

(地域施策推進事業)

事業名	部名	部長名	担当課	担当班名	電話番号	事業目的・必要性	事業費(円)	事業実施状況	事業実施主体	事業対象者	事業決定月日 (部局長会議等) 及び評価確定日	事業効果 (成果・満足度)	自己評価
若者定着支援事業	総務企画部	島山義人	地域企画課	企画・島海まるっと観光班	0184-22-5432	全国的な人手不足による人材獲得競争が激化し、管内の中小企業は人材確保に苦戦している。 高校生が地元就職を自らの意思で選択できるよう管内企業を知る機会を提供し、納得できる就職を支援することにより、若者の県内定着を図るとともに早期離職を防止する。	327,504	○中学生との管内企業のふれあいPR事業を開催した。 ・由利本荘市:企業PR冊子を作成し、市内全中学校の2年生に配布(掲載企業37社) ・にかほ市 (1)開催日:R2.10.14、場所:仁賀保中学校、参加者:2年生85名、企業12社 (2)開催日:R2.10.23、場所:象潟中学校、参加者:2年生73名、企業13社 (3)開催日:R2.10.30、場所:金浦中学校、参加者:2年生28名、企業11社 ○高校生が希望する企業の見学ツアーを開催した。 (1)開催日:R3.3.23、参加者10名、見学企業2社 (2)開催日:R3.3.24、参加者40名、見学企業1社	県	管内企業、中高生	令和2年4月1日	○中学生との管内企業のふれあいPR事業(参加中学生) ・参加した中学生へのアンケートでは、「満足した」と「やや満足した」を合わせると3校とも9割を超え、満足度は高かった。 ・「地域の企業の仕事や職業の種類を新しく知ることができた」、「地元の企業で働き、役に立ちたい気持ちが増えた」という意見が多く聞かれた。 (参加企業) ・「若者の県内就職率を上げるためには、まず地元でどんな仕事があるのかを知ることが大切なので、このイベントは非常に意義のあるイベントだと思う」、「中学生は地元企業を知る機会があまりないと思うので、開催してもらってよかった」といった意見があった。 ○企業見学ツアー ・参加した高校生から「自分の進路を決める上でとても役に立った」、「普段見ることができない実際の製造過程等を見学することができ、よい経験になった」といった意見が聞かれた。	れあいPR事業 ・中学生が企業から仕事の内容を直接聞く機会は多くないため、実施校の生徒・保護者及び参加企業からは好評であった。 ・新型コロナウイルス感染症防止対策のため、令和2年度は生徒のみの参加となったが、今後は保護者に対しても広く参加を呼びかけ、地元就職を含めた将来の進路選択について親子で考えてもらう契機とする。 ・業種に偏りが生じないよう、市や商工会等の関係機関の協力を仰ぎながら、より多くの企業等に参加してもらえるよう調整したが、管内にない業種の企業もあるため、生徒の希望を把握しながら幅広く対応していく必要がある。 ○企業見学ツアー ・R2年度から、事前に実施したアンケート調査の結果を基に見学先企業を選定しており、それが参加者の満足度を高めることにつながったと考える。 ・今後は、高校生が希望する企業に限らず、様々な業種の企業を組み合わせで紹介するなど、高校生にはあまり知られていない企業の魅力も伝えられるよう工夫する必要がある。

事業名	部名	部長名	担当課	担当班名	電話番号	事業目的・必要性	事業費(円)	事業実施状況	事業実施主体	事業対象者	事業決定月日 (部局長会議等) 及び評価確定日	事業効果 (成果・満足度)	自己評価
地域産業支援事業	総務企画部	畠山義人	地域企画課	企画・鳥海まるっと観光班	0184-22-5432	地域産業の振興を図り、雇用を 下支えする企業活動を支援する。	398,461	○山形県庄内総合支庁、管内市等と共催して、山形県庄内商談会を開催した。 ・開催日：R2.11.9、場所：山形県三川町「なの花ホール」、参加企業：発注企業19社、受注企業67社	商談会：県、山形県庄内総合支庁との共催 スキルアップ講座：管内2市と共催 その他：県	管内企業	令和2年4月1日	○山形県庄内商談会 ・アンケートでは「オンライン商談を何度か経験したが、対面式の商談が最も有力であると感じた」など、「期待以上」「ほぼ期待どおり」との意見が約7割を占めた。	○山形県庄内商談会 ・商談成立や継続開催の意見もあり、受注機会を提供する手段として継続していく必要がある。
								令和3年5月17日			○社長会議 ・「地域の企業との情報交換としては参考となったことも多かった反面、業種が異なっていることで、参考とならない内容もあった」という意見もあった。	○社長会議 ・今後のテーマについて、人材確保の課題は引き続き行ってほしいとの意見もあったが、地域との交流、地域活性化などの意見もあり、継続する場合検討が必要。	
								○企業説明会に参加する管内企業対象に、オンラインで企業説明等を行うスキルアップ講座を開催した。 (1)開催日：R2.11.4、参加企業：4社 (2)開催日：R2.11.10、参加企業：7社 (3)開催日：R2.11.17、参加企業：7社			令和3年5月17日	○スキルアップ講座 ・新卒獲得のための1Upスキル講座を実施したが、「参考になった」との意見が多数を占めた。	○スキルアップ講座 ・R2新規事業であったが、実践的な講座で好意的な意見も多く、学生獲得の有効な手段として継続していく必要がある。
								○管内企業を対象としたIoT入門研修を実施した。 ・開催日：R2.9.16、場所：本荘由利産学共同研究センター、参加者：11名				○IoT入門研修 ・「IoTのしくみが良くわかった。業務に活用したい。データを集め、方法を考えてテストしていきたい」などの意見があった。	○IoT入門研修 ・未経験者にわかりやすい研修で好意的な意見が多く、裾野を広げる研修としては有効と考えられる。

事業名	部名	部長名	担当課	担当班名	電話番号	事業目的・必要性	事業費(円)	事業実施状況	事業実施主体	事業対象者	事業決定月日 (部局長会議等) 及び評価確定日	事業効果 (成果・満足度)	自己評価
就農者確保・育成推進事業	農林部	佐藤尚志	農業振興普及課	担い手・経営班	0184-22-8354	<p>・由利本荘市・にかほ市、JA等と連携し、各種移住・定住イベント等を通じて多様なルートからの新規就農者の誘致活動等を行う。</p> <p>・畜産分野での新規就農者の誘導・定着に至るまでの総合的でシームレスな(切れ目のない)支援体制(ソフト面)の確立を図る。</p>	152,780	<p>○「由利地域移住・就農担当者会議」の開催(R2.5.28) 出席者:2市、県の農林部局、移住推進部局担当者11名</p> <p>○移住就農PR動画の作成 10分動画 1本</p> <p>○農業法人の求人・研修受入情報の整備支援 9法人</p> <p>○移住・就農イベントでの誘致活動 ①新・農業人フェア(リモート参加) R2.9.27、R3.2.7 東京 相談者 7名 ②就農FEST R2.8.1 仙台 相談者 12名</p> <p>○農業体験研修の実施 ①由利本荘市農業体験研修 参加者:3名 ②農業公社インターンシップ 研修 参加者:3名 受入法人:3カ所</p> <p>○畜産新規就農者研修先進事例検討会の開催(R2.7.6) 参加者:2市、JA担当者</p> <p>○雇用就農受入に向けた就業条件整備 対象:2法人</p>	県	<p>移住・就農希望者</p> <p>移住・就業受入農業者</p>	令和2年4月1日	<p>・由利本荘市で、神奈川県在住の2名を移住・就農希望者として受け入れ、令和3年度フロンティア研修(県農業試験場)に派遣することとなった。</p> <p>・兵庫県出身の新規学卒者1名が由利本荘市内の農業法人に雇用就農した。</p>	<p>・計3名の移住・就農実績が得られたことから、本事業で用いた手法は概ね妥当であったと考えられ、以下の事項に留意し継続する。</p> <p>・コロナ禍での地方回帰の流れを機会と捉え、引き続き当地区のPRに努める。</p> <p>・首都圏での移住・就農フェアについては、当面リモートでの就農相談で対応せざるを得ない。当地区ブースに着席してもらうには対面時に比べ、より強い動機づけが求められるため、誘引のための工夫が必要である。</p> <p>・受入法人の就業条件整備と就農後のフォローアップにより就農定着を図り、これを好例としさらなる移住・定住へとつなげる。</p>
											令和3年5月17日		

事業名	部名	部長名	担当課	担当班名	電話番号	事業目的・必要性	事業費(円)	事業実施状況	事業実施主体	事業対象者	事業決定月日(部局長会議等)及び評価確定日	事業効果(成果・満足度)	自己評価
建設業界の担い手確保・育成PR事業	建設部	京谷仁美	企画・建設課	企画監理班	0184-22-5436	近年の建設投資の減少に伴い、由利地域の社会基盤を支えてきた地元建設企業が疲弊するとともに、就労環境の悪化等により、業界へのイメージが悪くなっている。こうしたことにより若年入職者が減少しているため、建設業のネガティブイメージを払拭するとともに、地元建設業の担い手を確保・育成し、地元定住促進に寄与する。	181,800	土木建設の役割や重要性を訴求することを目的とし、地元高校生向け現場見学会、出前講座を開催するとともに、測量技術研修会を実施。 測量技術研修会 R2.9.18 参加者 33名(西目高校)	県	未来の建設業の担い手	令和2年4月1日 令和3年5月17日	・高校生への現場見学会、出前講座等の実施により建設業が身近にあることを認識してもらえた。	・継続的なPRにより若年者の建設業界への興味関心、地元定住意識の高まりが期待される。建設業の担い手確保・育成に関する取組は、継続的に実施する必要があることから、今後も事業を継続する。
広域観光推進事業	総務企画部	畠山義人	地域企画課	企画・鳥海まるっと観光班	0184-22-5432	由利地域振興局・由利本荘市・にかほ市による機能合体組織「由利地域観光推進機構」において由利地域の広域的な観光の推進と交流人口の拡大による地域の活性化を図る。	1,799,636	○道の駅/バトル管内の道の駅等を周遊するグルメ企画を実施。 開催期間：R2.10.1～11.3 提供食数：2,032食 ○「鳥海高原花立で遊ぼう2020」への助成 鳥海高原での体験型観光メニュー確立に向けた支援。 開催日：R2.8.23 参加者：100名 ○旅行エージェント対策事業(観光キャラバン) 東北及び新潟、首都圏の旅行エージェントへの訪問営業活動を実施。 8月～3月 113社 ○メディア活用PR 情報誌等を活用し、管内観光PR情報を発信。 掲載誌：月刊いいがた4月号 ○観光パンフ外国語版作成 インバウンド対策のため、既存観光パンフの外国語版を作成。 英語版：100部 簡体字中国語版：50部	由利地域観光推進機構(県・由利本荘市・にかほ市)、県	観光客、観光事業者	令和2年4月1日 令和3年5月17日	○道の駅/バトル提供食数：前年度比82.7% 参加者からは、次年度の開催を望む声が多く寄せられた。 ○鳥海高原花立で遊ぼう2020 予定参加人数をクリアし、コロナ禍において、屋外の体験型イベントへのニーズが高いことが確認できた。 ○旅行エージェント対策事業 宿泊施設・観光施設への県外からの誘客者数は対前年比31.7%となっており、コロナ禍の影響により大きく落ち込んだ結果となった。 ○メディア活用PR 日治道延伸に向け、新潟県からの誘客促進を図る目的で情報発信を行った。 ○観光パンフ外国語版作成 台湾・中国等からの旅行者に向けた情報発信力の強化を図ることができた。	・道の駅/バトルはテーマを変えながらも5年連続で実施しており、当管内の定番イベントとして定着してきているが、複数施設を巡っての投票割合が低く、周遊促進に向けた工夫が必要。 ・鳥海高原でのイベントについては、実施主体の組織体制がまだ弱く、継続性確保の観点からも、助言・支援が必要。 ・コロナ禍の収束が見通せない中、個人旅行に対するニーズが高まっていることから、当管内における個人向け旅行商品造成に向けたエージェントへのPRを強化していく必要がある。

事業名	部名	部長名	担当課	担当班名	電話番号	事業目的・必要性	事業費(円)	事業実施状況	事業実施主体	事業対象者	事業決定月日(部局長会議等)及び評価確定日	事業効果(成果・満足度)	自己評価
環島海広域観光推進事業	総務企画部	畠山義人	地域企画課	企画・島海まるっと観光班	0184-22-5432	秋田県由利地域振興局と山形県庄内総合支庁が連携し、環島海地域(由利本荘市、にかほ市、酒田市、遊佐町)のスケールメリットを活かした観光振興施策を展開する。	1,208,720	<p>○まるっと島海わくわくキャンペーン2020 環島海地域の主要観光施設を巡るスタンプラリーを実施。 開催期間: R2.8.1~10.31 応募総数: 632人</p> <p>○鳥海山山岳マップ作成 鳥海山登山を切り口とした誘客拡大に向けた情報発信。 発行部数: 27,000部</p> <p>○インスタグラム投稿キャンペーン 開催期間: R2.9.1~12.31 投稿数: 488件</p> <p>○ドライブガイド動画作成 「まるっと島海ドライブガイド厳選7コース」の各コースを動画化し、PRを実施。</p>	環島海地域連携事業実行委員会(由利地域振興局・庄内総合支庁)、県	観光客、観光事業者	<p>令和2年4月1日</p> <p>令和3年5月17日</p>	<p>○まるっと島海わくわくキャンペーン2020 コロナ禍のため、実施期間を例年より1ヶ月短縮したほか、参加施設も前年から6施設減での実施となった。 コロナ禍の影響が懸念されたが、応募数は対前年比86.5%であった。 応募者一人あたりの周遊施設数は12.6施設であり、広域的な周遊観光の促進に寄与したと考えられる。アンケートでも、「県境を越えての観光のきっかけとなった」という声があったほか、キャンペーンの実施を好意的に捉えている声が多かった。</p> <p>○インスタグラム投稿キャンペーン 投稿数は対前年比で270%と大幅に増加した。</p>	<p>・まるっと島海わくわくキャンペーンは、10年連続で実施しているイベントであり、参加者の約半数もリピーターである等、広域周遊コンテンツの一つとして認知されている。</p> <p>・コロナ禍による行動様式の変化により、個人でのネットを活用した観光情報入手・発信が増加傾向にあり、インスタグラム投稿数の増加やホームページアクセス数の大幅な増加に結びついているものと考えられる。今後は個人旅行者の獲得に向け、ICTを活用した情報発信を強化していく必要がある。</p> <p>・コロナ禍の影響により、山形県側では県境を越えた往来の自粛といった感染拡大防止策がとられたこともあり、今後の環島海地域での広域観光の進め方について、山形県側とこれまで以上に情報交換が必要と考えられる。</p>
由利地域卒煙支援事業	福祉環境部	相澤 寛	健康・予防課	健康・予防班	0184-22-4122	秋田県の20代の喫煙率は男性が全国2位、女性が4位と高く、その他の働き盛り世代の喫煙率も高い傾向にある。これらの世代は小さな子どもを持つ家庭も多く、受動喫煙対策を講じる上で、乳幼児がいる家庭の課題を明らかにし、関係機関と連携しながら、望まない受動喫煙を防ぐ取組を進める必要がある。	108,464	<p>○管内保育園・幼稚園・認定こども園に通園する子どもの受動喫煙の実態調査 ・実施時期 7月下旬~8月中旬 ・施設数 37施設 ・配布部数 2,313部 ・回収部数 1,894部 ・回収率 81.88%</p> <p>○受動喫煙防止に関する正しい知識の普及啓発の強化 ・上記調査結果を保育施設や関係機関に報告及びウェブサイト上へ掲載 ・保護者向けリーフレットの作成配布(37施設) ・「由利本荘・にかほ版 禁煙治療ガイド」作成配布(1,000部)</p>	県	管内保育施設、医療機関、歯科診療所、薬局、地域職域連携推進協議会関係団体	<p>令和2年4月1日</p> <p>令和3年5月17日</p>	<p>・実態調査は8割を超える回収率だった。</p> <p>・調査対象の約半数の家庭で喫煙者があり受動喫煙の環境にあること、県の受動喫煙防止条例の認知度は3割に満たないことなどがわかり、乳幼児を取り巻く受動喫煙の実態把握につながった。同時に、三次喫煙の周知を望む意見や、スーパーやコンビニ出入口付近の喫煙を疑問視する意見を把握することができた。</p> <p>・保護者向けリーフレットや禁煙治療ガイドの配布により、関係機関だけでなく、住民への受動喫煙対策の普及啓発につながった。</p>	<p>・高い回収率で信憑性の高いデータが得られた。</p> <p>・これらの結果から、管内関係機関団体と課題を共有する機会をもち、解決に向けた対策や、効果的な普及啓発の方法等の検討を進める必要がある。</p>