

経営発達支援計画の概要

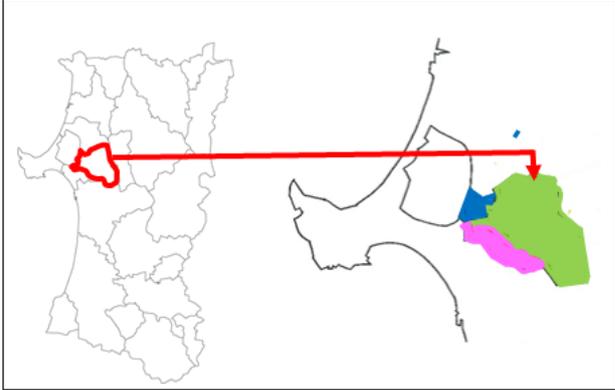
実施者名 (法人番号)	湖東3町商工会 (法人番号 4410005001394) 五城目町 (地方公共団体コード 053619) 八郎潟町 (地方公共団体コード 053635) 井川町 (地方公共団体コード 053660)
実施期間	令和8年4月1日～令和13年3月31日
目標	<p>【戦略1】経営の自走化を実現する経営基盤の強靱化 KGI：支援した事業者の5年後生存率90%</p> <p>【戦略2】事業者の稼ぐ力を向上させる新たな付加価値の創出 KGI：付加価値創出企業数5年間延べ10社以上</p> <p>【戦略3】地域資源や伝統芸能を核とした観光人口の増加 KGI：5年間で観光人口10%増加</p>
事業内容	<p>地域の経済動向調査に関すること 年100者に対して調査を実施、結果をHP等で公表</p> <p>需要動向調査に関すること 商談会等で年1回、地域イベントで年1回の調査を実施 小規模事業者の商品開発等へフィードバック</p> <p>経営状況の分析に関すること 年80者に対して財務分析を基軸とした経営状況分析を支援</p> <p>事業計画策定支援に関すること 上記対象者のうち、年40者を事業計画策定支援へステップアップ</p> <p>事業計画策定後の実施支援に関すること 前年の計画策定企業へ年2回以上のフォローアップ実施 専門家等も活用した軌道修正支援も実施</p> <p>新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 販路拡大セミナー及び商談会等への出展支援実施 地域ブランド商品の開発支援</p> <p>経営指導員の資質向上等に関すること 外部研修への積極的参加と内部研修によるスキル平準化を実施</p> <p>地域経済の活性化に資する取り組みに関すること 行政を巻き込んだ新たな観光事業の提案と、地域ブランドによるお土産品の開発</p>
連絡先	<p>湖東3町商工会 〒018-1725 秋田県南秋田郡五城目町西磯ノ目1-3-1 TEL:018-852-3460 FAX:018-852-3495 E-mail:kotou3@skr-akita.or.jp</p> <p>五城目町 商工振興課 〒018-1792 秋田県南秋田郡五城目町西磯ノ目1-1-1 TEL:018-852-5222 FAX:018-852-5369 E-mail:syoko@town.gojome.lg.jp</p> <p>八郎潟町 産業課 〒018-1692 秋田県南秋田郡八郎潟町字大道80 TEL:018-875-5803 FAX:018-875-5950 E-mail:sangyou@town.hachirogata.lg.jp</p> <p>井川町 産業課 〒018-1596 秋田県南秋田郡井川町北川尻字海老沢樋ノ口78-1 TEL:018-874-4418 FAX:018-874-2600 E-mail:sangyou@town.akita-ikawa.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	
<p>湖東3町商工会（以下、「本会」）は、日本最大の干拓湖である八郎湖の東に位置する五城目町、八郎潟町、井川町（以下、総じて「3町」）の3行政区を管轄する、県内でも唯一の複数行政区内に立地する商工会である。</p> <p>設立当初は3町にそれぞれ事務所を有していたが、前回の経営発達支援計画の取組により令和6年11月に事務所を一本化している。</p>	<p>図Iの緑色で示すのが五城目町であり、総面積214.92㎢と最も広大であるが、その80%が森林・原野となっている。</p> <p>特産品として挙げられるものは、「きりたんぼ」のルーツとも言われる「だまこ」料理であり、町の中心部では530年以上続く朝市が開催されているほか、箆笥・弓具・陶器等の伝統産業に加え、刃物・革細工など新しい産業の流入もあり、職人の町として知られている。</p> <p>図Iの青色で示すのが八郎潟町であり、総面積17.0㎢と県内最小の町である。ほとんどが拓けた平地となっており、その47%が農地となっている。</p> <p>秋田県三大盆踊りの一つ「一日市盆踊り」、県無形民俗文化財である「願人踊り」を有しているほか、八郎湖に面していることから釣り客を含む通年した観光需要がある。また、石材加工や和菓子などの伝統産業が商品開発等の新しい取組を続けながら受け継がれている。</p> <p>図Iの桃色で示すのが井川町であり、総面積47.95㎢、その55%が森林となっている。</p> <p>町のシンボルである200種2,000本を集めた桜の里「日本国花苑」は、観光面での高い集客力を持っている。</p> <p>これら管轄している3町は、いずれも深刻かつ加速度的な人口減少と超高齢化に端を発した、地域内経済の構造的な危機に直面している。</p>
①人口動態の加速度的変化と社会システムの脆弱化	
<p>2020年から2024年のわずか4年間で、五城目町は11.5%、八郎潟町は8.0%、井川町は9.1%の人口を失うなど、人口減少が公式予測を上回る速度で加速している。</p> <p>また、2024年、五城目町の高齢化率は50.6%に達し、「住民の二人に一人が高齢者」という極限的な状況にある。</p> <p>さらに、生産年齢人口が5割を割り込み、労働力の絶対的減少が不可逆的に進展する中、医療・介護サービスの担い手不足や、地域社会の持続可能性に不可欠な生活関連サービス（小売、交通等）の維持が極めて困難となっている。</p>	

図I：地図で見る3町の位置



表①：3町の人口動態比較（2020年国勢調査および2024年推計）

自治体名	総人口 (2020年)	総人口 (2024年)	人口増減率 (2020-24年)	高齢化率 (2024年)	生産年齢人口比率 (2024年)	年少人口比率 (2024年)
五城目町	8,538	7,559	-11.5%	50.6%	42.9%	6.5%
八郎潟町	5,583	5,134	-8.0%	47.4%	45.8%	6.8%
井川町	4,566	4,151	-9.1%	46.1%	47.2%	6.7%
秋田県	959,502	896,225	-6.6%	40.7%	50.6%	8.7%

出典：・総務省統計局「国勢調査」（2020年） ・秋田県「2024年 秋田県の人口」

・厚生労働省「人口動態調査」 ・総務省「住民基本台帳人口移動報告」

上記4つの資料に基づき作成。

②内部経済構造の脆弱化

3町とも秋田市をはじめとする町外への通勤・通学等の流出者が多く、特に八郎潟町では昼夜間人口比率は82.1%（2010年）と、地域内経済の「空洞化」が顕著である。

このような「ベッドタウン」モデルは、地域内での税収や消費拡大が見込みにくく、地域経済構造の自立性が低いという脆弱性を露呈している。

管内商工業者数も2005年比で28.8%減少しており、特に地域の生活を支える小売業の減少幅が大きく、経済基盤の縮小が続いている。

③これらを踏まえた3町の取組

【五城目町】

五城目町の「総合発展計画（令和4～13年度）」では、町の将来像を『ひとが輝き、まちが輝き、そして未来が輝く五城目』と定め、「五城目らしさ」の追求、協働と自立を基調としたまちづくりを基本理念に掲げている。

この理念のもと、廃校をリノベーションした地域活性化支援センター（通称：「BABAMEBASE」）では2022年までに38社の企業の入居を受け入れている。また、530年以上の歴史をもつ「五城目朝市」では月2回程度、極めて低い出店料で誰でも出店できる「ごじょうめ朝市 plus+」を併設し、起業挑戦の場を提供するとともに、にぎわい創出につなげている。

これらの取組に代表するように、五城目町では外部のクリエイティブ人材や起業家の誘致による交流人口・関係人口の創出に取り組んでいる。

【八郎潟町】

「第6次八郎潟町総合計画（平成28～令和7年度）」では、まちの将来像を「人と地域が輝く心豊かな協働のまち」と定めている。この計画の中で、町では深刻な人口減少と、通勤者に依存する構造的課題を認識し、その打開策を模索している。

その中でも、八郎潟町は秋田県三大盆踊りである「一日市盆踊り」と秋田県無形民俗文化財である「願人踊り」を有しており、そのどちらもが町の中心部にある「一日市商店街」を会場として開催されていることから、この商店街の維持を目的とした各種施策を展開している。

【井川町】

「第5次井川町総合振興計画（令和3～12年度）」では、基本理念を『豊かに咲き誇る 笑顔で心が弾むまち』と掲げ、町の既存の強みをさらに伸ばすことに重点を置いた計画となっている。

具体的には、「農林業の振興」「保健・福祉の充実」「教育・文化の振興」が三つの大きな柱であり、一次産業を強化し、内部所得を向上させて保健・福祉・教育環境を充実させ、住民の生活の質向上を目指すという保守的かつ内向きなものである。

また、「日本国花苑」は観光面で高い集客力を有しているが、域内事業者への波及効果はそれほど高くない。

一方、2025年4月に町が100%出資した「株式会社イカワプラス」を立ち上げ、農産物の域外への販売、特産品の開発、ふるさと納税の充実という外貨獲得へ取り組み始めたことは、域内事業者にとって一つのチャンスとなっている。

④これまでの商工会の取組

3町の行政区はそのままであるが、商工会は3町が合併したことを契機に「3町のスケールメリットを活かして」「相乗効果を発揮して」という視点での事業を実施してきた。しかしながら、3町がそれぞれ求める町の姿がある中で、一様に同じ目線での事業実施は相容れないものがあるとこれまでの取組で実感してきた。

そのため、本計画では3町の方角性を基軸とし、3町の想いを実現させつつ、時には連携も図りながら地域内経済の維持発展に寄与するための事業を展開していく必要がある。

（2）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

前述の3町の取組は、地域経済の担い手である小規模事業者が、持続的に存在しなければ成立しない。そのため、3町の取組を地域経済の現場で実行支援していくことを担保し、且つ、小規模企業振興基本計画（第Ⅲ期）が掲げる「稼ぐ力」の向上、経営の自走化、人材の育成・確保といった基本原則を、3町の地域特性に沿って最適化し、小規模事業者が減少する中でも地域経済の「機能」を維持・成長させることを目指して、次の3つの戦略に基づいた支援を展開する。

【戦略1】経営の自走化を実現する経営基盤の強靱化

地域内の多くの事業者が直面している内面的な課題、人手不足や後継者問題、価格転嫁対策などについて、事業者が自社の課題を明確に把握し、対策を検討し、PDCAによって改善していくというフローを自立して実行できるよう支援する。

また、地域経済動向について毎年調査・分析を行って事業者へ情報提供することで、域内ニーズを把握したうえでの事業計画策定につなげ、より実効性の高いものへと導く。

【戦略2】事業者の稼ぐ力を向上させる新たな付加価値の創出

五城目町では新たな価値を創造しようとする意欲の高い外部からの流入人材を、八郎潟町では商店街への流入人口を増やしたいという意欲の高い事業者を、井川町では株式会社イカワプラスとともに外貨獲得に取り組もうとする事業者をそれぞれメインターゲットとし、域外への販路拡大を集中的に支援する。

その手段として、東北・首都圏・オンラインでの商談会を積極的に活用するとともに、その際に得られた情報をもとに、既存商品のブラッシュアップ、新商品開発など新たな付加価値の創出につなげる。

【戦略3】 地域資源や伝統芸能を核とした観光人口の増加

3町の観光資源、伝統芸能を核とした来町人口の増加に取り組む。

そのためには、各地域の地域ブランドを明確にし、外部へ発信することで3町の認知度を向上させる。また、季節的に連携が可能なものについては、地域ブランドの相乗効果という新たな視点からの連携策を提案し、さらなる観光人口の増加につなげる。

(3) 経営発達支援事業の目標

本計画の5年間の実施期間において、各戦略の目標を次のとおり設定する。

【戦略1】 経営の自走化を実現する経営基盤の強靱化

目的：本計画の実行により、小規模事業者の持続的発展を実現できたかを具体的に図る指標とするため。

KGI：本計画により支援した事業者の5年後生存率90%

※分析から計画策定、フォローアップまでの一貫した支援で経営者のリテラシーを向上させ、経営の自走化を実現させることで達成を見込む。また、職員間で情報共有を密にし、チームでの進捗管理により多角的なフォローを実施、達成の確実性を高める。

KPI：地域経済動向調査を年100者に実施、年1回以上公表

個別経営分析を年80者に実施、年40者に対して事業計画策定支援へステップアップ
前年の策定支援者を対象としたフォローアップを1者2回以上実施

専門家派遣等を活用した計画の見直し、軌道修正を年5件実施

経営分析セミナーを年1回開催

創業・第二創業に係る計画策定支援を年5件実施

事業承継に係る計画策定支援を年5件実施

BCP等災害対策を盛り込んだ計画策定支援を年30件実施

職員の資質向上に向けた研修等へ年20回参加

事務所内支援スキルの平準化に向けた組織内研修年12回開催

【戦略2】 事業者の稼ぐ力を向上させる新たな付加価値の創出

目的：本計画の実行により、小規模事業者の稼ぐ力、新たな付加価値創出をどれだけ実現できたかを具体的に図る指標とするため。

KGI：新たな付加価値創出企業、5年間で延べ10社以上

※商談会等への出展事業者を核とし、需要動向調査によるニーズの吸収、バイヤーからのアドバイス、他の出展事業者との連携等を反映させた新たな付加価値の創出を支援することで達成を見込む。また、進捗管理は事業評価委員会にて行い、検証と改善を繰り返して確実な達成を実現させる。

K P I : 商談会等での需要動向調査を年 1 回実施、対象事業者 4 者
地域イベント等での需要動向調査を年 1 回実施
販路拡大セミナーを年 2 回実施
商談会等への出展支援を年 2 回実施、対象事業者 4 者以上、新規取引成立 1 者 2 件
地域ブランド商品を 3 件以上創出

【戦略 3】 地域資源や伝統芸能を核とした観光人口の増加

目 的 : 本計画の実行により、地域ブランドがどれだけ波及し、観光人口の増加につながったのかを具体的に図る指標とするため。

K G I : 本計画により、5 年間で観光人口 10% 増加

※ 3 町の魅力を余すことなく訴求するため、行政を巻き込んだ新たな観光事業の提案を行うとともに、地域ブランド商品のお土産化を実現させることで新たな魅力を提案、地域内での経済循環を実現することで達成を見込む。また、3 町が委員を務める事業評価委員会で進捗管理を行い、3 町の意見を取り込みながら検証と改善を繰り返して確実な達成へつなげる。

K P I : 地域イベント等での需要動向調査を年 1 回実施
創出した地域ブランド商品のお土産化実現
行政を巻き込んだ新たな観光事業を年 1 件提案

経営発達支援事業の内容及び実施期間

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8年4月1日 ～ 令和13年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

3町の目指す町のあり方、それを実現可能とする地域内小規模事業者が、活力をもって経営継続していくためには、事業者自身が課題を認識し、納得したうえで改善に向かおうとする力を引き出す必要があり、そのために「経営力再構築伴走支援モデル」を基軸として各種取組を設計する。

【戦略1】経営の自走化を実現する経営基盤の強靱化

達成方針1：自社の現状を客観的明確化

WEBアンケートの活用により経済動向調査を毎年度100者に対して行い、地域内ニーズを把握するとともに、モニタリングサービスによる分析で自社の現状を見える化し、自社のベクトルを決定させる。

達成方針2：ステップアップとしての「稼ぐ力」を計画として具体化

自社のベクトルが定まった事業者に対し、事業計画書として具体的な計画に落とし込む支援を毎年度40件実施する。その際、職員個々の得意分野を持ち寄り、チーム支援による効果の最大化を目指す。

達成方針3：PDCAによる自走化を実現

自社を取り巻く内面的な課題に対し、課題の設定、対策の検討、実行、検証というPDCAサイクルを自在に活用できる、経営者リテラシーの高い事業者を毎年度40件輩出する。

【戦略2】事業者の稼ぐ力を向上させる新たな付加価値の創出

達成方針1：3町の目指す姿を実現する事業者の掘り起こし

五城目町では新たな価値を創造しようとする意欲の高い外部からの流入人材、八郎潟町では商店街への流入人口を増やしたいという意欲の高い事業者、井川町では株式会社イカワプラスとともに外貨獲得に取り組む事業者、というような3町の方向性に合致した事業者を戦略1の支援の過程で掘り起こす。年間4者以上。

達成方針2：実現可能な「稼ぐ力」の具体化

自社の経営資源やアイデアを検証しながら、実現可能な「稼ぐ力」を洗い出し、事業計画として具体化させ、域外への販路拡大チャレンジへ年間4者以上を導く。

達成方針3：域外チャレンジを通じての新たな付加価値の創出

東北・首都圏・オンラインでの商談会を積極的に活用するとともに、その際に得られた情報をもとに、既存商品のブラッシュアップ、新商品開発など新たな付加価値の創出につなげる。5年間で延べ10者以上。

【戦略3】 地域資源や伝統芸能を核とした観光人口の増加

達成方針1：積極的な「外の声」収集による観光資源の再構築

3町それぞれの観光イベント等への来場者を対象としたアンケート調査を年1回以上実施、町外から何を求めて来町するのかを明確化し、3町が有する観光資源の再構築につなげる。

達成方針2：地域ブランドの明確化

地域ブランドとして設定可能な観光資源を選定し、まずは町内向けに披露して町民から賛同を得たうえで地域ブランドとして売り出していくための仕組みを構築する。5年間で3町それぞれ1件のブランド化を目指す。

達成方針3：地域ブランド力向上による来町促進

新たな地域ブランドとして域外へPRすることで、更なる来町者の促進につなげる。5年間で観光人口10%増につなげる。

I. 経営発達支援事業の内容

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

3町においても、人口減少、担い手不足、高齢化の進行等秋田県が抱える各種課題の深刻化が顕著である。また、3町のそれぞれの総合計画において、町の方向性や目指す姿が異なることから、3町それぞれの現状を把握し、地域内ニーズを踏まえた商工会としての支援策を検討していく必要がある。

そのため、地域ごとの現状を明らかにするとともに、その推移を分析して支援策のPDCAにつなげ、地域とのつながりをより強化していくための経済動向調査を実施する。

(2) 目標

	現行	R 8	R 9	R 1 0	R 1 1	R 1 2
① 調査対象事業者数	3 6 7 者	1 0 0 者	1 0 0 者	1 0 0 者	1 0 0 者	1 0 0 者
② 経済動向分析の公表回数	1 回	1 回以上				

※現行は令和3年度に1回のみ実施したもの

(3) 事業内容

① 経済動向調査の実施

3町小規模事業者の現状、課題、意向、将来展望等をはじめ、経営分析に必要となる情報を収集し、集約・分析を行う。分析結果は各種支援施策の立案、行政への意見具申を含めた商工会の各種事業実施に活用する。

【調査対象】 3町内小規模事業者（令和7年11月末現在567者）から、毎年100者程度を抽出（五城目町50者、八郎潟町30者、井川町20者を目安とする）

【調査項目】 現状（景況感）、経営課題、市場の動向とターゲット、販路拡大・付加価値創出意向、事業承継意向、ICT化の現状、交流人口増加、行政・支援機関への要望 等

【調査手法】 Microsoft Formsにて調査票を作成のうえ、原則WEB回答。

（PC、スマートフォン、タブレットの各媒体で回答可能なフォーマットを作成）

【分析手法】 経営指導員が中心となり、町別、業種別、項目別等の整理・分析・DI算出を行うとともに、必要に応じて外部専門家の活用を検討・実施する。

(4) 成果の活用

①分析した調査結果については、天気図形式で分かりやすく表現することとし、本会ホームページで年1回以上公表する。また、必要に応じて会報や広報誌等にも掲載し、小規模事業者が管内経済動向に注目・関心を持ち、自社の「稼ぐ力」の醸成に役立つよう訴求する。なお、2年目以降については、前期比較の掲載を含め、内容の充実を図る。

②調査結果をもとに、事業者支援施策の充実を図るとともに、3町行政等に対する施策立案等の意見具申に活用、商工会と地域住民とのつながりをさらに強固なものとする。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

前回の計画期間中において、東北への販路拡大を目指すビジネスマッチ東北、首都圏への販路拡大を目指すグルメショーへの出展を行い、バイヤーに対して需要動向調査を行った。本調査では、バイヤーニーズや地域商材の販路拡大に繋がるヒントを得ることができたため、本計画においても調査内容のブラッシュアップを図り、新商品開発および既存商品の取引拡大につなげる。

一方、町内で開催されるイベント来場者など消費者への調査が十分ではないため、消費者向け需要動向調査も実施し、バイヤー・消費者双方の目線を取り入れた需要動向調査を実施する。

(2) 目標

	現行	R 8	R 9	R 1 0	R 1 1	R 1 2
①需要動向調査回数	2回	2回	2回	2回	2回	2回
②調査対象事業者数	6者	4者	4者	4者	4者	4者
③付加価値創出事業者数（新商品開発含む）	—	—	1者	1者	1者	2者

※回数2回の内訳は、町内イベント等（域内）1回、展示・商談会等（域外）1回

※現行は域外商談会等で2回行っていたため、対象事業者数を6者と設定していた。

(3) 事業内容

展示・商談会等地域外の販路開拓や顧客獲得を目指す場において、バイヤーに対する需要動向調査（マクロ的需要動向調査）と、地域内で開催される地域イベント・行事等の来場者に対する需要動向調査（ミクロ的需要動向調査）の2種類の方法で実施する。

①マクロ的需要動向調査

【調査対象】 展示・商談会来場バイヤー

【調査項目】 来場のきっかけ、目的、業種、取扱商品（サービス）特性、展示品評価、改良点、顧客属性 等

②ミクロ的需要動向調査

【調査対象】 地域イベント・行事等来場者

【調査項目】 来場のきっかけ、居住地、購入商品評価、購入時に重視する点、3町の認知度、改良点、商品ニーズ 等

③マクロ・ミクロ共通

【調査手法】 Microsoft Formsにて調査票を作成のうえ、原則WEB回答。

（PC、スマートフォン、タブレットの各媒体で回答可能なフォーマットを作成）

【分析手法】 経営指導員が中心となり、項目別等の整理・分析を行うとともに、必要に応じて外部専門家の活用を検討・実施する。

(4) 成果の活用

①マクロ的需要動向調査

- ・分析した結果を調査対象事業者にフィードバックし、既存商品のブラッシュアップや新商品の開発、販路拡大へのヒントとして提案、事業計画作成や専門家派遣による実行支援につなげる。
- ・新たに域外への販路拡大、新商品開発や新事業展開等を目指す事業者に対し、バイヤーニーズや顧客ニーズ把握資料の一環として提供する。

②ミクロ的需要動向調査

- ・イベント等の来場者が、当地域へ求めるニーズを把握し、域内の小規模事業者へ広く発信していくことで、来町者の満足度向上へつなげ、更なる交流人口の拡大を図る。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

本会では、これまで小規模事業者の財務状況を定期的に分析し、その結果と推移を可視化できる資料として提供してきたが、その資料をもとに事業計画策定へ結びつけることは、補助金活用等限定的な場面でしかなかった。本計画では、小規模事業者が自社の財務状況を把握するだけでなく、その改善に向けた事業計画策定までのステップアップを支援し、経営者としてのリテラシー向上、経営の自走化へつなげる

(2) 目標

	現行	R 8	R 9	R 1 0	R 1 1	R 1 2
①個別経営分析 (財務+非財務)	80者	80者	80者	80者	80者	80者
②経営分析セミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

①「経営状況分析チーム支援」体制の構築による財務+非財務分析の標準化

財務分析を基に、事業者自身が事業計画策定までステップアップできるよう、経営指導員と経営支援員がそれぞれ得意分野のアドバイスを提供するチーム支援体制を構築し、経営の自走化、経営者としてのリテラシー向上につなげる。

【実施対象】 3町小規模事業者の中から、経営継続に意欲的な事業者を毎年80者選出する

【実施内容】 経営支援員が記帳システム「MA1」を活用して財務分析を実施、その内容を経営指導員と共有し、その情報をもとにローカルベンチマーク等の非財務分析手法を提案、対象事業者の経営の自走化へつなげる。

②経営分析セミナーの開催

上記チーム支援に加え、専門家による分析手法も提案させることで事業者の取捨選択の幅を広げ、更なる経営者リテラシーの向上につなげる。

【実施対象】 前項分析対象者を基軸に、経営自走化へ向けた取り組みに積極的な事業者

【実施内容】半期の財務分析が終わったタイミングで年1回開催する。SWOTや3Cなどのフレームワークを中心とした経営分析ツールを紹介し、事業者が自社の状況に合わせて取捨選択できるよう幅広く提案する。

(4) 分析結果の活用

①小規模事業者支援への活用

財務分析結果を基に、職員によるチーム支援、専門家によるセミナーを通じて事業計画策定へのステップアップを提案し、小規模事業者の経営の自走化、経営者リテラシーの強化につなげる。

②内部での活用

財務分析の結果及びチーム支援による提案内容を職員会議等で共有し、事例として内部にストックしていくことで、職員の支援スキル向上につなげる。

③地域経済・政策連携への活用

財務分析の結果から、地域の小規模事業者が抱える課題の傾向を把握し、地域経済動向調査や需要動向調査の結果と合わせて、商工会としての支援施策策定の参考資料とする

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

「5. 経営状況の分析に関すること」で把握した自社の強みや経営課題を、売上・利益の向上や生産性向上といった「稼ぐ力」の具体的な計画に結びつけられていない事業者が少なくない。

また、経営者の頭の中にはビジョンや将来像があっても、それが文章として言語化された事業計画の形になっておらず、補助金活用、融資、創業、事業承継、人手不足対応、賃上げ対応、BCP等への対応といった個別の課題が、経営全体の戦略の中で整理されていない事業者も多い。

加えて、人口減少と経営者の高齢化により、後継者不在や廃業の顕在化が進む一方、新規創業・第二創業が十分に増えておらず、地域経済の新陳代謝を円滑に進めるための計画的な支援が求められている。

(2) 支援に対する考え方

経営状況の分析結果を踏まえ、経営者との対話を通じてビジョンや将来像を「見える化」し、実行可能な事業計画として文字化するプロセスを重視する。その際、補助金申請や融資利用のみを目的とした計画策定にとどまらず、①人手不足・賃上げ環境に対応した省力化投資・生産性向上、②物価高や賃上げ原資の確保を見据えた収益構造の見直し、③災害・感染症等を踏まえた事業継続力の強化、④創業・第二創業・事業承継を通じた地域の新陳代謝の円滑化、といった経営課題解決に向けた具体的な対策を計画に組み込む。

計画策定のプロセス自体を、経営者の経営リテラシー向上の場と位置付け、財務分析や経営状況分析の結果と連動させながら、商工会職員と専門家がチームで伴走支援を行うことで、事業者自身が「実行できる」計画づくりとして推進する。

(3) 目標

	現行	R 8	R 9	R 1 0	R 1 1	R 1 2
① 事業計画策定支援 (補助金活用・融資・ 経営改善計画等含む)	3 2 件	4 0 件	4 0 件	4 0 件	4 0 件	4 0 件
②創業・第二創業に係 る事業計画策定支援	5 件	5 件	5 件	5 件	5 件	5 件
③事業承継に係る計画 策定支援件数	5 件	5 件	5 件	5 件	5 件	5 件
④BCP等、災害等へ の対応を盛り込んだ計 画策定件数	—	3 0 件	3 0 件	3 0 件	3 0 件	3 0 件

(4) 事業内容

① 事業計画策定個別支援

財務分析やローカルベンチマーク等による分析結果を踏まえ、経営者との対話を通じてビジョンや将来像を整理し、「経営者の頭の中にある考え」を文章として言語化した事業計画に落とし込む。

売上・利益率・生産性向上、人手不足・賃上げ対応、価格転嫁、設備投資・省力化投資、DX(デジタル化)、BCP・事業継続力強化、新事業展開・第二創業、事業承継・廃業等のテーマを、経営全体の戦略の中で整理し、一体的な計画として位置付ける。

経営デザインシート、事業継続力強化計画策定ツール、各種補助金申請様式等を活用し、経営者自らが「自社の言葉」で記載できるよう支援することで、経営者のリテラシー向上を図る。

② 創業・第二創業・事業承継に係る計画策定支援

ビジネスモデル、ターゲット市場、収支計画、資金計画、人材計画、BCP等を含めた創業計画・第二創業計画・事業承継計画の策定を支援する。

事業承継・引継ぎ支援センター、金融機関、行政等と連携し、M&Aや第三者承継、段階的縮小・廃業を含めた最適な選択肢を検討できるよう伴走することで、地域経済の新陳代謝の円滑化を図る。

③ BCP・事業継続力強化計画等の策定支援

国の「事業継続力強化計画」制度等の活用を前提に、自然災害や感染症等の想定、重要業務・優先業務の特定、代替手段の検討、人員・設備・在庫等の確保方針、緊急時の指揮命令系統等を整理した計画の策定を支援する。

BCP・事業継続力強化計画と連動させて、省力化投資・設備更新・デジタル化等の投資計画を策定し、補助金・融資制度の活用を提案することで、災害対応と生産性向上・賃上げ原資確保を両立させる。

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

策定した事業計画が、補助金申請や金融機関への説明資料にとどまり、実際の経営現場での実行と検証に十分結びついていない事業者も見受けられる。計画の進捗や外部環境の変化を踏まえた見直しが行われないうまま時間が経過し、成果を生み出さない計画となってしまうことが問題である。

また、人手不足・賃上げ・物価高騰・災害リスクなど、経営環境が大きく変化する中で、計画どおりに進まない場合に自らPDCAサイクルを回して軌道修正できる経営者はまだ多くなく、伴走型のフォローアップを通じて経営の自走化を促す必要がある。

(2) 支援に対する考え方

事業計画策定後は、巡回指導や個別相談、オンライン面談等を通じて、計画の進捗状況や経営指標の変化を定期的に確認し、PDCAサイクルの定着による経営の自走化を図る。

計画と実績の乖離が生じた場合には、県連合会や専門家派遣による第三者視点も活用し、原因分析と対応策の検討を支援することで、早期の軌道修正につなげる。

あわせて、人手不足・賃上げ・災害等への対応や事業継続力の強化に関しては、業務フローの改善、省力化投資やデジタル技術の導入など、新たな事業展開・働き方の再設計に踏み込んだ提案を行う。こうしたフォローアップを通じて、経営者が自ら課題を見つけ、計画を修正していけるよう、経営者リテラシーの向上と自走化をめざす。

(3) 目標

	現行	R 8	R 9	R 1 0	R 1 1	R 1 2
① 事業計画策定後のフォローアップ対象事業者数	3 2 者	3 2 者	4 0 者	4 0 者	4 0 者	4 0 者
② フォローアップ支援回数	—	6 4 回	8 0 回	8 0 回	8 0 回	8 0 回
③ 専門家派遣等を活用した計画の見直し・軌道修正支援件数	—	5 件	5 件	5 件	5 件	5 件

(4) 事業内容

① 事業計画の進捗フォローアップとPDCA定着支援

巡回指導、窓口相談、オンライン面談等を通じて、計画の取組状況等を定期的に確認する。

計画（Plan）と実行（Do）の乖離が生じている場合には、その要因を整理し、改善策（Check・Action）を経営者とともに検討することで、PDCAサイクルの定着を図る。

② 計画見直し・軌道修正支援

計画と実績の乖離要因を整理し、事業戦略・人材戦略・資金計画等の観点から、事業計画の改善や実行手順の見直しを支援する。

県連合会や専門家の第三者視点を活用し、高度な経営改善や組織再編、経営戦略見直し等が必要なケースについては、チーム支援により早期の軌道修正につなげる。

③自走化・リテラシー向上のための事例共有

計画実行・改善の好事例や、賃上げ実現等各種経営課題への取組事例を商工会内に蓄積し、職員間で共有することでフォローアップの平準化につなげる。また、事業者にも共有することで経営者のリテラシー向上と自走化につなげる。

8. 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

3町地域内では、人口減少・担い手不足が深刻化しており、域内における需要の開拓・新規取引先の獲得は限界を迎えている。地域の維持及び発展には、域外における需要や売上の獲得が急務であり、ひいては当地域の活性化につながるととらえ、多数の域外バイヤーが集まる展示会等に焦点を当て東北地域および首都圏への展示・商談会を中心に需要開拓を実施している。

特に、東北への需要開拓を目指すビジネスマッチ東北、首都圏への需要開拓を目指すグルメショーへの出展支援を行い、域内小規模事業者の需要開拓支援を実施している。継続出展によるバイヤーからの認知度向上、事業者の展示・交渉スキルの向上による商談成約件数の増加など一定の成果を挙げた半面、出展者が固定化されてしまうといった課題もあることから、継続出展のメリット・デメリットをふまえ、域外需要開拓手法を模索する必要がある。

また、地域特産品を用いた地域ブランドの創出が急務となっているが、従来の需要開拓手法のみでは創出が困難であり、新たな手法を模索する必要がある。

併せて、需要開拓の一環として外部講師を招いたセミナーを実施している。セミナー内容の実践により展示会等出展時の成果拡大が期待できる内容となっているが、参加率向上に課題が残ることから、開催手法を含めた改良が必要となっている。

(2) 支援に対する考え方

3町小規模事業者の需要拡大意向や、経済動向調査・需要動向調査の分析結果に基づき、最適な販路拡大手法や販売会・展示会・商談会などの選定を行う必要がある。また、個社の実情（生産規模、企業の成長段階、需要開拓希望商品の完成度合等）に応じた個別具体的な支援が必要となる。

当会では、従前まで商工会単独での展示・商談会出展を実施してきたが、令和7年度のグルメショー出展において、複数商工会連携での出展を実施した。予算が限られる中においても、スケールメリットを活かしたブース配置が可能であること、出展者同士の商品コラボレーションによる新商品・セット商品の作成および訴求が可能であること、秋田県全体をPRすることでバイヤーへの認知度向上効果が図られること、等いくつものメリットが存在することから、今後の展示・商談会出展においても他商工会との連携および情報共有を重視したい。

(3) 目標

	現行	R 8	R 9	R 1 0	R 1 1	R 1 2
①販路拡大セミナー開催回数	2回	2回	2回	2回	2回	2回
②商談会等出展回数（オンライン含む）	2回	2回	2回	2回	2回	2回
③商談会等出展事業者数（オンライン含む）	4者	4者	4者	4者	4者	4者
④商談会等新規取引成約件数	6件	8件	8件	8件	8件	8件
⑤地域ブランド商品創出件数	—	—	—	1件	1件	1件

(4) 事業内容

①販路拡大セミナーの開催

販路開拓や新商品の開発・展開を目指す事業者であり、特に域外販売会・展示会・商談会出展を目指す事業者をメインターゲットとし、販路拡大セミナーを開催する。

【対象】域外への販路拡大に積極的な小規模事業者

【内容】商品開発、展示会のポイント、商談手法、地域ブランド開発、効果的ツール等

【実施手法】講師を招聘しての実開催を主軸とする。併せて、当日来場できない方へのオンライン配信および期間限定のアーカイブ配信も実施し、参加率向上を図る。

②販売会・展示会・商談会等への出展支援

域外への販路拡大を積極的に推し進める事業者に対し、各種販売会・展示会・商談会等への出展を支援する。具体的には、出展希望事業者の商品・サービスや希望販路に合わせた展示会等の紹介、展示会特性に合わせた商品開発・改良に係る職員並びに専門家の重点サポート、出展費や経費の一部助成および資金繰り等の相談・支援、展示会成果獲得に係る個別相談・支援ツールの作成、アフターフォロー及び成果確認追跡調査等を実施する。

【対象】域外への販路拡大に積極的な小規模事業者

【内容】展示会紹介、商品開発・改良支援、経費助成・資金繰り相談、個別相談・支援ツールの作成・提供、アフターフォロー等

【実施手法】職員及び専門家が一体となり、事業者および出展する展示会等特性に合わせた成果創出に繋がる各種支援を実施。

【出展および情報収集を想定する販売会・展示会・商談会等】

事業者の業種・規模・成熟段階等を考慮し、過去に出展し、ノウハウを確立している展示会等のみならず、出展ジャンルの多寡、展示会そのものの規模についても枠を広げて活用を検討する。また、秋田県の商材が比較的少ない中部地方以西の展示会等にも事業者の意向等をふまえて出展や情報収集を検討する。

(ア) ビジネスマッチ東北（11月開催：宮城県仙台市）

（一社）東北ニュービジネス協議会主催の展示会であり、例年11月に宮城県仙台市の夢メッセみやぎを会場に開催されている。（来場者数：6,300名程度）

本展示会の特徴としては、次の点が挙げられる。

- ・主催者が招聘する東北内外の有力バイヤーをはじめ、幅広い地域から来場者が集まる東北地方最大級のビジネス展示・商談会である。
- ・東北に特化した展示・商談会であり、町内事業者と比較的近い事業規模の事業者出展が多く、バイヤーも規模感や地方の特性を認知しているため、首都圏展示会と比較し商談成立の可能性が高い。
- ・首都圏展示会と比較し、より身近な事業者のブランディングの事例やバイヤーからの声を収集することが出来る。
- ・情報、食と農、電気・機械、観光など、様々なジャンルの出展に対応していることから、当会小規模事業者を広く対象とし出展等支援することが可能である。
- ・展示会が1日とコンパクトであり、移動距離も首都圏の半分以下となるため、町内小規模事業者の参加ハードルが首都圏展示会と比べて低い。

(イ) グルメショー（「秋」9月、「春」2月開催：東京都江東区）

（株）ビジネスガイド社主催の展示会であり、例年9月および2月に東京都江東区の東京ビッグサイトを会場に開催されている。（来場者数：3日間合計36,000名程度）

本展示会の特徴としては、次の点が挙げられる。

- ・品質志向・ライフスタイル提案・贈答を目的としたバイヤーが多数来場する大型展示商談会であり、全国各地の小売業をはじめ卸・商社、中食、外食、海外などのバイヤーとの商談が見込まれる。
- ・事業者単独の商品のみならず、県内他商工会とのコラボ商品やサンプル品に係るテストマーケティングが可能である。
- ・管内小規模事業者の商品・生産力を鑑み、大量生産、大量受注に係る商談ではなく、地域の産品をギフト化し、小ロットでも受注獲得が可能な展示会となっている。
- ・全国商工会連合会が後援団体となっており、主催の（株）ビジネスガイド社においても商工会および商工会事業への理解をいただいていることから、手厚い支援をいただきながら出展できる。
- ・本会でもこれまで複数回にわたる出展実績があることで、バイヤーからも「秋田県湖東3町商工会」を認知いただいております、地場産品の新たな販路開拓やビジネスチャンスにつながる場として有効である。
- ・東京インターナショナルギフトショー（来場者数：3日間合計143,000名程度）と同時開催されており、ギフトショーからの誘客も見込まれる

(ウ) FOOD STYLE JAPAN <関西>（1月開催：大阪府大阪市）

FOOD STYLE JAPAN <関西> 実行委員会主催の展示会であり、例年1月に大阪府大阪市のインテックス大阪を会場に開催されている。（来場者数：2日間合計23,800名程度）

本展示会の特徴としては、次の点が挙げられる。

- ・ 外食・中食・小売り業界を網羅する関西最大級の食の商談展示会であること。
- ・ 2025年1月の開催で17回目を迎えており、47都道府県から952社と過去最大の出展者数となっている。
- ・ ”食”に関わる全ての方の課題解決や新たなビジネスチャンスのための商談・情報交換の場として開催されている。

(エ) ジャパンホームショー&ビルディングショー（11月開催：東京都江東区）

（一社）日本能率協会主催の展示会であり、例年11月に東京都江東区の東京ビッグサイトを会場に開催されている。（来場者数：3日間合計39,500名程度）

本展示会の特徴としては、次の点が挙げられる。

- ・ 建材やインテリア製品、構造材・部材、設備、サービスなど住宅から商業施設、まちづくりにおける建築に関する幅広い製品が出展する日本最大級の商談展示会であること。
- ・ 1979年に住宅設備展としてスタートし、2025年11月で47年目を迎えた歴史ある展示会。
- ・ 建築+インテリアWEEKと題し、本展示会開催と併せ、JAPANTEX（日本最大級のインテリア国際見本市）、アジアファニッシングフェア（国際家具インテリア見本市）が同時開催されており、ワンストップでインテリア関係製品企業と出会える仕組みが構築されている。

(オ) 燕三条トレードショウ（9月開催：新潟県三条市）

燕商工会議所および三条商工会議所主催の見本市であり、例年9月に三条市の燕三条地場産業振興センターを会場に開催されている。（来場者数：2日間合計2,040名程度）

本展示会の特徴としては、次の点が挙げられる。

- ・ 80社以上、400品を超える企業・商品が出展する北信越エリア最大級の見本市となっている。
- ・ 地場産品であるスプーン・フォーク・包丁をはじめとした日用品や工具、半導体や液晶を製造する装置部品や自動車部品の金型などの精密部品といった、地域の産品の魅力があふれる見本市となっている。
- ・ リアル開催、オンライン開催のハイブリット方式で開催されている。

(カ) 兵庫小野職人商談会（1月開催：兵庫県小野市）

小野商工会議所主催の商談会であり、展示会に出展するのではなく、バイヤーに現地に来てもらうといった新たな目線で開催している商談会となっている。小野市の小野市伝統産業会館を会場に開催されている。

本展示会の特徴としては、次の点が挙げられる。

- ・ 産地の職人と直接話しながら商談することができる。
- ・ 地場産品であるはさみ、鎌、算盤、園芸用品、木材染加工、オーダー家具の職人が会場に常駐している。
- ・ 仕入れ買付けなどの商談、可能性を探る情報交換、製品や業界情報収集、オリジナル商品開発の相談、商談のためアポ取りや確認、サンプル購入など様々なオーダーに対応可能。

(キ) あきた県産食材マッチング商談会（7月開催：秋田県秋田市）

秋田県主催の商談会であり、例年7月に秋田市の秋田テルサを会場に開催されている。（来場者数：500名程度。うちバイヤー260名、行政・支援機関80名）

本展示会の特徴としては、次の点が挙げられる。

- ・県産食材9ジャンル（米・米加工品、青果、水産加工品、畜産・畜産加工品、総菜、発酵食品・調味料、麺類、菓子スイーツ、酒類）に100社を超える出展者が参加。
- ・うち30社以上は新規あるいは3年以上出展のなかった食品事業者が参加しており、目新しさがある。

(ク) ニッポン全国物産展（6月、11月開催：東京都江東区）

全国商工会連合会主催の物産展であり、例年11月に東京都の池袋サンシャインシティを会場に開催されている。（来場者数：3日間合計85,000名程度）

本物産展の特徴としては、次の点が挙げられる。

- ・47都道府県の200事業者以上が出展し、ご当地フードや昔ながらの名産品、物販商品などを紹介する日本最大級の物産展。
- ・日本最大級となる飲食スペース1,000席以上を設置。出来立てのご当地フードがその場で食べられる、“日本最大級のフードコートを用意した圧倒的スケールの物産展”。
- ・「ご当地フードコート」「ご当地物販コーナー」「スイーツセレクト」「酒ズキ横丁」「ご当地ドリンクスタンド」「キッズコーナー」など様々な企画が催されている。

(ケ) “日本の食品”輸出EXPO（11月開催：東京都豊島区）

RX Japan株式会社主催の展示会であり、例年6月とおよび2月に東京都江東区の東京ビッグサイトを会場に開催されている。（来場者数：3日間合計13,760名程度）

本物産展の特徴としては、次の点が挙げられる。

- ・畜産物・水産物から、飲料・調味料・加工食品まで、世界に誇る“日本の食品”が一堂に出展し、60ヶ国の海外バイヤー・国内の輸出商などが来場。
- ・日本にいながら海外バイヤーと直接商談できる、海外の販路開拓のための展示会。
- ・2024年から11月の開催も加わり、年2回の開催となっている。
- ・同時開催として、食品物流〔輸出・輸入・国内物流〕に特化した専門展示会「国際食品物流EXPO」、日本国内の販路開拓向けの展示会「JFEX（ジェイフェックス）国際食品・飲料商談Week」が開催されており、幅広い商談・販路開拓を模索することが可能。

③地域ブランド商品創出

3町小規模事業者が製造する商品のうち、3町それぞれの特色を活かした商品を地域ブランド商品として選定し、地域を代表する商品として域内及び域外への認知度向上を図ることで、3町の広告塔としての地位を確立させる。

【対象】 3町内で製造され、地域の特色を活かした商品（各町1つずつ）

【内容】 商品開発（改良含む）支援、ブランド化に係る計画の立案商談手法、テストマーケティング、展示会等の活用促進、販路拡大に係る方策検討

【実施手法】 行政と商工会が一体となったプロジェクトチームを創設し、年1回以上ブランド化に向けた会議を開催する。

会議では、各町のブランド化対象商品の選定、ブランド化に向けたロードマップの作成、予算積算及び要望、進捗確認を実施。

ブランドについては3町統一のもの（湖東ブランド（仮）など）を基軸としつつ、3町それぞれでも広告塔として活用できるよう柔軟な体制を構築する。

9. 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

本会では内部に事業評価委員会を設置し、事業実施状況やその成果について、事業開始時と成果検証時の年2回、委員会を開催することでPDCAサイクルをより効果的に回して評価・検証を行っている。結果については理事会・総代会において報告するとともに、ホームページや会報等を通じ広く小規模事業者等へ周知を行ってきた。

毎年度、評価・検証を行う中で、環境変化に伴うKPIの修正を課題としつつも、実行できないまま事業継続してきた経緯がある。そのため、今回の計画では、KGIを達成するための各年度のKPIについては、環境変化に対応しながら柔軟に修正を加えながら実行していく必要がある。

(2) 事業内容

①経営指導員による内部検証・PDCA

法定経営指導員を中心に、本会が実施する本計画に基づいた事業の進捗度合や効果、数値的な目標に対する達成度の検証を行い、事業ごとの課題抽出、改善点の提案など、全経営指導員が持てるスキルを余すことなく発揮してよりよい成果に向けたブラッシュアップを行う。

②事業評価委員会による外部意見を取り入れた計画のブラッシュアップ

外部専門家や行政を構成員とする事業評価委員会を設置し、外部からの意見も取り入れた計画全体のブラッシュアップを図る。

事業評価委員会の構成は以下のとおり

所 属	職 名 等
外部専門家	中小企業診断士協会 秋田支部より1名
湖東3町	五城目町・八郎潟町・井川町の各担当課長
秋田県商工会連合会	専門経営者指導員1名
湖東3町商工会	副会長2名、職員6名（事務局長1名、法定経営指導員1名、経営指導員4名）

③評価・見直しの頻度

事業開始直後（7月頃）と事業終了前（2月頃）の年2回とする。

事業開始直後は、事業計画と目標の確認を行い、事業終了時にその検証を行うことで、目標と結果の照合がスムーズとなり、より効果的なPDCAサイクルにつながる。

④結果の公表

理事会・総代会において報告するとともに、ホームページや会報等を通じ広く小規模事業者等へ周知を行う。

10. 経営指導員の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

3町の小規模事業者を取り巻く経営課題はますます多様化・高度化しており、経営指導員に求められるスキルも同様であるが、一定の知識やスキルが属人化している傾向にある。事務所統合のメリットを活かし、スキルの共有、OJTの実施により、組織の支援ノウハウを強化するとともに、DX推進やAI活用等の新たな知識も習得し、支援品質の向上及び平準化を図る必要がある。

(2) 目標

	現行	R 8	R 9	R 1 0	R 1 1	R 1 2
研修等参加数	—	2 0 件	2 0 件	2 0 件	2 0 件	2 0 件
組織内研修開催数	—	1 2 回	1 2 回	1 2 回	1 2 回	1 2 回

(3) 事業内容

①支援品質向上につながる研修等の計画的活用

DX推進やAI活用、創業、事業承継・M&Aといった多様な支援項目にかかる研修へ積極的に参加し、経営指導員のみならず、経営支援員の支援スキルも体系的に高めることで、組織としての支援品質の向上へつなげる。また、先進的事例を持つ企業を講師として招聘するなど、個別具体的な支援ノウハウの習得にも積極的に取り組み、支援の幅拡充にも取り組む。

②OJT体制の充実

事務所統合後の支援力集約のメリットを活かし、経験豊富な職員による解説・実行・評価フィードバックまでをセットとした伴走型のOJT体制を構築し、個々の支援スキルの底上げと平準化を図る。また、月1回、職員が講師を務める組織内研修を開催し、経験や知識を職員全体にフィードバックすることで平準化を図るとともに、プレゼンスキルの向上にもつなげる。

③広域的な支援体制の構築

3町の小規模事業者を取り巻く課題は、そのまま県内小規模事業者が直面している課題であり、その支援ノウハウは県連合会及び専門家にも蓄積されている。そのため、県連合会との連携を密にし、課題に応じた専門家派遣を積極的に活用することで、広域的な支援体制の構築につなげる。

11. 地域経済の活性化に資する取り組みに関すること

(1) 現状と課題

3町では共通して地域社会の持続可能性を脅かすレベルでの人口減少が進んでおり、十分な産業基盤が育たず、地域経済の脆弱性を露呈している。

そのような中でも、五城目町では「朝市」、八郎潟町では「一日市盆踊り」や「願人踊り」、井川町では「日本国花苑」を中心とした観光イベントには多くの観光客が来訪している

また、本会が3町からの委託を受けて実施している「湖東3町スタンプラリー」では3町をまたいだ観光人口の増加に取り組んでいるとともに、本会主体の観光行事「市神祭」では、3町伝統芸

能のコラボによる来場者の増加にとりくんできた。

いずれも、一時的な観光人口の増加には効果があるものの、継続的な地域活性化には十分な成果を発揮できていない。

そのため、本計画では3町の魅力を訴求することによる観光人口の増加、来町者からの外貨獲得に向けた地域ブランド商品の創出等、地域内で経済循環を起こす仕組みづくりが必要である。

(2) 目標

	現行	R 8	R 9	R 1 0	R 1 1	R 1 2
新たな観光事業の提案	—	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
地域ブランド商品創出数	—	—	—	1 件	1 件	1 件

(3) 事業内容

①新たな観光事業の提案

現行の「湖東3町スタンプラリー」のアップデートも含め、3町の観光資源を活用した新たな観光事業を検討し、行政を巻き込んだ提案を行うことで事業として確立させ、観光人口の増加につなげる。また、検討にあたっては、需要動向調査で得た消費者の地域ニーズを十分に考慮し、より効果的な事業となるよう考慮する。

②地域ブランド商品の創出

「8. 新たな需要の開拓に寄与する取り組みに関すること」の事業と連動し、選定した地域ブランド商品を「町のお土産品」として定着させることで、来町者の新たな目的の創出と外貨獲得の契機とする。また、この地域ブランド商品については、生産者・加工者・販売者が連携し、地域内での揺るぎない価値を提供し続けることを可能とする仕組みを構築し、地域内での経済循環における起爆剤としての役割も持たせる。

(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7年12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)																	
<table border="1"><tr><td colspan="2">湖東3町商工会</td></tr><tr><td colspan="2">事務局長</td></tr><tr><td>法定経営指導員</td><td>1名</td></tr><tr><td>経営指導員</td><td>4名</td></tr><tr><td>経営支援員</td><td>5名</td></tr></table>	湖東3町商工会		事務局長		法定経営指導員	1名	経営指導員	4名	経営支援員	5名	<table border="1"><tr><td>五城目町</td></tr><tr><td>商工振興課</td></tr><tr><td>八郎潟町</td></tr><tr><td>産業課</td></tr><tr><td>井川町</td></tr><tr><td>産業課</td></tr></table>	五城目町	商工振興課	八郎潟町	産業課	井川町	産業課
湖東3町商工会																	
事務局長																	
法定経営指導員	1名																
経営指導員	4名																
経営支援員	5名																
五城目町																	
商工振興課																	
八郎潟町																	
産業課																	
井川町																	
産業課																	
(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：佐々木 隆太																	
■連絡先：湖東3町商工会 TEL 018-852-3460																	
②当該経営指導員による情報の提供及び助言 (手段、頻度 等)																	
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広域経営指導員の当否																	
申請書に記載の経営指導員・佐々木 隆太は、施行規則第7条第2項に規定する広域経営指導員に該当しない。																	
(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																	
〒018-1725 秋田県南秋田郡五城目町西磯ノ目1丁目3番地1-1																	
湖東3町商工会 TEL：018-852-3460 FAX：018-852-3495																	
E-mail：kotou3@skr-akita.or.jp																	

②関係市町村

〒018-1792 秋田県南秋田郡五城目町西磯ノ目1丁目1番地-1

五城目町 商工振興課 TEL: 018-852-5222 FAX: 018-852-5369

E-mail: syoko@town.gojome.lg.jp

〒018-1692 秋田県南秋田郡八郎潟町字大道80

八郎潟町 産業課 TEL: 018-875-5803 FAX: 018-852-5950

E-mail: sangyou@town.hachirogata.lg.jp

〒018-1596 秋田県南秋田郡井川町北川尻字海老沢樋ノ口78-1

井川町 産業課 TEL: 018-874-4418 FAX: 018-874-2600

E-mail: sangyou@town.akita-ikawa.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)

	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
必要な資金の額	6,010	6,010	6,010	6,010	6,010
地域の経済動向調査 ・調査事務費	100	100	100	100	100
需要動向調査 ・調査事務費	100	100	100	100	100
経営状況の分析					
事業計画策定支援 ・セミナー開催費	500	500	500	500	500
事業計画実施支援 ・専門家派遣費	360	360	360	360	360
新たな需要の開拓 ・商談会等出展、セミナー開催、専門家派遣費	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500
事業の評価及び見直し ・委員会開催費	150	150	150	150	150
経営指導員資質向上等					
地域経済の活性化 ・ブランド広報費	300	300	300	300	300

(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
・会費等自主財源 ・伴走型補助金 ・県補助金 ・町補助金

(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。

