

# 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 第2回「たしろ商工祭り2013」

### 1 事業の内容

年々寂れて行く「たしろ」を何とかしようと有志が集い10月19日・20日、国道7号線沿い「レストラン 鳳・たけのこ館前特設会場」にて開催しました。当日は第1回目の昨年大好評を博した巨大鍋で煮込んだ「絶品たしろのキノコ汁」を用意し1杯300円で販売。昨年は具材の関係で早めに売り切れたため今年には有志が山で採った大量のキノコも併せて多めに準備して対応しました。

2日間とも午前11時と午後1時からの販売でしたが販売開始直後から来場者たちが列を作り、両日で1,060杯を完売しました。さらに、この商工祭りのために休耕畑を借りて心をこめて栽培した「朝採り新鮮野菜」を安価で販売しました。また、たしろのご当地スイーツ「プリンポッシュ」も限定販売され、お客が列をなして買い求め、訪れた人たちは「たしろの味」を満喫していました。

当初運営スタッフ不足が懸念されたため、子供ハローワークに協力を依頼したところ地元田代中学生より15名の申し込みが有り、いろいろお手伝いいただきながら無事盛会裏に終了することが出来ました。

### 2 事業の効果

今回は第2回目の開催で出店事業所は計20と昨年より3事業所が増加しました。地元「たしろ」にしか無い商品の出展も有ったことにより地域商品のPRができました。また、昨年以上の来場者が有り、賑わい作りにも貢献できたものと思っております。併せて、多くの方に「たしろの魅力」をPRできたものと思っております。

また、運営スタッフとしてお手伝いいただいた田代中学生にとっては貴重な社会勉強になったことと思います。



## 潟上市商工会(中央地区)

事業名 プロモーション大作戦! 潟上3マイル☆プロジェクト

### 1 事業の内容

「商い」の力により自社・顧客・地域の3つをつなげ、自社の売上アップと潟上市の魅力を高めることを目的とした『潟上3マイル☆プロジェクト』。2年目の今年は、人材育成セミナーの中で出店イベントやスタンプラリーなど、企業連携を活かした新しい取組みにチャレンジしました。また、当市の魅力をより多くの方に知っていただき、交流人口の拡大を目指す“潟上ツーリズム”を同時進行しております。当市ならではの体験できるこのツーリズムでは、10月の旬を堪能できるモニターツアーを2回実施しました。今回は一般応募だけではなく、旅行エージェントにも参加していただき、旅行商品としての市場投入などを検討しました。

◇テーマ: 潟上通(つう)いな秋美人になろう!

◇対象: 秋田市在住コース

◇コース: ①かほり梨PR・梨狩り体験(果夢園) → ②北限のフグ御膳(戸田苑) → ③太平山蔵見学・ブルーホール鑑賞 → ④果物たっぷりタルト・カフェ(パティスリー・パルテール)

### 2 事業の効果

2コース定員各20名に対し190名を超過応募があり、参加者の90%が「大変満足である」と答え、潟上市にこんな良い所があるとは知らなかった、ぜひまた訪れたいなどと期待値を超える満足度が伺えました。旅行エージェントからは個人旅行向けにいい素材であり、ストーリー性を盛り込み誘引効果を高めると良いなどと専門的な指導を受けました。

26年度は商工会と旅行エージェントがタイアップし、初のツアー化に取組むことで進めています。これからも地域企業の魅力を高め、創出していくことで地域振興へと波及させていきます。



人気の梨狩り体験(ファーム・イン果夢園)



絶品の北限のふぐ(トラフグ)づくし御膳(戸田苑)

## 美郷町商工会(県南地区)

事業名 後三年合戦文化活用特産品開発事業

### 1 事業の内容

美郷町・横手市を舞台として繰り広げられた後三年合戦について、その文化を地域経済の振興に寄与させることを目的として、美郷町と横手市は、平成24年4月、「後三年合戦文化に関わる交流連携協定書」を取り交わしました。

これを受け、商工会では、商業部会が中心となって後三年合戦文化を活用した特産品開発に取り組むこととなり、合戦絵巻を利用したタオルの作成に着手しました。

平成24年8月、「後三年合戦絵詞」の一部画像について、所有する横手市教育委員会から図版等借用・掲載許可を取得し、試作を重ねて平成25年10月に完成しました。タオルに使用する場面は絵詞の中でも一番有名な「雁行の乱れ」を採用しました。

このタオルを販売するにあたり、開発に中心的に携わった商業部会のメンバーで「後三年合戦文化振興会」を新たに立ち上げ、加盟店を募集するとともに、今後も新たな商品の開発に取り組むこととしています。

### 2 事業の効果

12月12日より、町内3温泉施設や道の駅をはじめとする会員企業11社で販売を開始、年末に秋田魁新報に掲載されたこともあり、1ヶ月で70本が販売されております。

これまで、美郷町の土産品といえば、日本酒や農産物、お菓子といった食品が中心であったことから、非食品の土産品として注目され、今後は交流連携都市である東京都大田区への販路開拓等、行政と連携して定着をすすめて、後三年合戦文化を広く周知させることで、美郷町への誘客が図れればと考えております。

