経営発達支援計画の概要

| 実施者名 | ゆざわ小町商工会(法人番号 3-4100-0500-2740) |
|--------|--|
| (法人番号) | 湯沢市 (地方公共団体コード 052078) |
| 実施期間 | 令和3年4月1日~令和8年3月31日 |
| 目標 | 経営発達支援事業の目標 (1) 課題解決のための個社支援強化による販路拡大支援の充実 (2) 事業承継の推進と創業しやすい環境整備 (3) 財務会計活用型による個社支援の強化 (4) 関係機関との連携強化による課題解決力の向上 (5) 情報共有による支援スキル向上とチーム支援体制整備 |
| 事業内容 | 経営発達支援事業の内容 3-1. 地域の経済動向調査に関すること 事業計画策定に必要な地域経済動向データを的確に提供するため、国のビックデータを活用した分析や管内景気状況を調査する 3-2. 需要動向調査に関すること 「稲庭うどん」、「川連漆器」、「秋田仏壇」等地場産品のブランド化やマーケティング支援による販売力強化と収益力向上を目指し、外部環境把握に取り組む 4. 経営状況の分析に関すること 巡回等による現状分析結果を踏まえ、緊急性重要性を加味しながら支援先を抽出し、財務・非財務両分析を実施する。分析結果のフィードバックにより事業計画策定を促す 5. 事業計画策定支援に関すること 経営分析結果を踏まえ、セミナーや個社支援を通じて経営力向上や経営革新等事業計画策定を支援。事業承継や創業、ICT導入等計画策定を含めて支援する 6. 事業計画策定支援先に対して、実行支援のためのフォローアップを実施。進捗状況に応じた対応を継続し、売上増・利益増の実現に取り組む 7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 商品等の特徴を踏まえ首都圏等で開催される商談会・展示会への出展機会を提供し、新たな受注に繋げる 11. 地域経済の活性化に資する取組に関すること 「全国まるごとうどんエキスポ」、「川連塗りフェア」の継続開催により得られた知名度向上と、更なる情報発信を推進するため、行政や業界組織、実行委員会等との連携を強化する |
| 連絡先 | ゆざわ小町商工会本所 〒012-0105 秋田県湯沢市川連町字平城下 23-2 TEL:0183-42-2163 FAX:0183-42-4843 E-mail:yuzawakomati@skr-akita.or.jp 湯沢市産業振興部商工課商工労政班 〒012-8501 秋田県湯沢市佐竹町1-1 TEL:0183-55-8186 FAX:0183-79-5057 E-mail:shoko-rosei-gr@city.yuzawa.lg.jp |

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・気候・歴史】

湯沢市は、山形県、宮城県に隣接する秋田県の最南東部に位置し、県都秋田市へは直線距離で約70km、宮城県仙台市へも同じく約95kmに位置している。隣接する両県とは、国道13号、108号及び398号で結ばれており、秋田県の南の玄関口となっている。また、面積は790.91平方キロメートルで、秋田県の面積の約6.8%を占めている。

東方の奥羽山脈、西方の出羽丘陵に囲まれた横手盆地を貫流する雄物川と、その支流である皆瀬川、役内川沿いに豊かな水田地帯を形成しており、県境付近の西栗駒一帯は雄大な自然林を有しているほか、豊富な温泉群にも恵まれている。

内陸性気候で年間の気温差が大きく、1月と8月の月別平均気温では約23.6度の差があり、風速は一年を通じで1.4m~3.4m前後となっている。

また、降水量は年間 1,500 mm程度であるが、冬季には積雪が多く、最大積雪量は市街地で 1m、山間地で 2mに達し、積雪期間は年間 100 日以上にも及ぶ豪雪地帯となっている。



平安期の謎に包まれた才女「小野小町」は、雄勝・小野地域が生誕・終焉の地といわれ、岩屋 堂などの多くの遺跡や伝承が守り継がれている。

1193 年には小野寺氏が稲庭城を築き、約 400 年にわたり統治したといわれ、関ケ原の戦いの後 1602 年には佐竹領となり、市内各所に小野寺氏、佐竹氏の時代から伝わる祭りや文化財などが多くみられる。1606 年には院内銀山が発見され、藩直営の銀山として繁栄、最盛期には 15,000人を数え、天保の盛り山と言われた。



1905 (明治38) 年には奥羽本線が全線開通し、 1963 (昭和38) 年に皆瀬ダムが完成、1996 (平成 8)年に国道108号鬼首道路、翌年に湯沢横手道 路、2016 (平成28)年に院内道路が開通し、生活 基盤の整備が進んでいる。

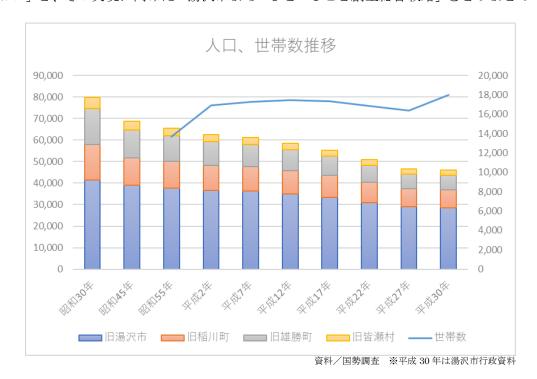
2005(平成 17)年3月に湯沢市、稲川町、雄勝 東成瀬村商工会 町、皆瀬村が合併し、現在の湯沢市が誕生。同年 4月、稲川町、雄勝町、皆瀬村の3商工会が合併 し、「ゆざわ小町商工会」が誕生し、「旧湯沢市」 を管轄区域とする「湯沢商工会議所」と2つの商 工団体が併存する。

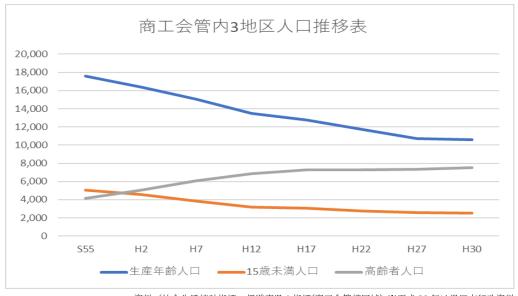
市内全域に特色ある地質資源が豊富にあることからジオパーク活動を推進しており、2012 (平成 24) 年に日本ジオパークとして認定されている。

【人口】

国勢調査がスタートした 1920 (大正 9) 年以降増加し続け、1955 (昭和 30)年には 79,000 人を超える人口のピークを迎えた。その後は自然減・社会減が徐々に拡大し、2015 (平成 27)年の国勢調査では 46,613 人まで減少している。

2014(平成 26)年5月、日本創生会議は少子化に伴う人口減少によって、2040年までに存続が困難になると予測される全国896自治体を「消滅可能性都市」と発表、この中に本市も含まれている。このような状況を踏まえ、2040年に31,664人の人口を確保することを目標とした「湯沢市人口ビジョン」と、その実現に向けた「湯沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略」をとりまとめている。





資料/社会生活統計指標-都道府県の指標(商工会管轄区域) ※平成30年は湯沢市行政資料

【商工業者数及び小規模事業者数の推移】

当商工会管内の令和2年度の商工業者数1,073人、うち小規模事業者数は1,007人であり、93.8%が小規模事業者である。

平成24年度以降において、商工業者数、小規模事業者数ともにほぼ横這いで推移しており、平成29年と比較すると、商工業者数で6人、小規模事業者数で2人の増となっている。

令和2年度の小規模事業者数を業種区分で見ると、製造業が324人と最も多く、次いでサービス業、卸売・小売業、建設業である。平成29年度と比較すると、サービス業で16人増となった一方、製造業で14人減となっている。

| 業種別商工業者数及び小規模事業者数の推移 | | | | | | | | | | |
|----------------------|----|------|------|-----|-----|------------|------------|--------|--------|--------|
| | I | 区 分 | | 建設業 | 製造業 | 運輸・ 通信業 | 卸売・ 小売業 | サービス業 | その他 | 合計 |
| TI. | | 合 | 計 | 169 | 375 | 10 | 260 | 258 | 2 | 1, 074 |
| 平成 | | | 稲川 | 67 | 299 | 5 | 116 | 97 | 0 | 584 |
| 2 | | 内訳 | 雄勝 | 80 | 31 | 3 | 121 | 124 | 2 | 361 |
| 4 年 | | | 皆瀬 | 22 | 45 | 2 | 23 | 37 | 0 | 129 |
| + | | 小規模 | 事業者数 | 162 | 352 | 9 | 242 | 245 | 0 | 1, 010 |
| 平 | | 合 | 計 | 175 | 361 | 12 | 248 | 267 | 4 | 1, 067 |
| 成 | | | 稲川 | 78 | 292 | 6 | 109 | 103 | 0 | 588 |
| 2 | | 内訳 | 雄勝 | 75 | 34 | 4 | 117 | 125 | 3 | 358 |
| 9 | | | 皆瀬 | 22 | 35 | 2 | 22 | 39 | 1 | 121 |
| + | | 小規模 | 事業者数 | 169 | 338 | 11 | 229 | 256 | 2 | 1, 005 |
| | | 合 | 計 | 174 | 346 | 11 | 252 | 285 | 5 | 1, 073 |
| 令 | | | 稲川 | 79 | 279 | 5 | 113 | 118 | 0 | 594 |
| 和 2 | | 内訳 | 雄勝 | 76 | 33 | 4 | 115 | 130 | 2 | 360 |
| 年 | | | 皆瀬 | 19 | 34 | 2 | 24 | 37 | 3 | 119 |
| | | 小規模 | 事業者数 | 168 | 324 | 10 | 229 | 272 | 4 | 1, 007 |
| (R2- | | 事業者 | 数 | -1 | -15 | -1 | 4 | 18 | 1 | 6 |
| H29) | 小护 | 現模事業 | 業者数 | -1 | -14 | -1 | 0 | 16 | 2 | 2 |
| | | | | | | | 資料/商 | 工業者数集詞 | 計(ゆざわ/ | (町商工会) |

2課題

小規模事業者は、地域における需要に応え、雇用を担うなど、極めて重要な存在である一方、少 子高齢化に伴う人口減少や、経営者の高齢化や後継者不在、更にはグローバル化など地域経済の構 造変化の影響を大きく受けている。

こうした状況を乗り越えるためには、既存の顧客・商圏を超えた販路開拓や生産性向上に取り組むとともに、ウィズコロナ/ポストコロナ時代に求められる構造転換に向け、長期視点に立った対応が求められる。

【製造業】

伝統産業である「稲庭うどん」、「川連漆器」並びに「秋田仏壇」関連事業所が集積する地域である。稲庭うどんは350年余りの伝統を持ち「日本三大うどん」のひとつとされる。代々受け継がれてきた製造方法が昭和47年に公開されると、それまでの家内工業から企業化が進み、製造量・雇用者数ともに大幅に増加した。一方で、品質の低下や納入等取引先とのトラブルが多発したことか

ら、平成13年に「秋田県稲庭うどん協同組合」を設立、類似品対策や稲庭うどんの定義づけを行い、産地としての品質・ブランド維持のための協力体制を構築し現在に至っている。本県製造品出荷額の9.6%(約1,170億円)が酒類等含む食品産業、その中でめん類は7%(約80億円)である。現在の事業所数は60事業所、従事者数は800人である。主に稲庭地区に集積しており、知名度は高いものの販路は飽和状態にある。

川連漆器は小野寺氏築城後、家臣に命じて武具に漆を塗らせたことが始まりとされ、手作りを核とした800年の歴史を持つ伝統工芸品である。明治29年に「秋田県漆器工業協同組合」の前身である川連村漆器同業組合が発足、現在は伝統工芸士32名含む90名が加盟し、海外展開や後継者育成に取り組んでいる。しかしながら、規模は縮小傾向にあり、H27/H17比較による生産額で11億円/13億円(\triangle 2億円)、事業所数134/162(\triangle 28事業所)、特に従事者数は、262人/584人(\triangle 322人)と半分以下にまで減少している。

秋田仏壇は昭和30年代後半、川連漆器の製造・販売を行っていた職人が仏壇製造を開始して以降産地が形成され、現在に至っている。「秋田仏壇協議会」は、昭和49年に川連漆器の技術を活かした仏壇の製造販売経営者が「秋田金仏壇」の産地として商品開発や生産販売の促進や相互研究を通じて仏壇産業振興を図ることを目的として設立した。主に商品開発や首都圏での展示会出展により販路開拓等に取り組んでいるものの、他産地との競合や、住環境等変化や核家族化に伴い、売上は減少傾向にある。現在の事業所数は40事業所、生産額は35億円、従事者数は200人である。

【商業・サービス業】

小売業の業態変化や消費者のライフスタイル変化に伴うスーパー、大型専門店、量販店等の新規立地は旧来の商店街衰退に結び付き、特に買回り品購買に際しては、隣接する横手市や大仙市、秋田市への流出が大きく、地元商店等では平日の最寄り品調達が販売の中心となっている。

高齢者においては地元商店等での購買比率が高くなる一方で、買い物時の移動手段は自家用車が 圧倒的であることも流出の大きな要因となっている。そのため、小売事業者数、従業者数、年間販 売額ともに小規模経営を中心に低迷が続いている。

更には経営者の高齢化と後継者不足、店舗等設備の老朽化などにより廃業せざるを得ない厳しさを抱えている中で、高齢者にとどまらず、地域で生活する者の生活環境向上を図るべく歩いて行ける範囲内での商業環境の充実と、秋田県「南」玄関口としての立地を活かしたビジネススタイルを模索しながらの経営努力が続いている。

【観光業】

四季折々の彩に囲まれた小安峡、秋ノ宮の両温泉郷や大噴湯に代表される地質資源が豊富な地域である。旅行ニーズの多様化や地域間競争の激化等環境変化の中で、平成24年のゆざわジオパーク認定をきっかけに資源の磨き上げに力を入れているものの、観光入り込み客確保に向けた取組が重要である。

小安峡温泉は、栗駒山麓に位置し、温泉入口には観光名所の小安峡大噴湯がある。毎年4月の新緑から11月の紅葉まで県内外からの観光客が訪れるものの、冬季間は398号線の閉鎖により温泉利用客が減少する。16軒(小安温泉:14軒・大湯温泉:2軒)の旅館等が点在し営業しているが、殆んど家族中心の小規模経営である。

秋ノ宮温泉郷は、秋田県最古の温泉地として知られ、役内川のせせらぎに耳を傾けながら緑の渓谷や紅葉の山々を眺められる保養温泉地である。10 軒程の温泉宿がそれぞれの源泉を持ち、湯量が豊富で、武者小路実篤などの文人墨客に愛された湯の郷でもある。昨年(2019年)10月にホテルを全国展開する大手企業が、平成26年(2014年)に幕を下ろした老舗旅館を新たに復活させたことで周囲の期待が高まっている。

山を挟んで南側に鳴子温泉郷(宮城県)が広がり、国道 108 号線鬼首道路を通じて交通の便も良いことから、車を用いた湯巡りのコースとして各種観光ガイドで紹介されている。

湯沢市行政データによると、小安峡温泉への宿泊者数は、平成29年2万9千人、平成30年3

万3千人、令和元年3万7千人。秋ノ宮温泉郷へは、平成29年1万9千人、平成30年2万1千人、 令和元年2万3千人と、いずれも増加傾向にある。

小安峡・秋ノ宮両地域ともに、誘客のための施設としてスキー場や温泉プールを設置・整備してきたが、施設の老朽化や利用客の減少により廃止され、冬期間は勿論のこと誘客が一番の課題となっている。コロナ禍により客数減少傾向に歯止めがかからない状況下、緊急施策効果が現れているものの魅力向上に向けた対策が求められる。

また、地下の熱資源に恵まれた、日本でも有数の地熱賦存地帯である当地域に、東日本大震災以降、再生可能エネルギーの普及促進が図られてきたことを受け、湯沢地熱株式会社が2019年5月山葵沢地熱発電所の運転を開始、出力10,000kwを超える大規模地熱発電所として国内では23年ぶりの稼働となった。環境アセスメントが行われている「かたつむり山発電所(仮称)」を含め、地元は勿論、市内外から大きな期待と注目が寄せられている。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10 年程度の期間を見据えて

本会が実施した 2017 (平成 29)年事業者実態調査によると、経営者平均年齢は 62.6 才で帝国データバンクが調査した 2019 年本県年齢 61.9 才を上回っている。事業承継については全体の 54%が未定、17%が廃業を検討している。こうした経営者の高齢化や後継者不在は、人口減によるマーケット縮小により存続の危機にさらされる事業者増に拍車をかけ、「生き残り」という深刻な課題に立ち向かっていかなければならない。

こうした厳しい地域環境にあって、「商工会だからできる」「商工会にしかできない」「事業者に信頼され役に立つ」という固有の果たすべき役割を認識し、確かなビジョンと実行力で、地域小規模事業者を「守り・育て」ることが求められる。

その具体的アクションが「徹底した個社支援」であり、集中・強化できる体制づくりや環境整備に取り組むこととする。

②湯沢市総合振興計画(第2次策定:平成29年3月)との連動性・整合性

湯沢市では、平成29年度から平成38年度の10年間を実施期間とする「湯沢市総合振興計画」を策定しており、『人のつながりで磨かれる、熱(エネルギー)あふれる美しいまち』の将来像の実現に向け、商工業の振興及び観光の振興等の方向性について下記のとおり示している。(関連箇所のみ抜粋)

競争力のある質の高いものづくりと流通対策の強化(第3章・第2節)

「稲庭うどん」や「川連漆器」などの地場産業をはじめ、従来から高品質なものづくりが行われているものの、販売戦略の弱さから商品の魅力が購買行動に結びついていない場合がある。このため、マーケティング全体におけるノウハウを高め、付加価値や収益性の高いものづくりを促進するとともに、商品の良さを消費者の理解や納得に結び付けるブランディングが重要であり、関係団体の育成・強化を含めて経営支援を充実させる必要がある。

施 策:付加価値と競争力の高いものづくりの推進

内 容:農商工連携や6次産業化など、多様な主体との協働による取り組みを展開する

評価指標:納税義務者1人当たりの課税対象所得

現状(H27) 2, 380 千円 → (H33) 県平均(H27: 2, 560 千円) 以上

施 策:経営戦略の強化による「稼ぐ力・売る力」の向上

内 容:地場産品のブランド化やマーケティング支援等によって販売力の強化と収益性の向上

を促し、また、認知度を高めることで需要の底上げを図る

評価指標:海外展開に新たに取り組む企業等数

現状(H27) 1件 → 10件(5年累計)

評価指標:食料品・飲食料品等製造業出荷額

現状(H26)13,922 百万円→ 16,105 百万円

評価指標:伝統的地場産業等の新商品開発件数

現状(H27) 3件 → 20件(5年累計)

訪れたくなる動機付けと観光交流人口の拡大(第3章・第3節)

観光交流人口の拡大を図るためには、地域経済分析システムなどの既存コンテンツやマーケティング調査等により正確に情報を把握・分析した上で、観光トレンドに適合した戦略づくりを進めることが重要である。戦略に基づいて国内外から誘客に結び付けるプロモーション活動を行うとともに、来訪者の満足度を高めてリピーターの増加につながる受け入れ環境の整備・充実が必要である。

施 策:湯沢市への呼び込みとにぎわい創出

内 容:戦略的情報発信と連動し、イベントや資源へのストーリー付加によって魅力を効果的 に"見える化"することで来訪者の増加を図り、市内各地における賑わいを創出する

施 策:受入環境の整備充実

内 容:おもてなしの心溢れるまちづくりと人づくりを推進

観光拠点等の整備等、訪れてみたくなる環境の維持向上

評価指標: 観光入込客数 現状(H27)1,239 千人 → (H33)1,300 千人

宿泊者数(総数) 現状(H27) 100 千人 → (H33) 120 千人 宿泊者数(外国人) 現状(H27) 468 人 → (H33) 2,000 人

③商工会としての役割

上述課題を踏まえ、第2次湯沢市総合振興計画との方向性を同じくし、以下役割を担う。

【工業の振興】

地場産業である「稲庭うどん」「川連漆器」「秋田仏壇」は、協力・関連事業所含めいずれも商工会地区に集中し、その殆んどが小規模事業者である。ブランディングへの取組や商品開発、BtoB取引を促進するための企業間交流等、業界組織である「秋田県稲庭うどん協同組合」、「秋田県漆器工業協同組合」、「秋田仏壇協議会」との連携を強化する。また、受発注を含めた販路開拓やICT活用等、特に産業を下支えする小規模事業者を集中支援する。

【商業の振興】

経営者の多くが購買力流出や少子高齢化による人口減少等脅威にさらされ、高齢化や後継者不足といった自ら抱える弱みの中で、厳しい経営を余儀なくされている。個店の魅力向上による顧客確保やICTを活用した商品・サービスの情報発信による認知度向上等取組を通じて経営力向上を図り、既存市場のみならず外部地域からの商機獲得により課題の解決を図る必要がある。

【観光の振興】

地質資源等景勝地に加えて、「稲庭うどん」や「川連漆器」等伝統産業を核とした産業観光をルートに組み入れて滞在時間を長くすることで当地域への宿泊客の確保を図る。

「稲庭うどん」製造メーカーや、「川連漆器伝統工芸館」施設内での製造工程見学、製造体験、買い物、食事、温泉を楽しむことができる当地の強みを「湯沢市観光物産協会」との連携により推進する。

また、観光客を受け入れる事業者に対する SNS や Web サイトを活用した情報発信環境の構築とスキル習得、受入れ施設充実に向けた支援を強化する。

(3) 経営発達支援事業の目標

「地域の現状及び課題」並びに、「小規模事業者に対する長期的な振興のあり方」を踏まえ、本計画における目標は以下のとおりとする。

- 目標① 課題解決のための個社支援強化による販路拡大支援の充実
- 目標② 事業承継の推進と創業しやすい環境整備
- 目標③ 財務会計活用型による個社支援の強化
- 目標④ 関係機関との連携強化による課題解決力の向上
- 目標(5) 情報共有による支援スキル向上とチーム支援体制整備

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

目標① 課題解決のための個社支援強化による販路拡大支援の充実

縮小する域内市場に対応するため、首都圏はじめ域外への販路開拓・拡大は、小規模事業者にとって重要な取組であることから、業種特性や事業規模に応じた支援を展開する。有効な手段となり得るICT活用についても積極的に提案する。

実施にあたっては、平成 29 年度実態調査結果を踏まえて巡回支援の質的向上を図りながら課題の整理、取組手順等踏まえ事業計画策定・実行支援に繋げる。

目標② 事業承継の推進と創業しやすい環境整備

喫緊の課題である事業承継については、「事業承継診断票」によるニーズの掘り起こし、並びに、 現状把握を行う。緊急性の高い事業者に対して、「事業承継計画書」の策定を支援するとともに、 必要に応じて専門家を活用する等集中支援により、早期の事業承継を推進する。

創業については、産業競争力強化法に基づく「湯沢市創業支援事業計画」により、湯沢商工会議所が開催する創業セミナーへの参加要請や事業計画策定、資金調達、許認可手続、創業後フォロー等、創業予定者の適時性を捉えた包括的支援を行う。

目標③ 財務会計活用型による個社支援の強化

日々の計数管理による的確な月次処理を着実に経営改善につなげるため、財務データをベースとした財務分析を実施し、得られた結果を「診断レポート」として事業者にフィードバックするなど、税務を目的とした支援から財務会計活用型支援への脱却を図る。

消費税や事業承継税制等への迅速対応を可能とするため、情報の収集・共有に努め、タイムリーな情報提供を実施する。

目標④ 関係機関との連携強化による課題解決力の向上

「ICT活用」や、「事業承継」、「働き方改革」、「生産性向上」への取組、「消費税等制度改正」に迅速に対応するため、事業者個々の実態を明らかにしたうえで、関係機関主催研修・セミナー等への参加や、秋田県商工会連合会(以下、「県連合会」という)、秋田県事業承継・引継ぎ支援センター、秋田働き方改革推進支援センター、あきた女性活躍・両立支援センター、金融機関等との連携による支援体制を確立し、解決に向けた支援を強化する。

目標⑤ 情報共有による支援スキル向上とチーム支援体制整備

職員一人ひとりが自らの成長プラン(5 年間の目標と実行計画)に基づいてスキルアップを図りつつ、相談内容に応じたチーム編成による支援スキルの向上に繋がる個社支援が実行できるよう、環境・体制両面から整備し、経営課題に対する効果的解決提案、実行支援を行う。

3-1. 地域の経済動向調査に関すること

(1)現状と課題

全国商工会連合会が四半期ごとに実施する景況調査及び景気動向調査を基に、管内における経済動向等把握に取り組んでいるが、調査結果は対象事業所にのみ提供しており、管内事業者への提供はなされていない。あらたにビックデータを活用した専門的分析を実施するとともに、分析結果を公開、提供する。

(2)目標

| 公表回数 | 現行 | R3年度 | R4年度 | R5年度 | R6年度 | R7年度 |
|-------------------|----|------|------|------|------|------|
| 地域経済動向分析 の公表回数 | - | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |
| 中小企業景況調査 の公表回数 | _ | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 |

(3) 事業内容

①国が提供するビックデータの活用

小規模事業者の事業計画策定等に反映させるため、国が提供するビックデータ RESAS を活用した地域経済動向分析により、ヒト・カネの流れや地元産業の優位性等を「見える化」し、毎年9月にホームページに公表する。的確な分析と操作手法等経営指導員が分析活用に向けて習得するために専門家の助言を得る。

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」→人の動き等を分析

「産業構造マップ」→産業の現状等を分析

⇒上記分析を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

②中小企業景況調査の活用

全国商工会連合会が四半期ごとに実施。調査結果から業種別・項目別に分類し、経営分析・事業計画策定等経営力向上に向けた取り組みへの活用を視野に整理、分析する。

調査対象:製造・建設・小売・サービス業合わせて50社

調査項目:売上、仕入単価、採算、資金繰り、人材充足、業況、設備投資、経営上問題点

調査手法:経営指導員等によるヒアリング

分析手法:経営指導員による「経済動向調査分析チーム」を設置、カンファレンスの定期開催

により業種別・項目別分析を行う。

(4) 成果の活用

分析結果はホームページや「商工会報」に掲載、公表する。

経営指導員による事業計画策定、経営支援員による診断レポート策定、等に活用するとともに、分析に関する理解を深め、日々の巡回等相談時の提供ツールとして活用する。

3-2. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

小規模事業者の需要動向把握については、取引先からの求めに応じた商品・サービスの開発が主であり、自社の経営資源を活かした売れる商品開発などマーケットインの視点による商品開発が不足傾向にある。特に、飽和状態にある「稲庭うどん」、市場規模が縮小傾向にある「川連漆器」、商品開発や新サービスが求められる「秋田仏壇」、これら地場産品のブランド化やマーケティング支援等によって販売力の強化と収益性の向上を促し、また、認知度を高めることで需要の底上げを図る取組が重要である。これまでの本会取組としては、商談会情報の提供、商談会出展に向けたサポートが中心であり、需要動向やターゲット、商品改良や販売手法等による具体的な販路開拓、売上増に繋がる事業計画策定への活用が課題である。

(2)目標

| · — III | | | | | | |
|---------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 現行 | R3年度 | R4年度 | R5年度 | R6年度 | R7年度 |
| ①「ニッポン全国物産展」 に係る対象事業者数 | _ | 1 社 | 1 社 | 1 社 | 1 社 | 1 社 |
| ②「ニッポンセレクト」 に係る対象事業者数 | 12 社 | 15 社 | 15 社 | 20 社 | 20 社 | 20 社 |
| ※調査対象品目数 | 62 品目 | 70 品目 | 70 品目 | 80 品目 | 80 品目 | 80 品目 |

(3) 事業内容

「事業者実態調査」により明らかとなった、持続的経営のため「販路拡大支援」を希望する事業者に対して、事業計画を策定するうえでの地域内外の外部環境を把握するため、取扱商品や提供するサービスが消費者ニーズを捉えているか、あるいは、商品開発や販売方法、サービスの提供方法を考えるうえで必要な情報を提供し、事業者が活用することで実効ある事業計画を策定する。

①「ニッポン全国物産展」による需要動向調査

消費者や流通業者のニーズに合った商品・販売体制を確立する等地域外の販路開拓のための自 社商品・製品の需要動向把握を目的に、全国商工会連合会が毎年主催する物産展を活用した需要 動向調査を以下実施する。

支援事業者:出展小規模事業者 1社 調査対象:首都圏バイヤー等 20人

調 査 項 目:商品コンセプト、パッケージ、味・量・価格、トレンド、取引条件 等

調 査 方 法:試食等を通じて出店事業者及び経営指導員がバイヤーから直接ヒアリング、アンケ

ート形式で行う。回収数は1商品当たり最低20件程度を目標。

また、バイヤーとの商談会も別途組まれており、具体的な商品評価や改善点等把握

することができる。

活 用 方 法: ヒアリング結果については、個社及び商品ごとに項目に沿って整理分析を行い、当 該事業者にフィードバックするとともに、点数の低い項目を優先して改善する等ブ

ラッシュアップに活用する。

分析手法:調査結果は、県連合会が登録する販路開拓等専門家に意見を聞きつつ、経営指導員等が分析を行う。

②ECサイト「ニッポンセレクト」による需要動向調査

小規模事業者が、農商工連携や地域資源の活用などにより開発した商品等や、魅力ある隠れた 地域産品等をウェブを通じて紹介・普及を行うことにより、地域の優れた産品を紹介・販売し、 小規模事業者の商品展開力・販売力の向上等を図ることを目的としたサイトであり、受注動向に より消費者ニーズを探る。

支援事業者:出品事業者 15社調査対象: ECサイト運営会社

調 査 項 目:販売実績、顧客アンケート(味・量・価格、パッケージ等)

調 査 方 法: 運営会社が行うアンケート結果

活 用 方 法:個社及び商品ごとに項目に沿って整理分析を行い、当該事業者にフィードバックす

るとともに、売上実績が低い商品を優先して改善する等ブラッシュアップに活用す

る。

分析手法:ブラッシュアップ等改善にあたっては県連合会が登録する販路開拓等専門家に意見

を聞きつつ、経営指導員等が分析を行う。

4. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

これまでの経営状況分析は、記帳継続指導による財務分析や相談案件に応じた SWOT 等非財務分析等別個に行われてきた。経営課題は、複数要因が複雑に絡み合うことで事業者ごとに異なっており、持続的経営を通じて経営発達へとランクアップを図るためには、事業者自らが自身の財務状況を把握し、強みや弱みを正しく認識することに加え、商品やサービス、業界動向や消費トレンドなどの将来を見据えた情報を察知したうえで、経営戦略を立案し、事業計画を策定することが必要である。県連合会登録専門家等と連携するなど、取組体制を改善したうえで実施する。

(2)目標

| | 現行 | R3年度 | R4年度 | R5年度 | R6年度 | R7年度 |
|----------|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| ①経営分析件数 | 96 社 | 100 社 |
| ②事業者実態調査 | _ | _ | 調査実施 | _ | _ | _ |

(3) 事業内容

①「経営診断レポート」等による経営分析

事業者実態調査結果や、巡回による現状分析結果を踏まえ、記帳継続支援対象である「ネット de 記帳」システム利用事業所に対しては、経営計画作成システムや財務分析システムからアウ

トプットされるデータにより財務分析を行い、「経営診断レポート」を作成する。 上記以外の事業者に対しては、「ローカルベンチマーク」等を活用した財務分析を行う。 いずれも、経営指導員によるヒアリング等詳細情報を基に、財務・非財務(SWOT)両者による 経営分析を行う。

対 象 者:「ネット de 記帳システム」利用、並びに「巡回」による現状分析先より 100 事業所分析項目:

【財務分析(定量分析)】損益分岐点、売上・損益 a/c・粗利益率・経常利益率 等 【非財務分析(定性分析)】SWOT(強み、弱み、機会、脅威)分析 等

分析 手法:全国商工会統一分析システムはじめ、「ローカルベンチマーク」等活用により、経 営指導員等が連携し実施する。

②事業者実態調査結果の活用

経営分析を行う事業者選定にあたっては、記帳継続支援対象先など財務資料が確認でき、平成29年度に実施した「事業者実態調査」により得られた結果を基に、課題解決の緊急性重要性を加味しながら支援先を抽出する。なお、本調査は5年毎に実施する。

【事業者実熊調査】

調 査 対 象:管内事業所

調 査 項 目:経営上の優位性(強み)、課題(弱み)、商工会に希望する支援内容 等

(4) 成果の活用

分析結果は、対象事業所にフィードバックすることで自らの経営状況を理解し、そのうえで事業計画策定に向けての継続支援を行う。また、商工会内に蓄積することで経営指導カルテと連動した支援が可能となる。

5. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

持続化補助金申請等、施策活用を目指した事業計画策定件数は増加傾向にあるものの、課題を洗い出し、分析し、解決するための計画が必要であることを理解できる事業者は限られている。

日々の巡回による情報提供、現状分析から、課題を洗い出し解決提案に向けた事業計画策定への働きかけを強化する必要がある。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者自身が、「地域の経済動向調査」及び「需要動向調査」を踏まえた、事業計画を策定するためのノウハウを習得する機会として「事業計画策定等セミナー」を年1回開催する。参加者の募集方法としては、経営分析を行った事業者をはじめ、商工会のホームページや会報等を通じて広く周知する。カリキュラムは製造業、建設業、商業・サービス業、観光業に分けて、業種特性に応じた内容により開催する。セミナー参加に限らず、経営革新や持続化補助金等契機に事業計画策定に取り組む事業者に対しては緊急性や実現性を見極めながら、複数の経営指導員がチームによる策定支援を行う。

(3)目標

| | 現行 | R3年度 | R4年度 | R5年度 | R6年度 | R7年度 |
|---------------|------|------|------|------|------|------|
| ①事業計画策定件数 | 20 社 |
| ②事業承継計画策定件数 | 5 社 | 5 社 | 5 社 | 5 社 | 5 社 | 5 社 |
| ※事業承継診断件数 | 10 社 |
| ③創業計画策定件数 | 5 社 | 5 社 | 5 社 | 5 社 | 5 社 | 5 社 |
| ④ICT 導入計画策定件数 | 20 社 |
| 計画策定件数計 | 50 社 |

(4) 事業内容

①事業計画策定セミナー

経営分析実施先事業者をメインとした「事業計画策定セミナー」を開催し、経営革新や補助金活用、設備投資など、個々の目的に応じて担当者を選定するとともに必要に応じてチーム支援を発動しながら事業計画策定を支援する。

巡回により「現状分析」や「経営分析」を実施した意欲ある事業者でセミナーに参加できない 事業者に対しては、緊急性や実現性を見極めながら、事業計画策定支援を推進する。

【募集方法】

ホームページ掲載、並びに、募集チラシ配布、または会報により周知を図る。特に、「経営分析」巡回相談先に対しては、再度巡回訪問実施により出席を呼びかける。

【回数】

業種特性に応じて年2回開催する

【カリキュラム】

現状把握、経営課題、財務分析、SWOT分析結果を読み解き、目指すべき将来の姿を明らかにし、 実現のための具体的アクションを積み上げることで実効性ある計画策定を支援する。策定に至ら なかった事業者に対しては、引き続き巡回支援を継続し、策定に向けたスケジュール立案により、 確実性を担保する。

【参加者数】20名(2回合計)

②事業承継計画策定支援の実施

事業承継は、事業を発展し継続するうえで避けることのできない経営課題であり、高齢化の進む本県本地域においては待ったなしの状況にある。しかしながら、事業承継は利害関係が複雑に絡み合う課題であり、画一的に取り組むことは困難であることから、「承継する側」、「承継される側」という視点からそれぞれのアプローチを行い、県連合会のスキームに沿って「事業承継診断」を実施する。早期事業承継が望ましいと判断した事業者に対しては「分析シート」を活用したヒアリングを実施し、実効性の高い計画策定を行う。

計画実現に向けての経営課題を抱える事業者に対しては、必要に応じて「秋田県事業承継ネッ

トワーク事務局」との連携や専門家派遣による課題解決を図る。

③創業計画策定支援の実施

創業希望者や創業間もない事業者支援にあたっては、金融機関はじめ関係機関との情報共有により対象者の発掘に努めるとともに、創業に必要なノウハウ習得に向けた支援を行う。特に、地域経済動向や経営状況分析を踏まえ、ターゲットの絞り込みと採算性について綿密な検討を行う。当地域においては湯沢商工会議所が創業塾を年1回開催しており、対象者には必要に応じて参加受講を促す。

④ I C T 導入計画策定支援の実施

少子高齢化、人口減少が進み、地理的条件が不利な本県本地域において、人材確保と併せて I C T や I O T 等導入活用による生産性向上が求められる。本県では平成 30 年 4 月に「デジタルイノベーション戦略室」を新設、県連合会も重点施策として掲げる等、県全体での普及拡大機運が高まっている。平成 29 年度の「事業者実態調査」により、商工会に対して「情報技術活用(I C T)支援」を希望した 68 事業者に対して、県連合会が示したスキームに基づき「診断シート」によるヒアリングを実施し、I C T 導入計画策定に向けた支援を展開する。

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

これまで、担当経営指導員による事業計画策定後のフォローアップが実施されてきたものの、補助金採択が主目的となり採択後の事業実施期間における補助対象部分に限った計画遂行が中心となっている。このため、年度をまたいだ組織によるチェック体制、あるいは、売上や利益といった成果を把握し検証する仕組みが構築できていない。また、進捗状況に合わせた修正事業計画を策定する等フォローアップ体制の構築が必要である。前項、事業計画策定に向けた取組を踏まえ、事業計画の意義や重要性に対する理解を深化させるため、策定後の中期的フォローアップに取り組む。

具体的には、定期的な巡回訪問によるフォローアップに加えて、必要に応じた専門家派遣制度 活用による指導助言を行いながら継続的な伴走型支援を行う。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定したすべての事業者を対象とするが、事業計画の進捗状況等により、巡回回数を増やし集中的に支援する事業者と、ある程度順調と判断し巡回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。

(3)目標

| 支援内容 | 現行 | R3年度 | R4年度 | R5年度 | R6年度 | R7年度 |
|-------------------|----|------|------|------|------|------|
| フォローアップ対象 事業者数 | _ | 50 社 |

| フォローアップ回数 初年度:件数×4回 | _ | 200 回 |
|------------------------|---|-------|-------|-------|-------|-------|
| フォローアップ回数 2年~:件数×2回 | _ | _ | 100 回 | 100 回 | 100 回 | 100 回 |
| フォローアップ累計件数 | _ | 200 回 | 300 回 | 300 回 | 300 回 | 300 回 |
| 前年比売上増加事業者数 | _ | 5 社 | 5 社 | 7 社 | 7 社 | 10 社 |
| 前年比経常利益5%以上増加事業者数 | _ | 5 社 | 5 社 | 7 社 | 7 社 | 10 社 |

(4) 事業内容

①フォローアップ支援体制の構築

事業承継計画、創業計画、ICT導入計画を含む事業計画を策定した事業者を対象とし、四半期毎にフォローアップを行い、経営課題や取組内容に応じて頻度を高めながら支援を展開し、3年間継続する。ただし、経過が順調な事業者に対しては半年に1回程度とするとともに、巡回訪問により得られた進捗状況等情報を経営カルテによるデータベース化することで継続支援を可能にする。

初年度:事業計画策定事業者へのフォローアップ

四半期ごとに巡回訪問を行い、進捗状況を確認する

2~3年度:

成長期または集中支援を必要とする事業者に対しては、初年度に引き続き4半期毎(必要に応じて月毎)

安定期の事業者に対しては、半期毎(年2回)に巡回訪問を実施する

②チームカンファレンスによる管理体制の構築

担当経営指導員を含めたチームカンファレンスを月に1回実施し、副事務局長が進捗管理を行う。進捗状況が停滞、または事業計画との差異が生じていると判断される場合は、対応を検討し、チーム支援体制見直しや、フォローアップに頻度を高める等措置を講じ、専門的支援が必要と判断される場合は、県連合会嘱託専門指導員はじめ登録専門家を速やかに招へいし助言を得ることとする。

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

小規模事業者が抱える重要課題である新たな需要開拓について、これまで持続化補助金をはじめとする小規模事業者向け施策を踏まえた事業計画を推進することで取り組んできた。今後は、新規顧客(BtoB・BtoC)開拓を目的として、展示会や商談会等出展の事前・事後のフォローを行う。

前述、需要動向を探ることを目的としたECサイト:ニッポンセレクト出展について、受注実績が低い場合は掲載商品を入れ替える等新たな需要開拓に取り組むとともに、自社ECサイトに

よるインターネット販売強化を支援する。

(2) 支援に対する考え方

商工会が自前で展示会等を開催するのは困難なため、首都圏で開催される既存の展示会等への 出展を目指す。出展にあたっては、経営指導員等が事前・事後の出展支援を行うとともに、出展 期間中には、陳列・接客など、きめ細かな伴走支援を行う。

(3)目標

| | 現行 | R3年度 | R4年度 | R5年度 | R6年度 | R7年度 |
|--|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| ①ビジネスマッチ東北 出展 | _ | 2社 | 2社 | 2社 | 2社 | 2社 |
| ※成約件数/社 | l | 3社 | 3社 | 3社 | 4社 | 4社 |
| ②FOODEX JAPAN 出展 | _ | 1 社 | 1 社 | 1 社 | 1 社 | 1 社 |
| ※成約件数/社 | _ | 2社 | 2社 | 2社 | 3社 | 3社 |
| ③ニッポン全国物産展 出展 | ı | 1 社 | 1 社 | 1 社 | 1 社 | 1 社 |
| ※売 上 額/社 | l | 10 万円 |
| ④ニッポンセレクト・ 自社ECサイト登録 | 41 社 | 43 社 | 45 社 | 47 社 | 49 社 | 50 社 |
| ※売 上 額/社 | _ | 20 万円 | 20 万円 | 30 万円 | 50 万円 | 50 万円 |

(4) 事業内容

大規模展示会への出展支援

巡回により提供する商品・サービス、事業規模、時期等を勘案した展示会等の情報を提供し、 出展に対する小規模事業者の意欲向上を図る。出展にあたっては、商工会がブースを借上げ、事 業計画を策定した事業者を優先的に出展し、新たな需要開拓を支援する。

①ブランドカ向上のための首都圏物産展等への出展支援

ビジネスマッチ東北:東北最大級の地域特産品(食品・非食品)の展示・商談会

主催団体 (一社)東北ニュービジネス協議会 他

開催時期 11月上旬 1日間

開催会場 宮城県仙台市「夢メッセみやぎ」

来場規模 約7,400人 参加バイヤー50社

支援対象 東北エリアへ販路開拓を目指す製造販売業者

FOODEX JAPAN/国際食品・飲料展 (秋田県合同ブース):

国内最大級の食品の国際展示・商談会

主催団体 (一社)日本能率協会

開催時期 3月上旬 4日間

開催会場 千葉県幕張「幕張メッセ」

来場規模 約80,000人 うち海外来場者約11,000人

支援対象 国内・国外へ販路開拓を目指す製造販売業者

ニッポン全国物産展:地域特産品(食品・非食品)の展示販売・商談会

前述、需要動向を探るとともに、新たな需要開拓として出展

主催団体 全国商工会連合会

開催時期 11月中旬 3日間

開催会場 東京都「池袋サンシャインシティ」

来場規模 約150,000人

支援対象 全国へ販路開拓を目指す製造販売業者

②インターネット販売の活用支援

稲庭うどんや川連漆器、秋田仏壇等製造・販売事業者が地域外への販路を開拓するため、ECサイト「ニッポンセレクト」はじめ、インターネットによる販売システム活用を支援する。登録にとどまらず、事業者が自主的に商品情報を更新するなど登録後のフォローアップを行うとともに、インターネット販売実績を基に、売れ筋商品や季節変動等を分析し販路拡大に繋げる。更に、SNS活用による販路拡大を支援する。

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

計画に対する実施状況及び成果については、年2回、以下により評価・検証、計画見直し、及び、公表を行う。

(2) 事業内容

①「経営発達支援計画推進委員会」の設置、及び、開催

湯沢市商工課長、外部有識者(金融機関、中小企業診断士等)、本会理事、法定経営指導員で構成する「経営発達推進委員会」を設置し、半年ごとに開催。経営発達支援事業の年度計画、進捗状況等についての評価を行う。

②計画に対する見直し案の作成

評価結果に基づき、法定経営指導員が改善案を作成、経営指導員会議でのコンセンサスを得たうえで理事会への上程、承認を経る。

③経営発達支援事業に係る結果の公表

理事会での審議を経ることで、本会事業実施方針や事業計画に反映させるとともに、ホームページや会報に掲載することで地域小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

9. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

団塊世代の退職以降、職員の若返りや人事交流による移動により、経験年数の浅い職員や地域 事情に詳しくない職員が一定数在籍するといった組織課題に対し、チーム支援を中心としたOJ Tによるスキル向上を図る取組を推進し、職員個々の意識醸成を図る。

(2) 事業内容

①OJTに関すること

小規模事業者の経営課題に継続して対応するためには職員間の情報共有が不可欠であり、職員の持つ強みを享受しあうことが重要である。このため、月1回開催する職種ごとの会議を通じて参加者相互の支援スキル向上に努める。

②OFF-JTに関すること

小規模事業者を取り巻く経営環境が目まぐるしく変化する中で、多様化・高度化する経営課題に対応するためのスキルが求められる。このため、中小企業大学校や関係機関が主催する「ICT活用」、「事業承継」、「働き方改革」、「税制改正への対応」等研修やセミナーに積極的に派遣し、喫緊の経営課題に対応できる支援スキルの習得を図る。

③チーム支援の実施に関すること

多様化・高度化する経営課題に対して、それぞれの強みや得意分野をもつ職員がチームを編成し、解決提案や実行支援することが有効である。チーム支援実施にあたっては、副事務局長が中心となり、それぞれの案件に応じたメンバー並びにチームリーダーを選出。カンファレンスによる個々の役割や進捗状況等を共有する仕組みを構築する。チーム編成にあたっては組織が抱える課題を考慮し全職員がいづれかのチームに所属し、支援スキルの向上やOFF-JTの補完につながるよう配慮する。

④情報共有に関すること

業務効率化や効果的かつ突破力のある経営支援、さらには高度な経営相談への迅速対応を実現するため、各拠点管内の経済状況や事業者の課題に対する支援状況、担当業務推進計画と進捗状況、各種施策情報等の共有を徹底しなければならない。個人に帰属しがちな支援ノウハウを組織の共有財産とするため、以下実施する。

- ・ 基幹システム内「相談カルテ」のデータベース化 (随時)
- ・(チーム支援カンファレンスを兼ねた)経営指導員会議(月1回)
- ・全職員を対象とした職員会議(月1回)
- ・業務マニュアルの作成、及びデータベース化(随時)

10. 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

行政や金融機関とはそれぞれの役割を認識しながら、会議等に限らず訪問や来所機会を通じて、有効的協力関係を築いている。個別の支援案件が生じた際は担当者間での情報交換を通じた

解決提案や実行支援が主流となっていることから、より強化するためのチーム対応や経営指導員 会議への招へいを行い、全体が享受、共有できる体制を構築する。

(2) 事業内容

①湯沢市・湯沢商工会議所との連携

湯沢市商工課、湯沢商工会議所・本会経営指導員による「商工行政懇談会」を開催、商工施策に係る前年度実績と新年度活用に向けた情報提供、並びに支援力向上に向けた意見交換を毎年1回開催する。

②近隣商工会等との支援ノウハウの共有

本会含む、羽後町、東成瀬村、よこて市商工会経営指導員による「経営支援会議」に参加し、 支援スキルや課題解決事例を基に年1回情報交換を行う。

③金融機関等との支援ノウハウの共有

設備投資計画や資金繰り支援はじめ、商談会等販路開拓、事業承継等事業継続に関する解決策を探ることを目的に、地元金融機関並びに信用保証協会等との金融懇談会を年1回開催し、相互の情報共有と支援力向上に繋げる。

資金調達を希望する事業者に対して、日本政策金融公庫との帯同訪問を随時実施し、面談並び に調査スキル向上に繋げる。

④秋田県事業承継・引継ぎ支援センター、秋田働き方改革推進支援センター・あきた女性活 躍両立支援センターとの連携・情報交換

事業承継や働き方改革、女性活躍・両立支援等課題解決に向けた施策や専門家派遣等活用に向けて各センターとの情報交換を経営指導員会議に併せて年1回以上実施するとともに、同行訪問を随時行い支援力向上に繋げる。

11. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

(1) 現状と課題

本市は、歴史や文化に育まれた高品質な特産品や、豊富な温泉をはじめとした自然資源など、全国に誇ることのできる「もの」や「こと」がある一方で、資源に恵まれていることが普通になってしまい、外に向かって自らの良さを売り出す意識が薄らぎ、受け身に進んできた部分が多かったといえる。市の合併を挟んで、特産資源をPRする事業を新たに立ち上げ、また、従来事業を見直し展開してきた結果、知名度向上等成果が得られた一方で、さらなる情報発信が求められる等課題解決に取り組まなければならない。

「全国まるごとうどんエキスポ」は、日本3大うどんのひとつである湯沢市の名産(ブランドリーダー)"稲庭うどん"のブランド力を活かし、全国の名産うどんを集結し、うどん食文化の新たな発見と感動を与える様々なイベントを実施するとともに、地域の特産品や温泉等の地域資源を活かした観光事業を開催するなど、集客ターゲットに合わせたイベントを実施することで、観光誘客と地域経済の活性化を図ることを目的に、2011年より毎年開催、10月の2日間で9万人の来場がある。今年で第10回と節目にあたるが、コロナの影響により中止となった。

「川連塗りフェア」は、国指定伝統的工芸品である『川連漆器』産地の一大イベントとして出

展 20 社以上、約 5000 点の漆器が展示販売される。沈金や蒔絵などの加飾や引地の実演など、普段見ることができない作業を間近に見学し、体験することができる。2 8 回目となる今年度は「うどんエキスポ」と同様、コロナの影響により中止となった。

(2) 事業内容

①全国まるごとうどんエキスポ

商工会、商工会議所はじめ、行政、金融機関等による実行委員会を組織し、10 月に開催。地元稲庭うどんをはじめ、全国から 20 を超えるご当地うどんが参加出店する。地元高校生はじめ地域ボランティアの運営協力を得、地域を代表するイベントに成長した。開催当初より 1 0 回を目標に取り組んできたが来年度に延期となったもの。以降の取組等、実行委員会構成団体等の意見を踏まえ協議検討する。

②「川連塗りフェア」

秋田県漆器工業協同組合主催、湯沢市、商工会、市観光物産協会、稲庭うどん協同組合共催により10月開催。出展業者、来場者数ともに減少傾向にあるものの、新たに開発された商品を展示することで、来場者評価を得る等市場調査としても重要な機会となっている。商工会青年部が中心となり、川連漆器で稲庭うどんを提供する「稲庭うどん茶屋」を企画運営。川連漆器の使いやすさ、稲庭うどんのおいしさを直接アピールすることで販路拡大に取り組む。

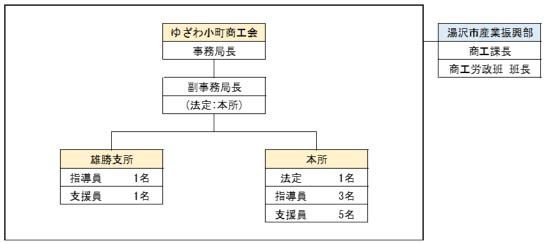
(別表2)

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6年6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)



※ 上記体制図は、以下の略称で表記法定=法定経営指導員、指導員=経営指導員、支援員=経営支援員

- (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 当該経営指導員の氏名、連絡先

氏 名:佐藤 和久

連絡先: ゆざわ小町商工会 TEL(0183)42-2163

②当該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

〒012-0105 秋田県湯沢市川連町字平城下 23-2

ゆざわ小町商工会 本所

TEL(0183)42-2163 FAX(0183)42-4843 E-mail: yuzawakomati@skr-akita.or.jp

②関係市町村

〒012-8501 秋田県湯沢市佐竹町 1-1

湯沢市産業振興部商工課商工労政班 TEL(0183)55-8186 FAX(0183)79-5057

E-mail: shoko-rosei-gr@city.yuzawa.lg.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)

| | | | | | ` ' | |
|----|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | | R 3年度 | R 4年度 | R 5年度 | R 6年度 | R7年度 |
| 必要 | をな資金の額 | 6,000 | 6,000 | 6,000 | 6,000 | 6,000 |
| | 地域の動向調査 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 |
| | 経営状況の分析 | 200 | 500 | 200 | 200 | 200 |
| | 事業計画の策定支援 | 1,000 | 1,000 | 1, 000 | 1, 000 | 1,000 |
| | 事業計画の策定支援後の 実施支援 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 |
| | 需要動向調査 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 |
| | 需要動向に寄与する取組 | 3, 000 | 3, 000 | 3, 000 | 3, 000 | 3, 000 |
| | 地域経済の活性化 | 500 | 200 | 500 | 500 | 500 |
| | 支援力向上への取組 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 |
| | 事業評価・見直し | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| | | | | | | |

(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、市補助金、全国商工会連合会補助金、会費

(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 |
| 全がして事業と失過する日の区 的 |
| |
| |
| |
| |
| |
| 連携体制図等 |
| 建扬 |
| |
| |
| |
| |
| |
| |
| |
| |
| |
| |
| |
| |
| |
| |
| |
| |
| |