

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 (何を)	目標の基準値 (目標設定時の状態・比較実績)	目標達成時期 (いつまでに)	目標値 (どの水準までどうする・達成後の状態)	目標達成のための具体的方法 (具体的な取組・行動の内容・スケジュールの概要など)	【現状】		①達成値・実績値 (目標の達成状況・現在の状態)	②取組・行動内容 (目標達成のために行った取組・行動)	③目標達成による成果 (目標の達成による効果、目標達成できなかった事由)
									上期(4月～9月)の取組実績 (具体的活動・行動)	【ギャップと対策】 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)			
1	商工労働課	市内中小企業、事業所拡大及び雇用の継続支援	A	・新規設備投資件数及び新規雇用者数	平成26年度 企業振興条例 指定事業所数 8社 新規正規雇用者数 56人	年度末まで	・新規指定事業所数 10社 ・新規正規雇用者数 60人	・企業振興条例による各種助成金交付 ・「ものづくり創造支援事業」による新製品等開発助成金の交付 ・「若者等地元人材育成・定着支援事業」による研修助成金の交付 ・中小企業活性化支援(専門家受け入れ、販路拡大)による地域産業の振興 ・様々な媒体を使った支援制度の周知活動	9月迄指定申請企業 2社 11名	10月以降見込 2社 18名 新年度は5社65名を見込んでいるが、引き続き、本年度投資案件等の情報収集に努める。	・新規指定事業所数 7社 ・新規正規雇用者数 78人	・事業所訪問による情報収集 ・市及び県の各種支援制度の積極的周知による投資意欲の醸成	・新規指定事業所数は目標に届かなかったが、雇用者数は目標を達成 ・指定事業所数については次年度以降の指定が見込まれる企業の情報を蓄積(見込7社)
2	商工労働課	公共温泉施設再編方針の策定	A	・各公共温泉のサービス及び経営状況 ・今後の各公共温泉施設の経営方針	・直営施設 5施設 ・指定管理施設 4施設 多額の財政負担(一般会計繰入金及び指定管理料約2億4千万円)	12月末まで	・各施設の経営状況及び将来予測により再編方針を策定 ・財政負担額の30%削減 ・議会及び関係者との調整 ・再編方針の決定	・各関係部との方針策定に係る検討会を実施(6/4、6/30,8/3) ・実績数値等の整理 ・再編方向性の確認	・10月中旬まで、市議(各地域毎)と意見交換を実施 ・意見を元に案を策定。政策会議を経てFM計画に合わせ全体説明を実施	「公共温泉施設の在り方・再編方針」をH28年3月に策定	・議員との意見交換・協議の実施(出身地域毎、会派毎 計19回) ・地域づくり協議会への説明(9回) ・その他施設、関係者への説明・協議の実施	・取組の方向性を定めた方針を策定することができた。 ・今後は方針に基づく取組を着実に推進する。	
3	商工労働課	創業支援事業計画の策定による起業支援の充実	A	・市内における相談者数、起業家数	・Bizサポートよこて内インキュベーションオフィス(起業支援室) 入居者 2人 ・同シェアードルーム(起業準備スペース) 入居者 0人	年度末まで	・インキュベーションオフィス(起業支援室) 入居者 3人 ・シェアードルーム(起業準備スペース) 入居者 2人 ⇒上記中、起業家 2人	・創業支援計画(経済産業省)の策定による起業家の掘り起こし ・Bizサポートよこての起業相談のワンストップ窓口としての機能強化 ・市内で活動しているインキュベーションマネージャー(IM)との連携による相談の実施 ・IMによる事業計画作成および経営の徹底指導 ・起業・創業支援事業による初期投資助成	【起業等相談件数】 延べ53件(内ワンストップ相談窓口40件) 【Bizサポートよこて入居者数】 インキュベーションオフィス 4社(内新規2社) シェアードルーム 0人 【起業創業支援事業補助金】 2件	・横手の商工業振興サイトを活用し、商工業関連事業の周知 ・Bizサポートよこての起業相談のワンストップ窓口としての機能強化 ・起業セミナー開催による起業家の掘り起こし(11月と1月実施予定) ・IMによる事業計画作成および経営の徹底指導	・インキュベーションオフィス(起業支援室) 入居者 5社 ・シェアードスペース(起業準備スペース)入居者 0人	・創業支援計画(経済産業省)の策定による起業家の掘り起こし ・Bizサポートよこての起業相談のワンストップ窓口としての機能強化 ・IMによる事業計画作成および経営の徹底指導 ・創業・創業支援事業による初期投資助成	・横手市創業支援計画の策定により、連携した起業家(商工団体、金融機関等)との連携が生まれ、市全体として起業に対する支援の意識が高まった。 ・年度当初、5室であったインキュベーションオフィスの全てが入居企業で埋まったため、新たに2室増設して対応している(H28年度4月に入居申請依頼あり)。
4	商工労働課	プレミアム付き商品券の発行による商業振興	A	・地元消費による地域経済活性化のためプレミアム商品券の販売枚数及び換金枚数	・地域消費の停滞を解消する	年度末まで	・一般用1セット10,000円(＠1,000*12枚)を60,000セット ・多子世帯1セット6000円(子ども3人以上以上の世帯)を4,520セット 以上の商品券の売及及び換金による地元消費の拡大	・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	【9月末状況】 【販売額】 一般分:720,000,000円(60,000セット) 多子世帯分:47,976,000円(3,998セット) 【換金額】 554,976,000円 【換金率】 72.2% ・消費者向けアンケートを実施中	【販売額】 一般分:720,000,000円(60,000セット) 多子世帯分:52,044,000円(4,337セット) 【換金額】770,748,000円 【換金率】99.8%	・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、かまからFM、TV、チラシ等による販売促進及び消費喚起の呼びかけ ・問い合わせ等への迅速な対応 ・アンケート調査実施による消費喚起効果等の測定	【消費喚起効果】 一般分:316,330,884円 多子世帯分:20,735,046円	
5	商工労働課	女性センター運営事業の充実	A	・利用件数および利用者数 ・事業および主催講座の開催における受講者数および応募者数 ・施設の管理費	・過去10年の平均値より増加 ・利用者及び入居者による継続した利用意識や、今後新規利用者の増加 ・今後20年間の施設の管理事業費の現状維持以下	年度末まで	・過去の利用者数から今後の利用者の推移の検討(アンケートなど) ・事業および主催講座等における利用者(参加者)意識の調査と今後の運営の検討 ・施設の点検等による修理箇所等の調査	今年度の事業11講座中5講座開催 ・事業および講座開催時にアンケートを実施 ・利用状況(利用年齢層や講座受講生意識状況)の分析	◎上半期までの状況と過去の状況をふまえた分析を行う。 ・アンケートの実施と集計 ・施設点検の実施 ・運営委員会による検討	・利用者数は前年度よりは増加したが、過去10年間の平均20,020人までとはどかなかつた。 ・当初予定11講座中、10講座15回開催。歴史に関する学習講座のみ開催できなかった。ただし、主催講座受講生のうち、次回講座への再受講や、自主サークルの立ち上げなどから、来館する機会が増えてきている。 ・毎日施設の点検を丁寧におこない、維持管理につとめた。	・主催講座の開催内容などを工夫し、センターを知らない(来館したことがない)方々への参加意欲をたかめ、参加していただいた。 ・初めて講座に参加した方や、開催した講座への継続希望者が増え、センター利用のきっかけをつくり出した。 ・施設点検を行った際に、要修繕箇所をまとめ、優先順位をつけ、今年度については、1回トイレの水抜き栓の部品交換修繕をおこなった。	・高齢化によるサークル活動の解散や活動回数の減少が見られる中、常連来館者以外の方の利用が増加し、リピーターとしても、また知人友人を誘って講座等に参画して下さる方も増加した。ただし、過去の利用者数までは届いていないので、さらなる努力や工夫が必要。 ・過去の事業の実施報告やアンケートを振り返り検証することで、講座開催の工夫ができた。もっと多くの声を聞く工夫が必要。 ・今後も施設点検については、予算内において修繕すべき部分を積極的におこない、利用者増加につとめる。	

■平成27年度

商工観光部 企業誘致室

組織目標管理シート

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 (何を)	目標の基準値 (目標設定時の状態・比較実績)	目標達成時期 (いつまでに)	目標値 (どの水準までとする・達成後の状態)	目標達成のための具体的方法 (具体的な取組・行動の内容・スケジュールの概要など)	【現状】 上期(4月～9月)の取組実績 (具体的活動・行動)	【ギャップと対策】 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)	①達成値・実績値 (目標の達成状況・ 現在の状態)	②取組・行動内容 (目標達成のために 行った取組・行動)	③目標達成による成果 (目標の達成による効果、 目標達成できなかった事由)
				1	企業誘致室	企業誘致の実現による雇用創出	A	新規誘致企業数 創出雇用者数	平成26年度 新規誘致企業数0社 雇用創出者数0名 平成25年度 新規誘致企業数5社 雇用創出者数106名 平成24年度 新規誘致企業数0社 雇用創出者数0名	年度末まで	新規誘致企業数2社 創出雇用者数40人	・市内立地企業や関連する人脈を活用した誘致活動を継続する。 ・県誘致推進協議会主催の企業立地説明会、企業懇談会へ参加することにより、PR活動を推進する。 ・平成26年度に策定した「IT・ソフトウェア関連企業立地優遇制度」を活用し、更なる成長が望めるIT・ソフトウェア関連企業の立地を推進する。	新規誘致企業数0社 創出雇用者数0人 (年度末までの新規誘致に向け企業訪問等を実施。進行している立地案件をフォローした。)
2	企業誘致室	新規企業への訪問	B	新規企業訪問数 ①首都圏企業 ②中部地方企業 ③その他	・平成26年度 ①首都圏企業7社 ②中部地方企業2社 ③その他1社 平成25年度 ①首都圏企業5社 ②中部地方企業1社 ③その他4社 平成24年度 ①首都圏企業7社 ②中部地方企業1社 ③その他5社	年度末まで	新規企業訪問数 ①首都圏企業10社 (上半期5社、下半期5社) ②中部地方企業4社 (上半期2社、下半期2社) ③その他6社 (上半期3社、下半期3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。 ・県との連携による新規企業への訪問活動を推進する。 ・人脈やあらゆる情報を活用し、ターゲットを絞り込んだ訪問を行う。	新規企業訪問数 ①首都圏企業1社 ②中部地方企業1社 ③その他3社 (横手市誘致企業選定業務委託を実施。横手市に立地する可能性のある新規企業についての訪問準備を進めた。)	・具体的な立地案件があったことから、新規企業訪問の件数があまり伸びなかった。 ・横手市誘致企業選定業務委託の成果ももとにしながら、新規企業への訪問活動を積極的に展開する。	新規企業訪問数 ①首都圏企業3社 ②中部地方企業2社 ③その他8社	・秋田県、地元企業、誘致企業選定業務委託の成果等から情報を入手し、新規企業訪問を実施した。	・今年度誘致決定企業の誘致活動に相当な時間を有したことから、新たな企業への訪問スケジュール調整が難しく、新規訪問件数が目標に達しなかった。 ・今後、新規企業への訪問件数増を図るため、企業へのアプローチ手法の再検討が必要

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 (何を)	目標の基準値 (目標設定時の状態・比較実績)	目標達成時期 (いつまでに)	目標値 (どの水準までどうする・達成後の状態)	目標達成のための具体的方法 (具体的な取組・行動の内容・スケジュールの概要など)	【現 状】 上期(4月～9月)の取組実績 (具体的活動・行動)	【ギャップと対策】 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)	①達成値・実績値 (目標の達成状況・ 現在の状態)	②取組・行動内容 (目標達成のために 行った取組・行動)	③目標達成による成果 (目標の達成による効果、 目標達成できなかった事由)
				1	観光おもてなし課	高質なホスピタリティを目指す	A	各地域の人々が誇りを持って紹介、誘客できる仕組み	・観光地等を紹介する各地域観光案内人組織は市内に3団体	年度末までに	①各地域住民の「観光資源」の気づきと発見 ②地域観光資源を発信、案内するための「各地域観光案内人」募集および育成 ③「各地域案内人」のネットワークづくり ※新・まちナビシステム活用による情報提供	地域内における観光資源および案内人の推薦調査の実施	・案内人ネットワークづくり ・新・まちナビによる「観光資源」「推奨ルート」および「案内人」の情報提供
2	観光おもてなし課	産学官連携を柱とした台湾からの観光誘客増を目指す	A	・台湾から横手への観光客入れ込み数	・台湾からの誘客数は、ここ数年、ひと桁台で推移している	年度末までに	・横手への台湾旅行者450人以上(台湾旅行会社の旅行商品の中に横手市への立ち寄りか組み込まれている) ・中国語訳のサイト構築 ・中国語訳のパンフレット作成500部	①台湾旅行会社エージェンツや航空会社、また秋田県観光振興課(台湾誘客班)との旅行商品の造成(6月～3月) ②大同大学(台北市)との連携協定一応用外語学科の学生との連携(6月～3月)	・市長トップセールスで訪台の際、旅行会社を訪問し、横手市をPR。商品造成を依頼。 ・6月に大同大学と市内ソフトウェア関連企業と市が連携の覚書を取り交わした。7月から大同大學生4人が3週間にわたり横手を訪れ、情報発信を行った。 ・今後も訪台の機会をとらえてPRしていく。 ・中国語(繁体字)のサイト構築とガイドパンフレット作成を市内企業に委託	・平成27年中の横手への台湾旅行者(宿泊者)約70人(推計) ・中国語(繁体字)のサイトを構築 ・中国語(繁体字)のエージェント向けガイドブック作成	・産学官連携に関する覚書を締結し、訪台の際に旅行エージェンツ訪問などを行った。 ・中国語サイト・ガイドブックの監修を大同大学教授に行ってもらいアドバイスを受けた。	・1年目ということで手さぐり状態であったが、台湾でのコネクションができつつある。次年度以降も大同大學生を横手に招聘する計画をもってあり、誘客につながるように事業を進める。	

■平成27年度

商工観光部 横手の魅力営業課

組織目標管理シート

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 (何を)	目標の基準値 (目標設定時の状態・比較実績)	目標達成時期 (いつまでに)	目標値 (どの水準までどうする・達成後の状態)	目標達成のための具体的方法 (具体的な取組・行動の内容・スケジュールの概要など)	【現状】		①達成値・実績値 (目標の達成状況・現在の状態)		②取組・行動内容 (目標達成のために行った取組・行動)
									【ギャップと対策】	【現状】			
							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)			③目標達成による成果 (目標の達成による効果、 目標達成できなかった事由)		
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	<p>・米作偏重の農業からの脱却を目指し、野菜や産物などの農産品・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</p> <p>・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</p> <p>・横手産品のブランド力強化による産品の品質&所得向上が求められている。</p>	年度末まで	<p>・首都圏や仙台圏などでの効果的な販促活動により、販路を拡大し農業および事業所所得の向上を図る。 【営業組織、JA産品の販路確立】</p> <p>・自らの農産品(商品)を売込み、商談に結び付けるスキルを構築する。</p> <p>・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。</p> <p>・JA、大手外食チェーンと連携し、適正な経営指導、生産マニュアルの導入、メディアの活用などにより、横手産品のブランド力強化&所得向上に結び付ける。</p>	<p>・首都圏や仙台圏などでの効果的な販促活動により、販路を拡大し農業および事業所所得の向上を図る。 【営業組織、JA産品の販路確立】</p> <p>・自らの農産品(商品)を売込み、商談に結び付けるスキルを構築する。</p> <p>・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。</p> <p>・JA、大手外食チェーンと連携し、適正な経営指導、生産マニュアルの導入、メディアの活用などにより、横手産品のブランド力強化&所得向上に結び付ける。</p> <p>・高校生、若手農家を対象に産学講義、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】</p>	<p>○首都圏や仙台圏での横手産品のPR及び販促活動等の実施</p> <p>・サカガミとの包括連携協定締結による販路拡大に関する事業実施(横手市フェアの実施、生産者による販促活動の実施)</p> <p>・九州屋社員を対象とした産地見学の実施、JAと連携した横手産品の取引強化</p> <p>○商談成立できる生産者の育成。</p> <p>○県主催の商談会及び研修会への参加(横手市共催でバイヤーを招聘)</p> <p>○首都圏バイヤーを横手に招聘し、産地見学、ミニ商談会の実施</p> <p>○アグリフードEXPOへの出席</p> <p>○農業ビジネスチャンス創出応援事業</p> <p>・JA、増田高校、市の農業活性化支援に関する協定締結(モスバーガーがサポート企業) ・増高生によるトマト栽培作業体験3回、産学の開催 3回</p>	<p>【ギャップと対策】</p> <p>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)</p> <p>・JAと連携した商材の提案(首都圏販売)</p> <p>・九州屋、サカガミなどでのテストマーケティングの実施(11月～3月)</p> <p>・一過性のフェアではなく、定期取り引きにつなげる販促活動の実施(首都圏販売 いものこ、りんご等)</p> <p>・県主催の首都圏での商談会への参加(1月 東京「秋葉原」)</p> <p>・増高生による横手産トートを使用したモスバーガーの実演販売(10/29)</p> <p>・JA、増田高校、市の農業活性化支援に関する協定締結(モスバーガーがサポート企業) ・増高生によるトマト栽培作業体験3回、産学の開催 3回</p>	<p>①達成値・実績値 (目標の達成状況・現在の状態)</p> <p>○首都圏や仙台圏での販路拡大及び農業所得の向上</p> <p>・横手産品を使用した料理教室の開催(11/9)及びサンプル提供による商材の提案(スーパーサカガミ)</p> <p>・りんごフェアの開催(12/5-6)産地見学の実施及びバイヤーへのサンプル提供(九州屋)</p> <p>・うめつ菜12月の開催(常連客の要望に応え開催)</p> <p>○商談会への出席とセミナーの開催</p> <p>・市報、記者会見、HP、かまくらFMでの周知活動</p> <p>○農業ビジネスチャンス創出応援事業</p> <p>・増高生による横手産トートをを使用したモスバーガーの実演販売(10/29)</p> <p>・増高生による農業体験研修実施(静岡県モスファームすずなり8名参加)</p>	<p>②取組・行動内容 (目標達成のために行った取組・行動)</p> <p>○首都圏や仙台圏での販路拡大及び農業所得の向上</p> <p>・商品買い取りにより、フェアを開催する際、ある程度のまとまった売上高が見込めるようになった。</p> <p>・生産者とバイヤーの関係を強化。(直接取引の実現)</p> <p>・うめつ菜の固定客の増加により売上増へ</p> <p>○商談会への出席とセミナーの開催</p> <p>・商談成立による所得の向上</p> <p>○農業ビジネスチャンス創出応援事業</p> <p>・地元高校生の新規就業意欲の高揚及び若手農業者の所得の向上</p>	<p>③目標達成による成果 (目標の達成による効果、 目標達成できなかった事由)</p> <p>○首都圏や仙台圏での販路拡大及び農業所得の向上</p> <p>・商品買い取りにより、フェアを開催する際、ある程度のまとまった売上高が見込めるようになった。</p> <p>・生産者とバイヤーの関係を強化。(直接取引の実現)</p> <p>・うめつ菜の固定客の増加により売上増へ</p> <p>○商談会への出席とセミナーの開催</p> <p>・商談成立による所得の向上</p> <p>○農業ビジネスチャンス創出応援事業</p> <p>・地元高校生の新規就業意欲の高揚及び若手農業者の所得の向上</p>	
2	横手の魅力営業課	応援人口拡大事業のスタートアップ(横手出身者・県外在住者をターゲットとした情報伝達システムの構築)	A	<p>横手出身者、県外在住者向け情報誌「横手ファン通信」(仮称)を立ち上げ、発行～発送のシステムを構築する。</p>	年度末まで	<p>・4月 各ふるさと会への概し</p> <p>・5月 各ふるさと会役員会で説明とお願</p> <p>・4月～6月:編集・印刷業者選定、打合せ</p> <p>・9月:改訂版第1号発行～購読者募集作業 【3,000部×3回(夏・秋・冬)】</p> <p>・まづづくり支援課との連携によるふるさと納税を活用した物産等の魅力発信の検討 【特典物産・ツアー等横手ファン創出に向けた】</p>	<p>・4月 各ふるさと会への概し</p> <p>・5月 各ふるさと会役員会で説明とお願</p> <p>・4月～6月:編集・印刷業者選定、打合せ</p> <p>・9月:改訂版第1号発行～購読者募集作業 【3,000部×3回(夏・秋・冬)】</p> <p>・まづづくり支援課との連携によるふるさと納税を活用した物産等の魅力発信の検討 【特典物産・ツアー等横手ファン創出に向けた】</p>	<p>・5月～6月に各ふるさと会役員会に出席し説明を実施</p> <p>・6月に情報紙作成業務に係るプロポーザル参加業者の審査委員会を開催。情報紙作成業務委託契約締結</p> <p>・9/30よこてfun通信創刊号発刊(5,000部) うち発送分2,500部 催事・イベント活用分2,500部)</p> <p>・よこてfun通信の第2号(11月末)と第3号(2月末)の編集と発行</p> <p>・新規購読者獲得のため、市SNSや県外で行われる各種イベント等で周知を図る必要がある。</p>	<p>・よこてfun通信の第2号(11月末)と第3号(2月末)の編集と発行</p> <p>・新規購読者獲得のため、市SNSや県外で行われる各種イベント等で周知を図る必要がある。</p> <p>・定期購読者 2,600人(H28.2末現在)</p>	<p>新規購読者獲得のため取組として下記を実施</p> <p>・首都圏横手市ふるさと会連絡協議会との連携</p> <p>・県外催事での周知活動</p> <p>・市SNSでの広報</p> <p>・市職員ネットワークを活用した購読者募集</p>	<p>交流情報紙「よこてfun通信」の発行により、県外在住の横手市出身者などへふるさとの情報(地元の話題、物産品、市内・県外イベント情報、各ふるさと会の紹介)を提供する仕組みづくりができた。</p>		
3	横手の魅力営業課	県と市の機能合体事業の推進	B	<p>県職員の市への派遣(従来は併任)、必要経費の交付により、販売促進活動、物産PR事業の一元化、広域的展開を目指す。</p>	年度末まで	<p>・県南3振興局合同の各種事業について、機能合体のメリットを最大限に生かした活動を展開する。</p> <p>・他振興局(仙北、雄勝)との人的ネットワークを構築し、広域イベントの効果的な実施に、広域的検討する機会とする。(全県に先がけたモデルケースを目指す)</p>	<p>・県南3振興局合同の各種事業について、機能合体のメリットを最大限に生かした活動を展開する。</p> <p>・他振興局(仙北、雄勝)との人的ネットワークを構築し、広域イベントの効果的な実施に、広域的検討する機会とする。(全県に先がけたモデルケースを目指す)</p>	<p>・8月～9月に3か所の道の駅(おがちさんない、遠野風の丘)で交流物産展を開催</p> <p>・4月の仙台卸町で県南3地域振興局合同で観光物産展に出席</p> <p>・8月に東京ビックサイトで開催されたアグリフードEXPOに横手市として出展し、3事業者の農産物を紹介・PRし商談につなげた。</p>	<p>・10月～11月に2か所の道の駅(さんくろく・十文字)で交流物産展を開催予定</p> <p>・新商品の紹介やPRマーケティングの場としての活用を検討</p> <p>・10月に仙台市卸町で、12月に東京都庁で県南3地域振興局合同で観光物産展を開催予定</p> <p>・アグリフードEXPO後、バイヤー等からの問合せに対し、出展事業者や他の生産者とのマッチング支援を実施</p>	<p>・県際交流事業(道の駅物産展)及び県南3振興局(平産地域は横手市)合同の各種事業については、県からの派遣職員に加え、横手市職員も参加し、事業を実施した。ただし、県際交流事業については、生産者の参加は実現できなかった。</p> <p>・アグリフードEXPOに横手市として出展し、3事業者に商談機会を提供。また、同EXPOで知りえたバイヤー等向けの産地見学会の実施などにより商談機会を提供した。</p>	<p>・横手市と他振興局との人的ネットワーク構築による広域かつ効果的な事業の検討と実施が可能となった。</p> <p>・県からの派遣職員が横手市職員と仕事をともにすることによる機能合体の推進(事業の統廃合)が期待されることだが、平成27年度においては進んでいない。</p> <p>県からの交付金が財源となっており、また3地域振興局連携の取り組みの場合、必ずしも横手市側の意向通りに事業展開できない側面もある。</p>		