

No.	課室 所名	目標項目	難易度 (ABC)	目標の内容					目標に対する活動(上半期レビュー)		目標達成の状況【output・input】		成果分析【outcome】
				目標指標の内容	目標の基準値	目標達成時期	目標値	目標達成のための具体的方法	【現状】	【ギャップと対策】	①達成値・実績値	②取組・行動内容	③目標達成による成果
				(何を)	(目標設定時の状態・比較実績)	(いつまでに)	(どの水準までとする・達成後の状態)	(具体的な取組・行動の内容・スケジュールの概要など)	上期(4月～9月)の取組実績 (具体的活動・行動)	下期(10月～3月)に向けた課題と取組の予定(具体的活動・行動)	(目標の達成状況・現在の状態)	(目標達成のために行った取組・行動)	(目標の達成による効果、目標達成できなかった事由)
業務改善取組①	商工労働課	グループウェア「回覧板」機能を活用した業務効率化	B	複数の担当が入力すべき調査・紹介案件等に効率よく対応するための仕組みを作る	紙ベースにて回覧・記入	早期	庁内各課や県等からの様々な照会案件について、複数の担当が入力すべきものを、「回覧板」を活用し、ペーパーレス化・タイムラグの解消を図れるようになる	取りまとめ担当を決め、課NDドライブに「00_作業フォルダ」を作成し、そこに入力様式データを保存。回覧板にて課内職員に通知し入力作業を行ってもらう。	各種調査を作業フォルダを活用して課内職員に入力してもらうことで、進捗状況等把握することができ、スムーズに対応することが出来ている	今後も引き続き実施していく	各種調査を作業フォルダを活用して課内職員に入力してもらうことで、進捗状況等把握することができ、スムーズに対応することが出来ている。	取りまとめ担当を決め、課NDドライブに「00_作業フォルダ」を作成し、そこに入力様式データを保存。回覧板にて課内職員に通知し入力作業を行ってもらう。	調査の進捗状況を把握することができ、スムーズに対応することが出来た。
重点取組①	商工労働課	新規設備投資件数及び新規雇用者数	A	横手市企業振興条例 ①指定事業所数 ②新規正規雇用者数	H27年度実績 ①7社 ②78人	年度末まで	①新規指定事業所数 10社 ②新規正規雇用者数 90人	・企業訪問等による情報収集、制度の周知の徹底 ・国、県等を含む各種支援制度の情報提供による投資意欲の醸成 ・ジョブナビ構築による事業者の求人支援	【9/30現在指定済み】 ①4社 ②25人	【10月以降指定見込】 ①6社 ②60人 ・企業訪問等により企業の投資情報収集に努めた結果、年度末目標は概ね達成見込み ・引き続き市の各種支援制度の周知に努め、投資、雇用拡充の気運醸成に努める。	【2/28現在】 ①8社 ②70人 ※現在3社と連絡調整中のため、年度末までさらに指定企業数が増加する予定。	・企業訪問等により企業の投資情報収集に努めるとともに、市の各種支援制度の周知を行うことで、企業の投資意欲の情勢を図った。	積極的な投資を行う企業が増加したことにより、雇用の拡充を図ることができた。また、企業振興条例の適用により、指定企業の固定費軽減に寄与した。
重点取組②	商工労働課	公共温泉施設の民間譲渡に向けた取組の推進	A	施設の民間譲渡が可能な要件、公募方法の構築	H27年度末現在 ・公共温泉施設数 9	年度末まで	公募に対する応募民間事業者数 10	・多様な企業、団体等との折衝による譲渡条件の設定と効率的な公募方法の確立及び実施 ・市関係部局、議会、地域等との調整	【譲渡可能性調査の実施】 ・譲渡に関心を持つ事業者の有無や公募に向けた参考とするため、活用アイデアを募集(5施設に6事業者からの提案) ・その他21社と意見交換 ※可能性調査の結果、土地の譲渡に関する支障が判明	・土地に関し譲渡への支障が判明したため、取組の進め方を再精査し、11月中にはスケジュール等を固めたい。	敷地等に関する支障が判明したため、スケジュールを見直した結果、本年度中の公募を含めた民間譲渡の取組完了が困難となった。	再スケジュールを行ったうえで、公募要項を議会等との協議のうえ策定し、今年度末から公募を開始予定。	公募については方針で示した日程より5ヶ月遅延するが、全体的な終期は変えずに取組を推進する予定とした。
重点取組③	商工労働課	起業・創業支援事業の充実による、市内起業家数の増加	A	①起業相談者数(起業ワンストップ相談窓口) ②起業家数(起業創業補助金) ③Bizサポートよこて入居者数 ④県外からの移住起業家数	【H27年度実績】 ①101人(延べ人数) ②5人 ③インキュベーションオフィス 5社/7室(独立1社、新規1社) 5社/5室(新規3社) ④0人	年度末まで	①110人(延べ人数) ②5人(うち県外1人) ③インキュベーションオフィス 5社/7室(独立1社、新規1社) ④2人(5年後移住起業家数10人)	・起業ワンストップ窓口のPR、および起業相談の機能強化 ・起業・創業補助金による初期投資助成 ・Bizサポートよこて内のインキュベーションオフィス増設による支援強化 ・起業家発掘支援事業による県外からの起業家誘致 ・横手市創業支援計画に基づき、支援団体との連携強化	【9/30現在】 ①83人(延べ人数) ②申請6人(うち県外0人) ③インキュベーションオフィス 7社/7室(新規2社入居) ④0人	・市の創業支援事業の周知(横手市創業支援事業計画による支援団体との連携、横手の商工業振興サイト活用) ・起業ワンストップ相談窓口の機能強化 ・起業セミナー開催による起業家の掘り起し(10/7女性セミナー、11/5・12・19・26創業塾) ・起業家発掘支援事業の委託者であるMAKOTOとの連携強化、情報共有を徹底し、県外からの移住起業家の掘り起しに努める	【2/28現在】 ①142人(延べ人数) ②申請7人(うち県外0人) ③インキュベーションオフィス 6社/7室(新規2社入居/1社入居期間満了による転居)。※H29年4月に1社入居希望あり ④2人見込	・起業ワンストップ窓口の周知が図られ、利用件数が大幅に増加した。 ・インキュベーションオフィスを2部屋増設したことで、入居を希望する起業予定者への要望に応えることが出来るようになった。 ・起業セミナー等の開催により、後に期待される女性起業家の掘り起しが図られた。 ・キーパーソン人材となりうる起業家を県外からの誘致することで、新たな雇用の創出や若年層の定着、市内経済の活性化に期待できる。	
重点取組④	商工労働課	「横手市共通商品券」発行スキーム構築による地域経済活性化	A	地元消費による地域経済活性化のため「横手市共通商品券」発行スキーム構築	・商工会エリアのみで利用できる商品券が3種類存在 ①雄物川地域 ②平鹿・大森・山内・大雄地域 ③増田・十文字地域 ・全市で利用できる商品券はなし	年度末まで	・実行委員会主導による商品券発行事務体制の構築 ・共通商品券のPR、周知による、購入者の増加	・実行委員会との綿密な調整、協議による商品券の発行、商品券の在庫、現金の徹底管理 ・ホームページ、チラシ等による広告宣伝 ・問い合わせ等への迅速な対応	・実行委員会との調整及び協議 ・市報掲載・折込、横手情報センターへの情報提供	・10/3商品券発行開始 ・登録事業者数が少ないため、実行委員会と連携を密にし、新規事業者の掘り起しに協力する	【3/8現在】 ・加盟店数 312店舗(大型店12店舗、中小店300店舗) ・商品券発行額 16,454千円(市補助金等 12,412千円、一般購入 4,042千円)	・実行委員会との調整及び協議 ・市報掲載・折込、横手情報センターへの情報提供 ・加盟推進のため市内商店訪問(H29年2月中 265店舗訪問)	・市内でのみ利用できる共通商品券が流通することが、市内経済の活性化に寄与することになる。 ・商品券利用者の利便性のため、加盟店をもっと増やす必要があるが、なかなか理解していただくのに時間を要する。実行委員会で商品券を活用したイベント等の実施について、必要性を協議していく。

No.	課室 所名	目標項目	難易度 (ABC)	目標の内容				目標に対する活動(上半期レビュー)		目標達成の状況【output・input】		成果分析【outcome】	
				目標指標の内容	目標の基準値	目標達成時期	目標値	目標達成のための具体的方法	【現状】	【ギャップと対策】	①達成値・実績値	②取組・行動内容	③目標達成による成果
				(何を)	(目標設定時の状態・比較実績)	(いつまでに)	(どの水準までどうする・達成後の状態)	(具体的な取組・行動の内容・スケジュールの概要など)	上期(4月～9月)の取組実績 (具体的活動・行動)	下期(10月～3月)に向けた課題と取組の予定(具体的活動・行動)	(目標の達成状況・現在の状態)	(目標達成のために行った取組・行動)	(目標の達成による効果、目標達成できなかった事由)
業務改善取組①	企業誘致室	テキストによる情報の共有	B	室内全体で対応すべき案件で、口頭により行われていた連絡・報告等	口頭による連絡・報告は、職員同士の認識にズレが生じる。	早期	・案件の概要をテキストで共有する。 ・職員同士の認識にズレが生じない。	・案件完了が翌週以降にわたる場合は、室内の全職員に対して必ずグループウェア(回覧板)による連絡、報告を行う(必ず標題の頭に分類できる記号を付して作成)。 ・定期的開催する室内会議において、伝達・進捗・状況を確認する。 ・年度初めから年度末まで行動を継続する。	・日々の業務に追われ、口頭による報告となっているケースが依然として存在する。 ・4～9月の回覧板による連絡件数:279件	・ワンデイレスポンスを心掛け、当日中には室内の全職員に対して必ずグループウェア(回覧板)による連絡、報告を行うこととする。	・案件の概要をテキストで共有することで、これまでの口頭による職員同士の認識のズレが最小限に留められた。 ・平成28年4月から平成29年2月までの回覧板による連絡件数:580件	・ワンデイレスポンスを心掛けることにより、当日中(案件によっては翌日)には室内の全職員に対してグループウェア(回覧板)による連絡、報告を行った。	・口頭による報告等により職員同士の認識にズレが生じていた部分が、テキスト上の文字で情報等を共有することで、長時間を経過後であっても各自詳細を確認する事が可能となった。
重点取組①	企業誘致室	誘致企業の円滑な創業開始を支援	A	①工場稼働開始月 ②新規雇用者数	現在の雇用者数【企業A】 ・0名 【企業B】 ・0名 【企業C】 ・7名	①工場稼働開始月【企業A】 ・平成28年11月 【企業B】 ・平成29年2月 【企業C】 ・平成29年3月	②新規雇用者数【企業A】 ・8名(正社員) 【企業B】 ・7名(正社員) 【企業C】 ・24名(正社員)	・ハローワークとの連携により、単独企業による企業説明会(従業員募集説明会)の開催を支援する。 ・単独企業による従業員採用面接会の開催を支援する。 ・その他、企業PRに協力する。	②新規雇用者数【企業A】 ・11名(正社員) 【企業B】 ・5名(正社員) 【企業C】 ・7名(正社員)	・【企業A】については目標を達成している。 ・【企業B】については、年度内に7名程度の追加雇用が予定されている。 ・【企業C】については、今後もハローワークとの連携を図りながら、優秀な人材の雇用に努める。	①工場稼働開始月(実績) 【企業A】 ・平成28年9月 【企業B】 ・平成29年2月 【企業C】 ・平成29年3月 ②新規雇用者数(H29.4採用含む) 【企業A】 ・16名(正社員) 【企業B】 ・15名(正社員) 【企業C】 ・16名(正社員)	・ハローワークとの連携により、単独企業による企業説明会(従業員募集説明会)の開催を支援した。 ・単独企業による従業員採用面接会の開催を支援した。 ・市報よこてへの掲載により企業の事業内容のPRに協力した。	・1社の工場稼働開始月を2か月前倒し出来たほか、残りの2社についても目標月に工場稼働を開始することが出来た。 ・雇用目標合計39名に対して、47名(8名の増・内定者を含む)の雇用に繋がった。
重点取組②	企業誘致室	継続した企業誘致活動(秋田県や地元企業との連携による企業誘致の推進)	A	①新規誘致企業数 ②市外企業訪問数 1) 首都圏企業 2) 中部圏企業 3) その他	①H26 1社、H27 6社 ②H26 33社、H27 42社 1) H26 20社、H27 18社 2) H26 9社、H27 12社 3) H26 4社、H27 12社	年度末まで	①1社 ②50社 1) 首都圏企業20社 2) 中部圏企業15社 3) その他15社	・企業立地説明会、企業懇談会、展示会などを活用し、企業への積極的なアプローチを展開する。 ・県産業集積課へ派遣した職員とともに、県との連携を更に緊密なものとし、新規企業への訪問活動を推進する。 ・地元企業からの情報を活用し、企業訪問を行う。	①0社 ②34社 1) 首都圏企業20社 2) 中部圏企業3社 3) その他11社	①市内誘致企業の空き公共施設での事業誘致1件をサポート。 ②首都圏企業訪問数については、目標をクリア。年度末にかけて、目標訪問件数が不足している中部圏企業への訪問活動を積極的に進める。	①1社 ②53社(2月末現在) 1) 首都圏企業24社 2) 中部圏企業5社 3) その他24社	①企業訪問を積極的に実施するとともに、企業側からの要望に対して丁寧な迅速な対応を心掛けて誘致に繋げた。 ②企業立地説明会、企業懇談会などを活用し、企業への積極的なアプローチを展開した。 県産業集積課へ派遣した職員とともに、県との連携を更に緊密なものとし、新規企業への訪問活動を推進した。	①新たに500人規模の従業員雇用が見込まれる企業1社の誘致を決定した。 ②企業訪問数は全体で目標を超えたが、中部圏企業への訪問数が目標に達しなかった。 昨年度誘致済企業への対応や新たな企業との誘致交渉もあったが、中部圏企業への新規訪問活動に関して課題が残った。

No.	課室 所名	目標項目	難易度 (ABC)	目標の内容				目標に対する活動(上半期レビュー)		目標達成の状況【output・input】		成果分析【outcome】	
				目標指標の内容	目標の基準値	目標達成時期	目標値	目標達成のための具体的方法	【現状】	【ギャップと対策】	①達成値・実績値	②取組・行動内容	③目標達成による成果
				(何を)	(目標設定時の状態・比較実績)	(いつまでに)	(どの水準までどうする・達成後の状態)	(具体的な取組・行動の内容・スケジュールの概要など)	上期(4月～9月)の取組実績 (具体的活動・行動)	下期(10月～3月)に向けた課題と取組の予定(具体的活動・行動)	(目標の達成状況・現在の状態)	(目標達成のために行った取組・行動)	(目標の達成による効果、目標達成できなかった事由)
業務改善取組①	観光おもてなし課	各種情報の共有化	A	国内外の観光等に関する情報の共有	個人で情報収集し共有なし	年度末までに	・情報のデータベース化 ・共有するための仕組みづくり	・共有ホルダを作成し、ジャンルごとのデータベース化およびファイリングによる共有 ・追加や更新時、朝の打合せ時に情報共有	・課内入口付近に情報共有用の掲示板を設置。個人収集した情報を課内で共有できる仕組みを作った。 ・一定期間掲示した情報は月別にファイリングし、共有フォルダへ保管。 ・データをより取り出しやすくするために、共有フォルダのデータベース化を図る。 ・朝の打合せ時に情報追加や更新の共有がしっかり行われること。掲示するだけでなく、積極的に話題に取り上げること。	・情報共有のためのフォルダおよび掲示板の作成。共有された情報はデータによっても保存。(データ保存は3月現在で16記事) ・朝の打合せによる口頭情報共有が日常で行なわれるようになった。 ・新聞の記事だけでなく、Webや書籍など、多数の媒体の情報を共有するようになった。	・情報共有をするための仕組み作りの検討会を行なった。 ・毎日の朝会の時間に課内で打ち合わせをし、その際に新規の情報があれば口頭による報告をした。	・横手市にかかわらず全国の観光情報に常にアンテナを張り、日頃より適宜情報を収集する姿勢を課員全員が持つ必要がある。 ・閲覧や掲示により、「情報を知らなかった」という問題が改善されている。	
重点取組①	観光おもてなし課	地域観光資源(魅力ある宝)の発信	A	「観光エキスパート」を活用した横手の宝の情報発信および集客	「観光エキスパート」構成員が現在30個人団体	年度末までに	・「観光エキスパート」構成員拡大(現在29個人団体→40個人団体) ・着地型観光プログラム(商品)の造成	・市内の観光資源を案内する「観光エキスパート」を拡大し、体験者を通じた情報発信による集客 ・HPや市内小中学校等へ事業周知を図り294個人団体利用 ・横手市観光協会へ着地型観光プログラム造成依頼	・観光エキスパートとなりえる指導者等に依頼し、構成員拡大に努めた(9月末現在33個人団体) ・HPや市内小中学校等へ事業周知を図り294個人団体利用 ・横手市観光協会へ着地型観光プログラム造成依頼	・「観光エキスパート」構成員の更なる拡大および周知方法の模索 ・着地型造成プログラムの参加を促すとともに、ロコミでの情報発信 ・観光エキスパート構成員の顔合わせ会開催と組織立ち上げ	・観光エキスパート構成員拡大(現在30個人団体→36個人団体) ・観光エキスパート申込み・体験者(H28年度内:2,966人) ・着地型観光プログラム(商品)の造成(1モニターツアー一催行、38名の参加) ・顔合わせ意見交換会の開催(2回) ・市内外の小中学生に加え、国内外の大学生にも事業を開催。横手の魅力を体験する機会を設けた(20回) ・雪まつり日中対策として観光客が体験できるイベント「観光エキスパートEXPO」を開催(約2,000人/2日)	・観光エキスパートの情報交換会を開催し、エキスパートとなりえる個人団体の紹介を得、新規登録。また事例紹介を行い、アンケート結果等の情報共有を行った。(11/22、3/16に開催) ・「女性限定！横手&湯沢いんどこ取りモニターツアー」として観光エキスパートの体験作業を組み入れた(12/10～12/11の1泊2日の行程中に開催) ・他事業とも共催し、観光客が横手の魅力を体験できるよう活動を行った(2/15、2/16に開催)	・観光エキスパート事業を通じて、一般市民および来横手が横手の魅力を発見でき、また訪れてみたいという意見多数あり。 ・観光エキスパート構成員からは今後もぜひ活動がPRできる機会を設けてほしいと意見あり。 ・モニターツアーをきっかけに、実際に旅行者への売り込み強化が必要。 ・伝統継承の意味でも、地元の小中学校や、高校生、大学生を対象とし、授業の一環として体験する仕組みづくりが必要。
重点取組②	観光おもてなし課	観光地域づくり推進のための「地域DMO(法人格を有する)」の組織化	A	地域DMO組織(仮称/よこて観光地域づくり推進機構)の法人設立	現在は地域DMOが組織化されていない。	年度末までに	・横手市観光連盟と横手コンベンション協会の組織をフレームとした観光地域づくりを担う法人組織を立ち上げる。 ・法人化作業と同時に、法人化後もなだらかな事業推進を図るため関連事業を実施する。	4月～6月:準備会 7月～10月:発起人会 ・定款、事業計画、予算案の決定 11月～12月:設立総会 ・設立承認 ※関係事業は法人設立前から事業実施の予定	4/14観光連盟臨時理事会(市からの地方創生加速化交付金事業受託の承認) 5/24第1回よこて版DMO準備検討会 6/13第2回よこて版DMO準備検討会 7/8DMO講演会及び市幹部職員との意見交換会(清水慎一氏) 7/20第1回設立発起人会 7/28各観光協会長との情報交換会 8/8第2回設立発起人会 8/8DMO講演会及び市幹部職員との意見交換会(清水慎一氏) 8/30第3回設立発起人会 9/6各観光協会長との意見交換会 9/20観光連盟・コンベンション協会合同臨時理事会(発起人会委員等を見直し、新たに会を設置することで合意)	・各観光協会等の団体と協議(平場の議論)を重ね、合意を形成 ・新たに設立発起人会を立ち上げ、DMO組織化に向けた議論を開始 ・よこて版DMO設立総会の開催と組織体制の整備 ・DMO設立後の平成29年度事業の計画及び予算案の策定 ・よこて版DMO法人化の手続きと国へのDMO登録申請	・平成29年3月9日に、よこて版DMO組織「一般社団法人 横手市観光推進機構」としての設立社員総会を開催し、法人が設立された。 ・法人の名称、定款の訂正、会員の会費等に関する協議 1/27第3回設立発起人会 ・法人の名称、定款の訂正、役員に関する協議 2/7第4回設立発起人会 ・定款の訂正、部会の設置、役員等の選任等に関する協議 3/1よこて版DMO事務局会議 ・第5回設立発起人会及び設立社員総会に関する事項の協議 3/9第5回設立発起人会 ・定款の承認等	11/28よこて版DMO事務局会議 12/6よこて版DMO事務局会議 12/14市内観光協会との意見交換会 ・よこて版DMO設立発起人会の設置に関する協議 12/14横手市観光連盟・横手コンベンション協会合同理事会 12/20第1回設立発起人会 ・発起人会規約、役員を選出、DMOの趣意書・組織・定款等に関する協議 12/27よこて版DMO事務局会議 1/11第2回設立発起人会 ・法人の名称、定款の訂正、会員の会費等に関する協議 1/27第3回設立発起人会 ・法人の名称、定款の訂正、役員に関する協議 2/7第4回設立発起人会 ・定款の訂正、部会の設置、役員等の選任等に関する協議 3/1よこて版DMO事務局会議 ・第5回設立発起人会及び設立社員総会に関する事項の協議 3/9第5回設立発起人会 ・定款の承認等	【目標達成による効果】 ・DMO法人の設立により、観光分野のみならず、伝統文化・食・農業等と連携し、観光地域づくりの取組が進められるものと期待される。 ・同組織と行政を含めた関係団体が連携することにより、地域の稼ぐ力が強化されるものと期待できる。 【今後の取組】 ・市関係部局とDMO組織との役割分担を行いながら、連携し事業を展開していく。 ・DMOに対する市の支援策等について、市関係部局によるプロジェクトチームを結成し連携を図っていく。

No.	課室 所名	目標項目	難易度 (ABC)	目標の内容				目標に対する活動(上半期レビュー)		目標達成の状況【output・input】		成果分析【outcome】	
				目標指標の内容	目標の基準値	目標達成時期	目標値	目標達成のための具体的方法	【現状】	【ギャップと対策】	①達成値・実績値	②取組・行動内容	③目標達成による成果
				(何を)	(目標設定時の状態・比較実績)	(いつまでに)	(どの水準までとする・達成後の状態)	(具体的な取組・行動の内容・スケジュールの概要など)	上期(4月～9月)の取組実績 (具体的活動・行動)	下期(10月～3月)に向けた課題と取組の予定(具体的活動・行動)	(目標の達成状況・現在の状態)	(目標達成のために行った取組・行動)	(目標の達成による効果、目標達成できなかった事由)
業務改善取組①	横手の魅力営業課	効率的な業務推進体制の構築	B	組織目標実現を目指し、組織横断的な業務推進を図りつつ、効率的な業務執行に努める。	・催事や交渉的業務により休日、夜間の出務も多く、係、事業によって業務量に偏りが生じ、代休消化ができない場合がある。 ・時間外が一定の職員に偏る場合がある。	年度末まで	①代休の完全取得 ②時間外勤務の縮減と偏りをなくす(前年比 減)。	・部課長会議の確実な伝達、毎朝ミーティングにより情報共有を確実に、互いの業務内容の把握と協力を構築する。 ・課長、係長打合せを定期的に行い、互いの業務内容の把握と協力調整を行う。 ・打合せ等にかかる時間短縮のため、資料等の事前配付、周知に努める。	毎朝課内ミーティングでの声掛けと、月一係長打合せにての成果検証。 ①代休…失効が1名半日分あり ②時間外…9月末現在 533H 昨年比 324H減	【課題】下期は、土日の催事などが多くなる時期で代休の取得がより困難、かつ、予算編成作業など例年時間外が増える時期を向える。 【行動】係毎に事業の業務量の確認、調整を行う。 ミーティング時の声掛け、全員で目標の共有を徹底する。	①代休取得については、2名が半日代休失効という結果になった。 ②時間外については、2月末現在 882Hで昨年度同比 △491H、1月末で2,069千円で昨年度同比 △491千円を達成できた。	毎朝課内ミーティングでの声掛けと、月一係長打合せにての成果検証。4半期ごとに開催した課内の事業検証・実施予定事業協議において、時間外の分散と代休取得について話し合った。 休日出務(イベント・催事)がある場合は、出務人数が適当か、終了後の代休取得について事前協議を行った。	・声掛けと振り返りにより、効率的な事務・事業の執行意識が高まった。 ・出張イベントなどは、最小人員を意識し、不足した部分をマネキンや市出身の学生、ふるさと会員を活用し、出務職員、時間外、代休の削減に努め、かつ事業効果を高めることができた。 ・代休失効については、取得期限失念によるもの。
重点取組①	横手の魅力営業課	事業者所得向上と雇用創出への取組み強化	A	横手産農産品、加工品等の販路拡大、所得向上に結び付く具体的施策の推進。	・米作偏重の農業からの脱却を目指し、野菜や果物などの農産品、農産加工品の販促活動を首都圏や仙台圏にて実施しているが、十分な成果が出ているとはいえない状況。 ・農業者の減少、高齢化が進んでおり、後継者の確保・育成が急務。 ・横手産品のブランド力強化による産品の認知度、品質、所得の向上が求められている。	年度末まで	①首都圏、仙台圏などでの販促活動により農業所得の向上を図る。(定期取引の増加) ②自らの農産品(商品)を売込み、商談に結び付けるスキルの構築と商談の場の提供 ③横手市、地元高校、JA、大手外食チェーンと連携・協力しながら、高校生や意欲ある若手農業者に対し研修の場を提供し、担い手の確保・育成に努める。	【個人、営農組織等の販路確立】 ・首都圏等のバイヤーを招聘した産地見学を開催し、横手産品を売り込み、定期取引をめざす。【年3回】 ・生産者が自ら行う販促活動の実施支援(九州屋、サカガミなどの店舗を活用したテストマーケティングの実施) 【年20事業者】 ・自らの農産品をバイヤー等に売込み商談成立できるノウハウを構築し実践に結びつけるためのセミナーの開催及び商談会への出席 【セミナー年3回 参加者30人以上、商談会への出席 年3回】 ・高校生、若手農業者を対象に座学講義、作業(販売)体験を実施 【年5回 参加者:高校生10名、若手農家5名】	①九州屋での販路拡大において懸案となっていたJA産品の取り扱いについて、昨年度、両者で話し合い、主要取引市場(卸)を決定。スイカフェアなどで成果をあげた…約4千箱の取り扱い実績。 ①仙台市で定期開催の催事「うめっす菜」5周年において提供した紅白まんじゅう(本課より提案開発商品)の商品化決定。 ②9/27,28 九州屋バイヤーほか産地見学会実施…新たな商材提案行う。 ③ティーンズ農業プロジェクトとして、増田高校農業科学科の生徒(約100名)向けに大手外食チェーンの契約農場経営者による講演会と、若手トマト生産農家による栽培研修を実施し、農業の魅力について学ぶ機会を創出した。	九州屋におけるJA産品の取り扱いについて、スイカ以外の産品についても積極的な動きかけが必要。 連携協定を結んでいるサカガミでの市内事業者・生産者によるテストマーケティングの実施。 ・儲かる農業実現のための、農閑期を活用したセミナーの開催と商談機会の創出。	①九州屋での販路拡大においてJA産品の取り扱いにあたっての主要取引市場(卸)を決定。スイカフェアなどで成果(約4千箱)をあげたほか、新たにリンゴ(糖度センサを通過した線箱リンゴ)についても取り扱いが開始された。 ①サカガミ店舗における夏、秋、冬イベントへ生産者・事業者に参加いただく。 ①仙台市の催事「うめっす菜」5周年において提供した紅白まんじゅう(本課より提案開発商品)の商品化決定し、関連商品の開発にもつながった。 ②9/27,28 九州屋バイヤーほか産地見学会実施…新たな商材提案行う。 ③ティーンズ農業プロジェクトとして、増田高校の生徒(約100名)向けにモスバーガーの契約農場経営者、九州屋役員による講演会と座学、若手農家による栽培研修、九州屋でのインターンシップ体験など実施し、農業の魅力について学ぶ機会を創出した。 ③ぐるなびによるセミナーを2回開催し、延べ60人の生産者、事業者が参加。	①②九州屋との信頼関係が増し、意思疎通が容易になった(各部門の社員とのネットワークの構築)。 ①九州屋社員の横手産品に対する信用、知識の高まりにより、九州屋側からの提案事項が増加(春野菜フェア、スイカフェアの独自開催)し、売り上げ増につながった。 ①サカガミイベントに事業者自らが参加することで小売り、消費者ニーズ把握の機会を得、それが商品改善、販路拡大につながった。 ①仙台「うめっす菜」については、売り上げも順調なことから、更なる自立策(許認可事務やPRチラシの作成、直売所支援など)の検討を要する。 ③農業に関する人材育成について、新たに流通・販売過程について学ぶ機会を創出することができ、より幅の広い事業展開が可能となった。 ③セミナー参加者を実践の場(商談、テストマーケティング)にどのように引き込むかが課題。	
重点取組②	横手の魅力営業課	応援人口拡大事業	A	全国の横手市出身者、横手市にゆかりのある方などへ、ふるさとの情報及び物産振興につながる情報を提供する。	・交流情報紙「よこてfun通信」年3回発行。 ・「よこてfun通信別冊」物産カタログ年1回発行 ・ふるさと小包「バックチラシ」年1回発行 ・定期購読者数2,600人(H28.2末現在)	年度末まで	・交流情報紙「よこてfun通信」年4回発行 ・「よこてfun通信別冊」物産カタログ年1回発行 ・新規購読者900人の獲得	新規購読者獲得のための取組みとして下記を実施 ・横手市出身者が知りたいふるさと情報を満載し、また横手市産品の購買につながるような紙面づくり ・首都圏横手市ふるさと会との連携 ・県外催事での周知 ・市SNSでの広報 ・市職員のネットワークを活用した購読者募集	ふるさと会の会員以外の新規購読者獲得に工夫が必要…ふるさと納税の横手の応援団、催事、SNSなどを活用。 ・交流情報紙「よこてfun通信」年2回発行(6/1 4号、9/1 5号) ・9月末新規購読者587人を獲得	・交流情報紙「よこてfun通信」年4回発行(6/1 4号、9/1 5号 12/1 6号 3/1 7号)し、読者を4,200人とし、昨年同様に1,600人増とした。 ・「よこてfun通信別冊」物産カタログ「菓子編」発行(7月に同封)し、読者への産品PRに活用した。	読者獲得のため下記を実施 ・横手市出身者が知りたい情報、また市産品の購買につながるような紙面づくりの検討(職員と委託業者の協議) ・首都圏横手市ふるさと会との連携(funエスタでの勧誘活動、友人・知人紹介) ・県外催事の活用(友好都市イベントなどでの勧誘) ・市SNSでの広報	・本発行事業がきっかけとなり、ふるさと会の事業が活性化してきている(funフェスタの開催、まるごとっぽん横手うめいものフェア、中学生の販売活動への協力など) ・読者増により、郵送料などの経費が増加。民活導入も視野に検討の必要あり	
重点取組③	横手の魅力営業課	新たな海外販路確立への挑戦	A	海外への販路を希望する事業者(産品)の発掘と育成に努め、新たな海外販路の確立を目指す。	大沢葡萄ジュースを核に、香港、台湾、上海、マカオに横手産品の販路確保しているが、販売額(量)が頭打ち(安定)の状態にあり、新たな販路開拓が求められている。	年度末まで	・今年度においては、相手国の市場ニーズの把握と販売ルートの確立を目指す。 ・輸出対象品目の選定と輸出希望事業者の発掘。 ・輸出希望事業者へのセミナーの実施。現地バイヤーへの産品紹介、プロモーションの実施。	・県や県内金融機関がインバウンド施策タイへの輸出について、市内5業者から参加の意思表示あり。 ・国際教養大と連携した輸出候補産品の洗い出し。 ・輸出対象国におけるニーズ調査等の実施。 ・商談用カタログ(外国語版)の作成。	・タイ王国を輸出対象国とし、市内事業者を対象に公募し、5事業者5商品を選定する(のちに1社1商品辞退)。 ・政策間連携を活用し、新たな候補産品の発掘を行う(発酵文化研究所、農林部)。 ・タイバンコクの輸出事業者、小売り事業者、バイヤー等を訪問し、輸出候補商品についてのアドバイスと輸出を進めるための事務手続きアドバイス、市場調査を行った。	・輸出希望5事業者に向けたアドバイザーによる商品スキルアップ、セミナーの実施。 ・政策間連携による候補産品の発掘と国際教養大と連携した候補産品の洗い出し(タイ、シンガポールの留学生6人による試食会の開催)。 ・タイ向け輸出事務、取り扱い事業者(輸出入業者、店舗)の選定についての重要性について理解できた(富裕層、タイ在住の日本人、外食産業)。 ・タイ向け輸出事務、取り扱い事業者(輸出入業者、店舗)の選定についての重要性について理解できた。	■市担当者、事業者共に ・タイバンコクにおけるマーケットニーズを把握することができた。 ・輸出ターゲットを明らかにすることの必要性を理解できた(富裕層、タイ在住の日本人、外食産業)。 ・タイ向け輸出事務、取り扱い事業者(輸出入業者、店舗)の選定についての重要性について理解できた。		
重点取組④	横手の魅力営業課	県と市の機能体事業の推進	B	機能体事業への市職員の参加と広域イベント等の見直し。	機能体事業については、すべて県からの派遣職員が実施の主体。横手市職員は出務としての参加のみ	年度末まで	県からの派遣職員と市職員の友好な関係のもと、機能体事業の企画段階から市職員も参加し、事業理解に努め、派遣職員と横手市職員が一体となった取り組みを展開する。	・アグリフードEXPOへの参加 ・広域的(県南)イベントの企画、実施	・8/18,19アグリフードEXPO…3事業者が参加。商品提案、商談などの機会を得、大きな成果をあげる。 ・9/24,25秋田市でのチャレンジマルシェ…5事業者が参加、市産品を大いにPRする。 首都圏百貨店などを会場とした広域物産展の会場を新たに検討する必要あり。	・各種セミナーや物産展、事業者訪問を利用して、展示商談会(アグリフードEXPO)や物産展(仙台圏、首都圏での県南物産展)参加者に掘り起こしを行った。 ・首都圏百貨店(国分寺マルイ)での広域物産展開催にあたり、他の振興局に参加をよびかけた。 ・広域物産展開催にあたり、市産団体連絡協議会会員などに広く参加を呼び掛けた。	・展示商談会においては、商談成立、商談継続など大きな成果を得るとともに、バイヤーニーズの把握機会となったことにより商品の改善に結び付けることができた(都市型家族に向けた販売商品の小型化など)。 ・道の駅交流事業については、費用対効果という点で課題が多く、事業廃止で検討中(売上も少なく、観光PRとしての効果も低い)。		

No.	課室 所名	目標項目	難易度 (ABC)	目標の内容				目標に対する活動(上半期レビュー)		目標達成の状況【output・input】		成果分析【outcome】	
				目標指標の内容	目標の基準値	目標達成時期	目標値	目標達成のための具体的方法	【現状】	【ギャップと対策】	①達成値・実績値	②取組・行動内容	③目標達成による成果
				(何を)	(目標設定時の状態・比較実績)	(いつまでに)	(どの水準までどうする・達成後の状態)	(具体的な取組・行動の内容・スケジュールの概要など)	上期(4月～9月)の取組実績 (具体的活動・行動)	下期(10月～3月)に向けた課題と取組の予定(具体的活動・行動)	(目標の達成状況・現在の状態)	(目標達成のために行った取組・行動)	(目標の達成による効果、目標達成できなかった事由)
業務改善取組①	女性センター	安全管理の徹底	A	全ての施設利用者	施設内で高齢者の転倒が多いため、無事故であることを目標の基準とする	年度末	転倒などによる怪我人がいない事を目標値とする。	毎日の安全点検と適正な施設管理を行う。 施設利用者への声掛けと施設的环境整備を行う。	全職員による利用者への言葉かけや適切なサポート、毎日の施設の安全点検により怪我人は0人であった。	降雪期は足元が滑りやすく、体も夏場に比べて動きが鈍る恐れがあるので、これまで以上の配慮で来客対応を行う。	冬期間の駐車場を含め、施設内では無事故を維持する事ができた。	職員による毎日の施設点検、来館者への声掛け、整然とした施設の維持管理に努めた。特に劣化したスリッパの交換や滑り止め効果の高いマットを導入するなど、年間として利用者目線に立った細やかな改善を行った。	安心して、気持ちよく利用できる施設を維持する事により、健康で明るい日常生活を保つために必要な市民活動の促進に大きく寄与した。
重点取組①	女性センター	勤労女性の支援となる講座を開催する	A	勤労女性の講座参加者数	過去5年間の参加者数と比較する	年度末	過去の実績(平均値)の2割増を目標値とする。	かまくらFM、市報、その他広報誌の活用及び学校や事業所など関係機関と連携した周知。子供同伴の講座や託児完備の講座の開設。	日中の講座に加え、勤労者が参加しやすい夜間や休日の講座を開設した結果、順調に勤労女性の参加率が増加している。過去5年間の平均が21人に対し、今年度は98人の実績となっている。	降雪期は駐車場の確保が困難であり、夏場のような来館者数が見込めない可能性が高いので、利用者へのアンケートを実施するなどの工夫をして利用者拡大に努めたい。	講座参加者のうち勤労者数の過去5年間の平均のべ人数が21人のところ、今年度はのべ117人と大きく実績を上げることができた。(約6倍)	日中の講座に加え、夜間や休日開催の講座を大幅に増設した。またアンケート調査を実施することにより、利用者のニーズを把握することができた。	勤労者に教養を高める活動やリフレッシュする機会を提供することにより、心身の健康を維持する大切さを実感してもらうことができた。勤労意欲増進に繋がることが期待される。