

共通戦略1	革新的な経営戦略に踏み込んだ支援の推進
施策1	新しいチャレンジを支える実効性の高い個社支援の推進

1 令和5年度 施策の方向性
人口減少による地域内需要の減少やアフターコロナによる新しい生活スタイルへの転換など経営環境は大きく変化している。この環境変化を乗り越え、事業者が成長し続けるための支援として地域外への販路開拓や新事業展開など新しいチャレンジを推進する。

2 事業概要	※（ ）は活動目標値
(1) 経営力向上支援強化事業 国や県等の各種補助金の活用を提案し、経営計画の策定から実行、フォローアップまでチーム体制での支援を行った。 ■活動内容 ・巡回等を通じた各種補助金の活用提案 ・伴走型支援事業と連携した補助金申請支援 ・販路拡大のための商談会出店支援 ■達成状況 ・革新的取組実行支援件数：6社（2社） ・国・県・市補助金の申請件数33件（20件） ▽（国）事業再構築補助金：1件 ▽（国）小規模事業者持続化補助金：7件 ▽（県）起業支援事業費補助金：2件 ▽（市）稼げる力創出補助金等：10件 ▽（市）創業支援補助金：13件 ・販路拡大支援件数：4件（3件） (2) ICT導入支援強化事業 アフターコロナにおける経営スタイルの転換や生産性向上・人手不足解消、販路拡大等につながるICT導入を支援した。 ■活動内容 ・ICT活用戦略チャートを活用した導入提案及び補助金活用提案 ・「Gope（グーペ）操作・登録研修会」開催によるグーペ新規登録導入支援 ■達成状況 ・IT導入補助金等活用件数：7件（5件） ・グーペ新規登録導入件数：10件（5件） ・インターネット販売支援件数：1件（1件） (3) 販促プロモーション支援強化事業 地域外への資金流出が見られる小売店や飲食店等に対して、地域内外からの誘客に向けたプロモーション強化の支援を行った。 ■活動内容 ・販促プロモーションセミナー実施による販路拡大支援 ・専門家派遣等活用による商品・サービス提供や宣伝活動等への助言 ・来店促進イベント「ステキなお店&特産品めぐりスタンプラリー」の実施 ■達成状況 ・販促プロモーションセミナーの開催：2回（2回） ・専門家派遣等活用による課題解決件数：10件（10件） ・来店促進イベント（スタンプラリー）への参加店舗数：34店舗（20店舗） ▽参加者：284名（内、84名が市外参加者） ▽店舗利用：延べ852来店 ▽商工会認証特産品購入回数：194回	

3 施策目標及び達成状況					
施策目標	実績値（目標値）				
	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
(1) 経営革新等取組実行事業者数 経営革新計画・経営力向上計画に取り組んだ事業者数	0社 (1社)	6社 (2社)	(2社)	(3社)	(3社)
達成状況	未達成	達成			
-(2) 国・県補助金の申請件数					
(2) 国・県・市補助金の申請件数 国・県・市の販路拡大、生産性向上、事業再構築、起業等に関する各種補助金の申請件数	21件 (20件)	33件 (20件)	(25件)	(25件)	(25件)
達成状況	達成	達成			

※施策目標（2）は、市で新たな補助金が新設されたことから追加することとした。（令和5年度より）

4 施策目標に関する検証
(1) 経営革新等取組実行事業者数
《効果があった事業及びその内容》 何が良かったのか
・経営力向上支援強化事業 新たなチャレンジを検討している事業者に対し、専門家とのチーム支援により市「中小企業等稼げる力創出補助金」等への申請支援を行い革新的取組の支援を強化できたこと。
《検討の余地がある事業及びその内容》 何が悪かったのか
・経営力向上支援強化事業 補助金採択後に経営革新計画実行を断念した事業者がいたため、計画内容が事業者に十分に合わせられていなかったこと。
(2) 国・県・市補助金の申請件数
《効果があった事業及びその内容》 何が良かったのか
・経営力向上支援強化事業 創業や販路拡大等を検討している事業者に対して取組に合致した補助金を提案したことで国・県・市の補助金の申請・採択につながり、顧客拡大・売上増加につなげることができたこと。
《検討の余地がある事業及びその内容》 何が悪かったのか
・ICT導入支援強化事業 ICTやIT導入に関して、メリット等を十分に伝えきれず、導入に至らなかったこと。

5 次年度への改善点
(1) 経営力向上支援強化事業 巡回や広報等を通じて、革新的取組などで補助金活用を検討している事業者を掘り起こし、専門家や職員間でのチーム支援を行う。
(2) ICT導入支援強化事業 ICT活用戦略チャートを更新・活用し、導入提案を呼びかける。県連合会の専門家派遣制度や中小機構のIT経営サポートセンターを活用し、支援する。

共通戦略 1	革新的な経営戦略に踏み込んだ支援の推進
施策 2	経営基盤の強化による持続的な経営の実現支援

1 令和5年度 施策の方向性
頻発する自然災害や感染症、後継者の不在など経営を取り巻くリスクは数多く存在する。 そのため、地域経済の根幹をなす商工業者が事業を継続していくため、自らの経営状況を把握し、事業リスクを軽減する取組を推進する。

2 事業概要	※（ ）は活動目標値
(1) 財務分析支援強化事業 事業者の数値管理に対する意識向上のため、記帳システム及びモニタリングレポート等を活用した財務分析を実施し、自社の経営状況の見える化による課題解決を支援した。 ■活動内容 ・月例経営支援委員会議の開催 ・検討内容：モニタリングレポート活用状況、自計化に移行可能な事業所の検討 ・消費税インボイス制度に対応する「インボイス王」の導入支援 ・モニタリングレポート提供による財務分析支援 ■達成状況 ・記帳システム「商工会クラウドMA1」新規導入件数：6件（5件） ・売上増加企業数：25社/定期調査60件（20社/定期調査50件） ・インボイス王新規導入件数：25件（25件） ・モニタリングサービス提供数：200件（200件） ・記帳自計化に移行した件数：1件（5件） (2) 事業承継実現促進事業 地域産業を支える事業者の円滑な事業承継実現のため、商工会ならではの事業承継支援を関係機関と連携を強化して、早期の計画策定及び実行を支援した。 ■活動内容 ・秋田県事業承継・引継ぎ支援センターや専門家と連携した承継支援 ・事業承継マッチングサイト登録への案内 ■達成状況 ・事業承継計画策定支援件数：6件（5件） ・事業承継マッチングサイト登録件数：1件（1件） ・事業承継を実現した件数：5件（5件） (3) リスクマネジメント力強化事業 事業者を取り巻く災害・感染症等のリスクに対して理解を深め、持続的に事業を継続するため、事前対策を強化する取組を支援した。 ■活動内容 ・事業継続力強化計画の策定支援 ・巡回等を通じたリスク対策の周知 ■達成状況 ・BCP（事業継続計画）策定支援件数：20件（20件） ※事業継続力強化計画認定：4件（5件） (4) 経営基盤強化事業 経営基盤の強化に必要となる新たな知識や技術の習得について、時勢を捉えたセミナーや商工会独自の助成金制度によって持続的経営の支援を行った。 ■活動内容 ・「睡眠セミナー」「写真撮影セミナー」「クマの生態と対策を学ぶセミナー」「電子帳簿保存法・インボイス制度セミナー」開催 ・商工会独自の助成金「稼げる力応援助成金」の実施、活用提案、申請支援 ■達成状況 ・経営基盤強化セミナーの開催：4回（3回） ・稼げる力応援助成金の活用提案件数：17件（15件）	

3 施策目標及び達成状況					
施策目標	実績値（目標値）				
	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
(1) 記帳自計化に移行した事業者数 記帳代行から自計化に移行した事業者数	0件 (3件)	1件 (3件)	(3件)	(5件)	(5件)
達成状況	未達成	未達成			
(2) 事業承継を実現した事業者数 事業承継を実現した事業者数	1件 (5件)	5件 (5件)	(5件)	(5件)	(5件)
達成状況	未達成	達成			
(3) 事業継続力強化計画に取り組んだ事業者数 事業継続力強化計画の認定を受けた事業者数	2件 (5件)	4件 (5件)	(10件)	(10件)	(10件)
達成状況	未達成	未達成			

4 施策目標に関する検証
(1) 記帳自計化に移行した事業者数
《効果があった事業及びその内容》 何が良かったのか
・財務分析支援強化事業 モニタリングレポートを通じて財務管理の重要性を説明し、経営改善の意識向上につなげたこと。
《検討の余地がある事業及びその内容》 何が悪かったのか
・財務分析支援強化事業 自計移行化への推進計画や呼びかけが不足し、自計化への移行ができなかったこと。
(2) 事業承継を実現した事業者数
《効果があった事業及びその内容》 何が良かったのか
・事業承継実現促進事業 相談案件に対して専門家とのチーム支援で迅速且つ適格な支援を行ったこと。
《検討の余地がある事業及びその内容》 何が悪かったのか
・事業承継実現促進事業 適期に事業承継計画策定ができておらず、実効性の高い計画策定に至っていないこと。
(3) 事業継続力強化計画に取り組んだ事業者数
《効果があった事業及びその内容》 何が良かったのか
・リスクマネジメント力強化事業 巡回を通じたリスク対策の呼びかけにより、事業者の意識向上へつながり計画策定に至ったこと。
《検討の余地がある事業及びその内容》 何が悪かったのか
・リスクマネジメント力強化事業 BCP策定に関するセミナー等を開催しておらず、事業者への促進がしづらかったこと。

5 次年度への改善点
(1) 財務分析支援強化事業 事業者自らが数値管理でき、前向きに自計化へ切替えできるよう記帳支援のあり方を見直す。
(2) リスクマネジメント力強化事業 BCP策定に関するセミナーを開催し、リスク対策への意識喚起につなげる。

共通戦略2	新たな可能性を切り拓く多様な連携の推進
施策3	事業者間連携による販売促進支援の強化

1 令和5年度 施策の方向性
事業者にとって、限られた資源を有効活用し、相乗効果を高める連携は付加価値向上に取り組む有効な手段となる。そのため、産業間、商工会間、事業者間などの従来の枠組を超えた新たな連携を強力に推進し、事業者間の実情に応じた連携機会の創出を支援する。

2 事業概要	※（ ）は活動目標値
(1) 事業者間連携促進事業 事業者の強みを融合させた相乗効果による付加価値を生み出すため、事業者間連携事業を推進し、連携による新たなビジネスチャンスの創出を支援した。 ■活動内容 ・事業再構築補助金を活用した農商工等連携事業支援 ・秋田県佃煮組合の委託業務を通じた事業者間連携事業支援 ・商工会報及び商工会ホームページ等を通じた連携事業の周知 ▽県連合会作成「事業者間連携」推進チラシの配布（全商工会員） ▽商工会ホームページ「お知らせ」への「事業者間連携」推進チラシ情報の掲示 ▽商工会報1月号「経営お役立ち情報」での情報掲載及び潟上市内事業者の取組事例紹介 - 菓子製造小売業と佃煮製造小売業の連携 (株)ジェー・ユー（パティスリーパルテール）×(有)佐藤徳太郎商店) ■達成状況 ・農商工等連携事業計画策定件数：1件（1件） ・連携事業情報の周知：3回（3回） ・事業者間連携事業計画書策定件数：1件（1件） ・事業者間連携実施事業数：3回（1回） (2) 観光拠点連携強化事業 秋田駅前の集客拠点にて潟上・男鹿・湖東エリアの事業者が連携したエリア一体型集客事業を実施することで販売促進を強化し、消費者の関心及び購買意欲の喚起により地域外からの資金獲得を支援した（7月の大雨災害からの復興祈願も合わせて実施）。 ■活動内容 ・市行政及び市行政管理施設（かたりあん）での開催に係る情報収集 ・秋田駅前集客拠点（秋田駅前大屋根通り）での開催に係る情報収集、開催打合せ ・県地域振興局による後援に伴う物品提供等に係る開催打合せ ・物産等販売イベント出店事業者と商品取り扱い等の打合せ ・展示商談会出展事業者へ、伴走型支援事業等を活用した専門家派遣による開催前後の販路拡大、需要拡大指導 ■達成状況 ・潟上市商工会認証特産品販売会：1回（1回） ・観光拠点主体の販売会への参画事業者数：8社（5社） ▽令和5年10月28日（土）秋田駅前大屋根通り 「潟上・男鹿・湖東 3商工会合同イベント地元のイチ推し！秋空特産品マルシェ」 来場者数：約1,100人、出店者売上：約30万円 ・事業者間交流機会の提供：1回（1回） ▽展示商談会「第34回グルメ&ダイニングスタイルショー秋2023」にて情報交換会開催	

3 施策目標及び達成状況					
施策目標	実績値（目標値）				
	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
(1) 事業者間による連携事業実施数 事業者間の連携事業実現数 ※イベント等の共同開催は除外する。	4回 (1回)	3回 (1回)	(1回)	(1回)	(1回)
達成状況	達成	達成			
(2) 観光拠点主体の販売会への参画事業者数 観光拠点を主体とした販売会に参画した事業者数	7社 (5社)	8社 (5社)	(10社)	(10社)	(15社)
達成状況	達成	達成			

4 施策目標に関する検証
(1) 事業者間による連携事業実施数
《効果があった事業及びその内容》 何が良かったのか
・事業者間連携促進事業 会報やホームページを活用して、事業者間連携に関する情報を発信できたこと。
《検討の余地がある事業及びその内容》 何が悪かったのか
・事業者間連携促進事業 計画書策定を行ったが、開催時期や資金繰りの見直しにより計画の実現に至らなかったこと。
(2) 観光拠点主体の販売会への参画事業者数
《効果があった事業及びその内容》 何が良かったのか
・観光拠点連携強化事業 出店募集範囲を当会会員だけではなく近隣商工会会員に広げたことで、多種多様な業種の事業者に出店していただくことができたこと。 出店場所を潟上市内に留めず秋田駅前としたことで、1,100人ものお客様に来場いただけたこと。
《検討の余地がある事業及びその内容》 何が悪かったのか
・観光拠点連携強化事業 開催日と重なって行われた学校行事等に参加する事業者がいたことから、見込んだ出店数（20社）に達しなかったこと。

5 次年度への改善点
(1) 事業者間連携促進事業 アンテナを広げ、事業者による連携事業情報収集に努めるとともに、商工会が仲介役となって事業を通じた連携機会の創出の促進を図る。
(2) 観光拠点連携強化事業 販売会の開催方法を見直し、事業者の販路開拓と消費者の購買意欲喚起の相乗効果を狙う。 商談会だけでなく、事業を通じた異業種交流機会を創出し、連携事業促進につなげる。

共通戦略2	新たな可能性を切り拓く多様な連携の推進
施策4	行政・関係機関との連携による課題解決支援の強化

1 令和5年度 施策の方向性
事業者や地域が抱える課題は高度化・多様化しており、行政においても商工業振興に関する課題解決のため、様々な施策を展開している。そこで、政官財との連携体制構築による地域の課題解決及び行政等との連携強化による経営の課題解決を目指す。

2 事業概要	※（ ）は活動目標値
(1) 政官財連携促進事業 商工会、行政、公的機関、団体等の政官財が連携して地域課題の解決に取り組むため、連携内容や手法について検討した。 ■活動内容 ・地域課題解決のための施策や行政との連携方法について、県連合会や他機関との情報交換を行った。 ■達成状況 ・政官財連携による協議（協議） 県連合会・21商工会「秋田の未来を創る協議会」 ▽協議会設立会議（R5.10.23） ▽中央地区部会（R6.2.10） (2) 小規模事業者振興施策要望実現促進事業 業種・業界で抱える高度な経営課題や地域の賑わい創出のための施策など、アンケートにより幅広く意見を集約し、行政に対して支援策を要望した。 ■活動内容 ・商工会員に対し「物価・エネルギー価格高騰等支援策」アンケートを実施し、経営状況・景況感の把握及び行政への要望について情報収集を図った。 ・上記アンケート集計結果及び職員からの支援施策要望の意見収集を行った。 ・市行政との情報交換を行った。 ・理事会役員会にて要望内容確認等を行った。 ■達成状況 ・アンケート調査・分析：1回（1回） ・支援施策の要望：24施策（10施策） ・行政への要望実現数：4件（2件） 実現した要望事項 ▽キャッシュレス決済導入の促進 ▽経営革新型事業承継を促進する支援策の創設 ▽創業を促進するための支援策の強化 ▽新たな人材とのマッチング支援事業の実施 ・行政との連携事業の実施数：3回（3回） ▽商工会主催「潟上市企業就職説明会」（施策9） ▽商工会主催「地元のイチ推し！秋空特産品マルシェ」（施策3） ▽市主体「移住定住に関する相談コーナー」	

3 施策目標及び達成状況					
施策目標	実績値（目標値）				
	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
(1) 行政への要望実現数	未集計 (-)	4件 (2件)	(2件)	(2件)	(2件)
政官財との連携協議により提案された要望実現数					
達成状況	-	達成			
(2) 連携事業の実施数	3回 (3回)	3回 (3回)	(5回)	(5回)	(7回)
連携先（行政、近隣商工会、外部機関、県、大学等）との共同事業数					
達成状況	達成	達成			

4 施策目標に関する検証
(1) 行政への要望実現数
《効果があった事業及びその内容》 何が良かったのか
・小規模事業者振興施策要望実現促進事業 アフターコロナ、そしてエネルギー価格・物価高騰等の影響を受けて疲弊する事業者に対する具体的な支援策を数多く要望できたこと。また、市行政の理解を得て要望事項が実現化できたこと。
《検討の余地がある事業及びその内容》 何が悪かったのか
・小規模事業者振興施策要望実現促進事業 令和4年度要望数に対し、要望実現数の半数以下に留まったこと。 （要望数17施策に対し、要望どおり実現となったのは4施策。また、一部実現は3施策）
(2) 連携事業の実施数
《効果があった事業及びその内容》 何が良かったのか
・政官財連携促進事業 県連合会主導のもと「秋田の未来を創る協議会」が設立され、県・市職員、県・市議会議員や若手女性経営者等による活発なディスカッションが行われたこと。
・小規模事業者振興施策要望実現促進事業 景況アンケートを通じて市行政と情報交換を行い、事業者が直面する課題等を共有できたこと。
《検討の余地がある事業及びその内容》 何が悪かったのか
・小規模事業者振興施策要望実現促進事業 事業実施に際し、創業ゼミやスタンプラリー事業といった市に関連した事業について、市行政と連携した内容に拡げられなかったこと。

5 次年度への改善点
(1) 政官財連携促進事業 政官財の有効な連携方法に関する情報収集を図り、協議会等の場面で情報交換を図っていく。
(2) 小規模事業者振興施策要望実現促進事業 日常的に会員事業者の経営状況の把握に努め、その内容を要望書に反映していく。

共通戦略3	成果を創出し続ける組織・運営体制の構築
施策5	会員の満足度向上のための事務局体制の強化

1 令和5年度 施策の方向性
商工会では、限られた人材・時間・財源を有効に活用し、知恵を結集させたチーム支援や簡易業務の見直し・効率化など事務局体制を強化することで、事業者目線に立って困りごとに迅速かつ確実に対応しながら会員の満足度向上を実現する。

2 事業概要	※（ ）は活動目標値
（1）事務局体制強化事業 限られた人材・時間・財源を有効に活用しながら、高度化・複雑化する経営課題に対処するため、本支所を統合し効果的な事務局体制の協議を行った。 ■活動内容 ・事務局集約化に向けた具体的な協議 組織財政強化委員会：1回 ■達成状況 ・本支所統合：2拠点（2拠点） ▽R6.3.31をもって広域指導センター閉所 （2）業務改善推進事業 事業者に寄り添った迅速かつ効果的な支援を行うため、集金や書類の受け渡し方法などの簡易業務の全面的見直しや事務作業等の業務改善に取り組んだ。 ■活動内容 ・簡易業務の全面的見直し ■達成状況 ・業務改善項目：10項目（10項目） ①起案の見直し ②通知内容の見直し ③公印の必要性 ④口座振替の推奨 ⑤メールの活用 ⑥オンライン会議 ⑦業務の効率化 ⑧ペーパーレス化 ⑨グループウェアの活用 ⑩電子データでの保存 ・巡回による情報提供件数：2,403件（2,400件） （3）チーム支援強化事業 迅速で機動的な解決策を提案するため、職員個別での対応ではなく、商工会としてワンストップ体制を確立し、職員の得意分野や能力、経験に応じた適切なチーム支援を強化した。 ■活動内容 ・知識を結集させたチーム支援の実施 ■達成状況 ・チーム支援の実施：7回（5回） （4）情報発信強化事業 商工会に求めるニーズ調査で、最も高い「情報提供」をより迅速かつ効果的に実施するため、商工会報とホームページを有効活用し、紙媒体及び電子媒体両面での発信を強化した。 ■活動内容 ・ホームページ及び施策等の情報発信強化 ■達成状況 ・商工会報発行：3回（3回） ・ホームページによる情報発信：80回（24回）	

3 施策目標及び達成状況					
施策目標	実績値（目標値）				
	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
（1）事務局拠点数（拠点） 組織財政委員会での協議の下、事務所一拠点化を見据える。	2拠点 (2拠点)	2拠点 (2拠点)	(2拠点)	(1拠点)	(1拠点)
達成状況	達成	達成			
（2）巡回による情報提供数 課題解決提案のための巡回件数	2,416件 (2,400件)	2,403件 (2,400件)	(2,400件)	(2,500件)	(2,500件)
達成状況	達成	達成			

4 施策目標に関する検証
（1）事務局拠点数
《効果があった事業及びその内容》 何が良かったのか
・事務局体制強化事業 事務局集約化に向けた具体的な協議を組織財政強化委員会で行い、役員会、総会で事務所統廃合の議案が承認されたことにより、事務整備が可能になったこと。
《検討の余地がある事業及びその内容》 何が悪かったのか
・事務局体制強化事業 組織財政強化委員会でも事務局集約後の広域指導センター（支所）の在り方の具体的な協議を行えなかったこと。
（2）巡回による情報提供数
《効果があった事業及びその内容》 何が良かったのか
・情報発信強化事業 年3回の商工会報の発行時期に合わせて、会員・非会員問わず情報発信したことにより、課題解決や会員の加入につながられたこと。
《検討の余地がある事業及びその内容》 何が悪かったのか
・情報発信強化事業 全ての事業所に対して一律的な情報提供となったこと。

5 次年度への改善点
（1）事務局体制整備事業 組織財政強化委員会にて、事務局集約後の組織運営体制や広域指導センター（支所）の在り方など具体的な協議を行う。
（2）情報発信強化事業 業種や業態などを踏まえて、事業所が求めている有益な情報提供を行う。

共通戦略3	成果を創出し続ける組織・運営体制の構築
-------	---------------------

施策6	強固な組織財政基盤構築による組織運営の強化
-----	-----------------------

1 令和5年度 施策の方向性
地域経済の縮小及び商工業者の減少は、商工会組織においても会費・手数料収入の減少に直結しており、厳しい財政事情は喫緊の課題となっている。商工会では、会員加入増強及び新たな自己財源の確保など、組織・財政基盤の強化を目指す。

2 事業概要	※（ ）は活動目標値
(1) 組織強化事業 組織基盤を強化するため、会員加入メリットを明確化した会員加入促進を実施するとともに、商工会の重要案件を協議・決定する役員会への出席率増加を目指した。 ■活動内容 ・非会員への定期的なアプローチ ・創業者への会員加入促進の実施 ・出席率を向上させるための対応と工夫 ■達成状況 ・商工会組織率：66.2％（66％） ・商工会役員会の出席率：62％（75％以上） ・新規会員加入率：39件（20件） (2) 収入増強事業 財政を強化するため、自家共済や広告掲載の新規獲得を強化し、自己財源比率の増加に取り組んだ。 ■活動内容 ・貯共推進会議の設置 ・内部会議での進捗状況の周知 ■達成状況 ・商工貯蓄共済新規獲得口数：188口（100口） ・会員福祉共済新規獲得口数：13口（10口） ・広告収入件数：2件（2件） ・自己財源比率：35.6％（35％） (3) 支出削減事業 財政を強化するため、本支所の建物管理に関する家屋費や事務費等のコストの削減に取り組んだ。 ■活動内容 ・エアコン、暖房器具等の節電 ・ペーパーレス化の推進 ・公用車での巡回の徹底 ■達成状況 ・管理費削減：6.9％（5％）	

3 施策目標及び達成状況					
施策目標	実績値（目標値）				
	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
(1) 新規会員加入者数	57件 (15件)	(15件)	(15件)	(20件)	(20件)
コロナ禍前の平均加入実績から目標値を設定する。		39件 (20件)	(20件)		
達成状況	達成	達成			
(2) 自己財源比率	42% (32%)	(32%)	(32%)	(33%)	(33%)
補助金等を除いた総収入額における自己財源割合 [自己財源比率＝自己財源÷総収入額] ※自己財源は補助金、臨時の取り崩し収入(引当繰入など)を除く収入		35.6% (35%)	(36%)	(36%)	(36%)
達成状況	達成	達成			

※施策目標（1）は、全県共通組織目標に準じて令和5、6年分を上方修正することとした。（令和5年度より）

※施策目標（2）は、令和4年度の実績を踏まえ、上方修正することとした。（令和5年度より）

4 施策目標に関する検証
(1) 新規会員加入者数
《効果があった事業及びその内容》 何が良かったのか
・組織強化事業 非会員に対して、補助金や物価・エネルギー価格高騰等の施策等、会員と同様に情報提供を行ったことで、身近な経営相談機関として存在を認知され、加入につながれたこと。
《検討の余地がある事業及びその内容》 何が悪かったのか
・組織強化事業 既存の非会員に対する具体的な加入メリットのアピールが不足していたこと（新規会員の内、創業者が38.4%を占めていることから）。
(2) 自己財源比率
《効果があった事業及びその内容》 何が良かったのか
・収入増強事業 商工貯蓄共済推進では、貯共推進会議を設置し、定期的に加入促進計画や満期更新率等を確認してその結果を全職員へフィードバックしたことで共通認識のもと一丸となって取り組めたこと。
《検討の余地がある事業及びその内容》 何が悪かったのか
・収入増強事業 職員個人の目標は未達の者がおり、それに対するフォロー等を目的とした勉強会を実施しなかったこと。

5 次年度への改善点
(1) 組織強化事業 提案型の個社支援や専門家を活用したチーム支援を実践することで、任意脱退を防ぎ、地域に必要とされる商工会を目指す。
(2) 支出削減事業 事務局集約化に伴い、広域指導センター（支所）の建物管理に関する維持管理費は削減されるが、広域化されることで巡回による車両維持費や旅費の増加が見込まれるので、更なるコスト削減に努める。

独自戦略1	地域資源である食と観光の魅力に着眼した潟上経済活性化
-------	----------------------------

施策7	“食”のブランディングによる魅力度向上支援の強化
-----	--------------------------

1 令和5年度 施策の方向性
潟上市は、佃煮製造業や味噌・醤油等発酵食の醸造元など食料品製造業の集積地であり、加工及び発酵等の独自技術から多くの魅力ある商品が誕生している。このような地域資源や独自技術を駆使して開発・改良された魅力ある商品をブランディングし、認証特産品として発信することで市外への販路拡大を目指す。

2 事業概要	※（ ）は活動目標値
(1) 商工会認証制度普及促進事業 地域資源や技術を活用した商品に対して、商工会独自基準により認証特産品として認証することで、商品に対する付加価値及び信頼性を向上させ、ブランディングを支援した。 ■活動内容 ・専門家によるブラッシュアップのための提案 ■達成状況 ・特産品認証会議の開催：2回（2回） (2) 認証特産品PR強化事業 商工会の認証を受けた商品は、商工会館内に紹介コーナーを設置しPRするほか、バイヤーと商談するための商談会への出展等を支援し、認証メリットを提供した。 ■活動内容 ・ホームページによる認証特産品情報の発信 ・展示商談会への出展 ・認証特産品への開発費等一部補助制度の実施 ■達成状況 ・認証特産品認証数：4個（10個） ▽かたがみシュー（アウィッシュ(同)）、くるもんど（佐藤食品(株)）、潟上市特産ポムポムリンツァー（(株)ジェー・ユー）、厳選白魚のカリカリ揚げ（(株)菅英佃煮本舗） ・認証特産品紹介コーナーの設置：設置 ・展示商談会への出展支援件数：4件（4件） (3) 商品魅力度向上支援事業 専門家を活用し、商品パッケージ等のブラッシュアップに取り組むことで、商品の魅力度を向上させ、PR強化へとつなげた。 ■活動内容 ・伴走型支援事業等を活用した専門家派遣による開催前後の販路拡大、需要拡大指導 ・展示商談会出展に伴う販促ツールの作成 ■達成状況 ・専門家派遣等活用による課題解決件数：7件（4件） (4) ふるさと納税返礼制度活用事業 認証特産品をふるさと納税返礼品のレパトリーへ登録することにより、行政と連携して市外への販路拡大を支援した。 ■活動内容 ・ふるさと納税返礼品登録を促進するための情報提供 ・潟上市と連携した登録申請状況の共有 ■達成状況 ・ふるさと納税返戻制度への新規商品登録数：4個（4個） ▽小玉本家「玉屋」白だし（小玉醸造(株)）、小玉本家「玉屋」酒々だし（小玉醸造(株)）、ヤマキウ杉桶仕込み三年醤油（小玉醸造(株)）、かたがみシュー（アウィッシュ(同)） ・ふるさと納税返礼制度への登録事業所数：2件（2件）	

3 施策目標及び達成状況					
施策目標	実績値（目標値）				
	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
(1) 商工会認証特産品数	27 個 (10 個)	4 個 (10 個)	(15 個)	(15 個)	(20 個)
「商工会認証制度」によって認証を受けた商品数					
達成状況	達成	未達成			
(2) ふるさと納税返礼制度新規登録商品数	0 個 (3 個)	4 個 (4 個)	(5 個)	(6 個)	(7 個)
新規商品登録数					
達成状況	未達成	達成			

4 施策目標に関する検証
(1) 商工会認証特産品数
《効果があった事業及びその内容》 何が良かったのか
・商工会認証制度普及促進事業
認証特産品については、商工会でのPRや専門家によるブラッシュアップ、展示商談会への出展、販売会の開催などのメリットを提供し、販路開拓や売上の増加につながれたこと。
《検討の余地がある事業及びその内容》 何が悪かったのか
・認証特産品PR強化事業
認証特産品制度の認知度を強化するため、ホームページ等を活用し周知・PRに努めたが、周知範囲が限定的かつ単発的であり、広く地域内外に周知・PRするには至らなかったこと。
(2) ふるさと納税返礼制度新規登録商品数
《効果があった事業及びその内容》 何が良かったのか
・ふるさと納税返礼制度活用事業
潟上市でも促進している事業であり、ふるさと納税返礼品の登録状況や申請予定商品等について相互に情報共有したことで、認証特産品が新規登録されたこと。
《検討の余地がある事業及びその内容》 何が悪かったのか
・ふるさと納税返礼制度活用事業
認証特産品については、潟上市と情報共有を図り推薦につながったものの、事業者に対し広く返礼品登録申請のメリット及び申請基準等について情報提供するには至らなかったこと。

5 次年度への改善点
(1) 認証特産品PR強化事業
地域外からの資金獲得を実現するため、地域内外に向けた広域的な事業PR強化のための取組方法を検討する。
(2) ふるさと納税返礼制度活用事業
当該制度への申請メリット及び申請基準等周知について、潟上市及び運営委託事業者との連携を強化し、返礼品登録に向けて支援する。

独自戦略1	地域資源である食と観光の魅力に着眼した潟上経済活性化
施策8	潟上市の新たな観光スタイル「体験・滞在型観光」の促進

1 令和5年度 施策の方向性
潟上市の新たな観光スタイルとして、佃煮・味噌・醤油の伝統的なものづくりや果樹もぎ取りなどを体験し、新たな価値を見出す「コト消費」を前面に打ち出した「体験・滞在型観光」を促進し、潟上経済の活性化を目指す。

2 事業概要	※（ ）は活動目標値
(1) 体験型観光コンテンツへの誘客事業 伝統産業や1次産業に新たに「コト消費」を充実させるため、“見る・学ぶ・体験する”を狙った体験型観光コンテンツへの参加者を誘客した。 ■活動内容 ・体験観光コンテンツ促進のための助成金創設 ■達成状況 ・体験型観光受入れ企業への助成：2回（3回） ・体験型観光への参加者数：103人（20人） (2) 体験型観光コンテンツPR支援事業 各事業者が観光客を誘客するために、ホームページやSNS等によるPRについて、より効果的な情報発信となるように支援するための方策を検討した。 ■活動内容 ・専門家による支援 ■達成状況 ・ホームページやSNS等によるPR支援件数：1件（5件） (3) 関係機関情報発信強化事業 観光拠点を管理する行政や1次産業を支援する団体、商工業者を支援する商工会など地域内関係機関が一体となったサイトにより情報発信を強化した。 ■活動内容 ・潟上市一体型観光情報サイト設置に向けた構成内容の協議・検討 ■達成状況 ・ホームページによる関係機関・団体情報の掲載：1回（5回） (4) 観光商品情報発信強化事業 観光情報サイトにより食や体験型観光コンテンツ、イベント情報など潟上の魅力を発信し、体験・滞在型観光を推進することで、観光客を誘客し地域内事業者の利益につなげた。 ■活動内容 ・サイト構築のためのデザイン構成検討並びに整備 ■達成状況 ・ホームページによる観光情報の発信：3回（5回） ・観光情報サイトの閲覧者数：2,044件（600件）	

3 施策目標及び達成状況					
施策目標	実績値（目標値）				
	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
(1) 体験型観光への参加者数	—	103人			
体験型観光に参加した人数	(一)	(20人)	(40人)	(60人)	(80人)
達成状況	—	達成			
(2) 観光情報サイトの閲覧者数	1,788件	2,044件			
ホームページ内の観光ページの閲覧者をカウント	(500件)	(600件)	(700件)	(800件)	(1,000件)
達成状況	達成	達成			

4 施策目標に関する検証
(1) 体験型観光への参加者数
《効果があった事業及びその内容》 何が良かったのか
・体験型観光コンテンツへの誘客事業
体験型観光受入れ企業への助成金を創設したことにより、体験型観光への誘客に結びつけたこと。
《検討の余地がある事業及びその内容》 何が悪かったのか
・体験型観光コンテンツPR支援事業
体験型観光コンテンツの整備が遅れたことにより、専門家派遣等によるPR支援に結び付けられなかったこと。
(2) 観光情報サイトの閲覧者数
《効果があった事業及びその内容》 何が良かったのか
・観光商品情報発信強化事業
観光情報サイトへの閲覧促進を図るため、販売会等実施時に周知チラシ配布に取り組んだことにより、観光情報サイト閲覧数が増加したこと。
《検討の余地がある事業及びその内容》 何が悪かったのか
・関係機関情報発信強化事業
サイト整備に時間を要し、本格的なサイトの稼働に至らなかったことで、関係機関・団体情報及び観光情報の発信につなげられなかったこと。

5 次年度への改善点
(1) 体験型観光コンテンツへの誘客事業
食の情報発信を継続し、体験型観光コンテンツやイベント情報、団体情報等の観光情報サイトを本格的に稼働するため、情報の収集・発信に努める。併せて、施策目標について見直しを検討する。
(2) 関係機関情報発信強化事業
観光情報サイトに随時新規情報を発信するため、関係団体及び各企業からの情報収集に努めるとともに、情報提供シートを活用した情報収集体制を確立する。

独自戦略2	持続的に稼げる企業創出による潟上産業活性化
-------	-----------------------

施策9	稼げる企業及び雇用創出支援の強化
-----	------------------

1 令和5年度 施策の方向性
企業が持続的に発展するためには企業イメージ向上により企業価値を高め、人材育成により企業の競争力を強化することが重要となる。そのため、持続可能な経営戦略及び人材の価値を最大限に引き出す人材戦略を支援し、稼げる企業及び雇用創出支援を強化する。

2 事業概要	※（ ）は活動目標値
(1) SDGs促進事業 持続可能な地域社会の実現に向けた取組によって、企業価値向上を目指す事業者に対し、秋田県SDGsパートナー登録制度の活用による取組の見える化を支援した。 ■活動内容 ・秋田県担当者と連携した申請支援 ・チラシ及びホームページによる「秋田県SDGsパートナー登録制度」の周知 ■達成状況 ・県SDGsパートナー登録事業所の紹介（本会会員）：3件（3件） ・県SDGsパートナー登録制度登録事業者数：5社（5社） (2) 職場環境整備促進事業 多様で柔軟な働き方の実現による従業員の職場定着や雇用の促進に向けて、一般事業主行動計画の策定等、働きやすい職場環境の整備を支援した。 ■活動内容 ・チラシ及びホームページによる「一般事業主行動計画」の周知 ・専門家派遣を通じた一般事業主行動計画のフォローアップ、高度化支援 ■達成状況 ・一般事業主行動計画策定支援件数：5社（5社） (3) 人材マッチング促進事業 企業紹介パンフレット及び動画の作成や関係機関と連携した新規学卒者及び幅広い人材を対象とした企業説明会を開催し、新たな人材とのマッチングを支援した。 ■活動内容 ・学校関係者へのアンケートによる開催時期、内容等の検討 ・マスコミ（秋田魁新報、マリマリ）、行政広報等を通じた開催情報発信 ・潟上市企業ガイドブック2023の作成（500部） ・開催チラシ及び潟上市企業ガイドブック2023を関係各所へ配布、及びハローワーク秋田・ハローワーク男鹿にて求職者へ配布 ・ホームページでの開催情報発信 ・終了後アンケートの実施（参加企業、参加者、高校教諭） ■達成状況 ・企業説明会・PRパンフへの参画企業の新規雇用者数：57人（5人） ・企業説明会の開催：1回（1回） ▽潟上市企業就職説明会 参加企業：19社 参 加 者：一般10名、高卒15名 採用状況：2社3名（就職説明会参加者） 共催：潟上市、ハローワーク秋田、ハローワーク男鹿 後援：秋田地域振興局 (4) 人材育成強化事業 若者や女性等が活躍しキャリアアップすることで、企業競争力の原動力へと育成するためにセミナーを開催して支援した。 ■活動内容 ・多くの派遣人材を有する人材派遣会社の選定 ・チラシ及びホームページによる開催周知 ■達成状況 ・人材育成セミナーの開催：2回（2回）	

3 施策目標及び達成状況					
施策目標	実績値（目標値）				
	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
(1) 秋田県SDGsパートナー登録制度登録事業者数 登録を支援した事業者数	4社 (5社)	5社 (5社)	(5社)	(7社)	(7社)
達成状況	未達成	達成			
(2) 企業説明会・PRパンフへの参画企業の新規雇用者数 商工会が主催する人材マッチング事業への参画企業を対象とする。	1人 (5人)	57人 (5人)	(5人)	(5人)	(5人)
達成状況	未達成	達成			

4 施策目標に関する検証
(1) 県SDGsパートナー登録制度への登録事業者数
《効果があった事業及びその内容》 何が良かったのか
・SDGs促進事業 制度周知を図るため、ホームページや商工会報により登録事業所の紹介を掲載し、制度登録メリットの認識向上に努めたこと。
《検討の余地がある事業及びその内容》 何が悪かったのか
・SDGs促進事業 制度周知に努めているものの、事業者の関心を十分に高められなかったこと。
(2) 企業説明会・PRパンフへの参画企業の新規雇用者数
《効果があった事業及びその内容》 何が良かったのか
・人材マッチング促進事業 企業ガイドブックの配布及びホームページでの公開により、求職者への情報を提供するとともに、企業PRにつなげたこと。
《検討の余地がある事業及びその内容》 何が悪かったのか
・人材マッチング促進事業 マスコミ、行政広報等への情報発信及び潟上市、ハローワーク等関係機関との連携により広く周知に努めたが、潟上市近隣からの参加にとどまり、参加者数の大幅な増加には至らなかったこと。

5 次年度への改善点
(1) SDGs促進事業 制度周知に継続的に取り組み登録申請を促進し、秋田県担当者との連携を図ることで確実な申請登録につながるよう支援する。
(2) 人材マッチング促進事業 ターゲットを明確にした開催時期や会場、内容等を検討する。

独自戦略2	持続的に稼げる企業創出による潟上産業活性化
-------	-----------------------

施策10	創業支援強化による稼げる企業創出の推進
------	---------------------

1 令和5年度 施策の方向性
地域に根付いた新たなビジネスが生まれることは、地域を牽引する人材・企業及び雇用を生み出すことにつながるため、潟上産業の活性化に効果的である。そのため、当地域での創業者を誘致するために、独自の受入れ事業の展開や市行政と連携した創業者向け支援メニューの拡充等によって、新たに稼げる企業の創出を目指す。

2 事業概要	※（ ）は活動目標値
(1) 創業支援情報発信強化事業 創業者をターゲットにして、商工会の支援メニューや創業体験談、行政の支援施策などを集約したサイトにより情報発信を行った。 ■活動内容 - 創業関連支援施策の情報発信 - 会員の声掲載の記事作成 - ホームページへの投稿作業 ■達成状況 - ホームページによる創業支援情報の発信：5回（5回） (内訳) 潟上市創業支援補助金に関する情報発信：1回 「会員の声」での創業支援者の体験談発信：3回 「かたがみ創業ゼミ2023」開催情報発信：1回 - 創業サイト閲覧者による問合せ、相談件数：25件（10件） (2) 創業支援施策拡充事業 移住者や副業による創業を含め、当地域にあらゆるタイプの創業者が集うように、市行政の現行施策を検証し、緩和や拡充を含め新たな施策を提案した。 ■活動内容 - 創業支援における課題及び改善要望等の情報を抽出、意見交換 ■達成状況 - 市行政への創業支援施策の提案：4施策（3施策） (3) 創業支援強化事業 新たなビジネス創出による潟上産業活性化のため、創業者をターゲットとした事業を企画・実施し、当地域での創業を促進した。 ■活動内容 - 創業希望者への県起業支援補助金、潟上市創業支援補助金の提案と申請支援 - かたがみ創業ゼミ講師とのカリキュラム検討 - かたがみ創業ゼミカリキュラムの一つとして先輩経営者との座談会を検討・実施 - マスコミ（秋田魁新報、マリマリ）、行政広報等を通じた開催情報発信 - 終了後アンケートの実施 ■達成状況 - かたがみ創業ゼミの開催：1回（1回） ▽参加者：13名（内、ゼミ後の創業者：3名） - 創業者向け企業巡回ツアー（2名の先輩経営者と座談会）の開催：1回（1回） - 県や市等の創業補助金の申請支援件数：14件（5件） (内訳) 県起業支援補助金：申請2件 - 潟上市創業支援補助金：申請12件 - 創業者数：8件（5件） (内訳) 合同会社：2社（卸売業、小売業） - 個人事業者：6社（小売業、運送業、飲食サービス業、美容業等）	

3 施策目標及び達成状況					
施策目標	実績値（目標値）				
	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
(1) 創業サイト閲覧者による 問合せ、相談件数	12件 (10件)	25件 (10件)	(10件)	(15件)	(15件)
創業サイトをきっかけにした相談件数					
達成状況	達成	達成			
(2) 創業者数	9件 (5件)	8件 (5件)	(7件)	(7件)	(9件)
創業計画策定や支援施策活用等により創業した件数					
達成状況	達成	達成			

4 施策目標に関する検証
(1) 創業サイト閲覧者による問合せ、相談件数
《効果があった事業及びその内容》 何が良かったのか
・創業支援情報発信強化事業
ホームページ内、創業支援ページが分かりやすく安心感を与える工夫ができていること。また、支援策及び創業者の経験談を掲示したことにより、相談件数が増えたこと。
《検討の余地がある事業及びその内容》 何が悪かったのか
・創業支援情報発信強化事業
多業種の創業事例が掲載できなかったこと。
(2) 創業者数
《効果があった事業及びその内容》 何が良かったのか
・創業支援強化事業
「かたがみ創業ゼミ」修了後も創業者間での情報交換等、横のつながりができ、お互いに刺激し合っていること。
《検討の余地がある事業及びその内容》 何が悪かったのか
・創業支援強化事業
「かたがみ創業ゼミ」に過年度参加者した方へのアプローチができておらず、支援につながっていないこと。

5 次年度への改善点
(1) 創業支援情報発信強化事業
多業種の創業事例掲載を行い、創業への意欲促進につなげる。
(2) 創業支援情報発信強化事業
「かたがみ創業ゼミ」参加者へ創業支援情報発信の際にメールで案内を行うなどのアプローチを行い、潟上市内での創業につなげる。