

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)	(どの水準までどうする・達成後の状態)	(主体的な取組・行動の内容・スケジュールの概要など)	上期(10月～3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	2S(整理・整頓)活動の徹底	C	・職場環境の改善 ・事務処理生産性の向上 ・情報セキュリティ対策	5S以前に、課全体として、2Sが完全ではない。	年度末まで	・執務室、職員個々の机上等が整然とし、書類を採すなどの無駄な時間が削減されている。 ・個人・企業情報流出等のリスクが排除されている。	・日々、整理整頓を行う意識付けと行動の習慣化 ・担当制による毎月の2S状況評価の実施	毎月のコンプライアンス活動において、2Sについて都度確認し、実施を促した。	引き続き、同様の対応を継続していく。	・依然と比べ、執務室・職員個々の机上等が整然とし、書類を採すなどの無駄な時間が削減されている。	毎月のコンプライアンス活動において、2Sについて都度確認し、実施を促した。	職場環境の整備、セキュリティ対策について、職員一人一人の意識改革に繋がった。	
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の増加	A	横手市企業振興条例に基づく ①指定事業所数 ②新規正規雇用者数	H28年度実績 ①11社 ②103人	年度末まで	①新規指定事業所数 8社 ②新規正規雇用者数 64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 ・ジョブナビの周知等による事業者の求人支援と求職者とのマッチング支援	【9/30現在】 指定数 0社 ・企業訪問や各種団体合時、支援制度の情報提供を行っている。	・年度末まで指定見込数 5社 ・新規正規雇用者数 20名 ・現時点で目標達成は厳しい状況であるが、引き続き、企業訪問等による情報収集や市の施策を含めた様々な情報提供を通じ、投資意欲の醸成、雇用増大により地域経済活性化に努める。	年度末まで6社を指定予定で、新規正規雇用者数は30名ほどになる見込みである。	・企業訪問や各種団体合時、支援制度の情報提供を行い、投資意欲の醸成等に努めた。 ・個別訪問による相談並びに申請書作成支援を行った。	・企業の事業拡大により、雇用の増加や市内取引の活性化等、域内経済の活性化に波及効果をもたらす。 ・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する。	
重点 取組②	商工 労働課	公共温泉施設の再編方針に基づく取組の推進	A	民間譲渡の取組み	H28年度末 公共温泉施設数 9	年度末まで	民間譲渡施設数 1	・民間譲渡に向けた公募の実施、再編方針に基づく取組に関する市民説明会の開催 ・市民、議会への丁寧な説明と協議	・3月下旬から引き続き4月中旬まで8地域において市民説明会を実施 ・4/7に公募説明会を開催し、6/6期限の民間譲渡の公募を実施(全9施設に9つの公募) ・7月の選定審査会を経て、7/31に6施設3交渉事業者と譲渡に関する調整を実施 ・8月より3交渉事業者と譲渡に関する調整を実施	・9月末迄と見込んでいた調整作業が未済であるため、10月中には終了させ、候補者を決定する。 ・雇用継続等も含め、引渡し予定日まで細部の調整・手続に細心の注意を払って譲渡に結びつける。 ・今後も継続的に市民、議会への丁寧な説明、協議に努める。	民間譲渡施設数 6	・3月下旬から引き続き4月中旬まで8地域において市民説明会を実施 ・4/7に公募説明会を開催し、6/6期限の民間譲渡の公募を実施(全9施設に9つの公募) ・7月の選定審査会を経て、7/31に6施設3交渉事業者と譲渡に関する調整を実施 ・8月より3交渉事業者と譲渡に関する調整を実施	・10月31日に6施設3事業者の譲渡候補者決定 ・1月初旬に譲渡候補者や譲渡後の運営内容等について市民説明会を実施 ・平成30年1月24日の市議会臨時会において譲渡関連議案を上程し議決を得る。	・平成30年4月1日に6施設の譲渡が叶い見込みとなり、民間事業者の経営ノウハウを活かした、より利用者に喜ばれるサービスの提供が期待できる。
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) ③県外からの移住起業家数	【H28年度実績】 ①158人(延べ人数) ②7人(うち県外0人) ③2人	年度末まで	①150人(延べ人数) ②7人(うち県外1人) ③3人(6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 ・地元企業のリーダーになりうる起業家の育成	・横手市創業支援事業計画による支援団体との連携 ・市HPの商工業振興サイトの活用 ・起業ワンストップ相談窓口による支援強化 ・女性のための起業セミナー実施による、起業家の掘り起し(10/6、11/3) ・起業家発掘支援事業の委託先である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。 ・商工団体主催の「起業セミナー」を市としても強力に周知し、起業家の掘り起しに努める。	【9/30現在】 ①87人(延べ人数) ②申請5人(うち県外0人) ③0人	【2/28現在】 ①138人(延べ人数) ②申請9人(うち県外2人) ③0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による支援強化 ・女性のための起業セミナー実施による、起業家の掘り起し(10/6、11/3) よこて市商工会及び横手市工芸協と連携した起業塾の開催による掘り起し。 ・起業家発掘支援事業の委託先である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。 ・横手市創業支援計画に基づき、支援団体との連携強化	・起業ワンストップ窓口の周知が図られており、利用件数は昨年並みで推移している。 ・起業セミナー等の開催により、今後、特に期待される女性起業家の掘り起しが図られつつある。 ・県外から移住起業し、キャリアアップ人材として地域へ影響力を持ち、活性化されることを期待していたが、MAKOTOの認識とは異なる人取り合の環境に年々なっている「すくすく」の移住ではなく関係人口を増やしていくという総務省の方針も相まって変更が必要な箇所と認識している。この現状から起業家の移住には至らなかった。	
重点 取組④	商工 労働課	雇用拡大に向けた取組の推進	A	①インターンシップ促進事業補助金(新規事業)利用者数 ②横手市就職面接会参加者数 ③市内高校生に就職を意欲してもらった機会として、市内企業説明会を継続開催 ④市外在住の学生等と横手市内の企業を繋げる場を設ける	①新規 ②求職者数43人(2回開催平均) ③H27年度から実施(ハローワーク、県と主催事業) ④新規	①年度末まで ②年1回開催(時期未定) ③年度末まで ④年度末まで	①延べ40人以上 ②求職者数50人以上 ③高校2年生向け企業ガイダンス開催 ④大学生等向け企業説明会の開催	・学生と地元企業に対する周知の徹底、秋田県(秋田ふるさと定住機構等)と連携体制の構築 ・求職者が参加しやすい時期の設定と企画 ・③秋田労働局との雇用対策協定の締結に向け、連携強化	・県が11月に開催する「企業向けインターンシップセミナー(横手市内開催)」へ、多数の事業所が参加するよう周知に努める。 ・秋田労働局との雇用対策協定を締結する。 ・ハローワーク、県・県外地域振興局と連携し、事業周知に努め、就職面接会の参加者を募る。	【9/30現在】 ①12人 ※秋田大学、秋田県立大学、秋田高専を訪問し、学生への周知を依頼した。 ②H30年1月31日実施予定 ③H30年2月22日実施予定 ④H30年2月下旬実施予定	①16人 ②H30年1月31日開催(横手セントラル)・参加企業52社・求職者43人 ③H30年2月22日開催(秋田ふるさと村)・参加企業41社・参加高校2年生609人(9校) ④H30年3月19日開催	・秋田大学、秋田県立大学、秋田高専を訪問し、学生への事業周知を依頼。 ・県主催「企業向けインターンシップセミナー(横手市内開催)」へ、多数の事業所が参加するよう周知に努めた。 ・秋田労働局との雇用対策協定を締結するため、庁内関係事業を取りまとめること、市内就職への流れを徐々に作る事ができた。 ・「就職面接会・企業説明会」について、ハローワーク・県・県外地域振興局との連携が強化されると共に、担当者レベルでは、気軽に何でも相談できる関係になることが出来た。		

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)	(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	女性 センター	利用者の安全確保	A	全ての利用者	高齢者が利用する際、転倒する場合があります	年度末まで	転倒などによる事故や怪我が0件	<ul style="list-style-type: none"> <li>施設利用者への声掛けと施設の環境整備</li> <li>修理箇所の修繕</li> <li>施設の点検等による修理箇所等の調査</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>職員全体で利用者へ声掛けした</li> <li>備品の確認や設備の見回りをし、積極的に環境整備を行った</li> <li>長年雨漏りしていた屋上のトップライトを修繕した</li> <li>事故、怪我が0</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>降雪期はさらに足元が滑りやすくなるため、玄関前の除雪や利用者への声掛けなどに一層気を配る</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>軽運動室の床に置いて転んだ方が1名いた。</li> <li>廊下、駐車場等で転ぶ利用者や事故は0だった。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>職員全体で利用者へ声掛けをした。</li> <li>劣化したスリッパの交換や、滑り止めマットの導入を行った。</li> <li>駐車場の凍って滑りやすい場所には融雪剤等を撒いて溶かしたり赤いコーンを置くなどとして注意喚起した。</li> <li>板張りの床を点検し、浮きそうな部分は補強した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>安心して気持ちよく利用できる施設の維持に繋がった。</li> <li>劣化により床板が浮いている部分があり、点検して補強を行った。引き続き館内の点検を強化していく。</li> </ul>
重点取組①	女性 センター	魅力ある講座の開催	A	講座の参加者数	過去5年間の平均参加者数 348人	年度末まで	365人	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業及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</li> <li>市報、かまくらFM、その他広報誌の活用及び学校などの関係機関と連携した周知</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>市報を使った全市民的な募集を行い、また近隣の町内の方や公民館利用者へも声掛けして参加を募った</li> <li>ジュニアチャレンジ教室については、周知対象を1校から旧横手市内全校へ拡大し、参加を募った</li> <li>過去5年の上半期の平均参加者121人に対し、今年度の上半期参加者数は138人</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>市報を使った全市民的な募集、近隣町内等への声掛けを引き続き実施</li> <li>アンケートの集計結果より、参加者の希望時間帯や講座内容をもとに下期・来年度の講座を企画する</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>過去5年間の平均参加者数348人に対し、H29年度の参加者数は388人と増加した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>さまざまな人に参加してもらうため、多様な内容や日時で講座を実施した。</li> <li>勤労者にも参加しやすい講座として、17回のうち9回を夜間に行った。</li> <li>利用者の希望や応募状況から、人気のある講座を追加で開催した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>より多くの人に参加してもらうことで、市民同士の活発な交流や、生活の充実に貢献できた。</li> </ul>

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	新聞記事(情報)の共有	B	職員個々に入手し、管理していた新聞記事(情報)	情報の共有が出来ていないため、職員同士の認識等にズレが生じる。	早期	・情報を整理し室の共有ドライブに保存することにより、翌年度以降へも情報を伝達する。 ・職員同士の情報共有により、企業訪問の際にも役立てることができる。	①室職員全員が新聞記事(情報)に目を通す。 ②マーキングした記事の内容を、年月日・企業名・具体的な内容等がわかるようそれぞれPDFファイルとして保存する。 ③年度初めから年度末まで行動を継続する。	・情報の整理及び共有ドライブ保存は、順調に作業を進めている。 ・当初は企業誘致室内での情報共有を目的としていたが、情報共有の範囲を商工労働課まで広げたことにより、広く情報が共有できている。	・今後も継続する。 ・職員が出張時に新聞記事の保存が滞ることがあるため、代わりの職員が対応できるよう心掛ける。	・マーキングした記事の内容をPDFファイルとして保存し、共有フォルダにて管理・情報共有されている(商工労働課とも共有)。	・室職員全員が新聞記事(情報)に目を通す(日経、日刊工業、さきがけ)。 ・マーキングした記事の内容を、年月日・企業名・具体的な内容等がわかるようそれぞれPDFファイルとして保存する。	・社会情勢や企業情報を共有することで、企業訪問時の話題や会話の視点が幅が生まれた。
重点取組①	企業誘致室	新規企業誘致	A	新規誘致企業数	平成26年度 1社 平成27年度 6社 平成28年度 1社	年度末まで	1社	①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。 ②誘致済企業からの情報を収集し、企業訪問を実施する。	0社	・誘致済企業からの情報収集に加え、地元企業訪問時にも当該情報の入手に努める。 ・秋田県名古屋事務所との連携を密にし、中部圏の企業をターゲットに誘致活動を推進する。	0社	・秋田県名古屋事務所と連携した誘致活動。 ・企業立地説明会、企業懇談会、展示会での誘致活動。	・新規に訪問した企業のほか、継続して誘致活動している企業もあるが、先方企業の事業計画が進まなかったことや、立地条件(物流面)の良い地域との競合などもあり、具体的な立地には至っていない。
重点取組②	企業誘致室	秋田県企業立地事務所(東京事務所)との合同新規企業訪問	B	秋田県企業立地事務所へ派遣した横手市職員とともに合同で実施する新規企業訪問数	0社	年度末まで	6社	・平成29年4月から秋田県企業立地事務所へ派遣した横手市職員とともに、特に大卒者等が横手市に戻ってきたくなるような業態の企業等(ICT系・研究開発系なども含む)を新規訪問する。	3社	・ICT系の企業とともに、横手市にゆかりのある大学等へも新規訪問する。	6社	・東京事務所へ横手市から派遣の職員と連携し、新規企業への訪問を実施。	・ICT関連企業を中心に、訪問目標の数値に達した。 ・今後も先方企業に対し、継続した誘致活動に関して、繋がりが作れた。
重点取組③	企業誘致室	新規誘致企業への新規高卒者の採用支援	B	新規高卒者の採用内定者数	過去3年間の新規誘致企業(県認定4社)における新規高卒者の採用内定者数 0人	年度末まで	38人	①新規誘致企業に同行し県内の高校を訪問するなど、対象企業をPRする。 ②高校の就職担当教諭に企業情報を提供する。	16人	・企業の意向を確認しながら、再度県南の高校へのアプローチを検討する。 ・来年度に向けて、高校の進路担当教諭への情報提供を継続する。	18人	・新規誘致企業に同行し県南の高校を訪問し就職担当教諭に企業情報を提供し、対象企業をPRした。(同行訪問21回、13校)	・支援した誘致企業4社のうち、2社の採用が伸びなかったことから目標数値については下回っている。 ・企業スタイルが見えにくかったことや、まだ企業の認知度が低いことが原因と考えられる。 ・高校側や学生への市内企業の情報提供や周知がまだまだ不足している課題が見えた。

■平成29年度

商工観光部 観光おもてなし課

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	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	国内外の観光等に関する情報(業務に有益なもの、報道・公表された本市の観光情報、関連自治体に関する情報)の共有	B	全職員(非常勤職員を含む)により、課内業務に関わる情報の収集および共有	年度末までに	・個人での情報収集後の共有・閲覧が不十分 ・情報のデータベース化が図られていない(情報の取出しが困難)	・情報等の掲載、閲覧、口頭による共有 ・資料の収集、共有を活発に行う(昨年度16記事→今年度末目標50記事) ・Excelファイルによるデータベース化を行い、容易に情報が取らせる仕組みを構築する	・新聞等に掲載された情報の掲載を継続中であり、当該資料を閲覧後に保存し、必要に応じて課内に周知する取組を進めている。 ・データベース化に向けて仕組みの構築に着手した。	・情報の掲示、閲覧、口頭による伝達を継続する。 ・掲示した情報を適切に、保存することを徹底する。 ・データベース化を行い、年度内に全職員が使用できるよう運用体制を構築する。	・グループウェア内「プロジェクト」への記事の掲載等により、いつでも情報を取り出すことができる仕組みを構築した。 ・情報の掲示、閲覧、口頭による伝達 ②掲示した情報は、1週間を目処にPDF化し、プロジェクトへの掲載後、月別にファイリング	・データベース化により、資料の共有が迅速かつ容易となった。 ・国内外の観光情報や先進事例についての情報交換が活発に行なわれ、業務で活用する機会が増えた。		
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「観光エキスパート」活用事業【2/3】	A	「観光エキスパート」を活用した体験プログラム	年度末までに	・前年度36組の構成員登録があったが、それぞれの出演機会が不足している。 ・体験プログラムがまだ不足しているが現状(構成員からの要望も多い) H28実績 開催回数 36回 同参加人数 約2900人	①「観光エキスパート」構成員が体験プログラムで活躍できる場を増やす ②市民向け体験プログラムの企画・開催 ③市内小中学生向け体験プログラムの企画・開催 ④アンケート調査による満足度調査(構成員・プログラム参加者等) ⑤旅行会社等への商品としての売り込み ⑥メディアを活用したプログラムの周知 ほか	①体験:開催14回・人数229人 ②展示等:開催4回・人数2730人 ③イベント来場者や個人・団体来場者に対する体験プログラムの提供 ⇒ 構成員の自信に繋がった ④参加者アンケートの実施 ⑤構成員の新規加入活動 ⑥構成員基本情報、活用情報の確認 ・展示会:観光エキスパートの世界展(十文字和紙)の開催 次年度に向けて ・横手観光推進機構(DMO)との活用検討ほか	【ギャップ】 ・上半期は、体験回数は伸ばせなかったが、展示&実演による周知ができた。 【対策】 ・構成員新規加入活動の継続 ・展示会の開催 ・観光エキスパートの世界展など) ・観客の学習等での構成員の登用 ・イベントでの体験プログラムの提供 ・アンケートを活用した事業の推進 ・メディアを活用したプログラムの周知 次年度に向けて ・横手観光推進機構(DMO)との活用検討ほか	①体験:開催19回・人数333人 ②展示等:開催9回・人数5269人 ③参加者アンケートの実施 ④構成員の新規加入活動 ・構成員基本情報、活用情報の確認 ・展示会:観光エキスパートの世界展(十文字和紙)の開催 ・雪まつりに併せて「エキスパートエクスポ」の実施 ・来店:9団体(H28度は6団体) 来場者数:2000人 来場者	・構成員が活躍できる場として、回数は目標を下回ったが、人数的には多くの方々に知ってもらうことができた。 ・事業そのものについて、構成員の意識やモチベーションがまちまちで、旅行商品の体験プログラムとして活用するには未成熟部分が多いことも分かった。 ・時間をかけて、一人一人にあったプログラムの確立が必要である。 ・地域の「人」の力を商品に活用する事業は、これからも育てていく。		
重点取組②	観光おもてなし課	よこて版DMO(一般社団法人横手市観光推進機構)との協力体制の構築と連携事業の企画立案	A	①DMOとの調整機能を行う部署横断型組織の確立 ②市への誘客を目指しDMOと連携した各種施策の事業化	①6月末までに ②年度末までに	①DMOへの支援と連携を図る組織体制を整備する ②平成30年度の展開を目指し、DMOとの連携事業を企画立案する	4月～6月 ・市内組織体制の構築 ・DMOとの連携に関する協議 7月～9月 ・DMO各部会との事業化に関する検討・協議 ・市関係部局からの事業委託に関する協議 10月～11月 ・平成30年度事業化に向けた施策の立案と予算要求 ・DMOへの財政的支援、人的支援に関する協議 12月～3月 ・平成31年度以降の連携・サポート体制に関する協議	6月30日 「同連絡調整会議の設置」 調整会議(課長級)及び担当会議(係長級)を設置 9月27・28日 「第1回合同担当会議の開催」 市からの事業委託に関する内容及び事業化に向けた施策立案と予算要求に関する協議を開始 10月～11月(担当会議) ・市からの事業委託等の協議 ・平成30年度事業化に向けた施策の立案と予算要求に関する協議 DMOへの財政的支援、人的支援に関する協議 6月30日 「同連絡調整会議の設置」 調整会議(課長級)及び担当会議(係長級)を設置 9月27・28日 「第1回合同担当会議の開催」 市からの事業委託に関する内容及び事業化に向けた施策立案と予算要求に関する協議を開始 12月～3月(担当会議) ・平成31年度以降の連携・サポート体制に関する協議 3月(観光おもてなし課) ・連携・サポート体制の構築 ・横手市観光推進機構との調整等 ※調整会議へは、担当会議の協議内容等を随時報告し、必要に応じて審議いただく予定	・連絡調整会議を設置し、担当会議内で具体的に協議中。 ・横手市観光推進機構との連携事業については、具体的な企画に向けて協議中。 ・同機構で企画された共催事業「かまくら前後週飲食店内交流施設(かまくらBar)」は、試験的ではあるが2月上旬から実施され249名の来場者があった。	1.機構側との協議 ・理事会・幹事会・専門部会等の会議に出席し、事業案等の協議を行った。 ・機構主催の市内観光協会及び各地域課との意見交換会を実施した。 2.連携事業の実施 ・当課からの委託事業「外国人観光客おもてなしセミナー」「ホステル向上事業」2件を実施した。 3.市内関係との連携 ・関係課に対し調査を実施し、連携事業等を検討した。 ・機構との共催事業「かまくら前後週飲食店内交流施設(かまくらBar)」に関するドッグ振興課と連携を図った。 4.その他 ・国土交通省東北運輸局及び(一社)東北観光推進機構を訪問し、補助金制度について取り取りを行った。 ・先進地(気仙沼DMO)視察を実施した。	・市内関係課が実施する事業と機構側との意向がマッチングについて、さらに協議の予定である。 ・機構としては、イベントの実施により運営資金の確保が見込まれるもの、設立趣旨を踏まえると「地域にお金を落とす」仕組み作りを進めることが必要と考えている。 ・機構内の各専門部会長が中心となり来年度の事業が検討され、内容としてはイベント中心の企画立案という状況にあり、複数のイベントをきっかけに取組を展開することとしている。 ・市としては来年度の事業に関して、「よこて版DMOサポート連絡調整会議」を起点とし、同機構と連携を図りながら、地域の稼ぐ力を引き出すよう「観光地域づくり」を展開していく。		

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達成度・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	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・夜間の出勤も多く、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(失効2名 各半日)、あるいは時間外業務が一部の職員に偏る場合がある。	年度末まで	①代休の完全取得と健康管理のための早期取得推進。 ②時間外勤務の縮減と偏りをなくす(前年比60%減)。 ※昨年度は約△500h(△600千円)	・会議等にかかる時間短縮のため、資料等の事前配付、終了時間明記を実施する。 ・人事評価への適正な反映、見える化の実践。	・代休については、毎朝ミーティングでの声掛け、取得確認により失効はなかったものの、早期取得できない職員もいた。 ・時間外については係長会議での検証と業務量の調整により上半期、前年比16.1%削減(△86h)を実現できたが、偏りは正には至らなかった。 ・会議資料の事前配付、会議終了時間の明記はできていない。	・健康管理のため、代休の早期取得を積極的に働きかける。 ・時間外の偏りは正のための業務量調整をさらに進め、業務量の適正化(一人当たり 30h未満/月)を図る。 ・時間外、休日出勤稼働に向け、出勤時間や出勤人数の工夫を行う。	・毎朝ミーティング、月一の係長会議、四半期ごとの課内打合せにおいて代休の取得、時間外の状況を報告し、代休が取得しやすい、かつ時間外が偏らないよう業務調整の工夫と実行をお願いした。 ・時間外については、H30.2未現在、1名の職員に4H(半日)の失効あり。 ・時間外については、H30.2未現在、H2比△100h、H2比△591H、H2比△712H。 ・事業ごとのPDCAシートを作成し、四半期ごとに成果や課題を確認し合い、効率的な事業執行に資するテストマーケティングなどの機会を提供・支援。 ・会議資料については、終了予定時間を明記、及び参加者へも予めお知らせし、スムーズな議事運営に貢献できた。 ・出張の日程、人員等について、担当と課長が事前打合せをし効率的な事業実施に努めた。	・代休の失効については、管理職のチェックミスによる。 ・時間外については、課として削減に取り組んだ結果、目標はクリアしたが、一部職員に偏りが見られたという点では業務の調整、配分に課題を残していました。	
重点取組①	横手の魅力営業課	横手産品の販路拡大推進による事業者所得向上と雇用創出への取組み強化	A	・協定等を含んでいる事業者等を活用した農産品、加工品の販促活動や築き上げてきた信頼関係により、首都圏や仙台圏での横手産品の取り扱いが徐々に増加している。 ・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、自覚の向上が求められている(所得向上に結び付けているといえない)。	①首都圏などでの事業者による販促活動を支援し、消費地二売に対応した産品づくりや販売体制の構築を進める。 ②農林部、商工団体などと連携しながら6次化につなげるスキル研修と商談機会の創出により、販路開拓への具体的な道筋をつける。 ③横手市、地元高校、JA、首都圏企業などと連携し、担い手の確保・育成に努める。 ④市の特産品のブランド力強化、販路拡大に努め、事業者の所得向上、担い手育成に貢献する。 ⑤販路拡大につながる物産イベントにより市産品の認知度向上を図る。	年度末まで	・首都圏等バイヤー招聘による産地見学の実施と、商談機会の創出。【3回】 ・生産者の販促機会提供支援(九州屋、サカガミ、大山商店街等の店舗を活用)【20事業者】 ・商品ブランチュアップ、商談スキル向上に向けたセミナーの開催。【3回 参加者30人以上、商談会 3回】 ④いぶりがっこGI申請【9/14】 ④地域活性化企画でのいぶりがっこの付加価値向上を図る。 ⑤連携した物産イベントの開催および出張支援 市物産協【1回】、ふるさと会【1回】、友好都市等【3回】	①バイヤー招聘による産地見学の実施【3回】や産品紹介により、商談機会を創出した。 ①首都圏店舗で生産者・事業者の販促機会提供【4事業者】 ①横手フェア等の開催【首都圏8店舗】 ②商工会議所と連携した商品開発セミナーの開催【3回】 ③増田高校の生徒を対象としたセミナー【1回】と作業体験の実施【3回】 ③女性生産者を対象としたビジネスセミナーの開催【1回】 ④いぶりがっこGI申請【9/14】 ④地域活性化企画でのいぶりがっこのPR【2回】 ⑤連携した物産イベントの開催および出張支援 市物産協【1回】、ふるさと会【1回】、友好都市等【3回】	・首都圏等における横手フェアの開催。 ・生産者・事業者の販促機会の提供によるニーズの把握や産品づくりの支援。 ・商品開発セミナーのほか、生産者・事業者の商談スキル向上に向けた支援の実施。 ・増田高校の生徒を対象とした農産品の流通や販売についてのセミナーや販売体験、市場視察等の実施。 ・伝統野菜(山内になじん)や特産品(いぶりがっこ)の販促活動やPR支援の実施。 ・横手うまいものフェアの開催による市産品の認知度向上と販路拡大支援。 ・友好都市での物産イベント等を活用したPRや販促支援。	①JAとの連携強化、市内事業者、販売事業者側のニーズ把握とそれに対応したマッチング(商談)、事業者・生産者のスキルアップに資するテストマーケティングなどの機会を提供・支援。 ②市と商工会議所の役割分担を明確にする。全体的な事業すべての事業者を対象にするようになる事業主体である商工会議所へお願いする。 ③学校のニーズを把握しつつ、協力事業者であるモスフードサービス、九州屋と協働を実施。 ④いぶりがっこ協議会の構成団体(横手市いぶりがっこ活性化協議会)として、各会議において積極的に意見提案。 ⑤fun通信、東京事務所、SNSを活用した集客活動、観光誘客、ふるさと納税、移住促進など他の部署と連携した事業を実施。 ⑥効果的な事業実施により、出展事業者の売り上げに貢献するとともに、横手ファン創出に効果を上げた。	①JAとの連携強化、市内事業者、販売事業者側のニーズ把握とそれに対応したマッチング(商談)、事業者・生産者のスキルアップに資するテストマーケティングなどの機会を提供・支援。 ②市と商工会議所の役割分担を明確にする。全体的な事業すべての事業者を対象にするようになる事業主体である商工会議所へお願いする。 ③学校のニーズを把握しつつ、協力事業者であるモスフードサービス、九州屋と協働を実施。 ④いぶりがっこ協議会の構成団体(横手市いぶりがっこ活性化協議会)として、各会議において積極的に意見提案。 ⑤fun通信、東京事務所、SNSを活用した集客活動、観光誘客、ふるさと納税、移住促進など他の部署と連携した事業を実施。 ⑥効果的な事業実施により、出展事業者の売り上げに貢献するとともに、横手ファン創出に効果を上げた。		
重点取組②	横手の魅力営業課	応援人口拡大事業	B	・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。 ・首都圏イベント告知用の号外を発行。 ・定期読者数4,200人(H29.3末現在)	・新規読者(横手ファン)800人の獲得と現在1回あたりの発行部数5千部から6千5百部まで増やす。 ・増刷することによって増加する財源確保への民活導入の検討。 ・ふるさと納税返礼品制度と連動した応援市民の獲得に向け地域づくり支援課との連携を強化する。 ・広告料等の検討を行う。	年度末まで	・交流情報紙「よこてfun通信」年4回発行【8号…5千部 9号…5千5百部】 ・「よこてfun通信別冊」物産カタログ【1回発行】 ・ふるさと納税返礼品制度と連動した応援市民の獲得に向け地域づくり支援課との連携を強化する。 ・広告料等の検討を行う。	・「よこてfun通信」2回発行(6/1 8号、9/1 9号) ・9月末新規読者494人獲得(H29.3末) ・移住定住情報も掲載するなど、新たな読者ニーズに対応した記事掲載を企画した。 ・過年度に発行した物産カタログの効果の検証や、事業者への注文数が低いことなどから、費用対効果を考慮し発行しない事とした。 ・財源確保のため広告収入を検討したが、十分な財源確保が難しいことが判明。	・交流情報紙「よこてfun通信」2回発行予定(12/1 10号、3/1 11号) ・首都圏での催事、SNSを活用した新規読者の獲得。 ・ふるさと納税返礼品を紹介するなど物産振興に結び付く紙面づくり。 ・ふるさと納税者の応援市民獲得に一定の効果があり、新たな財源としてふるさと納税の活用を検討する。	・「よこてfun通信」2回発行(6/1 8号、9/1 9号、12/1 10号、3/1 11号) ・H30.3末読者数6,806人獲得(H29.3末比2,606人増) ・過年度に発行した物産カタログの効果の検証や、事業者への注文数が低いことなどから、費用対効果を考慮し発行しない事とした。 ・過年度に発行した物産カタログの効果の検証や、事業者への注文数が低いことなどから、費用対効果を考慮し発行しない事とした。	・移住定住情報も掲載するなど、新たな読者ニーズにだけ対応した記事掲載を企画。 ・首都圏での催事客用に「号外(特典付き)」を活用。 ・ふるさと納税をしてくれた方うち、引き続き横手を応援したいとする「応援市民(fun通信読者)」の人数が返礼品制度の充実とともに増加した。 ・ふるさと納税者の応援市民獲得に一定の効果があり、新たな財源としてふるさと納税の財源活用が決定した。	・新たな企画により、若者層などの読者掘り起しに成功した。 ・首都圏イベントの集客に「号外」が一定の効果を生み出した。 ・ふるさと納税をしてくれた方うち、引き続き横手を応援したいとする「応援市民(fun通信読者)」の人数が返礼品制度の充実とともに増加した。 ・ふるさと納税者の応援市民獲得に一定の効果があり、新たな財源としてふるさと納税の財源活用が決定した。	
重点取組③	横手の魅力営業課	海外販路確立への挑戦	A	・販路を確立している香港、台湾、上海、マカオは、販路(量)が頭打ちの状態にあり、新たな取り組みが求められている。 ・地方創生加速化交付金事業によるタイなど、新たな輸出対象国の開拓にチャレンジしている。	・香港プロモーションについては継続。 ・台湾、マカオについては、他の機関との連携やこれまでの人脈を活用し、新たな販路の確立を目指す。 ・H28継続として、タイの市場ニーズの把握と販売ルートの確立を目指すとともに、事業者の自立支援も併せて進める。	年度末まで	・香港CS春節期を活用した市産品プロモーションの継続。 ・あきた食彩プロデュース台湾事務所を活用した市産品の商談等の委託。 ・マカオでの日本フェアへの参加と商談の実現。 ・タイ語FBページへの情報提供構築に着手。	・あきた食彩プロデュースへの事業委託による台湾における産品紹介や商談等の支援体制の整備。 ・マカオ高級デザートでのジャパンフェア開催(横手産品8品目)	・香港CS春節期を活用した市産品プロモーションの実施。 ・あきた食彩プロデュースへの事業委託による台湾における産品紹介や商談等の支援体制の整備。 ・マカオ高級デザートでのジャパンフェア開催(横手産品8品目)	①あきた食彩プロデュースへの事業委託による台湾における産品紹介や商談等の支援体制の整備がうまくいった。 ②マカオ高級百貨店でのジャパンフェアへの初参加(8商品)とフェア出展商品の追加発注(コース)、日本酒の発注を受けることができた。 ③市内事業者の3商品のタイのFDAに登録、バンコク市内の高級百貨店でのジャパンフェアに県補助金を活用し事業者が参加、現地市場への理解を深める機会となった。	①業務委託先へ商談等の状況報告を求め、期待に沿った内容でなく、新たな販路先(カンボジア、ベトナム)の検討に入った。 ②メールなどを活用し、バイヤーの要望、質問にできるだけ速やかに対応した。また、積極的な商品提案を継続した。 ③事業者自らがフェアへ参加することで、輸出事業に対する理解度と意欲向上に成果があった。また、ターゲットが明らかになり(富裕層、観光客、日本人駐在員など)、次年度事業の方向性が明確になった。 ※香港でのフェア支援について、移民局より、現地プロモーター以外が商品に触れる行為、試飲・試食(調理含む)活動などが禁止になる旨通知があった。		

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)
重点取組④	横手の魅力営業課	県と市の機合体事業の推進	B	物産振興や販路拡大に係る県と市の二重行政の解消と、連携することによる事業効果の向上。	・県南の振興局と連携した催事については、観光PRも兼ねていることから、市の意見が反映されにくい(改善や変化が難しい)状況にある。	年度末まで	・広域的な催事については、費用対効果など検証を行い、事業者等に成果や効果あるものに改善していく。 ・県や他の自治体との連携を強化し、顧客に魅力ある催事の開催や販促イベントを開催する。	・市セミナー参加者の中からアグリフードEXPOへの参加者を優先的に支援する。 ・首都圏、仙台圏における広域的(県南)イベントの企画、実施(国分寺マルイ、有楽町東京会館マルシェ)。 ・販路拡大に結び付く県内イベントへの参加。	・8/23、24アグリフードEXPOへ3事業者が参加し、各業種のバイヤーと成約に向けた商談に臨み、成約につながる。 ・湯沢雄勝との連携による首都圏百貨店での物産展や、仙台圏での観光物産展を実施。 ・県内イベントでは、JRR秋田駅構内で観光PRを兼ねたマルシェを実施。 ・道の駅交流(岩手秋田)事業は当初目的を果たし終了。	・アグリフード出展者へのフォロー及び成果について把握するため、12月までと3月までに1回ずつ訪問する。 ・販路拡大に結び付くための、魅力的なイベントの企画とその広告宣伝が必要。 ・今後の予定 (・豊洲マルシェ10/12～13 ・仙台卸町10/14～15 ・東北電力GP観光物産展1/10～14)	①8/23,24 国内最大級の農産品の展示商談会「アグリフードEXPO」へ3事業者が参加し、各業種のバイヤーと成約に向けた商談に臨んだ。 ②1/10～14 仙台市「東北電力グリーンプラザ」において湯沢雄勝との連携による観光物産展を開催。物産販売では、電力や仙台県人会のネットワーク力、八百長商店催事の常連客などの来場で大変な成果(売上げ)をあげる。	①セミナーや事業所訪問を活用した参加者の掘り起しと効果的な商談方法、販促物の作製による支援。 ②東北電力、県人会のネットワークを使い効果的な宣伝活動を展開した。また、湯沢雄勝の各市町村の観光、物産部門関係者の入念な協議など事前準備に力を入れた。	①今回参加した事業者が、それぞれ商談成立の成果を出す中、大口の商談しか対応できないというスタンスで臨んだ事業者が商談成立ゼロという結果に終わった。継続して目指すターゲットや商談方法について協議をし、商談成立に向けた努力を協働で行う必要がある。 ②観光PR、売上げとも大きな成果があったが、今回取りのイベントであり、ここでもきた他市町村や事業者との関係性を次年度事業(広域連携)に生かす必要がある。