

経営発達支援計画の概要

実施者名	大曲商工会議所（法人番号 4410005004174） 大仙市（地方公共団体コード 052124）
実施期間	令和2年4月1日～令和7年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 ①競争力強化による販路拡大と変化に対応できる小規模事業者の育成と増加 ②既存事業者の事業承継と創業支援の強化による事業者減少抑制 ③地域資源を活かした交流人口の拡大と新たな内発型産業の創出
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 ビックデータや各種の調査を踏まえた地域経済動向総合的な分析を行い小規模事業者支援の基礎資料として活用し地域の現状と課題を把握する。</p> <p>2. 経営状況の分析 小規模事業者の経営の状況を分析し、フィードバックするとともに事業計画策定への活用と今後の事業展開の機会を捉える。</p> <p>3. 事業計画策定支援 事業計画策定の必要性を浸透させ、経営分析の分析を踏まえた事業計画を伴走型で支援し計画的に事業を実行する。</p> <p>4. 事業計画策定後の実施支援 専門家との連携、経営指導員による定期的なフォローアップにより課題を克服しながら計画実行の向上を図る。</p> <p>5. 需要動向調査 域内外を含め、消費者及びバイヤーのニーズを的確に把握し、販路拡大や売上の向上に向けた調査を実施する。</p> <p>6. 新たな需要開拓に寄与する事業 小規模事業者が販路拡大、取引先の増加向け商談会、展示会などあらゆる機会を創出し、継続的発展に向けた支援を行う。</p> <p>II 地域経済の活性化に資する取組</p> <p>1. 地域活性化事業 花火産業構想を基軸に、四季の花火の展開や関連するイベントによる交流人口の拡大と花火による新産業の創出と様々な分野への波及効果による地域経済活性化に取り組む。</p>
連絡先	<p>大曲商工会議所 本部事業部 中小企業相談所 〒014-0027 秋田県大仙市大曲通町1-13 TEL：0187-62-1262 FAX：0187-62-1265 E-mail kaigisho@omagari-hanabi.com</p> <p>大仙市経済産業部企業商工課 〒014-8601 秋田県大仙市大曲花園町1-1 TEL：0187-63-1111 FAX：0187-63-1119 E-mail kigyou@city.daisen.lg.jp</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

①大仙市の概要

大仙市は平成17年3月に8市町村(大曲市、神岡町、南外村、西仙北町、仙北町、協和町、太田町、中仙町)が合併して誕生した市である。秋田県の県南東部に位置し、国内有数の穀倉地帯である。また、市の東部には奥羽山脈を有し、日本海気候に分類され冬期は気温も低く、豪雪地帯である。

大仙市の面積は866.7㎢と東京23区の約1.38倍である。全面積のうち56%が山林・原野・田畑であり自然豊かな田園都市である。古くから雄物川の水運を利用した米の集積地として栄え、戦後は娯楽施設や商業施設が集積した。大仙市の統計から当市の産業を事業者数でみると第1次産業が約3%、第2次産業が約20%、第3次産業が77%を占めている。

また、全国花火競技大会「大曲の花火」が開催される地としても有名である。大曲の花火のブランド力を活用し、様々な分野での発展軸を形成するため、平成27年3月に新たな産業振興方策「花火産業構想」を大仙市及び大仙市商工会の3者一体となって提唱し、交流人口の拡大と地域の活性化に取り組んでいる。

当商工会議所の所管エリアは旧・大曲市(大曲地域)となる。

大曲地域は市の中心的地域であり、面積は104.69㎢、大仙市全体の人口が81,133人に対し地域の人口は35,968人と、人口も集中している。

交通面ではJR大曲駅が奥羽本線と田沢湖線の結節点となっており、秋田新幹線で首都圏まで3時間半と一日行動圏に入っている。また秋田自動車道の大曲インターチェンジに加え、市内に2つのインターチェンジが存在する他、秋田空港へは大曲地域から約40分と、交通の要衝としての機能を併せ持つ。



秋田県大仙市



旧大曲市 (大曲地域)

②人口推移の現状

秋田県の人口は年々減少し、人口問題研究所の将来推計人口によると 2045 年には 60 万人まで落ち込むと予想されている。当大仙市も例外ではなく、合併当初の人口から平成 27 年まで年々減少し、同推計によると 2045 年には 5 万人を切ると予想されている。

市全体で半減することから、大曲地域が中心部であり人口が集中している事を加味しても、地域の将来人口は現在の 65%ほどに減少することが予想される。

一方、人口に対し、世帯数は増加傾向にあり、核家族化が進んでいるものと思われる。

【大仙市の人口】

	男	女	人口計	世帯数
平成 17 年 4 月	45,577	50,300	95,877	30,253
平成 22 年 4 月	42,986	48,184	91,170	30,795
平成 27 年 4 月	40,308	45,710	86,018	31,232

【大曲地域の人口】

	男	女	人口計	世帯数
平成 17 年 4 月	18,321	20,269	38,590	13,766
平成 22 年 4 月	17,661	19,866	37,527	14,172
平成 27 年 4 月	17,283	19,607	36,890	14,734

※大仙市統計

③商工業者数の推移の現状

大曲地域の商工業者数は、コンビニエンスストアの増加や県外資本の進出、大仙市内の他地域からの商工業者の流入の一方で、既存事業者の廃業もあり、増減を繰り返している。

また、創業相談数は年々増加傾向にあり、年間創業数は当所管内では 15 者～20 者程度で、中でもサービス業(生活関連サービス業・飲食サービス)の創業者が半数以上と多い。

全業種の小規模事業者数は微減に留まっているものの、人口減少による顧客の減少はこれから益々進んでいくと思われ、それにつれて事業者数も減少することが懸念される。

【大曲商工会議所管内の商工業者数】

	商工業者数	小規模事業者数	うち建設業	うち製造業	うち卸小売業	うちサービス業
平成 27 年 3 月	2,367	2,072	271	193	711	897
平成 28 年 3 月	2,411	2,089	274	195	713	907
平成 29 年 3 月	2,398	2,076	275	194	710	897
平成 30 年 3 月	2,382	2,066	271	191	699	905
平成 31 年 3 月	2,387	2,065	271	191	693	910

④地域産業の現状と課題

人口推移からも判断出来るように、人口の減少は避けがたい事実であり、今後、地域における購買力の著しい低下と顧客の減少が、小規模事業者の事業の継続に向けて大きな障害になることは間違いない。

また、会員企業を対象に実施した調査によると、会員(1,300 社)の約 43% (565 者) が 65 歳以上の経営者であり、その中で後継者がなく自分の代で廃業予定と答えた経営者が約 88% (500 者) にもものぼっている。55 歳以上の経営者は 67%にも及び、会員企業に限らず、また業種を問わず、経営者の高齢化率は高いまま推移している。今後、事業者の高齢化に伴い廃業も増加し、地域内事業所数も減少することが容易に予想される。

域内の商工業者の 9 割近くを占める小規模事業者の減少・衰退は、地域経済の発展を阻害

する他、雇用の喪失、生活基盤の崩壊による人口流出など、地域に大きな悪影響を及ぼすことが懸念される。地域の小規模事業者をいかに存続させ、地域の事業者数を維持していくかは大きな課題である。

また、業種別の課題としては、以下のとおり。

【卸小売業】

卸小売業はサービス業と並ぶ地域の主要業種であるが、小規模事業者の小売店舗は自動車の普及や高速道路網の整備、大型小売店舗の郊外への進出などにより顧客が流出し、また、インターネット社会となった現在では品揃えの豊かさや価格面で消費者の選択の幅が広がり全国の同業他社が脅威となっている。インターネットによる販売は現代社会において不可欠ではあるが、経営者の高齢化や人手不足もあり、取り組む余裕のない小規模事業者が多い。独自性と魅力のある商品・店舗づくりによる来店者の増加、新たな顧客の獲得と販路拡大への取り組みが急務となっている。

【サービス業】

サービス業は地域の小規模事業者数の半数近くを占めており、中でも生活関連・飲食サービス業が7割と多く、地域の顧客への依存度が高い。大曲地域は市の中心部である事から会議、宴会、催しなどが多く、顧客対象は大仙市全体に及んでおり、新規創業や飲食チェーンの出店も比較的多い。このため、飲食サービス業の小規模事業者数は若干の増加を見せているが、市全体の人口減少による顧客の減少、顧客単価の低下や地域内での顧客獲得など競争は激化している。また、理美容業の事業者数も飲食サービス業と同等の規模であるが、同じような現象が起きている。魅力のあるサービス・店舗づくりによる新規顧客の獲得と需要拡大、IT等の活用による労働生産性の向上が課題である。

【建設業】

建設業は、公共事業を受注する大手企業に依存する部分が多い。また住宅を主に手掛ける事業者は、住宅着工件数の減少と大手ハウスメーカーの進出により苦戦を強いられている。今後は販路開拓が課題である。また、恒常的に労働力不足や労働時間が長い状態にあり、働き方改革を進めなければならない。

【製造業】

製造業は、繊維、食品、機械部品等が主な業種である。中でも特に繊維工業の割合が高く、建設業と同様に労働力不足や労働生産性の向上が課題となっている。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①第2次大仙市総合計画

大仙市では総合計画において、産業振興の基本理念に「生き生きと生活し働くことのできる活力と創造にみちたまち」を掲げ、産業振興に係る施策の柱を「魅力ある産業のまちを創ります！」とし、以下の取り組みを進めることとしている。

※関係部分を抜粋

施策の柱：**魅力ある産業のまちを創ります！ ～産業振興・雇用など～**

今後10年間の取り組み：

1-1 農林水産業の振興

1-1-1 優れた農畜産物の発信と流通・販売の促進

1-2 商工業の振興

- 1-2-1 商業環境整備の支援
- 1-2-2 団体・経営者の支援
- 1-2-3 地場産業と企業誘致の強化
- 1-3 花火産業構想の振興
 - 1-3-1 花火産業構想の推進
- 1-4 観光の振興
 - 1-4-1 魅力ある観光地づくり
- 1-5 雇用の安定・就労の促進
 - 1-5-1 雇用・就労環境の支援

また、大曲地域の地域振興計画においては、「だれもが生き活きと暮らせるまち」を目指すべき地域像として掲げ、産業・観光に係る施策の柱を「生きがいと働きがいを持って活躍できるまちづくり（産業・観光）」として、主な取り組み内容を以下のとおりとしている。

主な取り組み内容：

- ◇農業政策の大転換に対応した、関係機関との連携による6次産業化の推進、ブランドの確立、売り込みの強化
- ◇関係機関と連携した花火を基盤とする年間を通じた誘客
- ◇駅前のにぎわいづくり

大仙市総合計画の中から集中的に実施する施策・事業をまとめた「大仙市まち・ひと・しごと創生総合戦略」では、地場産業の強化を掲げ、地域企業の情報発信と若者の雇用促進、地域企業の販路開拓支援、地域資源を活かした新産業の創出、創業への経営支援と金融支援強化及び豪雪地帯や突発的自然災害に備えた防災体制の強化が盛り込まれている。

②小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

当所は地域の総合経済団体として、総合計画中でも大きな役割を負っているところであり、市の施策の方向性に沿って、連携を図りつつ経営発達支援事業に当たることとする。

地域産業の現状と課題及び大仙市総合計画等を踏まえ、今後10年程度の小規模事業者に対する長期的な振興のあり方として、地域経済を支える小規模事業者の継続的発展と地域経済の活性化を大命題とし、次の項目を推進して地域経済の維持発展に努めていくものである。

- <1> 地域に求められる存在として、自社の強みを更に活かすとともに、域外への顧客獲得（外貨獲得）に向け、経営分析、事業計画策定、実行、検証を行い「稼ぐ」小規模事業者を育成する。
- <2> 小規模事業者にとって、人材確保は今後益々困難になることから、ITの利活用を推進し、生産性の向上、効率化を促進し、情報発信力の強化と時代の変化に即応できる体制を整備する。
- <3> 既存事業者の経営の維持安定はもとより、地域に根ざした企業の育成のため、創業・第二創業者への支援と事業承継、後継者の育成を積極的に支援し、事業者の減少を抑制する
- <4> 花火産業構想を中心として、新たな産業、雇用の創出と観光面でも地域ブランドを最大限に生かし交流人口の拡大に取り組む。

(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〉 競争力強化による販路拡大と変化に対応できる小規模事業者の育成と増加
- 〈2〉 既存事業者の事業承継と創業支援の強化による事業者減少抑制
- 〈3〉 地域資源を活かした交流人口の拡大と新たな内発型産業の創出

(4) 目標達成に向けた方針

〈1〉 小規模事業者の多くは、自社の経営分析や商品のブラッシュアップを行う機会が少ないことを踏まえ、現状の把握と分析により自社の強みを明らかにし、販路拡大・生産性向上等に向けた事業計画の策定・実行・検証とともに適切な情報提供と域外への進出に必要な支援を行う。支援に当たっては経営指導員のみならず専門家や関係支援機関との連携により、伴走型で行う。

〈2〉 事業承継が想定される事業者を当所データベースから抽出し、対象となるすべての事業者に対し巡回訪問により事業承継の意思確認及び支援希望者の現状把握を行う。希望者には承継策の提案及び当所主催による個別相談会の実施、また秋田県事業引継ぎ支援センター、事業承継ネットワークを活用して円滑な承継に向けた支援を展開する。

また、創業支援については大仙市及び大仙市商工会との連携により創業者の掘り起こしを行い、当所主催による創業塾の開催、インキュベーションマネージャーによる相談対応を行い、実効性の高い創業計画の作成とフォローアップ強化による創業支援を行う。

〈3〉 当地域の地域資源である「大曲の花火」を核とし、大仙市、大仙市商工会と三者で提唱し実行している「花火産業構想」を更に推進する。花火産業構想プロジェクト会議を定期的で開催し、観光客の誘致はもとより、花火製造にかかわる新たな産業や花火と連動した観光開発、特産品等の開発による地域経済活性化を図る。

目標達成に向け、以上の方針に沿って、事業を遂行するとともに、職員間の情報共有及び資質の向上を図り、伴走型支援の体制整備にも務めていく。

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（令和2年4月1日～令和7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

2. 地域の経済動向に関すること

(1) 現状と課題

これまで、景況調査、L O B O調査、通行量調査等各種調査を行ってきた。しかし各種調査・公表資料の県内・全国のデータを踏まえた総合的な分析には至っていない為、①景況調査及び②短期経済観測調査については各種調査等のデータとの比較・分析を加えて実施する。

(2) 事業内容

①景況調査

各業種の売上、利益、資金繰り等について、定期的（四半期に1回、4月・7月・10月・1月）に現況と今後の見通しを調査し地域の景況を把握する。

【調査対象】 管内小規模事業者 200 社

業種別の事業者数割合により事業者数を決定する。

（製造業 22 社、建設業 32 社、卸売業 6 社、小売業 80、サービス業 60 社）

【調査項目】 事業の状況・売上・在庫・利益・資金繰り・従業員等

【調査手法】 調査票を郵送し F A X にて回収

【分析手法】 経営指導員が業種及び項目ごとにデータをまとめ、傾向を分析するとともに、秋田県商工会議所連合会が実施する景気動向調査や日本政策金融公庫の全国中小企業動向調査を用いて県内・全国のデータと比較・分析する。

②短期経済観測調査

地域小規模事業者の大半を占める小売、サービス業を対象に、地域的な景気動向の違いや四季の花火大会等のイベントによる経済効果を把握する。

調査実施時期は①景況調査とは時期をずらして（一部調査は同一月）実施し、また、イベント実施月とその他の月を比較するために毎月実施する。

なお、イベントは年4回の四季の花火（3月・5月・8月・10月）、商工会議所まつり（5月）、秋の総りフェア（10月）、七夕花火（7月）などが開催されている。

【調査対象】 管内小規模事業者 400 社（小売・サービス各 200 社）

【調査項目】 立地地域（地域分け 中央・南部・西部・東部）・事業の状況・売上・利益・資金繰り・人手・経済効果・自由記載等

【調査手法】 調査票を郵送し F A X にて回収

【分析手法】 経営指導員が立地地域、業種及び項目ごとにデータをまとめ、傾向やイベントの経済効果を分析するとともに、秋田県商工会議所連合会が実施する景気動向調査や日本政策金融公庫の全国中小企業動向調査を用いて県内・全国のデータと比較・分析する。

(3) 成果の活用

調査結果は当所ホームページに掲載し広く管内事業者へ周知をする。

また、職員の巡回訪問時の参考資料とするとともに事業計画策定支援時に活用する。

(4) 目標

	現行	R 2 年度	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度
①景況調査 公表回数	4	4	4	4	4	4
②短期経済 観測調査 公表回数	1	1 2	1 2	1 2	1 2	1 2

3. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

これまでも巡回、窓口相談を通じ事業者の経営課題の抽出に努めてきた。経営分析については融資や税務、補助金の申請時に活用する機会を捉え、経営に直結した情報提供を行ってきたが、小規模事業者は経営分析をする機会は少なく、今後の事業展開の機会を捉えられずにいる。このため、管内事業者数の多いサービス、小売業を中心に経営分析の支援を行う。

(2) 事業内容

巡回訪問、窓口相談を通じて、経営課題を抱える小規模事業者に経営分析の必要性・重要性を説明して対象者の掘り起こしを行う。このほか、融資や補助金を希望する事業者も何らかの経営課題を抱えている場合が多いため、マル経資金の利用者（年 20 者程度）及び市町村融資制度の利用者（年 200 者程度）、持続化補助金等の補助金申請者（年 20 者程度）も勸奨の対象とする。

【対象】 地域の主要産業である商業・サービス業、及び相談内容等から特に早急な分析が必要と思われる小規模事業者を重点対象とする。

【分析項目】

財務分析 （決算書・貸借対照表・損益計算書より）売上、経常利益、損益分岐点、売上総利益 等（推移状況を含む）

非財務分析 強み、弱み、機会、脅威、特徴 等

【分析手法】 経営指導員・補助員・記帳専任職員が巡回訪問等の機会に「ローカルベンチマーク」「BIZミル」による財務分析と非財務分析（SWOT分析）の双方を行う。非財務分析では対象事業者の立ち位置を把握するとともに、市場・商圈やニーズについても分析する。また、特に深刻な経営課題を抱えている場合や分析に専門的知見を要する場合は外部専門家に依頼し、より詳細な分析を行う。

(3) 成果の活用

分析結果は、経営指導員・補助員・記帳専任職員が当該事業者に分かりやすくフィードバックし、事業計画策定に活用する。また、結果は「BIZミル」を活用し蓄積し内部共有を図り、職員の資質向上に役立てる。

(4) 目標

	現行	R 2 年度	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度
分析件数	1 0	8 0	8 0	8 0	8 0	8 0

4. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

第1期計画期間中も、事業計画策定に関するセミナー等を実施し、自社の現況の把握と計画策定の重要性の浸透を図ってきた。しかしながら、小規模事業者の多くは、事業計画そのものをどう作成すればいいのかわからず、また、事業計画が重要であるという意識も薄く、実効性の高い計画策定に至っているケースは少ない。

さらに、集団のセミナーにおいて事業計画を策定する場合は、自社の弱みや財務内容がほかの参加者にも明らかになると考え、参加者が抵抗を示す場合があった。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者が事業計画策定に取り掛かりやすくなるよう、支援内容を改善して実施する。

経営分析を実施した小規模事業者を対象とし、巡回指導及び個別相談会を開催して事業計画の策定支援を行う。なお、経営分析未実施の事業者で計画策定に意欲のある事業者に対しては、創業計画を除き、経営分析を実施してから事業計画策定を支援する。

創業、事業承継に関してはこれまで同様にセミナー及び個別相談会を開催し、支援にあたる。

(3) 事業内容

販路拡大・生産性向上等に向けて事業計画策定を目指す小規模事業者に対し、経営指導員が月2回巡回訪問のスケジュールを組んで、進捗状況を把握しつつ、BIZミルを活用して策定にかかる支援を行う。事業計画のフォーマットはこれまで使用したものをわかりやすく改善し使用する。

計画策定は毎年度12月を目途とする。特に難しい経営課題がある場合や事業者の希望がある場合は1月～3月の間に個別相談会を開催し、よろず支援拠点等の専門家の意見を仰いでブラッシュアップする。

創業及び事業承継予定者については、既存事業者と同様に策定支援を行うが、事前に必要な知識を取得いただくセミナーをそれぞれ年1回開催する。

創業セミナー（創業塾）は市の広報を活用して募集し、15名定員で4日間、計20時間のカリキュラムで開催する。カリキュラムの内容は、ターゲット市場の認識やビジネスモデルの構築、売れる商品・サービスの作り方、その効果的な販売方法、資金調達方法等。

事業承継セミナーは巡回訪問及びホームページを活用して募集し、30名定員、3時間のカリキュラムで、承継対策のポイント、税務面の取扱いや好事例等を学ぶ内容とする。

また、個別相談会ではそれぞれインキュベーションマネージャー、秋田県事業引継ぎ支援センター等の専門家の意見を仰ぐ。

(4) 目標

	現行	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度
事業計画策定件数	10	15	15	15	20	20
創業計画策定件数	10	10	10	10	15	15
事業承継計画策定件数	0	5	5	5	5	5
創業セミナー回数	1	1	1	1	1	1
事業承継セミナー回数	0	1	1	1	1	1

5. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

これまでの策定後の支援に関しては、創業者を中心とした支援であり、既存事業者のフォローアップは要請があった時のみの対応であった。今後は、実効性を高める上でも定期的なフォローアップを行う。

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し、事業計画の進捗状況を把握するとともに、進捗状況に応じて、巡回での支援回数の増加や専門家への共同支援などにより対応をしていく。なお、必要に応じてフォローアップ回数は増やしていく。

(3) 事業内容

経営指導員が巡回訪問等により定期的に進捗状況を把握し、フォローアップを行う。頻度は既存事業者については年8回、創業及び事業承継事業者については年10回とする。

進捗状況に応じて、専門家と連携した支援や事業内容に即したセミナー等を開催し、実効性の向上を図る。

進捗状況が思わしくなく、事業計画との間にずれが生じていると判断する場合は、専門家（中小企業診断士、よろず支援拠点、秋田県企業活性化センター等）の意見を聴取し、適宜課題解決及び計画の修正を行っていく。

(4) 目標

事業計画	現行	R 2 年度	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度
フォローアップ 対象事業者数	—	1 5	1 5	1 5	2 0	2 0
頻度（延べ数）	—	8 (120)	8 (120)	8 (120)	8 (160)	8 (160)
売上2%増加事業者数	—	3	3	3	5	5
利益率2%増加事業者数	—	3	3	3	5	5

創業計画	現行	R 2 年度	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度
フォローアップ 対象事業者数	—	1 0	1 0	1 0	1 5	1 5
頻度（延べ数）	—	1 0 (100)	1 0 (100)	1 0 (100)	1 5 (150)	1 5 (150)
売上目標達成者数	—	5	5	5	1 0	1 0

事業承継計画	現行	R 2 年度	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度
フォローアップ 対象事業者数	—	5	5	5	5	5
頻度（延べ数）	—	1 0 (50)	1 0 (50)	1 0 (50)	1 0 (50)	1 0 (50)
利益率改善事業者数	—	4	4	4	4	4

6. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

当所では今まで主に食品関連において、当所主催の試食販売イベント時にアンケートなどを通して地域内の需要動向調査を実施してきた。しかしイベント内で気になる商品があったか、そのお店に買いに行きたいか、などの来場者（一般消費者）への表面的な内容の調査が多く、かつ200名程度（各商品別に置き換えると1商品数件～10件程度の回収）の調査であったため、なぜ需要があるのかなどの背景要因まで分析はできておらず、事業戦略構築に活用するには至らなかった。

そこでこれからは、消費需要発生の要因を探ることができるよう、項目やアンケート収集方法を改善して実施する。また、「花火産業構想」のもと、花火関連のお土産品に関する項目も設け、販売戦略や商品開発などに向けた調査も行う。

一方、食品関連の小規模事業者においては、地域内需要による売上が大半を占めることから、今後の人口減少の影響が大きいことは明白である。そのため当所では、県外への販路拡大を図る事業（大仙市主催の首都圏での物産展・出展や商談会・出展等）を推進している。

出展した小規模事業者が自ら一般消費者に商品についての意見を聞き取りし、その情報を当所で収集してまとめ、結果をフィードバックしたところ、次の戦略考案において、一定の役割を果たすことができています。

しかし、上記調査結果は、単発のイベントにおいて最大限の効果を上げる方針の戦略にしかなかせていない。当地域の小規模事業者の持続において、今後は継続性のある効果を期待できる戦略に向けた動向調査も行う必要がある。

そのほか、大仙市観光物産協会では通販サイト「楽天市場」上で地域産品等の通販も展開しているが、現状、その需要動向の情報共有など、連携してデータを活用する仕組みはできていない。また、県内金融機関が首都圏で開催している大規模商談会についても、需要動向の情報共有ができていない。今後は需要動向に係る情報を関係機関の間で共有する体制の構築を行い、情報分析精度を上げ、結果を事業計画策定・実行等に戦略的に活用していく。

(2) 事業内容

① 当所主催「商工会議所まつり」における需要動向調査

小規模事業者の事業戦略立案に向けて、「商工会議所まつり」において出展者の商品に関する地域内の需要動向を調査する。

対象業種／商品	食品関連業種 ／主に地場産品を活用した菓子、珍味、土産品等
調査方法	▼会場内に当所で試食・展示ブースを設け、5社から1品ずつ集め、来場者を対象にアンケート調査を実施する。 ▼飲食品については試食・試飲してもらう。 ▼アンケート回答者には5商品の中から2品目を選び、調査項目を回答してもらう。サンプル数は50人／1商品。 ※試食数に限度があるため、回答は来場者1人につき1回、また成人のみを対象とする。（管理のため有料チケット制とし、アンケートに答えれば返金等も検討する。）
調査項目	需 要 帯 ：年代・性別・居住地・世帯人数・県外在住親族の有無・価格・容量等 訴 求 ：購入意志の有無・購入意志の有無の理由（紹介したい／したくない・値段高い／安い・量が少ない／多い・見た目が良い／悪い・パッケージが良い／悪い等）

	<p>需要頻度：毎日、週一回、月一回、数ヶ月に一回程度 等</p> <p>購入シーン：自家消費（来客時・お出かけ時・朝食・昼食・夕食・弁当・子供のおやつ・お茶請け・贅沢な一時・記念日）・贈答（県外在住親族へ送りたい・県外在住親族から依頼される）・おみやげ等</p> <p>花火観光系：あるといいお土産やサービス・値段・容量等</p>
分析手段・手法	経営指導員等が商品別・項目別に整理し、需要の背景・要因等を分析し、域内一般消費者の真のニーズを把握する。
成果の活用	<p>▼当該事業者にて情報を個別にフィードバックし、対象商品のブラッシュアップ、訴求力向上、新商品の開発などに活用すると共に、売上増加に資する戦略構築に活用する。また、必要に応じて専門家も交えフォローアップ支援を行う。</p> <p>▼花火関連のお土産品に関する項目については、観光物産協会を通じてお土産品を扱う事業者と共有し、商品改良・開発や販売戦略策定に活用する。</p>

【商工会議所まつり】

毎年5月最終週末に1日開催。平成30年より管内事業者の製品、商品、サービスを広く市民に広めるイベントとして体験・展示・販売を実施。出展者数は約40店舗。市内を中心に幅広い層の来場者が訪れる。出展者数の7割が小規模事業者。

②大規模展示商談会等における需要動向調査

首都圏や県外への販路開拓戦略の構築に向け、「スーパーマーケット・トレードショー」や「伊達な商談会」等の展示商談会においてバイヤーを対象にヒアリング調査を実施する。

対象業種／商品	<p>食品関連業種</p> <p>／主に地場産品を活用した一般食品、菓子、珍味、お酒類等</p>
調査方法	<p>▼あらかじめ作成した商談シートを基に、出展者が会場でバイヤーにヒアリングし、その情報を商工会議所でとりまとめる。</p> <p>▼サンプル（バイヤー）数は1商品当たり10人。</p>
調査項目	<p>価格・味・容量・パッケージデザイン・賞味期限・ロット数・ターゲット・販売シーン・売り場作り・商品コンセプト・取り扱いに向けた改良すべき点・アドバイス・課題 等</p>
分析手段・手法	経営指導員等が商品別・項目別に整理・分析し、大規模かつ継続的な販路獲得のためには何が必要なのかを把握する。
成果の活用	<p>▼当該事業者にて情報を個別にフィードバックし、対象商品の改良、商品訴求力向上、新商品の開発、出展時の商談成立に向けた戦略構築に活用する。</p> <p>▼商工会議所において、需要拡大可能性のある商品を扱う小規模事業者の掘り起こしや、商品改善、対応ロット数の課題解決、パッケージ改善、新商品開発などにも活用する。</p>

③関係機関との情報収集体制構築及び情報収集・分析

販路開拓・販路拡大に向けた戦略構築に向け、大仙市観光物産協会及び県内金融機関から、通販サイト及び商談会等の需要動向に係る情報を共有する体制を構築し、一般消費者やバイヤーのニーズについて情報収集を行う。

対象業種／商品	食品関連業種 ／主に地場産品を活用した一般食品、菓子、珍味、お酒類・工芸品等
調査方法	▼大仙市観光物産協会の通販サイトやおみやげ販売所から、購入者の個人情報を除く販売情報を収集。 ▼県内金融機関の担当者に経営指導員がヒアリングを行い、主催商談会の全体の実績・バイヤーニーズ等の情報を聞き取る。
調査項目	▼大仙市観光物産協会 商品別販売数・季節変動（売れている時期）・売上ランキング・販売地域 等 ▼県内金融機関関係 バイヤーの要望・求めている商品の傾向・求めている利用シーン・バイヤー要望の傾向など
分析手段・手法	経営指導員等が商品種別・調査項目別に整理・分析する。
成果の活用	▼①②の分析に当たり、分析の精度を上げるために活用する。 ▼首都圏等での物産展等の需要傾向を予測し、出展する小規模事業者が最大限の効果を出せるように提供すると共に、域外での販売戦略構築に活用する。

④アンテナショップ利用による需要動向調査

まだ計画段階ではあるが、大仙市が東京吉祥寺にある秋田県の産品を販売するアンテナショップと連携して、販売スペースを確保し、地域産品を委託販売してもらう事業を企画している。その事業を通して、当アンテナショップにて、一定期間の委託販売による需要動向調査・分析を行い、日常における需要動向・需要背景を探る。また、実際に出品事業者が一定期間アンテナショップに出向いてイートインや試食・試飲等を行い、直接自社商品の需要動向を調査できる事業を展開する。その際の調査項目設定や実行については当所経営指導員が支援することとする。

対象業種／商品	食品関連業種 ／主に地場産品を活用した一般食品、菓子、珍味、お酒類、工芸品等
調査方法	▼委託販売情報については、アンテナショップから提供してもらう。 ▼出品者が現地で試食・試飲・イートイン等を行い、直接来店客にヒアリングする。（場合によって代行支援する）サンプル数は1商品当たり30人。
調査項目	▼委託販売 販売数・客の意見・単価・販売動向（曜日別等）・客層等 ▼ヒアリングによる調査 需 要 帯 ：年代・性別・居住地・世帯人数・県外在住親族の有無・価格・容量等 訴 求 ：購入意志の有無・購入意志の有無の理由（紹介したい／したくない・値段高い／安い・量が少ない／多い・見た目が良い／悪い・パッケージが良い／悪い等） 需 要 頻 度 ：毎日、週一回、月一回、数ヶ月に一回程度 等 購 入 シ ーン：自家消費（来客時・お出かけ時・朝食・昼食・夕食・

	弁当・子供のおやつ・お茶請け・贅沢な一時・記念日）・贈答（県外在住親族へ送りたい・県外在住親族から依頼される）・おみやげ等 花火観光系：あるといいお土産やサービス・値段・容量等
分析手段・手法	▼各出品者が委託販売情報の提供を受け、経営指導員とともに恒常的な需要の可能性や適切な販売頻度（納品ロット・生産計画に資する）などを分析する。 ▼試食等のヒアリング結果は経営指導員が取りまとめ、商品別・項目別に整理・分析する。
成果の活用	▼当該事業者情報を個別にフィードバックし、パッケージや商品ネーミング、容量なども含めた対象商品の改良、商品訴求力向上、新商品の開発等に活用する。また販売拡大に向けた戦略構築に活用する。

(3) 目標

	現行	R 2 年度	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度
①「商工会議所まつり」における需要動向調査対象事業者数	5	5	5	5	5	5
②大規模展示会等における需要動向調査対象事業者数	3	3	3	3	3	3
③関係機関との情報収集体制構築及び情報収集・分析回数	0	2	2	2	2	2
④アンテナショップ利用による需要動向調査対象事業者数	0	5	5	5	5	5

7. 新たな需要開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

これまで一般消費者に向けて商品を幅広く PR し、ネット販売を活用して需要拡大に結びつけようとしたものの、一時的に購入があるだけで継続性に乏しく、かつ少数の注文・売上（低単価）に対する労力・経費がかかりすぎるという課題も露出した。

ネット販売を活用した販路拡大については、大仙市観光物産協会の楽天サイトを通じた通信販売を推進していく。

生産能力不足や人力的な対応力不足などの理由で、県外へ販路を拡大できるポテンシャルを持つ小規模事業者はそれほど多くないため、こうした事業者に対しては、当所主催の「商工会議所まつり」への出展を促進して地域内での売上増加支援を行うとともに、大仙市が計画中の首都圏アンテナショップとの連携事業を通じた小ロットでの恒常的な販路確保の支援を行う。

一方、域外への販路拡大は地域経済の維持・活性化には必要不可欠であることから、県外への販路拡大を望む主に食品関連事業者の掘り起こしを継続し、全国へ向けた販路拡大を推進する。

今までの情報収集により、首都圏物産展での売上の大半は県人会や秋田出身者・秋田にゆ

かりがある人によるものであることが判明している。すなわち、秋田県にゆかりの無い方が、物産展に立ち寄って何かを購入するというパターンはかなり少ないと言わざるを得ない。

首都圏には秋田県出身者が大勢暮らしており、物産展ではその方たちが故郷を懐かしみ、地元産品を購入していくという構図がある。この点は大仙市とも情報を共有しており、今後は、首都圏での物産展はターゲットを県人会等の秋田県にゆかりのある方に絞り、いかにその方たちを集客するか、また、その方々がいかにご近所等周りのご友人等を連れて来場してくれるかなどを需要動向調査の分析も踏まえて戦略的に考え、効率よく物産展を実行していく方針である。

(2) 事業内容

需要開拓の支援についての基本路線は県外への販路拡大とするが、県外への販路拡大対応が難しい事業者が参加しやすい支援事業も展開する。

また、需要動向調査等の結果を反映した事業計画のフィードバックも兼ねることで、それぞれの事業者の方向性に合ったさらなる戦略・事業計画のブラッシュアップも行っていく。

本事業は主に地元産品を活用した食品を扱う事業者を重点的に支援する。

また各事業内容に共通した事後のフォローアップ支援として、経営指導員による商品改良・開発、販売計画・事業計画の作成・修正、補助金活用等に係る各種支援のほか、よろず支援拠点等専門家との連携支援も必要に応じて行う。

①地域内での売上増加支援事業 (BtoC)

実施方法及び目的：当所主催で「商工会議所まつり」を開催し、出展者の地域内での新規顧客獲得、来店者増加や売上増加に結び付ける。

「商工会議所まつり」概要：毎年5月最終週末に1日開催している、体験・展示・販売による全業種対応の産業祭的なイベントで、サービス体験、工業製作体験・木工体験、飲食物販等約40店舗が出展する。出展者数の7割が小規模事業者。市内を中心に幅広い層が訪れ、来場者数は3,500人。

支援内容：出展前は出展商品の選定等を支援するとともに、出展後は需要動向調査の結果を基に、商品ブラッシュアップや訴求力向上に向け、必要に応じて専門家も交えフォローアップ支援を行う。

②県外への販路拡大事業 (BtoB)

実施方法及び目的：「伊達な商談会」エントリーを推進すると共に、「スーパーマーケット・トレードショー」において当所で3ブースを借り上げ、事業者の販路開拓意欲・意思や需要動向調査結果などを踏まえ、戦略的に出展を支援する。大規模な販路拡大による大幅な売上増加・利益増加、継続的な売上獲得を目指す。

「伊達な商談会」概要：宮城県商工会議所連合会が主催する事前予約型の個別商談会で、展示見本型商談会とは異なり、バイヤー企業とサプライヤー企業が一对一の商談を行う逆見本市型商談会。出展者数10社。バイヤー・サプライヤー双方の希望を考慮した上で行い、展示型商談会と比べて商談自体のマッチング率が高いのが特徴。全国の商工会議所ネットワークを生かし、食品以外にも工芸品・日用雑貨など様々な業種のバイヤーを全国各地から招き、定期的に開催している。

「スーパーマーケット・トレードショー」概要：千葉県の幕張メッセなどで毎年2月に3日間開催される全国最大級の食品展示商談会。来場するバイヤーは約9万人、出展者数約2,000社。

支援内容：何れも情報を周知徹底し、参加促進を行う。特に「スーパーマーケット・トレードショー」においては、出展に向けたコンセプト策定、展示レイアウトや利

用シーンを意識した訴求等、戦略的な総合支援及び出展に係る各種事務とりまとめ等の支援を行う。

共通した支援として、需要動向調査において把握したバイヤーニーズ等をフィードバックし、商談シート作成・添削、商談戦略相談等に活かす。商談スキルアップのためのセミナーを開催する。

事後には、商談成立に向けた課題解決におけるフォローアップ等を行う。

③首都圏販路確保事業(BtoC)

実施方法及び目的：県外への販路拡大対応が難しい事業所でも参加できる事業として、大仙市が計画中的の都内アンテナショップにおける委託販売事業と連携し、大仙市が借り上げるブースにおいて一定期間委託販売を行ってもらう。首都圏での恒常的な販路確保と需要拡大を支援する。

大仙市の委託販売事業概要：東急百貨店吉祥寺店内のアンテナショップ「みちのく旬紀行東北物産館」（運営：合同会社あきた旬紀行、東急百貨店吉祥寺店の来館者数は平日15,000～17,000人、休日は20,000～28,000人）の一角を借り上げ、地域製品の委託販売ブースを設置予定。

支援内容：商工会議所において、委託販売に係る事務、現地イートイン・試食・試飲販促実施に係る事務（場合によっては代行支援）、委託販売による需要動向関連情報の分析及び分析結果による商品ブラッシュアップ及び訴求力向上・戦略構築等のフォローアップを行う。

④首都圏で暮らす秋田県出身者をターゲットとする戦略的物産展事業(BtoC)

実施方法及び目的：大仙市物産展「まるごと秋田だいせん」に当所の枠を設け、小規模事業者に出展させることで、主に秋田県出身者とのつながり構築による販路拡大を図る。

物産展のあり方については大仙市と連携して見直し、販売ターゲットを首都圏在住の秋田県出身者に絞るとともに、費用対効果の改善を図る。出展者は予め需要動向分析結果を反映した戦略的な展開により、売上増を目指す。

「まるごと秋田だいせん」概要：大仙市が毎年開催しており、過去東京の有楽町6回、浅草1回、新宿1回、埼玉県の大宮1回の開催実績がある。来場者数は15,000～20,000人、出展者総数は15～20社。

支援内容：首都圏のアンテナショップでの需要動向情報などの調査・分析を踏まえた販売計画作成サポート、お客様のご意見の収集支援・取りまとめ及びフィードバック等

※なお、首都圏での物産展開催はかかる費用・労力ともに大きいため、費用対効果等を鑑み、物産展の開催地を宮城県仙台市に変更することも検討する。

仙台開催の場合は、交通的にも行き来しやすいことから、在住する秋田県出身者が故郷を懐かしむ＝購入に結びつくというモデルが通用しない可能性もある。一方、仙台は人口も事業者数も非常に多く、飲食店等との少量取引などもしやすい良い市場であるため、物産展を仙台で開催する場合は、市と連携し、秋田県出身者へのアプローチを行いながら、小規模なBtoBの取引も生み出していく方向で支援を展開する。この場合、仙台商工会議所とも連携を図り、食品関連事業者へのイベント周知によるマッチング・伊達な商談会参加促進に繋げる。

(3) 目標

	現行	R 2年度	R 3年度	R 4年度	R 5年度	R 6年度
①売上増加支援事業 「商工会議所まつり」 出展事業者数	10	10	10	12	12	12
一社当たり売上平均額	5万円	6万円	7万円	8万円	9万円	10万円
②県外への販路拡大 事業「伊達な商談会」 出展事業者数	4	5	5	6	6	6
成約件数(計)	4	5	5	6	6	6
②県外への販路拡大 事業「スーパーマーケット・トレ ドショー」出展事業者数	3	3	3	3	3	3
成約件数/社	3	3	3	3	3	3
③首都圏販路確保事 業出品者数(アンテナ ショップ出品・販促)	0	5	5	5	5	5
1社当たりの売上平均額	5万円	6万円	7万円	8万円	9万円	10万円
④首都圏で暮らす秋 田県出身者をターゲ ットとする戦略的物 産展事業「まるごと秋 田だいせん」出展事業 者数	7	7	8	8	9	10
一社当たり売上平均額	13万円	15万円	16万円	16万円	17万円	17万円

8. 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

大曲の花火を中心として、関連するイベント、中心商店街が主催する事業など地域の活性化に資する各事業を当商工会議所が主体的に進めてきた。特に花火大会は全国有数の花火大会として認知されブランド化が図られている。しかし、イベント開催中の賑わいを、通年を通した賑わいにしていくことや商店街への来店者数、売上の増加などが課題となっている。

(2) 事業内容

①花火産業構想推進プロジェクト会議の開催

「花火産業構想」は大曲の花火を核とした工業、商業、観光、文化教育といった要素を複合的に組み合わせ相乗効果を生む新たな産業振興策の概念であり、平成31年度から2期目の計画に入っている。花火産業に関わる雇用の創出、花火の製造工程や歴史にふれる体験が可能な施設による交流人口の増加や四季の花火による経済効果を狙ったものであり成果を上げてきている。引き続きこの構想を推進していくため、大曲商工会議所、大仙市、大仙市商工会の提唱した3者及び観光物産協会、地元花火業者とともに「花火産業構想プロジェクト会議」を定期的に年6回以上開催し、産業の振興と地域経済活性化を促進する。

②花火ウィークの開催

夏の全国花火競技大会と連動し大会一週間前から中心商店街で食、音楽、花火をテーマにイベントを実施し、当地域への滞在型観光を促進する。当商工会議所の広域観光推進委員会の委員を中心に大仙市、大仙市観光物産協会、大曲青年会議所、花火通り商店街などで組織する実行委員会を定期的に年5回以上開催し、イベントの内容に限らず、観光ルートの検討や商店街への誘客についても検討する。

9. 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

これまでも関係機関との会議等は定期的に行われているが、今後の経済情勢の変化や各種施策の有効利用のためにも大仙市商工会、大仙市観光物産協会を始め関係機関との緊密な連携は必要不可欠であり、不断の情報交換・意見交換を行っている。今後も引き続き、有益な情報の収集、交換に努めていく。

(2) 事業内容

以下の会議等における情報収集・意見交換等により、支援ノウハウの向上に資する。

①日本政策金融公庫との情報交換

日本政策金融公庫の融資メニューを中心とした金融情勢、秋田支店管内の事業者の情報等について「マル経協議会」（年2回、金融公庫統括以下融資課長、各地区担当者、各商工会議所金融担当経営指導員が参加）において情報交換を行う。

また、当所の金融担当者と日本政策金融公庫担当者の勉強会（年1回）を開催し、小規模事業者への支援の方向性や地元金融機関との連携について情報交換・協議し、効果的活用につなげていくとともに経営指導員のスキルアップにつなげる。

②市内金融機関との「大仙市商工業振興金融懇談会」

大仙市融資制度に関する情報交換のため、「大仙市商工業振興金融懇談会」（年2回）を開催し、金融施策について情報交換・協議する。参加者は地元金融機関（秋田銀行・北都銀行・羽後信用金庫）の支店長級その他、信用保証協会支所長、大仙市担当者及び当所経営指導員など。参加者はいずれも小規模事業者と直接接し、現場の声を肌で感じているため、小規模事業者の現状や資金需要の傾向、小規模事業者が利用しやすい制度運用などについて、施策を実施する大仙市に対してその場で直接要望できるため、高い即効性が期待できる場となっている。

③県内商工会議所及び東北六県商工会議所連合会との相談所長会議

県内6商工会議所及び東北六県商工会議所連合会の相談所長会議（年各1回）に参加し、支援状況の現状、課題、経営発達支援に関する取組等について情報交換を行う。特に小規模事業者に対する支援については、持続化補助金や県内各商工会議所の独自の支援メニューについて情報交換を行う。また東北六県商工会議所連合会の相談所長会議では、県庁所在地商工会議所相談所長から全国所長会議で得た情報も収集する。

10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

経営指導員の各種研修会への参加は、年度の計画に沿って行っている。また、必要に応じて計画外の研修にも参加する。しかし、その他の職員は年1度程度の義務研修参加に留まっており、経営指導員及びその他の職員との情報及びノウハウの共有はあまりされていない。

(2) 事業内容

①支援にあたる職員の研修

当所職員の経験年数、支援能力にばらつきがあることから、不足している能力や経験年数に応じて、中小企業大学校の研修や日本商工会議所主催の研修を活用し、以下のテーマに沿った実践的研修に積極的に参加させる。

- | | |
|----------------|---------------------------|
| I 経験 1 ～ 5 年 | 支援力向上に関する研修 |
| II 経験 6 ～ 10 年 | 創業、事業承継、販路拡大、事業計画策定等の実践研修 |
| III 経験 10 年以上 | 上記以外の専門的研修コース |
| IV 共通 | その他時節を捉えた研修 (IT・IoT等) |

②OJTの実施

金融、労務、税務等に関して、巡回・窓口相談には担当職員が1人で相談対応に当たるケースがほとんどである。今後は経営指導員1名と補助員・記帳専任職員がチームを組み、相談に同行あるいは同席して、支援の進め方や方法について実践的に習得する。また、経営指導員とその他の職員のチーム体制で相談対応にあたることにより対応の迅速化も図る。

③データベースの共有と所内定期ミーティング

各事業者の経営発達支援の状況については、BIZミルを活用し分析情報、経営状況を蓄積しデータベース化するとともに、経営指導員以外の職員も閲覧・相互共有できる仕組みを構築する。

各支援案件に関してデータベースだけではわからない具体的な支援方法や実状を把握するため、発達支援事業に当たる全職員が参加する所内定期ミーティングを定期的(月1回)に開催し、支援にあたった経営指導員の発表を行う。課題に対する解決策や聞き出し方など細かな部分に至るまでの情報・ノウハウの共有により組織全体としての支援能力向上を図るとともに、支援の過程で顕在化した課題や対応策が見出せない場合については他のチーム員と討議し、解決を図る。

1.1. 事業の成果、評価及び見直しの実施について

(1) 現状と課題

事業の報告については、当所事業推進委員会、役員会、総会等での報告となり各事業の十分な検証には至っていない状況にあり、外部有識者を含め定期的な検証と見直しの必要性を感じている。

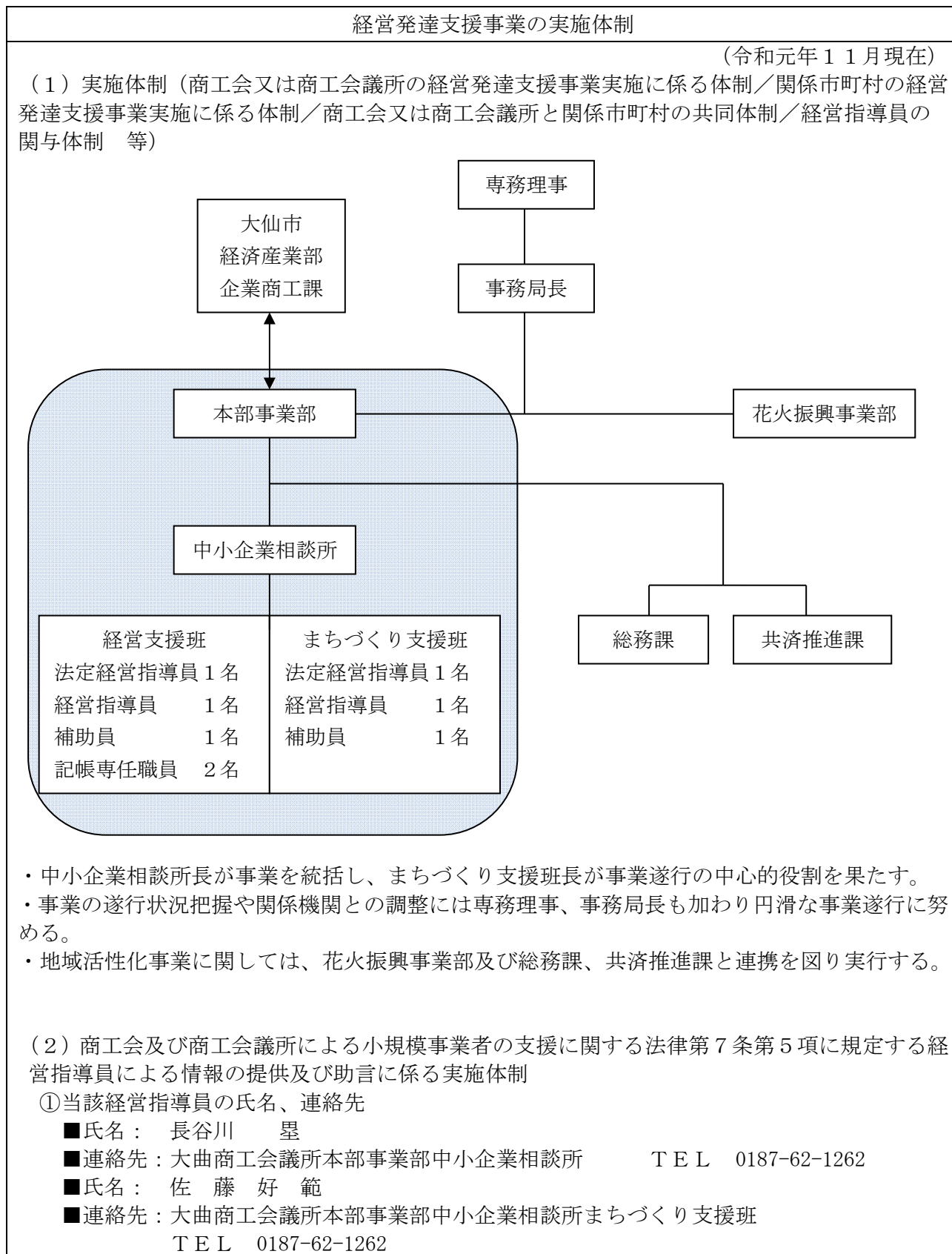
(2) 事業内容

実際に事業実施にあたっている法定経営指導員2名を含む担当職員が四半期ごとに進捗状況を共有するとともに、問題点、課題等を把握する。

その定例会議を受けて、法定経営指導員2名、経営指導員2名、大仙市企業商工課長1名、企業商工課担当職員1名、外部有識者として中小企業診断士1名、地元金融機関支店長等をメンバーとする「協議会」を半期に1度開催し事業の進捗状況等について評価を行う。

評価結果については三役会に報告し、実施計画等に反映する。また、当所HP(URL <https://www.omagari-cci.com>)等に掲載し、小規模事業者が常に閲覧できる状態とする。

(別表2) 経営発達支援事業の実施体制



②当該経営指導員による情報の提供及び助言

経営発達支援計画の実施、実施に係る助言及び進捗状況管理、事業の評価の際の情報提供を行う。

(3) 連絡先

〒014-0027

秋田県大仙市大曲通町1-13

大曲商工会議所 本部事業部 中小企業相談所

TEL 0187-62-1262 / FAX 0187-62-1265

E-mail kaigisho@omagari-hanabi.com

〒014-8601

秋田県大仙市大曲花園町1-1

大仙市 経済産業部 企業商工課

TEL 0187-63-1111 / FAX 0187-63-1119

E-mail tomo-konnol4@city.daisen.akita.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)

	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
必要な資金の額	1,900	1,900	2,100	2,100	2,100
調査事業	100	100	100	100	100
経営分析事業	300	300	300	300	300
事業計画策定事業	800	800	1,000	1,000	1,000
需要動向調査事業	200	200	200	200	200
需要開拓事業	500	500	500	500	500

(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・事業収入・国補助金・県補助金・市補助金・委託事業等

(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
連携体制図等