

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4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

<p>(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。</p> <p>■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</p> <p>■達成状況 ・事業再構築補助金等採択件数：2社（2社）</p>
<p>(2) ICT導入支援強化事業 アフターコロナなど新しい生活スタイルへの転換や生産性向上・人手不足解消などにつながるICT導入の支援を行った。</p> <p>■活動内容 ・ICT活用戦略チャートの作成、職員間の共有 ・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</p> <p>■達成状況 ・ICT活用戦略チャートを活用した提案件数：10件（10件） ・ICT導入補助金等活用による導入件数：3件（5件）</p>
<p>(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業等に対して、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。</p> <p>■活動内容 ・販促プロモーションセミナー（4回）＋実践イベントによる来店促進イベント「ワンコインスタンプラリー」の実施 ・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</p> <p>■達成状況 ・販促プロモーションセミナーの開催：4回（3回） ・小売店等に対する専門家派遣等活用による課題解決件数：5件（5件） ・来店促進イベントへの参加店舗：15件（20件）</p>

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) 経営革新計画等に取り組んだ事業者数 <small>経営革新計画・経営力向上計画等に取り組んだ事業者数</small>	0社 (1社)	(2社)	(2社)	(3社)	(3社)
達成状況	未達成				
(2) 国・県・市補助金の申請件数 <small>持続化補助金、ものづくり補助金、事業再構築補助金、IT導入補助金等の申請件数</small>	21件 (20件)	(20件)	(25件)	(25件)	(25件)
達成状況	達成				

4 施策目標に関する検証

<p>(1) 経営革新計画等実行事業者数</p> <p>《効果があった事業及びその内容》 何が良かったのか</p> <p>・経営力向上支援強化事業 事業再構築補助金等への申請支援を行ったことで、その支援スキルを内部でも共有し、ほかの事業者にも活用できること。</p> <p>《検討の余地がある事業及びその内容》 何が悪かったのか</p> <p>・経営力向上支援強化事業 経営革新等への取組みを検討している事業者を把握しきれず、補助金の申請支援につなげることができなかったこと。</p>
<p>(2) 国・県補助金の申請件数</p> <p>《効果があった事業及びその内容》 何が良かったのか</p> <p>・経営力向上支援強化事業 創業（予定）者や販路拡大等を検討している事業者に対して国・県等の補助金の申請・採択により、顧客の拡大・売り上げの増加につなげることができたこと。</p> <p>・ICT導入支援強化事業 ICT活用戦略チャートを作成・活用し導入提案を行い、補助金の申請につなげることができたこと。</p> <p>《検討の余地がある事業及びその内容》 何が悪かったのか</p> <p>・経営力向上支援強化事業 計画策定の支援不足から、事業者が希望する取組に対して合致する補助金の提案につなげることができなかったこと。</p>

5 次年度への改善点

<p>(1) 経営力向上支援強化事業 巡回や広報等を通じて、革新的取組や補助金活用を検討している事業者を把握し、専門家とのチーム支援を行う。</p>
<p>(2) ICT導入支援強化事業 生産性向上・人手不足解消の観点からICT活用戦略チャートを活用した導入提案を呼びかける。</p>

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4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
--------	--------------

<p>(1) 財務分析支援強化事業</p> <p>事業者の数値管理に対する意識向上のため、記帳システム及び簡易診断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。</p> <p>■活動内容 ・月例経営支援委員会議の開催 検討内容：簡易診断レポート活用状況、自計化に移行可能な事業所の検討</p> <p>■達成状況 ・記帳システム「商工会クラウド」新規導入件数：7件（5件） ・簡易診断レポートを活用した提案件数：86件（86件）</p>
<p>(2) 事業承継実現促進事業</p> <p>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支援を行った。</p> <p>■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 ・青年部事業での承継セミナー開催</p> <p>■達成状況 ・事業承継計画策定支援件数：12件（5件）</p>
<p>(3) リスクマネジメント力強化事業</p> <p>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する。</p> <p>■活動内容 ・中小企業基盤整備機構と連携したセミナーの開催 内容：潟上市に想定される自然災害、事業承継計画の必要性、策定手順 ・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</p> <p>■達成状況 ・リスクマネジメントセミナーの開催：1回（1回） ・BCP（事業継続計画）策定支援件数：5件（5件） ※事業継続力強化計画認定：2件</p>
<p>(4) 経営基盤強化事業</p> <p>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な経営の支援を行った。</p> <p>■活動内容 ・「救命入門講習」「姿勢改善セミナー」「お片付け講座」「インボイスセミナー」「電子帳簿保存法セミナー」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</p> <p>■達成状況 ・経営基盤強化セミナーの開催：5回（4回） ・稼げる力応援助成金の活用提案件数：22件（20件）</p>

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社 (3社)	(3社)	(3社)	(5社)	(5社)
達成状況	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社 (5社)	(5社)	(5社)	(5社)	(5社)
達成状況	未達成				
(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社 (5社)	(5社)	(10社)	(10社)	(10社)
達成状況	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
<p>《効果があった事業及びその内容》 何が良かったのか</p> <p>・財務分析支援強化事業 記帳継続指導先に日常の財務管理の重要性を説明し、意識向上につなげることができたこと。</p> <p>《検討の余地がある事業及びその内容》 何が悪かったのか</p> <p>・財務分析支援強化事業 新システムへの切替で事業者の不安を払拭できず、自計化へ移行させることができなかったこと。</p>
(2) 事業承継を実現した事業者数
<p>《効果があった事業及びその内容》 何が良かったのか</p> <p>・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な支援を行ったこと。</p> <p>《検討の余地がある事業及びその内容》 何が悪かったのか</p> <p>・事業承継実現促進事業 事業承継計画は策定しているものの、実効性の高い計画になっておらず実現に至らなかったこと。</p>
(3) 事業継続力強化計画に取り組んだ事業者数
<p>《効果があった事業及びその内容》 何が良かったのか</p> <p>・リスクマネジメント力強化事業 BCP策定セミナー開催等により、事業者の意識向上となり計画策定につながったこと。</p> <p>《検討の余地がある事業及びその内容》 何が悪かったのか</p> <p>・リスクマネジメント力強化事業 策定から申請までのスケジュール管理が不足し、国の認定につなげることができなかったこと。</p>

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進め方を検討する。
(2) リスクマネジメント力強化事業
申請に至るスケジュール管理を徹底した策定支援を行う。

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4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み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 <ul style="list-style-type: none"> ・商工会報及び商工会ホームページを通じた連携事業の事例周知 <商工会報10月号> ▽挑戦する潟上企業 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 ▽経営お役立ち情報 お互いの得意分野を活かして大きな成果につなげませんか? 「事業者間連携」は生産性・魅力向上への第1歩です! 	<ul style="list-style-type: none"> ・展示商談会「FOOD STYLE Kansai」への出展支援：4社 ・来店促進イベント実施「ワンコインスタンプラリー」：15店参加
■達成状況 <ul style="list-style-type: none"> ・連携事業情報の周知：2回(3回) ・連携事業実行に向けた支援件数：4件(3件) ・農商工等連携事業計画提案件数：0件(5件) 	
(2) 観光拠点連携強化事業	
地域の観光拠点である道の駅等と連携し、地域一体となった集客事業を実施することにより、販売促進を強化し、観光客等地域外からの資金獲得を支援した。	
■活動内容 <ul style="list-style-type: none"> ・市行政及び観光施設(道の駅)への開催に係る情報収集、開催打合せ ・出店事業者と商品取り扱い等の打合せ 	
■達成状況 <ul style="list-style-type: none"> ・潟上市商工会認証特産品販売会：1回(1回) 令和5年2月11日(土)「道の駅しょうわ ブルーメッセあきた」にて開催 ・事業者間交流機会の提供：1回(1回) 展示商談会「FOOD STYLE Kansai」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 <small>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。</small>	4回 (1回)	(1回)	(1回)	(1回)	(1回)
達成状況	達成				
(2) 観光拠点主体の販売会への参画事業者数 <small>観光拠点を主体とした販売会に参画した事業者数</small>	7社 (5社)	(5社)	(10社)	(10社)	(15社)
達成状況	達成				

4 施策目標に関する検証

(1) 事業者間連携事業実施数	
<<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、事業者間連携の具体的な事例を事業者のインタビュー形式で紹介したこと。 展示会商談会への出展やイベント開催を通じて、事業者同士の交流を図り、連携機会を創出したこと。
<<検討の余地がある事業及びその内容>>	何が悪かったのか ・事業者間連携促進事業 農商工連携についての情報収集が不足していたことと、案件の掘り起こしができなかったこと。
(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 道の駅のイベント開催に合わせて販売会を実施し、本会の認証特産品の周知と販売により、地域外からの資金獲得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 ・観光拠点連携強化事業 販売のみならず、事業者間の連携機会を創出する目的もあったが、交流機会を作ることができなかったこと。

5 次年度への改善点

(1) 事業者間連携促進事業	
本会の事例のみならず、様々な連携事例情報を収集し、積極的に情報発信を行う。事業を通じて連携機会を積極的に創出し、異業種交流を促進する。	
(2) 観光拠点連携強化事業	
市や観光拠点との連携、共催を図るなど、販売会の開催方法を検討し、集客の相乗効果を狙った企画を行う。事業者同士の交流を促進し、事業連携への発展機会を創出する。	

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4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政治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う。 ■達成状況 ・政官財連携方法の調査・研究（調査・研究） <行政との連携事業> ▽潟上市主催：メルカリShops活用セミナー（R4.6.16） ▽商工会主催：潟上市企業「就職面接会」（R4.10.21） 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 ▽潟上市主催：インボイスセミナー（R4.11.29）	
(2) 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「原油価格・物価高騰支援策」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。 ■達成状況 ・アンケート調査・分析：1回（1回） ・支援施策の要望：17施策（10施策）	
(3) 小規模企業振興条例制定促進事業 小規模企業振興条例制定に向けて、行政・関係機関と連携で取り組み、事業者の経営課題解決及び持続的発展を支援した。 ■活動内容 ・市行政との情報交換 ・理事会役員会での要望内容確認等 ■達成状況 ・小規模企業振興条例の制定実現に向けた要望書提出（条例の制定実現）	

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	—				
政官財との連携協議により提案された要望実現数	(-)	(2件)	(2件)	(2件)	(2件)
達成状況	-				
(2) 行政との連携事業の実施数	3回				
連携先(行政、近隣商工会、外部機関、大学等)との共同事業数	(3回)	(3回)	(5回)	(5回)	(7回)
達成状況	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 ・ 施策要望実現促進事業 長引く新型コロナウイルス感染症や原油価格・物価高騰の影響を受けて疲弊する事業者への支援施策の充実のため、早期に市行政へ要望書を提出し、要望事項を実現化できたこと。
<<検討の余地がある事業及びその内容>>	何が悪かったのか ・ 政官財連携促進事業 政官財連携に向けた調査・研究をするための情報収集が不足していたこと。
(2) 行政との連携事業の実施数	
<<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 市行政とは連携し、事業者から要望の多い各種セミナーを開催できたこと。 市の共催、県の後援を受けた潟上市企業「就職面接会」を開催し、地元企業のPR及び地元就職促進を実績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 ・ 小規模企業振興条例制定促進事業 潟上市では条例の制定を行わず、各要望事項に対し早期に実現させて課題解決をしたい旨の回答を得ている。

5 次年度への改善点	
(1) 政官財連携促進事業 政官財が連携して地域課題を協議する体制を構築し、市行政への要望につなげる。	
(2) 小規模事業者振興施策要望実現促進事業 小規模企業振興のための施策実現に向けて、引き続き積極的に要望活動を行っていく。	

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4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

<p>(1) 事務局体制整備事業 限られた人材・時間・財源を有効に活用しながら効果的な支援体制を整備するため、組織財政強化委員会等で検討中である。</p> <p>■活動内容 ・事務局集約化に向けた調査・研究 ■達成状況 ・組織財政強化委員会：2回 ・役員会にて本支所統合に係るスケジュールの変更について報告した。</p>
<p>(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を全面的に見直し、ICT等を活用した業務改善に取り組んだ。</p> <p>■活動内容 ・簡易業務の全面的見直し ■達成状況 ・簡易業務改善割合：50% (50%)</p>
<p>(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、職員個々での対応ではなく、ワンストップ体制を確立し、職員の得意分野や能力に応じた適切なチーム支援を強化した。</p> <p>■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：13回 (10回)</p>
<p>(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。</p> <p>■活動内容 ・ホームページ及び施策等の情報発信強化 ・商工会報発行方針の見直し ■達成状況 ・ホームページ及び施策等情報発信：252回 (24回) ・構成ページを現6ページから8ページに増刷したことで、多くの情報を事業者へ提供できた。</p>

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 <small>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。</small>	2 拠点 (2 拠点)	(2 拠点)	(2 拠点)	(1 拠点)	(1 拠点)
達成状況	達成		(1 拠点)	—	—
(2) 巡回による情報提供件数 <small>課題解決提案のための巡回件数</small>	2,416 件 (2,400 件)	(2,400 件)	(2,400 件)	(2,500 件)	(2,500 件)
達成状況	達成				

※施策目標 (1) の目標値は組織体制強化のため1年前倒しで実行することとした (令和6年度分)

4 施策目標に関する検証

(1) 事務局拠点数
<p>《効果があった事業及びその内容》 何が良かったのか</p> <p>・事務局体制整備事業 本支所統合に係るスケジュールについて組織財政強化委員会で協議し、理事会・役員会で理解を得られ、スケジュールが確定したこと。</p> <p>《検討の余地がある事業及びその内容》 何が悪かったのか</p> <p>・事務局体制整備事業 本支所統合を含む事務局体制のあり方検討に係る会議資料の作成に多くの時間を要したことにより、組織財政強化委員会等の開催時期が年度末の開催となったこと。</p>
(2) 巡回による情報提供数
<p>《効果があった事業及びその内容》 何が良かったのか</p> <p>・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・非会員問わずに情報発信したことにより、課題解決や会員の加入につなげることができたこと。</p> <p>《検討の余地がある事業及びその内容》 何が悪かったのか</p> <p>・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。</p>

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、本支所統合に向けた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4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) 会員加入促進事業**
 組織基盤を強化するため、会員加入メリットを明確化し、商工会の存在意義を示しながら会員加入促進を強化した。
- 活動内容 ・非会員への定期的なアプローチ
 - 達成状況 ・非会員への加入促進：4回（4回）
 ・商工会組織率：65.2%（63%）
- (2) 収入源見直し推進事業**
 財政基盤を強化するため、会費賦課基準や手数料規程の見直し、新たな収益事業の検討により自己財源比率の増加に取り組んだ。
- 活動内容 ・手数料規程の改訂に向けた積算及び職員会議での意見交換。
 ・会費賦課基準の変更にに向けたシミュレーション。
 - 達成状況 ・理事会・役員会にて手数料規程の改正（案）を提出した。（手数料規程の改訂）
 ・理事会・役員会にて会費額（賦課基準）の変更について報告した。
 （会費賦課基準の調査・研究）
 ・商工貯蓄共済新規加入口数：85口（30口）
 ・広告収入件数：3件（3件）
- (3) 支出源見直し推進事業**
 財政における未来シミュレーションを実行し、事業費及び管理費における費用対効果を踏まえたコスト削減に取り組んだ。
- 活動内容 ・事業費の見直しに係る調査・研究
 ・管理費の見直しに係る調査・研究
 - 達成状況 ・アクションプログラムの策定及び推進により、大幅に事業を見直した。また、ふるさと納税活用事業補助金を有効活用することで、一般会計の支出削減につながった。
 ・電力の省エネやペーパーレスなどを促進し管理費の削減に努めている。また、今後必要となる修繕費用を算定し、計画的に実施する予定である。

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 <small>コロナ禍前の平均加入実績から目標値を設定する。</small>	57件 (15件)	(15件)	(15件)	(20件)	(20件)
達成状況	達成				
(2) 自己財源比率 <small>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</small>	42.2% (32%)	(32%)	(32%)	(33%)	(33%)
達成状況	達成				

※施策目標（1）の目標値は全県共通組織目標に準じて上方修正することとした（令和5，6年度分）

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
- ・会員加入促進事業
 非会員に対して、補助金や原油価格・物価高騰及びコロナ関連の施策等、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
- ・会員加入促進事業
 新規会員の内、創業者が17%を占めていることから、既存の非会員に対してより具体的な加入メリットをアピールする必要があったこと。
- (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
- ・収入源見直し推進事業
 令和5年4月1日から改正手数料規程が施行されることにより、収入の増加が見込まれること。
 会費額（賦課基準）の変更については、具体的な会費額を示したことによって理解を得られ、新年度の改正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
- ・収入源見直し推進事業
 商工貯蓄共済新規加入口数の目標は達成できたが、組織全体目標及び職員個人目標の管理徹底ができず、実績に結び付けることができなかったこと。

5 次年度への改善点

- (1) 会員加入促進事業**
 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、アフターコロナ渦であっても必要とされる商工会を目指す。
- (2) 収入源見直し推進事業**
 会費額（賦課基準）の変更や手数料収入については、念入りに段取りをして確実に収入増につなげる。

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4年度 施策の方向性
<p>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。</p>

2 事業概要	※ () は活動目標値
<p>(1) 商工会認証制度導入事業 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る認証制度を設けることで、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 ・ 専門家及び関係団体で構成された特産品認証委員会の設立 ・ 専門家によるブラッシュアップのための提案 ■達成状況 ・ 特産品認証委員会の開催：2回 (2回)</p> <p>(2) 認証特産品PR強化事業 商工会の認証を受けた商品は、開発費用の一部補助や市内観光拠点へ納入等のメリットを提供するなど認証特産品として販路拡大を強力に後押しした。 ■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 ・ ホームページによる認証特産品情報の発信：27商品 (10商品) ・ 展示商談会への出展事業者数：4社 ・ 認証特産品PRイベント：1回 ・ 「稼げる力」応援助成金の活用：2件</p> <p>(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 ・ 専門家派遣制度の活用 ・ 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：5件 (3件)</p> <p>(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ー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するための情報提供を行った。 ■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 ・ ふるさと納税返礼制度への登録：0商品 (3商品)</p>	

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 「商工会認証制度」によって認証を受けた商品数	27個 (10個)	(10個)	(15個)	(15個)	(20個)
達成状況	達成				
(2) ふるさと納税返礼制度新規登録商品数 新規商品登録数	0個 (3個)	(4個)	(5個)	(6個)	(7個)
達成状況	未達成				

4 施策目標に関する検証
<p>(1) 商工会認証商品数 ≪効果があった事業及びその内容≫ 何が良かったのか ・ 商工会認証制度導入事業 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などのメリットを提供し、販路開拓や売上の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 ・ 認証特産品PR強化事業 認証特産品を市内観光拠点へ納品・販売することについては、委託契約上の課題があり専用の売り場を設けるなど通年販売につなげることができなかった。</p> <p>(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。 ≪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 当該申請要件に基づく基準を満たす必要があり、要件緩和の提案も必要であること。</p>

5 次年度への改善点
<p>(1) 認証特産品PR強化事業 市内観光拠点における販売会や展示商談会等へ出展し、事業者自らが商品PRすることで地域外からの資金獲得を実現する。</p> <p>(2) ふるさと納税返礼制度活用事業 潟上市及び担当する委託事業者へ積極的に認証特産品を売り込みながら、返礼品登録に推薦していく。</p>

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4年度 施策の方向性

潟上市は県都秋田市並びに観光地男鹿市のほぼ中間に位置するため、市内観光拠点（道の駅等）には往来する多くの観光客が集うことから、この人流を拠点から市街地へ誘導することで当地域の交流人口拡大が大きく期待できる。
商工会では、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造成事業
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を造成及び収集した。
■活動内容 ・体験観光コンテンツの実施状況把握と整備
■達成状況 ・体験型観光コンテンツの造成及び収集：5件（5件）
- (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手法について、専門家等とのチーム支援により、より効果的な発信方法を支援した。
■活動内容 ・専門家による講習会の開催
■達成状況 ・専門家による体験型コンテンツのPR支援件数：1件（5件）
・認知度UPセミナー：10社 24名
- (3) 観光情報サイト構築事業
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を構築した。
■活動内容 ・潟上市一体型観光情報サイト設置のための関係団体への事業概要説明並びに協力・情報提供依頼
■達成状況 ・ホームページによる関係機関・団体情報の掲載：0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
・情報提供シート作成
■達成状況 ・ホームページによる観光情報の発信：2回（5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) 体験型観光への参加者数 体験型観光に参加した人数	— (—)	(20人)	(40人)	(60人)	(80人)
達成状況	—				
(2) 観光情報サイトの閲覧者数 ホームページ内の観光ページの閲覧者をカウント	1,788件 (500件)	(600件)	(700件)	(800件)	(1,000件)
達成状況	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造成事業
 体験型観光コンテンツの実施状況を把握するとともに、関係団体に対して「地域一体型観光情報サイト」開設に伴う情報提供及び協力依頼を実施し、共通認識が得られたこと。
 - 《検討の余地がある事業及びその内容》 何が悪かったのか
 ・観光サイト構築事業
 コロナ過において体験型観光を控える傾向が強くなり、体験型観光サイト構成のための提案・協議のみでPRまで至らなかったこと。
- (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
 認証特産品情報を2回発信したことにより観光情報サイト閲覧数が増加し、広く商品紹介ができたこと。
 - 《検討の余地がある事業及びその内容》 何が悪かったのか
 ・観光情報サイト構築事業
 サイト構築の協議に留まり、情報発信に至らなかったこと。

5 次年度への改善点

- (1) 観光情報サイト構築事業
食の情報発信を継続するとともに、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構築し情報を発信する。
- (2) 観光商品情報発信強化事業
観光情報サイトに随時新規情報を発信するため、関係団体からの積極的な情報収集に努める。

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4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支援を行った。	
■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	・SDGs 促進セミナーの開催：1回 (1回)
(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する。	
■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 (えるぼし、くるみん)」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：1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する。	
■活動内容	・秋田商工会議所主催「高卒就職フェア2022」での県担当者、学校関係者、ハローワーク等との情報交換、開催の様子視察 ・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 ・開催チラシ及び潟上市企業ガイドブック2022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)
■達成状況	・企業PRパンフレットの作成：500部 (作成) ・企業説明会の開催：1回 (1回) ▽潟上市企業就職面接会 参加企業：17社 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研修を開催した。	
■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	・人材育成研修の開催：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) 県SDGsパートナー登録制度への登録事業者数 <small>登録を支援した事業者数</small>	4社 (5社)	(5社)	(5社)	(7社)	(7社)
達成状況	未達成				
(2) 企業説明会・PRパンフへの参画企業の新規雇用者数 <small>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。</small>	1人 (5人)	(5人)	(5人)	(5人)	(5人)
達成状況	未達成				

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秋田県担当者を講師とした説明会及び個別相談会を開催し、登録への実績につながる事ができたこと。
《検討の余地がある事業及びその内容》	何が悪かったのか
・SDGs 促進事業	制度を周知したものの、事業者の関心を高められず、目標の登録実績につなげることができなかったこと。
(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	「潟上市企業就職面接会」の開催に先立ち、企業ガイドブックを配布及びホームページで公開したことにより、求職者への情報提供及び企業のPRにつながったこと。
《検討の余地がある事業及びその内容》	何が悪かったのか
・人材マッチング促進事業	「潟上市企業就職面接会」の主たるターゲットを高校3年生 (新卒者) としていたが、開催時期にはほとんど内定をもらっており、参加者がいなかったこと。

5 次年度への改善点

(1) SDGs 促進事業	
制度登録メリットを認識してもらい、1社でも多く企業価値向上の取組として登録に臨めるようセミナーへの参加を積極的に呼びかける。	
(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4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 ・創業サポートセンター情報発信ページの構築
 ・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) リニューアルホームページによる創業サポートセンター情報発信
 「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2022」開催情報発信
- (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、それぞれのタイプに適応する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：3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、当地域での創業の促進を図った。
 ■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
 ・コロナ禍における企業巡回ツアー見直し、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へ変更、調整
 ・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)
 ・創業者向け企業巡回ツアー(3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：9件(5件)
 (内訳) 県起業支援補助金：申請3件、採択2件
 潟上市創業支援補助金：申請6件、採択6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) 創業サイト閲覧者による問合せ、相談件数 創業サイトをきっかけにした相談件数	12件 (10件)	(10件)	(10件)	(15件)	(15件)
達成状況	達成				
(2) 創業者数 創業計画策定や支援施策活用等により創業した件数	9件 (5件)	(5件)	(7件)	(7件)	(9件)
達成状況	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
 ホームページのリニューアルに伴い、創業支援ページの探しやすさや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
 ホームページに県起業支援補助金や市創業支援補助金のリンクを貼る以外に、要綱や申請様式も貼付けてワンストップサイトにする必要があったこと。
- (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」において、先輩経営者の経験談や情報交換できる場を設けたことによって、参加者の不安感の解消となり、創業への実現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
 ・創業支援強化事業
 創業者向け企業巡回ツアー(現地視察)がコロナ禍のため見送りとなったこと。

5 次年度への改善点

- (1) 創業支援情報発信強化事業
 「かたがみ創業ゼミ」は、早い時期から広く受講生募集周知をし、当市で活用可能な創業支援補助金の詳細情報も併せてホームページ等で発信する。