

[平成 29 年 6 月版]

「秋田県中小企業振興条例」 支援施策活用事例集



秋田県中小企業応援キャラクター
「がんばっけさん」

秋 田 県

【秋田県中小企業振興条例に関するお問い合わせ先】

秋田県産業労働部 産業政策課

〒010-8572 秋田市山王3丁目1-1（県庁第2庁舎3階）

TEL：018-860-2214

FAX：018-860-3887

「秋田県中小企業振興条例」

支援施策活用事例集について

- 本事例集は、県内中小企業及び関係者の皆様に「秋田県中小企業振興条例」（平成26年4月1日施行）へのご理解を深めていただくため、作成したものです。
- 県及び中小企業支援団体が行う中小企業支援施策を活用した、県内中小企業等の取組事例について、本条例第8条から第13条において掲げる6つの基本的施策ごとに掲載しています。



がんばれ中小企業！

《秋田県中小企業応援キャラクター がんばっけさん》

秋田県中小企業振興委員会の意見を元に、平成27年、秋田公立美術大学の学生を対象に公募を実施。同大学生 荻谷有花さんのデザインを採用しました。

モチーフは秋田県の県花である「ふきのとう（ばっけ）」。厳しい冬を越え、春一番に咲くふきのとうの力強さで、県内中小企業の力強さを表しています。

目 次

1 基本的施策1 経営基盤の強化

○専門家派遣事業

- (1) 株式会社シャディハッピー（サービス）・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1
- (2) 株式会社川口屋（食料品製造）・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2
- (3) A 社（酒類小売）・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 3

※企業の要望により名称非公表

○あきた産業デザイン支援センター運営事業

- (1) 株式会社塚本商店 旭南高砂堂（菓子製造小売）・・・・・・・・・・ 4

○産業技術センター技術支援

- (1) 株式会社ホクシンエレクトロニクス（電子応用機器製造）・・・・・・・・ 5
- (2) 東光鉄工株式会社（製造）・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 6

○総合食品研究センター技術支援

- (1) (資)羽場こうじ店、黒澤糴屋、(資)本多麴店、(有)新山食品工業（こうじ製造）・・・・・・ 7

○事業承継推進事業

- (1) 有限会社高和製作所（その他製造）・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 8

2 基本的施策2 新たな市場の開拓等

○高品質販路拡大事業

- (1) 秋田県いぶりがっこ振興協議会（食料品製造）・・・・・・・・・・ 9

○東京でのお土産品開発支援事業

- (1) (株)川口屋、(株)菓子舗 榮太楼、(有)露月堂（菓子製造）・・・・・・・・ 10

○小規模事業者持続化補助金

- (1) 株式会社 REALE Lab（レアーレ・ラボ）（食料品製造）・・・・・・・・ 11

○県内企業海外展開支援事業

- (1) 金紋秋田酒造株式会社（酒類製造）・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 12

○フードセーフティー推進事業

- (1) 株式会社アグリサポート湖東（漬物製造）・・・・・・・・・・・・・・・・ 13

3 基本的施策3 企業競争力の強化

○がんばる中小企業応援事業

- (1) 新政酒造株式会社（清酒製造）・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 14
- (2) 株式会社ファイブテック（業務用機械器具製造）・・・・・・・・・・ 15
- (3) 株式会社眞宮技術（測量業）・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 16
- (4) 株式会社かねひろ（包装資材卸小売）・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 17
- (5) 株式会社フォラックス教育（機械器具小売）・・・・・・・・・・・・ 18

○航空機産業強化支援事業

- (1) 東光鉄工株式会社（製造）・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 19

○ものづくり中核企業創出促進事業

- (1) 協和精工株式会社（一般機械器具製造）・・・・・・・・・・・・・・・・ 20

○生産性向上支援事業	
(1) 積進工業株式会社（製造）	21
○食品事業者生産性向上支援事業	
(1) 株式会社菓子舗榮太楼（菓子製造小売）	22
(2) 株式会社金森水産（水産加工販売）	23
○情報関連産業競争力強化事業	
(1) 株式会社システムソリューション（情報サービス）	24
○情報関連産業振興事業	
(1) 東光コンピュータ・サービス株式会社（情報サービス）	25
○産学官連携イノベーション創出事業	
(1) 大森建設株式会社（総合建設）	26
(2) 株式会社ヨシダ・アニー（建築）	27
○民間観光宿泊施設魅力向上支援事業	
(1) 株式会社妙乃湯（旅館）	28

4 基本的施策4 新たな事業の創出

○あきた起業促進事業	
(1) SOUPHOLIC（スープホリック）（飲食）	29

5 基本的施策5 地域の特性に応じた事業活動の促進

○提案型地域産業パワーアップ事業	
(1) 三種町森岳じゅんさいの里活性化協議会	30
○伝統的工芸品等振興事業	
(1) 秋田・川連塗 寿次郎（漆器製造販売）	31
○あきた企業応援ファンド事業	
(1) E N E X株式会社（機械製造）	32
○あきた農商工応援ファンド事業	
(1) 株式会社ゆう幸（菓子製造）、赤倉農園（農業）	33
○商業活性化・まちづくり支援事業	
(1) 能代市	34

6 基本的施策6 人材の育成及び確保

○食品産業人材育成事業	
(1) 県内食品事業者（食品製造）	35
○職業能力開発支援事業	
(1) にかほ市	36
○建設業担い手確保育成支援事業	
(1) 一般社団法人雄勝建設業協会／一般社団法人平鹿建設業協会	37

<資料>	秋田県中小企業振興条例	38
<資料>	県内の主な中小企業相談窓口	42

基本的施策1 経営基盤の強化

事業名 専門家派遣事業

自社商品のブランド化による販路拡大

企業概要

企業名:株式会社シャディハッピー(能代市)

業種:サービス業

従業員:9人

支援団体:秋田県中小企業団体中央会



変更前のパッケージ



変更後

活用のきっかけ

自社ギフト商品の販路拡大のためブランドイメージを構築したい

- 数年前よりオリジナルブランド地鶏を商品化している。商品は、主にギフト用として、店舗及びインターネット通販で販売しているが、コンセプトの伝わるパッケージになっていないことから、パッケージデザインの見直し・作成についての相談があり、当会から専門家派遣を提案した。

ポイント

専門家の支援による、ブランドイメージの構築とパッケージデザインの作成

- 商品に対する思い(コンセプト)をデザインに反映させ、また、他社との差別化を図るため自社商品のポジショニングを確認。商品の価格・価値に見合うパッケージラベルやフライヤーを目指し、専門家の支援により、数回にわたりコンセプトやデザインを検討した。

取組の成果

ふるさと納税のお礼品として全国へ発送

- これまでも、ふるさと納税のお礼品として一部商品の取り扱いがあったが、パッケージ・フライヤーデザインを変更したことに合わせ、オリジナル地鶏鍋セット、きりたんぼ鍋セット、じゅんさい鍋セット等のバリエーションを増加させた。

今後の展開

自社ギフト商品のブランド化により、各種販売ツールと連携し、販路拡大を目指す

- 自社店舗及びインターネット通販との連携により、販路拡大を図り、オリジナルブランド地鶏の他、秋田名物のきりたんぼ鍋セット、能代山本地方が産地のじゅんさい鍋セットの販路拡大を図り、PB商品の売上高増加を目指す。



新たにデザインしたフライヤー

○事業問い合わせ先: 最寄りの商工会議所、商工会、中小企業団体中央会

基本的施策1 経営基盤の強化

事業名 専門家派遣事業

首都圏・観光客をターゲットに「バターもち」をリニューアル

企業概要

企業名:株式会社川口屋(秋田市)

業種:食料品製造業

従業員:12人

支援団体:秋田県中小企業団体中央会

活用のきっかけ

首都圏・観光客向け「お土産商品」の強化が課題

- 秋田県内において人口減少・少子高齢化が加速するなか、首都圏・観光客向けの「お土産商品」の強化が急務となっていた。そこで、知名度が高く、洗練されたデザインの競合品が存在していなかった『バター餅』に着目し、既存商品のブラッシュアップを図るため、専門家派遣を依頼した。

ポイント

競合商品の分析とマイナス要素(食べにくい・配りにくい・見た目が悪い)を改善

- 透明の包装に「バター餅」とだけ記載した黄色紙を貼り付けた従来商品から、県外客へのお土産商品として、訴求力を高めるための全面リニューアルを専門家によるアドバイスのもと取り組んだ。

取組の成果

見た目も内容も大きく変わった「金のバターもち」が誕生

- 新型トレーを使用することで、従来の5個入り(長方形型)から6個入り(円形)に変更し、一口で食べられ、くっつかずに配りやすいというメリットを生み出した。イメージカラーに金色を採用し、商品名も「金のバターもち」に変更することで大幅なリニューアルへと繋げることができた。

今後の展開

秋田駅等においてリニューアル商品を投入

- 平成29年3月に開催されたFOODEX JAPAN 2017(幕張メッセ)において首都圏バイヤーからの評判も良く、今後の取引拡大と売上増に期待できる。
- 平成29年4月から秋田駅等で販売が開始され、看板商品となるよう、今後も営業活動と情報発信を継続することとしている。



FOODEX 2017へ出展

○事業問い合わせ先: 最寄りの商工会議所、商工会、中小企業団体中央会

基本的施策 1 経営基盤の強化

事業名 専門家派遣事業

売上げ増加に向けた販促活動と店頭販売の強化

企業概要

企業名:A 社(秋田市)

業種:酒類小売業(日本酒、ワイン、地ビール等販売)

従業員:3人

支援団体:秋田商工会議所

活用のきっかけ

経営指導員からの売上げの改善に向けた助言

- 小規模事業者経営改善資金(マル経融資)の申込みにあたり、商工会議所の経営指導員から減少する売上げを改善するための取組について提案を受けた。
- 経営安定特別相談案件として、販促活動と店舗販売の強化に向けて専門家の派遣を依頼した。

ポイント

「商品で評判を持つ店、気軽に入って買い物ができる店」の実現化

- 店舗販売、配達販売の両面で最大限の営業活動を行い、継続的な黒字経営化を図る。
- 経費を抑え、高い実効性が得られる販促活動を実施する。
- 小規模店舗でも「商品で評判を持つ店、気軽に入って買い物ができる店」を実現する。

取組の成果

希少価値の高い商品の確保と店舗レイアウトの変更による販売強化の実現

- 量販店で取り扱っていない希少価値の高い商品の仕入れを酒造メーカーと交渉し、直接仕入れの開始と既存顧客に対するギフト販売の強化を図った。
- 店舗内の陳列を平面陳列から立体陳列に変更したほか、導線の確保により、入店しやすい環境の整備を図った。



指導前(平面陳列)



指導後(三角形陳列)

今後の展開

飽きさせない新商品の開拓と既存得意先への売上げ拡大

- 希少価値の高いワイン等の取り扱いへのシフトなど、飽きさせない新商品開拓と深い品揃えの追求・改善を図る。
- これまでの販売実績を整理・分析し、商品構成の見直しを図るとともに、既存得意先へのPRや新商品の提案を通じて、売上げの拡大を図る。

○事業問い合わせ先: 最寄りの商工会議所、商工会、中小企業団体中央会

基本的施策1 経営基盤の強化

事業名 あきた産業デザイン支援センター運営事業

デザインリニューアルによる定番商品化

企業概要

企業名:株式会社塚本商店 旭南高砂堂(秋田市)

業種:和洋菓子製造・小売

従業員:19人

支援団体:(公財)あきた企業活性化センター(あきた産業デザイン支援センター)

活用のきっかけ

地元消費向け商品中心から、観光客消費をねらう新商品を開発

- 地元の消費減少を予測し、伝統菓子「もろこし」をベースにした観光客向け新商品「こがしもろこしまんじゅう」を開発し、2014年から発売。
- これを定番商品に相応しいデザインに変更することにした。

ポイント

経営者自ら長期的視点と覚悟を持ち、商品のブランドデザインにチャレンジ

- デザイナーの助言により、一時しのぎのパッケージ変更ではなく、定番商品として長期的な製造・販売に見合うデザインが必要であることを理解した。
- デザイナーとともにターゲット像を具体的に分析し、適切なネーミング、包材、サイズに変更すると同時に価格設定も見直した結果、納得のいくパッケージが完成した。

取組の成果

売上増加、お客様の好反応に売場の意識も向上

- 2015年末から新パッケージで販売開始。前年度比2.5～3倍の増産となり、発売数ヵ月でデザイン費や箱型代などのインシヤルコストを回収できた。
- お客様からは「贈り物に見合った高級感がある」という声をいただいた。

今後の展開

秋田駅や秋田空港などに販路を拡大

- 宣材写真を使いPOPやのぼりなどの販促ツールを整備。
- 駅や空港などで観光客の目を惹いている。



変更後(写真:鈴木竜典)

○事業問い合わせ先:(公財)あきた企業活性化センター(電話018-860-5610)

基本的施策1 経営基盤の強化

事業名 産業技術センター技術支援 (産業新生技術イノベーション事業)

産業技術センターの技術支援によるスパイロメーターの開発

企業概要

企業名:株式会社ホクシンエレクトロニクス(秋田市)

業種: 電子応用機器製造業

従業員: 280人

活用のきっかけ

医療現場のニーズ等に基づいたスパイロメーター(肺活量計)を実用化・製品化したい

- 国の研究開発推進事業を活用した研究成果と、医療現場のニーズに基づき、県産業技術センターの技術支援を受けながら、患者間の感染防止と吸気動作時の精度劣化を解消できるスパイロメーター(肺活量計)の実用化・製品化に至った。

ポイント

産業技術センターの持つ独自技術を応用し、スパイロメーターを開発

- 雑菌を通さずに超音波を通過させる安価なマウスピースを開発した。またマウスピースに独自機構を組み込むことにより、吸気動作時の精度劣化を解消できるようになった。
- 産業技術センターの設備を活用してEMC(電磁両立性)試験を行い、製品の安全性を確認した。

取組の成果

安全で高精度な超音波式スパイロメーターが完成

- 患者の息は使い捨てマウスピースだけに当たるため感染のリスクがなく、さらに高精度かつ測定準備時間を大幅に短縮可能な超音波式スパイロメーターが完成した。
- 開発した独自機構を採用したスパイロメーターがチェスト株式会社から発売された。

今後の展開

医療現場のニーズに応じた新たな医療機器製品の開発に取り組む

- 国内市場で15億円以上、海外市場でも同程度の売上を見込んでいる。
- 医療現場の細かなニーズを把握して、新たな医療機器製品の開発に取り組む。



開発したスパイロメーター

○事業問い合わせ先: 県産業技術センター(電話018-862-3414)

基本的施策1 経営基盤の強化

事業名 産業技術センター技術支援 (あきたものづくり創生事業)

産業技術センターが行う実践型の設計技術者育成

企業概要

企業名: 東光鉄工株式会社(大館市)

業種: 製造業

従業員: 274人



3Dプリンタで造形した1/3モックモデル

活用のきっかけ

雨天時でも使用可能な防水ドローンの開発をしたい

- 現在製造しているドローンは雨天時での飛行が不可能なため、防水ドローンを開発することにした。
- 防水機能を有する製品について、設計経験が不足していたため、産業技術センターに協力を依頼した。

ポイント

3D-CADと3Dプリンタを用いた設計・開発

- 機体設計には3D-CADを用い、部品の干渉チェック等の解析を行い、事前に設計に問題はないか確認を行った。
- 縮尺1/3のモックアップモデルを3Dプリンタを使用して造形し、完成度をチェックした。

取組の成果

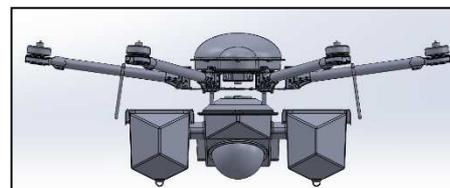
3D-CADによる解析と3Dプリンタでのモックアップ製作で、より高度な製品に

- 3D-CADの解析機能により、事前に試作モデルの問題点の確認を行ったことで、設計ミス事前に防ぐことができた。
- モックアップモデルを製作したことで、様々な改善点が見つかり、より完成度の高い設計を行うことができた。

今後の展開

防水性能の評価を行い、さらなる改善を目指す

- 防水性能について試験を行う。
- 飛行性能の安定性と信頼性の向上を図り、他用途のドローンへの応用を検討する。



改善後の3Dモデル

○事業問い合わせ先: 県産業技術センター(電話018-862-3414)

基本的施策1 経営基盤の強化

事業名 総合食品研究センター技術支援(指導普及費<センタープロジェクト>)

甘く・白い秋田オリジナル麴「あめこうじ」の加工食品原料展開

企業概要

企業名: 合資会社羽場こうじ店 (横手市)
黒澤糴屋 (大仙市)
合資会社本多麴店 (大館市)
有限会社新山食品工業 (横手市)

業種: こうじ製造業 (あめこうじ製造技術認定事業者)



あめこうじロゴマーク
(登録商標第5743067号)

活用のきっかけ

総合食品研究センターが開発した新たな麴「あめこうじ」づくりに取り組む

- 総合食品研究センターが独自手法で開発した秋田オリジナル麴(特許第5803009号)を用いた新たなタイプの麴(あめこうじ)の製造に向けた取組について、同センターから打診。
- 「あめこうじ」は、白さが特徴で、試作品の甘酒は、甘みが強くすっきりした味わいであったことから、加工食品用甘味素材への応用に可能性を感じ、製造技術の習得に取り組むこととなった。

ポイント

「あめこうじ」製造技術を習得し、麴と甘酒(甘味料)の供給メーカーへ

- 「あめこうじ・麴製造マニュアル」に基づき麴を試験製造し、総合食品研究センターが設定する品質基準に合格。製造認定を受け、各種商品の加工原料である麴および甘酒(甘味料)の供給メーカーとなった。

取組の成果

「あめこうじ」を利用した商品が次々と誕生、麴製造技術をブラッシュアップ

- 従来よりも品質のよい麴を製造できるようになったほか、製造方法の見直しや品質の向上につながり、甘酒や塩麴、味噌など自社商品のラインナップの拡大にもつながった。
- どぶろく、魚介類や菓子、パン、新規開発甘酒など加工食品原料のほか、美容商品(保湿性を活かしたフェイシャルパック)など新たな商品展開が図られ、マッチング商談会等への出展によるPRを通じ、営業・販売の視野が広がった。



マッチング商談会における
「あめこうじ」を用いた商品群

今後の展開

「あめこうじ」を秋田の新ブランドとして定着させる

- 県内の食品加工業者とコラボレーションし、「あめこうじ」を利用したさらなる加工食品開発に取り組み、秋田の新ブランドとして「あめこうじ」を育てていく。

○事業問い合わせ先: 県総合食品研究センター (電話018-888-2000)

事業名 事業承継推進事業

未来への技能・技術の承継と従業員雇用の維持

企業概要

企業名: 有限会社高和製作所(秋田市)

業種: その他製造業(椅子張り、椅子特注品製作、修理)

従業員: 7人



椅子張り作業中の代表者

活用のきっかけ

企業の引き継ぎ相手を探し、長年にわたって培った技能・人材を承継したい

- 秋田県優良技能者である代表者のほか、一級いす張り技能士3人を擁し、椅子張り分野では高度な技能をもつ会社であるが、代表者が高齢となり、後継者となる適当な人材がいないことから、将来に不安を抱えていた。
- 事業承継相談推進員の訪問により、事業承継の掘り起こしを行い、秋田県事業引継ぎ支援センターと連携した支援により、後継者問題の解決に至った。

ポイント

事務手続のアドバイスや専門家派遣により事業承継の不安を解消

- 代表者自らが、取引先企業A社から事業承継の内諾を得たことから、事業引継ぎ支援センターが事業承継の実務手続、留意点等のアドバイスを行った。
- 専門家派遣事業により弁護士を派遣し、事業譲渡契約書の内容等について、契約条項の理解を深めながら、A社への事業承継に向けた諸条件についての方針を決定した。

取組の成果

優れた技術の継承と雇用の維持が図られる

- 長年、後継者の不在に悩んでいたが、事業承継相談推進員の訪問をきっかけにM&Aによる事業承継が完了し、優れた技術の継承と従業員の雇用の維持が図られた。

今後の展開

匠の技の次世代への伝承、新商品の開発、販路開拓を目指す

- 会社はA社の秋田営業所となるが、代表者も引き続き若手を育成指導し、匠の技を次世代に伝承していく。
- A社は、外注していた張りの部分を自社で出来るようになったため、一貫生産のメリットを生かして、新商品の開発や販路開拓等に取り組んでいく。



匠の技術で修復した旧池田氏庭園(大仙市)の椅子

○事業問い合わせ先: 県産業政策課(電話018-860-2215)

基本的施策 2 新たな市場の開拓等

事業名 高品質販路拡大事業

「秋田いぶりがっこ」のブランド力向上

企業概要

企業名:秋田いぶりがっこ協同組合(大仙市)
秋田県漬物協同組合(湯沢市)
横手市いぶりがっこ活性化協議会(横手市)

業種:食料品製造業

支援団体:秋田県中小企業団体中央会



製造業者と関係者の懇談会

活用のきっかけ

オール秋田による「秋田いぶりがっこ」のブランド力向上

- 本県の伝統的な漬物である「いぶりがっこ」は、需要が拡大傾向にある。一方、県外業者による生産も拡大しており、このままでは秋田の漬物としての認識がない消費者が増えていくほか、低品質ないぶりがっこの普及によるイメージの悪化が懸念されていた。
- このため、中央会がコーディネートして、いぶりがっこ製造業者及び行政関係者等による懇談会等の実施を提案した。

ポイント

いぶりがっこ製造業者・行政機関等の参集によるネットワークづくり

- いぶりがっこ製造業者、行政機関等を参集し、いぶりがっこ製造事業者の現状確認・課題抽出を行い、業界の今後の方向性等について検討を重ねた。
- オール秋田で「秋田いぶりがっこ」の認知度やブランド力向上に取り組むためのネットワーク(協議会等)作りに取り組んだ。

取組の成果

製造業者・行政機関等による「いぶりがっこ振興協議会」が発足

- 「秋田県いぶりがっこ振興協議会」が設立され、いぶりがっこの品質向上及び技術の研鑽等を図りながら、秋田の漬物としてブランド化を図り、さらなる生産・販路拡大等へ取り組むこととなった。
- 製造工程の基準等のすり合わせを行いながら、地理的表示保護制度(GI)申請に取り組むとともに、原料である大根生産の確保・拡大に向けて取り組むこととした。

今後の展開

品質・技術向上やさらなる販路拡大を目指す

秋田県をはじめとする行政機関のバックアップを得ながらGI申請に取り組むほか、品質・技術の向上や販路拡大に向けた共同PR・販促活動等の実施により、いぶりがっこ製造業者等の振興・発展を目指す。



協議会の設立

○事業問い合わせ先:秋田県中小企業団体中央会(電話018-863-8701)

基本的施策2 新たな市場の開拓等

事業名 東京でのお土産品開発支援事業(高品質販路開拓事業)

東京唯一の醤油を用いた秋田の事業者による「東京おしょうゆみやげ」商品群の開発

企業概要

企業名:株式会社 川口屋 (秋田市)
株式会社 菓子舗 榮太楼 (秋田市)
有限会社 落月堂 (横手市)

業種:菓子製造業 (東京でのお土産品開発支援事業採択企業)



共通ロゴマーク

活用のきっかけ

秋田の食品事業者が作る「本物の東京の素材」を使ったお土産を作ろう

- 首都圏の販路開拓として、東京での「カジュアルな手土産」ギフトの市場を狙うことが有効。
- 東京の駅ナカショップを展開する「(株)生産者直売のれん会」から、本物伝統素材である「東京唯一の醤油」を活用したお土産品開発事業のコンセプトについて、提案を受けた。

ポイント

事業者の共通の強みは「和」風の「もっちり食感」のお菓子を作る技術

- 各社の和菓子作りについて、のれん会が調査分析したところ、餅や葛を用いた独特の食感を持った製品づくりが、共通した特長であると判明した。
- 共通素材の「お江戸醤油」(東京あきる野:近藤醸造製)は、独特の味わいでお菓子への応用が難しい中、各社何度も試行錯誤を繰り返し、それぞれ完成度の高い商品化に成功した。

取組の成果

テスト販売、ギフトショーなどで高評価

- 完成した商品は、「東京しょうゆバターもち(川口屋・6個・800円)」、「東京しょうゆもちどらやき(榮太楼・5個・1,000円)」、「東京おしょうゆゆべし(落月堂・2×4個・800円)」の3種。
- テスト販売においては、商品のおいしさが試食で伝わり広い年代層に受け入れられ早々と完売した。また、ギフトショーでも注目されて多くの引き合いがあり、事業コンセプトの正しさが実証された。



3種の開発商品写真

今後の展開

首都圏での販売とともに、商品ラインナップの充実へ

- 平成29年5月から首都圏で販売が開始された。
- 今後、第2期商品開発事業を展開し、「東京おしょうゆみやげ」商品群の充実を図る。

○事業問い合わせ先: 県秋田うまいもの販売課(電話018-860-2258)
または秋田県中小企業団体中央会(電話018-863-8701)

基本的施策2 新たな市場の開拓等

事業名 小規模事業者持続化補助金(経済産業省)

特許取得・無塩梅エキスの認知度向上のためのPR促進

企業概要

企業名:株式会社REALE Lab (秋田市)
業種:製造業 (梅加工品開発・製造・販売)
支援団体:秋田商工会議所



作成した自社パンフレット

活用のきっかけ

認知度向上を図るために自社パンフレットを作成し、販路拡大を図りたい

- 商品説明のパンフレットを作成するにあたり、秋田商工会議所の経営指導員から当補助金を活用した取組みの提案を受けた。
- 補助金の申請について、事業計画書作成の支援を依頼した。

ポイント

SWOT分析を行ったうえで、当社の強みを活かした事業展開

- 小売商品として、小瓶や小型のパッケージに詰めたもので販売を開始することから、その商品説明パンフレットおよびパッケージ製作費として活用することにした。
- 補助金を申請するにあたり、起業塾で得た様々な知識を基にSWOT分析を行い、当社の強みを活かした事業展開が図られるよう事業計画書を作成した。

取組の成果

当補助金を活用し、販促物の製作を行い販売先を確保

- パンフレットおよびパッケージを製作し、バイヤーに対する商品提案に活用することで、西武秋田店やあきた県産品プラザ、(株)藤崎など県内外での販売先の確保に繋がった。

今後の展開

県外、そして海外へ向けて販売し、「健康」「長寿」を実現

- 県内での販売のみならず、国内外の商談会等へ積極的に参加し、販路拡大を図っていく。
- 「全ての方に健康・長寿を」という企業コンセプトにより、「無塩・添加物のない」新商品開発を進めていく。



新商品「完熟梅たまり」

○事業問い合わせ先: 最寄りの商工会議所、商工会

基本的施策2 新たな市場の開拓等

事業名 県内企業海外展開支援事業

主力商品「熟成古酒」でタイをターゲットに販路開拓

企業概要

企業名:金紋秋田酒造株式会社(大仙市)

業種:食品製造業(清酒の製造・販売)

従業員:7人



2009年IWC受賞式

海外進出のきっかけ

2009年国際的なワインコンテスト日本酒部門で熟成古酒が最高賞受賞

- 2009年、主力商品である熟成古酒が国際的なワインコンテストIWC「インターナショナルワインチャレンジ」日本酒部門で最高賞を受賞。
- 熟成古酒がワイン文化のある海外市場で戦えると確信。ヨーロッパ市場を足がかりに東南アジアへも展開。

ポイント

タイ・バンコクに連絡事務所を開設し、現地飲食店向け試飲会等を実施

- 「海外新拠点開設支援事業費補助金」を活用し、バンコクに連絡事務所を開設(平成27年1月)。
- 現地連絡事務所を開設したことにより、現地で飲食店向け試飲会等を実施するなどのプロモーション活動が容易になった。

取組の成果

自社商品のタイ向け輸出がスタート

- タイ向け原産地証明書を取得し(平成28年1月)、初出荷(平成28年10月)。
- 「海外展開支援事業費補助金」を活用し、タイ語版ウェブサイトを構築し現地消費者へのPRを強化しながら、現地事情に精通したアドバイザーの支援のもと、飲食店を訪問し販路を開拓。

今後の展開

タイでの自社商品の更なる販路の拡大

- 輸出を開始した自社商品について、現地飲食店を中心にバンコクで更なる販路の拡大を図る。
- チェンマイ、プーケットなどタイ全体への販路拡大をねらう。



輸出を開始した自社商品
(「山吹ゴールド」、「X3」、「悠久の
梅酒 雫 四年熟成古酒仕込」)

○事業問い合わせ先: 県商業貿易課(電話018-860-2218)

基本的施策2 新たな市場の開拓等

事業名 フードセーフティー推進事業

秋田県HACCP(ハサップ)の取得で衛生水準向上を図る

企業概要

企業名:株式会社アグリサポート湖東(潟上市)

業種:漬物製造業(工場:八郎潟町)、水稻等の作業委託など

従業員:24人(うち漬物製造部門15人)

支援団体(親会社):あきた湖東農業協同組合(JAあきた湖東)



衛生的に管理された製造室

活用のきっかけ

漬物製造業を立ち上げたばかりで、衛生管理体制の構築が課題となっていた

- 漬物製造業を新たに立ち上げるとき、衛生管理体制を一から構築するために、HACCPの手法を取り入れたかった。
- 認証取得により、地域の農産物が認知され消費拡大につながると考え、活用に至った。

ポイント

全従業員がHACCPに対する理解を深め、衛生管理を確実に実施

- 漬物の製造工程における安全確保のため、HACCPの衛生管理の手法を全従業員に教育し、具体的な取組について理解させた。
- 衛生管理マニュアルや記録簿を作成し、マニュアル等に基づく点検等を確実に実施した。

取組の成果

HACCP手法の導入により、食品の安全性と品質、従業員の意識が向上

- 平成28年7月に秋田県HACCP認証を取得し、安全性が保持され、品質が均一化した。
- HACCP手法の導入教育により従業員の意識が変わり、ただ作業するだけでなく、消費者のため工程ごとと考えて働くようになった。

今後の展開

高度な衛生水準の保持と製造量の増加を目指す

- 取引先との信頼を確保し、販売量や製造量を増やすことで、地域の農産物の更なる消費拡大を目指す。
- 近年、食の安全に対する要求が大きくなっているが、品質の確かな野菜を仕入れ、高度な衛生水準を保って製造することによって、消費者へ安全安心をアピールする。



コンテストで金賞を受賞した「湖東のまめっこ」

○事業問い合わせ先: 県生活衛生課 (電話018-860-1593)

基本的施策3 企業競争力の強化

事業名 がんばる中小企業応援事業

高品質な超低精白純米酒の通年製造及び販売

企業概要

企業名:新政酒造株式会社(秋田市)

業種:清酒製造業

従業員:25人



麴やモロミ等を分析する高度分析機材を導入

活用のきっかけ

「丹精に育てた酒米を半分以上削ってしまわなければ良い酒にならないことは心苦しい」との言葉から、超低精白純米酒の製造へチャレンジ

- 他メーカーにおいては既に20%以下(米の80%以上を糠)の商品まで流通している状況。
- 一般飯米の精米歩合並みの「90%精米」の「美味しい純米酒」を生産するため、事業を活用して麴やモロミなどの高度分析機材を導入し、商品の開発に取り組んだ。

ポイント

磨かずに美味しい酒質の純米酒の開発

- これまでの「高品質＝高精白」という常識を覆すほか、弊社のみならず、秋田の醸造技術の高さや、秋田の「農」の高いブランドイメージの獲得にも成功できる。
- 原料の有効利用率の飛躍的向上、及び「エコロジー」面のアピールも十分期待できる。

取組の成果

超低精白かつ高品質な94%精米純米酒の製造が可能に

- これまでにない低精白で94%精米純米酒の製造が可能となり、高品質を維持しながら、安定的に製造することができた。
- 低精白純米酒をテスト販売したところ、地酒専門店や日本酒ファンから高い支持を得た。現在は、全国特約店にて販売中である。

今後の展開

既存商品との市場のすみわけによる販路拡大を目指す

- 今後は、超低精白純米酒と既存商品との市場のすみわけやラインナップの価格バランスを調整し、目標を達成したい。
- イベントへの提供なども通し、技術的な付加価値への理解を深め、低精白であっても価格に付加価値を反映させた販売を行っていきたい。



九割四分磨き純米酒

○事業問い合わせ先:県地域産業振興課(電話018-860-2231)

基本的施策3 企業競争力の強化

事業名 がんばる中小企業応援事業

医療機器部品に対応したレーザーマーキング技術の確立

企業概要

企業名:株式会社ファイブテック(北秋田市)

業種:業務用機械器具製造業

従業員:43人

活用のきっかけ

レーザーマーカ導入により、**短納期・高品質・低コスト**に対応した社内生産体制を構築したい

- 金型射出成形による文字刻印は外注に依存しており、刻印文字ごとに金型を変更するため、短納期対応ができなかった。
- 金型製作費も自社負担となるが、文字刻印の価格が高く、文字の変更も容易でないことや文字も不鮮明であった。



製品のネームプレート

ポイント

自社独自のレーザーマーキング技術を確立し、自社内での一貫生産体制の構築

- 文字刻印のない成形品は、同形であるため大量生産が可能で、外注加工でも短納期対応可能。
- 大量生産の成形品は、自社でのレーザーマーキング費を含んでも低コストで、文字の変更もパソコン制御で容易であり、文字も鮮明である。

取組の成果

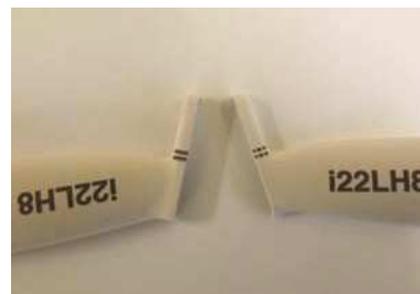
技術の開発、試作品の作成により、新規取引の成立

- 導入したレーザーマーカの操作習熟を図り、自社に適した独自技術を確立し、個々の部品に適した最適条件の確立を行った。
- 既存取引先に試作品を評価してもらい、受注増に繋がったほか、新規取引先との取引成立に繋がった。

今後の展開

外注を押さえた自社内での一貫生産体制の構築と新たな分野への販路開拓を目指す

- 現在の外注を段階的に減らして、社内加工で対応していく。
- 現在取り扱っている製品以外の新たな分野への販路開拓。



新たな取組のリニア型超音波プローブ

○事業問い合わせ先:県地域産業振興課(電話018-860-2231)

基本的施策3 企業競争力の強化

事業名 がんばる中小企業応援事業(非製造業分野)

マルチコプターの導入により東北地方唯一の技術を確立

企業概要

企業名:株式会社眞宮技術(秋田市)

業種:測量業(一般地上測量、建設コンサルタント)

従業員:16人



導入したマルチコプター

活用のきっかけ

マルチコプターの導入で更なる顧客の獲得を目指したい

- 従来セスナ機やヘリコプター、高価なラジコンヘリで行われていた空中撮影写真を、安価で手軽に行うことができるマルチコプターを導入して撮影することにより、市場の拡大が見込まれることから、事業応募に至った。

ポイント

マルチコプターの導入と撮影技術、画像加工技術を確立

- マルチコプターの導入により、従来に比べて安価かつ手軽に空中撮影が行えるようになり、撮影できる範囲も拡大した。
- 既存技術である三次元レーザースキャナ測定及びデータ加工技術を組み合わせることで、東北地方唯一の技術へ発展させることが出来た。

取組の成果

災害時等の空中写真撮影の依頼が拡大

- 災害時にも迅速な対応が可能で、二次被害の恐れもないことや、新聞記事での紹介や県の先進技術発表会への参加により、災害発生時の空中写真撮影の依頼が増えてきており、新城川護岸工事の竣工写真や子吉川の洪水状況調査の依頼を受け、空中撮影を行った。

今後の展開

マルチコプターで提供可能なサービスをPRし、新たな顧客拡大を図る

- 自治体や企業を訪問し、災害時を中心とする空中写真撮影など提供可能なサービスをパンフレットなどによりPRし、顧客の拡大を目指す。



マルチコプターで撮影した子吉川の洪水状況調査写真

○事業問い合わせ先: 県商業貿易課(電話018-860-2244)

基本的施策3 企業競争力の強化

事業名 がんばる中小企業応援事業(非製造業分野)

商品の魅力を最大限引き立てる企画提案型メーカーへの挑戦

企業概要

企業名:株式会社かねひろ(秋田市)

業種:包装資材卸小売業

従業員:42人



展示会での商品PR

活用のきっかけ

商品の企画開発から販路支援までを手掛ける企業を目指したい

- 包装資材の販売に加え、ものづくりの「入り口から出口まで」をカバーできるよう、商品やパッケージの企画開発からブランディング、生産加工、販路支援を手掛ける企業を目指したいと考えていた。
- UVプリンター(様々な素材に印刷できるプリンター)を導入して、新しい発想による提案商品(パッケージ等)を開発するため、事業応募に至った。

ポイント

UVプリンターの導入により、目に見える説得力のある企画提案を確立

- 県内ではまだ導入されていないUVプリンターは、幅広い素材にプリントが可能で、かつ短時間で完成品に近い形で試作品を制作できることから、顧客に対して説得力ある提案が可能となった。
- 包装資材にとどまらず、店舗のディスプレイや、ギフト関連商品などにも試作品制作が対応可能で、商品のブランディングや販路支援も可能となった。

取組の成果

展示会等でのPRにより新規受注及び商談案件が拡大

- UVプリンターによる展示会用の試作品製作、展示会でのデモンストレーションを実施し、新たに5社と取引が始まったほか、約20社と新規取引に向けた商談を進めている。
- 企画提案能力のあるデザイナーを採用し、提案営業の強化が図られている。

今後の展開

保有している機器や試作品のPRにより新たな顧客拡大を図る

- 展示会の開催やPR用パンフレットを活用して、様々なパッケージの試作品紹介やデモンストレーションを重ね、更なる受注の獲得と顧客層の拡大を目指す。
- インターネットによる県外への販売強化を図る。



UVプリンターで制作したパッケージ

○事業問い合わせ先: 県商業貿易課(電話018-860-2244)

基本的施策3 企業競争力の強化

事業名 がんばる中小企業応援事業(非製造業分野)

教員の校務を劇的に低減する「指導要録作成システム」を製品化

企業概要

企業名:株式会社フォラックス教育(湯沢市)

業種:機械器具小売業

従業員:10人



開発した「指導要録作成システム」

活用のきっかけ

「指導要録の作成」をシステム化し、導入しやすい価格と形態で提供したい

- 平成22年以降、指導要録(生徒の住所、成績等)の電子化が奨励されているが、学校現場では、未だほとんどが手書き・スタンプ押印で行われている。
- 現在のシステムは高額で、使い勝手が悪いこと等から普及が進まず、機能のシンプル化や低価格化、サーバー管理など管理者の負担軽減を図るシステムを開発するため、事業応募に至った。

ポイント

機能のシンプル化、低価格化等を図った「指導要録システム」の開発

- 指導要録の作成に焦点を絞り、作成に求められる機能に特化したシステムを開発し、機能のシンプル化と低価格化、管理者の負担軽減を実現した。
- 指導要録は、生徒の住所や成績など個人情報を含む重要なデータであり、情報漏洩を防ぐため、地域イントラネットを活用したWEBソフト形式にして、セキュリティを高めた。

取組の成果

展示会等でのPRにより新規受注及び商談案件が拡大

- 平成27年5月、東京ビッグサイトで開催された「教育IT EXPO」に出展し、開発したシステムのデモンストレーションを実施。新規取引に向けた商談案件は27件にのぼり、商談成立に向けた話し合いを進めており、さらなる取引拡大に向けて、引き続き商談会等でのPRを行っていく。

今後の展開

全国の学校・自治体にPRし、新たな顧客拡大を図る

- 既存の授業支援システム事業で培った全国の販売ルートを通じて製品をPRし、新たな顧客拡大につなげていく。
- 「教育IT EXPO」など全国規模の展示会等に積極的に出展し、システムの紹介やデモンストレーションを重ね、顧客拡大を図る。



「教育IT EXPO」でのシステムのPR

○事業問い合わせ先:県商業貿易課(電話018-860-2244)

基本的施策3 企業競争力の強化

事業名 航空機産業強化支援事業

Nadcap認証取得で航空機のランディングギア部品の受注増へ

企業概要

企業名:東光鉄工株式会社(大館市)

業種:鋼構造物製造業(機械装置・プレス金型の設計制作等)

従業員:274人



ランディング部品の研磨工程

活用のきっかけ

航空機部品の受注に向けて国際的な認証制度「Nadcap(ナドキャップ)」の取得が必要

- 東北航空宇宙産業研究会(TAIF)の支援により、航空機の降着装置メーカーとのビジネスマッチングが成立。メーカーOBの指導を受け、平成25年に降着装置部品のメッキ後の研磨工程の受注に至った。
- 平成28年度以降も引き続き受注するには、航空機部品の製造工程に関する国際的な認証制度「Nadcap」の取得が必須条件だったことから、事業応募に至った。

ポイント

「Nadcap」の取得に向けた支援及び技術的なアドバイス

- Nadcap認証取得の審査に要する審査料、登録料の支援を受けることが出来た。
- Nadcap取得に向けて、県産業技術センターの助言・指導を受けることが出来た。

取組の成果

秋田県第1号となる「Nadcap」取得、メッキ後の研磨工程分野では世界の5例目

- 平成27年7月、秋田県では第1号となる「Nadcap」の認証を取得(東北では5社目)。18分野からなる「Nadcap」のうち、メッキ後の研磨加工に係る分野では国内第1号の認証取得となった。
- メッキ後の研磨工程に係る「Nadcap」の認証取得は、世界でも5例目であり、受注拡大に向けて大きなアドバンテージとなることが期待される。

今後の展開

「Nadcap」の取得を契機に、航空機部品の受注拡大を目指す

- 国産小型ジェット旅客機「MRJ」等の降着装置部品の研磨工程の受注や、他の分野の「Nadcap」認証取得により、平成32年度には、航空機部品の受注額1億円を目指す。
- 県内企業とのサプライチェーンの構築により、航空機部品の一貫工程での受注を目指す。



「Nadcap」認証

○事業問い合わせ先: 県地域産業振興課 輸送機産業振興室(電話018-860-2242)

基本的施策3 企業競争力の強化

事業名 ものづくり中核企業創出促進事業

自社ブランド「MINASE」のブランド力強化による世界市場の開拓

企業概要

企業名:協和精工株式会社(羽後町)

業種:一般機械器具製造業

従業員:87人



MINASEブランド Hizシリーズ

活用のきっかけ

自社ブランド腕時計に搭載する自社製ムーブメント(駆動装置)を開発したい

- 時計事業の大半を占めるOEM製品の製造から、自社ブランド製品の製造販売へのシフトを強化したいと考えていた。
- その第一段階として、海外から調達しているムーブメントを自社で開発・量産化し、腕時計メーカーとしてのブランド力向上を図る構想があった。

ポイント

自社ムーブメントの製品化と自社ブランド「MINASE」の販路拡大

- 国内では大手メーカーしか製造していなかったムーブメントだが、これまでに培ったノウハウや工具メーカーとしての技術力を活かし、MINASEオリジナルのムーブメントの開発・量産化に成功。
- 技術力向上により腕時計メーカーとしてのブランド力を高めるとともに、本事業を活用して、国内外に向けて積極的な営業活動を展開した。

取組の成果

ブランド力向上と積極的なプロモーション活動により国内外の販売ルートを確立

- 自社製ムーブメントを搭載した自社ブランド腕時計の製品化に成功。
- コンサルティングの活用等により営業力を強化し、国内外の百貨店との直接取引を拡大した。また都内にアンテナショップを開設し、更なる顧客獲得を目指してプロモーションを強化している。

今後の展開

新シリーズの展開を図り、さらに幅広い層への「MINASE」ブランドの浸透を図る

- 若い女性向けに新シリーズを展開し、新たな顧客層へのアプローチを図り、秋田の地から国内腕時計メーカーとしてのさらなる地位確立を目指す。



新たに開発した自社製ムーブメント

○事業問い合わせ先: 県地域産業振興課 (電話018-860-2241)

基本的施策3 企業競争力の強化

事業名 生産性向上支援事業

出荷時刻に合わせたモノづくりの推進

企業概要

企業名: 積進工業株式会社(にかほ市)

業種: 製造業(パッケージ事業、メカトロ事業、電子部品事業)

従業員: 135人



産業振興アドバイザーの改善指導

活用のきっかけ

価格競争力を高めるため、生産体制の改善をしたい

- 2000年のIT不況後、取引先の海外移転が進み、売上が減少傾向にあった。
- 2008年リーマンショック後は、更に縮小した市場で大手との価格競争が激化した。
- 価格競争力を高めるため、生産体制を見直すことを決意し、事業応募に至った。

ポイント & 取り組みの成果

県産業振興アドバイザーの指導のもと、生産工程の「整流化」を図る

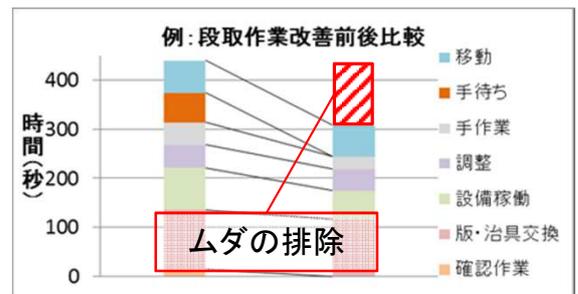
- 出荷に合わせたモノづくりをするため、工程間をスムーズに流れる生産計画を作成した。
- 主要設備の作業員3人の作業配分を見直すことで、段取改善し設備稼働時間を上げた。
- 材料は投入順、完成品は出荷順に揃えて置くように見直したことで、スペースが確保できた。



改善前の作業場



改善後



- 上記のような改善を積み上げて、生産リードタイム(投入から出荷に至るまでの時間)が60%短縮した。また、在庫が55%削減した。
- 改善活動を通して現場と管理者のコミュニケーションが生まれ、現場では改善活動に対する積極性が得られた。

今後の展開

現状を良しとせず、継続的な改善に取り組む

- 全従業員で一致団結して、更なる在庫削減を目指す。
- 生産の流れをより良くするため、段取改善やレイアウトの見直しを継続していく。



改善活動に取り組んだ皆さん

○事業問い合わせ先: 県地域産業振興課 (電話018-860-2225)

基本的施策3 企業競争力の強化

事業名 食品事業者生産性向上支援事業

菓子生産工程のリードタイム(作業時間)短縮

企業概要

企業名:株式会社菓子舗榮太楼(秋田市)

業種:食品製造業(菓子製造販売)

従業員:62人

活用のきっかけ

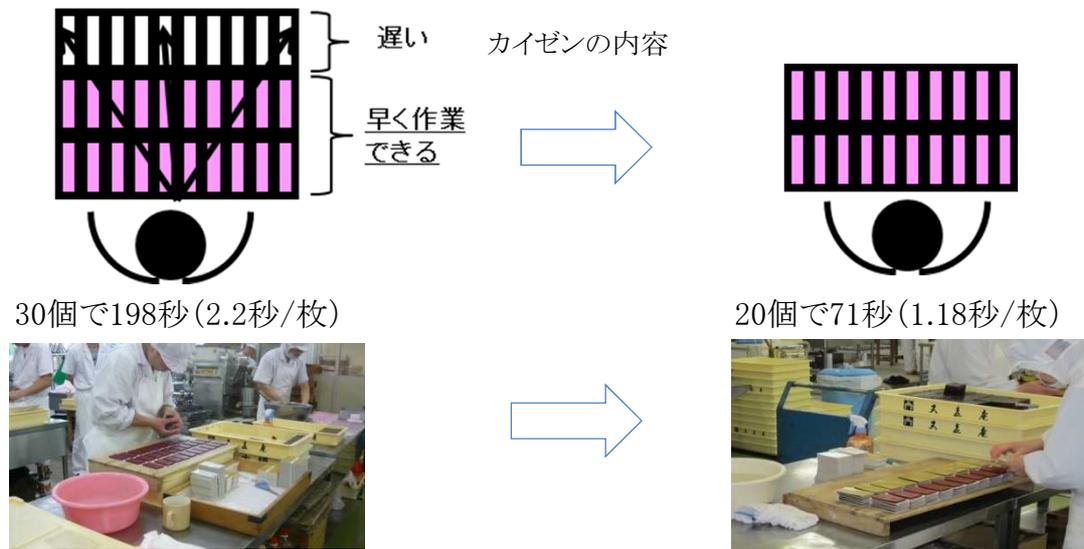
製菓店の競争激化による体制強化と製造工程の「カイゼン」

- コンビニや大手スーパーの進出により、製菓店の競争が激しくなっていることから、少しでも体制を強化したいと考えていた。
- 現在の加工場は、昭和51年に建築されたものであり、製造工程も古く、「カイゼン」の余地があると判断し、事業応募に至った。

ポイント & 取り組みの成果

作業工程の見直しにより、作業時間の短縮と作業者の身体的負担を軽減

- 「さなづら」を2枚の台紙で挟む作業を、加工時間の早いエリアに絞るよう見直し、ロット数を30個から20個に変更。その結果、1枚あたりの作業時間が約1秒短縮した。



- パイ生地を重ねる作業で振り向き動作を解消し、右から左に流れるようにしたほか、チョコ掛作業時の向きを変える作業を解消したことで、作業時間の短縮と作業者の体の負担を軽減できた。

今後の展開

作業ラインのさらなるブラッシュアップと、安全で高付加価値の商品を提供

- 作業ラインをさらにブラッシュアップし、生産効率の改善に取り組む。
- 各商品を作る工程がさらにスムーズとなるよう、工場全体のレイアウトを変更する。
- 改善活動の継続により、職員自身の気づきを促し、満足度を高めていくことで、安全で高付加価値の商品を提供していく。

○事業問い合わせ先: 県地域産業振興課(電話018-860-2224)

基本的施策3 企業競争力の強化

事業名 食品事業者生産性向上支援事業

ハタハタ加工工程のリードタイム(作業時間)短縮

企業概要

企業名:株式会社金森水産(秋田市)

業種:水産加工販売業

従業員:42人

活用のきっかけ

なお一層の原価低減を図るため、作業工程の見直しを決意

- 水産加工品の生産量は安定しているが、ピーク時は残業を行っても、生産が追いつかないケースがあった。
- 県外への販路拡大を図るためには、運送費の負担が生じ、なお一層の原価低減が急務であったことから、事業応募に至った。

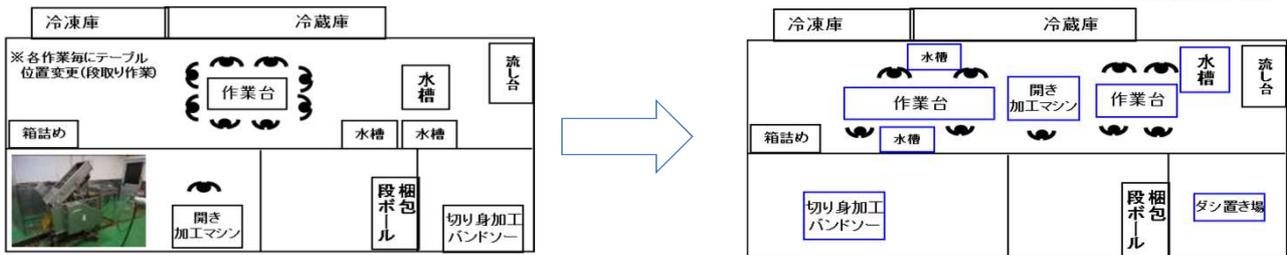
ポイント & 取り組みの成果

作業工程の見直しにより、作業時間を26%短縮

- ハタハタのヘッドカットなど、工程ごとにまとめて処理していた作業の見直しを図るため、作業台と開き加工マシンの配置を近接させるとともに、水流を活用して製品を次の工程へ流すよう改善を行った。
- 改善の結果、停滞品が減少し、運搬作業が軽減され、作業時間を26%短縮することができた。

カイゼンの内容

※作業順序毎に繋げた
(同じ部屋で作業を行っている)



- ハタハタの成形に使用するハサミを置く台を設置し、定位置で使用できるよう改善した結果、楽に作業が出来るようになったほか、作業者ごとバラツキのあった作業方法を統一することができた。

今後の展開

さらなる作業工程の改善と2S運動の継続

- ハタハタのヘッドカットなど、改善に取り組んだ工程をさらに効率化するため、細かい修正を加える。
- 作業場をより効率よく使うため、備品などの置く位置を再検討するなど、2S運動を継続していく。

○事業問い合わせ先: 県地域産業振興課(電話018-860-2224)

基本的施策3 企業競争力の強化

事業名 情報関連産業競争力強化事業（情報関連産業商品開発支援事業費補助金）

木材関連業界の動向に対応した統合システムの開発

企業概要

企業名：株式会社システムソリューション（秋田市）

業種：情報サービス業（ソフトウェア開発等）

従業員：5人

木材サプライチェーンの動向
・SCM
・認証材の流通

活用のきっかけ

自社商品を活かし木材関連業界の動向に対応したシステムを開発したい

- 木材関連業界の再編成が進み、複数の業態を統合化又は系列化した企業や組合が増えており、原材料、生産、販売管理が体系化されたシステムが必要となっている。
- 製材業向け、二次加工業者向け、卸・小売向けに分かれている既存の自社商品を統合したシステムを開発することで、業界の動向に対応し、シェアの拡大を目指すため、本事業を活用した。

ポイント

木材関連業界のニーズ、標準化に対応した先進的な素材・生産・販売管理システム

- 木材関連業向けに特化した生産管理システムは競合他社にはないシステムであり、今後の業界の標準化を想定し、森林クラウドや木材トレーサビリティなどのSCM（サプライチェーンマネジメント）に対応できた。
- 人件費、外注費の支援により、開発費用の軽減が図られた。

取組の成果

業界の情報収集や技術の習得、販路の拡大等

- 木材関連企業へのヒアリングを重ねたことで、業界の物流の実態や今後あるべき標準化に関する情報収集ができた。
- 外部システム連携インターフェースを構築する事により、より多くの企業や組合に対応し、販路を拡大できた。
- 既に3件が契約済みで、他にも5件程商談中。

今後の展開

他の設備等との連携機能の強化と展示会等への出展による更なる販路開拓

- 立木を採寸する装置など連携できる設備を拡大し、機能を強化する。
- 全国規模の展示会等への出展により、更なる販路開拓を図る。



新たに開発した統合システム

○事業問い合わせ先：県商業貿易課（電話018-860-2245）

基本的施策3 企業競争力の強化

事業名 情報関連産業振興事業（情報産業活性化事業費補助金 販路拡大型）

「国際モダンホスピタルショー2016」への出展により自社開発の健診パッケージソフトをPR

企業概要

企業名：東光コンピュータ・サービス株式会社（大館市）
業種：情報サービス業（ソフトウェア開発等）
従業員：66人



国際モダンホスピタルショーへ出展

活用のきっかけ

業界最大規模の展示会への出展により自社開発商品の販路拡大を図りたい

- 自社開発商品である健診業務パッケージソフト「MediEX」は、シンプルな設計で導入までの手間を省略したこと、自社SEによる導入・サポートを実施していることなどが強みとなっている（全国約50の医療機関で導入）。
- 保健・医療・福祉に関する国内最大規模の展示会である「国際モダンホスピタルショー2016」（会場：東京ビッグサイト、3日間）に同商品を出品し、更なる販路の拡大を図るため、展示会出展費用の一部が補助される本事業を活用した。

ポイント

全国から来場した医療関係者に説明とデモンストレーションを実施

- ブースには4セットのデモ機と5人の説明員を配置し、商品の説明と売込みを行った。
- 出展小間代、装飾費、旅費等の支援により、出展費用の負担軽減が図られた。

取組の成果

期間中は126組がブースに来場、新たな販売パートナーの拡大にも期待

- 展示会期間中には126組が自社ブースに来場し、一時的に対応しきれなくなる場面もあるほど盛況となった。このうち60組が商談に至る可能性がある。
- 健診実施機関の他、医療機器販売会社等の営業担当者ともつながりが生まれ、今後の販売パートナーの拡大も期待される。

今後の展開

継続した展示会出展と他社との協業による販路の拡大

- 来場者へのフォローを継続し商談につなげていく他、今後も全国規模の展示会へ積極的に出展し、継続して販路拡大を図っていく。
- 他のベンダーとの協業による新たな提案で営業の幅を広げていく。



展示ブース来場者への説明

○事業問い合わせ先：県商業貿易課（電話018-860-2245）

基本的施策3 企業競争力の強化

事業名 産学官連携イノベーション創出事業

秋田高専と連携し、戻りコンクリート等を活用したリミックスコンを製品化

企業概要

企業名:大森建設株式会社(能代市)

業種:総合建設業(土木、建築一式工事等)

従業員:133人

活用のきっかけ

産業廃棄物である戻りコンクリートの再資源化(リミックスコン)に取り組みたい

- 建設現場で余ったコンクリート(戻りコンクリート)については、処分費用の高騰等により、その処理方法が課題となっていた。
- 産業廃棄物である戻りコンクリートに新たな付加価値を付けて、再資源化するため、事業応募に至った。

ポイント

秋田高専と連携し、戻りコンクリートの再資源化に向けた研究を実施

- フレッシュ状態にある戻りコンクリートに無機系ポリマーを添加して、骨材を造粒。秋田高専の技術開発の指導のもと、コンクリートの圧縮強度の測定や力学試験等を実施して性能を確認した。
- 生コンクリート工場で発生する残渣をコンクリートに混合した場合の性能も確認した。

取組の成果

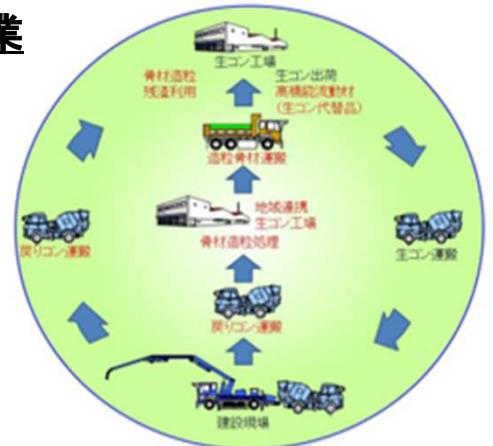
戻りコンクリートの再資源化技術を確立、技術展示会で優秀賞を受賞

- 研究開発を通じて、戻りコンクリートを再活用した骨材が、生コンクリートと類似の特性を示すことを確認でき、また残渣を25%混ぜた場合も同様の性能を示したため、廃棄物に高付加価値をつけて再資源化できる技術を確立した。
- 開発した技術は「2015建設リサイクル技術研究発表会・技術展示会」で優秀賞を受賞。能代市内に建設中の風力発電施設の基礎部分に採用されている。

今後の展開

生コンクリートの代替品(リミックスコン)として普及の拡大を目指す

- 戻りコンクリートを、出荷した生コン工場や造粒処理を行う地域連携工場で骨材化し、生コンクリートの代替品(リミックスコン)としての使用普及を図る。
- リミックスコンの普及に向けてメンバーのネットワークを構築する。



リミックスコンの普及イメージ図



開発したリミックスコンによる工事

○事業問い合わせ先: 県あきた未来戦略課(電話018-860-1262)

基本的施策3 企業競争力の強化

事業名 産学官連携イノベーション創出事業

大学と連携し、電気エネルギーゼロで凍結しない排水管を製品化

企業概要

企業名:株式会社ヨシダアニー(秋田市)

業種:建築業(防水加工・総合リフォーム工事)

従業員:18人



ゼロエネ凍結排水管「ツヨシ3」
(ステンレスと樹脂の二重構造)

活用のきっかけ

冬季の排水管凍結メカニズムを解明し、より省エネな凍結抑制方法を開発したい

- 積雪の多い寒冷地の屋上の雪は、真冬日でも暖房の熱で溶け、排水されるが、排水管を通る際は気温の低下により管内が凍結し、漏水の原因となっていた。
- 排水管の凍結・閉塞メカニズムを解明し、より省エネな凍結抑制方法の開発に取り組むため、事業応募に至った。

ポイント

秋田大学と連携し、環境負荷の小さい排水管を実現

- 厳冬期にヒーター等の熱エネルギーを投入することなく、管内水の凍結を防止するため、秋田大学との連携により、従来とは異なる発想で、環境負荷の小さい排水管を実現した。
- 排水管の凍結実験により凍結防止システムが対応可能な温度などのデータ収集を行い、実用化の目途を立てた。

取組の成果

ゼロエネ凍結抑制管「ツヨシ3」として製品化し、販売を開始

- 秋田大学と連携して、排水管の凍結メカニズムを解明し、電気エネルギーなしで凍結抑制する排水管を開発することができた。
- 平成27年8月、ゼロエネ凍結抑制管「ツヨシ3」として製品化し、販売を開始した。

今後の展開

電気エネルギーなしで凍結しない排水管をPRL、売り上げの拡大を目指す

- 「ツヨシ3」の年間100棟以上(売り上げ2億円以上)の販売を目指す。
- 最も高価なステンレス製からスタートしたが、次年度はアルミ製次には塩ビ製と、より一層のコスト削減を図っていく。



製品パンフレット

○事業問い合わせ先: 県あきた未来戦略課(電話018-860-1262)

基本的施策3 企業競争力の強化

事業名 民間観光宿泊施設魅力向上支援事業

付加価値の向上による顧客単価アップと国内外からの誘客強化

企業概要

企業名:株式会社妙乃湯(仙北市)

業種:旅館業(施設名:夏瀬温泉 都わすれ)

従業員:36人



整備した「星空デッキ」

活用のきっかけ

人口減により国内客減少が予測される中、訪日外国人の取り込みを図りたい

- 高齢化・人口減少により国内旅行客の減少が予測される中、旅館業としては、付加価値向上による顧客単価アップと、訪日外国人旅行客をターゲットとした誘客が必要と考えた。
- 都わすれの外国人宿泊率は15%超で、県内平均の1.6%(平成27年JINTO調べ)を大きく上回る一方、宿泊客単価は平均約3万円と、訪日外国人の宿泊客単価平均約4,500円と比べて高く、一層の誘客には単価に見合う高い付加価値の創出が必要であった。

ポイント

秋田の自然価値を体感できる「星空デッキ」により、秋田の魅力をアピール

- 訪日外国人旅行者の行動で最も楽しかったことは「日本文化の体験」「美しい自然を楽しむ」「日本食を食べる」で約50%を占めるというデータがある(JTB総合研究所2014年調べ)。
- 季節折々の秋田を満喫いただくため、通年で利用可能な多目的屋外スペースの整備が有効であると考え、補助金の活用により、自然風景の価値を高める「星空デッキ」の設置を決意した。

取組の成果

屋外パーティなど幅広い用途へ活用することにより、宿の楽しみ方が拡大

- 旅館ロビーから中庭にかけて、枕木を利用した耐久性のあるウッドデッキを広域に拡張整備したほか、喫煙室も設け、様々なお客様が快適に利用できるようにした。
- ウッドデッキ周辺にライトを設置し、より付加価値の高い高質な雰囲気と夜間の安全を確保した。

今後の展開

旅館での新たな過ごし方の提案を積極的に行い、顧客単価と客室稼働率の向上を目指す

- 星空デッキでのコンサートや屋外ランチの提供など、自然風景との融合を楽しむ提案によって、秋田での滞在を好印象なものとし、リピート率の向上を目指すほか、ブランド力を向上させ、迎賓館的な役割を担った「選ばれる宿」を目指す。



パーティーにも活用

○事業問い合わせ先:県観光戦略課(電話018-860-1462)

基本的施策4 新たな事業の創出

事業名 あきた起業促進事業

健康志向・ヘルシー志向のスープ専門店を開業

企業概要

企業名: SOUPHOLIC[スープホリック](秋田市)

業種: 飲食業(スープ、パン類等の販売)

従業員: 1人



店内の様子

活用のきっかけ

飲食店独立が夢であり、起業に関する知識を取得したい

- 飲食店独立が夢で、料理人としての経験(海外2年を含む)を積んだが、起業に関する知識が全くなかった。
- 起業に関する支援施策等について情報が全くなかった。
- 起業塾及び事業計画書ブラッシュアップコースへの応募も事業利用のきっかけとなった。

ポイント

起業に関する様々な知識やビジネス感覚の取得

- 起業に関する様々な知識の習得。
- ビジネス感覚の習得。

取組の成果

起業に向けて確固たる自信がつき、起業コンテストで優秀賞を獲得

- 事業計画書の書き方のアドバイスを通じて、起業を理想の形にすることができ、起業に向けて確固たる自信がついた。
- 起業内容が評価され、日本政策金融公庫の融資では、借入利率の優遇に加え、自己資金要件が求められない「中小企業経営力強化資金」により事業資金を調達することができた。
- あきたビジネスプランコンテスト2014(あきた企業活性化センター主催)で、優秀賞と観客賞を受賞した。

今後の展開

多店舗展開と自社加工品の販売により秋田のオーガニック食材をPR

- 多店舗展開と自社加工食品の販売により、秋田のオーガニック食材のPRと元気で健康な体づくりのサポートを目指す。
- 仕入れ先の開拓による原価率25%以下や顧客・リピーターを飽きさせないメニューづくり、テイクアウト事業の強化により、経営の安定を図る。



提供スープ

○事業問い合わせ先: 県商業貿易課(電話018-860-2244)

基本的施策5 地域の特性に応じた事業活動の促進

事業名 提案型地域産業パワーアップ事業

「じゅんさい」を核とした産業振興の推進

団体概要

団体名:三種町森岳じゅんさいの里活性化協議会

構成団体:三種町役場、三種町商工会、JAやまもと、
森岳じゅんさい加工組合など



三種町のじゅんさい

活用のきっかけ

「じゅんさい」を生かした産業展開により、地域全体の活性化を図りたい

- 平成23年度に「三種町森岳じゅんさいの里活性化協議会」が設立された。
- 日本一の生産量は保っているが、全国的な少子高齢化が三種町へも影響を及ぼし、生産者及び摘み手不足などにより、じゅんさい産業の崩壊を予感させる状況であり、生産者及び摘み手育成や生産体制の整備、新たなマーケットの開拓、新商品開発へのチャレンジが喫緊の課題である。

ポイント

「担い手育成」から「消費拡大」までを目指した事業計画を策定

- じゅんさい生産の強化と担い手の育成
- 希少性・特殊性を活かした国内外のマーケティング調査の実施
- 消費拡大に向けた新商品としてのじゅんさい加工への取り組み

取組の成果

計画に基づき「海外マーケティング」や「通年栽培」を目指した取組に挑戦

- 台湾でのマーケティング及び商談会に参加し、解凍後、すぐに食べられる形態に商品を改良したことが現地でも好評、数社から引き合いがあった。また、日本料理を展開する高級料理店で行われた「秋田フェア」において、じゅんさいが使用され、好評を博している。
- じゅんさい農家の作業効率アップと通年栽培による所得増を目指し、平成28年度から本格的に「水耕栽培」試験を行っている。現時点では腐ってはいないが、生長が止まっており、自然環境に似た環境が必要かどうか今後も継続した試験が必要となる。

今後の展開

じゅんさいを核とした地域づくりを目指す

- じゅんさいの「質」の向上に加え、じゅんさい販売に特化した新会社の設立を行う。
- じゅんさいを核とした地域づくりに向けて、アクションプログラムを着実に実行していく。



台湾でのマーケティング

○事業問い合わせ先: 県地域産業振興課 (電話018-860-2231)

基本的施策5 地域の特性に応じた事業活動の促進

事業名 秋田県伝統的工芸品等振興事業

海外販路開拓へ向けての準備と商品試作

企業概要

企業名:秋田・川連塗 寿次郎(湯沢市)

業種:川連漆器製造販売業

従業員:5人



展示会への出展

活用のきっかけ

国内需要の低下により、海外の販路を確保したい

- 国内市場の縮小に伴い、海外を本格的な市場として位置づけ、「寿次郎」のこだわり・良さを海外市場で高めると共に売り上げ規模の拡大を図るため、事業を活用した。

ポイント

商品のブラッシュアップにより、販路の拡大を目指す

- 海外展開へ向けて、英語版のHP・プレスキットを作成した。
- カトラリー・カフェテーブルなどのブラッシュアップした新商品を開発した。
- 海外バイヤー向けの展示会へ出展し新商品をPRした。

取組の成果

海外でのブランド化による、海外での販売量の増加を見込む

- これまで海外バイヤーが自社商品に興味を示しても商品をPRするツールが無かったため、思いを正確に伝えることができず商談が進まなかったが、英語版の販促ツールを作成したことで商談をスムーズに進め販路開拓に繋がられることとなった。

今後の展開

湯沢産漆を用いた「made in yuzawa」の旗艦シップモデルの商品化による寿次郎ブランドの確立を目指す

- 寿次郎のこだわり・技術を集約した旗艦シップモデルを商品化することで、寿次郎ブランドの知名度アップを図る。
- 海外での取組を国内で展開し、国内での販売増加を目指す。



新たに開発したテーブル

○事業問い合わせ先: 県地域産業振興課 (電話018-860-2231)

基本的施策5 地域の特性に応じた事業活動の促進

事業名 あきた企業応援ファンド事業

地下水を熱源とした栽培漁業用システムの開発

企業概要

企業名: ENEX株式会社(仙北郡美郷町)
業種: 機械製造業
従業員: 22人
支援団体: 公益財団法人 あきた企業活性化センター
美郷町商工会



シイタケ用ヒートポンプシステム

活用のきっかけ

シイタケ栽培農家の暖房システムの見学者から、開発のヒント

- 地域の農家から「冬のシイタケ栽培を止めようか」との悩みを相談され、地下水をヒートポンプで加温することで、暖房費を大幅に削減できるシステムの開発を成功させていた。
- このシステムの見学者の一人からの「この技術が栽培漁業でも応用できるのでは」との一言がきっかけとなり、補助金を活用した開発に取り組んだ。

ポイント

ヒートポンプのシステムに冷房機能を付加

- 地下水の水温は12～15℃程度。既存技術は加温のみであった。
- 栽培の対象と季節変動に対応するべく、冷房機能を付加して、冷暖房の双方に対応出来るようする必要があった。

取組の成果

閉鎖循環式アワビ養殖システムを開発し、今後の応用展開の道も開けた

- 制御システムは自力で構築したため、応用した商品展開の可能性が出てきた。
- 販売促進の活動も同時並行して行った結果、販路開拓が進んだ。

今後の展開

自社開発のノウハウを生かし、販路を拡大、製品製造の横展開も検討してゆく

- 直接販売、直接施工に加え、新開発商品の投入を機会に、販路拡大と製造増強を目指す。
- 製造工程全部の内製化にこだわらず、横展開も検討してゆく。



新たに開発した閉鎖循環式アワビ養殖システム

○事業問い合わせ先: 県地域産業振興課 (電話018-860-2231)

基本的施策5 地域の特性に応じた事業活動の促進

事業名 あきた農商工応援ファンド事業

安全で甘く大きい栗との出会いが生んだ高品質・高価値のお菓子

企業概要

企業名:株式会社ゆう幸(秋田市)

業種:菓子製造業 従業員:10人

農業者:赤倉農園(仙北市)

業種:農業(善兵衛栗の栽培) 従業員:2人



善兵衛栗(西明寺栗1号)



善兵衛栗プレミアム
シンボルマーク

活用のきっかけ

こだわりの仙北市西木「善兵衛栗」をまるごと使った新しいお菓子を作りたい

- 平成24年夏、(株)ゆう幸と赤倉農園との出会いがきっかけ。
- 赤倉農園の栗は善兵衛栗(西明寺栗1号)で、大きいものはMサイズの鶏卵ほどの大きさ。
- 赤倉氏の徹底した仕事ぶりで育まれる、高品質の栗を使った高価値のお菓子のニーズは高いとゆう幸の佐々木社長が確信し、農商工連携による事業化を目指した。

ポイント

「あきた農商工応援ファンド」に採択

- 手間と時間をかけ丹精込めた善兵衛栗は、希少性から高価格であるため、ゆう幸の設定した富裕層向け高価値商品としての開発を目指し、あきた農商工応援ファンド事業補助金に申請し、採択。
- 販路開拓、事業PR段階では経済産業省「ふるさと名物応援事業補助金」を活用。

取組の成果

“よいものを作りたい” 共通の強い思いが高評価につながる

- 大手百貨店の実演販売で、試行錯誤の上開発した高品質・高価値の善兵衛栗菓子が飛ぶような売れ行きとなり、ゆう幸では、社員一同「よいものを作りたい」との意識改革がなされた。
- 赤倉農園においても、自分たちの育てた栗の高評価を目の当たりにしたことで、「よいものを作りたい」との思いが一層強くなり、農商工連携の絆はますます強まった。

今後の展開

多彩な新商品の開発を行い、ゆくゆくは東京の大手百貨店に出店を

- 代表商品の「善兵衛栗渋皮煮」だけでなく、地元の大吟醸酒を用いた「マロングラッセ」や、ペーストを用いたロールケーキなど新商品が次々に開発されている。
- 催事やギフト商品展開の先には、東京へのプロパー店舗出店も視野に入っている。



ゆう幸の主力商品
「善兵衛栗渋皮煮」

○事業問い合わせ先: 県秋田うまいもの販売課(電話018-860-2258)
または秋田県中小企業団体中央会(電話018-863-8701)

基本的施策5 地域の特性に応じた事業活動の促進

事業名 商業活性化・まちづくり支援事業

能代逸品会運動により、個店及び商店街を活性化

市町村名

能代市

活用のきっかけ

個店の魅力を情報発信し、個店及び商店街の活性化につなげたい

- 商店街にある多くの個店が、自店の商品の魅力を情報発信するノウハウ等を取得できずにいた。
- 市内外へ個店の魅力を情報発信し、個店及び商店街の活性化につなげるため、個店が連携して実施する「逸品会運動」の立ち上げを支援するに至った。

ポイント

お店巡り等により個店の魅力をPR。個店のファンづくりと売り上げアップにつなげる

- 「我が店のオススメの(一品)逸品」を、逸品会参加個店の店主のディスカッションにより毎年決定。「逸品チラシ」を発行して、市内外へ情報発信した。
- 定期的に「逸品デー」及び「お店巡り」を開催し、来店者に対するサービスの実施や、個店の店主自らが案内人として個店ツアーを実施し、店主と個店の魅力、オススメ商品をアピールすることで、将来的な個店のファンづくりと売り上げ増加、商店街に誘客・賑わいにつなげた。

取組の成果

「逸品フェア」や「お店巡り」等を実施して、市内外から多くの誘客を図る

- 「逸品チラシ」の発行後、中心市街地にある旧料亭「金勇」で、「逸品フェア」を開催し、市内外から780人の誘客を図り、中心市街地の賑わいを創出することができた。
- 逸品デー、お店巡り等を実施により、個店及び商店街全体への誘客・活性化につなげた。

今後の展開

特色ある商品(店)づくりと大型店等にはできないサービスを提供していく

- 「逸品会運動」に取り組みながら、「逸品チラシ」の発行や、その年の逸品のお披露目会「逸品フェア」を開催し、個店同士の連携を強化するとともに、特色ある商品(店)づくりに取り組んでいく。
- お店巡りやイベント参加をツールとした個店への再来店により、大型店等ではできないサービスを提供していく。



逸品フェア(旧料亭「金勇」)の様子



お店巡りの様子

○事業問い合わせ先: 県商業貿易課(電話018-860-2244)

基本的施策6 人材の育成及び確保

事業名 食品産業人材育成事業

食に関する商品戦略の構築等を目指す人材育成講座 「秋田絶品マーケティング塾」の実施

対象者 県内の食品製造事業者もしくはこれから
食品製造事業に参入予定の県内事業者



マーケティング塾の講義

事業実施のきっかけ

県内食品産業振興を担う人材の育成を図りたい

- 県内の食品製造事業者は大半が小規模事業者ということもあり、長期的な経営戦略の構築や商品磨き上げによる県内外への積極的な販路拡大が進まず、何より事業者同士の連携不足が課題となっていた。
- 県外の民間ノウハウを活用し、商品戦略の構築や事業者間のネットワーク形成につながる、人材育成講座を実施するに至った。

塾の内容・ポイント

演習や討議、首都圏の製造や流通の現場視察、「3か年計画」の作成など 多彩なカリキュラムの実施、講師陣による手厚いフォローアップ

- 経験豊富な講師陣による分かりやすい講義やグループ討議によるSWOT分析、東京近郊現地視察(大手食品製造現場等)、「わが社の3か年計画」の作成など、多彩なカリキュラムを全3~4回程度、延べ7日間50時間程度をかけて実施した。塾終了後も講師陣による手厚いフォローアップが行われた。

取組の成果

商品戦略のスキルアップ、商品の高品質化につながると共に、修了者同士の 強いネットワークが形成された

- 受講により商品戦略が再構築され、首都圏特産品ショップ他での販路拡大、修了者ネットワークによる材料の仕入先の変更・高品質化等の成果が生まれた。
- これまでの修了者は50名を超え、OB会組織も正式に発足した。他の修了者が持つ加工技術を活用した商品開発や商品のセット販売等、連携が多数生まれている。

今後の展開

県内の食品産業振興を担う人材育成を更に続けながら、 連携による成果が多く生まれるよう支援を続ける

- 塾の開催により、食品産業振興を担う人材の更なる育成を目指す。
- 受講者のニーズに応じ、より実践的な要素を塾カリキュラムに盛り込みながら、受講者及び修了者の連携による成果創出を支援する。



東京近郊大手食品製造現場視察

○事業問い合わせ先: 県地域産業振興課 (電話018-860-2224)

基本的施策6 人材の育成及び確保

事業名 職業能力開発支援事業

企業ニーズに対応したオーダーメイド型職業訓練の実施

市町村名

にかほ市

活用のきっかけ

企業が抱える人材育成の課題解決を図りたい

- にかほ市内には多くの機械加工関連事業所があり小規模な事業所が多く、指導できる人員も限られていることから新入社員に対する技術指導や社員教育が課題となっていた。
- 企業が抱える人材育成の課題解決を図るため、にかほ市企業人材育成支援センターでは、秋田技術専門校が実施するオーダーメイド型職業訓練を活用し、機械加工の知識・技術の習得を目指すこととした。



「機械製図の基礎」の様子

ポイント

秋田技術専門校によるオーダーメイド型職業訓練の実施

- 秋田技術専門校において、企業ニーズに対応した機械加工基本作業の習得に向け、「機械製図の基礎」、「仕上げ基本作業」、「旋盤基本作業」、「フライス盤基本作業」の4コースについてオーダーメイド型職業訓練を8日間(各コース2日間)で実施した。

取組の成果

新入社員の機械加工技術のスキルアップにつながる

●研修後のアンケート結果(受講生)の抜粋

- ・「知らなかった技術をたくさん取得することができました。」
- ・「実践することで知識の幅が広がった。」
- ・「この研修を通して知識だけでなく自信もつけていただきました。」などの声が寄せられた。

●研修後のアンケート結果(企業)の抜粋

- ・「当社のような小規模事業所では、専門の教育スタッフもないことから今回のような教育コースを設定していただき、とても感謝しています。」
- ・「専門分野を深く学びたいという意欲も湧いてきたようなので、今後もこの事業の継続を要望し、活用させていただきたいと思います。」などと高い評価をいただいた。

今後の展開

カリキュラムの見直しを図りながら企業の人材育成をバックアップしていく

- にかほ市とカリキュラムの見直し等を協議しながら、新規コースの設定を検討していく。
- 平成29年度は、加工及び品質管理で最も重要である測定作業について新規コース「測定基本作業」を立ち上げる。



「仕上げ基本作業」の様子

○事業問い合わせ先: 県立秋田技術専門校(電話018-895-7166)

基本的施策6 人材の育成及び確保

事業名 建設業担い手確保育成支援事業

若年者や女性の技術者の確保に向けて建設業の魅力进行PR

団体概要

団体名:一般社団法人雄勝建設業協会

会員数:正会員23社(雄勝地域の総合工事業者)

団体名:一般社団法人平鹿建設業協会

会員数:正会員20社(平鹿地域の総合工事業者)



「出前講座」(雄勝建設業協会)

活用のきっかけ

県内の若者や女性に建設業の魅力を伝えたい

- 建設業は、労働者の高齢化と若年者の減少による担い手不足が深刻化しており、若年者の雇用の拡大が喫緊の課題となっている。
- 建設業の女性労働者の割合は1割程度と少ない。女性を対象に建設業の魅力を伝えて建設業で働く女性を増やしたい。

ポイント

高校生や女性に建設業を知ってもらう

- 「出前講座」を開催し、建設会社の社長自らが高校生に建設業の魅力を直接伝えた。
- 「建設女子会」を開催し、女子高校生と建設現場で活躍する女性が建設業について語り合った。



「建設女子会」(平鹿建設業協会)

取組の成果

建設業の魅力をPRできた

- 参加者のアンケート結果から、「建設業に興味があった」、「身近でありながら意識したことがなかったが、建設業について知ることができた」、「建設業を将来の職業選択のひとつとして考えるきっかけとなった」等、建設業を知ってもらうことができた。
- 本事業により作成したガイドブックや動画により、建設業の魅力を広くPRすることができた。

今後の展開

建設業のPRを継続し、より広い層からの雇用拡大を図る

- 継続して行うことで効果が現れる取組であり、今後も継続して活動していきたい。
- 対象を小中学生にも向ける等、広い層に建設業の魅力を伝えることにより、建設業の担い手の不足や労働者の高齢化に歯止めをかけたい。

○事業問い合わせ先:建設政策課(電話018-860-2425)

<資 料>

「秋田県中小企業振興条例」 秋田県条例第62号（平成26年3月28日公布、同年4月1日施行）

本県の中小企業は、多くの雇用の機会を創出し、本県の経済をけん引する重要な役割を果たしている。また、その事業活動が秋田らしさを表すなど地域社会に果たす役割も大きい。

しかしながら、経済活動の国際化及び情報化の進展による企業間の競争の激化、人口減少及び少子高齢社会の到来による市場規模の縮小などにより、本県の中小企業は、厳しい経営環境に直面している。

このような状況において、中小企業の多様で活力ある成長発展を図るため、私たちは、改めて中小企業の役割と重要性について認識を共有し、中小企業の意欲的で創造的な取組を県全体で支えていく必要がある。

ここに、中小企業の振興について、基本理念を明らかにしてその方向性を示し、このために必要な施策を総合的に推進していくため、この条例を制定する。

（目的）

第1条 この条例は、中小企業の振興について、基本理念を定め、及び県の責務等を明らかにするとともに、中小企業の振興に関する施策の基本的な事項を定めることにより、中小企業の振興に関する施策を総合的に推進し、もって本県の経済の持続的な発展及び県民生活の向上に寄与することを目的とする。

（定義）

第2条 この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、当該各号に定めるところによる。

- 一 中小企業者 中小企業基本法（昭和38年法律第154号）第2条第1項に規定する中小企業者であつて、県内に事務所又は事業所（以下「事務所等」という。）を有するものをいう。
- 二 中小企業支援団体 商工会議所、商工会、中小企業団体中央会その他の中小企業に対する支援を行う団体であつて、県内に事務所等を有するものをいう。
- 三 金融機関 銀行、信用金庫、信用協同組合その他の金融に関する業務を行う事業者であつて、県内に本店、支店その他の営業所を有するものをいう。
- 四 大企業者 中小企業者以外の会社であつて、県内に事務所等を有するもの（金融機関を除く。）をいう。
- 五 大学等 学校教育法（昭和22年法律第26号）第1条に規定する大学及び高等専門学校並びに研究機関であつて、県内に事務所等を有するものをいう。

（基本理念）

第3条 中小企業の振興は、次に掲げる事項を基本理念として行われなければならない。

- 一 中小企業者の経営の改善及び向上を図るための創意工夫及び自主的な取組が促進されること。
- 二 県、市町村、中小企業者、中小企業支援団体、金融機関、大企業者、大学等、県民その他の中小企業の事業活動と関係がある者が相互に連携し、及び協力して推進されること。
- 三 本県の地域資源（農林水産物、天然資源、観光資源、技術、人材その他の中小企業の事業活動に活用することができる地域における有用な資源をいう。以下同じ。）の積極的な活用が図られること。

(県の責務)

第4条 県は、前条に定める基本理念（以下「基本理念」という。）にのっとり、中小企業の振興に関する総合的な施策を策定し、及び実施する責務を有する。

(中小企業者の努力)

第5条 中小企業者は、基本理念にのっとり、経済社会情勢の変化に対応してその事業の成長発展を図るため、自主的にその経営の改善及び向上に努めるものとする。

2 中小企業者は、基本理念にのっとり、地域における雇用の機会の創出及び労働環境の整備に努めるとともに、その事業活動を通じて地域の振興に資するように努めるものとする。

(中小企業支援団体等の役割)

第6条 中小企業支援団体は、基本理念にのっとり、その事業活動を通じて、中小企業者が経営の改善及び向上を図るために行う取組に対して積極的な支援に努めるものとする。

2 金融機関は、基本理念にのっとり、中小企業者の資金需要に対する適切な対応並びに経営の改善及び向上への協力を努めるものとする。

3 大企業者は、基本理念にのっとり、その事業活動における中小企業の重要性についての理解を深めるとともに、中小企業者との連携及び協力を努めるものとする。

4 大学等は、基本理念にのっとり、人材の育成に努めるとともに、中小企業者との共同研究、中小企業者の技術の向上を図るための支援、その研究成果の中小企業者への移転その他必要な協力を努めるものとする。

(県民の理解及び協力)

第7条 県民は、基本理念にのっとり、中小企業の振興が、地域の経済の活性化、雇用の機会の創出及び県民生活の向上に寄与することについての理解を深めるとともに、中小企業の健全な発展に協力するように努めるものとする。

(経営基盤の強化)

第8条 県は、中小企業の経営基盤の強化を図るため、相談及び支援のための体制の整備並びに資金の供給及び事業の承継の円滑化に必要な施策を講ずるものとする。

(新たな市場の開拓等)

第9条 県は、中小企業の新たな市場の開拓を図るため、中小企業者の国内外における販路の開拓及び取引の拡大並びに観光その他の地域間の交流の促進に必要な施策を講ずるものとする。

2 県は、中小企業が供給する物品及び役務に対する需要の増進に資するため、県の工事の発注並びに物品及び役務の調達に当たっては、中小企業者の受注の機会の確保に努めるものとする。

(製品等の価値の増加による競争力の強化)

第10条 県は、中小企業が供給する製品又は役務の価値を高めることにより中小企業の競争力の強化を図るため、生産性の向上、技術力の強化、設備投資の促進、産学官連携（中小企業者、中小企業支援団体、大学等、県及び市町村が相互に連携を図りながら協力することをいう。）の強化及び企業間の連携の促進に必要な施策を講ずるものとする。

(新たな事業の創出)

第 11 条 県は、中小企業の新たな事業の創出の促進を図るため、中小企業の創業の促進並びに中小企業者の事業の多角化及び転換に必要な施策を講ずるものとする。

(地域の特性に応じた事業活動の促進)

第 12 条 県は、地域の特性に応じた中小企業の事業活動の促進を図るため、本県の地域資源を活用した商品の開発、技術の継承及び商店街の活性化に必要な施策を講ずるものとする。

2 県は、県内で生産された農林水産物を活用した事業活動の促進を図るため、中小企業者が農林漁業者と連携して実施する事業活動の促進に必要な施策を講ずるものとする。

(人材の育成及び確保)

第 13 条 県は、中小企業の事業活動を担う人材の育成を図るため、学校教育における職業及び勤労に関する教育の充実並びに職業能力の開発及び向上に必要な施策を講ずるものとする。

2 県は、中小企業の事業活動を担う人材の確保を図るため、雇用に関する情報の提供、雇用環境の整備の促進並びに女性及び高齢者の能力の活用の促進に必要な施策を講ずるものとする。

(小規模企業者への考慮)

第 14 条 県は、中小企業の振興に関する施策を講ずるに当たっては、中小企業基本法第 2 条第 5 項に規定する小規模企業者であって県内に事務所等を有するものについて、その自主的な取組が促進されるように、必要な考慮を払うものとする。

(推進体制の整備)

第 15 条 県は、中小企業の振興に関する施策を総合的に推進するため、県、市町村、中小企業者、中小企業支援団体、金融機関、大企業者、大学等、県民その他の中小企業の事業活動と関係がある者が意見を交換し、及び相互に協力することができるようにするための体制の整備について、必要な措置を講ずるものとする。

(市町村に対する協力)

第 16 条 県は、市町村が中小企業の振興に関する施策を策定し、及び実施しようとするときは、情報の提供、助言その他の必要な協力を行うものとする。

(指針)

第 17 条 知事は、中小企業の振興に関する施策の総合的な推進を図るため、中小企業の振興に関する指針(以下「指針」という。)を定めなければならない。

2 指針は、次に掲げる事項について定めるものとする。

一 中小企業の振興に関する施策の方向

二 前号に掲げるもののほか、中小企業の振興に関する施策を総合的に推進するために必要な事項

3 知事は、指針を定めようとするときは、あらかじめ、中小企業者及び中小企業支援団体の意見を聴くほか、県民の意見を反映させるために必要な措置を講じなければならない。

4 知事は、指針を定めたときは、遅延なく、これを公表しなければならない。

5 前 2 項の規定は、指針の変更について準用する。

(施策の実施状況の公表)

第 18 条 知事は、毎年、中小企業の振興に関する県の施策の実施状況を公表するものとする。

附 則

この条例は、平成 26 年 4 月 1 日から施行する。

<資 料>

<県内の主な中小企業相談窓口>

●相談全般

支援機関名称	具体的な支援内容等
(公財)あきた企業活性化センター (Tel018-860-5610) <センター内> 秋田県よろず支援拠点 (Tel018-860-5605) あきた産業デザイン支援センター (Tel018-860-5614) 秋田県プロフェッショナル人材戦略拠点 (Tel018-860-5624)	起業、経営改善、売上拡大、販路開拓、取引拡大、販売戦略、広告戦略、産業デザイン、IT、知的財産権、人事・労務管理、人材育成、設備導入など
各商工会議所 (*連絡先は欄外参照) 秋田県商工会連合会 (Tel018-863-8491) 及びお近くの各商工会	中小企業の経営改善や記帳・決算申告、創業等に関する相談や指導、情報提供など
秋田県中小企業団体中央会 (Tel018-863-8701)	中小企業組合の組織、事業及び経営に関する相談・指導、官公需に関する支援など

(* 各商工会議所の連絡先

秋田商工会議所 (Tel018-863-4141 代表)	大曲商工会議所 (Tel0187-62-1262)
大館商工会議所 (Tel0186-43-3111)	横手商工会議所 (Tel0182-32-1170)
能代商工会議所 (Tel0185-52-6341)	湯沢商工会議所 (Tel0183-73-6111)

●事業承継

支援機関名称	具体的な支援内容等
秋田県事業引継ぎ支援センター (Tel018-883-3551) 各商工会議所 (*連絡先は欄外参照) 秋田県商工会連合会 (Tel018-863-8491) 及びお近くの各商工会 秋田県中小企業団体中央会 (Tel018-863-8701)	中小企業の事業承継に関する相談、専門家の紹介、企業情報の集積、関係機関との連携など

●技術・研究

支援機関名称	具体的な支援内容等
【工業等】 秋田県産業技術センター（TEL018-862-3414）	工業製品等の製造・開発に関する技術相談、設備利用、受託研究、共同研究、人材育成など
【食品関連】 秋田県総合食品研究センター（TEL018-888-2000）	農水畜産物の加工や利用、食品機能成分、発酵食品や微生物に関する技術相談や共同研究など
【木材関連】 （公財）秋田県木材加工推進機構（TEL0185-52-7000）	木材利用・加工に関する技術相談、情報提供、性能試験の受託など
秋田大学 産学連携推進機構（TEL018-889-2712）	共同研究、受託研究、科学技術相談など
秋田県立大学 地域連携・研究推進センター 秋田キャンパス（TEL018-872-1557） 本荘キャンパス（TEL0184-27-2947）	工学、バイオ・農学、木材等に関する技術相談、技術指導・助言、受託・共同研究、人材育成支援など
秋田工業高等専門学校 地域共同テクノセンター（TEL018-847-6106）	技術相談、共同研究、受託研究など
秋田産学官ネットワーク（TEL018-889-3004）	技術相談、研究者紹介、ビジネス相談、シーズ＝ニーズマッチング、適切な機関の紹介など

●海外展開

支援機関名称	具体的な支援内容等
（一社）秋田県貿易促進協会（TEL018-896-7366） 日本貿易振興機構（ジェトロ） 秋田貿易情報センター（TEL018-865-8062）	海外及び県内での商談会開催、海外見本市参加支援、海外ミッション派遣、輸出販路開拓、海外進出先での支援、海外ビジネス情報の提供など

●信用保証

支援機関名称	具体的な支援内容等
秋田県信用保証協会（TEL018-863-9011）	中小企業が融資を申し込む際の保証に関する相談・審査や支援、経営支援など

●職業能力開発

支援機関名称	具体的な支援内容等
秋田県職業能力開発協会（TEL018-862-3510）	職業訓練・能力開発についての相談・指導・援助・情報提供、技能検定など

【秋田県中小企業振興条例に関するお問い合わせ先】

秋田県産業労働部 産業政策課

〒010-8572 秋田市山王3丁目1-1（県庁第2庁舎3階）

TEL：018-860-2214

FAX：018-860-3887