要であることから、支援力強化のため職員1人1人のスキル向上に取り組み、様々な業種・業態の小規模事業者の相談に対して、成果につながる出口を見据えた支援をし、結果的に事業者の経済活動の維持継続、売上の向上と利益の確保といった販路開拓に向けた取り組みにより、事業者が自ら意思決定し自走していく事を促す役割を担う。

◇事業者と地域住民、事業者間、久慈市、金融機関、観光振興に付する団体など、関係団体との中間に立ち、連携により得られる効果を経営発達支援事業として目標に掲げ具体化し、地域振興や観光振興において独自の久慈市モデルを構築することにより、競争力に強く、地域経済に好循環を促す潤滑油の役割を担う。

### ■ 商工会議所の役割



(3) 経営発達支援事業の目標

<地域への裨益目標>

**【目標①】** 地域特産品を活用した独自のオリジナル商品の開発・磨き上げにより、小規模事業者の販路拡大を図り、地域全体の活性化を図る。

**【目標②】** 創業促進、円滑な事業承継支援を通して次世代の地域人材育成と事業者の新陳代謝を促進し、いつまでも住み続けたいまちづくり・ひとづくりを推進する。

<小規模事業者を想定した目標>

**【目標③】** 小規模事業者の売上・利益向上のための事業計画策定と策定後の支援を推進する。

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) 実施期間 令和4年4月1日～令和9年3月31日

(2) 目標の達成方針

【目標1】地域特産品を活用した独自のオリジナル商品の開発・磨き上げにより、小規模事業者の販路拡大を図り、地域全体の活性化を図る。

地域の特産品となる独自商品の販路拡大に取り組む事業者に対し、自身の商品の磨き上げと新たな商品の開発を支援し、各種支援策を講ずることで気づきを与え、久慈オンリーワンブランドとなる独自商品としてSNSなどを活用したPR強化、販売強化を地域関係機関と連携し行う。

【目標2】創業促進、円滑な事業承継支援を通して次世代の地域人材育成と事業者の新陳代謝を促進し、いつまでも住み続けたいまちづくり・ひとづくりを推進する。

創業者に対し創業計画策定セミナーを開催し、受講者に対して事業計画の策定、経営分析と併せ、各支援施策の斡旋と支援後のフォローアップを充実させることで事業活動の維持・継続を意識した創業支援を行う。

事業承継について、岩手県事業引継ぎ支援センター並びに金融機関との連携を密にし、円滑な事業承継支援を行う。

【目標3】小規模事業者の売上・利益向上のための事業計画策定と策定後の支援を推進する。

小規模事業者が利益向上に向け、事業計画を策定することにより、自らの事業に向き合い、新たな気づき、挑戦する意思を生み、地域経済の歯車の一つとして活躍していくための支援を行う。また、事業計画を策定する際の多くのメリットを実感できるよう、計画策定後の計画実行を伴走支援により様々な角度から行い、事業者が自ら計画、実行、検証、見直しできるよう支援する。

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

(1) 現状と課題

**現状**は、景気動向調査（LOBO 調査）、中心市街地通行量調査、地元金融機関や岩手県保証協会、業種別事業者との情報交換会による情報収集、観光客入込数分析調査を行い情報提供してきた。

**課題**は、これまでの調査では、事業者が事業計画策定に活用できる情報という意味ではタイムリーな情報提供は難しく、分析結果についても範囲が広く、情報が少ないなど事業計画策定につながるものではなかった。今後は継続的に必要と考える調査に加え、事業計画策定を意識した調査で、事業者の情報提供ニーズに極めて近い分析資料をわかりやすく情報提供することが必要である。

(2) 目標

	周知・公表の方法	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①ビッグデータ活用に係る公表回数	HP掲載	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
②主要5業種動向調査に係る公表回数	HP掲載	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
③LOBO調査に係る公表回数	HP掲載	4回	4回	4回	4回	4回	4回
④通行量調査に係る公表回数	HP掲載	1回	1回	1回	1回	1回	1回

### (3) 事業内容

①地域経済分析システム<RESAS>活用により、地域別の経済構造など把握し事業者への説得力ある情報提供をすることで、事業者が地域の現状と実態を正確に把握し計画策定に結び付けることをねらいとして実施する。

【調査目的】 事業者へ地域の現状と実態、経済構造について見える化すること。

【調査手法】 経営指導員が情報収集し分析

【調査項目】 人口（増減、構成、推移）

産業（事業所数、従業者数、労働生産性、産業構造、年商販売額）

観光（訪問者数、消費額、交通手段）

【調査結果の活用】 経営指導員会議において、地域産業の変化を可視化し HP 掲載にて情報を提供する。

②久慈市内の主要5業種（小売・卸売業、建設業、製造業、飲食・宿泊業、サービス業）の中から業態を細分化して抽出した各20社に対し、年1回それぞれの業界動向、景況等について主要5業種を更に細分化しアンケートを実施、地域内の景気動向を把握する。

【調査対象】 地域内主要業種100社選定

【調査手法】 アンケート調査用紙を郵送、期限付きとし FAX 等で回収する。

【調査項目】 景況感、売上高、仕入原価高、資金繰り、利益率、従業者数、経営課題、必要とする支援

【調査結果の活用】 アンケート結果をもとに、地域内事業者の景況を指導員が分析、把握し、必要な支援と今後の方針など協議する。また結果について HP 掲載し公表する。

③LOBO調査（景気観測調査）により、地域内の景気動向を把握する。

【調査対象】 管内8社

【調査項目】 景況感、売上高状況、仕入・原材料高、資金繰り、経営課題、雇用状況

【調査手法】 対象事業所へ調査用紙を持参し、FAX にて回収（月1回×12回）

【分析手法】 経営指導員による集計、景況分析

【調査結果の活用】 毎月発行の当商工会議所会報誌、HP 掲載にて四半期に1度情報発信する。

### ④歩行者通行量調査

中心市街地に開催される露店市日の開催される日と、開催されない日の来街歩行者数を比較調査し、ソフト事業や等が実施されたことによる中心市街地の賑わいの増加を調査する。

【調査対象】 中心市街地の来街歩行者

【調査項目】 平日と休日の午前7時から午後7時までの歩行者通行量

【調査手法】 当所より人材派遣会社に依頼し、委託にて調査員の配置による通行量のカウント

【分析手法】 経営指導員による分析しレポート化

【調査結果の活用】 経営指導員がイベント開催時の基礎資料として活用し HP に掲載する。

## 4. 需要動向調査に関すること

### (1) 現状と課題

**現状:** これまで主に地域に訪れる観光客の入込数や動向と消費者の要望調査を実施していたが、情報提供が困難な施設があるなど、想定した調査サンプルに不足感があり需要動向の資料としては十分ではなかった。また出展した商談会・展示会において、事業者が直接バイヤーと商談する中でバイヤーの要望を聞きとり、市場のニーズを肌で感じ新商品や商品磨きへつなげることを目的に出展してきた。しかしバイヤーが興味を引いた商品への要望に対し、事業者側が長年このデザインや価格で販売してきているため商品モデルチェンジや価格変更、新商品開発に踏み切れない、また生産体制が現状の製造工程では追いつかないなどの要因により商談が成立しないことも多かった。

**課題：**観光客の需要動向の把握については、特産品等商品の販売実態がある観光施設に調査を絞り込むことで観光客の需要、商品トレンドなど売れ筋商品のニーズを指導員がつかみ、事業者へフィードバックが必要である。

展示会・商談会では、招聘したバイヤーのニーズを聞くだけでなく、ニーズに適応した商品を作製する意欲を持たせ、商品生産量に対応できる体制を整備・構築または想定したうえで商談にのぞむことが必要と考える。その際、経営指導員が国の提供するビッグデータなど活用し、事業者に提供していくことも必要である。

## (2) 目標

	現状	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度	R 8 年度
①観光施設利用者需要動向調査対象事業者数	未実施	15者	15者	15者	15者	15者
②展示会・商談会招聘バイヤーニーズ調査対象数	未実施	5者	5者	5者	5者	5者

## (3) 事業内容

①**観光施設利用者の需要動向調査**を四半期ごとに実施し、観光交流人口の把握と観光施設ユーザーの消費行動、売れ筋商品进行分析し、事業者の販売戦略と商品開発に繋げることをねらいとして実施する。

【調査対象】地域内の特産品販売店舗を持つ観光施設（街の駅くじ、久慈琥珀博物館、小袖海女センター、平庭高原観光宿泊施設、久慈広域道の駅）5施設15者

【調査項目】施設来訪者数、来訪者住所地、年代、性別、目的、購入商品、購入店舗

【調査手法】各観光施設、施設受託業者への依頼文書郵送による統計資料提出依頼、FAXにて回収。

【分析方法】経営指導員による分析

【調査結果の活用】来訪者の目的、年代、季節性、商品ニーズ、トレンド商品を図る基礎資料として活用する。

②**展示会・商談会招聘バイヤーニーズ調査**を実施し、バイヤーが求める商品の特徴や傾向をバイヤーごとに掴むことで、自商品の優位と思われる市場へ商品力を高めながらアプローチしていくことをねらいとして実施する。

【調査対象】展示会・商談会に招聘されるバイヤー

【調査項目】商品について、市場ニーズ、トレンド、デザイン、価格、商品ロッド、要望

【調査手法】FEEL NIPPON、伊達の商談会、復興庁岩手復興局オンライン商談会結いの場等各種商談会・展示会に参加した事業者（同行指導員含む）が商社、百貨店、卸、インターネット販売などのバイヤーの要望、感想、アドバイスなど聞き取りレポートにより報告。

【分析方法】経営指導員がレポート化

【調査結果の活用】レポート化したバイヤー要望、感想、アドバイスを経営指導員が分析し、市場に求められる商品づくりを意識した経営計画の策定に活用する。

## 5. 経営状態の分析に関すること

### (1) 現状と課題

**現状：**小規模事業者が経営状態の分析をしているケースは少なく、確定申告期や融資相談時に、経営指導員の巡回、窓口相談に加え、全職員が基礎支援の中で担当事業所を分担し経営分析を行い、この分析結果から見える事業課題の認識を持たせることを重点に置いてきたが、課題抽出や必要とする支援の掘り起こしまでにはつながっていない。

**課題：**分析の意義や重要性の理解が事業者に浸透していないため、経営指導員が中心となり分析の必要性を説明し、事業者の関心度を高くすることや、専門家との連携により、高度な分析をすること

が必要である。

## (2) 目標

	現状	R 4年度	R 5年度	R 6年度	R 7年度	R 8年度
①企業巡回指導件数 (経営指導員)	400 件	440 件	500 件	500 件	500 件	500 件
②経営分析セミナー開催	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
③経営状況分析事業者数	50者	50者	60者	60者	60者	60者

※①▶経営指導員4名×125件(R5以降)

③▶経営指導員4名×10者、専門家派遣等20者(R5以降)

## (3) 事業内容

①経営指導員の巡回訪問による経営状況の把握・分析を行い、経営指導員が事業の課題を捉え、経営分析結果から事業者の強み、弱みを理解したうえで、事業者に対し経営上の様々な課題を解決するための経営計画の策定、専門家による指導など必要な支援に繋げること。また、分析から事業承継に関する支援の必要性にも注視する。

【対象者】管内小規模事業者

【分析項目】財務状況：①売上高②営業利益③労働生産性④有利子負債⑤営業運転資本⑥自己資本  
非財務状況：①経営者②事業内容 ③関係者④内部管理体制

【分析手法】指導員が聞き取りした情報をローカルベンチマーク等活用し分析

【分析結果の活用方法】分析した結果を事業所へ提示し、経営計画策定実施につなげる。

②経営分析セミナー開催を通じて、自事業の健康診断の重要性を理解し、抽出した課題に対する経営計画策定に活用すること、併せて対象事業所の掘り起こしを行い支援先の拡大をする。

【対象者】小規模事業者

【回数】1回

【募集方法】チラシの作成し、会報折込、ホームページ掲載により周知

【参加者数】20名

## ③外部専門家による経営分析、経営状態の把握

経営指導員による巡回指導、経営分析セミナーの開催等で、経営計画の策定を必要とする小規模事業者に対し、専門家の分析による専門的知見を加えた事業課題の深掘りと経営計画策定のポイントへの理解を深める。

【対象者】セミナー参加者及び巡回指導事業者の中で販路拡大に意欲ある事業者

【分析手法】専門家知識による財務分析

【専門家派遣活用事業】事業伴走型小規模事業者支援推進補助事業、岩手県エキスパートバンク専門家派遣事業、岩手県事業引継ぎ支援センター事業

## 6. 事業計画の策定支援に関すること

### (1) 現状と課題

**現状:**これまで目標として経営力強化、次世代経営者育成、創業計画作成に加え、東日本大震災等、台風等の災害からの復興復旧を含めた復興計画策定支援、販売促進、新商品開発、経営安定化、経営改善、事業承継などの支援強化のための、事業者の掘り起こしと事業計画策定の重要性を啓蒙し経営計画策定支援につなげてきており、災害からの復興、復旧に係る支援はほぼ完了した。創業計画作成支援セミナー、経営力強化セミナー、次世代経営者育成塾等の開催により、小規模事業者持続化補助

金活用など、経営計画の意義を見出し、創業や売上を向上させた事業者もいたことで手ごたえをつかむ成果があった。

**課題：**現状より更に実現可能性の高い計画策定を目指し、地域経済動向調査、経営状況の分析、需要動向調査を踏まえ、事業者のDX化の推進や、次世代経営者が変革の時代を乗り切るために、自らが納得し実行できる販路拡大、利益向上に係る経営計画を策定する支援を行うために事業者の立場に立ち、高い関係性構築を図る必要がある。また、事業承継に関しても高齢化する現経営者にとって重要な課題であり、次世代に承継する際、引き継ぐ者の経営力の育成をする必要性も忘れてはならない。

## (2) 支援に対する考え方

事業計画の策定については、第一歩として意義を理解していただくことが重要であるが、前回の計画実行時に事業者掘り起こしにハードルの高さを感じていることから、経営指導員の巡回時、事業所の課題、現状のビジネスモデル、ITシステム、事業の方向性を事業者との面談で問題意識を持たせること、更に経営状況調査、需要動向調査、経営状況の分析を用いて可視化し、事業所をリスト化しておくことで、セミナー勸奨時に受講意欲を持たせ、実効性の高い経営計画の策定につながるよう十分なコミュニケーションをとる事に努めていく。また創業者に対しては、創業相談時点から伴走し、開業イメージを持たせるための創業計画の策定支援を行い、指導員がスケジュールリングによる進捗管理をおこない、途中挫折とまらない相談体制を持つておくことが必要な支援と考える。

事業承継に対する支援については特にも家族間、親子間承継の場合、両者の意思疎通の難しさにより進まないケースがもっとも多いことから、引き継ぐ者、受け継ぐ者、両者に向けたセミナーの内容とするなど工夫を加え、岩手県事業引継ぎ支援センターとの連携により、両者の理解が進むための支援をしていく。

## (3) 目標

	現状	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①DX支援セミナー	未実施	2回	2回	2回	2回	2回
②若手経営者育成セミナー	5回	2回	2回	2回	2回	2回
③経営計画作成セミナー	2回	2回	2回	2回	2回	2回
④事業承継セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
⑤事業計画策定事業者数	20者	30者	30者	30者	30者	30者

## (4) 事業内容

### ①DX支援セミナーの実施

デジタル技術を駆使した新たなビジネスモデルが多く展開される中で、近い将来、現状のITシステム老朽化、複雑化、ブラックボックス化などが足かせとなり、事業における競争力、収益性、顧客

体験において大きな損失が生じる可能性がある」とされている。小規模事業者に対し、DX推進への理解を深めると共に、推進するための体制づくり、ITシステム構築の必要性が急務であることを認識し、DXへの取組を踏まえ経営計画策定の必要性を実感することをねらいとし実施する。

【対象者】地域内小規模事業者

【募集方法】当所月1回発行会報への開催チラシ折込、ホームページ掲載、新聞折込チラシ

【講師】セミナー講師斡旋企業へ依頼（中小企業診断士等）

【回数】年2回

【テーマ】仮題「SNS活用セミナー」、「Webサイト活用セミナー」

【参加者】20名

#### ②若手経営者育成セミナーの開催

地域経済を担う若手経営者、後継者が経営知識、経営技術を習得し、リーダーとして事業所、地域を引っ張る経営人材となることをねらいとして実施する。

【対象者】地域内若手経営者、後継者（小規模事業者）

【募集方法】当所月1回発行会報への開催チラシ折込、ホームページ掲載、新聞折込チラシ

【講師】セミナー講師斡旋企業へ依頼（中小企業診断士等）

【回数】年2回

【テーマ】未定

【参加者】20名

#### ③経営計画策定セミナーの開催

地域内の創業希望者、また創業後3年未満の小規模事業者が、専門家の知見により経営ノウハウを学び、実現可能な経営計画策定のきっかけとなることをねらいとして開催。

なお、新規創業希望者については経営計画策定時の構想において中心市街地での店舗開業を希望する場合、久慈市との連携により久慈市中心市街地出店店舗改装補助事業の利用斡旋、及び久慈市中心市街地空き店舗家賃補助事業など活用斡旋することにより、中心市街地での開業メリット、開業意義を伝え、地域を元気にすることを経営計画策定の基本理念として持ってもらおう。

【対象者】創業希望者、創業後3年未満の小規模事業者

【募集方法】当所の月1回発行会報への開催チラシ折込、ホームページ掲載、新聞折込チラシ

【講師】セミナー講師斡旋企業へ依頼（中小企業診断士等）

【回数】年間2回

【テーマ】「創業計画策定セミナー」

【参加者】20名

#### ④事業承継セミナーの開催

事業承継計画策定支援に関しては、家族内承継、M&Aなど長期の支援が必要な事から岩手県事業引継ぎ支援センターとの連携により、年間を通しての支援とするが、センター主体のアンケート調査のほか、対象事業者の掘り起こしを行い事業承継計画作成に結び付け、円滑な事業承継を推進支援するためセミナーを開催する。

【対象者】事業承継計画を必要とする小規模事業者

【募集方法】当所の月1回発行会報への開催チラシ折込、ホームページ掲載、新聞折込チラシ

【講師】岩手県事業引継ぎ支援センターへ依頼（中小企業診断士、事業承継相談員等）

【回数】年間1回

【テーマ】「事業承継計画策定セミナー」

【参加者】20名

●事業計画書の様式については、これまでの実績を踏まえて中小企業庁提供の経営計画つくるくん、

(株) 日本政策金融公庫事業計画書テンプレートなど活用する。

●経営革新等の経営計画策定支援に関しては都度支援とし、指導員と専門家、計画作成者3者にて計画策定に向け取り組むことを基本に支援していく。

●久慈市との連携により、久慈市の創業相談窓口を利用した創業希望者のスムーズな開業を出来るよう、積極的に当会議所で行うセミナー受講、計画策定に関する支援を推奨してもらう。そのため、窓口である久慈市企業立地港湾課とのコミュニケーションを密にしていく。

## 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:** これまで行ってきた事業計画策定後の支援は、創業者には四半期ごとの指導員の巡回や確定申告指導のための税務相談会での記帳指導、財務分析、経営力向上セミナー勸奨など支援している。計画策定事業者には、指導員の巡回時に計画実行状況のヒアリングにより計画の遂行状況を聞き取り、当所主催の財務、販路拡大セミナーへの参加斡旋、また専門家による個別相談会により計画達成に向けたフォローアップ支援を実施しているが、指導員の実感として計画策定事業者の多くは計画実行後、達成状況の分析や課題確認、遂行状況のチェック、課題改善というPDCAサイクルが十分出来ておらず、計画自体の目標、目的と実際の事業活動に乖離が生まれている状況が多い。また、指導員巡回時の相談では、指導員によって様々なケースの支援ノウハウがあるなどフォローアップ支援が十分行き届かない状況もあった。

**課題:** 巡回の訪問頻度や窓口に来てもらうなど相談頻度を増やす事が必要であり、計画作成者の進捗状況を指導員が把握し必要なフォローアップ支援を行い、計画に沿った事業活動を行うためのチェック体制を整えることが重要である。また一般職員、支援員も一丸となりフォローアップ体制を強化していく事が必要であり、そのための職員一人一人のスキルアップも課題である。

### (2) 支援に対する考え方

事業計画策定事業者へのフォローアップ支援の1つとして小規模事業者へのPDCAサイクルを取り入れ実践することで、経営の安定に繋げ自主的な経営力の向上を促す。基本的には3年間の支援を想定し、目標の売上や利益達成と自走可能と判断した時点で支援を終える。

事業計画を策定した全事業者を対象とし年間を通してセミナー勸奨、指導員の面談などによりフォローアップを行い、計画進捗状況等により専門家による指導と併せたフォローアップを行う。

### (3) 目標

	現状	R 4年度	R 5年度	R 6年度	R 7年度	R 8年度
フォローアップ対象事業者数	30者	30者	30者	30者	30者	30者
頻度(延べ回数)	80回	80回	80回	80回	80回	80回
売上増加事業者数	5者	10者	10者	10者	15者	15者
利益率3%以上増加事業者数	3者	5者	5者	5者	8者	8者

### (4) 事業内容

事業計画策定後において、フォローアップ支援に重点を置き、計画策定事業者の売上増加目標達成に向けて以下の支援を行う。

①指導員による巡回、窓口相談により計画実現に向けた取組状況を確認し、新たな計画遂行上の課題、資金繰りなど財務状況、売上の状況など経営状況の分析も含め6カ月（半期）毎にフォローする。また、経営啓発セミナー等勸奨し経営知識の向上を促し、情報交換や補助金施策等情報提供などしつながらの場として事業者との接点を増やす。指導員による課題解決が困難な場合、専門家によるフォローも検討する。（指導員フォロー30者×2期、専門家フォロー10回×2期、計80回）

- ・経営状況分析手法については、主にローカルベンチマークを活用した分析とする。
- ・P D C Aサイクルによる指導を徹底
- ・販路拡大等セミナー誘導

②相談カルテの活用により、支援先に漏れが無いよう、また支援状況を把握し管理徹底する。

- ・相談日、相談内容、相談種別（窓口、電話、巡回）を記入
- ・T O A S（商工会議所パッケージシステム）により一元管理し全職員閲覧可能とする。

③創業計画作成者についても①に付随し、記帳指導、商品磨き上げ、販路開拓、計画振り返りなどについて加味するなど、S W O T分析、P D C Aサイクルを意識させ、コミュニケーションを図りつつフォローアップする。

- ・S W O T分析やP D C Aサイクル等ツール提供
- ・創業資金の借り入れ必要性がある場合、地元金融機関、日本政策公庫八戸支店、岩手県保証協会など関係機関との連携により、スムーズな資金調達を支援。
- ・県、市の施行する創業者へ向けた補助金、助成金等支援策の紹介、斡旋

④事業承継計画策定者については、岩手県事業引継ぎ支援センターとの連携により家族内承継、M & A含め引継ぎ時期の確認、税務上の施策利用勸奨など円滑な事業承継となるよう、引き継ぐ側、引き渡す側、事業引継ぎ支援センター、3者間に必要なタイミングで間に入るなど計画遂行のスケジュール感を持ってフォローアップする。

- ・岩手県事業引継ぎ支援センターと連携し、セミナー開催など事業承継対象者の掘り起こしを行う。
- ・事業承継セミナー参加勸奨

⑤計画実施が遅れている、停滞している場合においては、指導員が現状確認と原因の特定をし、足かせになっている部分の改善に必要な支援をし、事業者と共に計画の実行に取り組む。

## 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**：現状においては、展示会・商談会や地域イベントへの出店支援など情報提供、参加勸奨を主体とした支援にとどまっている。また、これまで個々の事業者の需要の掘り起こしや消費者への情報発信として、平成元年から当所主催で地元特産品を活用した商品を観光土産品として推奨した「観光みやげ品推奨制度」を実施し、個別事業者の販売促進の一助としてきた。また、推奨品を掲載した「観光みやげ品のパンフレット」を発行し、観光拠点に設置し販売促進支援を実施した。

**課題**：展示会・商談会に出店する際の費用や、PR方法について課題がある場合が多いことから、当市の展示即売会補助金等の紹介や当所で新たに創設した商談会参加経費の補助の活用に加え、ECサイトの活用につながるような出店支援が求められている。また、これまで観光みやげ品パンフレット作製が中心であったことからQRコードを掲載するなどの改善は図ったものの売上向上や顧客開拓に向けた具体的なフォローまで実施できていなかった。

### （2）支援に対する考え方

日本商工会議所、岩手県、久慈市等関係団体等と連携し、事業計画策定支援した小規模事業者に対しての売上増加に資する販路開拓支援を実施するため、近隣や首都圏で行われる展示商談会等の参加

については、当所独自の助成制度を創設し、支援を行う。

また、観光みやげ品の登録事業所を拡充するとともに当所ホームページに観光みやげ品のページを作成し、久慈市、(一社)久慈市観光物産協会など関連する諸団体とのリンクを張ることでPRの機会を増大させる。

加えて、近年主力となってきているネット販売等へのITを活用した販路開拓の支援を行う。また、これまで受動的に受けていたマスコミ取材に対しても当所から定期的に事業者の新たな商品やサービスのプレスリリースを行い、PRの機会を増加させる。

### (3) 目標

	現状	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度
① 商談会情報提供	60件	200件	200件	200件	200件	200件
うち商談会展事業者数	2者	5者	5者	5者	5者	5者
うち商談件数	2件	10件	10件	10件	10件	10件
うち成立件数	-	3件	3件	3件	3件	3件
② IT活用セミナー開催件数	-	3回	3回	3回	3回	3回
参加事業者数	-	60者	60者	60者	60者	60者
支援事業者数	-	5者	5者	5者	5者	5者
支援事業者売上増加額(1者につき)		10万円	10万円	15万円	15万円	15万円
③販路開拓支援パンフ等発行件数	-	3件	3件	3件	3件	3件
パンフ掲載事業者数	-	80者	80者	80者	80者	80者
支援事業者数	-	5者	5者	8者	8者	8者
支援事業者売上増加額(1者につき)	-	5万円	5万円	5万円	5万円	5万円
④ プレリリース、PR事業	随時	随時	随時	随時	随時	随時
観光土産品推奨事業者数	25者	25者	25者	25者	25者	25者
支援事業者数	-	5者	5者	5者	5者	5者
支援事業者売上増加額(1者につき)	-	5万円	5万円	7万円	7万円	7万円

### (4) 事業内容

#### ①物産展・展示商談会参加支援事業

販路拡大や新規顧客獲得への取り組みや事業者には不足しているスキル・ノウハウ等の課題について当所経営指導員がフォローアップするとともに、必要に応じて専門家派遣を行っていく。また、商談会情報の提供、参加勧奨を行うほか、商談会参加支援補助金を創設し、岩手県及び日本商工会議所等が開催する商談会の出展を支援することにより、出展した事業者のうち商談件数10件、うち商談成立件数3件を目指していく。

#### ◇「伊達な商談会」出展

【概要】仙台商工会議所が主導し、主に東北6県の中小事業者の様々な商品を、全国の商工会議所ネットワークを使いバイヤーを招聘し、個別商談、展示会、バイヤーとの交流会、現地への視察など含めた逆見本市的な商談会

【対象者】東北6県事業者

【回数】年6回

【参加者】バイヤー30者、サプライヤー150者

#### ◇「東京ギフトショーfeel NIPPON」出展

【概要】日本商工会議所主催、東京ビックサイトを会場に日本全国のあらゆる特産品、新商品などを展示し、企業、商社または海外からのバイヤーを招聘し展示会、商談などがその場で行われる。

【対象者】全国の小規模事業者

【回数】年1回(3日間)

【来場者】7万人

### ② I T活用による市場優位性を活かすためのセミナーの開催

I Tを活用した販売促進活動や売り上げ増加につながるようなI T活用セミナーやキャッシュレスセミナーなどを年3回開催するとともに、専門家派遣を活用した事業所支援や経営指導員と個別相談等を行う。また、ふるさと納税やECサイトへの商品登録など販売促進支援ほか、関係団体ウェブサイト登録を推進し、事業者のHP制作に取り組む事業所についても専門家派遣等で支援する。また支援事業者5者の各売上増加額を10万円とする。

### ③販路開拓支援パンフ等発行事業

当市を訪れる観光客等に飲食店や土産品、観光施設、ロードマップ等を掲載したパンフレットを作成し、誘客並びに観光振興を図ることにより、支援した事業者の各売上増加額を5万円とし、計画実施3年目より支援事業者8者とする。

#### (ア) 推奨みやげ品パンフレット

推奨みやげ品としての普及及び利用拡大と品質向上を図るとともに、個店サイトにアクセスできるようQRコードを掲載、写真表示を大きくするなど工夫を加えたパンフレットを作成し、久慈地域外の観光施設や道の駅等にも設置しPRを推進する。

#### (イ) 飲食店ガイドマップ久慈

久慈地域の飲食店や宿泊施設、土産品店、ロードマップ等を掲載したパンフレットを観光案内所、観光施設等に設置しPRを推進する。

#### (ウ) マンガガイドブック

八戸、久慈、宮古、釜石、大船渡の5つの商工会議所等で組織された「三陸グルメマンガプロジェクト実行委員会」により、マンガによるガイドブックを製作し、三陸沿岸道路の利用者や飲食店の利用促進を図る。

### ④新商品等プレリリース、PR事業

当所で推奨した「推奨みやげ品」、事業所の新商品や限定商品について、会場を設けたプレリリースでの発信を行うほか、会議所ニュースや当所ホームページ及びfacebook、インスタグラムなどを活用し情報発信を推進することにより、支援事業者5者、各売上増加額を計画実施2年間は5万円増加、3年目より一者につき7万円の増加を目指す。

## 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**：岩手県北広域振興局経営企画部特命課長、久慈市産業経済部商工観光課長、久慈市企業立地港湾課長等行政機関に加え、外部有識者（税理士、中小企業診断士等専門家）、岩手県信用保証協会、久慈商工会議所中期行動計画委員長において評価委員会を組織し、経営発達支援会議を年1回開催しており、事業実施状況と成果について5段階評価により評価後、見直し案を協議提案し承認を得て、久慈商工会議所三役へ提出後、承認を受けている。

評価委員会での評価結果については、久慈商工会議所常議員会並びに議員総会へ報告すると共に、当所ホームページ (<http://www.kujicci-iwate.jp/>) において項目立てし、令和2年度経営発達支援計画事業評価表とし掲載している。事業評価結果における事業の見直しについてはP（計画）D（実行）C（評価）A（改善）サイクルに基づいて見直し協議、検討している。

**課題**：事業実施状況結果に応じた定量評価では、単に数字の評価となるため、事業の質の重要性を

考慮し定質評価すべき事業もあるため、法廷経営指導員より、資料説明だけではなく事業実施内容の詳細説明を口頭で行うことが必要である。また、委員会からは評価項目が多すぎるなど意見が出た。

## (2) 事業内容

### ① 評価委員会

久慈商工会議所中期行動計画委員長（評価委員長）  
外部有識者（東北税理士会久慈支部長、大学教授、中小企業診断士等）  
久慈商工会議所専務理事  
金融機関（㈱日本政策金融公庫八戸支店、岩手県信用保証協会二戸支所）  
岩手県北広域振興局産業振興室長  
久慈市企業立地港湾課長  
久慈市商工観光課長

以上 9 名

事務局 法定経営指導員 1 名、久慈商工会議所事務局長、中小企業相談所長、地域振興課長  
山形支所長、経営指導員

### ② 経営発達支援会議実施方法

毎年度 4 月中に評価委員を招集し、前年度の事業実施状況を経営指導員が説明後、経営指導員が作成した評価表を配布し実施状況を説明後、5 段階で評価する。

### ③ 経営発達支援会議実施方針

事業実施状況報告後、評価表の記載項目に沿って詳細説明を行い、出席者全員より意見聴取しながら評価と見直しを協議、課題抽出、改善提案する。次年度事業をブラッシュアップし、より効果的な事業を目指していく。評価には P D C A サイクルを利用する。

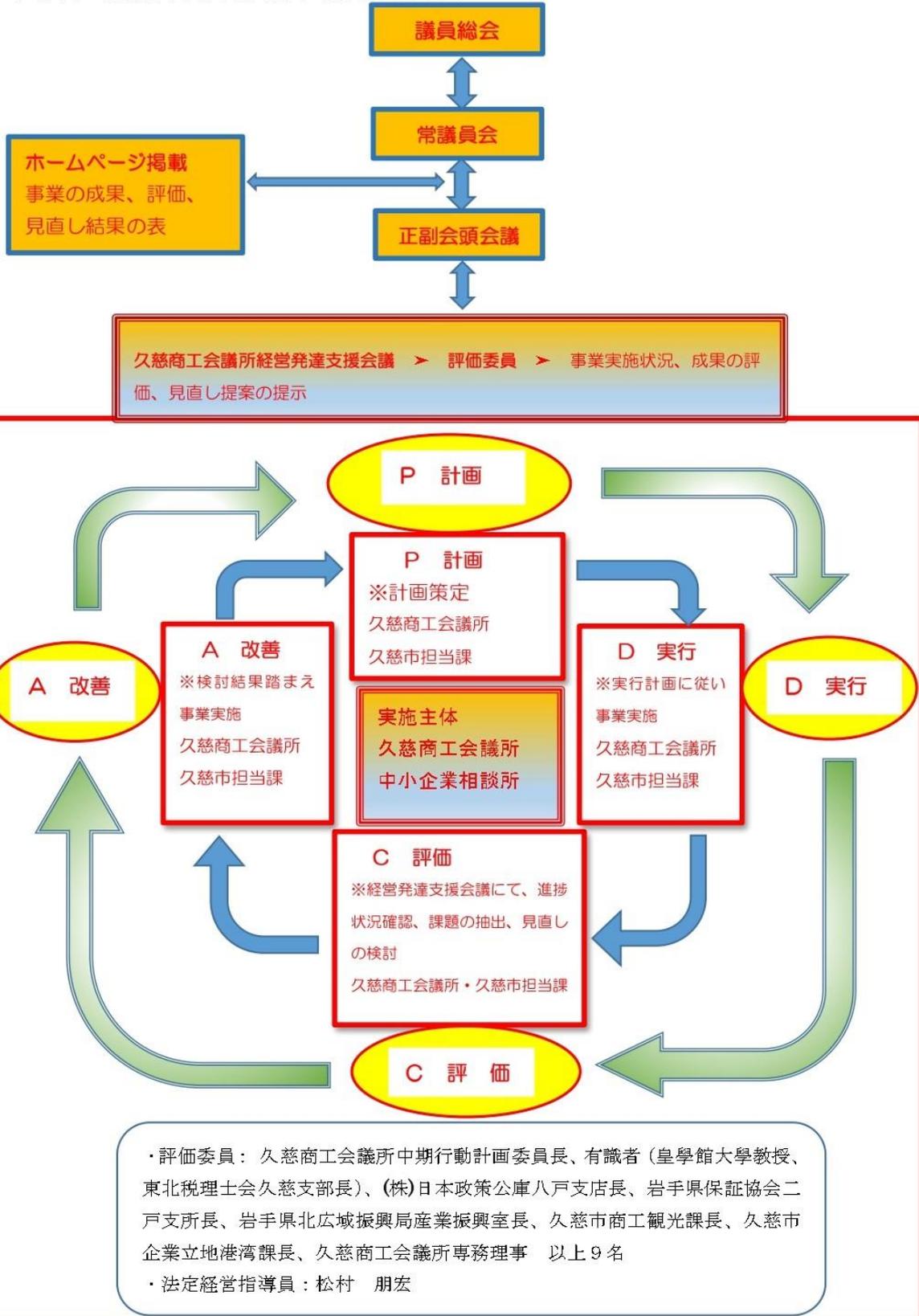
### ④ 経営発達支援会議実施内容

評価委員長の指示により、法定経営指導員が経営発達支援計画のすべての事業を項目ごとに説明し、評価委員の質疑、意見聴取等協議し、P D C A サイクルの観点から、改善点、課題抽出、見直し協議をし、評価を決定する。見直しする計画については、評価表備考欄へのコメント記載により次年度事業の実施方法など経営指導員会議にて協議、計画に反映する。

また、決定された評価は評価表に記載し、久慈商工会議所三役会議の承認を得た後、当所ホームページへ 5 月中に公表する。その後、常議員会、議員総会にて法廷経営指導員が説明する。

※ 当所ホームページ <http://www.kujicci-iwate.jp>

■久慈商工会議所経営発達支援事業評価の体系図



## 10. 経営指導員の資質向上に関すること

### (1) 現状と課題

**現状：**日本商工会議所や岩手県商工会議所連合会が主催する研修への参加が中心となっている。また、ここ何年か連続して発生している台風災害の対応や新型コロナウイルス感染症対策の各種支援策の推進により小規模事業者の経営状況などは、把握しやすく共有化も図られている。しかし、経営指導員全員が比較的若く、指導実績など経験値が全体的に高くないことに加え、コロナ禍の影響により従来の研修さえも開催されていない状況から、支援分野として専門性の高い事業承継や税制改正、DXの推進などの知識やノウハウが不足している。

**課題：**経営指導員が課ごとに分かれて配置され、それぞれが通常の担当会議所事業を行っていることから、一部の経営指導員に本来の経営指導業務が偏る傾向にあるので、内部ミーティングや資料の共有などOJTにより全体のスキルアップが必要である。特に事業承継をはじめとした専門性の高いものについては、実際の事例に寄り添った支援でのみ知識が深まると考えることから、対象事業者の掘り起しや、個別の専門家派遣への帯同による知識獲得が急務であること。また、コロナ禍の中、需要が増している事業活動のオンライン化を推進するため、専門的な知識を習得する研修や勉強会に参加すると同時に、会議所内のDX推進についても実情を踏まえながら、率先して推進しなければならない。

### (2) 事業内容

#### ①小規模事業者の現状や支援ニーズの把握と共有

経営計画策定・分析の個別案件についても、経営指導員全員が関わることで事業所の状況を共有し、事業所の強みや弱みから導く必要な支援策の検討や実施、今後の方向性などを意見交換する場を設ける。またその中で、支援ノウハウを集約したデータをまとめ、保存管理する。

#### ②三役並びに職員全体での定期的な検討と意見交換

毎月初めに開催する「月例会」や、週初めの「職員会議」さらには、随時行う課ごとのミーティングにおいて、小規模事業者に関する支援推進状況や結果を報告・共有し、意見を集約することで有効な支援策などの検討と支援方法の向上を図る。

#### ③外部研修会・講習会等の積極的参加

日本商工会議所はもちろん、中小企業大学校など関係団体や企業が主催する、有効な研修会に積極的に参加することで、経営支援のノウハウ習得に努め、経営課題に対するスピードと質の向上など支援能力の強化を図る。

#### ④経営指導員個別の支援能力向上

当所主催の専門家派遣相談会（経営計画策定・変更策定等）に専門家と一緒に帯同し支援内容を共有することにより、経営指導員自らの支援スキルを高める。

#### ⑤DX推進と職員のスキルアップに資するセミナーの開催と受講（会員とともに受講）

- ・ EC サイト活用セミナー
- ・ ZOOM などテレワーク関連活用セミナー
- ・ 弥生会計などクラウド会計セミナー
- ・ G ビズ ID など補助金申請に必要な電子申請登録など

#### ⑥データベース化

TOAS システムでの経営カルテ入力を随時・適切に行い、小規模事業者の状況等を職員全員が共有することで、急な来訪への一定レベル以上の対応ができるなど、一部の職員への偏りを解消し、ムラの無い支援の体制・仕組みを作るとともに、高い意識レベルを常に保ちつつ、支援方法や活用支援策などアンテナを張ってもらえる環境を整備する。

## 1 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

### (1) 現状と課題

**現状：**県内の商工会議所経営指導員とは、年2回の研修において定期的な情報交換を行っている。金融関係では、日本政策金融公庫と融資推薦時に加えて、毎月1回の定期相談日の際に密な打ち合わせや情報共有ができていますが、市内金融機関とは個別案件発生時に情報交換を行うだけにとどまっている。税務関係では、税理士会主催の税務援助協議会に参加した際、税理士並びに広域商工団体と情報交換を行っているが、新型コロナウイルス感染症拡大に伴い、前述も含めて満足に開催できていない状況。

**課題：**連携体制では、岩手県や久慈市に加え、市内金融機関（保証協会等）との定期的な情報共有の場がなく、実務者レベルの連携が不足している。現状をよく知る実務担当者との定期的な連携について強化することが課題である。

### (2) 事業内容

#### ■ワンストップ支援の磨き上げ

##### ①岩手県、久慈市との意見交換会（年2回）

岩手県北広域振興局経営企画部産業振興室担当者並びに久慈市各課長級と年に2回程度の意見交換や、経営発達支援計画の進捗状況などの情報共有を行い、計画のPDCAサイクルに組み込む。

##### ②日本政策金融公庫、市内金融機関との連携、意見交換会（年1回）

日本政策金融公庫八戸支店、岩手銀行、北日本銀行、東北銀行、みちのく銀行、盛岡信用金庫の実務担当者と、それぞれ個別で経営計画策定支援や創業支援、協調融資や事業承継支援など、金融支援に収まらないさまざまな事由について、お互いが把握している情報の共有と意見交換を行い、スムーズで効果的な支援実施に繋げる。

##### ③税務・商工団体との連携及び情報共有（年2回）

東北税理士会久慈支部並びに洋野町商工会、野田村商工会、普代商工会と、顧問先や会員の現状、地域の経済動向について情報交換を行うとともに、税制改正への対応や制度内容などの情報共有による税務支援手法のノウハウ獲得など、経営指導員の資質向上を図りながら、個別案件等についても普段から情報交換ができる関係を構築する。

##### ④専門家との連携及び情報共有

小規模事業者の計画策定支援や各種セミナーにおいて支援依頼を行う中小企業診断士など、専門家の個別・団体支援に帯同・同席し、経営計画策定のノウハウや業界動向などによる支援手法について月に1回の情報交換を行うとともに、それぞれの得意分野の情報を獲得し、支援手法に取り入れることで、さまざまな支援フェーズに対応できるような体制を整備する。

## Ⅲ. 地域経済の活性化に資する取組

### 1 2. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

#### 1 2-1. 中心市街地のにぎわい創出と個店の販売向上事業

##### (1) 現状と課題

**現状：**現在、当所が主体となって中心市街地のにぎわい創出を図る集客イベント(まちなか・ありがとう市、やませあきんど祭り、べっぴん夜市等)を実施し、市民に定着してきているが、通行量の増加に対する効果は大きくなく、小規模事業者の売上増大にはあまりつながっていない。また、こうした中で、個店の売上増加のため「まちなかありがとう市(毎月18日開催)」「サマー大売出し、年末年始大売出し」など久慈商店会連合会においても鋭意取組んではいるものの売上増大へはつな

がっていない。なお、令和3年に新たな取り組みとして中心市街地情報誌「まちばで」を発行するとともに日本の有名絵本作家「宮西達也」氏のイラスト付きベンチを設置し、中心市街地の魅力の掘り起こしと回遊性向上に取り組んだ。

**課題：**中心市街地におけるこれらの事業等については、結果としてなかなか回遊性の向上には直接の効果が見られない。また、経営者の高齢化、後継者不足を背景として、空き店舗の増加に歯止めはかからず商店街としての魅力の低下、中心市街地に対する市民の関心も薄れてきた感がある。

**(2) 支援に対する考え方**

これまで実施してきた商店街の魅力を再認識してもらうための各種集客イベントは、市民に認知、定着してきているが、個店の更なる魅力アップを図るためには、来店型のイベントを開催する中で、経営者の改善意欲を喚起するほか、店舗のレイアウト変更、商品力を再認識する機会とするなど、個別企業への専門家派遣を通じた経営計画の必要性、経営改善、後継者育成、事業承継など伴走型支援を行う。

また、久慈市の玄関口である久慈駅前の旧久慈駅ビルの有効活用について商工会議所の「まちづくり委員会」を通じて議論しており、中心商店街の商業機能の再構築につなげるため協議を継続していく。

**(3) 目 標**

①中心市街地への来街者増加イベント事業開催回数	現状	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
	10回	12回	12回	12回	12回	12回
②空き店舗チャレンジショップ事業（家賃補助）利用件数	現状	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
	2者	2者	2者	2者	2者	2者
③個店の販売向上支援事業	現状	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
	3者 延8回	3者 延12回	3者 延12回	3者 延12回	3者 延12回	3者 延12回
④中心商店街の情報発信	現状	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
	3回	3回	3回	3回	3回	3回

**(4) 事業内容**

①中心市街地のにぎわい創出イベントの実施

中心市街地が市民憩いの場としての意識を持てるような「べっぴん夜市」「やませあきんどまつり」など中心市街地への来街者増加を目的とした各種イベント事業の実施及び支援を継続する。

加えて、中心商店街と市民の交流を活発化し、街なかの回遊性を進めるためのイベントとして、個店を双六のマスに見立て、消費者がルーレットを回しながら個店をめぐる「まちあそび人生ゲーム」を新たに実施し、商店街の個店への来店動機の創出及び中心市街地のイメージアップを推進する。

継続事業；「べっぴん夜市」「まちなかハロウィン」「やませあきんどまつり」「はしご酒大会」

②中心市街地空き店舗チャレンジショップ事業

商店街の空き店舗解消や新陳代謝を促進するため久慈市と商工会議所が支援する空き店舗を活用しての新規開業者に対する家賃助成「空き店舗チャレンジショップ事業」活用を促すため、定期的に空き店舗調査を行って最新の情報をホームページ掲載や創業相談者等に提供する。

### ③個店の販売向上事業

第2期中心市街地活性化計画事業により、市駅前エリアの整備がなされ、これを契機として中心市街地にも新規出店者が増えつつある。しかし、創業時だけではなく、その後においても経営が軌道に乗り経営を継続することが重要であることから、個店の魅力アップに繋がる専門家派遣を含む経営支援を強化する。

### ④中心商店街の情報発信事業

地域に根差す商店街ならではの様々な話題を発信するとともに提供してもらうことによって、地域にとっての中心市街地の存在意義を再確認してもらうため中心市街地情報誌を発行する。

1. 発行時期 年3回（夏号8月、秋号10月、冬号12月）
2. 発行形態 久慈市広報 ※区長配布による久慈市民全戸配布

## 12-2. 観光資源にこだわった地域づくり及び商品づくり支援

### (1) ドラマロケ地を活用したロケツーリズムの推進

#### 1) 現状と課題

**現状：**平成25年放送されたNHK朝の連続テレビ小説「あまちゃん」により、ロケ地となった久慈市など北三陸地域には多くの観光客などが訪れるようになった。このことから観光に関わる事業者や関係自治体が相互に連携し、北三陸「あまちゃん」観光推進協議会が組織された。受入態勢整備部会において当商工会議所が中心となって、現地ロケーション支援や北三陸地域の豊富な観光資源を全国へ情報発信、ロケツーリズムを活用した交流人口の拡大、観光産業振興と地域活性化等を行ってきた。

令和3年2月の第11回ロケーションジャパン大賞で久慈市は、映画「星屑の町」が特別賞「地域の変化部門」を受賞した。

**課題：**新型コロナウイルス感染症拡大の影響により観光産業は、非常に厳しい状況に陥った。久慈地域も例外はなく、観光施設を訪れる観光客やあまちゃんファンの訪問は少なかった。ただし、コアな「あまちゃん」ファンの人気は根強いと思われる。しかし、これからは「あまちゃん」に頼らない新たな魅力発信を展開することが必要。そのためにもより積極的なロケツーリズムの推進が求められる。

#### 2) 事業内容

##### ①北三陸地域全体の観光資源の活用

北三陸地域には、昨今国内旅行スタイルとなっている着地型、体験型と呼ばれる旅行プログラムがあり、当市の豊かな自然環境や食資源、文化などの観光資源の再発掘とブラッシュアップを図り、北三陸地域全体を活かした体験型メニューや観光商品開発、ガイドの育成を今後も進めていく。

##### ②体験プログラムを中心としてツアー商品による観光客誘致

当市では、体験プログラムを主体とした「教育旅行」に力を入れており、毎年多くの修学旅行に活用されている。これらと組み合わせながら「みちのく潮風トレイル久慈ルート」なども活用し、観光シーズンの夏場だけでなく安定して観光客が訪れる通年型観光地形成へ取り組みを引き続き進めていく。

##### ③「あまちゃん」を契機としたロケツーリズムの推進

NHK連続テレビ小説「あまちゃん」をはじめ、ドラマ、映画等の作品が旅行や観光の動機となることから「あまちゃん」をきっかけに当地を訪れる観光客の満足度を高めることを図りながら、新たなロケ誘致を推進するなど「あまちゃん」の次を見据えた取り組みを併せて進めていく。

また、SNSでの情報発信や観光商品化等、効果的なプロモーション活動を展開し、北三陸地域全体でのスケールメリットを活かした観光客の誘客を図るための連携を進めていく。

#### ④外国人観光客の受入態勢整備

外国人観光客の積極的な受け入れ態勢と、台湾をはじめとするアジア諸国での「あまちゃん」が再放送されたことは、当会議所でも誘客を図る絶好のチャンスである。そのため行政と連携し、外国語によるサイン整備とパンフレット作成、キャッシュレス化の推進、インバウンドセミナー開催など受け入れ態勢整備に取り組んでいく。

#### ⑤観光人材の育成

地域の観光に関わる人材育成のため、(一社)久慈市観光物産協会、北三陸「あまちゃん」観光推進協議会と連携し、専門家を招聘したワークショップやおもてなしセミナー等の開催、新型コロナウイルス感染症収束後及び新しい生活様式での観光客誘客に向け、観光関係者のスキル向上と観光ガイドの育成に取り組んでいく。

### (2)新たな特産品の商品開発及び既存特産品の磨き上げ支援

#### 1)現状と課題

**現状:**これまで当地域の特産品を活かした新商品開発を推進するため日本商工会議所が実施している「全国展開プロジェクト事業」に平成29年から取組み、久慈市の観光資源である「琥珀」を活用した新商品開発をテーマとして市内の小規模事業者が新商品開発を行い首都圏で開催された展示会等への出店や全国紙への掲載など、新商品の販路拡大のため久慈産琥珀を全国に発信してきた。

また、当地域の観光土産品の一層の普及・利用拡大と品質向上、育成のため「久慈市観光みやげ品推奨制度」を実施しており、登録した商品の磨き上げについて専門家派遣等を通じてブランド化を支援してきた。

**課題:**全国的な人口減少が進展する中において、新型コロナ感染症終息後、観光客への各事業者の感染対策及び集客支援策等について伴走支援を行う必要がある。また、小規模事業者の販路開拓のための商談会についてオンライン化(Web商談)も始まっていることから小規模事業者支援においてITの推進も並行して支援の必要がある。

#### 2)事業内容

##### ①観光資源を活用した商品開発等支援

当地域の重要な観光資源である久慈産琥珀の中から、恐竜「ティラノサウルス類」の歯化石の一部が発見され、久慈市も今後のまちづくりに活用を期待しており、当商工会議所においても、ポロシャツ、マスクを行って市民の機運の醸成を図った。今後とも、当市の特色を生かした新商品の開発支援を推進するとともに、当市の「琥珀」によるまちづくりを推進するため、市民だれもが琥珀に関連する品を身につける「こはく人運動」の展開を図っていく。

##### ②新たな地域資源を活用した新メニュー開発支援

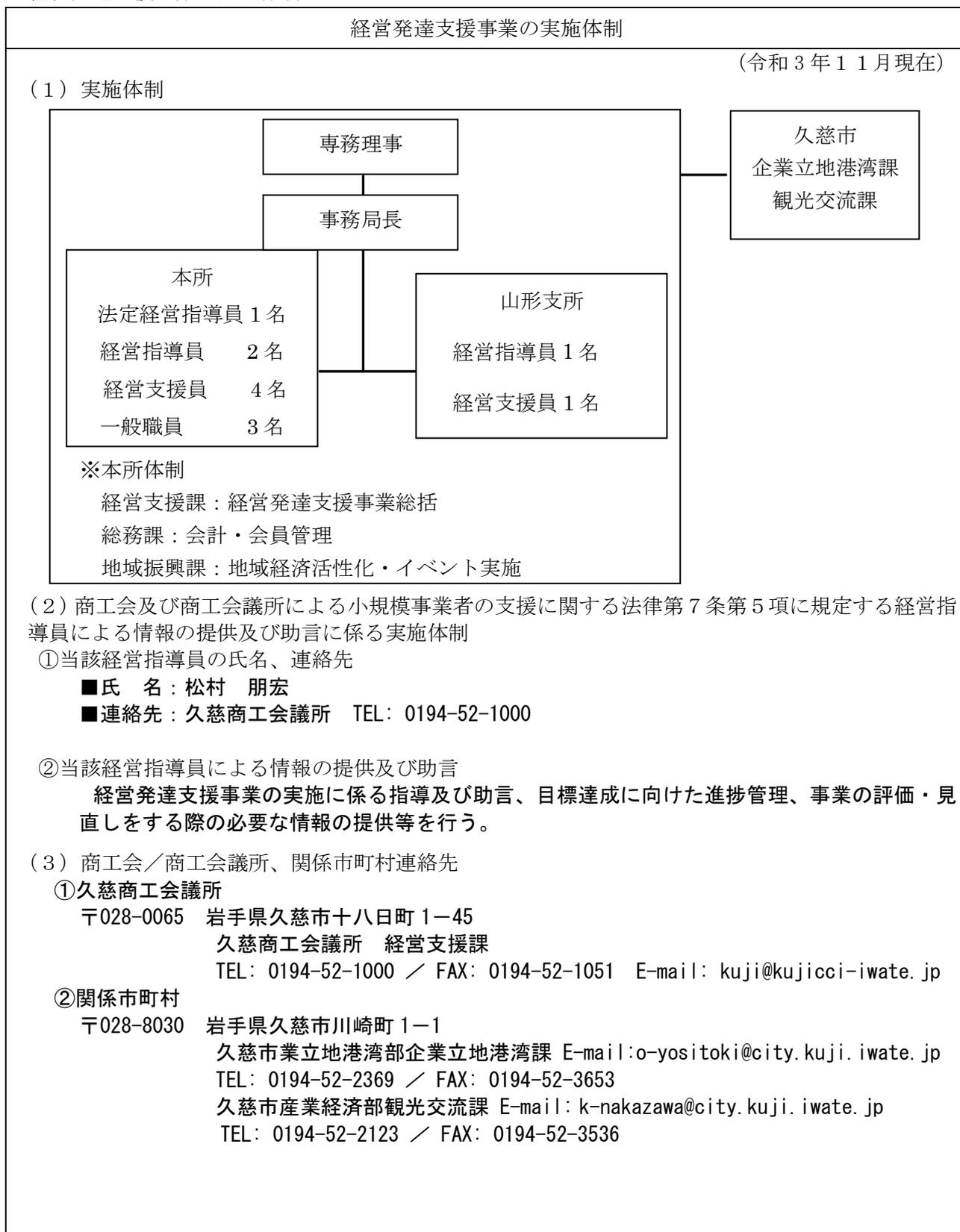
現在、久慈湾で生産されている「久慈育ち琥珀サーモン」を活用した新たな商品及びメニューづくりのためのセミナーや意見交換会を開催し、地域資源を地元飲食店で提供を拡大することで地元消費を含めた意識向上を推進する。推進に当たっては、地元高校生や飲食店組合、食生活改善協議会等との連携も図っていく。

##### ③既存特産品の磨き上げ支援

推奨みやげ品としての普及及び利用拡大と品質向上を図るとともに、久慈市ふるさと納税の返礼品として登録勸奨を推進するとともに、商談会等販路開拓支援の一環として、商談会参加後の商品のブラッシュアップ等を経営指導員が伴走支援を推進する。

(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の額及びその調達方法

(単位 千円)

	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度	R 8 年度
必要な資金の額	17,350	17,350	17,370	17,370	17,370
・経済動向調査	400	400	400	400	400
・需要動向・経営 状況分析調査	950	950	950	950	950
・事業計画策定支 援、策定後支援	1,500	1,500	1,700	1,700	1,700
・新たな需要開拓 に寄与する事業	600	600	600	600	600
・円滑な計画実施 に向けた取組	400	400	400	400	400
・地域経済活性化 に資する取り組み	12,500	12,500	12,500	12,500	12,500
情報発信	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000

(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	
・経済動向調査	国補助金、県補助金、市補助金、会費収入
・需要動向・経営状況分析調査	国補助金、県補助金、市補助金、会費収入
・事業計画策定支援、策定後支援	国補助金、県補助金、市補助金、会費収入
・新たな需要開拓 に寄与する事業	国補助金、県補助金、市補助金、会費収入
・円滑な計画実施に向けた取組	国補助金、県補助金、市補助金、会費収入
・地域経済活性化に資する取り組み	国補助金、県補助金、市補助金、会費収入、事業受託費、 広告等事業収入

(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。

