

産業建設常任委員会調査報告書

1 調査事件

食を生かした誘客事業についての検証（平成 29 年 6 月定例会で報告）

2 調査目的

平成 29 年 6 月定例会報告書において、庄内町の米、ラーメンなど食に関して地域活性化、誘客拡大に繋げるための提言が出されている。その後の町の対応等や経緯について検証することとした。

3 調査経過

令和 4 年 3 月 7 日（会期中）商工観光課、農林課より聞き取り
令和 4 年 3 月 29 日
令和 4 年 4 月 13 日
令和 4 年 4 月 20 日
令和 4 年 4 月 27 日
令和 4 年 5 月 17 日

4 検証結果

(1) ブランド化について

[前回の意見]

ア 亀の尾発祥の地としての優位性を生かし「あなたが選ぶ日本一おいしい米コンテスト」の内容を見直して、庄内町産の知名度の向上を図るべきである。また、ふるさと納税の返礼品で人気の高い米は、すべて庄内町産で賄うべきである。

イ 庄内町のブランドを特定するために、南陽市や秋田県横手市のようにアンケート調査をすべきである。また、結果をもとに、全町的な広がりを見せるような施策に取り組むべきである。

ウ 食を生かした誘客を目的とした担当係を設置し、情報の一元化を図り先進地などで情報収集すべきである。収集した情報を生かし、専門家を招聘し、庄内町のブランドを生かした誘客事業を展開すべきである。

[検証の結果]

ア 「あなたが選ぶ日本一おいしい米コンテスト」については、応募件数が多く知名度が高まっている。返礼品の米を庄内町産で賄うことについて、全量町内産を確保することが難しいので、全国農業共同組合連合会から仕入れている。

また、同連合会からは注文に応じて仕入れることができるので、返礼品の取り扱いを行っている（株）イクゼあまるめは在庫を抱えることはない。

イ 町の地域資源が豊富であるがゆえにブランドを特定することが難しいこともあり、この間、アンケート調査は実施していないが、「地域の稼ぐ力」の創出を図るために、令和 4 年度から専門家のノウハウを活用して地域資源を活用した地域商品のブランド化事業に取り組む予定となっている。

ウ 商品開発（加工特産品）及び食に関しては新産業創造係が担当している。また、食や飲食のPRについては観光物産係が担当し、商工会等も連携して誘客事業を展開しており、情報の一元化を図っている。

また、専門家招聘については、商品開発において令和2年度に「売れる商品づくり」としてセミナーを開催し、実践者のテーマ、コンセプトを深掘りした商品開発に取り組み、販売増や誘客につなげている。

(2) 情報発信について

[前回の意見]

ア 町でフェイスブックやメールマガジンで情報発信しているが、フォロワー※5、読者が少ないので、職員からも協力を得て、町民も積極的に情報の拡散が出来るよう努めるべきである。

※5 フォロワー 一定の投稿を閲覧している人。

イ 地元誌への情報提供やたべぶらパスポート事業は、誘客に非常に効果がある。財政的理由で事業縮小にならないように、支援を拡大すべきである。

ウ 町が設置した観光施設においては、連携した情報発信を行い、相乗効果を図るべきである。各施設の特徴を生かしたイベント開催では、連携して誘客に努めるべきである

[検証の結果]

ア 令和4年1月末現在の観光ホームページアクセス件数は101,107件で、Facebook いいね数は7,368件、Instagram いいね数も21,000件あるなど、情報発信に努めているが、引き続きの努力が必要である。

イ 事業費については、町補助金以外に商工会関連の国補助金も活用して実施している。令和元年度にアプリ化したことにより、印刷費等に係る経費は減額になっており、総事業費は減少している。10年経過したことで補助金に頼らない自主自立的な運営を目指すこととしている。

ウ 観光事業を行うにあたり、商工業者と連携し地域にお金が落ちる仕組みづくりの事業展開を行っている。