

経営発達支援計画の概要

| | |
|-------------|---|
| <p>実施者名</p> | <p>秋田商工会議所（法人番号 3410005000488） 秋田市（地方公共団体コード 052019）</p> |
| <p>実施期間</p> | <p>令和3年4月1日～令和8年3月31日</p> |
| <p>目標</p> | <p>①挑戦する人材の育成 ー地域を担う人材の確保・育成 ②挑戦する企業の育成 ー秋田の強みを活かした産業振興の推進 ③活力ある秋田の創造 ー交流・定住人口の増加を目指すまちづくり</p> |
| <p>事業内容</p> | <p>3-1. 地域の経済動向調査 「市内企業景況調査」、「市内経済動向調査」を実施し、地域及び業種等の経済動向の把握・分析を行い、小規模事業者支援の基礎資料として活用する。</p> <p>3-2. 需要動向調査 バイヤー及び消費者に対するニーズ調査の実施により、需要動向を把握し、支援事業者に情報を提供するとともに効果的な計画実行へ向けた方向性を共有する。</p> <p>4. 経営状況の分析 小規模事業者の経営状態を分析し、フィードバックするとともに経営の発達に向けた事業計画策定へ繋げる。</p> <p>5. 事業計画策定支援 経営分析により抽出された強みや課題等を踏まえ伴走型で事業計画の策定を支援するほか、創業者の計画策定も併せて支援する。</p> <p>6. 事業計画策定後の実施支援 経営指導員の定期的なフォローアップによる計画実行支援に加え、専門家や各種事業の活用を促進し経営力向上を図る。</p> <p>7. 新たな需要の開拓に寄与する事業 小規模事業者の販路開拓・拡大を支援するため、商談会・展示会への出展やIT活用等の新たな事業展開の機会を提供し、新たな需要開拓に繋げる。</p> |
| <p>連絡先</p> | <p>秋田商工会議所 経営支援部 経営支援課 〒010-0923 秋田県秋田市旭北錦町1-47 TEL 018-866-6677 FAX 018-862-2101 E-mail shien@akitacci.or.jp</p> <p>秋田市 産業振興部 商工貿易振興課 〒010-8560 秋田県秋田市山王1丁目1-1 TEL 018-888-5726 FAX 018-888-5727 E-mail ro-inpr@city.akita.lg.jp</p> |

(別表 1)

経営発達支援計画

1. 経営発達支援計画の目標

(1) 地域の現状及び課題

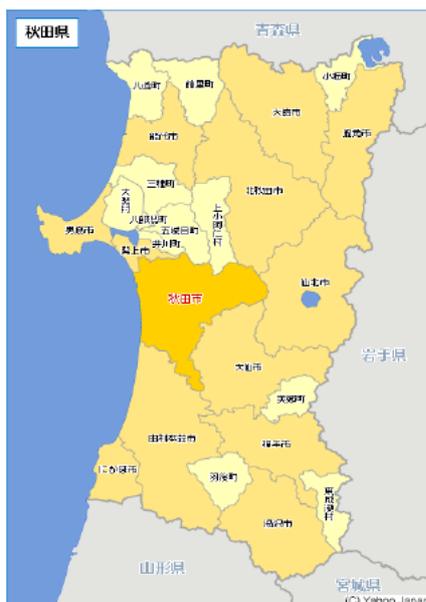
【地域の現状】

①秋田市概要

秋田市は、本州の東北、秋田県の日本海沿岸地域の中央に位置し、平成 17 年 1 月に河辺郡（旧河辺町、旧雄和町）が編入し新秋田市となり 906.07 ㎢の市域を有している。広域交通網として鉄道は J R 秋田新幹線、奥羽本線、羽越本線が整備され、道路網では秋田自動車道及び日本海沿岸東北自動車道が整備されている。

また旧雄和町地域には秋田空港が存在しているほか、平成 22 年に重要港湾に指定された秋田港は日本海側の拠点港として港湾整備が進められている。

市街地は秋田平野の中央部に広がり、田園地帯に取り囲まれている。中心市街地は「久保田城跡の千秋公園と連携した城下町ルネッサンス」をコンセプトとした認定基本計画を基に、芸術文化の交流拠点施設整備を核とした「芸術文化ゾーン」の形成により交流・定住人口の拡大に向けた取り組みが進められている。



【秋田市の位置】



【旧秋田市地域の位置】

②人口推移

当商工会議所の所管エリアは旧秋田市地域の 460.5 ㎢で、秋田市全体の人口 304,026 人のうち地域の人口はその 95%を占める 290,281 人となっている。（※令和 2 年 4 月 1 日現在）

しかしながら、秋田県全体の人口は年々減少し、2015 年に 100 万人を割りその後も減少の一途を辿っており、国立社会保険・人口問題研究所の将来人口推計によると 2045 年には 60 万人まで落ち込むと予想されている。県庁所在地である当秋田市も 2025 年には 30 万人を切ると予想されており、この人口減少に歯止めをかけるため県や各自治体、経済団体等が雇用の創出・確保、移住定住の促進、交流人口の拡大などに向けた様々な取組を行っている。一方で世帯数は増加傾向にあることから核家族化が進んでいると想定される。

【秋田市人口・世帯数・生産年齢人口：旧秋田市】 (単位：人・世帯)

| | 人口 | 世帯数 | 生産年齢人口 |
|-----------------------|---------|---------|---------|
| 平成 17 年 | 315,019 | 125,916 | 198,896 |
| 平成 22 年 | 306,490 | 126,085 | 189,291 |
| 平成 27 年 | 300,264 | 130,384 | 176,635 |
| 令和元年 10 月 | 292,079 | 131,989 | 164,338 |
| 増減 (H17 から R 元年対比) | △22,940 | 6,073 | △34,558 |

※総務省「国勢調査」および推計値

※生産年齢：15 歳以上 65 歳未満

③商工業者数推移

管内の商工業者数は、大きな増減はないがその約 8 割が小規模事業者である。そのうち約 7 割以上が商業やサービス業などの第 3 次産業で商業都市的要素が強い市となっており、この層が管内における指導・助言先の中心となる。その他では、地場産業としては豊かな天然資源を利用した木材・木製品製造、パルプや非鉄金属製造、清酒製造が盛んで、近年では企業誘致によりエレクトロニクス関係企業も進出し、雇用創出に寄与している。

しかしながら、少子高齢化などによる生産年齢人口の減少は今後も予想され、比例してマーケットの縮小や後継者不足などによる廃業が進み事業者数は減少していくものと考えられる。

【秋田商工会議所管内の商工業者数】

(単位：事業者)

| | 商工業者数 | 小規模事業者数 | 業種別 | | | | |
|---------|--------|---------|-------|-----|-------|-------|-------|
| | | | 建設業 | 製造業 | 卸小売業 | サービス業 | その他 |
| H27/3 月 | 14,393 | 11,811 | 1,308 | 450 | 3,114 | 5,386 | 1,553 |
| H29/3 月 | 14,433 | 11,892 | 1,339 | 434 | 3,074 | 5,477 | 1,568 |
| H31/3 月 | 14,531 | 12,032 | 1,373 | 433 | 3,050 | 5,597 | 1,579 |
| R2 /3 月 | 14,496 | 11,963 | 1,358 | 430 | 3,026 | 5,579 | 1,570 |

※秋田商工会議所データより

④産業別

当所で四半期ごとに実施の 2020 年 4 月-6 月期（以下：今期）の企業景況調査では、新型コロナウイルス感染症の影響もあり、全産業の業況 D I 値は、前年同期比▲61.0 で大幅な悪化となっている。これは、東日本大震災（平成 23 年 1 月～3 月期：▲49.7）及びリーマンショック直後（平成 20 年 10 月～12 月期：▲59.4）を下回り、平成 10 年の調査開始以来最低の数値となっている。

産業別の現状は以下のとおり。

<建設業>（調査項目：業況、完成工事高、資金繰り、受注残、採算、従業員）

業況 D I 値は、前年同期比▲31.8 で大幅な悪化となっている。項目別では、完成工事高、受注残、採算が悪化する一方、資金繰りは新型コロナウイルス関連の制度融資の導入などにより改善が見られている。従業員については依然不足感を示している。

来期（7 月～9 月期）の見通しでは、業況は今期と比べ総体的に改善を見通しているものの、完成工事額、受注残、採算、資金繰りとも僅かな悪化を見通している。

〈製造業〉（調査項目：業況、売上額、資金繰り、受注残、採算、従業員）

業況D I 値は、前年同期比▲61.2 で大幅な悪化となっている。項目別でもすべての項目で悪化となっている。特に売上額、受注残、採算については前年同期比▲60 を下回り厳しい状況となっている。一方、従業員は受注減少などを要因に過剰となっている。

来期（7月～9月期）の見通しでは、業況は今期と比べ大幅な改善を見通しているものの、自動車向け電子・デバイス製品や、飲食料品製造業は、依然厳しい状況が続くと予想される。

〈卸売業〉（調査項目：業況、売上額、資金繰り、採算、従業員）

業況D I 値は、前年同期比▲60.0 で大幅な悪化となっている。項目別でもすべての項目で悪化となっている一方、従業員は過剰感を示している。

来期（7月～9月期）の見通しでは、今期よりさらに悪化の見通しで、特に業務用市場の需要回復が望まれるところである。

〈小売業〉（調査項目：業況、売上額、資金繰り、採算、従業員）

業況D I 値は、前年同期比▲69.2 で前期(▲73.2)と比べ改善したものの、依然厳しい状況が続いている。項目別では、売上額が悪化となったが、資金繰り、採算が改善し、従業員は不足感縮小を示している。

来期（7月～9月期）の見通しでは、今期と比べ改善を見通している。項目別では、売上額と資金繰りでわずかな改善を、従業員については不足感の拡大を見通している。

〈サービス業〉（調査項目：業況、売上額、資金繰り、採算、従業員）

業況D I 値は、前年同期比▲76.7 で大幅な悪化となり厳しい状況となっている。項目別では、採算、売上額、資金繰りが悪化した一方、従業員は大幅な不足感の縮小を示し、休業や時短営業の影響が顕著となっている。

来期（7月～9月期）の見通しでは、業況で▲66.6 と今期と比べ改善を見通している。項目別では売上額、採算で改善を見通す一方、資金繰りでは悪化を見通し、従業員は横ばいを示している。

また、今年8月中旬に秋田市、当所、河辺雄和商工会、秋田大学と共同で実施した新型コロナウイルス感染症の影響に関するアンケート調査（対象：秋田市内中小企業者327社から回答）によると、今後の事業運営への課題で最も多かったのが「顧客・消費者の回復や確保」25.6%、「経営計画の見直し」が11.9%、「新たな製品やサービスの開発」が10.0%となっている。

また、こうした課題に対し求める支援では、資金繰りが17.1%、販売促進が12.8%、設備投資が10.4%で3項目合計で約40%を占めている。

【地域の課題】

①地域全体

地域の現状①②③を踏まえた地域全体の課題は次のとおり。

- ・管内の人口は減少の一途を辿る見込みであり、マーケットの縮小が懸念されるため、人口が多い首都圏を含む県外への販路拡大が必要である。
- ・生産年齢人口についても減少していく見込みであり、若者等の域外流出に歯止めをかけることが必要である。そのために、域内の約8割を占める小規模事業者の持続的発展と競争力の強化により、魅力的な企業を創出し雇用環境を整備し地域を担う人材の確保に努めて行くことが重要となってくる。

- ・交流及び定住人口拡大のため、官民が連携して地域活性化に向けた取り組みを行う必要がある。
- ・労働力不足や人件費の上昇、事業主の高齢化や後継者難などの社会問題が深刻化する中、社会構造の大きな変革に対応していくための的確な経営状況の把握と分析、売上増加と※利益率向上を見据えた新たな分野への参画を視野に入れた事業計画の策定が必要となっている。

※利益率…法人は売上高に占める経常利益の割合、個人事業主は売上高に占める税引前利益の割合を指す。以下も同様。

②産業別

地域の現状④を踏まえた産業別の課題は次のとおり。

<建設業>

- ・少子高齢化や人口減少の影響は顕著で、熟練技術者等の人材確保が喫緊の課題となっている。

<製造業>

- ・新型コロナウイルス感染症の影響によるサプライチェーンの毀損への対応、ICT、IoT等の導入による業務の効率化や生産性の向上を図っていく必要がある。

<卸・小売業>

- ・新たな生活様式への移行が進む中で、ECサイト活用などによる販売手法の転換やキャッシュレス決済の導入など時代に即した営業展開が必要となっている。中でも、土産品などの観光関連商品を主力とする業態は、新たな取組への転換が急務である。

<サービス業>

- ・イベント等の中止や延期、観光業界の落ち込みによる受注の減少が顕著となっている。中でも、飲食店や宿泊業などをはじめ営業形態がBtoCである事業者が多く、新たな生活様式に対応し、テイクアウトなど顧客の獲得に向け提供するサービスの見直しや消費者ニーズを踏まえた新たなサービスの確立などが必要となっている。
- ・域内のマーケットは縮小傾向にあるため、売上増加のためには自社商品のブランド化などによる首都圏を含む県外への販路拡大が必要である。

各業界とも、新型コロナウイルスの影響は今後も続くことが予想され、それでもウィズコロナから、アフターコロナ、ポストコロナとそれぞれの状況に応じて対応していかなければならない。

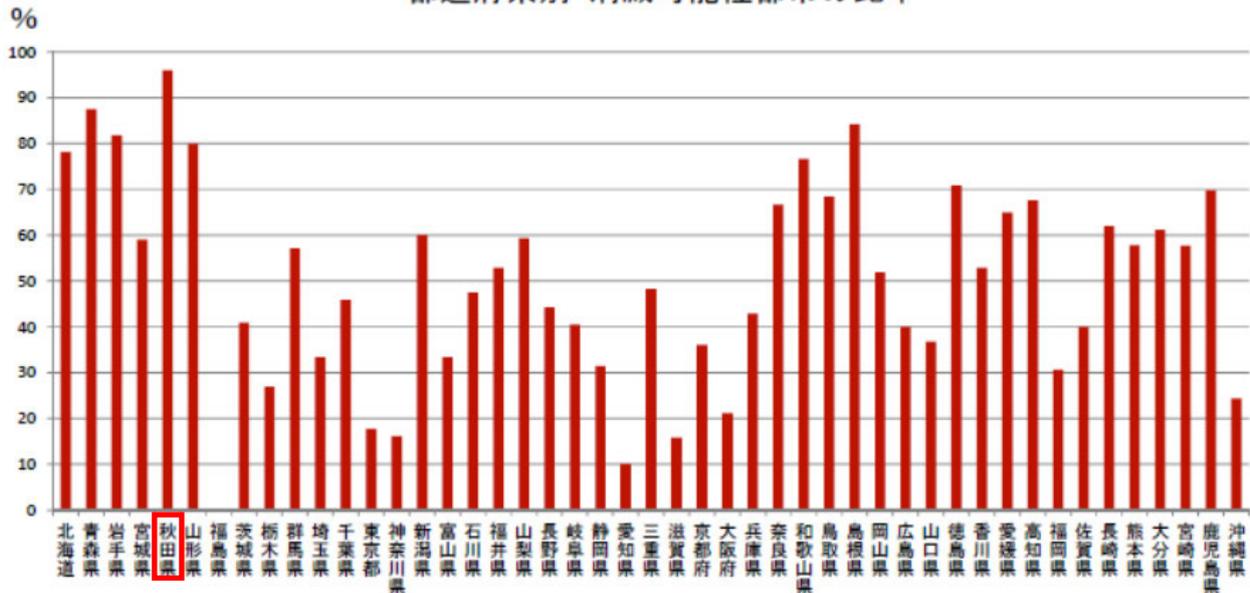
また、3年後、5年後、10年後を見据えた持続的発展を遂げるため、売上ならびに利益の確保を図るべく、事業計画を立て事業を展開していかなければならない。

(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

「(1) 地域の現状及び課題」に記載のとおり、少子高齢化が全国トップクラスで進行している秋田県では人口減少問題が深刻化している。国立社会保険・人口問題研究所が発表した調査によると、秋田県内では、当所が所管する県都、秋田市を含む90%以上の都市が20年後の2040年には消滅する可能性があるという結果が示されている。

都道府県別・消滅可能性都市の比率



※国立社会保険・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口推計」

そのような状況下において、必然的に浮き彫りとなるのが、専門的知識や経験を必要とする後継者問題を含む事業承継問題であるが、これについては現存する「秋田県事業引継ぎ支援センター」と「秋田県事業承継ネットワーク地域事務局」が令和3年度より統合し「事業承継総合支援センター」となる予定であり、この機関でのワンストップでの対応が可能となる。

事業承継を除く前述の課題を踏まえ、秋田市内商工業者のうち実に8割を占める小規模事業者に対し、当所としては、次の5点の角度から長期的に管内小規模事業者の成長・発展を支援していく方針である。

- ・管内マーケットが縮小する中、消費者人口の多い首都圏を含む県外への販路を求める事業者について、特産品のブランド化、ECサイト参画、商談会・展示会出展等への支援とフォローアップを行う。
- ・生産年齢人口の減少による人手不足を課題として抱えながらも、生産性の向上を図る事業者について、助成制度等の活用によるICT、IoT等の導入支援とフォローアップを行う。
- ・管内小規模事業者のうち7割以上が商業・サービス業などの第3次産業であるため、地域を支える産業として、その層全体の売上増加に寄与する事業を実施する。
- ・後継者不足や経営者の高齢化を背景とした事業承継相談は「事業承継総合支援センター」との連携によりワンストップで対応する。また、秋田市の施策活用と事業連携を図りながら、新規創業支援を強化することで、管内小規模事業者数の維持向上と新たな雇用の創出を図っていく。
- ・新型コロナウイルス感染症の影響による売上減少が顕著となる中、新たな生活様式に対応すべく業態転換を図り、売上増加と利益率向上を図る事業者に対し、助成制度等の活用を促進し、積極的な支援とフォローアップを行う。

②共同作成先 秋田市との連動制・整合性

【第13次秋田市総合計画 新・県都『あきた』成長プラン（平成28年4月～令和3年3月）】
基本理念を「ともにづくり ともに生きる 人・まち・くらし」とし、秋田市の将来の目指す

べき姿を設定している。産業振興関連では、産業振興により地域経済を活性化し、雇用と賑わいを創出し都市の求心力を高め、多様な交流や連携を構築し、県都として周辺圏域の発展を牽引する「豊かで活気に満ちたまち」を目指し施策が進められている。

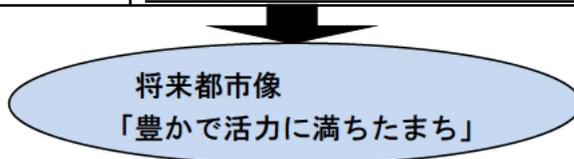
現在取り組んでいる計画については令和3年3月で終了し、同年4月からは新たに策定される第14次秋田市総合計画に基づく事業が展開されるが、新型コロナウイルス感染症による市民生活や市内事業者等への影響を把握するとともに、産業、観光、文化、教育、子育て、福祉など、市政の広範な分野における中長期的な影響を検討する必要があることから、スケジュールを3カ月程度後ろ倒しして策定が進められている。

以上から、現段階で新たな総合計画と本計画の連動制・整合性を確認することは困難であるため、現在取り組みを進めている第13次総合計画と本計画について、アンダーライン部分の連携支援の認識を共有しているものである。

なお、第14次秋田市総合計画に新たに連携して取り組む事項が発生した場合は、速やかに秋田市と協議を行い、本計画について共同で変更を申請するものとする。

第13次秋田市総合計画 新・県都『あきた』成長プランより一部抜粋

| 成長戦略 | 重点プログラム |
|------------------------|---------------------------------|
| 地域産業の振興と雇用の創出 | <u>I. ビジネスチャンスをとらえた産業の創出</u> |
| | II. 力強い農業経済活動の創出 |
| | <u>III. 正規雇用拡大等による雇用の質の向上</u> |
| | IV. 秋田港をいかした環日本海貿易の促進 |
| 芸術文化・スポーツ・観光による都市の魅力向上 | <u>I. 芸術・文化によるまちおこし</u> |
| | II. トップスポーツへの支援 |
| | <u>III. 観光振興とセールスプロモーションの強化</u> |



【秋田市中小企業振興基本条例（平成31年2月施行）】

秋田市の経済の持続的発展、市民生活の向上を目的に、「中小企業の創意工夫と自主的な取組の推進」、「市・中小企業者・中小企業支援団体などの連携、協力」、「小規模企業者等の事業活動の整備」などを基本理念に施策展開しているものであり、本計画とはアンダーライン部分の連携支援の認識を共有しているものである。

秋田市中小企業振興基本条例より一部抜粋

| 基本施策 | 取組 |
|----------|-------------------------------|
| 経営基盤の強化 | <u>I. 資金供給</u> |
| | <u>II. 相談・支援体制整備</u> |
| | III. 事業承継支援 |
| 新たな市場の開拓 | <u>I. 商談会参加促進</u> |
| | <u>II. 新市場開拓</u> |
| 競争力の強化 | <u>I. 設備投資の促進</u> |
| | <u>II. 産学官連携の促進と産業デザインの活用</u> |
| | <u>III. 企業連携の促進</u> |

| | |
|--------------|---------------------------|
| 新たな事業の創出 | <u>I. 創業促進</u> |
| | <u>II. 創業機運醸成や起業家交流促進</u> |
| | <u>III. 事業拡大の促進</u> |
| 地域特性に応じた事業活動 | <u>I. 商店街振興</u> |
| | <u>II. 6次産業化、農商工連携</u> |
| | <u>III. 地域資源の活用や技術継承</u> |
| | <u>IV. 観光インバウンド</u> |
| | <u>V. スポーツ・文化資源の活用</u> |
| 人材育成・確保 | <u>I. 地元定着の促進</u> |
| | <u>II. Aターン就職促進</u> |
| | <u>III. 働く女性の職場環境整備</u> |
| | <u>IV. 高年齢者の就業機会拡大</u> |
| 小規模事業者に必要な支援 | <u>I. 主体的取組の促進に必要な支援</u> |

③商工会議所の役割

管内には取り巻く環境や業種が異なる小規模事業者が数多く存在しており、それぞれが課題を抱えている。そして、事業者の中にはその課題にすら気づいていない者も多く存在する。

当所に求められている役割は、「経営分析」を通じてそういった課題に対して気づいてもらうこと、そしてその課題を解決するための「事業計画」の策定を支援すること、更にその後の「フォローアップ」を通じて明らかになる事業計画を実行していく上での「障害」を取り除き、事業者が売上増加と利益率向上に向け全力で走れる環境を整えることである。

(3) 経営発達支援事業の目標

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。

①挑戦する人材の育成 — 地域を担う人材の確保・育成

経営分析による課題の抽出と、それを解決する事業計画の策定を支援し、対象事業者の売上増加と利益率の向上に取り組むほか、安定した雇用の確保に繋げるとともに、創業について行政や金融機関と連携を図りながら支援を行い、地域を担う人材を育成する。

事業期間5年間の目標は次のとおり

- ・ 事業計画策定 470社（うち創業先 70社）
- ・ 売上増加事業者数 100社
- ・ 利益率5%以上増加事業者数 70社

②挑戦する企業の育成 — 秋田の強みを活かした産業振興の推進

特産品のブランド化、ECサイト参画、商談会・展示会出展等への支援とフォローアップを行い、全国に向け秋田の強みを活かした産業振興を推進する。

事業期間5年間の目標は次のとおり

- ・ 商談展示会出展支援 90社
- ・ 商談成立 55社

③活力ある秋田の創造 — 交流・定住人口の増加を目指すまちづくり

事業期間 5 年間の目標は次のとおり

- ・ 数値目標の設定はないが、本計画の共同作成先である秋田市と連携し、芸術文化の交流拠点施設整備を核とした「芸術文化ゾーン」の形成や「竿燈まつり」開催時の賑わい創出イベントの実施等を通じて交流・定住人口の拡大に向け取り組んでいく。

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和3年4月1日～令和8年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

①挑戦する人材の育成 — 地域を担う人材の確保・育成

小規模事業者の環境の変化に対応した持続的発展を支援するため、経済動向調査や需要動向調査による消費者ニーズの把握、経営分析等を踏まえながら、IT関連セミナーなどを通じて、新たな販売手法などへの意識醸成を図り、事業計画（経営戦略）の策定から実行、フォローアップまで伴走型で継続的に支援する。

また、創業支援については、秋田市や関係機関との連携を図りながら、当所で主催する「あきた起業塾」「事業計画書ブラッシュアップコース」「起業向け各種補助金申請支援」を通じ支援を行い、地域を担う人材＝事業者の育成に努める。

②挑戦する企業の育成 — 秋田の強みを活かした産業振興の推進

経営分析、経済動向調査や需要動向調査を踏まえ、自社の強みを捉え、向かうべき方向性などを共有しながら、事業計画策定・実行を支援するとともに、新たな需要開拓に向けて商談会や展示会をはじめ販路開拓につながる各種事業への参画促進を図り、販路開拓・拡大戦略の策定と実行に繋げ、中小企業・小規模事業者の発展による産業振興の推進に努める。

また、経営力向上のため様々な取組に挑戦する小規模事業者に対しては、経営指導員が各種補助金や専門家相談等の活用を勧めながら伴走支援を行う。

③活力ある秋田の創造 — 交流・定住人口の増加を目指すまちづくり

県都である秋田市中心市街地は、「久保田城跡の千秋公園と連携した城下町ルネッサンス」をコンセプトとした認定基本計画に基づき、産学官金が一体となり、行政や民間団体・事業者による開発や賑わいイベントなどが行われている。

当所では、街区内の芸術文化施設等の魅力や取組を共有し、その発信策などを研究する「芸術文化ゾーン活用研究会」の開催や、商店街やまちづくり団体などが実施する賑わい創出イベントの発信、ご当地のグルメを県内外の人々に発信するご当地グルメフェスティバルの開催などを通じ、交流人口・定住人口の増加に寄与するべく取り組んでいる。こうした地域活性化事業の実施により、交流人口の拡大を図り、域内の中小企業・小規模事業者への波及に繋げていく。

以上の方針に基づきながら、小規模事業者の経営の発達に向けて、経営指導員による伴走支援のみならず、専門家、関係機関等との連携を密に取り組んでいくとともに、支援体制のブラッシュアップ及び強化に努めながら、計画した事業を確実に遂行し目標達成に向け取り組む。

3-1. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

管内の小規模事業者を対象に四半期に一回、景況調査を実施しており、景気動向の把握はできている。

【課題】

一方で、マーケット動向や需要動向についての調査を実施していないことから、消費者側のニーズが把握できていないことが課題である。この課題を解決するため、下記②秋田市内経済動向調査を実施する。

(2) 事業内容

①秋田市内企業景況調査

管内の小規模事業者の景気動向を把握し、広く周知することは、経営分析や事業計画書策定による支援を実施していくにあたり有益な情報となり得る事項であることから、現状の調査を継続して実施する。

【調査対象】管内小規模事業者 250 社（建設業、製造業、卸売業、小売業、サービス業から 50 社ずつ）

【調査項目】売上額、資金繰り、経常利益、雇用、設備投資、経営上の問題点等

【調査手法】調査票を対象事業所宛て FAX、返信により回答を受ける

【分析手法】当所内で傾向を分析

②秋田市内経済動向調査

小規模事業者の動向については①で把握できているものの、管内のトレンド等マーケット状況や、消費者のニーズについては調査を実施していないことから、新たに年 1 回上半期に調査を実施する。本調査については調査規模が大きく、当所独自での調査が困難であるため、専門的なノウハウを持った調査機関へ業務を委託し実施する。

【調査対象】管内消費者

【調査項目】管内の人の動き、人気商品・サービス、トレンド、平均購入額等

【調査手法】(一財)秋田経済研究所、(株)フィデア情報総研等の専門調査機関に委託

【分析手法】経営指導員等が外部専門家と連携し分析を行う

(3) 目標

| | 現行 | R 3 年度 | R 4 年度 | R 5 年度 | R 6 年度 | R 7 年度 |
|-------------|-----|--------|--------|--------|--------|--------|
| ①秋田市内企業景況調査 | 4 回 | 4 回 | 4 回 | 4 回 | 4 回 | 4 回 |
| ②秋田市内経済動向調査 | — | 1 回 | 1 回 | 1 回 | 1 回 | 1 回 |

(4) 成果の活用

情報収集・調査、分析した結果は当所ホームページや会報（秋田商工会議所報：毎月 1 回発行）に掲載し、広く管内事業者等に周知するほか、経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料として活用する。

3-2. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

中小小売店舗を対象に年末年始における消費動向調査を実施しているが、個社別の商品・サービスに限定した調査・分析には至っていない。

【課題】

管内の小規模事業者が取り扱う地元特産品では、米類（あきたこまち）加工品、比内地鶏加工品、酒類、稲庭うどん、工芸品等が代表的なものであるが、それらの需要動向についての調査を実施しておらず、改善に向けた分析ができていない。

(2) 事業内容

特産品の需要動向を把握し、新商品開発や改良に役立てるため、以下の商談会等において、米類加工品、比内地鶏加工品、酒類、稲庭うどん、工芸品等を取り扱う小規模事業者を中心に、①～②の需要動向調査を実施する。また、当該調査の分析結果を事業計画に反映する。

■伊達な商談会 in AKITA（調査対象：バイヤー）

優れた新商品を持ち、全国に向けて市場開拓を目指す事業者の支援を目的に、ノウハウを持つ仙台商工会議所の協力を得て当所が実施している。

【開催時期】 10月

【出展商品】 地元特産（加工）品

【来場者数】 バイヤー9社

【出展社数】 23社



■ビジネスマッチ東北（調査対象：バイヤー及び来場者）

東北地域におけるビジネスマッチングの創出を目的として2006年に初めて開催。2019年は503企業・団体、496ブースが出展、商談件数が274件と、東北最大のビジネス商談展示会に成長。

【開催時期】 11月

【出展商品】 地元特産（加工）品

【来場者数】 7,426名（バイヤー含む）

【出展社数】 503社



■スーパーマーケットトレードショー（調査対象：バイヤー及び来場者）

スーパーマーケットを中心とする食品流通業界に最新情報を発信する商談展示会。全国のスーパーマーケットを中心とした小売業をはじめ、卸・商社、中食、外食、海外などから多数のバイヤーが来場する全国最大規模の商談展示会。

【開催時期】 2月

【出展商品】 地元特産（加工）品

【来場者数】 80,428名（バイヤー含む）

【出展社数】 2,362社



①バイヤー需要調査

管内小規模事業者が多く出展する「伊達な商談会 in AKITA」及び広域の商談機会である「ビジネスマッチ東北」「スーパーマーケットトレードショー」において、大都市圏バイヤーに対し、出展事業者の商品に対する調査を行う。

【サンプル数】 大都市圏バイヤー10社程度

【調査対象】 地元特産品等を取り扱う管内出展事業者10社

【調査項目】 味、価格、独自性、取引条件、パッケージ等

【調査手法】 商談会開催日にバイヤーに対し調査票を配布し、結果を回収

【分析手法】 経営指導員等が傾向を分析（必要に応じて販路開拓の専門家を活用）

②消費者需要調査

域外の消費者が多く訪れる「ビジネスマッチ東北」「スーパーマーケットトレードショー」において、来場者に対し、出展事業者の商品に対する調査を行う。

【サンプル数】 来場者30名程度

【調査対象】 地元特産品等を取り扱う管内出展事業者2社

【調査項目】 味、価格、独自性、取引条件、パッケージ等

【調査手法】 商談展示会開催日に来場者に対し調査票を配布し、結果を回収

【分析手法】 経営指導員等が傾向を分析（必要に応じて販路開拓の専門家を活用）

(3) 目標

| | 現行 | R3年度 | R4年度 | R5年度 | R6年度 | R7年度 |
|-----------|----|------|------|------|------|------|
| ①バイヤー需要調査 | — | 10社 | 10社 | 10社 | 10社 | 10社 |
| ②消費者需要調査 | — | 2社 | 2社 | 2社 | 2社 | 2社 |

(4) 成果の活用

地元の特産品等を全国へ発信していくにあたり、本調査の結果を対象事業者にフィードバックすることで、商品についての現状と課題が明確になる。これに経営分析による結果を併せ、より効果的な事業計画の策定に繋げていく。

4. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

現在の経営分析先で58.8%と最もシェアが高い国県市の制度融資申込先については、制度要件に合致するか否かの認定が当所の主業務であり、経営分析や事業計画策定については金融機関との間で既に完結しているケースが大多数である。

従って、当所経営指導員等の接点は少なく、仮に経営分析を行ったとしても、事業計画策定まで繋がるケースは稀である。

分析ツールには中小企業庁の「経営自己診断システム」を活用しているため定量面（財務分析）はできているものの、定性面（非財務分析）での分析に至っていない。

現在の経営分析先シェア

| 分野 | シェア |
|------------|-------|
| 国県市制度融資 | 58.8% |
| 国県市助成金 | 32.3% |
| セミナー・商談会等 | 8.9% |
| 巡回等での掘り起こし | 2.0% |

【課題】

令和元年5月に小規模事業者支援法が改正され、それに伴い経営発達支援計画についても、フォローアップ項目の目標に「支援した事業者の売上や利益率の増加等」を掲げることになっている。接点の少ない事業者に対し、これらの項目を確認することは困難であるため、経営分析先の掘り起こし手法や対象先について再検討する必要がある。

また、経営分析ツールについても再検討が必要である。本経営発達支援計画においては財務分析に加え、SWOT分析等の非財務分析も求められていることから、新たな経営分析ツールを導入することで課題を抽出し、小規模事業者支援に繋げていく。

(2) 事業内容

①巡回・窓口相談等による対象者の掘り起こし

地域の経済動向調査及び需要動向調査の結果を、巡回や窓口相談時にデータとして活用し、事業者の潜在的課題を明確にしたうえで経営分析先の選定に繋げていく。

②経営分析システム Biz ミルの導入

課題である分析不足解消に向け、経営分析システム「Biz ミル」を新たに導入する。定性・定量の両面で経営分析を実施し、事業計画策定からフォローアップ情報の蓄積までを一括したシステムで管理することで、経営指導員間の情報共有を図るとともに、より効率的な事業者支援に繋げていく。

③経営分析の実施

本計画においての経営分析対象先は、「巡回・窓口相談先」及び「国縣市助成金申込先」を主体とする。現状でシェアが最も高い「国縣市の制度融資申込先」については、当所業務が制度要件に合致しているか否かの認定であり事業者との接点が少ないこと、売上や利益率の増加のみならず、業務効率化や運転資金の調達等による経営安定化など借入目的が多岐にわたっていることなどの理由から、原則対象外とする。

ただし、借入目的が設備投資など売上の増加に繋がるものについては、法定経営指導員と協議したうえで経営分析の対象として検討する。以上を踏まえ、次のとおり経営分析を行う。

【対象者】巡回・窓口相談先、国縣市助成金申込先、(国縣市の制度融資申込先)等

【分析項目】財務分析…売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率等

非財務分析…SWOT分析(強み、弱み、機会、脅威等)

【分析手法】経営分析システム Biz ミルを活用

(3) 目標

| | 現行 | R3年度 | R4年度 | R5年度 | R6年度 | R7年度 |
|--------|-----|------|------|------|------|------|
| 経営分析件数 | 70件 | 80件 | 80件 | 80件 | 80件 | 80件 |

※現行数値は過去2年間の国縣市助成制度活用事業者数

(4) 分析結果の活用

分析結果は対象事業者にフィードバックし、事業計画策定に繋げていく。また、Biz ミルの導入により、分析結果のデータベース化と経営指導員間の共有が容易になるため、経営指導員のスキルアップに活用していく。

5. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

現在の事業計画策定先の67.7%が既存先であるが、創業先のシェアも32.3%と高い。

また、人口減少や経営者の高齢化といった背景から、事業計画策定の重要性認識不足に起因して策定に煩わしさを感じる事業者も少なくない。

現在の事業計画策定先シェア

| 分野 | シェア |
|-----|-------|
| 既存先 | 67.7% |
| 創業先 | 32.3% |

【課題】

管内では経営分析が不可能な創業先のシェアが高く、その事業計画策定支援からフォローアップにおける業務が経営指導員を圧迫している。

また、前述のとおり経営分析対象先の大部分を占めているのが接点の少ない国県市制度融資申込先であるという現状から、事業者の理解・協力が十分に得られないまま事業計画を策定しているケースもあり、フォローアップを進めれば進めるほど経営指導員との間に温度差が生じている。

(2) 支援についての考え方

新型コロナウイルス感染症の影響により軒並み売上が減少している中、管内小規模事業者の動向は次の2つのタイプに分かれる傾向にある。

- ①借入等を活用し、運転資金を確保した上で新型コロナウイルス感染症の収束を待つ事業者
(売上現状維持を望む建設・製造業など。相談先は金融機関であり当所との接点は少ない。)
- ②助成金等を活用し、新たな生活様式に対応した業態へモデルチェンジを図る事業者
(売上・利益率増加を望む商業・サービス業など。相談先は当所であり接点が多い。)

①に関しては金融機関等の支援が行き届いていることから、これまでの認定確認等当所の役割を継続していくこととし、設備投資などの売上増加に向けた資金導入先については、法定経営指導員と協議したうえで、経営分析、事業計画策定支援先として検討する。

②については助成金等申請時に事業計画の策定が必須となることから、まずは経営分析を十分に行い、その結果を踏まえたうえで事業計画を策定していくものとする。

また、巡回活動に加え、後述のセミナーへの参加事業者から支援を要する先を法定経営指導員と協議した上で、経営分析、事業計画策定支援先として検討する。

よって当所では原則「経営分析件数=事業計画策定件数」となる

なお、秋田市では、「課題」にも記載のとおり創業支援先のウエイトが高いことを踏まえ「秋田市中心小企業振興基本条例」基本施策4にて創業促進に取り組む方針を掲げており、当所も連携して取り組んでいく方針であることから、創業計画策定も目標に盛り込んでいる。

(3) 事業内容

①事業計画策定セミナー

小規模事業者が、地域の需要変化や環境の変化に対応した持続的な経営を行うため開催する。

【募集方法】チラシ配布、新聞広告、ホームページ告知等

【回数】年間1回(3月に開催)

【カリキュラム】事業計画策定の必要性和ポイント

【参加者数】30名



②経営革新セミナー

企業の存続のため、自らの強みや特性を活かして変化する経営環境や競争に積極的に対応するための経営革新計画の策定を支援する

【募集方法】チラシ配布、新聞広告、ホームページ告知等

【回数】年間1回

【カリキュラム】環境分析、マーケティング、実務演習等

【参加者数】10名



③国県市各種助成金事業計画書策定支援(創業以外)

【支援対象】管内小規模事業者

【助成金】小規模事業者持続化補助金(国)、あきた元気づくり事業(県)、中心市街地商業集積促進事業(市)等

【手段・手法】管内を4つの地区に分け、各地区に経営指導員を3名配置。法定経営指導員2名が推進と進捗管理を行う。場合により、外部専門家も交えることも検討。

④あきた起業塾

創業希望者の知識向上と事業計画の策定支援を行うため開催する。

【募集方法】チラシ配布、新聞広告、ホームページ告知等

【回数】年間3回

【カリキュラム】起業の心構えから事業計画策定まで

【参加者数】30名×3回



⑤事業計画書ブラッシュアップコース

あきた起業塾の修了者等への個別サポートとして、より具体的な事業計画の策定を希望する起業者を支援するために個別指導を行う。

【募集方法】チラシ配布、新聞広告、ホームページ告知等

【回数】年間3回

【カリキュラム】事業計画のブラッシュアップ

【参加者数】10名×3回



⑥国県市各種助成金事業計画書策定支援（創業先）

【支援対象】 創業を目指す管内小規模事業者

【助成金】 地域創造的起業補助金（国）、起業支援事業費補助金（県）、秋田市創業支援補助金（市）等

【手段・手法】 管内を4つの地区に分け、各地区に経営指導員を3名配置。法定経営指導員2名が推進と進捗管理を行う。場合により、外部専門家を活用する。

⑦事業・創業計画策定

①～③の事業により対象者を掘り起こし、経営分析後、事業計画策定を行う。④～⑥の事業により対象者を掘り起こし、創業計画策定を行う。

（4）実施スケジュール

| 項目 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 |
|--------|--------|----------------------|-------|----|--------|----------------------|
| 経営分析 | 巡回 → | | | | | |
| 事業計画策定 | → | | 補助金申請 | → | | 補助金申請 |
| 創業計画策定 | あきた起業塾 | 事業計画書 フラッシュアップコース | 補助金申請 | → | あきた起業塾 | 事業計画書 フラッシュアップコース |

| 項目 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 |
|--------|-------|----------|-----|--------|----------------------|---------------------|
| 経営分析 | 巡回 → | | | | | 次年度に向けての掘り起こし |
| 事業計画策定 | 補助金申請 | 経営革新セミナー | → | | 補助金申請 | 事業計画策定セミナー 補助金申請 |
| 創業計画策定 | 補助金申請 | → | | あきた起業塾 | 事業計画書 フラッシュアップコース | → |

※補助金申請時期は2020年度ベース

（5）目標

| | 現行 | R3年度 | R4年度 | R5年度 | R6年度 | R7年度 |
|----------|-----|------|------|------|------|------|
| 事業計画策定件数 | 70件 | 80件 | 80件 | 80件 | 80件 | 80件 |
| 創業計画策定件数 | 14件 | 14件 | 14件 | 14件 | 14件 | 14件 |
| 合計 | 84件 | 94件 | 94件 | 94件 | 94件 | 94件 |

※現行数値は国県市制度融資に係る事業計画策定件数を除いたもの

6. 事業計画策定後の実施支援に関すること

（1）現状と課題

【現状】

事業・創業計画策定先に対し四半期に1回フォローアップを実施し、進捗や状況確認は行っているものの、売上額や利益率を把握する段階に至っていない。

【課題】

地域の事業者数に大きな増減はないものの、人口減少、少子高齢化によるマーケットの縮小といった課題があるなか、地域事業者の約8割を占める小規模事業者の売上および利益率の向

上による魅力ある強い事業者を増やしていくことが必要である。

そのため、これまで行き届いていない支援先の売上等の把握や事業計画通りに事業が進んでいない事業者への支援対応を図る体制を確立する必要がある。

(2) 支援についての考え方

事業・創業計画を策定した全ての事業者を対象に、四半期に1回のフォローアップ頻度を継続しながら、経営指導員間では売上・利益計画と実績との比較を四半期ごとに検証・分析する形にフォローアップ手法を統一。1年間後には成果が数字として反映されるよう支援していく。

(3) 事業内容

①事業・創業計画策定先へのフォローアップ

上記(2)に基づきフォローアップを実施するが、事業計画に対する進捗状況が思わしくなく、実績と計画にズレが生じていると判断される場合には、法定経営指導員に報告・相談し、場合によっては次の②～④の事業により外部専門家を交え改善を支援する。

②経営安定特別相談事業(対象:全事業者)

当所では、弁護士、公認会計士、税理士、中小企業診断士、社会保険労務士、ITコーディネーター・行政書士等の専門家を商工調停士として12名に委嘱。対象事業者が抱えている課題に対し、経営資源及び財務内容等の経営状況を分析しながら、事業・創業計画の達成に向けアドバイスを行う。

③店舗改善支援(対象:商業・サービス業)

目標売上が達成できない原因が店舗内のレイアウトや陳列にあると判断された場合、よろず支援拠点、全国商店街支援センターと連携し専門家を派遣することで改善支援を行う。



④起業者フォローアップセミナー(対象:創業計画策定先)

外部専門家を講師に招き、販路開拓等についての講義を実施することで事業計画書を見直す機会を提供。経営改善に繋がる「気づき」と経営者同士の交流の場、課題解決に向けて経営者同士が連携できる機会を創出する。



(4) 目標

| | 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 | 84社 | 94社 | 94社 | 94社 | 94社 | 94社 |
| 頻度(延回数) | 336回 | 376回 | 376回 | 376回 | 376回 | 376回 |
| 売上増加事業者数 | | 10社 | 15社 | 20社 | 25社 | 30社 |
| 利益率5%以上増加事業者数 | | 10社 | 12社 | 14社 | 16社 | 18社 |

※売上増加事業者数及び利益率5%以上増加事業者数については新型コロナウイルス感染症の影響を考慮し、毎年度漸増となるよう設定。

7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

商談会・展示会については、商談力を学ぶ事前のセミナーを開催しているほか、参加費用を助成するなど管内の小規模事業者が参加しやすい環境づくりに取り組んでいる。

IT 関連については、時代に即したテーマにより年間 2～3 回セミナーを開催し、情報提供を行っている。

管内事業者の大部分を占める商業・サービス業を営む小規模事業者を対象に、販路開拓による売上増加を目的とした買物・体験スタンプラリーを年 1 回実施している。

【課題】

全ての事業において、事業終了後の事後フォローが不足しており、結果として売上等に反映されたのかを確認するまでに至っていない。

特に、地域の課題にもなっている人手不足への対応において IT 導入は一つの方策であるが、対象者の理解不足もあり実際には進んでいない。今後 IT 導入を促進していくためには、実際に売上が上がった事例を紹介するなど実践的なセミナーを企画し実施する必要がある。

(2) 支援についての考え方

取り組みとしては現状で既に行っているが、次の 2 点を改善し取り組む。

一つ目は、「新たな需要の開拓」を意識した支援方法への改善である。現状は商談会・展示会、セミナー、買物・体験スタンプラリーの事業全てについて、「参加事業者をより多く集めること」に注力してしまっており、当所からの説明が不十分な部分がある。参加事業者には、「新たな需要の開拓」のための手段として提供していることに理解を得た上で参加していただく必要がある。

二つ目は、事後フォローの改善である。現状では、商談会・展示会に出展（成約）した後、IT サポートセミナーに参加（IT 導入）した後、買物・体験スタンプラリーに参加した後の追跡調査ができていない。そのため、本来の趣旨であるはずの「新たな需要の開拓」に繋がったのかを確認できていない状況である。事業後の売上等の確認、課題抽出とその改善方法提案まで、一貫性を持ったフォローを行い、事業の効果を最大限にすべく取り組みを進めていく。

(3) 事業内容

① 商談会・展示会出展支援

特産品や新製品などの販路開拓を目指す事業者を対象に、バイヤー等との商談機会提供を目的として実施する。

具体的には、伊達な商談会 in AKITA、ビジネスマッチ東北への出展促進、スーパーマーケットトレードショーへの出展機会の提供（1 ブースから 2 ブースを予定）を行うほか、県外の展示会等へ事業者自らが出展する場合には、当所独自で出展料および交通費を助成する（各商談会等の概要については、P11 の需要動向調査の記載を参照）。

また、効果的な商談手法を習得する機会を提供し、成約率向上に結び付けることを目的としたセミナーを開催する。開催時期は、主な商談展示会がスタートする 7 月に設定し、内容には、商談手法やバイヤーが求める商品等の講義、模擬商談会などを盛り込む。参加事業者数は 20 社程度を見込む。



②IT サポートセミナー

管内の小規模事業者を対象に、IT 導入によるビジネスチャンスの拡大と売上増加を目的として実施する。

具体的には、働き方改革や人手不足に対応したロボットによる業務の自動化が図れるRPAや、SNSを活用したネットショップへの集客、EC販売準備にかかわる基礎知識の習得からネットショップ構築までの実践的な内容を想定。



③買い物・体験スタンプラリー

管内の商業・サービス業を営む小規模事業者を対象に、販路開拓による売上増加を目的として実施する。ワンコイン又はツーコインでお得感のある商品・サービスの提供や店主等による少人数制ミニ講座の開催等を事業者自らが工夫して実施。

加えて自店の顧客に対し、近隣店舗の商品を紹介するなど、管内へ広く波及を促すスタンプラリーを併せて実施することで相乗効果が生まれ、商業・サービス業全体の売上が増加する。



(4) 目標

| | 現行 | R 3 年度 | R 4 年度 | R 5 年度 | R 6 年度 | R 7 年度 |
|------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| 伊達な商談会 in AKITA 出展事業者数 | 1 1 社 | 1 2 社 | 1 2 社 | 1 2 社 | 1 2 社 | 1 2 社 |
| 成約件数 | 6 件 | 7 件 | 7 件 | 7 件 | 7 件 | 7 件 |
| ビジネスマッチ東北出展事業者数 | 4 社 | 5 社 | 5 社 | 5 社 | 5 社 | 5 社 |
| 成約件数 | 2 件 | 3 件 | 3 件 | 3 件 | 3 件 | 3 件 |
| スーパーマーケットトレッドショー出展事業者数 | — | 1 社 | 1 社 | 1 社 | 1 社 | 1 社 |
| 成約件数 | — | 1 件 | 1 件 | 1 件 | 1 件 | 1 件 |
| IT 関連セミナー参加事業者数 | 3 2 社 | 3 5 社 | 3 5 社 | 3 5 社 | 3 5 社 | 3 5 社 |
| 売上額/社 | — | 5 万円 |
| 買い物・体験スタンプラリー参加店舗数 | 8 5 店 | 9 0 店 | 9 0 店 | 9 0 店 | 9 0 店 | 9 0 店 |
| 売上額/参加店合計 | 2 9 3 万円 | 3 0 0 万円 |

※スーパーマーケットトレッドショー当所出展枠は 1 枠

8. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

(1) 現状と課題

【現状】

2016 年 4 月～2021 年 3 月までの第 1 期経営発達支援計画においては、外部評価委員会を設置し、事業の実施状況、成果の評価・見直し案について意見を伺ったほか、当所運営委員会、正副会頭会議、常議員会でも年 1 回報告を行っている。

【課題】

事業の実施状況、成果の評価が主であり、各事業について次年度の取組方針や取組方法の見直し等、改善策を検証するには至っていない状況にあるため、検証を行う仕組みを構築する必要がある。

(2) 事業内容

毎年度終了後、本計画に記載の事業の実施状況及び成果について、以下の方法により評価・検証を行う。

①法定経営指導員による進捗状況確認

法定経営指導員 2 名を含む経営指導員間で四半期ごとに支援にあっている事業計画の進捗状況を共有するとともに、問題点、課題等に対する改善策を協議する。結果については次項「外部評価委員会」にて報告を行い、委員からの意見を伺い改善を加えていく。

②外部評価委員会の設置・開催

外部評価委員会を設置し、事業の実施状況、成果の評価・見直し案について意見を伺う。委員については第 1 期経営発達支援計画外部評価委員会委員に加え、新たに秋田県及び有識者（秋田県中小企業診断協会）を加えて組織する。進行及び説明については法定経営指導員が行い、結果については経営指導員にフィードバックする。

委員長：秋田商工会議所専務理事

委員：秋田県産業政策課長、秋田市商工貿易振興課長、よろず支援拠点責任者、日本政策金融公庫秋田支店長、秋田県信用保証協会経営支援部長、秋田県中小企業診断協会会長で構成

③当所内での情報共有

当所の正副会頭会議、常議員会に外部評価委員会の協議結果を報告するとともに、事業の実施状況、成果の評価・見直し案を提示して意見を伺い、次年度の事業内容の改善に向けた参考とする。

④情報公開

上記の②③の結果を当所のホームページ (<http://www.akitacci.or.jp>) に公表する。

9. 地域経済活性化に資する取組に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

秋田市を訪れる観光客の多くは、年間を通して最大のイベントである「竿燈まつり」に集中しており、当所では期間中、飲食業界や周辺事業者への波及効果を生み出すため「全国に向けた秋田の食の魅力のPR」及び、「周辺商店街への誘客促進」に取り組んできたが、ここ数年は入込数が横這いとなっている。

【課題】

人口減少によるマーケットの縮小ならびに少子高齢化による生産年齢人口の減少が進む中、交流人口を拡大していくことが1つの対策であるが、現在は大規模イベントの開催などで一時的に増加するものの、恒常的な交流人口の増加にはつながっていない。

現在も実施している集客力のある大規模イベントをはじめ各種事業を継続しながら、恒常的に交流人口の拡大に繋がるよう県、市、商店街、関係機関が一体となって根気強く取り組んでいくことが求められる。

(2) 事業内容

①秋田市中心市街地活性化協議会の開催

秋田市が策定する第2期中心市街地活性化基本計画の実施に関し必要な事項と、その他中心市街地の活性化の総合的かつ一体的な推進に関し必要な事項について協議することを目的として年3回開催。

2017年4月にスタートした第2期計画は、久保田城跡の千秋公園を核とし、周辺に点在する芸術文化施設に令和4年3月完成予定の県市連携文化施設「あきた芸術劇場」を加えた地域を芸術文化ゾーンと位置づけ、各施設が交流人口の拡大に向け取り組んでいる。

○関係者

- ・ 東北経済産業局…協議会オブザーバーとして連携
- ・ 秋田県…協議会オブザーバーとして連携
- ・ 秋田市…協議会委員として連携
- ・ 公立大学法人 秋田公立美術大学…協議会委員として連携
- ・ 国立大学法人 秋田大学…協議会委員として連携
- ・ (株)秋田銀行…協議会委員として連携
- ・ (株)北都銀行…協議会委員として連携
- ・ (公財) 秋田観光コンベンション協会…協議会オブザーバーとして連携

②ご当地グルメフェスティバルの実施

8月3日から6日まで開催される竿燈まつり期間中に併せて、県内のご当地グルメを集めた屋台村の実施により、全国に向けた秋田の食の魅力のPR及び、周辺商店街への誘客促進を目的として実施。実行委員会を年間3回程度開催し、関係者と意見交換を実施する。

○関係者

- ・ 秋田市…後援先、実行委員会委員として連携
- ・ (公財) 秋田観光コンベンション協会…後援先、実行委員会委員として連携。

○日 程 8月3日～6日

○場 所 大町イベント広場（秋田ニューシティ跡地）

○事業内容

- ・ 県内のご当地グルメを集めた屋台村
- ・ 地酒、地ビールの販売・PRコーナーの設置 ほか

③ギョギョっとあきた週末イベントリレーの実施

秋季に秋田市中心市街地で開催される各イベントが連携し、一体化したPRを行うことにより、期間中の交流人口の拡大と継続的な賑わいを創出すること目的に実施。実行委員会を年間3回程度開催し、関係者と意見交換を実施する。

○関係者

- ・ 秋田県…地域の集客力アップについて、該当する補助金申請を通じて支援
- ・ 秋田市…負担金拠出、実行委員会委員として連携
- ・ (公財) 秋田観光コンベンション協会…実行委員会委員として連携

○日 程 9月～10月

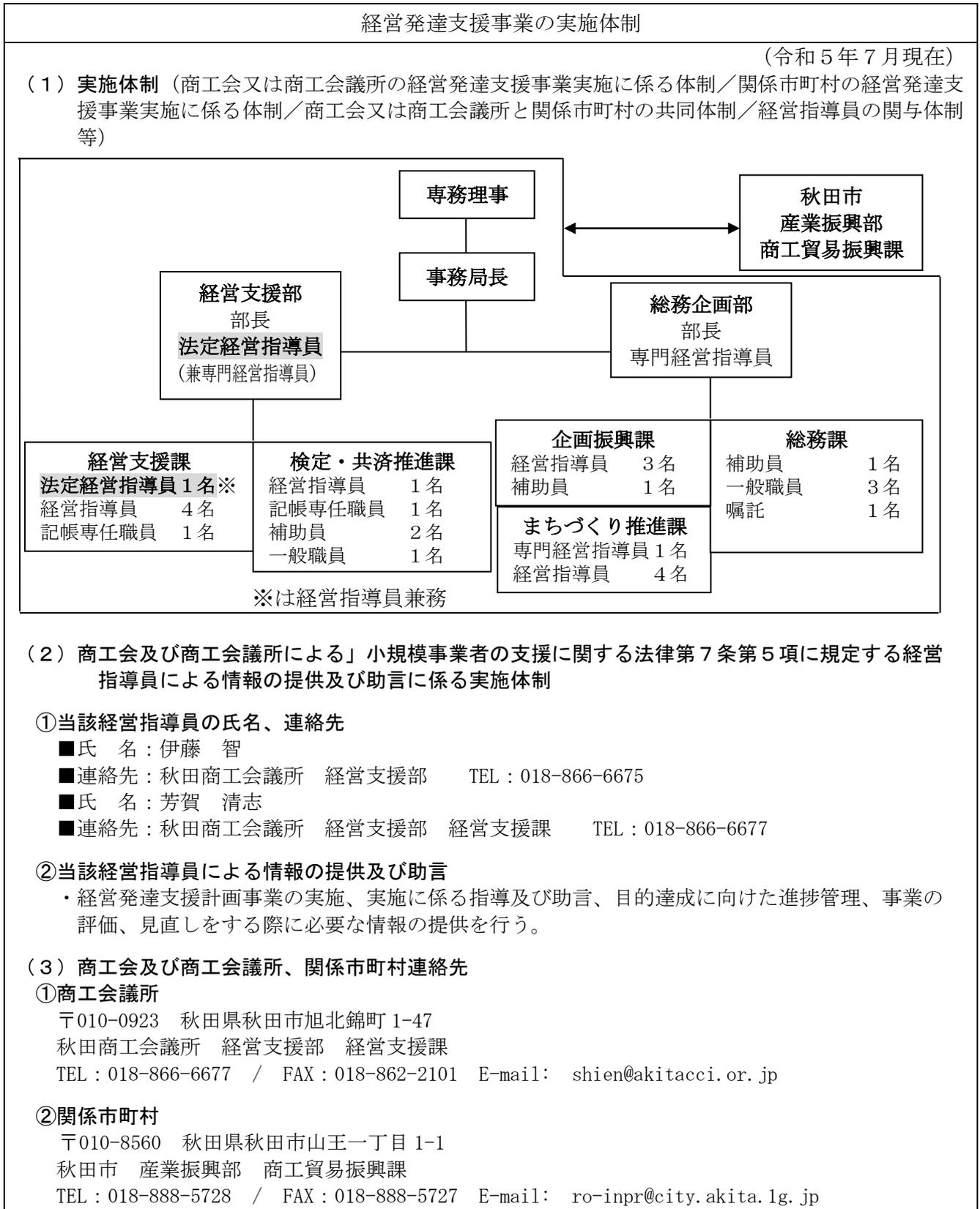
○場 所 秋田市中心市街地各所

○事業内容

- ・ 共通ロゴ使用、イベントを集約したチラシ作成等イベントのPR
- ・ 各イベント間での相互PR推進
- ・ 秋田県外へのPR推進

(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)

| | 令和3年度 | 令和4年度 | 令和5年度 | 令和6年度 | 令和7年度 |
|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 必要な資金の額 | 37,600 | 37,600 | 37,600 | 37,600 | 37,600 |
| 地域の経済動向調査 | 4,500 | 4,500 | 4,500 | 4,500 | 4,500 |
| 経営分析の状況 | 760 | 760 | 760 | 760 | 760 |
| 事業計画策定支援 | 19,150 | 19,150 | 19,150 | 19,150 | 19,150 |
| 事業計画策定後の実施支援 | 120 | 120 | 120 | 120 | 120 |
| 需要動向調査 | 620 | 620 | 620 | 620 | 620 |
| 新たな需要開拓事業 | 3,270 | 3,270 | 3,270 | 3,270 | 3,270 |
| 地域活性化事業 | 9,180 | 9,180 | 9,180 | 9,180 | 9,180 |

(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 |
|-------------------------------------|
| ①会費収入 ②事業収入 ③県補助金 ④市補助金 ⑤事業受託費 ⑥雑収入 |

(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。

