

# 県内商工会の地域貢献事業紹介

## 大館北秋商工会（県北地区）

事業名 「ゼロダテプロジェクト」との連携による「秋田DC」に向けたイベントの構築事業

### 1 事業の内容

アートで街おこしを行っているゼロダテと連携し、「秋田DC」に向けてイベントの事業構築することを目的に実施。

具体的な事業内容は、アート集団のゼロダテとタッグを組み、街おこしのツールとしての街歩きの参加者を募集し、街歩きをしてもらいます。街にあるアートや人々と交流して感じたものを写真で撮ってもらい、その時点での情報（画像を含む）をツイッターやフェイスブック等で情報発信します。写真をデータとしてもらい地域のアート展（写真展）を開催しその情報を発信します。写真データをマップ等に入れて、どこにあるのか、どこにその人がいるのかを示し、また来ていただくことで交流人口の増加を図ります。

### 2 事業の効果

これからの展開がキーとはなりますが、情報発信のツールとしてこのようなイベントを開催することで交流人口が増加し地域を活性化していくものと考えます。今までの事業は、自分たちの視点で事業展開していたようなものが多かったが、外部の力を借りることで新たな地域の魅力を発見でき、地域の方々との交流はおもてなしの心の醸成につながるものと考えます。数値的な視点で事業を行うことが必要な時代ではありますが、それだけではない地域の雰囲気や伝え、人と交流できるように事業を実施していきたいと考えます。



## 潟上市商工会（中央地区）

事業名 潟上ツーリズム

### 1 事業の内容

潟上市の観光は、県都秋田市や男鹿半島への〔通過型観光〕という実情にあります。

その一方、「グリーンランド」「ブルーメッセ」「ブルーホール」のそれぞれに特徴ある観光3拠点（通称「1G2B」）を有していることから、商工会ではこの市内観光3拠点を“潟上観光の玄関口”と位置づけ、これら施設の魅力を徹底的にアピールし市外からの誘客を促進するとともに、3拠点間を巡る仕掛けづくりを行なうことで市街地（街なか）への交流人口を創出する〔滞留型観光〕を目指し以下の事業に取り組んでいます。

- (1) **スタンプラリー** … 3拠点ならではの旬をコンセプトとした「スタンプラリー」を実施中です。併せて潟上の旬な情報をふんだんに発信することで市全域での楽しみを演出し、来訪者はラリーへの参加を契機として市街地（街なか）へ回遊する仕掛けづくりを行っています。
- (2) **モニターツアー** … “3拠点の魅力”と“潟上の旬”をバックにした「モニターツアー」を企画し、それぞれが持つ魅力の検証を通じて、潟上での〔滞留型観光〕に必要なコンテンツ収集を行っています。定員の10倍を超す申し込みがありました！
- (3) **おもてなしの心醸成（C1）事業** … “おもてなしマーク”をデザインし、3拠点スタッフ全員が身につけることで「おもてなし」への取り組みを外向けにアピールするほか、従業員への意識付けによりおもてなし品質の向上に取り組んでいます。

### 2 事業の効果

本事業では点から線へ、そして面へと進化する取り組みで「2年間で“誘客数を110%にする”を目標にしており、特に初年度誘客数目標を3,000名としています。



◀スタンプラリー第一弾  
「秋の彩りキャンペーン」



◀おもてなし  
マークデザイン

## 美郷町商工会（県南地区）

事業名 地域賑わい創出支援事業「みんな大好き 美郷ちゃん祭」

### 1 事業の内容

長引く景気低迷に加えて、昨年の東日本大震災により厳しい経済状況で推移してきています。町内業者もその影響を受け、更に中心商店街は求心力が薄れて活気に欠け交流人口も見込めないような状況におちいています。そこで、元気のある地域づくりのため、行政機関である美郷町が推進する地販地消・地産外消を中心に美郷の地域資源を最大限に活用して美郷町内業者及びFOODPROあきたに所属する会員、また、近隣の新ご当地グルメが一体となって「物産・食・観光の祭典」を催し、町外へ「美郷町」を広くPRすると共に美郷町内への交流人口の増加と地域活性化を図ることを目的に開催しました。

### 2 事業の効果

当日は大変な猛暑にもかかわらず、町内及びFOODPROあきた会員16業者の出展のもと町内外から3,000人の来場者があり盛況に開催されました。

アクセス面や駐車場などの課題もありましたが、町中心部での開催により中心商店街の認知や集客など活性化に一役かったものと思われます。また観光協会や産直グループ「美郷マルシェ」などとの共催ができたことは今後「地販地消・地産外消」及び「美郷町」をPRするための事業協力の基盤づくりの一歩ともなりました。

