

# 令和3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への支援、起業・創業促進により、地域の産業振興並びに市内の雇用維持・創出を図る。

### 2. 組織の抱える課題(現状)

- コロナ禍での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
- 多様な働く場の確保
- 直営温泉施設の経営

### 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

- 市内事業者の事業継続及び成長を支援
- 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
- 市有温泉施設運営の方針を示す

### 5. 今年度の重点取組項目

|     |         |   |
|-----|---------|---|
| (1) | 実現したい成果 | 市内事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    | <ul style="list-style-type: none"><li>・コロナ禍においてタイムリーな事業者支援を実施します。</li><li>・商工業振興計画の適正な進捗管理を行います。</li><li>・企業の事業継続・拡大のため競争力強化につながる技術力向上や人材育成等の取り組みを支援します。</li><li>・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を図ります。</li></ul> |
| (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   |
|     | 取組内容    | <ul style="list-style-type: none"><li>・起業・創業者を支援するための環境整備を行います。</li><li>・起業に向けた情報提供や相談支援を行います。</li><li>・商店街等の空き店舗を活用して開業を希望する方への支援を行います。</li><li>・起業する方に対して資金調達の支援を行います。</li></ul>                            |
| (3) | 実現したい成果 | 市有温泉施設運営の今後について方向付けられている  |
|     | 取組内容    | <ul style="list-style-type: none"><li>・1回目の温泉施設譲渡に係る検証を踏まえ、広く意見を求め、協議を進めます。</li></ul>   |

## 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の活性化

#### ①コロナ禍の事業者支援

- ・R3年度経営持続化支援事業補助金 [受付期間:5/6～7/30] / 1,292件(258,400千円)〈100%〉
- ・緊急雇用安定事業補助金[R2年度から継続中] / 24件(9社)1,132千円〈7.5%〉

#### ②企業の競争力強化につながる生産性向上と人材育成

- ・中小企業設備導入支援事業 / 5件(9,025千円)〈37.6%〉
- ・中小企業人材育成支援事業 / 17件(1,684千円)〈56.1%〉

### (2)起業・創業への支援

#### ①起業・創業支援のための環境整備

- ・新Bizサポートよこての整備 / 備品購入(R3.9.16～R4.2.28) 54,780千円〈79.5%〉

#### ②空き店舗利活用への支援

- ・空き店舗等利活用支援事業補助金 / 4件(2,000千円)〈54.1%〉

#### ③起業家に対する資金調達等の支援

- ・起業・創業支援事業補助金 / 4件(1,074千円)〈12.8%〉

### (3)市有温泉施設運営の今後について

#### ①返還施設の適正な維持管理

- ・「さわらび」と「鶴ヶ池荘」の管理業務。あいのの温泉源泉ポンプの交換業務。

#### ②施設改修工事コンサルティング業務委託

- ・工期(7/29～11/30) 5,885千円

## 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の活性化

#### 【課題】

- ①コロナ禍が長期化し、地域経済への影響が大きくなっており、経営の維持が厳しい業種等も出現している。
- ②ウイズコロナ・アフターコロナを見据えた事業の拡大や生産性向上のための支援策。

#### 【取組】

- ①商工業振興計画の適正管理により、コロナ禍で影響が大きい業種等へ集中支援策を含めた経済対策を検討実施。
- ②設備投資や業態転換等について、補助事業を広くPRしながら有効活用を推進する。

### (2)起業・創業への支援

#### 【課題】

- ①Bizサポートよこて移転に伴い、様々な形態の利用が可能となり、利用定員も大幅に増加する。その利用者の確保。
- ②空き店舗解消と賑わい創出を図るための誘導的な支援策。

#### 【取組】

- ①Bizサポートよこての移転整備を進めながら、利用者確保のためのソフト事業を準備する。
- ②事業誘導につながる支援策を検討するとともに、現行補助事業も広くPRしながら有効活用を推進する。

### (3)市有温泉施設運営の今後について

#### 【課題】

- ①老朽化している「さわらび」、「鶴ヶ池荘」の再稼働を見据えた適正管理。
- ②アフターコロナを見据えた市有温泉施設の再民間譲渡等の実施時期。

#### 【取組】

- ①再稼働を見据えた施設の修繕計画等を検討する。
- ②市有温泉施設のそれぞれの在り方について、議会協議を進めながら地域へも説明を行う。

## 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の活性化

【成果】①コロナ禍の事業者支援 →持続化補助金(1・2期) 1,292件+1,339件 / 緊急雇用安定事業補助金 57件 / 中小企業設備導入 9件 / 中小企業人材育成 18件

②商工業振興計画推進委員会(R3.11.22開催) ③企業振興条例認定事業所 2社32人 ④創業支援事業補助金 6件  
□コロナ禍に企業支援が実施されたことにより、事業継続へとつながった。

#### 【課題】

- ①ウイズコロナ・アフターコロナを見据えたタイムリーな支援策。
- ②商工業振興計画について、PDCAマネジメントサイクルを実施。

### (2)起業・創業への支援

【成果】①起業・創業支援のための環境整備 →新Bizサポートよこて整備完了 / ②起業に向けた相談支援 →起業ワンストップ相談130件 ③空き店舗利活用への支援 →空き店舗等利活用支援事業補助金 11件 / ④起業家に対する資金調達等の支援 →起業・創業支援事業補助金 6件

□新たなBizサポートよこての完成により、起業支援体制が強化された。

#### 【課題】

- ①新Bizサポートよこてを有効活用するためのソフト事業の充実。
- ②補助事業について誘導策を策定すること。

### (3)市有温泉施設運営の今後について

【成果】市民アンケートの実施 →回答者数2,700人/6,000人

□市民の意見把握が行われ、方針(案)へつなげる事が可能となった。

【課題】アンケート結果も加味した方針(案)を速やかに策定すること。

# 令和3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』

場を観る、空気を読む、タイミングを見計らう

### 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 | 新規企業誘致  |
|     | 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>社会情勢の動向や雇用環境の変化に着目したターゲット選定を行う。</li><li>Web会議ツールを適宜活用し、訪問制限の有無に影響されない効果的な誘致活動を展開していく。</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、就職担当教諭に市内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

- ・県産業集積課及び県名古屋事務所と企業情報を共有し、連携を図りながらWebの活用8件を含めた誘致活動を実施した。
- ・コロナ禍においても成長が期待される企業へのアプローチを図るなど誘致活動を展開した。
- ・ターゲット企業が当市で操業するために必要な情報の収集及び提供を図り、今後に繋げていくための継続した活動を行っている。

### (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。
- ・誘致企業との県南部の高校10校への訪問。立地見込み企業との県南部の高校等11校への訪問。
- ・横手管内の全高校へ市報「地元のキラリ企業」縮刷版を配付し、高校3年生の全クラスに設置してもらうことにより企業情報の周知を図った。

## 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) 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。

方針 県名古屋事務所に派遣している職員を通じ、情報提供を密にしながら関西東海圏企業への誘致活動に注力する。新型コロナウイルス感染の沈静化状況を注視しつつ、可能であれば直接訪問を積極的に実施し、Web会議の有効活用も併せタイミングを逸さないよう“縁”を切らさないようコンタクトを継続しながら誘致活動を進めていく。オンラインマッチングイベントに出展し当市を広くPRしながら、県外企業へサテライトオフィス設置を促していく。

### (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。

方針 R5年3月卒業予定となる現在の高校2年生に対する企業情報周知のため、高校2年生の全クラスに対し市報「地元のキラリ企業」縮刷版を配付し若者の地元定着を促していく。

## 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

- ・新規3社を誘致し新たな働く場(3社で雇用240人)を創出できた。(内1社はR4年5月頃の立地発表を予定)
- ・企業訪問は市内延べ74社、県内延べ17社、県外延べ70社。(内リモート会議が延べ33社)

課題

- ・横手第二工業団地内の分譲可能用地はわずか4.6ヘクタールあまりとなり、当市内に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。

### (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。企業との県南部の高校への合同訪問延べ21校。市内企業のPRのため県内の大学1校を訪問した。

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、今後は県内の大学・専門学校等へのPRについても本格的に取り組みなから高卒者及び大卒者等の地元定着を促していく必要がある。

令和3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)

- ・コロナウイルス感染症の影響による観光活動や観光機運低下の回復
- ・インバウンドについては、情勢に合わせた臨機応変な対応と情報収集
- ・通過型観光から脱却するための市全体の回遊性の向上と滞在時間の延長
- ・横手市観光推進機構のDMO本登録を期に活動の周知と自立に向けた後押しのもと「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』

新しい生活様式の中、選ばれる「横手」に

### 4. 今年度の方針

第3次観光振興計画の具現化

- ・安心安全な観光地としての受入態勢の強化
- ・横手市観光推進機構(DMO)と連携した「観光地域づくり」の推進
- ・観光素材の磨き上げと全市回遊滞在型観光の推進

### 5. 今年度の重点取組項目

|     |         |   |
|-----|---------|---|
| (1) | 実現したい成果 | 安心安全な観光地としての受入体制の強化   |
|     | 取組内容    | ・新型コロナウイルスの影響を払拭できるように、伝統行事を含むイベントの実施方法を熟考し、集客・賑わい創出を行います。<br>・インバウンドでは、台湾大同大学との関係を活かしながら台湾を中心とした観光客と応援人口の増を目指しつつ、往来正常化まではオンラインを活用した交流事業等を行うとともに受入態勢の強化を進めます。<br>・状況に合わせて市内観光関連事業者の支援を行います。         |
| (2) | 実現したい成果 | 観光地域づくりの推進  |
|     | 取組内容    | ・横手市観光推進機構(DMO)と連携し「観光地域づくり」を進めるとともに、「地域の稼ぐ力の創出」の後押しをします。<br>・横手ならではの「コト観光」「着地型観光」を作り上げ、広く発信していきます。   |
| (3) | 実現したい成果 | 観光素材の磨き上げと全市回遊滞在型観光の推進  |
|     | 取組内容    | ・増田まんが美術館を中核に据え、マンガを中心に歴史・文化を観光の視点で発信し、観光施設、宿泊施設、交通機関を連携させることで全市回遊滞在型観光を進めます。<br>・「かまくら」をはじめとしたまつりや伝統行事、横手やきそばや発酵食品などの食文化、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。<br>・東北DCに合わせ、観光PR、誘客、来訪者のおもてなしを進めます。 |

## 6. 方針に対する年度上期(4月～9月)の取組状況

1. 安心安全な観光地としての受入体制の強化
  - ①伝統行事・イベント
    - ・(中止した行事)スカイフェスタ、増田たらいこぎ、横手ラリー、山内いものこまつり、発酵サミット(食の祭典)、かまくらライド等
    - ・(縮小・代替で実施した行事)平鹿あやめまつり、横手の送り盆まつり(大法要のみ)、大雄サマーフェスタ、増田花火大会、駅東まつり、全国線香花火大会 等
  - ②インバウンド
    - ・増田オンラインツアー(台湾向け)・台湾を感じるフェアin横手(参加飲食店4店舗、オンライン交流会25人参加)
  - ③市内観光関連事業者の支援
    - ・横手宿泊キャンペーン(6～8月 1人1泊3,000円の助成 利用者数26,763人)
  - ④秋田ワーケーション推進協会への加入、JALとモデルツアーの検討
2. 観光地域づくりの推進
  - ①観光推進機構との連携
    - ・横手市観光推進機構が4月より正規の「観光地域づくり法人」へ登録
    - ・地域おこし企業人制度を活用しての人的支援
3. 観光素材の磨き上げと全市回遊滞在型観光の推進
  - ①回遊滞在型観光の推進
    - ・観光施設等スタンプラリー ・タクシー利用者助成
    - ・ALL秋田旅行エージェンツ商談会への参加・提案
  - ②東北DC
    - ・コロナの影響で事業縮小となったが、来横者へのおもてなし事業等を実施(季節ごとの駅の装飾、みどり市等)

## 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】

- 【課題】
- コロナの状況を見定め、規制緩和に合わせて事業・イベントを安全に実施する。(実施方法の早期決定・PR)
  - 観光の完全回復に向けた環境整備を進める。
- 【取組み】
1. 安心安全な観光地としての受入体制の強化
    - ・コロナの状況を見定めつつ、雪まつり等の実施方法やそれに関連する出前かまくらなどのPR方法を関係団体と早期に決定し、準備を進める。
    - ・観光庁補助金等を活用して誘客の環境整備を進める。(増田蔵の通りの無料Wi-Fi整備等、観光スポット解説の多言語化)
    - ・雪まつりを中心としたバーチャル観光ツアーを実施する。(台湾向け)
    - ・引き続き市内観光関連事業者の支援を事業化して実施する。
  2. 観光地域づくりの推進
    - ・横手市観光推進機構と連携し、観光地域づくりを進める。(地域の観光資源の磨き上げ実証事業、これまでの観光素材に加えて「歴史」「文化」「自然」「まんが」「食」及び「コト体験」を組み入れた旅行商品の造成)
    - ・観光推進機構へ地域おこし協力隊制度を活用しての人的支援を行う。
  3. 観光素材の磨き上げと全市回遊滞在型観光の推進
    - ・回遊滞在型観光の推進のため、スタンプラリー、観光にタクシーを活用していただく事業を実施(継続)する。
    - ・東北DC延長プロモーション(10～12月)に対応させ、観光客の呼び込みを行う。

## 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】)

- 取組の結果
1. 安心安全な観光地としての受入体制の強化
    - ◇観光行事については、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で中止となったものも多かったが、次年度以降の開催に繋がる方策を取るとともに、可能なものは代替事業で対応した。
    - ◇出前かまくらについては、東京タワー、那珂市、市川市、加古川市で実施好評を得るとともに横手市のPRを進めたが、最も大規模である「大阪国際空港雪まつり」を関西圏でのコロナ拡大のためやむなく中止とした。
    - ◇観光庁補助金等を活用して国内外からの誘客のため、無料公衆無線LAN等の環境整備を進めた。
    - ◇インバウンドについては、台湾大同大学との友好関係を基軸として各種オンラインでの相互観光PR等を行った。
    - ◇コロナ交付金等を活用して市内観光関連事業者の支援を行った。
      - ・横手宿泊キャンペーン:6～8月 1人1泊3,000円の助成 利用者数26,763人
      - ・大規模宴会施設等運営事業者支援:500㎡以上の宴会場を持つ事業者 1㎡あたり1万円 申請者14事業者15施設
  2. 観光地域づくりの推進
    - ◇4月より正規の「観光地域づくり法人」へ登録となった横手市観光推進機構との連携と支援。総務省の制度を活用した人的支援。
    - ◇コト体験(観光エキスパート)の事業推進と旅行商品への組み込み
    - ◇ワーケーションの推進
  3. 観光素材の磨き上げと全市回遊滞在型観光の推進
    - ◇回遊滞在型観光の推進のため、市内周遊観光促進事業の実施。
      - ・スタンプラリーを中心とした、観光キャンペーンの実施。(スタンプラリー:8観光施設、応募者1,683人 コト体験:実施19回、参加者228人)
      - ・市内宿泊者を対象にタクシー利用の際に料金助成の実施。(利用1,044件)
    - ◇増田まんが美術館への誘客とそこから全市回遊へ向けて誘客促進PR映像作成。
- 成果
- ・コロナ禍で全国的な誘客は出来なかったが、県内の人流の一定の取り込みが出来た。
  - ・インバウンドを含め、アフターコロナ時の誘客を進める環境整備を進めると共に、オンラインでもPRに努めたため、次年度以降の誘客や観光客の満足度向上に繋げていくことが期待出来る。
- 次年度に向けた課題
- ・引き続き、第3次観光振興計画(R3～7年度)のローリングを行い、内容の具現化(事業化)を進める。
  - ・コロナ禍の状況を見極めつつも、各事業に代替案(プランB)を持った対応を行う。

令和3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 | 松井 尊臣          |

### 1. 組織の使命(ありたい姿)

魅力ある地域資源のPRや販路拡大支援などを通して、「横手ファン」づくりを進め、事業者所得の向上と地域経済の活性化につなげる。

### 2. 組織の抱える課題(現状)

- ・事業者の外貨獲得に向けた取り組みを後押しする体制の構築
- ・コロナ禍における消費動向の変化への対応
- ・横手製品の認知度向上及び販路拡大・販売力強化
- ・消費者や市場に対する横手の魅力の効果的なPR
- ・横手ファンの更なる獲得と関係性の強化

### 3. 今年度の『スローガン』

心に響く営業活動の推進！～真心とともに横手の魅力を届けます～

### 4. 今年度の方針

- ・魅力の価値向上と横手ファンを意識した事業展開を図る。
- ・事業者とともに横手の魅力を元気にし、経済と暮らしの光を創出する。
- ・ウィズコロナ、アフターコロナにおいて勝機を逃さず臨機応変な対応を行う。
- ・リモートを活用しながら、重要な面会・商談は現地へとメリハリをつけ進める。

### 5. 今年度の重点取組項目

|     |         |  |
|-----|---------|--|
| (1) | 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    | ・各種事業との連動、関係部署との連携により、「よこてfun通信」新規読者の獲得を推進します。<br>・横手ファン創出に向けた物産展「リトルよこて」を開催します。<br>・横手ファンをターゲットとした横手製品の販売促進・PR活動を推進します。<br>・横手ファンがつながる場としての「横手応援拠点」の仕組み作り着手します。   |
| (2) | 実現したい成果 | 横手製品の販路拡大と販売促進の支援  |
|     | 取組内容    | ・市民が横手製品を知る・触れる機会を創出し、地域内消費を推進します。<br>・関係機関と連携し、バイヤー招聘またはオンラインによる商談機会を創出します。<br>・横手製品販売支援アドバイザーとの連携により、多様な販路を創出します。<br>・市内事業者の海外輸出の取組みを支援し、通常取引の定着につなげます。  |
| (3) | 実現したい成果 | 横手製品の認知度アップと魅力の向上  |
|     | 取組内容    | ・首都圏や仙台圏の小売店等において、横手フェアを実施し、横手製品を積極的にアピールします。<br>・県との機能合体や都市間交流を活かしたPR活動を展開します。<br>・「よこての“んめもの”ポータルサイト」や「よこてfun通信」を活用した情報発信を進めます。<br>・魅力向上に係る事業者からの相談に対応できるよう、横手製品販売支援アドバイザーによる相談体制を整備します。<br>・ふるさと納税返礼品への提案や各種物産展への参加など物産関連団体の活動を支援します。 |

## 6. 方針に対する年度上期(4月～9月)の取組状況

### (1) 横手ファンの獲得・拡大と関係性の強化

- ・市公式SNS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:256人)
- ・対面式物産展「リトルよこて」の代替として、YouTubeライブ配信による「横手市オンライン物産展」を開催。
- ・「横手応援拠店」の仕組み作りに着手するとともに、9/1号よこてfun通信で読者に店舗の情報提供を呼び掛けた。

### (2) 横手製品の販路拡大と販売促進の支援

- ・地方創生臨時交付金を活用した「横手の魅力好循環推進事業」(横手の魅力アップキャンペーン)を実施し、コロナ禍における地元商品の販売を支援した。キャンペーン終了後には、引き続き横手愛バッジと連動したリピート対策としてのキャンペーンを実施し、地域内の消費を誘引した。
- ・首都圏外食企業とのリモート商談会を実施(1回、6事業者参加)
- ・市内セブン-イレブン9店舗でアウトレット農産品(規格外の野菜等)を販売する機会を創出。地元農家の新規販路開拓を支援するとともに、コンビニ店舗を活用した農産品の商流モデルを確立した。
- ・海外協力者との連絡継続による定期発注の持続(マカオ:輸出回数 10回、輸出額 125万円)

### (3) 横手製品の認知度アップと魅力の向上

- ・首都圏小売店舗における横手フェアの開催(2回・10店舗)
- ・工芸品を制作する市内6者で「工芸品活性化団体」を結成。今後の工芸品産業の振興及び活性化に向け基盤を整えた。
- ・食品衛生法の改正への対応として、県や関係部署との連携体制を整備し、相互の情報共有や周知を図った。

## 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) 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、横手ファンとの関係性の維持・強化

- ・よこてfun通信新規読者の獲得に向けて、市の公式SNS等による情報発信を継続するとともに、市民向けのPR活動を強化する。
- ・横手ファンをターゲットとした魅力発信事業を実施する。(対面式物産展「リトルよこて」:3月、通信販売:12月、3月)
- ・「横手応援拠店」の仕組みを確立するとともに、首都圏・仙台圏で各1～2店舗の展開を図る。

### (2) 横手製品の販路拡大と販売促進の支援

【課題】ウィズ・コロナでの販促活動の実施と継続した取引の実現

- ・市内事業者に対して、状況に応じて、対面式・オンライン両面から販売機会や商談機会を提供する。
- ・仙台圏での新規販路開拓に向けた情報収集や調査を進める。
- ・セブン-イレブン・ジャパンとの包括連携協定の締結、及び協定に基づく横手製品の提案等を実施する。

### (3) 横手製品の認知度アップと魅力の向上

【課題】消費者等に対する横手の魅力の効果的な発信

- ・首都圏や仙台圏での小売店舗においてフェアを開催する。
- ・横手市工芸品の市民向けPRに取り組み、地域における工芸品の認知度を向上させる。
- ・県や関係部署との連携を図りながら、いぶりがっこの生産継続に向けた支援を行う。

## 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) 横手ファンの獲得・拡大と関係性の強化

【成果】よこてfun通信読者数は対前年度末で約650人の増となり、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がられた。また、横手応援拠店は仕組みの構築や店舗の情報収集等を進め、来年度からの本格的な事業化に向けて準備が整った。

【課題】よこてfun通信読者の獲得(特に若年読者の獲得)、横手ファンに対する訴求効果のある観光物産情報の発信

### (2) 横手製品の販路拡大と販売促進の支援

【成果】オンラインでの商談や営業活動により、市内事業者のマッチングを支援し、新たな取引につなげた。海外輸出については、新たな販路を開拓でき、輸出額は昨年の約2倍となる280万円まで回復した。また、セブン-イレブン・ジャパンとの連携により、コンビニ店舗を活用した農産品の商流モデルを確立した。

【課題】既存販路の維持と取引量の拡大、横手製品の現状に適した販路拡大支援の推進

### (3) 横手製品の認知度アップと魅力の向上

【成果】マネキンによる推奨販売、レシピカードの配布やPR動画の放映など、新しい生活様式に対応した形で販促活動を展開し、コロナ禍の中でも消費者が横手製品を知る・触れる機会を創ることができた。また、工芸品産業の振興や活性化に向けた取組みとして、公立美大生のフィールドワーク受入れ、公立美大での「横手の工芸展」開催、市内外の小売店等への商品提案・商談支援などを実施し、後継者発掘や販路拡大等を推進した。

【課題】横手製品のPR及び販売機会の確保、消費者等に対する横手の魅力の効果的な発信