

平成22年度

財団法人秩父地域地場産業振興
センター事業計画書及び予算書
(案)

財団法人秩父地域地場産業振興センター

理事長 久喜邦康

平成22年度財団法人秩父地域地場産業振興センター事業計画

<基本方針>

リーマンショックによって急激に悪化した世界経済は、中国等一部の新興国を除き低迷し続けその出口さえ見えない状況である。

国内にあって、国民の大きな期待を受けて政権与党となった民主党は、有効的な経済政策が打てず、閣僚の発言のぶれや「政治と金」の問題で大きく支持率を下げている。

政府は、何とか新年度予算を年度内成立させたが、予算にある経済政策が十分な効果があるかは疑問視されている。

地方中小企業では、昨年1月～3月に比べると、若干ではあるが稼働率、受注共に増えているが、有効求人倍率は低く、2番底の不安も拭いきれない。

秩父地域においても製造業を中心に雇用助成金を積極的に活用し、厳しい状況を乗り切ろうと必死に頑張っているが、受注量はピーク時の60～70%に留まっている。

小売業では、個人消費が低迷している中で、セメント跡地に大規模小売店舗が進出、また、キンカ堂の倒産等中心市街地の空洞化に拍車がかかることが予想される。

当センターにおいては、産学官連携事業 **FIND Chichibu** が活発に活動し、企業ニーズにあった分科会が組織され、それぞれが連携し機能している。

また、秩父市の支援を頂き、専門・地域コーディネータによる地域内企業御用聞きでは、回数を重ねる毎に相談、助言内容等もより具体的なものとなっている。

産学官コーディネート事業及び **FIND Chichibu** の事業については、定住自立圏構想の地域産業支援事業としての位置付けも検討されている。

加えて、地域活性化事業、需要開拓事業、情報強化事業等を地域企業振興策として取り組んで行きたい。

21年度の地場産品展示即売事業では、首都圏に近い当地においては、土日祭日の高速道路1,000円が裏目に出た事、個人消費の落込みもあり、売上金額を大きく下げてしまった。新たな取組みとして、今年3月よりカード決済（クレジットカード、デビットに対応、スイカ、パスモ及び銀聯カードは4月中旬より）が出来るように整備し、団体ツアー客は勿論、外国人観光客の誘致にも力を入れたい。

また、センター施設利用促進事業、レストラン事業、団体昼食事業も昨年同様積極的に取り組んで行きたい。

特に、当センター収入の中心である地場産品展示販売事業において、積極的な営業それもセンターのみでなく地域全体の営業活動を行いたい。

1. 産学官連携事業（継続）

秩父市より補助を受け、産学官連携事業を行う。FIND Chichibu 会員（H22.3 月現在 162 社）の活動を主体に実施する。

1) 近隣大学・国公設試験機関及び支援機関と地元企業の交流＜連携交流部会＞

本事業を通じて交流のある近隣大学や、試験機関、埼玉県中小企業振興公社やさいたま市産業創造財団などの支援機関と地元企業との産学官交流の促進を図る。

① 講演会（セミナー）・交流会の開催

FIND Chichibu の総会時やその他必要に応じて、地元企業のニーズに即した講演会

（セミナー）を開催し、情報・知識の向上を図るとともに、必要に応じて、地元企業・大学の先生・金融機関・行政・一般の方々等誰もが気軽に参加できるような交流会を開催し、連携の場作りをする。交流を重ねることにより、情報交換の場としてはもとより、有力な取引先や事業パートナーの発掘、新事業の創出、異業種交流などが自然発生的に生まれることが期待される。

② 企業視察等の開催及び受入

必要に応じて地域内企業間同士の企業見学や産学官事業先進地、産学官連携を推進する大学等の視察、または先進交流会（さいたまイブニングサロンや狭山若手経営者研究会、ミニTAMA西部会など）他地域との合同交流会を行い、知識の向上・交流を図る。

また、産学連携等を通して他地域からの企業視察の依頼に対しても、FIND Chichibu

の会員企業の協力を得て受入れ、双方の交流を図る。

2) FIND Chichibu ポータルサイトの充実と活用＜インターネット部会＞

平成22年2月末のポータルサイト掲載企業は会員企業162社中158社と95%の企業が掲載された。残る4社は未掲載希望企業であり、実質全ての会員企業の登録は完了した。今後は掲載ページの更新等の推進に努めるとともに、増設された部会活動やコーディネート活動、分科会活動などの事業紹介ページやブログの更新により、ポータルサイトのサーチエンジン対策（ヤフーやグーグルでの上位ランキングとなる）の強化に努める。

パソコン、インターネット知識、活用等について、会員のニーズに合わせた各種セミナーの開催を企画する。

3) 分科会活動の推進

テーマ毎の分科会活動を実施する。

①「観光」分科会：21年度は当地域の観光・観光産業のあり方等について、学・行政・農・旅行産業と、4つの視点からそれぞれのワークショップを企画したが講師等との日程調整の結果、農と旅行産業の視点から見たワークショップの開催が持ち越されたため、それら2会を開催する他、秩父市観光振興課等と連携し、新たな方

策を模索する。

- ②「ちかいなか」分科会：近い田舎・田舎暮らしをテーマに地域の人口増をめざし、秩父市ふるさと創造課、各町、明治大学をはじめ、埼玉県秩父地域振興センター、埼玉県秩父農林振興センター、埼玉りそな銀行、埼玉県宅地建物取引業協会秩父支部等と連携し、事業を推進する。

具体的には、定住自立圏構想の枠組みの中で、『都市住民との移住・交流促進モデル』として遊休地・空家情報を発信できるシステムの構築や、移住を考える人のニーズの把握・対応として、医療・福祉・雇用・起業・趣味・住居・暮らしのサポートといった幅広い分野の方々との連携を模索し、都会へのPR活動を推進する。

また、秩父元気アップ会議に参加し、地域の活動情報を入手すると共に、ちかいなか活動の報告・協力要請などを実施したり、ちちぶ定住自立圏共生ビジョンの会議へ出席し、ちかいなか分科会としての提案を実施する。

- ③「水源地域活性化研究」分科会：水源地域活性化の事例研究として、滝沢ダム工事用の原石山トンネルの活用研究を実施し、昨年12月より焼酎「だんべえ」を3年間貯蔵することとなった。

22年度は、トンネル貯蔵酒の活用及び新たな地域振興について検討する。

- ④「デザイン」分科会：デザインという付加価値を付ける研究として、グッドデザイン賞に関する調査研究(長期的事業)及び自社で必要とするデザインの課題解決(短期事業)に取り組む。具体的には日本大学芸術学部と連携し、講演会の開催や、自社で必要とするデザイン研究、グッドデザイン賞展示会の視察等を実施する。

- ⑤「太白芋」分科会：農商工連携により、地域ブランドでもある「チチブ太白サツマイモ」をお菓子に活用し、地域の特産物の創出を図る。経済産業省 地域力連携拠点事業として、埼玉県中小企業振興公社からの再委託事業として、3カ年計画の最終年となる予定であったが、政府の事業仕分の影響で本事業は打ち切りとなった。

そこで新たに農林水産省の広域連携事業にエントリーし、事業推進に努める。

21年度事業において、ちちぶ太白さつまいも使用商品群は、2つの面を持つ商品、1つは地域での販売、もう一方は地域外での販売への課題の整理を行った。

22年度は、ちちぶ太白さつまいも使用商品群の地域外への販売のための課題解決を行う。

- ⑥「食文化地域活性化」分科会：地域の食材を探求し、産学官連携を活用しながら、秩父地域における地産地消の効果を研究し、地域活性化をめざす。

具体的には、地元食材を使った創作メニューの開発及び普及、駅弁等のマーケティング、広報PR等の成功例等の勉強会、先進地視察等を実施する。

- ⑦「未来エネルギー研究」分科会：低炭素化社会実現をめざした地球温暖化に関する調査研究や太陽光発電システムの普及状況調査、研究等を実施する。

平成20年、21年にわたり、秩父地域における太陽光発電システム及びオール電化住宅の普及状況調査や、先進地の視察を実施したが、22年度は、低炭素化社会の

必要性及び世界の温暖化の情勢及び新エネルギーの普及状況等についてシンポジウムを通して、秩父地域の人達と一緒に考えていきたい。

尚、秩父地域の行政機関とも連携をはかり、情報交換をするとともに、先進地視察等の肌で感じる勉強を実施する。

- ⑧「ビジネススクール運営」分科会:明治大学政治経済学部森下正教授プロデュースのもと実施されている秩父地域ビジネススクールを、より効果的に活用するとともに、継続事業として推進するため、受講生を輩出している企業の教育担当者で構成する分科会を設置した。受講対象、コース割等具体的な事項について、森下教授を交えて検討する。

4) 研究開発の促進・中核的支援機関との連携

「彩の国地域プラットフォーム」の新事業支援機関として、中核的支援機関である(財)埼玉県中小企業振興公社を中心に埼玉県産業技術総合センター、(財)本庄国際リサーチパーク研究推進機構など各支援機関等と連携を図る。

5) 秩父地域ビジネススクールの開催

経済産業省地域力連携拠点事業の再委託事業は打ち切りとなったが、新たな助成金を模索しながらも、単独事業として実施する。

実施にあたっては、分科会の検討成果を踏まえて、明治大学政治経済学部森下正教授にカリキュラム編成を依頼し、秩父地域の若手経営者を対象に、経営の基本事項の習得、経営革新等の諸政策周知、事業継承の諸問題や先輩経営者や専門家の講義等を行う。

2. 産学官コーディネーター事業

秩父市からの委託事業であり、秩父市が進める雇用対策のための求人開拓員とも連携をとりながら平成19年度より実施している。

産学官連携推進事業を基に、地域企業の繁栄と秩父地域全体の産業振興を推進するため、産業振興の専門コーディネーターと、地域企業に精通する地域コーディネーターを配置し、いわゆる御用聞き事業や専門家相談・派遣事業・企業情報の収集発信事業等を実施し、企業間及び企業と大学等研究機関との連携を図り、企業の競争力、販売力等の向上に資する。

企業を巡回することで、気づきを与え、待つだけの経営相談会とは一線を画している。

企業側による本事業への理解も深まり、決算書等の諸表を公開しての相談も増え、具体的なアドバイスから喜びの声も聞かれるようになった。

22年度は、厳しい経済状態の中で役立つ経済施策の情報や、企業内セミナー、緊急ホットラインの開設など、ニーズに即した迅速な支援活動を引き続き実施するため、専門コーディネーターの訪問日を月に4回から6回へ増やし対応する。

3. 秩父地域活性化推進事業

「地域活性化研究会」では、秩父地域の観光活性化のためのプロジェクトの立案とその

プロジェクト実行のためのシステム構築を目指し、身近なテーマを切り口に、調査・研究を実施し、地域内外へ発信することを模索する。

21年度は「食」をテーマに調査研究を進め、「秩父で長く愛された店」には、訳があるはずとの視点から、老舗調査アンケートを実施した。22年度は、回答してくれた店舗を中心に、現地取材を実施し、紹介冊子への編集をめざす。

また、他地域の活性化事例の調査として、元気な商店街などの視察や、物産館協力会等との合同視察研修を必要に応じて実施する。

4. 需要開拓事業（継続）

1) 物産展・市民まつり等イベント催事への参加

全国の地場産センターで開催される全国地場産フェア及び埼玉県、秩父市等から出展依頼がある市民まつり等の催事に予算の範囲内において積極的に出展し、秩父地域の物産を広く紹介・販売したい。

（下の表は予定されているもの）

期	日	会 場
平成 22 年	春	秩父 羊山公園 芝桜の丘
〃	〃	秩父 秩父ロードレース大会
〃	夏	桐生 夏の市
〃	秋	秩父 自転車競走大会
〃	〃	甲府 地場産業まつり
〃	〃	秩父 龍勢まつり
〃	〃	東京 市民まつり（東村山）
〃	〃	秩父 大滝紅葉まつり
〃	〃	桐生 じばさんフェア
平成 23 年	2 月	甲府 地場産業まつり

2) イベント等の開催

①「芝桜まつり」イベントの開催

芝桜まつり実行委員会の活動に参加し、芝桜の丘より市内誘導への一環として「草花・観葉植物」の展示・即売会を開催する。

②「地場産まつり」等の開催

GW や夏休み期間内等には家族参加型のイベントを開催すると共に、全国の地場産センターとの特産品等の交流紹介販売も行いたい。

3) ネット及び電話注文販売の強化

①DMによる特別販売の実施

コレクト便のご購入者宛てに特別割引販売のDMを出し、店舗外販売を強化する。

②商品カタログの作成・配布

商品カタログを作成し、広く配布することにより、電話注文販売を強化する。

③インターネットショップの充実

HP「秩父ふる里便」を充実させ、ネット販売の強化を図る。

4) メディアを利用した地域PR

テレビ埼玉の情報紹介番組「ごごびん」の番組編成スポンサーとなり、当該番組を中心に、地域及び物産等の情報を積極的に提供し、優先的に紹介放送するように働き掛ける。

また、地元の秩父ケーブルテレビも活用したい。

5. 情報対策事業（継続）

1) 行政、業界及びその他支援機関等との連携強化

関東経済産業局、埼玉県、秩父市、(財)埼玉県中小企業振興公社、埼玉県産業技術総合センターなど関係行政、支援機関等と交流・連携し、補助金・助成金やセミナーなどの情報を収集し、インターネット、メール、ブログ等を活用して地域内企業へ情報の提供を行う。

2) センター内業務OA化の推進

事務の簡素化を目指しセンター内業務のOA化を図る。

3) ホームページを活用した情報発信

法令で定められている財団法人基本事項の情報公開を始め、施設利用促進、地場産品(特に新商品等)の紹介、レストランや観光団体客メニュー等センター、地域に関わる情報発信を行う。

6. 直営事業（継続）

1) 地場産品の展示即売事業

秩父地域の地場産品を1階物産館において展示紹介、販売を行う。

①展示紹介、販売の促進

国産、秩父（埼玉県）産の商品にこだわった商品構成を行う。

また、季節感ある展示や、お客様側に立ったPOP、説明は勿論のこと、地域の話題や季節情報の提供なども積極的に行いたい。

売上が大幅に減少したため、産学官コーディネート事業のマーケティング、店舗運営が専門の高澤コーディネータから、年間を通じて店舗管理、営業等の指導を頂く。接客等の外部セミナーも活用し職員の質の向上を図る。

②お中元・お歳暮・お年賀等のギフト販売を強化する。

ギフトシーズンの宅配便送料割引サービス「ふるさと便フェア」は好評を得ており、期日の問合せや毎年待っていただいているお客様も多く更に強化したい。

③観光エージェントとの連携、観光客誘致

団体昼食契約業者の仕出しこいずみと協議し、春夏秋冬こだわりの昼食メニューを作成、団体昼食及び買物の立寄り営業を行なう。

昨年度から新たに取り組んだ「食べ歩きツアー」について、単発でなく年間を通じて販売できるような体制作りと、エージェントへの売込みを行う。

営業を行うにあたっては、センター単独ではなく、秩父まつり会館、ミュージアパーク、各観光施設、ホテル・旅館等と協力して、キャラバンの実施したい。

2) 施設利用促進事業

センター施設を地域内の企業、団体の会議、研修会、展示会等に貸出す。

4月より施設使用料金に変更される。新たに施設利用者用のパンフレットを作成し、利用者を始めホテル、旅館や関係施設に配布し周知を図る。

HP改修に伴いネットから問合せ、仮予約、申込が出来るようになり、ネットでの予約申込が増えてきている。

給湯室水周りの老朽化の改修を行い利便性の向上を図りたい。

3) レストラン経営委託事業

レストラン業務は、(株)和銅鉱泉旅館に委託し、秩父茶房レストラン春夏秋冬として、地元食材を使い地場を意識したメニューで対応している。

オープン当初は、団体客、宴会等を取らなかったこともあり、現在十分周知されているとは言いがたい。また、地産地消に拘る事は良いが、今のメニューがベストとは言えない部分もあるので、メニュー協議を行いたい。

また、団体・宴会等の営業を施設利用促進と併せて行う。

4) 団体昼食委託事業

団体昼食については仕出しこいずみがセンター施設を利用し行う。

前年の芝桜では、体制が変わったため団体メニューの決定が遅れ、営業が部分的にしか出来なかった。今後は仕出しこいずみも慣れてきた事、団体昼食の受け入れ態勢が整ってきた事により、昨年利用頂いた観光エージェント、団体等に積極的に働きかけたい。

7. 管理運営事業（継続）

1) 理事会・評議員会の開催

当センターの適正・円滑な運営を図るため、理事会及び評議員会を開催する。

開催予定期日	主な審議内容
平成22年5月	平成21年度事業報告、決算報告 公益法人改革による移行法人形態決定
平成23年3月	平成23年度事業計画（案）、予算（案） 任期満了による役員の改選他

その他、必要に応じ開催する。

2) 各種会議等への出席

当センターの円滑な運営管理を図るため、及び職員の資質向上をめざし各種会議、研修会等へ積極的に参加する。

会議の名称	開催予定期日	開催予定場所
全国地場産センター協議会総会	平成22年7月	滋賀・高島センター
同 基本問題研究会	数回	東京・中総研他

関通管内地場産センター協議会	平成22年 春	長野・飯伊センター
同 事務担当者会議	平成22年 秋	新潟・燕三条センター
中小企業振興施策勉強会	未 定	未 定
中小企業活性化シンポジウム	未 定	未 定
中小企業活性化支援会議	未 定	未 定
中小企業活性化担当者研修会	未 定	未 定
全国地場産センター役職員研修会	未 定	未 定

その他防火管理、食品衛生管理等必要に応じ、また、地域内外の講演会、講習会、研修会等へ参加する。

3) 新法人制度移行対策委員会の開催

当センターは、特例民法法人として、あと4年以内に一般財団法人となるか、公益財団法人となるかを決議し、申請書、付属資料を作成し、埼玉県公益法人認定等審議会の認定、認可を受けなくてはならない。新法人への移行を検討するため、5、6回の委員会を開催する。

4) 施設管理等

- ・ 給湯室水周りの改修など