

平成31年度(令和元年度)

## 商工観光部 商工労働課の方針書

組織名	商工観光部 商工労働課
所属長名	高橋 勝

### 1. 組織の使命(ありたい姿)

市内事業者の事業継続及び拡大の支援、起業・創業促進により、地域の産業振興並びに市民の雇用維持・創出を図る。

### 2. 組織の抱える課題(現状)

- 労働生産性の向上と付加価値の増大
- 事業継承への対応
- 地域商業の活性化と労働力不足
- 多様な働く場の確保
- 直営温泉施設のサービス内容見直し

### 3. 今年度の『スローガン』

商工業の活性化が、まさに“にぎわい”を広げ、次世代へ

### 4. 今年度の方針

- 市内事業者の成長・育成支援
- 雇用を生み出す起業・創業への支援
- 労働力確保への支援
- 若年者の就労、地元定着への支援
- 直営温泉施設の効率的な運営

### 5. 今年度の重点取組項目

(1)	実現したい成果	新規設備投資件数及び新規雇用者数の増加
	取組内容	・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利活用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。 →目標値:企業振興条例に基づく①指定事業所数8社、②新規正規雇用者数208人
(2)	実現したい成果	起業・創業支援事業の充実による市内起業家数の増加
	取組内容	・これから起業しようとする方に対し、専門家が起業のためのノウハウや経営指導など多角的な支援を行います。 →目標値:起業ワンストップ相談窓口相談者数 150件(延べ人数) ・起業する方に対して資金調達の支援を行います。 →目標値:起業・創業支援事業補助金利用者数 20人 →目標値:中小企業等融資あっせん制度(マル横)創業資金申請事業所数 30社
(3)	実現したい成果	若年者の地元定着に向けた取り組みの推進
	取組内容	・大学生等の市内企業におけるインターンシップや若年者の人材育成を促し、市内企業の魅力理解と就職促進、地元定着を図ります。 →目標値:インターンシップ促進支援事業補助金利用者数 40人 →目標値:企業向けインターンシップセミナー参加企業数 10社 →目標値:若年者等人材育成・地元定着支援事業補助金利用者数 個人50人 企業15社 ・就職面接会や企業説明会を開催し、若年者と市内企業とのマッチングを図ります。 →目標値:横手市就職面接会参加者数 100人 →目標値:高校2年生向け企業ガイダンス参加者数 550人 →目標値:大卒向け企業説明会参加者数 60人

## 6. 方針に対する年度上期(4月～9月)の取組状況

- 新規設備投資件数及び新規雇用者数の増加
  - ① 企業振興条例に基づく指定事業所数 … 【目標】8社 / 【実績】3社 37.5%
  - ② 企業振興条例に基づく新規正規雇用者数 … 【目標】208人 / 【実績】112人 53.8%
- 企業・創業支援事業の充実による市内起業家数の増加
  - ① 起業ワンストップ相談窓口相談者数 … 【目標】150件 / 【実績】108件 72.0%
  - ② 起業・創業支援事業補助金利用者数 … 【目標】20人 / 【実績】9人 45.0%
  - ③ マル横の創業資金申請事業所数 … 【目標】30社 / 【実績】14社 46.7%
- 若年者の地元定着に向けた取り組みの推進
  - ① インターンシップ促進支援事業補助金利用者数 … 【目標】40人 / 【実績】21人 52.5%
  - ② 企業向けインターンシップセミナー参加企業社数 … 【目標】10社 / 【実績】33社 330.0%
  - ③ 若年者等人財育成・地元定着支援事業補助金利用者数 … 【目標】50人+15社 / 【実績】21人+15社 55.4%
  - ④ 就職面接会参加者数 … 【目標】100人 / 【実績】43人 43.0%
  - ⑤ 高校2年生向け企業ガイダンス参加者数 … 【目標】550人 / 【実績】一人
  - ⑥ 大卒向け企業説明会参加者数 … 【目標】60人 / 【実績】一人

## 7. 年度下期(10月～3月)に向けた課題と取組方針【ギャップと対策】

- 新規設備投資件数及び新規雇用者数の増加  
課題: 条例の指定要件周知が不十分。  
企業訪問時に現状把握を行い、適切な申請時期等について調整を実施する。
- 企業・創業支援事業の充実による市内起業家数の増加  
課題: 補助金及び創業資金の活用が少ない。  
インキュベーションマネージャーとの情報交換や金融機関との連携により、起業家数の増加を目指す。
- 若年者の地元定着に向けた取り組みの推進  
課題: インターンシップ促進支援事業や若年者等人財育成・地元定着支援事業の活用者が少ない。  
企業向けの情報提供を実施するとともに、HPやJobナビの利活用に努め利用者増を図る。

## 8. 総括(取組みの結果と成果、次年度に向けた課題【結果と成果】)

- 新規設備投資件数及び新規雇用者数の増加
  - ① 企業振興条例に基づく指定事業所数 … 【目標】8社 / 【実績】8社 100%
  - ② 企業振興条例に基づく新規正規雇用者数 … 【目標】208人 / 【実績】151人 72.6%成果: 業容拡大により求人が増加しているが、人不足が解消されていない。  
課題: 企業訪問時に現状把握に努め、人員確保に向けた支援を実施する。
- 企業・創業支援事業の充実による市内起業家数の増加
  - ① 起業ワンストップ相談窓口相談者数 … 【目標】150件 / 【実績】160件 106.7%
  - ② 起業・創業支援事業補助金利用者数 … 【目標】20人 / 【実績】13人 65.0%
  - ③ マル横の創業資金申請事業所数 … 【目標】30社 / 【実績】25社 83.3%成果: 金融機関や商業団体と連携し、起業支援が実施されている。  
課題: 補助金等の内容について、制度設計の再構築を検討する。
- 若年者の地元定着に向けた取り組みの推進
  - ① インターンシップ促進支援事業補助金利用者数 … 【目標】40人 / 【実績】30人 75.0%
  - ② 企業向けインターンシップセミナー参加企業社数 … 【目標】10社 / 【実績】30社 300.0%
  - ③ 若年者等人財育成・地元定着支援事業補助金利用者数 … 【目標】50人+15社 / 【実績】29人+18社 73.3%
  - ④ 就職面接会参加者数 … 【目標】100人 / 【実績】92人 92.0%
  - ⑤ 高校2年生向け企業ガイダンス参加者数 … 【目標】550人 / 【実績】492人 89.5%
  - ⑥ 大卒向け企業説明会参加者数 … 【目標】60人 / 【実績】中止(新型コロナウイルスの影響)成果: セミナー開催により、インターンシップについての企業側の意識改革へ繋がっている。  
課題: インターンシップや若年者定着支援補助について、制度設計の再構築を検討する。

平成31年度(令和元年度)

## 商工観光部 企業誘致課の方針書

組織名	商工観光部 企業誘致課
所属長名	佐藤 和志

### 1. 組織の使命(ありたい姿)

地域経済が活性化している

### 2. 組織の抱える課題(現状)

多様な働く場の創出と人材確保

### 3. 今年度の『スローガン』

スピード感重視

### 4. 今年度の方針

若者の地元定着を進め、多くの人が地元で活躍する横手を目指し、企業誘致による多様な雇用の場の創出に向けた取り組みを一層強化する。

### 5. 今年度の重点取組項目

(1)	実現したい成果	新企業誘致
	取組内容	<ul style="list-style-type: none"><li>・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。</li><li>・秋田県と連携した関西東海圏企業への誘致活動を強化する。</li><li>・誘致済み企業からの情報を収集し、企業訪問を実施する。</li></ul>
(2)	実現したい成果	(直近) 誘致企業への新規高卒者の採用支援
	取組内容	<ul style="list-style-type: none"><li>・連携協定を結んでいるハローワークと合同で横手管内の高校6校を訪問し、高卒者の地元定着を促す。</li><li>・企業と合同で県内高校を訪問し、就職担当教諭に当該企業の特徴や魅力をPRする。</li></ul>
(3)	実現したい成果	
	取組内容	

## 6. 方針に対する年度上期(4月～9月)の取組状況

### (1)新規企業誘致

- ・7/3 立地協定1件(本社 愛知県稲沢市)
- ・県名古屋事務所に派遣している職員を通じ企業情報を共有し、企業への提案書の作成や企業の来横時に応対するなど適宜対応している。

### (2)(直近)誘致企業への新規高卒者の採用支援

- ・ハローワークとの横手管内の高校への合同訪問6校。
- ・立地協定を結んでいる企業との県南地区の高校への合同訪問延べ24回。

## 7. 年度下期(10月～3月)に向けた課題と取組方針【ギャップと対策】

### (1)新規企業誘致

課題 関西東海圏企業への誘致活動の更なる強化

- ・県名古屋事務所に派遣している職員を通じ情報共有を密にしながらかん西東海圏企業への誘致活動に注力する。

課題 新規立地企業の立上げ支援

- ・新規立地企業におけるR2年度の操業開始までの準備がスムーズに進むようサポートする。

### (2)(直近)誘致企業への新規高卒者の採用支援

課題 次年度につながる採用支援の実施

- ・秋田県及びハローワークとの連携を図りながら、R3年高卒者向けの採用活動を見据え就職担当教諭及び高校2年生への企業情報の提供を継続し高卒者の地元定着を促す。

## 8. 総括(取組みの結果と成果、次年度に向けた課題【結果と成果】)

### (1)新規企業誘致

成果

- ・R1.7.3 立地協定1件(本社 愛知県稲沢市)
- ・R2年7月の操業開始に向け各手続き等を含め準備がスムーズに進んでいる。
- 3/9現在の工事進捗率は予定41%に対し47%。

・関西東海圏企業への訪問回数 10回(R2.3.18現在) (比較H31年度12回)

課題 新型コロナウイルス感染拡大の収束時期を見通せず、活発な企業訪問が出来ない中での誘致活動の推進。

- ・県との情報共有を密にし、ターゲットとなる企業を見極めるための情報収集に力点を置いた活動を進めていく。

### (2)(直近)誘致企業への新規高卒者の採用支援

成果

- ・ハローワークとの横手管内の高校への合同訪問6校。
- ・立地協定を結んでいる企業との県南地区の高校への合同訪問延べ24回。

課題 次年度につながる採用支援の実施

- ・秋田県及びハローワークとの連携を図りながら、R3年高卒者向けの採用活動を見据え就職担当教諭及び高校2年生への企業情報の提供を継続し高卒者の地元定着を促す。

平成31年度(令和元年度)

## 商工観光部 観光おもてなし課の方針書

組織名	商工観光部 観光おもてなし課
所属長名	藤倉 幹夫

### 1. 組織の使命(ありたい姿)

横手の観光の魅力を多方面に発信し、国内外からの誘客を進め、観光振興を地域・経済の活性化に結び付ける

### 2. 組織の抱える課題(現状)

- ・観光PR施策を誘客に直結させなければならない。(特に即効性)。
- ・横手市観光推進機構(DMO)の活動の周知が必用であり、観光地域づくりに結び付けなくてはならない。
- ・インバウンド施策について更にPRが必要であり、かつ受け入れ態勢の整備も必要である。
- ・市内各観光団体はもちろん、県、JR、空港、NEXCO等と連携した誘客事業が必要である。

### 3. 今年度の『スローガン』

全国から、海外から もっと横手へ

### 4. 今年度の方針

- ・情報発信と観光資源を活用したPR活動の展開
- ・海外観光客を含めた観光誘客の促進と受け入れ態勢の整備
- ・横手市観光推進機構(DMO)と連携した観光エキスパート事業の推進
- ・伝統行事等(ソフト)と横手駅、横手公園展望台(ハード)を活用した横手の魅力の発信

### 5. 今年度の重点取組項目

(1)	実現したい成果	横手の魅力を全国・海外へ発信
	取組内容	・増田エリア(増田まんが美術館、増田の街並)と市内外の観光資源をつなぐ魅力ある旅行商品を提案していきます。 ・横手やきそば、出前かまくらを活用してPR活動を展開します。 ・「かまくら」をはじめとしたまつりや伝統行事(ソフト)と横手駅、横手公園展望台(ハード)を活用して、横手の魅力の発信を行います。
(2)	実現したい成果	観光誘客の促進
	取組内容	・台湾チャーター便や秋田港クルーズ船の利用者等への誘客活動を行います。 ・国際的産学官連携事業、台湾・タイ・中国でのプロモーション活動等を推進し、海外誘客の増を目指します。 ・通訳ボランティアの育成、おもてなし研修を実施するなどして観光客の受け入れ態勢を整備し、お客様の満足度をアップさせます。
(3)	実現したい成果	DMOと連携した観光エキスパート事業の推進と観光客の滞在時間の延長
	取組内容	・横手市観光推進機構(DMO)と連携を図り、観光地域づくりを推進します。 ・観光エキスパート事業を推進し、体験型プログラムの普及・活用を図ります。 ・市関係部署で構成する「よこて版DMOサポート連絡調整会議」を展開し、DMOの稼働力の創出を支援します。

## 6. 方針に対する年度上期(4月～9月)の取組状況

(1)

- ・各種イベント時や旅行会社(エージェンを含む)に対し増田エリアと市内外の観光資源を繋ぐのPR。  
(PRを行った主な事業や場所:まんが美術館オープン、横手ラリー、伊丹空港、近畿日本ツーリスト、秋田港クルーズ、台湾旅行エージェン特商談会、全国線香花火大会に台湾エージェン特招へい、日本東北観光フェア(タイ)、秋田県教育旅行誘致説明会(北海道))
- ・駅東西自由通路や旧びゅうプラザを活用しての増田まんが美術館のPR。

(2)

- ・国際的産学官連携事業の推進 ①大同大学何学長来横対応(県内大学との連携の仲立ち) ②大同大学学生10人教授5人と県内大学学生を交えてのワークショップ等 ③大同大学学生の市内10社への職場体験事業 ④台湾向けHPの開設(4～9月アクセス数2,055件)
- ・市長による台湾トップセールス、ワールドカップラグビーを活用しての外国人観光客向けPR(釜石市)
- ・通訳ボランティアの充実(15人→20人)、ホスピタリティ研修の実施。

(3)

- ・観光推進機構との連携事業の推進 ①横手駅東口まつり ②観光エキスパート事業 ③かまくらライドの支援

## 7. 年度下期(10月～3月)に向けた課題と取組方針【ギャップと対策】

(1)

課題: 出前かまくらではイベントの成功のみならず、横手への誘客に繋がる内容を盛り込み、観光客増を目指す。(特に東京タワーと大阪国際空港)

- ・引き続き、増田エリアを中心とした回遊について商談会、イベント等でのPR、エージェン特的招へいを行う。
- ・B-1グランプリでの「横手市・横手やきそば」のPR、出前かまくら(11か所、新規 海ほたる、名古屋ららぽーと、総持寺)での「横手市・かまくら」のPRを行う。
- ・出前かまくらでは、各関係団体(空港、航空会社、ネクスコ、施設運営会社、男鹿市など)や県人会等と十分連携を取るとともに、「よこてfun通信」等での事前周知にも力を入れ、本来の目的である横手への誘客に繋げる。

(2)

課題: 国際的産学官連携モデル事業の実績を活かした「台湾での関係人口創出・拡大事業」との連携。その後のインバウンド事業の推進・拡大の組み立て検討。

- ・国際的産学官連携モデル事業で培った台湾大同大学との関係を様々な局面に活かしていく。
- ・通訳ボランティア、おもてなし研修等を活かし、当市最大の誘客となる「雪まつり」の観光客の受入体制を整える。

(3)

課題: 観光推進機構との連携については、イベントでは連携できたが、機構本来の機能を果たす為の連携(支援)を進めなくてはならない。

- ・当面は来年度、市各課と連携できる部分、機構を活用できる部分を情報交換。逆に機構の行っているマーケティング調査等を市の施策へ活用できないかも模索する。

## 8. 総括(取組みの結果と成果、次年度に向けた課題【結果と成果】)

(1) 横手の魅力を全国発信

- ・雪まつり、横手やきそばに加え、通年観光の核として増田まんが美術館、増田の町並みのPRに力を入れて、そこからの市内回遊を提案してきた。

【主な成果】

- ・台湾トップセールス、台湾での民間と連携した商談会、タイ東北観光フェア、北海道学習旅行説明会、B1グランプリin明石(314,000人)、東京タワー出前かまくら(展望台入場者19,255人)、大阪国際空港出前かまくら(16,800人)、名古屋ららぽーと出前かまくら(11,000人) \*増田まんが美術館来場者数(136,836人 2月末まで)
- ・ふるさと会との連携→fun通信等を活用してのイベント周知、イベント時の協力依頼

【課題】

- ・PRの伝わり方→かまくらと横手を一致させる、デジタル媒体への段階的移行
- ・旅行者の動向や事業の効果についての調査→出前かまくらでの実施、雪まつりでの実施、DMOとの連携

(2) 観光誘客の促進

- ・対台湾では国際的産学官連携モデル事業で培った台湾大同大学との友好関係を基軸とし、知名度アップや誘客が進んでいる。

【主な成果】

- ・行政だけでなく商工団体も加わった事業展開
- ・観光客の受入体制の充実として、インバウンド研修、おもてなし研修等の開催。通訳ボランティアの拡充。多言語対応の進展。

【課題】

- ・国際的産学官モデル事業、関係人口創出事業を活かした事業の次段階への展開
- ・相互の国において来訪者WinWinの関係の構築
- ・花巻空港からの誘客
- ・国・県の動向に合わせてコロナウイルスの影響の払拭

(3) DMOと連携した観光エキスパート事業の推進と観光客の滞在時間の延長

- ・観光推進機構と連携したイベントは盛況の内実施でき、賑わいの創出を作ることができた。

【主な成果】

- ・横手駅東まつり、かまくらライド、サポート連絡調整会議

【課題】

- ・機構本来の機能(観光に関わる企業・団体・個人の稼ぐ力の創出、マーケティング)を果たす支援

平成31年度(令和元年度)

## 商工観光部 横手の魅力営業課の方針書

組織名	商工観光部 横手の魅力営業課
所属長名	高橋美貴子

### 1. 組織の使命(ありたい姿)

横手産品のPR・販路拡大支援・横手ファンづくりを進め、市内事業者の所得向上と雇用創出を目指します。

### 2. 組織の抱える課題(現状)

- ◇市場・消費者への横手産品の効果的なPR
- ◇市内事業者・横手産品に適した販路拡大支援
- ◇求め続けられる産品の創出・育成支援
- ◇横手ファンづくりと関係性の強化

### 3. 今年度の『スローガン』

常に考えよう！「目的」「手段」「成果」+  $\alpha$

### 4. 今年度の方針

横断的な考えで事業を実施。事業フル活用で、横手産品のPR、販路拡大支援、横手ファンづくりに努めます。

### 5. 今年度の重点取組項目

(1)	実現したい成果	人・物の交流と訴求につながる物産の活性化
	取組内容	<ul style="list-style-type: none"><li>・県との機能合体や広域連携などのスケールメリットを活かした横手のPRや物産展の開催。</li><li>・固定概念(物産=食)にとらわれず、新たな要素を取り入れた横手のPRや物産展の開催。</li><li>・横手ファン創出を目指す物産展の開催</li><li>・自治体交流物産展の継続と充実</li></ul>
(2)	実現したい成果	横手産品の現状に合った国内外への販路拡大支援の推進
	取組内容	<ul style="list-style-type: none"><li>・横手産品の現状についての情報収集、市内事業者ニーズの把握。</li><li>・消費者の購買意欲と流通・小売業者の販売意欲を高めるための販売促進活動(PR、フェア・産地見学会の開催など)。</li><li>・輸出に必要となる事項(物流・商流や市内事業者と輸出入業者との信頼関係構築)の整備に向けた支援。</li><li>・各種研修会の開催、商談会への参加支援等により人材育成と横手産品の品質向上を推進。</li></ul>
(3)	実現したい成果	横手ファンの創出と新たな関係性の構築への貢献
	取組内容	<ul style="list-style-type: none"><li>・読者ニーズに対応した「よこてfun通信」年4回発行。</li><li>・「よこてfun通信」を活用し、横手の魅力やふるさと納税返礼品等物産のPR強化。</li><li>・関係課と連携し、応援市民学校に関する記事掲載など横手ファンとの新たな関係性の構築に向けた取り組みを推進。</li></ul>

## 6. 方針に対する年度上期(4月～9月)の取組状況

- (1) 人・物の交流と訴求につながる物産の活性化  
・各種横手のPRや物産展の開催。  
(卸町ふれあい市、これが秋田だ！食と芸能大祭典、湯沢雄勝観光キャンペーン、あきたの観光と食のPR商談会、よこてfunストア「リトルよこて」(武蔵小山商店街)、世田谷区民まつり、厚木鮎祭り、那珂ひまわりフェスティバル 等)
- (2) 横手産品の現状に合った国内外への販路拡大支援の推進  
・国内販売促進活動の実施。  
(バイヤーを招へいた産地見学会(2回)、首都圏小売店舗でのフェア(2回のべ7店舗)、首都圏飲食店での横手食材フェア(1ヶ月間14店舗) 等)  
・海外販売促進活動の実施。  
(トップセールス、バイヤーを招へいた産地見学会(1回) 香港シティスーパージャパンフェア 等)
- (3) 横手ファンとの創出と新たな関係性の構築への貢献  
・「よこてfun通信」6月号・9月号の発行。(読者数/8月末: 9,084人)  
・紙面を通して地域課題を発信し、読者の力を借りて解決の道を探る。  
(よこてfunストア「リトルよこて」運営ボランティア募集(応募者19名)、いぶりがっこ用ダイコン収穫作業応援募集 等)。

## 7. 年度下期(10月～3月)に向けた課題と取組方針【ギャップと対策】

- (1) 人・物の交流と訴求につながる物産の活性化  
課題: 物産を通して、「横手ファン」につなげる。  
・新たな要素を取り入れながら、目的(PR・交流・販売)にあったPRや物産展を開催。  
(卸町ふれあい市、秋田駅物産展「よこまる」、仙台物産展「横手 秋のいどりマルシェ」、かまくら「ほっこり横丁」、よこてfunストア「リトルよこて」(武蔵小山商店街) 等)
- (2) 横手産品の現状に合った国内外への販路拡大支援の推進  
課題: 特色ある産品や意欲的な取り組み者の掘り起こし。  
・横手産品の現状について情報収集に努め、商品提案やフェア等を継続開催。  
(ビジネスマッチ東北、首都圏小売店舗でのフェア(5回のべ12店舗)、香港シティスーパー春節フェア 等)
- (3) 横手ファンとの創出と新たな関係性の構築への貢献  
課題: 横手ファンとの関係性構築に向けた「よこてfun通信」の活用。  
・「よこてfun通信」12月号・3月号の発行。  
・多様な横手の魅力や横手産品のPR、地域課題の発信等、紙面の充実を図る。  
・市関係課と連携し、「よこてfun通信」を活用した横手ファンとの関係性の構築に向けて、今後の展開を模索する。

## 8. 総括(取組みの結果と成果、次年度に向けた課題【結果と成果】)

- (1) 人・物の交流と訴求につながる物産の活性化  
成果: 固定概念にとらわれない新しい形の物産展の開催により、横手ファンとの獲得と横手ファンとの新たな関係性を構築。  
よこてfun通信を活用し運営ボランティアを募集し、物産展よこてfunストア「リトルよこて」を実施。  
課題: 物産展での品揃えや会場づくりなどの課題を、ボランティア等から寄せられたアイデアを取り入れながら改善。  
よこてfun通信を活用しながら、「リトルよこて」の開催回数を増やし、首都圏のほか新たな場所でも開催。
- (2) 横手産品の現状に合った国内外への販路拡大支援の推進  
成果: 国内外ともに、市(事業者)とバイヤーが双方向の商品・企画提案が出来るようになるまで関係性が強化された。  
課題: バイヤーとの更なる関係性の強化と、継続した商品・企画提案のための産品・取り組み者の発掘。
- (3) 横手ファンとの創出と新たな関係性の構築への貢献  
成果: 横手を身近に感じていただける紙面づくりにより、よこてfun通信読者の心を掴んでいる。  
よこてfun通信を活用し物産展運営ボランティアを募集し、物産展よこてfunストア「リトルよこて」を実施。  
横手ファンとの新たな関係性が構築された。  
課題: 横手ファンとの関係性強化。  
よこてfun通信を活用し、市の課題解決にむけた情報発信を行うため、関係課との連携体制の構築していく。