

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6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 ・商工会ホームページ「お知らせ」への事業者間連携情報の掲示 ・事業者間による連携事業実施数：0回（1回） ・連携事業情報の周知：3回（3回） ▽事業者間連携促進チラシの配布 ▽秋田県発行「ハウツーブック」の紹介 ▽ミラサポplusサイトより取組事例の紹介 (2) 観光拠点連携強化事業 秋田駅前にて広域連携の販売会を実施することで、販売促進強化と域外からの資金獲得を支援した。また、展示商談会への出展支援を行うことで、出展事業者への販路開拓を支援した。 ■活動内容 ・販売会開催に向けた準備 ▽秋田駅前アゴラ広場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 ▽目玉企画（ステージイベント、J Aあきた湖東出店）に係る各団体・機関との打合せ ・展示商談会出展に向けた対策 ▽専門家派遣を活用した出展事業者への販路拡大・需要拡大指導 ■達成状況 ・販売会の開催：1回（1回） ・販売会へ参画した件数：20件（10件） ▽販売会「地元のイチ推し！秋空特産品マルシェ」 - 開催日：令和6年11月9日（土） - 場所：秋田駅前アゴラ広場 - 来場者数：約3,000人 - 出店者売上：約67万円 ・事業者間交流機会の提供：2回（1回） ▽展示商談会「第36回グルメショー秋2024」にて情報交換会開催 ▽販売会「秋空特産品マルシェ」にて出店者による相互交流	

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	4回	3回	0回		
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。	(1回)	(1回)	(1回)	(1回)	(1回)
達成状況	達成	達成	未達成		
(2) 観光拠点主体の販売会へ参画した件数	7件	8件	20件		
観光拠点を主体とした販売会に参画した事業者数	(5件)	(5件)	(10件)	(10件)	(15件)
達成状況	達成	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
事業者間連携による新商品開発を行った事業者へ、展示商談会への出展支援及び専門家派遣等の販路開拓支援を行ったこと。
《検討の余地がある事業及びその内容》 何が悪かったのか
・事業者間連携促進事業
情報発信は行ったものの、連携事業に取り組む企業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
販売会では、アゴラ広場を会場としたことで昨年度以上の出店規模・内容でマルシェを開催することができ、それにより多くの集客と出店事業者の販路拡大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
販売会では、キッチンカー出店が多くなったことから会場設営に制限ができてしまい、結果、来場者の動線に偏りが生じたこと。

5 次年度への改善点
(1) 事業者間連携促進事業
商工会報や商工会ホームページ等を活用した情報発信を行うとともに、巡回等を通じて事業者の強み・弱み、または経営課題を収集し、商工会が仲介役となって連携事業を提案する。
(2) 観光拠点連携強化事業
販売会にて、商品や技術の魅力を発信し、新規顧客獲得や当地域への観光客の誘客につなげる。