

その後、審査員で協議を行った結果、「(仮称)秋田米菓子 五穀豊穰」を出品した北秋田名物株式会社と、「(仮称)焙煎米粉かすてら」を出品した有限会社藤倉食品の採択が決定しました。



採択事業所の新商品については、11月中旬に東京都内と秋田市内でマーケティング調査を実施し、12月上旬～1月下旬に商品改良を行い、最終的には2月中旬に東京都内で販売促進イベントを開催する予定です。

## TOPICS 2 地区別組合代表者懇談会を開催!

トピックス ● SPECIAL FEATURES ●

～組合の現状、課題等について意見交換～



本会では、9月1日(水)から10月13日(水)までの予定で、地区別組合代表者懇談会を県内7地区8会場で開催しています。

懇談会では、本会の重点事業や、昨年度の代表者懇談会で出された要望等への対応状況について報告を行っているほか、各地域の地域振興局や市の担当者から中小企業施策等の説明が行われています。また、意見交換では参加した組合代表者等から組合の現状や課題、要望について多くの意見が出されています。

各代表者から出された要望等については、本会が実施する組合への支援事業や国等への要望活動として、今後反映させていくことにしています。

今月号では、9月16日(水)までに4会場で行われた懇談会で出された意見・要望の要旨をご紹介します。

### 各会場で出された主な意見・要望

#### 【鹿角会場 (9/1)】

- 昨年度、長年のPRが実を結び、官公需を注ぎ込めた。県及び市は、官公需適格組合に対する認知度が低いため、しっかり認知してもらいたい。 <運送>
- 介護報酬の金額は、どのような基準で決められているのだろうか。雇用の拡大にもつながることなので、机上の計算だけではなく、現場の声をよく聞いて決めてもらいたい。また、地域の行政も現場の声を国に届けてもらいたい。 <介護>

- 県・市には、他の商店街との共通イベントの開催に伴う支援をお願いしたい。 <商店街>
- イベントを実施すると交通規制により、売上に結びつかないことがある。売上に結びつく方法を検討していきたい。また、病院移転による影響を組合員にヒアリングするなどして、組合としてできることを支援していきたい。 <商店街>
- カードホルダーが増えているが、休眠会員も増えている。プレミアム商品券の効果は絶大であり、当組合ではその恩恵を受けている。 <ポイントカード>



【横手会場 (9/7)】

- これからの時代を生き延びていくためには、組合が総合商社機能を持ち、高付加価値を生み出していく営業が必要と考え、今年度、組合活力向上事業に取り組むので様々なサポートをお願いしたい。  
＜卸売＞
- 法律では、企業は大企業と中小企業だけに区分されているが、零細企業等は資本や従業員といった面で大きな格差がある。そこで、中小企業をより細分化し、大企業－中小企業－小企業－零細企業という区分を設けて、それに合わせた支援や補助を行ってほしい。このことについて、県からも国にもお願いしてほしい。  
＜卸売＞
- 組合で「トワニー」という愛称を作り、組合員がホールを作る場合はこの愛称を付けてもらうことにしている。知名度を上げて競合に対抗していきたい。  
＜葬祭＞
- 首都圏の会社が一括でたばこを仕入れ、地方の店舗に配送する仕組みだと、地方の税収が減少するので、改善してほしい。  
＜たばこ販売＞
- オリンピックの日本代表の制服を製作した実績がある。官公庁の制服もぜひ地元へ波注してほしい。  
＜繊維＞



【大館会場 (9/9)】

- 国の施策が「コンクリートから人へ」となり、公共事業も少なく非常に厳しい状況にある。県・市には、落札率をもっと上げてほしい。  
＜建設＞
- 市には、水道メーターの交換業務については旧大館市地域のみならず、市全体の一括委託を組合にお願いしたい。  
＜管工事＞
- ハイブリッドや電気自動車に対応するための技術アップが必要であり、研修会の開催等、今

後とも支援をお願いしたい。

＜自動車電装品整備＞

- 電化製品の入札については、落札価格が低すぎて組合員の店舗では参加が難しい状態である。アフターサービスも重要であるので、考慮に入れて入札を行っていただきたい。

＜電機販売＞



【湯沢会場 (9/16)】

- 贈答品としてのイメージが強すぎることから、地元での消費につながっていないが、例えば、飲んだ後のラーメンのように、飲んだ後に稲庭うどんを食べる、あるいは喫茶店でも手軽に食べられるような形での地元消費を促したい。ぜひ、行政にもお願いしたい。  
＜稲庭うどん＞
- 「たんせ市」等を通じて街なかの活性化を図っているが、中心商店街の地盤沈下はなかなか歯止めが掛からない。市の職員さんにも懇談会に入ってもらって、販売促進や売り上げ補助などあらゆる対策も講じている。今後は、地域のNPOやPTAとの連携、あるいは農商工連携といった形での地域活性化を図っていきたい。  
＜商店街＞
- 湯沢の中心商店街で行っている「たんせ市」で、外国人研修生が本場のギョーザの作り方を教えるイベントを行ったところ評判となり、地域住民との交流が図られた。  
＜繊維＞
- 田沢湖は水深日本一だが、日本一の深さは目に見えないために、目に見える名物を開発しようというコンセプトで、秋田三鶏や秋田犬の常設展示を行っているほか、食べ物でも田沢湖B麺を開発した。去年は、特にアイリス効果もあって観光客が増大した。  
＜土産品販売＞



(来月号に続く。)