

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	赤川 博幸

1. 組織の使命(ありたい姿)

市内商工業者への成長支援や起業・創業支援等により、地域経済の活性化が図られ、まちが賑わっている。

2. 組織の抱える課題(現状)

- ・物価高騰等の影響による地域経済停滞の克服
- ・人口減少と地域経済縮小への対応
- ・労働生産性向上と付加価値増大の支援
- ・進学等で市外へ流出した若者への地元就職支援
- ・市有温泉施設の運営

3. 今年度の『スローガン』

商工業の活性化がまちに“にぎわい”を広げ次世代へ

4. 今年度の方針

- ・横手市商工業振興計画の着実な推進
- ・市内商工業者への成長支援等
- ・労働力維持確保のための取組み推進
- ・雇用を生み出す起業・創業への支援
- ・若年者の就労、地元定着への支援
- ・市有温泉施設運営方針に基づく取組み

5. 今年度の重点取組項目

(1)	実現したい成果	市内商工業者への支援により地域経済が活性化されている
	取組内容	・横手市商工業振興計画の確実な取組み実施により課題等を克服します。 ・企業の事業継続・拡大のための“生産性向上”につながる成長支援や技術力向上や人材育成等の取組みなどの育成支援について推進します。 ・国、県等を含む各種支援制度活用による投資意欲の醸成を図ります。
(2)	実現したい成果	起業・創業への支援により起業家数が増加しているとともに若年者の地元定着が進んでいる
	取組内容	・Bizサポートよこてを核とした起業家育成に注力するとともに、起業後のフォローアップを強化します。 ・商店街等における空き店舗活用と賑わいの創出への支援を図ります。 ・起業予定者に対する資金調達の支援を行います。 ・関係機関等と連携し、若年者地元定着のための事業所魅力発信支援や雇用のマッチングを促進します。
(3)	実現したい成果	市有温泉施設の方針に基づき、具体的取組みを進めている
	取組内容	・指定管理者公募、譲渡公募手続き等、具体的な取組みを進め引き受け事業者を選定します。

6. 方針に対する年度上期(4月～9月)の取組状況

(1) 市内事業者への支援による地域経済活性化

- ・プレミアム付商品券を発行し、物価高騰の影響を受けて購買力が低下し、停滞している市内経済へ消費の喚起を図った。(1次販売 31,559セット 220,913千円)。残りの51,441セットは10月に2次販売を行う。
- ・生産性向上につながる技術力向上や人材育成等のため、市内企業等に対しての支援策として各種補助金を交付。(中小企業設備導入支援事業: 5件/横手市企業振興条例の助成金・奨励金として指定企業:1件(今後3件想定)、雪対策:15件、雇用奨励金 15件)

(2) 起業・創業への支援による起業家数の増加および若年者地元定着の進行

- ・Bizサポートよこてを核とし、専門家による経営指導や助言およびセミナーを行った。
Bizサポ利用状況(個室スペース 5者/6室、シェアスペース 2者/5室、コワーキングスペース(延べ) 313人、会員登録数 305人、起業ワンストップ相談窓口延べ利用者数 51人 8月末現在)
- ・ハンズオン支援プログラム業務委託を行い、経験共有型成長セミナーや伴走型経営個別支援の準備を進めた。
- ・商店街等における空き店舗活用と賑わいの創出への支援を行った。(空き店舗等利活用支援事業補助金 / 8件)
- ・起業予定者に対する資金調達の支援を行った。(起業・創業支援事業補助金 / 13件)
- ・若年者地元定着のため、事業所の魅力発信や雇用のマッチングイベント等を開催した。
(6/30あきたまるごとAターンフェアin東京:相談者6名/新潟・山形県の大学へインターンシップ開拓訪問:4大学/5/23新卒者(大卒等・高卒)採用情報セミナー/5/28関係機関による商工団体への新規高校卒業者の地元就職及び職場定着の推進に関する要請/6/11新規高校卒業予定者情報交換会、8/18横手市就職面接会・企業説明会)

(3) 市有温泉施設の具体手続きに着手

- ・公共温泉の事業提案、譲渡の公募を実施し、事業提案には3施設に4事業者より6件の応募があった。評価委員会による評価を経て、市として優先的に交渉する事業者を決定した。譲渡2施設については応募がなく、今後の方向性について12月定例会に説明することとした。

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) 市内事業者への支援による地域経済活性化

【課題】

- ・エネルギー価格高騰、物価高が一段落しているが、各事業者において必ずしも価格転嫁が進んでいないことや、市民の購買力が低下している中で、地域経済への支援策が必要。
- ・企業の競争力強化を目指すため、企業等に対して産学共同研究を活用したイノベーション支援が必要。

【取組】

- ・横手市商工業振興計画推進委員会を開催し、現在までの成果・進捗を確認する。併せて、来年度予定している第2期計画の策定に向けて支援策等の意見をいただく。
- ・産学連携や企業支援アドバイザーによる直接的な助言等を行い、新たなマーケティング、新事業展開の検討・構築のための支援強化を図る。

(2) 起業・創業への支援による起業家数の増加および若年者地元定着の進行

【課題】

- ・Bizサポートよこての利用者数増、起業・創業支援および空き店舗利活用支援による地域商業活性化に向けた更なる誘導策を強化する必要がある。
- ・地元就職した若者の職場定着の促進や早期離職防止策が必要である。

【取組】

- ・Bizサポートよこての利用者、起業・創業者および空き店舗利活用者数増に向け、広くPR等を行う。
- ・ハンズオン支援プログラム業務委託を行い、経験共有型成長セミナーの開催や、伴走型経営個別支援に取り組む。
- ・10/8 入社1～3年目の新入社員を対象に「若者交流サロン」を開催。地元就職した仲間との交流と孤独感の解消を図る。

(3) 市有温泉施設運営方針を定め、具体的取り組みの遂行

【課題】

- ・具体的な取り組みを着実に進める必要がある。

【取組】

- ・施設の民営化、再開、温浴サービスの廃止に向けた議会協議や地域住民説明会により、市の取り組みに理解を得る。また、サービスの廃止となる地域においては、様々な世代の元気創出に繋がるような地域活性化策について、地域住民とともに協議を進める。

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) 市内事業者への支援による地域経済活性化

【結果・成果】

- ・「横手市商工業振興計画」のローリングを行い、次年度への計画に反映し各取組みの更なる強化が必要。
- ・プレミアム付商品券を発行(81,257セット 406,285千円)し、物価高騰の影響を受けて購買力が低下し、停滞している市内経済へ消費の喚起を図ることができたが、現状厳しい状況が続いている。
- ・生産性向上につながる技術力向上のため、市内企業等に対しての支援策として各種補助金を交付したが、引き続きの支援が必要。

(中小企業設備導入支援事業:12件／横手市企業振興条例の助成金・奨励金として指定企業:5件(今後3件想定)、雪対策:15件、雇用奨励金 15件)

【課題】

- ・令和7年度が最終となる「横手市商工業振興計画」の成果・進捗を確実に評価し次期計画に繋げる。
- ・生産性につながる支援ニーズや各企業の現状を把握し、経済発展に結びつける。
- ・企業支援アドバイザーによる直接的な助言等を必要とする企業等の洗い出しを行い、新たなマーケティング、新事業展開のための支援強化を図る。

(2) 起業・創業への支援による起業家数の増加および若年者地元定着の進行

【結果・成果】

Bizサポ利用状況(個室スペース 5者／6室、シェアスペース 2者／5室、コワーキングスペース(延べ)542人、会員登録数344人、起業ワンストップ相談窓口延べ利用者数111人)、空き店舗等利活用支援事業補助金/10件)、起業・創業支援事業補助金/16件)、若年者地元定着のため、事業所の魅力発信や雇用のマッチングイベント等を開催した。

- ・Ao-na開館以来、Bizサポートよこての利用者数が若干減となっている。
- ・起業・創業支援および空き店舗利活用支援による地域商業活性化に向けた活用情報が必要。
- ・若者の地元定着の促進や早期離職防止策が必要。

【課題】

- ・Bizサポートよこての利用者、起業・創業者および空き店舗利活用者数増に向け、広くPR等を行う。
- ・ハンズオン支援、経験共有型成長セミナーの開催や、伴走型経営個別支援の継続実施。
- ・関係機関との連携による若者定着に向けた対策を強化する。

(3) 市有温泉施設運営方針を定め、具体的取組みの遂行

【結果・成果】

- ・方向性に沿って具体的な取組みを進める。

【課題】

- ・施設の民営化、再開、温浴サービスの廃止に向けた取組みを議会へ提案。また、サービスの廃止となる地域においては、地域活性化策を地域課へ依頼。

令和6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	平塚 和仁

1. 組織の使命(ありたい姿)

企業誘致により多様な雇用の場が創出され、若者の地元定着が進み、多くの人が地元で活躍している。

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への支援
- ・工業用地不足への対応

3. 今年度の『スローガン』

賑わいの源、期待の場所へ
呼び込む(企業・人)、結びつける(事業者繋ぎ・人繋ぎ)、整える(工業用地造成)

4. 今年度の方針

- ・新規企業誘致及び進出企業留置に向けた取り組みの継続
- ・工業用地の造成工事着手
- ・誘致企業への採用支援

5. 今年度の重点取組項目

(1)	実現したい成果	新規企業誘致と進出企業の留置
	取組内容	・秋田県と連携した関西東海圏企業への誘致活動を継続する。 ・進出企業の円滑な操業に向け、市内企業との事業者繋ぎも含め、きめ細かなサポートを行う。 ・サテライトオフィスへの誘致に向けたIT関連企業への訪問活動を行う。 ・ものづくりネットワークやフォローアップ訪問により、企業とのコンタクトを切らさない取り組みを継続する。
(2)	実現したい成果	工業用地造成
	取組内容	・造成工事の早期着手を目指し、発注までの業務を適正かつ円滑に行う。 ・造成工事着手後は、関係各課との連携を図り、適正な進捗管理を行う。
(3)	実現したい成果	誘致企業への新卒者等の採用支援
	取組内容	・ハローワークと合同で横手管内の高校6校への訪問と併せ、県内外の大学・専門学校等へも訪問を行い、新卒者等の地元定着を促す。 ・企業と合同で県内高校を訪問し、就職担当教諭に市内企業の特徴や魅力をPRする。 ・ホームページに誘致認定企業を一覧掲載し、企業情報へ繋げる。

6. 方針に対する年度上期(4月～9月)の取組状況

(1)新規企業誘致と進出企業の留置

- ・秋田県産業集積課及び秋田県名古屋事務所と連携し、集積を進めている自動車関連企業に注力し誘致活動を実施
- ・併せて、サテライトオフィス等への誘致に向け様々な分野の誘致活動を実施
- ・進出企業の円滑な操業に向け、情報提供、サプライチェーン構築に向けた訪問サポートの実施
- ・市長又は商工観光部長による訪問21社

(2)工業用地造成

- ・関係各課との定期的な協議、調整を図りながら計画どおり6月に発注、また、9月定例会の議決を経て本契約を締結し工事に着手

(3)誘致企業への新卒者等の採用支援

- ・ハローワークとの横手管内合同訪問5校
- ・誘致企業等との高校及び専門学校への合同訪問延べ16校
- ・市報キマリ企業記事特集ページを作成、企業の魅力発信に繋げる

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)新規企業誘致と進出企業の留置

課題 東海圏企業への誘致活動及び操業に向けたサポート。

方針 県名古屋事務所に職員を派遣している強みを活かし、情報共有を密にしながら自動車関連企業への誘致活動を行う
また、進出を決めた企業へ円滑な操業となるようサプライチェーン構築を含めたきめ細かなサポートを行っていく
既存進出企業に対しては、フォローアップ訪問を継続することで、より一層の信頼関係を築き、幅広い企業情報の収集に努めながら市内企業の事業拡大に繋がる取り組みを行う

(2)工業用地造成

課題 令和8年12月の工事完成に向けた進捗管理

方針 造成工事計画どおりの実施に向け、施工業者、関係各課との連携を図りながら進捗管理を徹底する

(3)誘致企業への新卒者等の採用支援

課題 将来につながる採用支援の実施

方針 小中学校などへ工場見学を促し、児童生徒が地元の企業を知ってもらう活動を継続する

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)新規企業誘致と進出企業の留置

結果と成果

- ・事業拡大に伴う誘致認定1社、新規立地に伴う協定1社、新たな働く場(2社で操業時雇用54人)を創出できた。
- ・企業訪問は市内延べ262社、県内延べ2社、県外延べ41社。
- ・既存企業及び親会社への訪問、横手ものづくりネットワークを通じた情報交換を密にし、コンタクトを切らさないための取り組みを実施した。

課題

- ・分譲可能な工業用地が確保できず、用地を求めようとする県外企業の引き合いに応えることができない状況にある。
- ・現在進めている工業用地造成後を見据え誘致活動を継続していく必要がある。

(2)工業用地造成

結果と成果

- ・造成工事に着手し、令和8年12月の完成に向け予定どおり進捗している。

課題

- ・引き続き施工業者や関係各課と調整を図り協力を得ながら進めて行く。

(3)誘致企業への新卒者等の採用支援

結果と成果

- ・市内企業のPRのため、ハローワークとの横手管内の高校への合同訪問5校、企業との県南地区の高校への合同訪問延べ16校訪問した。

課題

- ・県南部の高校への市内企業情報の周知はもちろんのこと、中学生など就職を考える前から地元定着を促す取り組みをしていく必要がある。

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	山本 剛

1. 組織の使命(ありたい姿)

観光地域づくりにより「世界から選ばれる横手」が実現され、交流人口の増加による地域・経済の活性化に結びついている

2. 組織の抱える課題(現状)

- ・社会情勢の激変に伴い、観光施策の位置づけを始めとする各種事業のアップデート
- ・将来につながる観光施策の推進(関西圏・海外向けの観光施策など)
- ・経済効果を意識した観光施策の構築(経済効果の数値化、最大化を検討)
- ・横手市観光推進機構及び民間事業者との連携による稼げる「観光地域づくり」の推進
- ・市内各観光団体はもとより、県、近隣市町村、JR、空港、NEXCO等との連携した誘客

3. 今年度の『スローガン』

観光の力で切り拓こう、横手の未来を

4. 今年度の方針

- 第3次観光振興計画の実現を目指し
- ・社会情勢の変動に伴う観光施策、事業のアップデート
 - ・経済効果を意識した施策の展開
 - ・横手市観光推進機構(DMO)はじめ関係団体・企業と連携した「観光地域づくり」の推進

5. 今年度の重点取組項目

(1)	実現したい成果	社会のトレンドを反映した観光施策のアップデート
	取組内容	・人口減少、コロナ禍終了、DXと推進と大きな変革の中、観光施策の果たす役割についての認識を一段深化させ事業に反映させる ・「産業の切込み隊長」として、各産業の未来につながる施策を実施する ・観光情報発信、着地後情報について、スマートフォンをメインとした手法への転換を推進する
(2)	実現したい成果	横手市観光推進機構(DMO)と連携した「観光地域づくり」の一層の推進
	取組内容	・横手市観光推進機構(DMO)及び民間事業者と連携し「地域の稼ぐ力の創出」を後押しする ・横手市観光推進機構(DMO)と連携し、観光に関するマーケティングを推進する ・横手市観光推進機構(DMO)派遣職員との連携を図り、活躍を支援する
(3)	実現したい成果	経済効果を意識した素材の磨き上げとおもてなしの推進
	取組内容	・観光施策、各種事業がもたらす経済効果、地域活性化効果の測定方法の研究、検討 ・既存素材の再確認と磨き上げにより、お客様の心を動かす観光を実現する ・市内各観光団体はもとより、県、近隣市町村、JR、空港、NEXCO等と連携し今年度の特徴的なイベント(北上線100周年、JR重点販促エリア指定、Ao-naオープンなど)を成功に導く

6. 方針に対する年度上期(4月～9月)の取組状況

(1)社会のトレンドを反映した観光施策のアップデート

- ・各地域の観光行事については、天候不良もあったが、全て開催することができた。各地域のお祭りの場が、人口減少・少子化が進む中において、子供たちの「ハレの日」として位置付けられていることを実感している。地域イベントの意味合いについて再構築が必要であると感じている。
- ・横手版オンデマンド・エアポートライナー事業(よこてWARP)については、7月18日から稼働を開始、9月末時点で利用者は536人となり、秋田空港からの2次交通の手段として好評である。現状ではビジネスや帰省などが主となっている。
- ・市内観光業界の冬季誘客へのアクションについて、冬の新名所作りに向け予算を確保し始動した。
- ・コロナ後の旅行トレンドは、ゴールデンルートや名所、旧跡、知名度の高いコンテンツなど「床の間観光」に回帰していると分析し、横手やきそばや、秋田ふるさと村、横手城などのポテンシャルを活かす方向で事業を展開中。
- ・4月から、当課及びよこての魅力営業課の若手職員で構成する情報発信プロジェクトXチームによる観光情報等発信(88回)に努めている。

(2)横手市観光推進機構(DMO)と連携した「観光地域づくり」推進

- ・観光推進機構へ市が補助金を支出する、もしくは事業委託する事業(横手駅前賑わい創出、横手エキスパート事業等)、機構が独自に国等から補助金採択された事業(観光地再生・高付加価値事業・新発見事業等)の連携・後押しを進めている。
- このほか文化庁の補助金を利用し、地域通訳案内士育成事業を委託、新たに中国語の案内士育成(予定3名)を行う。
- ・横手駅交流施設、東西自由通路を活用した賑わい創出に務めた。設置したベンチはお客様に好評である。

(3)経済効果を意識した素材の磨き上げとおもてなしの推進

- ・観光・イベント版「経済波及効果分析ツール」(平成27年秋田県産業関連表・令和5年の消費転換率を反映したもの)を活用し、大枠での市内の経済効果を測定するとともに、各種事業実施時のアンケート結果より、消費額などを推計する研究を進めた。
- ・大阪万博(LOCALジャパン展)については、共催する姫路市と共に準備等を進めている。
- ・大阪城公園、大阪国際空港、東京タワー等、主となる「出前かまくら」については、早々に協議・準備を進めており、次年度の大阪万博への出展PRと共に準備している。
- ・秋田県がJR東日本の重点販売地域に指定され、「雪」「小正月」「食」「酒」などをテーマに大型キャンペーンを実施することに合わせ、1月中旬から2月中旬の約1カ月間、国の登録文化財、内町の「旧片野家」を活用し、冬の新名所として「かまくらの見られるお屋敷」を想定し、事業展開、2/15.2/16のこれまでのかまくら期間以外にかまくら見学を実施予定。

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)社会のトレンドを反映した観光施策のアップデート

【課題】

- ・資材などの物価高騰により、例年同規模の行事イベント開催が、困難との声が多数。
- ・横手版オンデマンド・エアポートライナー事業(よこてWARP)については、実証実験終了後の着地点を想定した展開が必要であることと、そのための利用率向上に向けた取り組みとアンケート回収率の向上。

【取組】

- ・イベントへの協賛金など自主財源を確保しながら、内容の見直しや効果的な市からの補助金交付額の検討が必要
 - ・よこてWARPについて、11月からを目途に民間委託を想定した体制に切り替え実証実験を行う。
- また、1便あたりの搭乗率向上のため、秋田空港国内線降り口でのチラシ配布PRを実施、乗車中の確実な記入回収を呼びかけるとともに、利用者からの聞き取りし市側で記入するなど回収率向上の取組を検討する。

(2)横手市観光推進機構(DMO)と連携した「観光地域づくり」推進

【課題】

- ・民間事業者と連携し「地域の稼ぐ力の創出」への取組み
- ・地域おこし協力隊の退任(現協力隊1名は令和6年10月末まで)

【取組】

- ・取組に対する連携・後押しを継続し進める。
- ・地域おこし協力隊の要望(令和7年度1名)

(3)経済効果を意識した素材の磨き上げとおもてなしの推進

【課題】

- ・市内の経済循環のロジック構築が必要。
- ・大阪城出前かまくらの終了、アフター万博として、姫路市との更なる連携。
- ・冬季における誘客数の低下、冬季に呼べる新名所(新たに作るものではなく現存する素材を利用する)の創造

【取組】

- ・国や民間で行っている複数のアンケート結果から、消費額と主催者発表数値とを精査しながら、横手の観光消費傾向等の研究を進める。
- ・万博で共催する姫路市と、新たに出前かまくらなどを利用し、観光分野での関係継続を進める。
- ・「旧片野家」の冬季利用に関して、文化財保護課、横手の未来ともにつくる課、当課の3課合同で、分野を超えた検討を開始。「旧片野家」を利用した冬季誘客ツアー企画に対し、旅行会社から200人を超える規模で送客したいという希望を受けており、早急に新名所としての受入体制の構築と冬の横手城とを合わせたPR活動を行う。
- さらにJRからは12月15日運行(定員136名)の「ストーブ 横手やきそば号」(横手駅⇄秋田駅間1往復)の実施決定の連絡を受けており、これに合わせ、限られた時間で周遊可能なカフェなど飲食店を中心とした横手駅周辺パンフレットの作成を検討する。

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】)

【観光客数速報値・暦年】

R6年1月～12月 観光入込客数 3,213,331人(5年ぶり300万人超え)
宿泊者数 233,658人(歴代2位)

(1)社会のトレンドを反映した観光施策のアップデート

・各事業の目的について「外貨獲得」「地域活性化」「まちの顔作り」の言葉で整理した(結果)。⇒現場のエンジンとなる職員の意識改革、手段が目的化していないかの確認(成果)。・・・各事業を連動させた新年度予算設計につながった。
・SNSによる情報発信に注力。X・YouTubeなど(結果)。⇒横手愛Xフォロワー約500人UPの1,400人、BSよしもと視聴回数NO1など。トライアンドエラーを繰り返しながら、市職員であっても大きな反響や手ごたえを感じる情報を発信できることを確認し、手法に対する新たな認識が生まれた(成果)。
・空港送迎サービス「よこてWARP」の制度を設計、運行開始、事故ゼロ。期間途中で民間委託を実施。3月末までに約2,000人にサービス提供(結果)。⇒秋田空港-横手間の2次アクセスが改善され、関西方面の利用者が多く誘客にもつながっている。7%の方が「よこてWARP」を理由として横手を訪れている(成果)。

■課題:刻々と変化する社会情勢に対応すべき業界であるため、行政が「手段の目的化＝イベント・仕事を前年通りにこなす」意識では、民間との意識が乖離し経済施策としての体をなさなくなる。常に目的を意識し、アップデート(手法の検証)は継続して行っていかなければならない。

(2)横手市観光推進機構(DMO)と連携した「観光地域づくり」推進

・実際に収入につながる取組みを後押し。西ロスノーパーク、いぶりがっこつけ汁活用、大人の休日倶楽部ツアー受入れなど⇒DMOがパートナーとともに稼ぐ形を実践した。トライアンドエラーの中で柱となる事業を早期に見つけたい。
・初めてとなる市からの派遣職員はDMO職員としても、市とのつなぎ役としても活躍した。横手駅活性化、市全体の観光まちづくりの点でも、次年度につながる方向付けをしてくれたものと認識している。

■課題:DMO自体は真摯に観光地域づくりに取り組んでおり、分野ごとに成果が見られてきている。成果を体系化し、会員と市民がDMOがあって良かったと思える情報の発信が課題である。

(3)経済効果を意識した素材の磨き上げとおもてなしの推進

・県の産業連関表を使った経済分析ツールを活用し、主要事業の経済効果を分析・共有した(結果)。⇒数字を上げるにはどこに力を入れるべきか今まで以上に問題意識を持つようになった。また、正確な数値を算出するための研究を開始した(成果)。
・市内既存観光施設・観光地への再脚光。横手城展望台の取組み(入館者2万人超え)・ふるさと村ジブリ展シャワー効果(パンフ誘導で増田エリア入込数アップ)など(結果)。⇒これまで投資を継続している観光施設に漫然と漂う「マンネリ感」「あきらめ感」は、行動を起こすことで払拭できることを証明した(成果)。
・冬期対策として情報発信(出前かまくら)と地元受入れ体制整備(片野家)の連動した取組み(結果)。⇒出前かまくらについては、県外6か所実施、総来場者数10万人超え、物販販売総額は1,640万円。報道効果も合わせると観光PRとしては優秀な効果であると捉えている。また、片野家の取組みについては、期間中約800名が体験、大手旅行会社のツアー商品となり200名が来場。今後継続・拡大が期待され、課題である冬期誘客の解の一つとして新たな価値を生み出した(成果)。

■課題:四半世紀に一度クラスのPR機会である「万博」を手段の中心に位置づけ、レガシーとして後世に財産を残すことが重要となる。観光をはじめとする各種事業と連動し進めていきたい。

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	西川 可奈子

1. 組織の使命(ありたい姿)

相手の心に響く営業活動を推進することで、横手ファン(顧客)が増え、応援される横手市になっている。それにより、市内事業者の所得向上と地域経済の活性化につながっている。

2. 組織の抱える課題(現状)

- ・市役所職員が直接的に商品を販売するのではなく、商品が売れる環境を整えるのが役割と認識し、そのための仕掛けと機会を作り、事業者を提供していくことが必要。
- ・横手製品の現状に適した販路拡大支援の推進が必要。
- ・物産PR及び販売機会の確保、販売シーンに合う商品のレパトリー強化を図るため、新たな魅力の掘り起こしや、関係団体、近隣市町村等との連携が必要。
- ・横手製品の認知度向上のため、ターゲットに応じた情報発信の強化が必要。
- ・「よこてfun通信」読者増加に伴う発行経費増への対応、横手応援拠店と連携した魅力発信の推進が必要
- ・横手ファンのさらなる獲得と、関係が継続していく取り組みが必要。

3. 今年度の『スローガン』

「売り手よし(事業者)、買い手よし(顧客、横手ファン)、世間よし(横手市全体)」、そして「未来よし」の精神で、幸せな地域社会の実現を目指します！

4. 今年度の方針

- ・多種多様な横手製品の販路拡大を支援する。
- ・海外販路における活動を強化する(既存販路の維持とブラッシュアップ、新たな販路の開拓)。
- ・部局横断で新たな魅力の掘り起こしを推進し、様々な手法によりその魅力を発信する。
- ・横手の未来ともにつくる課と連携し、ふるさと納税返礼品の掘り起こしとブラッシュアップを図る。併せて、応援人口との新たな関係づくりと仙台圏への横手の魅力発信を強化する。
- ・県内外で行う物産展では横手製品と魅力ある地域資源のPRに努め、“横手市へ行ってみよう”を創出する。

5. 今年度の重点取組項目

(1)	実現したい成果	国内外での横手製品の販路拡大
	取組内容	・首都圏外食市場をターゲットとした販路開拓を推進します。 ・首都圏・仙台圏の小売店舗において販売促進活動を実施します。 ・商談会への出展を支援するとともに、バイヤー招聘等により商談の機会を創出します。 ・国内外で既存販路の定着と拡大を図りつつ、新たな販路開拓に向けた取組を実施します。 ・2024年問題が市内事業者に与える影響について状況把握に努めます。 ・ふるさと納税制度をまだ活用していない事業者には、販路の一つとして、また、EC販売へのステップとして活用を促し、横手の未来ともにつくる課と連携して支援します。
(2)	実現したい成果	横手製品の認知度アップと販売促進
	取組内容	・県内外での物産展の開催、イベントへのブース出展等により、横手製品と多彩な地域資源をPRします。 ・横手市にはない産品(海産物など)を持っている近隣自治体とタッグを組み、より魅力的な物産展を開催し相乗効果を生み出します。 ・よこてfun通信やSNSなどの広報ツールを活用し、積極的に物産情報を発信します。 ・物産関連団体と連携し、市内事業者の物産販売を後押しする取組を実施します。 ・ふるさと納税制度を活用し、横手製品をPRするとともに、既存商品のブラッシュアップを図り、販売促進につなげます。
(3)	実現したい成果	横手ファンの獲得・拡大と関係性の強化
	取組内容	・横手応援拠店の新規登録及び店舗と連携した魅力発信を推進します。 ・よこてfun通信の発行(年4回)を通じて、ファンとのつながりを維持するとともに、更なるファンを獲得します。 ・物産事業を通じて、横手ファンとの交流を深める機会を創出します。

6. 方針に対する年度上期(4月～9月)の取組状況

(1) 国内外での横手産品の販路拡大

- ・新たな海外のターゲット国であるマレーシアのマレーシア西武で開催された東北フェアに参加し、横手産品の販促活動とPR活動を実施した。
- ・首都圏及び仙台圏の小売店舗において、横手産品のフェアを開催した。(九州屋1回、サカガミ1回、こととや5回)
- ・首都圏から小売事業者や飲食関係者のバイヤー等を招き、市内事業者とのマッチングを実施した。(2回)
- ・市内事業者を訪問した際や運送会社などに2024年問題の影響について聞き取りを実施した。(特に影響無しと捉えている)
- ・市内事業者の海外輸出を支援した。(マカオ・マレーシア 輸出回数7回・取引額138万円)

(2) 横手産品の認知度アップと販売促進

- ・県内外での物産展の開催及びイベントへのブース出展により、横手産品のPR・販売を行った。(4回)
- ・物産団体連絡協議会と連携し、市内誘致企業に対して、社員食堂での横手の食フェアの開催を提案した。
- ・SNSを利用し、観光おもてなし課と連携を取りながら横手の魅力の周知を務めた(X 1083フォロワー 昨年度より127フォロワー増)

(3) 横手ファンの獲得・拡大と関係性の強化

- ・横手応援拠店の新規登録を推進した(登録件数3件)。
- ・市の公式SNSや物産展等での情報発信により、よこてfun通信の新規読者を獲得した。(4月～9月 270人)
- ・よこてfun通信の新たな好読方法として電子書籍の作成を進めた。
- ・よこてfun通信読者を対象に「リトルよこてin東京・新小岩」及び「リトルよこてin仙台」の販売サポーターを募集。34人から申込をいただいた。

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) 国内外での横手産品の販路拡大

【課題】

- ・事業者の規模や現状に適した販路開拓・拡大の支援が必要。

【取組】

- ・あえんでの秋田県横手フェアに併せ、首都圏外食企業への訪問営業を行い継続使用を依頼する。
- ・首都圏や仙台圏の小売店舗等への商品提案及び販促活動を実施する。併せて、積極的な事業所訪問により、情報やニーズを収集する。
- ・新たな販路先候補店での販促活動を実施する。
- ・海外販路アドバイザーを招聘し、市内生産者の訪問を行い海外市場に取組むための意識の醸成を図る。
- ・コロナ以降、香港での販促活動を実施できていないため、新めて渡航し現地関係者との関係性の強化を図る。
- ・仙台ビジネスマッチへ出展する事業者への支援を実施する。(3事業者)
- ・ふるさと納税への取組み希望の事業者(1社)を横手の未来ともしつくる課に紹介したが、今後も販路先の一つとし取組みに向けた支援を行う。

(2) 横手産品の認知度アップと販売促進

【課題】

- ・ターゲットに応じた横手産品の効果的な発信

【取組】

- ・GIいぶりがっこの認知度向上及び販売促進を図るための取組みを実施する。
- ・首都圏及び仙台圏、関西圏において交流物産展「リトルよこて」を開催するほか、出前かまくら開催時の物産展や各地のイベントに出展し、横手の魅力ある農産品・加工品・工芸品をPRする。

(3) 横手ファンの獲得・拡大と関係性の強化

【課題】

- ・よこてfun通信読者の獲得、応援拠店との関係性の強化

【取組】

- ・電子書籍を利用した好読の普及をすすめ、新たな読者層の確保を目指す。
- ・首都圏や仙台圏で開催する催事やイベントに合わせて、横手応援拠店と連携した取組みを実施する。

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) 国内外での横手製品の販路拡大

【成果】首都圏から小売事業者の外食企業のバイヤー等を招聘し、市内事業者とのマッチング商談や現地視察を実施。また、市内の事業者同士のマッチングにも取り組んだ。計28回の商談に関わる場を設け、事業者の販路拡大を支援した。

また、海外販路においては、新たなターゲット国であるマレーシアでのフェアに参加したほか、令和元年度以来である香港・マカオへ渡航しプロモーション活動を実施した。両国で横手製品のPRを実施するとともに現地協力者と面談しニーズの調査などを行った。

【課題】横手製品の現状に適した販路拡大支援と新たな販路の開拓。マレーシアにおける横手製品の定着に向けた取り組みの強化。

(2) 横手製品の認知度アップと販売促進

【成果】

県内外での物産展の開催、友好都市・交流都市で行われたイベントへの出展など、計28回の対面によるPR・販売機会を通じて横手製品の認知度及び売上の向上につなげた。また、市内誘致企業向けに社員食堂による横手製品の食フェアを実施し、新たな市場創出を図った。

【課題】

・物産PR及び販売機会の確保、商品のレパトリー強化を図るための新たな魅力の掘り起こし

・継続的な販売機会の提供(通信販売の再検討)

(3) 横手ファンの獲得・拡大と関係性の強化

【成果】県内外のイベントでのPR等により、よこてfun通信の新規読者を約770人獲得し、物産購入等での応援が期待できる応援人口の増加につなげられた。また、今年度より始まった電子書籍についても、約90名の読者を得た。横手応援拠点事業では、首都圏の3店舗を新たに拠店に登録。両圏で開催した物産展「リトルよこて」において拠店と連携した取組みを実施したほか、応援拠点を会場に「よこてfunパーティー」を実施し応援人口との交流を深めることができた。

【課題】読者増加に伴う発行経費増への対応、横手応援拠店と連携した魅力発信の推進と地元の活性化に還元できるスキームの構築