

(別紙2)

3. 助成対象事業の成果（結果）

【事業名】

A事業② 地域を支える中小企業再生・展開支援事業

【目的〈課題認識、方向性、目標、事業実施計画等〉】

(1) 人口の急速な減少

- ・ 岩手県の人口はH22～R1の10年間で10万人以上減少（▲7.8%）した。特にH23の東日本大震災で甚大な被害（死者6千人以上）を受けた沿岸部は▲15.7%。過疎化が進む県北部で▲13.4%と著しい。

(2) 地域経済の縮小

- ・ 近年、県南部において、自動車、半導体関連工場の拡張・集積が進む一方で、地域の消費人口減少に伴い、地場企業の縮小・廃業が著しい。
- ・ 県内事業者数はH21～H26の5年間で44,455事業所から38,737事業所に減少（▲12.8%）。経営者の高齢化も顕著で平均年齢61.6歳（H29現在）と全国平均を2.1歳上回り、後継者不足による廃業が増加するなど、地域経済の縮小が懸念される。

(3) 新型コロナウイルス感染拡大の影響

- ・ 大都市圏を中心とした顧客・取引先の減少や販路が喪失し、経営が悪化。現在においてもコロナ前までには回復に至っていない。
- ・ 巣ごもり需要や内食化の拡大による、市販用食品の需要増加。（業務用食品・土産品は減少）これに伴い、Webを使った販売手法（EC販売等）の重要性も増している。
- ・ 消費者の外出自粛により衣服の購入機会が減少するなど国内のアパレル市場全体が縮小した。

【課題・問題】

(1) 県内企業が抱える大きな課題

- ・ 岩手県中小企業振興第2期基本計画によると、県内中小企業1,000社に対するアンケート調査結果において、企業が抱える大きな課題として挙げられたのは、①生産コストの削減、②営業力・販売力の強化、③人材の確保と育成、④後継者の確保と育成の4点であった。
- ・ その背景として、
 - ① 原材料費、物流費、人件費等の上昇により、利益を確保できない企業が増えている。
 - ② 地域内において、消費人口減少、取引先の減少により、地域外に活路を求める企業が増えている。
 - ③ 深刻な人手不足に加え、高齢化でベテラン社員の退職も増えている。
 - ④ 経営が悪化している企業においては、子息が事業継承を忌避する例も多い。

(2) 沿岸被災企業の課題

- ・ 当センターにおいては、東日本大震災で被災し、事業再開をめざす307社に対し、国の高度化資金を活用し無利子融資を行ってきたが、近年、復興事業が順次完了し復興関係者の縮小・撤退が進んでいるほか、記録的な不漁により水産原材料が高騰、人手不足も重なって、経営悪化が顕著となる企業が増えている。

(3) 新型コロナウイルス感染症の影響による課題

- ・ 首都圏を中心とした顧客・取引先の減少や販路の喪失により売上減少し、県内企業の財務内容が悪化している状況である。
- ・ 食品・水産加工業についてはコロナ禍において業務用食品から市販用食品への転換も迫られるなか、新しい販路の開拓能力や市場ニーズに合致した新商品等の開発能力がない。またEC販売等のWebを利用した販売手法も必要となってきたが、対応できない小規模企業も多い。
- ・ 縫製業については、移動自粛で旅行需要の減少、各種行事の開催中止等により衣料

品の需要減少が消費の底冷えに拍車がかかり、メーカー等の業況も悪化している。その影響は、下請け中心である県内縫製業の業況にも大きな影響を与えている。今後は、コロナ禍に合わせた、自社ブランドの開発やメーカー等との商品の共同企画開発等、製品の企画・製造・提案を通して企業付加価値を高めていく必要がある。

【現在の支援事業とその課題】

- ・ 当センター及び関連機関においては、これまでも次の支援を行ってきた。
- ① 生産性の向上のため、自動車メーカーの協力により県内企業の「カイゼン」指導を行ってきた。また、令和元年度より国庫補助事業を活用し、IoT導入研修等を試験的に開始しているが、対象はものづくり（機械部品・金属加工等）企業に限定され、それ以外の企業は補助事業の要件上、対象外となっている。
- ② 平成30年度から県・金融機関・中小機構の資金活用により「いわて希望応援ファンド」を再組成し、企業の商品開発や事業展開を助成しているが、応募企業が常連化し、裾野拡大が課題である。特に県内中小の食品・水産加工企業は、一次加工業者が多く、取引先も食品卸企業が中心で、商品開発や販路開拓ノウハウが不十分である。
- ③ 県内企業の人材不足が深刻化する中、県内外において人材マッチングイベント等が積極的に催されているが、全国的な人手不足の中、大手企業の知名度と給与勤務条件で劣り、従来型アナログ経営企業のままでは、若者から嫌われる状況にある。

【事業実施の目的】

- ・ 岩手県南部において、自動車、半導体等の大手メーカー関連企業の集積が進む中、当センターにおいても自動車・半導体等の部品調達などの取引拡大や技術革新に注力し、実績を挙げて来たが、一方で、地域の消費人口減少や人手不足等により経営課題が山積する水産・食品加工業や縫製業の地場産業の再生を図るために、地域の資源を活用し地域を支える中小企業の再生と発展を強力に支援していくことを地域から求められきた。それに加え、新型コロナウイルス感染症の影響により大都市圏を中心とした発注先からの受注が減少し経営が大幅に悪化している。コロナの収束が見通せないなか、経営の回復には時間を要することが予想されるが、その回復の鍵となるものはICTを活用したデジタル経営力であり、IoT導入を視野に入れた生産性の向上やWithコロナ、アフターコロナを見据えた、地域を飛び出し展開できる商品づくりと営業・販売力の強化である。これまでのものづくり企業支援で培った当センターのネットワーク構築力と行動力で地域の中小企業を伴走支援していくとともに、当センターの産業支援機能の強化につなげていくことを目的とし、下記の事業を実施するものである。

【各事業の目的】

(1) 生産性向上支援

- ・ 本県製造業の6割近くは、金属・機械部品加工であるが、食品加工・縫製業も3割を越える重要な地域産業であり、これらの深刻な人手不足と生産コスト高騰の課題を解決するため、ICTの活用、IoT・自動設備導入に向けた集中支援を行う。
- ・ 特に沿岸部の主要産業である水産加工においては、原価計算も甘く財務状況を十分把握できない企業が多く、県北部の主要産業である縫製業は下請の薄利経営であり、利益向上に向けては生産コストの削減が不可欠である。
- ・ 当センターにおいては、令和元年度より、ものづくり企業（機械部品・金属加工等）を対象に、工程改善やIoTと自動設備に向けた専門家派遣を実施し、成果も出ていることから、こうしたノウハウをものづくり企業以外でも展開する。

(2) 営業・販売力強化支援

- ・ コロナ禍での市場変化に対応するため、商品開発や販路開拓に不慣れな水産・食品加工においては、商品のコンセプトづくりをしっかりと行い、具体的な行動に移していくことが重要であり、そのための伴走的支援を行う。
- ・ また、コロナ禍における売上減少からの脱却を図るため、営業・販売力の強化に向けて、流通等の専門家の協力をいただきながら、販売手法の見直しや（EC販売検討等）販売戦略づくりを支援するほか、展示会の出展等により取引マッチングの機会

を増やし、そのフォローアップを行っていく。

県内縫製業においては、従来の固定した取引先との受注・下請からの脱却をめざし、国内服飾メーカーや販売店との連携を強化し、単なる受発注のみではなく、商品の共同企画開発などをモデル的に支援・展開する。

【成果（結果）〈実施事業の内容・実績、実施した結果生まれた新たな課題等〉】

(1) 生産性向上支援

① セミナー開催

[第1回目開催]

日時：令和4年9月22日（金）13:00～16:30

場所：岩手県工業技術センター大ホール、オンライン配信

演題：基調講演「地方中小企業におけるDX推進で見えてきた成功企業の共通点」

事例紹介1「製造業におけるDXの取り組みについて」

事例紹介2「縫製工場におけるDX化の事例」

参加者：31社 56名



[第2回目開催]

日時：令和4年10月20日（木）14:30～17:00

場所：久慈グランドホテル、オンライン配信

演題：事例発表1 「DX等を活用した生産性向上に資する先進事例紹介」

事例発表2 「カイゼン活動の取組・成果と今後の展開について」

参加者：25社 48名



② ICT活用・IoT導入に関心のある企業への専門家派遣

ア 指導企業：S社

・事業内容：味噌、醤油の製造・販売

・指導内容：麹の発酵時の遠隔温度管理システム構築に関する指導・助言
屋外醸造タンクの遠隔監視システム構築に関する指導・助言

[課題及びニーズ]

- ・麹室の発酵時の温度管理を手作業で行っており、従業員が夜間対応していることからICT活用・IoTを導入して遠隔で温度管理できるようにしたい。（R3年度からの継続）
- ・屋外にある醸造タンクが、ごくまれに設定した温度制御と意図しない動作が起こる場合があることから、ICT活用・IoTを導入し事務所からでも遠隔で監視できるようにしたい。

[支援内容]

- ・ネットワークシステムの構築（R3年度継続）

[結果及び効果]

- ・麹の発酵温度を計測する「おんどとり」の機械が、クラウドシステムにデータ送信できず可視化できない問題が発生していたが、Wi-Fiの設置場所等についての指導を行い、改めてネットワークシステムを構築することができた。

[実証実験内容]

- ・屋外醸造タンクの遠隔温度管理システムについては、温度制御盤を確認できる位置に監視カメラを設置し、事務所など離れた場所からもスマートフォン等で温度制御盤の監視を行う環境を実現した。

[結果及び効果]

- ・これまで従業員が夜間に対応していたことや、温度管理を行うため現場に入っていたことが遠隔で管理することが出来るようになり、業務の負担軽減や作業の効率化が期待できる。また、突発的なトラブルにも早めに対処できるため、品質の安定化が期待される。



イ 指導企業：S社

- ・事業内容：菓子類の製造・販売
- ・指導内容：社内のIT化・効率化に関する指導・助言

[課題及びニーズ]

- ・現在、給与の支給や勤怠管理、シフト作成などがすべて手作業で行われており、作業の効率化を必要と感じている。また、商品規格書や売上報告なども手書きのメモで管理されており、担当者しかわからないということが多く、業務改善を図りたいとのニーズがある。

[支援内容]

- ・クラウド型勤怠管理システム及び経理システムの事例紹介

[結果及び効果]

- ・専門家より社内のIT化・効率化を図るための具体的な事例を紹介し、ICTを利用し業務の効率化について理解を得た。
具体的な導入に関しては次年度以降の検討となったが、勤怠管理ができると給与システムへ取り込むことができ、給与の計算ができると経理のシステムの計算も自動的にできるなどICTのメリットを感じてもらえたことができたため、導入への一歩となり今後の業務の効率化が期待できる。



日付	休日 区分	勤務 状況	シフト		修正 係数	出勤 時刻 □	退勤 時刻 □	労働 時間	休憩 時間	残業 時間	深夜 時間
02/01(木)	-	-	00:00	~	00:00	10:00	18:15	07:30	00:45		
02/02(木)	-	-	00:00	~	00:00	09:30	18:45	08:15	01:00	00:15	
02/03(金)	-	-	00:00	~	00:00	08:15	18:15	09:00	01:00	01:00	
02/04(土)	-	-	00:00	~	00:00						
02/05(日)	-	-	00:00	~	00:00						
02/06(月)	-	-	00:00	~	00:00	09:30	14:00	04:30			
02/07(火)	-	有	00:00	~	00:00						
02/08(水)	-	-	00:00	~	00:00						
02/09(木)	-	-	00:00	~	00:00						
02/10(金)	-	-	00:00	~	00:00						
02/11(土)	-	-	00:00	~	00:00						
02/12(日)	-	-	00:00	~	00:00						
02/13(月)	-	-	00:00	~	00:00	09:15	20:30	10:15	01:00	02:15	
02/14(火)	-	-	00:00	~	00:00	10:45	20:00	08:15	01:00	00:15	
02/15(水)	-	-	00:00	~	00:00	10:30	21:30	10:00	01:00	02:00	
02/16(木)	-	-	00:00	~	00:00	10:15	18:45	07:45	00:45		
02/17(金)	-	-	00:00	~	00:00	10:45	21:30	09:45	01:00	01:45	
02/18(土)	-	-	00:00	~	00:00	13:30	21:30	07:15	00:45		
02/19(日)	-	-	00:00	~	00:00						
02/20(月)	-	-	00:00	~	00:00	09:45	20:00	09:15	01:00	01:15	

ウ 指導企業：N社

- ・事業内容：紳士・婦人服製造
- ・指導内容：生産進捗管理について

[課題及びニーズ]

- ・元々グループ全体で使用しているシステムがあり生産進捗管理に活用している。現行のシステムは量産品に適したものであり、当社工場では小ロット製品が主力となっていることから適していない面も多い。自社の特徴にあった生産管理を行いたい。

[実証試験内容]

- ・生産ライン8工程にタブレットとバーコードスキャナーを設置し、実績数を管理者PC、モニターに表示し管理できるシステムの検証を行った。（R3年度継続）
- ・各工程（背中作り、袖班、衿作り、身返し等）の特徴（手順、流し方）に合った実績数のカウントができるように1着〜5着までのカウントアップ機能を施し実証実験を行った。

[結果及び効果]

- ・リアルタイムでの生産実績を管理者、現場の作業者が共有できるようになり現場の見える化が図られた。
- ・各工程の特徴に合った実績管理ができるようになり、当社の特徴である小ロット生産に対応した生産進捗管理が可能になった。



エ 指導企業：I社

- ・事業内容：婦人服製造
- ・指導内容：標準時間分析の効率改善、生産予定表について

[課題及びニーズ]

- ・当社が活用している生産目標の設定システム「ARIS」の過去の時間分析のデータを基に自社にあった時間研究システムを構築したい。（R3年度継続）
- ・当社の生産予定表、生産実績表は担当者のこれまでの経験と感覚によりExcelを加工し作成している。システム化を進めることで生産予定と実績を一元管理できるようにしたい。（R4年度新規）

[実証試験内容]

- ・当社の時間分析のデータを盛り込んだ時間研究システムを導入し、作業工程の自動

振り分けを検証した。

- ・オーダーリストのExcelデータを上記システムにアップロードすることで、過去の作業時間を基に自動で生産予定表を作成、実績を管理する検証を行った。（R4年度新規）

[結果及び効果]

- ・システムに各工程、工程加工時間が登録されていることから工程編成に係る時間が短縮された。これまで担当者の経験や感覚に頼っていた仕事を可視化できた。
- ・過去の工程加工時間の実績を基に生産予定を組み立てるので生産予定の精度を上げることができた。今後も時間データの実績値の積み上げが進むことで目標とする生産予定・実績管理のシステム化を実現できることを検証することができた。

オーダーリストのExcelデータをシステムにアップロード
手入力でも追加可能

作業時間は仮に秒数を入れても
らう。
時間研究をすれば正確な秒数に
更新される。

リピート品の場合は過去の作業
時間が表示される。

オーダーリストの品番に対する作業時間を元に自動で生産予定表を作成

オ 指導企業：M社

- ・事業内容：レインウェア、防寒服、アウトドアウェア製造
- ・指導内容：リアルタイムでの生産進捗管理、作業標準時間の算出について

[課題及びニーズ]

- ・当社では各作業員の作業内容とそれに要した時間を計算し、日報として集計しているが、そのデータを活用できていない。標準作業時間を算出するためのデータ取りを行い、そのデータを活用し生産の進捗管理を行いたい。

[実証試験内容]（R4年度新規）

- ・スマホでの実績カウントによりデータ取りを行い、当社が製品ごとに定めている作業標準時間の分析の仕組みに活用する。
- ・裁断、縫製、テープ、仕上げにタブレット及びバーコードリーダーを設置。工場内にワイドモニターをを設置し進捗表示を行った。モニターは始業時間から就業時間までを約1時間ごとに区切り、各区分ごとの目標と実績を表示した。
- ・管理者画面では日々の生産実績データにより、作業標準時間を算出する。

[結果及び効果]

- ・モニターに表示している実績が目標値以下の場合には赤色で示し、実績が目標値以上なら青色に表示されるので、一目でリアルタイムの生産状況を確認できるようになった。
- ・各工程を通過した時間から正確な実績データを取得でき、今後積み上げていくことで標準作業時間の算出を効率的に行うことができることを検証できたもの。



カ 指導企業：G社

- ・ 事業内容：紳士・婦人靴製造
- ・ 指導内容：生産進捗管理について

[課題及びニーズ]

- ・ 内職者へ外注を出しているが作業詳細を紙で管理しており、現在の状況をリアルタイムで把握しづらく、月に1度の集計に1日掛かる程であり効率化したい。
- ・ 各工程の作業タイムの集計を行っていないため、生産目標を作業者へ提示できないため改善したい。

[支援内容]

- ・ 今年度は課題のヒアリングのみ実施。
- ・ 来年度、課題の箇所を踏まえ実証実験の提案を行う予定。



キ 指導企業：K社

- ・ 事業内容：ダウンジャケット製造
- ・ 指導内容：生産進捗管理について

[課題及びニーズ]

- ・ 各作業の標準時間がなく、タイム測定もしていないため、受注金額と生産単価が適正価格なのか把握できていない。作業タイムを測定し、作業者毎の仕事を評価したい。
- ・ システムを活用した生産管理をしたことがないため、日々の生産の進捗を見える化したい。

[支援内容]

- ・ 今年度は課題のヒアリングのみ実施。
- ・ 来年度、課題の箇所を踏まえ実証実験の提案を行う予定。



ク 指導企業：E社

- ・ 事業内容：体育着、スポーツウェア製造
- ・ 指導内容：生産進捗管理について

〔課題及びニーズ〕

- ・各生産ラインで紙ベースの作業日報を作成し、管理者がとりまとめて進捗を管理しているため生産計画の策定に苦慮している。リアルタイムの進捗管理を行い、より効率化を図りたいとのニーズがある。

〔支援内容〕

- ・今年度は課題のヒアリングのみ実施。
- ・来年度、課題の箇所を踏まえ実証実験の提案を行う予定。



【評価〈目標の達成度〉、数値の検証等】

(1) 生産性向上支援事業

①セミナーの開催

〔参加企業〕

目標：30社（2回開催） 成果：56社2回開催（①31社・②25社）

〔満足度〕

目標：70% 成果：97.5%（平均値）（①100%②95%）

※5段階評価のうち、「満足」「やや満足」と回答したものを集計。

②専門家派遣企業

〔支援企業〕

目標：5社 成果：8社 支援回数 15回（食品製造業2社6回・縫製業6社9回）

〔内IoT試験導入企業〕

目標：2社 成果：3社（食品製造業1社・縫製業2社）

【今後の進め方〈波及効果を含めて〉をどうするのか】

・【食品製造業】

ICT活用及びIoT導入により、これまで夜間に対応していたことや、現場に入り管理していたことが、遠隔で管理できるようになり、現場作業者の負担軽減や作業の効率化の他、品質向上につながることを期待できた。今後はフォローアップを行いながら、県内の他の食品工場へも展開できるよう支援していく。

・【縫製業】

今回の支援により作業工程の見える化、標準時間分析の効率化等生産性向上に寄与することができた。実証実験を通して得られたデータの検証を進めることで、それぞれの工場にあった形のシステムの実用化を進めていくもの。今後も他の縫製工場へ展開し、県内縫製業全体の生産性向上に寄与していく。

(2) 営業・販売力強化支援

① 商品づくり・流通販売ノウハウの研修会

日時：令和4年11月29日（火）15：10～16：00

場所：盛岡市総合アリーナ（盛岡タカヤアリーナ）会議室

演題：展示会における商談力向上セミナー ～商談ポイント・海外バイヤーとの商談～

参加者：22社22名



② 商品開発・販路開拓に意欲的な企業への専門家派遣

ア K社

- ・事業内容 農産物、農産加工品の製造・販売
- ・指導内容 マーケティングについてのレクチャー、ブランドコンセプト及び商品開発に関する指導



イ P社

- ・事業内容 ケーキ、焼き菓子などの菓子製造・販売
- ・指導内容 マーケティングについてのレクチャー、独自価値の明確化と言語化及び店舗開設に関する指導



ウ　〇社

- ・事業内容　　飲食店の経営、麺製造・販売
- ・指導内容　　商品開発、レシピ開発、マーケティング戦略に関する指導



エ　Ｋ社

- ・事業内容　　乾麺、半生麺の製造・販売、飲食店の経営
- ・指導内容　　独自価値の言語化、ブランドコンセプトや企業情報の整理、商品開発に関する指導



オ　Ｋ社

- ・事業内容　　生麺、ゆで麺、調理麺の製造・販売
- ・指導内容　　商品開発、マーケティング戦略に関する指導



カ　Ｉ社

- ・事業内容　　日本酒、焼酎の製造・販売
- ・指導内容　　ブランド開発、マーケティング戦略に関する指導



キ Y社

- ・事業内容 農産加工品の製造・販売
- ・指導内容 マーケティングについてのレクチャー、独自価値の明確化と言語化に関する指導



③ 県外関連企業とのマッチング等による販路開拓を支援

◆スーパーマーケット・トレードショー2023 への出展

会期：令和5年2月15日（水）～17日（金）

場所：幕張メッセ 国際展示場（千葉県）

出展事業者：29社

来場者数：62,525名（会場全体3日間合計）

[岩手県ブース]



〔来場者向けパンフレット〕



〔動画〕



- ◆いわてアパレル企業ビジネスマッチング商談会の開催
 商談期間：令和4年11月9日（水）13：00～17：00
 開催場所：東京交通会館3階グリーンルーム
 参加企業：受注企業（岩手県内）10社、発注企業（県外のメーカー、商社等）26社
 総商談件数：80件
 成果：成約3社4件（成立金額 計6,390千円）

〔商談風景〕



【評価〈目標の達成度〉、数値の検証等】

(2) 営業・販売力強化支援

①商品づくり・流通販売ノウハウの研修会

〔参加企業〕

目標：30社 成果：22社22名

〔満足度〕

目標：70% 成果：71.4%

※5段階評価のうち、「満足」「やや満足」と回答したものを集計。

②商品開発・販路開拓に意欲的な企業への専門家派遣

〔派遣企業〕

目標：7社 成果：7社

〔新商品開発着手企業〕

目標：2社 成果：3社

[指導・助言を活かした新商品]
ア K社「発酵スムージー」



イ P社

マーケティングについてのレクチャーを行う中で、ターゲットを絞り込んだニッチな商品とすることを助言した結果、生姜の機能特性の一つである冷やすこと（クールダウン）に着目した商品として商品パッケージに生かされた。



ウ O社

マーケティングについてのレクチャーを行う中で、「独自性」「選ばれる力」を強くするための指導を行った結果、田野畑村でしかできない土産品として、地元の食材を使用した新商品「おつまみ生タルト」が生まれた。



新たな事業として行う、自家製生麺の外販について、課題となっていたレシピ開発の指導を行った結果、消費期限2週間を保持した商品として完成した。
現在、自社店舗や近隣スーパー、産直での販売の他、ふるさと納税の返礼品としても販売している。

③展示会・マッチング商談会支援企業

[出展者数]

目標：40社（食品製造業24社・縫製業16社）

成果：39社（食品製造業29社・縫製業10社）

[成約件数]

目標：10社（食品製造業6社・縫製業4社）

成果：9社（食品製造業6社、成約件数24件、成約金額1,850千円、取引見込件数539件
取引見込金額134,450千円）

（縫製業3社 成約件数4件 成約金額6,390千円）

【今後の進め方〈波及効果を含めて〉をどうするのか】

・ **【食品製造業支援】**

食品の展示商談会について、昨年度は新型コロナウイルスの影響により、出展者の出展辞退などもあったが、今年度は来場者の入場制限はあるものの、多くの来場者で会場は賑わい、実施することが出来た。

岩手県内においては、地域の消費人口減少や新型コロナウイルスの影響により、地場企業の縮小や廃業が著しい状況にあるが、消費人口や取引先が減少する地域に止まらず、コロナ禍における売上減少からの脱却を図り、県内外に打って出て営業展開する事業者を増やしていくため、魅力的な商品づくりや、営業指導の支援を今後も引き続きおこなっていく。

・ **【縫製業支援】**

昨年は新型コロナウイルスの影響により、規模を縮小しての開催だったが、今年度は感染症対策を万全にし概ね例年通りの開催となった。

全国的に縫製工場の廃業や円安の影響により海外に生産拠点を持つ企業の国内回帰が進み、本商談会でも発注側から案件の依頼や今後の付き合いを希望している声が多く挙がる結果となったもの。今後も高い技術を誇るいわての縫製企業を知っていただく機会として本商談会を活用し、県内企業の取引強化に寄与していく。

注1) 上記項目について詳細に記載してください。

注2) 成果（結果）の内容について、別途、お伺いすることがあります。

注3) 成果物（報告書・アンケート集計物・DVD等）、記録用写真等があれば提出してください。