



第4次横手市観光振興計画（素案）

令和8年 月

目 次

目次	1
第1章 策定の趣旨	
1. 計画策定の目的	2
2. 計画の期間	2
3. 計画の目標値（KPI）	3
4. 計画の位置づけ	3
第2章 観光の現状と課題	
1. 当市の観光の現状	4
2. 当市の観光の課題	14
第3章 基本的な方針	
1. 基本理念	16
2. 目指す将来の姿	16
3. 基本目標と基本方針	17
第4章 施策の展開	
1. 魅力ある観光資源の活用	18
2. 観光誘客の取り組みの強化	18
3. 効果的な情報発信の推進	20
4. 地域資源を活用した産業振興	20
5. DMO を核とした稼ぐ観光の推進	21
6. 観光施設の適正な管理	22
第5章 計画の推進について	
1. 推進体制	23
2. 進捗管理	23
第6章 第4次観光振興計画策定 横手市観光戦略構想会議名簿	24

第1章 策定の趣旨

1. 計画策定の目的

横手市観光振興計画(以下、「計画」という)は、2021(令和3)年度から2025(令和7)年度までの5年間を第3次計画として進めてきました。第3次計画の策定作業時は、新型コロナウイルスの感染拡大により経済活動が大きく衰退し、観光業界が大打撃を受ける中、5年間の展望を思うように描けないながらも反転攻勢を目指した計画として策定しました。

5年前と比較すると、外国人来訪者や観光満足度等、観光を取り巻く環境の大きな変化とともに、旅行者の価値観や需要についても驚異的なスピードで多様な変化が起こっています。

市内においては、人口減少による地域内消費の減少や全国チェーン店との競争激化などを背景に地域住民の消費に頼ってきた市内事業所の数や従業者数、年間販売額は減少傾向にあります。このため当市の経済・産業を活性化させるためには、地域外からの「外貨獲得」が重要です。本計画は、横手市の産業全体における観光関連産業の位置づけを明確にし、産業としての役割に踏み込んだものとしています。

また、観光の役割として横手市の顔作りやイメージ創出があり、人口減少対策を始め他分野にも大きな影響を及ぼします。その源は、市民上げて地域愛を育むことにはかなりません。

市民が愛する当横手市を訪れる観光客が、当市の商業やサービス業に対して支出する循環構造をより強化することで、持続可能な「観光のまち横手」を作り上げるべく、観光に携わる市内事業者と市民、観光関係団体等と連携し、本計画を策定するものです。

2. 計画の期間

本計画の期間は、2026(令和8)年度から2030(令和12)年度までの5年間とします。(※第3次横手市総合計画 前期基本計画と同期)

3. 計画の目標値(KPI)

No	成果指標	現状値 (R6)	目標値 (R12)	データ取得調査
1	観光地点等入込客数	3,061,225 人	3,218,000 人	秋田県観光統計
2	市内宿泊施設宿泊者数	233,658 人	244,000 人	宿泊施設延べ人泊数調査
3	外国人宿泊者数	2,928 人	4,000 人	宿泊施設延べ人泊数調査(外国人)
4	観光消費額単価	38,714 円	50,000 円	観光満足度調査
5	観光満足度	81%	85%	観光満足度調査
6	リピーター率	71%	75%	観光満足度調査

※社会情勢等により、現状値と目標値に大きな乖離が生じた際は、目標値の見直しを行います。

4. 計画の位置づけ

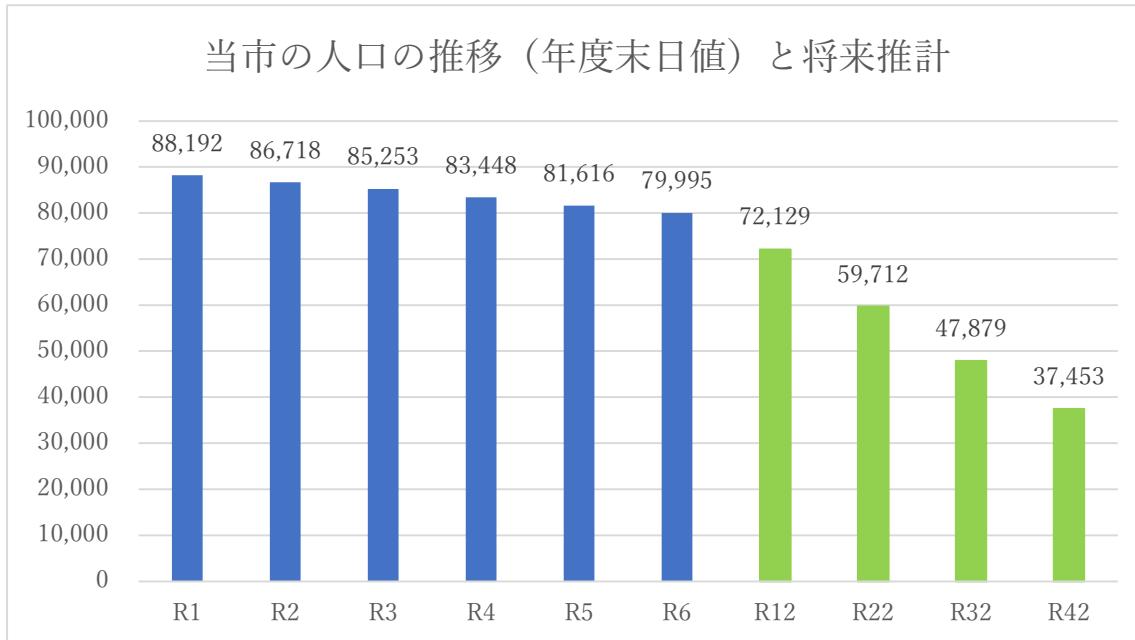
本計画は、市の行政運営の指針である「第 3 次横手市総合計画」に基づき、本市の観光・物産振興における基本方針となる計画として、具体的な施策を実践していく行動計画となります。

なお、「観光立国推進基本計画」や、次期秋田県観光振興計画など国・県の観光施策などを踏まえ、必要な場合は見直しを行っていきます。

第2章 観光の現状と課題

1. 当市の観光の現状

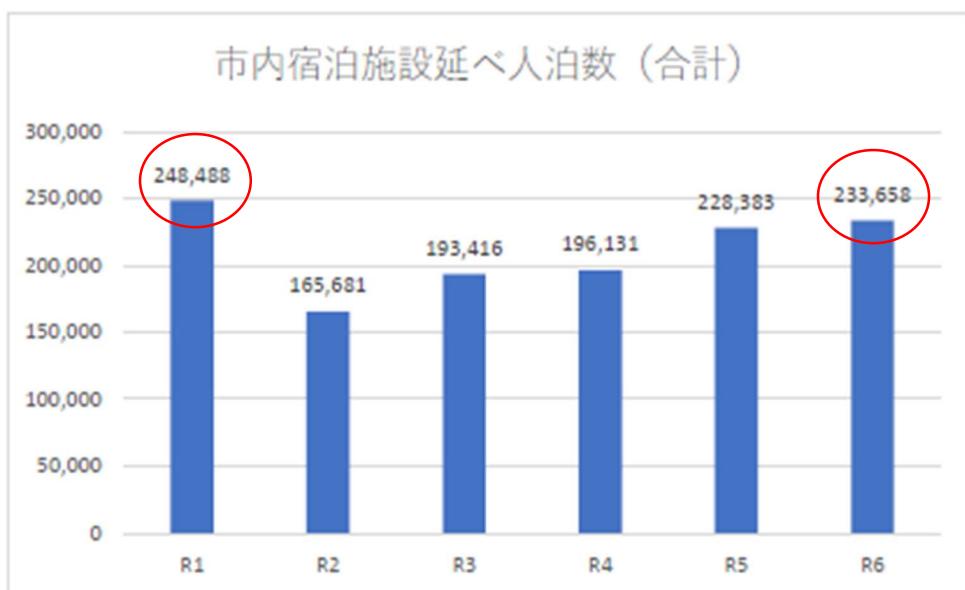
①当市の人口の推移



(出典)令和 12 年以降 国立社会保障・人口問題研究所 日本の地域別将来推計人口(R5.12.12 公表)

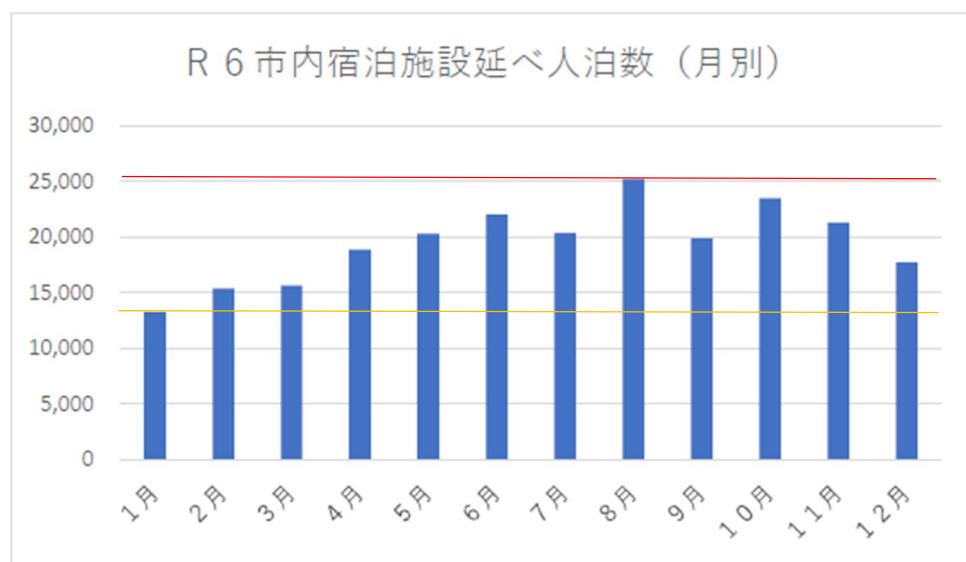
当市の人口は、令和元年以降、毎年約 2,000 人の減少が進んでいます。国立社会保障・人口問題研究所の令和 7 年以降の推計によると、今後人口は急速に減少し続け、令和 42 年には 37,453 人となり、令和 6 年の半数以下になると推計されています。

②宿泊者数の推移



(出典)宿泊施設延べ人泊数調査 横手市独自調査

市内宿泊施設を利用した宿泊者数は、令和2年の新型コロナウイルス感染拡大による落ち込みから、確実な回復傾向を見せていくが、コロナ禍前までは戻っていない状況です。コロナ禍以降には、旅行形態の変容やニーズの多様化に伴い、各宿泊施設において、お客様満足度向上に向けた客室形態の変更などの改修が行われています。



(出典)宿泊施設延べ人泊数調査 横手市独自調査

令和6年における宿泊者数を月別に見ると、8月及び10月の宿泊者数が多いことが顕著であり、送り盆まつりを含め夏休みの観光客、帰省客と紅葉シーズンの観光客の宿泊が多いと考えられます。

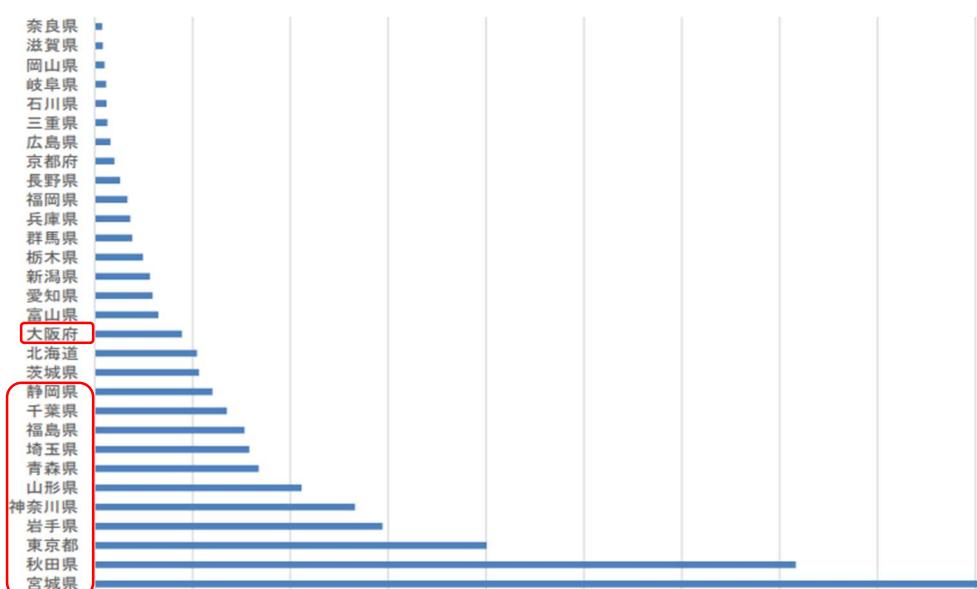
一方で、1月から3月の冬季間の宿泊者数は一気に落ち込み、8月と比較するとおよそ半分にとどまっています。

冬季間の宿泊者数拡大とともに、年間を通した宿泊者数の平準化と底上げを図っていくことが課題となっています。

宿泊者の属性(居住地・宿泊数・人数・同行者・年代・性別)

(出典)秋田県観光 DMP 宿泊者動向・旅行者動向

宿泊者居住地



観光客の居住地上位 30 の都道府県をグラフ化したものです。東北・関東圏からの来訪が上位を占め、圧倒的に東北圏内からが多い状況にあります。さらには、秋田県内からの来訪が多く、県内需要が高いことがわかります。

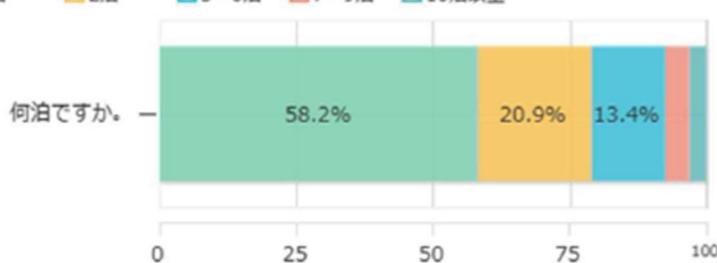
また、大阪府からの来訪も上位であることから、これまでの当市の関西誘客事業に一定の成果が表れているものと思われます。

【性年代比率】



【宿泊数】

■ 1泊 ■ 2泊 ■ 3~6泊 ■ 7~9泊 ■ 10泊以上



【人数】

■ 1人 ■ 2人 ■ 3~5人 ■ 6~9人 ■ 10人以上

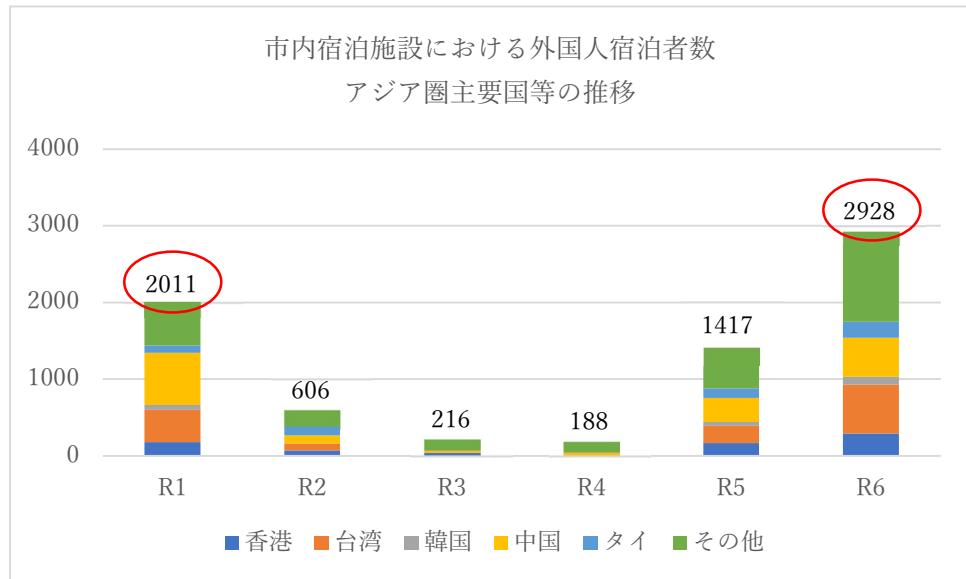


【同行者】

■ 友人・知人 ■ 団体(職場・学校など) ■ 家族(大人のみ) ■ 家族(子連れ)



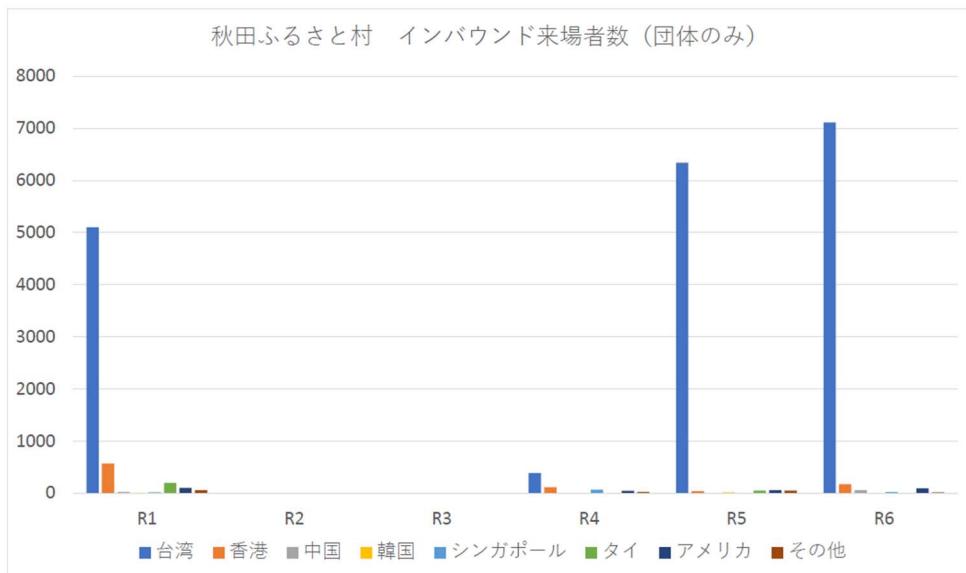
来訪者の年代は、60 歳代が最も多く、70 歳代、50 歳代と続いて多くなっています。人数と同行者については、大人の家族 2 人による旅行者が多くなっており、50 歳代から 70 歳代の夫婦(カップル)が当市の中心的な観光客層と言えます。経済的に余裕のある世代であることから、観光消費額の拡大の可能性が高いと考えられます。



(出典)宿泊施設延べ人泊数調査 横手市独自調査

外国人の宿泊者数は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響が大きく、令和2年から4年には大きく落ち込みましたが、第5類感染症になった令和5年からは一気に増加しV字回復が成され、令和6年にはコロナ禍前を上回り、調査開始以来最高の宿泊者数となっています。

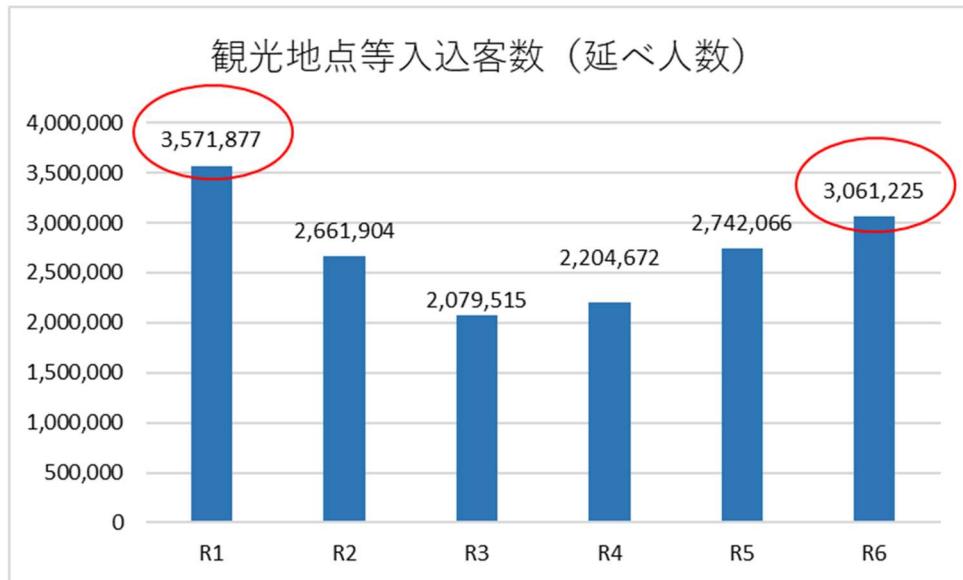
国別には、アジア圏の主要国の中でも特に香港・台湾・タイが増えており、その他としてカウントしている中では、アメリカやフランス、オーストラリアの欧米豪の地域からも大きく増加傾向にあります。市内宿泊施設の客室形態からも団体客のニーズが低いため、個人客及び少グループの誘客を高める取り組みが課題と言えます。



秋田ふるさと村への外国人の団体ツアー来場者数は、宿泊者数同様の変動を示しており、圧倒的に台湾からの来場者が多い状況にあります。

これは、東北各地への直行便とともに、秋田空港の台湾チャーター便の就航により、台湾との往来が容易になったことが要因と言えます。

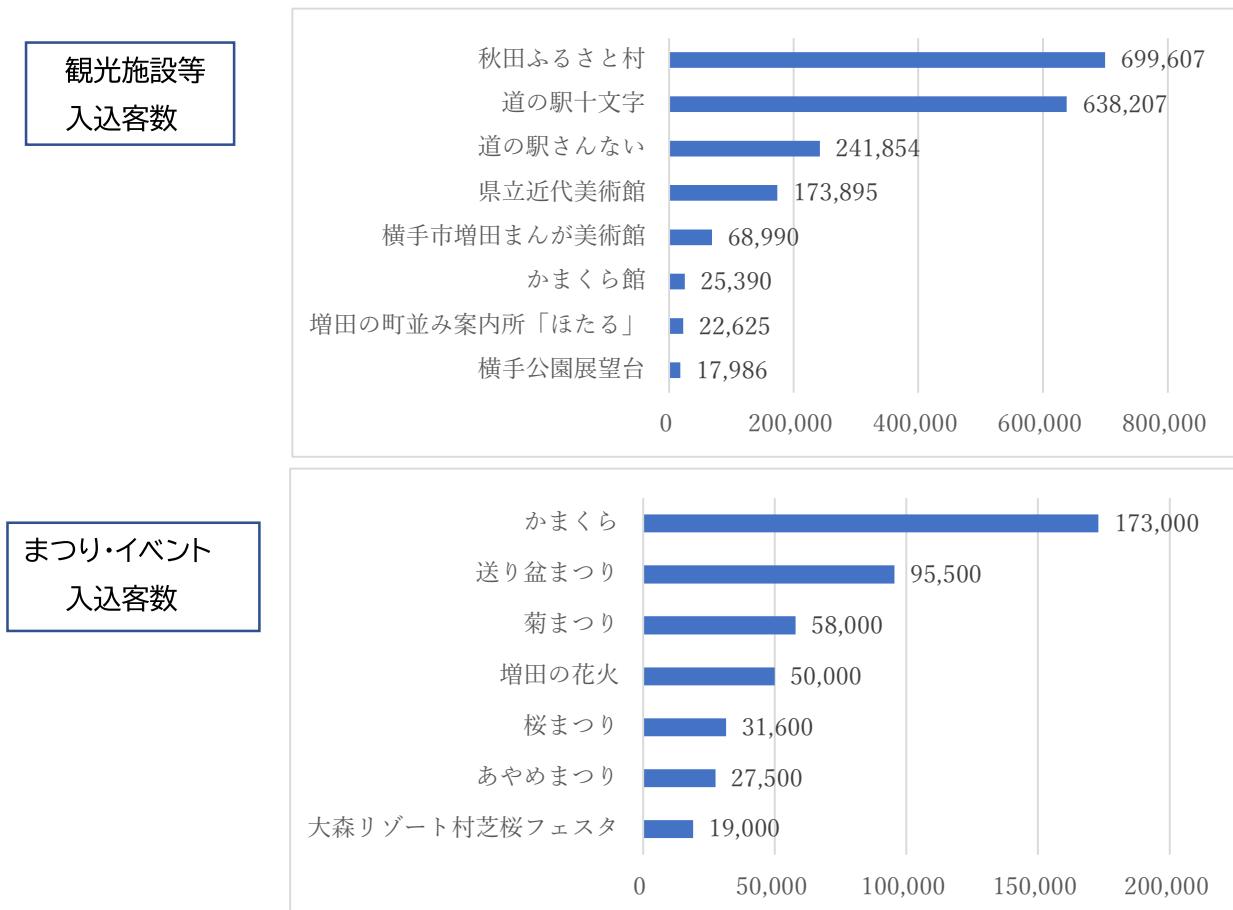
③観光入込客数の推移



(出典)令和6年秋田県観光統計

観光地点等入込客数は、市内の観光施設の入込客数とまつり等の観光行事の入込客数を合算した数字です。入込客数が多い観光施設は、秋田ふるさと村、道の駅十文字、道の駅さんない、県立近代美術館、増田まんが美術館などとなっています。また、祭り等の観光行事では、かまくらや送り盆まつり、菊まつり、増田の花火、桜まつりなどの集客が多くなっています。

令和6年の近代美術館入込客数は173,895人と前年度の3.7倍となっており、近代美術館で開催された「ジブリ展」の集客力が大きく影響したものと考えられます。



④観光消費額・観光満足度・リピーター率

項目	R 2	R 3	R 4	R 5	R 6
観光消費額	¥27,211	¥26,226	¥35,530	¥37,630	¥38,714
観光満足度	70.8%	76%	72%	79.2%	81.0%
リピーター率	72%	85%	72%	75%	71%

(出典)令和 6 年度 横手市観光満足度調査

[観光消費額単価](観光入込客 1 人の 1 回の旅行における横手市内の観光消費額)

コロナ禍以降の令和 4 年からは、物価上昇による自然増も要因として考えられますが、年々増加しています。更なる観光消費を促すためには、土産品の購入費や飲食費などを増やす取り組みや付加価値を付けた高単価な商品の開発などが求められます。

[観光満足度](観光地点や横手市に対する「満足度」)

高い水準を維持しながら、令和 6 年には 80%を超えてきました。調査では、満足度の要因として、旅を通じてリラックスできたことや、自然景観、グルメに対する満足度が高いことがあげられており、これらが当市の強みと言えます。

[リピーター率](過去に横手市を訪れた人が、再度横手市を訪れた割合)

リピーター率 70%は、全国的に非常に高い数値として位置付けられます。この 70%超えを令和 2 年から 6 年まで維持されており、再訪意欲を喚起させる観光を提供できていると推察されます。

⑤観光関連産業の状況

横手市の産業(大分類)別民営事業所数および従業者数

(単位:事業所、人)

	事業所数					従業者数				
	2016年	構成比	2021年	構成比	増減	2016年	構成比	2021年	構成比	増減
農林漁業	94	2.0	112	2.7	18	1,132	3.0	1,227	3.4	95
鉱業、採石業、砂利採取業	0	0.0	1	0.0	1	0	0.0	3	0.0	3
建設業	516	11.2	461	11.0	△ 55	3,321	8.9	3,108	8.5	△ 213
製造業	381	8.3	342	8.2	△ 39	8,165	21.9	7,846	21.5	△ 319
電気・ガス・熱供給・水道業	2	0.0	3	0.1	1	80	0.2	74	0.2	△ 6
情報通信業	22	0.5	24	0.6	2	122	0.3	125	0.3	3
運輸業、郵便業	100	2.2	90	2.1	△ 10	1,705	4.6	1,725	4.7	20
卸売業、小売業	1,325	28.8	1,133	27.0	△ 192	8,516	22.8	8,100	22.1	△ 416
金融業、保険業	71	1.5	62	1.5	△ 9	739	2.0	653	1.8	△ 86
不動産業、物品販賣業	100	2.2	108	2.6	8	361	1.0	402	1.1	41
学術研究、専門・技術サービス業	138	3.0	140	3.3	2	577	1.5	619	1.7	42
宿泊業、飲食サービス業	511	11.1	438	10.5	△ 73	2,753	7.4	2,406	6.6	△ 347
生活関連サービス業、娯楽業	592	12.8	522	12.5	△ 70	1,707	4.6	1,567	4.3	△ 140
教育、学習支援業	65	1.4	57	1.4	△ 8	243	0.7	342	0.9	99
医療、福祉	311	6.7	345	8.2	34	5,517	14.8	5,715	15.6	198
複合サービス事業	48	1.0	49	1.2	1	638	1.7	570	1.6	△ 68
サービス業(他に分類されないもの)	332	7.2	302	7.2	△ 30	1,792	4.8	2,091	5.7	299
◎ 観光関連産業合計	2,528	54.9	2,183	52.1	△ 345	14,681	39.3	13,798	37.7	△ 883
全産業	4,608	100.0	4,189	100.0	△ 419	37,368	100.0	36,573	100.0	△ 795

資料:総務省・経済産業省「経済センサス」

当市の産業のうち、観光に関連のある産業としては、「運輸業、郵便業」(電車、バス、タクシー等)、「卸売業、小売業」(土産品販売等)、「宿泊業、飲食サービス業」(旅館、ホテル、飲食店)、「生活関連サービス業、娯楽業」(リクリエーション施設等)があります。

2021年における上記4産業の合計をみると、当市の全産業に対する構成比が事業所数で52.1%、従業者数で37.7%を占めます。これらの4産業の中には、市内の住民や企業を対象とする卸売業やサービス業、一般貨物運送業など観光に直接関係のない産業も含まれるもの、観光になんらかの関連のある産業が当市の経済、産業において大きな部分を占めていることが分かります。

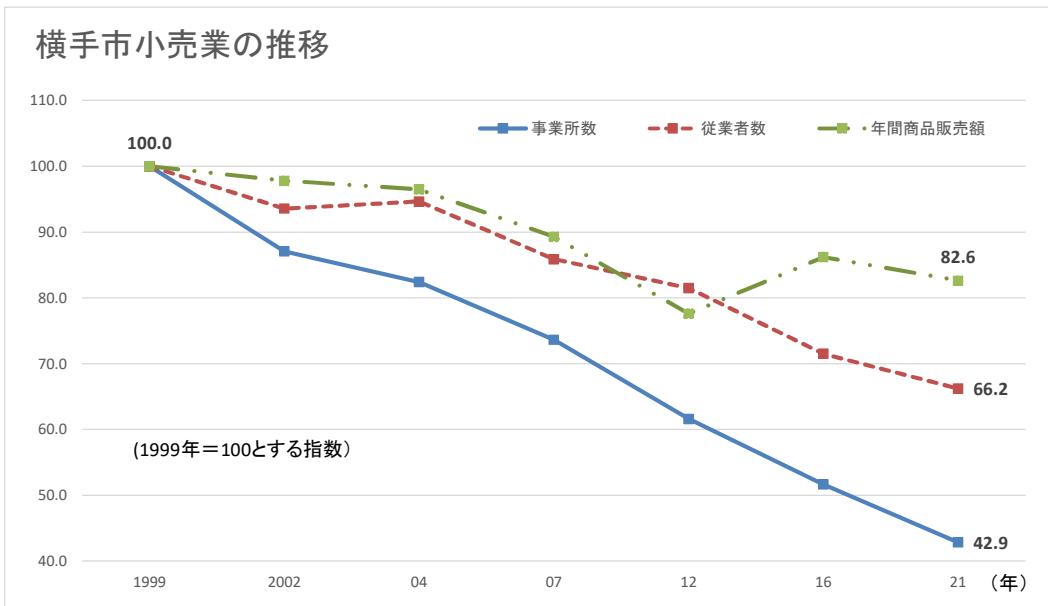
上記4産業合計の事業所数、従業者数の推移をみると、2021年の事業所数は2,183事業所であり、2016年と比べ345事業所(13.6%)減少しています。また、2021年の従業者数は13,798人であり、2016年と比べ883人(6.0%)減少しています。当市の全産業については、同期間において事業所数が9.1%減少、従業者数が2.1%減少しているのと比較すると、事業所数、従業者数とも観光関連産業の方が減少率が高くなっています。

以上のことから、観光の振興によりこれらの観光関連産業を活性化することができれば、当市の経済、産業にとって大きな効果をもたらす可能性が生まれるといえます。

横手市小売業の事業所数、従業者数、年間商品販売額の推移

	事業所数(事業所・%)			従業者数(人・%)			年間商品販売額(万円・%)		
	総数	増減数	増減率	実数	増減数	増減率	実数	増減額	増減率
1999年	1,911	△ 18	△ 0.9	8,245	747	10.0	12,695,652	△ 1,140,560	△ 8.2
2002年	1,664	△ 247	△ 12.9	7,716	△ 529	△ 6.4	12,418,446	△ 277,206	△ 2.2
2004年	1,575	△ 89	△ 5.3	7,804	88	1.1	12,248,640	△ 169,806	△ 1.4
2007年	1,407	△ 168	△ 10.7	7,082	△ 722	△ 9.3	11,337,187	△ 911,453	△ 7.4
2012年	1,177	△ 230	△ 16.3	6,719	△ 363	△ 5.1	9,851,500	△ 1,485,687	△ 13.1
2016年	987	△ 190	△ 16.1	5,896	△ 823	△ 12.2	10,944,600	1,093,100	11.1
2021年	819	△ 168	△ 17.0	5,460	△ 436	△ 7.4	10,492,100	△ 452,500	△ 4.1

資料:1999年～2007年は経済産業省「商業統計」、2012年以降は総務省・経済産業省「経済センサス」



資料:1999年～2007年は経済産業省「商業統計」、2012年以降は総務省・経済産業省「経済センサス」

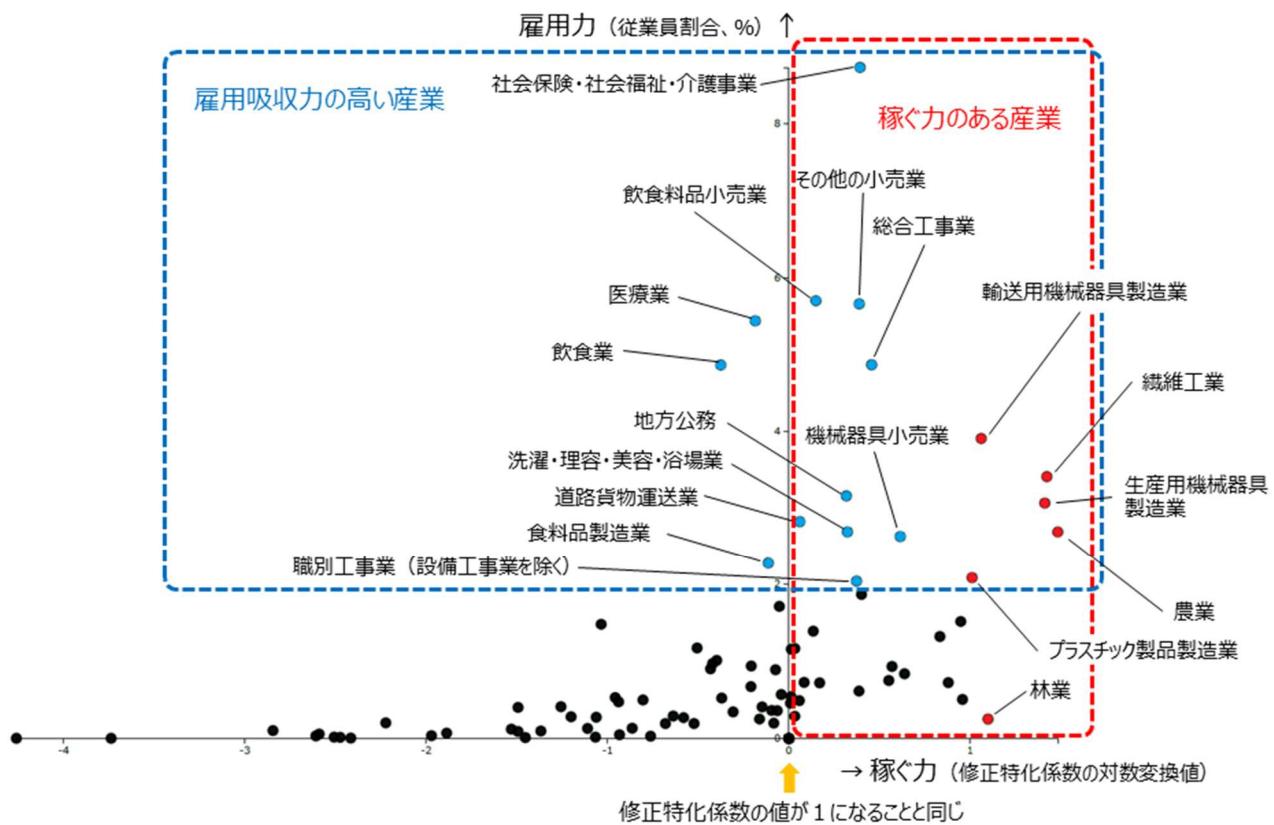
前述の観光関連産業のうち小売業の状況をみると、2021年の事業所数は819事業所で、2016年との比較では、168事業所(17.0%)減少しました。1999年を100とした指数では、2021年は42.9と半分以下に低下しています。

従業者数は5,460人で、2016年との比較では436人(7.4%)減少し、事業所数と同様に減少傾向を続けています。1999年を100とした指数では66.2に低下しました。

年間商品販売額(以下、「年間販売額」)は、1,049億円で、2016年との比較では、45億円(4.1%)減少しました。1999年を100とした指数では、82.6に低下しました。

このように、当市小売業の事業所数、従業者数、年間販売額は、人口減少による購買力低下や全国チェーン店の出店拡大による競争激化などを背景に、いずれも減少傾向で推移しています。小売業振興という課題を解決するためには、市外から購買力を呼び込むことが一つの手段となります。

「稼ぐ力」と「雇用力」のある産業(横手市・2016年)



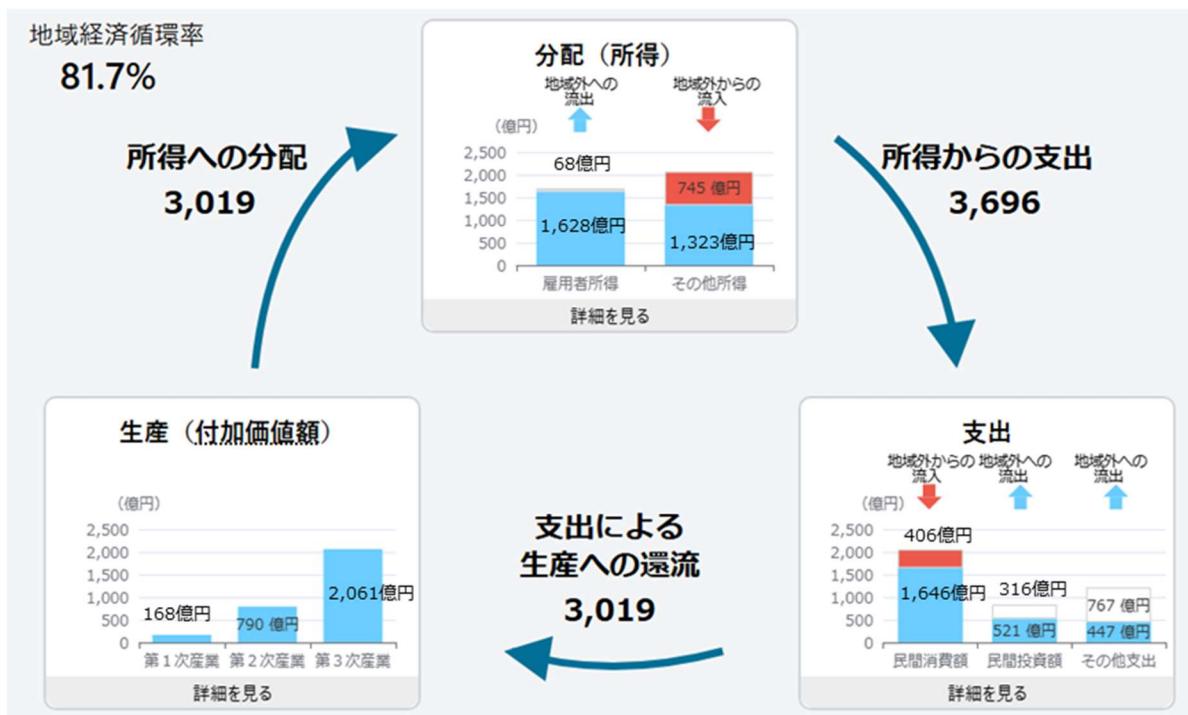
資料: 総務省「地域の産業・雇用創造チャート」

上の図で「稼ぐ力」がプラスの領域にある産業は、当市におけるその産業の集積度が全国水準より高いことを示しています。当市における「稼ぐ力」が強い産業は、「農業」および「繊維産業」、「生産用機械製造業」などの製造業であることが分かります。

また、「雇用力」が高い産業は、地域でより多くの従業員を雇用している産業です。当市において、「社会保険・社会福祉・介護事業」は突出して高い「雇用力」を有しており、「飲食料品小売業」、「他の小売業」、「医療業」、「総合工事業」、「飲食業」多くの従業員を雇用しています。これらの「雇用力」の高い産業は、商業、サービス業が多く、一般的に地域内を主要な市場として、地域でお金が循環する産業となっています。

観光との関連で考えると、「雇用力」の高い小売業、飲食業などの商業、サービス業が地域外からの支出を呼び込むことができれば、当市の経済・産業がさらに活性化すると考えられます。

地域経済循環図(横手市・2018年)

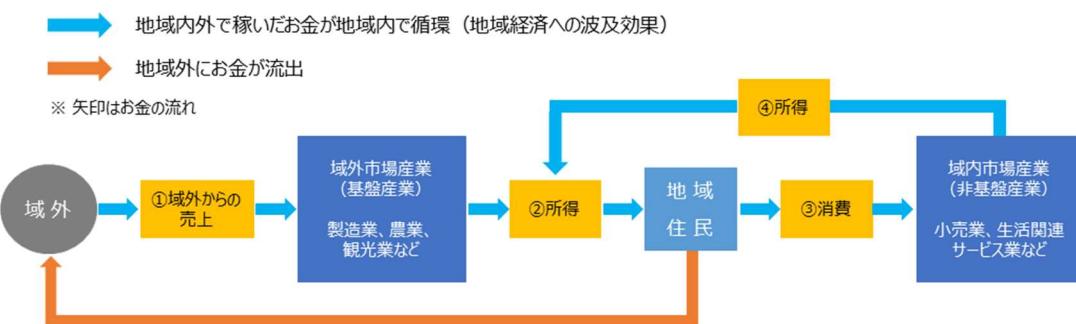


資料:RESAS「地域経済循環マップ・地域経済循環分析」

「地域経済循環図」では、「生産」、「分配」、「支出」の面から地域内にお金の流れを捉えることができます。「生産」の面で、当市は3,019億円の付加価値を生み出しています。「分配」の面は、生み出した付加価値額が「雇用者所得」や企業所得などの「その他所得」として配分されています。また、域外からの通勤者に雇用者所得68億円が流出し、域外から「その他所得」として745億円が流入しています。この結果、地域内における分配(所得)合計は3,696億円となっています。

「支出」の面では、「民間消費」として域内から1,646億円が支出されているほか、域外から406億円が流入し、商業、観光業の強みを示しています。一方、「民間投資」では域外に316億円が流出し、「その他支出」は767億円が流出しています。

地域経済の循環構造



地域の活性化につながる地域経済のあり方としては、地域内で稼いだ所得の多くが地域の住民、企業に配分され、それが地域内での消費や投資に支出される循環が成り立つことが重要です。さらに、産業の稼ぐ力を強め、地域外からのお金の流入を増やすことが必要です。観光との関連で考えると、当市を訪れる観光客が当市の商業、サービス業に対して支出するお金を増やすことにより、地域経済の循環構造をより望ましい形にすることができます。

2. 当市の観光の課題

①冬季の観光誘客と観光資源の磨き上げ

・宿泊者数において、繁忙期と閑散期に大きな差があり、冬季間の宿泊につながる誘客が課題となっています。雪まつり開催日は、市内宿泊施設が満室になりますが、その他の期間は利用が落ち込むため、冬季を通じて誘客できる観光コンテンツの造成、磨き上げが急務と言えます。

・現有する観光物産資源の磨き上げにより、冬季を含む年間を通して来訪意欲の喚起と来訪者の満足度向上を目指す必要があります。

②二次交通の充実及び観光消費額の向上

・空港や駅からの二次交通の不足は長年の課題です。バスやタクシーなどの稼働も年々少なくなる中、観光客の移動の利便性向上が喫緊の課題となっています。

・令和6年の外国人の宿泊者数は、コロナ禍前を超え過去最高となりました。令和5年12月に就航した台湾チャーター便も好調であり、今後更なる伸びが期待されます。雪国の文化や雪そのものに关心を持つ外国人が多いことから、冬季誘客を視野に入れたインバウンド誘客を強化するとともに、秋田県を含む広域連携による誘客の取り組みが必要です。

・祭りやイベント、観光施設、文化施設等の通過型観光では、観光客の消費行動が少ない点が課題です。市内観光情報の発信や体験型商品の充実をはじめ、二次交通を利用し市内を周遊させる工夫によりキャッシュポイントを増やし、観光消費額を高めるような施策も必要となります。

③外貨獲得による地域経済循環の活性化

・地域において「雇用力」が高い産業は、商業、サービス業が多く、一般的に地域内を主な市場として、地域でお金が循環する産業となっています。この商業、サービス業にさらに市外からの観光消費を呼び込むことができれば、地域経済の循環構造をより望ましい形にすることができ、当市の経済・産業を活性化させることができます。

・市外から観光で訪れた観光客が当市に対して良い印象を持つことは、当市のイメージ向上、さらには地域ブランドの確立にもつながります。このような当市の地域ブランド確立は、直接の観光消費にとどまらず当市において「稼ぐ力」の強い農業の販売額増加、競争力強化をもたらすことになり、間接的にも当市の産業振興にとって効果があります。

④地域の行事や文化の継続

・祭りやイベント、食を含む地域の伝統文化を支えてきた人々の高齢化、担い手不足が顕著になっており、開催規模の縮小や継続・継承が困難な事例が出てきています。これらのコンテンツは、地域の子どもたちにとっての「特別な日」という側面を有しており、単純に観光資源としての問題に留まりません。子どもたちが参画する機会の創出や外部人材の受け入れ等、多分野と協力・連携した継続策が急務となっています。

⑤観光による地域産業の振興

・当市の産業のうち、観光に関連のある「運輸業、郵便業」「卸売業、小売業」「宿泊業、飲食サービス業」「生活関連サービス業、娯楽業」の4産業を合計すると、2021年における当市の全産業に占める割合が、事業所数で52.1%、従業者数で37.7%と大きな割合となっています。一方で、2016年と比較した事業所数、従業者数の減少率は、全産業の平均より観光関連4産業の方が大きいということが課題と言えます。

・バス、タクシーなどの交通産業や土産品販売などの小売業、旅館、ホテル、飲食店などのサービス業において、市外からの観光消費を呼び込み売上高を増加させることが当市の産業振興の面からも課題となっています。

⑥新横手市立体育館との連携

・新横手市立体育館の完成により、各種スポーツ大会やコンベンション等、全国から多くのお客様を迎える機会が大幅に拡大します。一方で、市内の宿泊施設が限られていることから、周辺市町村の宿泊施設との連携体制を構築する等により新横手体育館がもたらす経済効果を最大限に引き出す必要があります。このためオール横手体制による戦略的な施策展開が重要となります。

第3章 基本的な方針

1. 基本理念

「観光で創る横手愛と経済の好循環」

2. 目指す将来の姿

地域資源を活用した観光の推進により、国内外観光客の満足度が向上し、市民の関心も高まっています。このことで横手愛が育まれ、更なる発信、誘客につながるという好循環が生まれています。

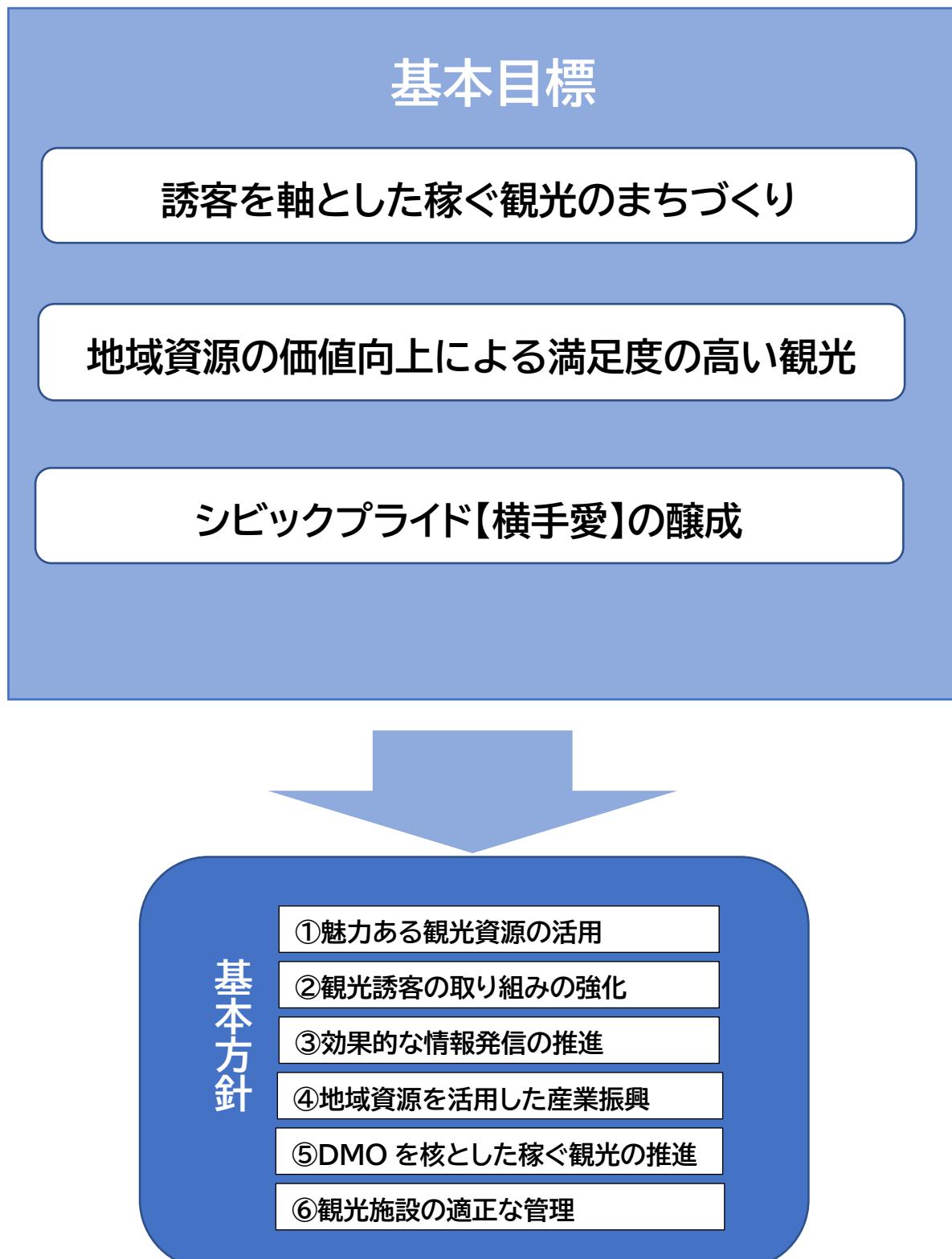
リピーターが増え観光消費が拡大するとともに、農商工が連携した「稼ぐ観光」施策を展開することで、外貨を獲得し、市内経済の活性化につながっています。

また、市民が取り組みの効果を実感し、その感動や魅力の発信者となることで「横手の魅力」の知名度が向上しています。

そのために、「観光」が雇用や市民生活につながる産業であり経済施策であることと、横手市のイメージを創るという重要な役割を併せ持つことを全市的に共有し、市民と協働で取り組んでいます。

3. 基本目標と基本方針

基本理念に基づき、3つの基本目標を設定し、6つの基本方針のもと施策を展開します



第4章 施策の展開

1. 魅力ある観光資源の活用【基本方針①】

①田園都市の多様な観光資源をいかすため、地域おこし協力隊などの外部人材の視点を取り入れた発掘、磨き上げに取り組みます。

・各地域の観光資源の整理・データベース化
・観光コンテンツとしての磨き上げによる魅力向上 (※観光コンテンツ:体験やプログラム、ツアーなど)
・地域の歴史文化を活用した観光コンテンツ・モデルコースの造成 (関連計画→横手市歴史文化遺産保存活用地域計画、横手市歴史的風致維持向上計画)
・豊かな自然や食文化等を活かした特色ある体験コンテンツの造成
・地域おこし協力隊が中心となった外部人材ブラッショアップチームの発足

②慣習や慣例等にとらわれることなく、文化の本質を再検討しながら、市民や観光客が参加しやすい持続可能なまつりやイベント作りに取り組みます。

・まつりやイベントなどの歴史やルーツの深掘り
・開催時期や曜日、運営体制など、時勢に合わせた変容に柔軟な対応
・外部人材が参加しやすい受入体制の整備

③横手市立体育館や市内観光施設への来訪者を、市内各地域へと回遊させ、滞在時間延長と観光消費額の拡大を図ります。

・来訪者(スポーツ選手や関係者、その他の来場者など)の時間遣いに合わせたモデルコースの造成
・お土産品の開発や市立体育館来場者用の宿泊特別プランの造成
・市立体育館でのスポーツ大会や各種コンベンションスケールに合わせた受入れ体制整備(近隣市町村の宿泊施設との連携)
・上記など総合的に企画・運営を行い、来訪者の市内行動と消費を最大化させるための組織づくり
・市立体育館への情報発信コーナーの設置

2. 観光誘客の取り組みの強化【基本方針②】

①かまくら体験をはじめ、冬季体験コンテンツの長期提供と差別化により、冬季の観光需要の底上げと平準化に取り組みます。

・冬季間は、いつでもかまくら体験ができる施設や会場の整備
・「貸切かまくら」を観光コンテンツとして誘客促進(主に団体)
・かまくらの新たな展開の創造(かまくらと〇〇のコラボなど)
・スノーパークや雪国体験を提供する民間団体の立ち上げと育成
・これまでなかったテーマに特化した冬季周遊ルートの造成(県南・全県・東北)

②国内外のターゲットを明確にして、近隣市町村との広域的連携を図った戦略的なプロモーションを行います。

・秋田県と足並みを揃えるとともに、当市独自の戦略的ターゲットの設定
・広域連携を図るための体制づくり
・訪日観光客(旅行会社)には、泊まる観光のみでなく、立ち寄り観光先としても選ばれる誘客プロモーションの実施

③ソフト・ハード両面における観光客の利便性向上により、満足度を高め、リピーターの獲得を目指します。

・横手デマンド交通や横手市循環バスの観光客利用促進のための周知徹底
・観光分野における DX の推進(生成 AI の活用など)
・車中泊の推進など、ニーズを捉えた道の駅等の整備
・飲食店における地元特産品の提供促進
・多言語や複雑かつ詳細な解説文及び画像紹介等への QR コードの活用
・観光業における人材確保のための W ワークや副業の推奨
・観光地としてのまちづくりの整備(看板・モニュメントを駅や IC に)

④「観光のまち横手」としての市民の誇りを醸成させ、ホスピタリティの高いまちとして発信します。

・地域の歴史、文化、自然などについて知る体験型の学習機会の創出
・市民に地域づくりの一体感を持たせる大規模ワークショップ等の開催
・参加型のまつり・イベントの開催や教育現場での活用により、子どもたちのシビックプライドの醸成
・市民が地域の魅力を再発見する自主企画事業の実施(PR 動画制作など)
・市民が総参加して市民が作り上げるイベントの開催

3. 効果的な情報発信の推進【基本方針③】

①SNS を活用して、ターゲットに合わせた訴求力のある情報発信を行います。

- ・ハッシュタグ(#)の統一などによる効果の最大化
- ・新規フォロワー獲得に向けたキャンペーン等の実施
- ・台湾応援人口と連携して、台湾人に響かせるための効果的なアプローチ
- ・市民に向けた情報発信も手厚く行い、地域消費の拡大と SNS 拡散促進

②市内観光情報を一元化するための体制整備を行い、観光客の情報収集の効率化を図るため、多角的な情報提供を推進します。

- ・宿泊施設、飲食店などの観光関連事業者との連携強化による、相互の一体的な情報発信
- ・ターゲットに合わせた情報媒体、ツールの活用
- ・V チューバ等を活用した魅力ある情報発信

③各種調査により、観光客の動向やニーズなどのデータ分析結果を観光事業者へ提供し、戦略的なプロモーションに活用します。

- ・目的に応じた調査を実施するため、必要なデータの整理・検討
- ・DMO と連携した秋田県観光 DMP の活用
(※観光 DMP: 観光に関連する様々なデータを一元管理し、地域が戦略的に活用するための「データマネジメントプラットフォーム」)
- ・産業分野における当市の観光産業規模の明確化

4. 地域資源を活用した産業振興【基本方針④】

①応援人口をターゲットとした、地域産品の販売促進・PR や誘客を進めます。

- ・「よこて fun 通信」会員拡大と紙面を活用した当市の魅力発信
- ・オンラインストアによる特産品の販売促進
- ・台湾をはじめとした誘客ターゲット国における応援人口ネットワークの構築

②魅力ある横手産品を国内外の企業等に効果的に結び付ける仕組みを構築します。

- ・横手応援拠店における横手産品の試食会や物産展の実施
- ・市内物産団体と連携し、誘致企業の社員食堂などへの利用の働きかけ

③ブランド価値向上のため、マーケットインの視点による横手産品のブラッシュアップを進めます。

・観光イベント等での物産展を通じた市場調査の強化
・新規物産展を開催、市場調査の対象の拡大
・発酵食品がもたらす健康効果を科学的根拠に基づいた周知の実施

④農商工が連携し、付加価値の高い商品・サービスを地域内外に展開し、持続可能な産業構造の構築を図ります。

・共通ビジョンの整備
・マーケティングと市場開拓

⑤ふるさと納税制度を活用し、魅力ある返礼品として、特産品をはじめ当市ならではの自然や文化の各種体験などを提供し、返礼品だけではなく、地域への関心・愛着が深まり、来訪及び再来訪を喚起させ、当市の観光振興及び地域の活性化を図ります。

・新米や果物の詰め合わせ+収穫体験ツアー造成
・農産加工品・工房見学・伝統工芸見学ツアー造成
・生産者など多様な関係者と寄付額拡大に向けた推進チームの発足

5. DMO を核とした稼ぐ観光の推進【基本方針⑤】

①データに基づいたターゲットとなる観光客層を分析し、ニーズに合った効果的なマーケティングや商品開発を市内事業者と連携し推進します。

・各種データ等の継続的な収集と分析を行い、これに基づいた戦略の策定
・ターゲットへの効果的なプロモーションの実施
・地域ブランディングを意識した商品開発

②市内を訪れた観光客が、市内で宿泊や飲食、買い物、体験などしてもらえるよう、地域資源を活用し、磨き上げ、多様な関係者と連携して、魅力的なプランやサービスの企画・提供を行います。

・地域資源を活用した新しい発想による各種プランの造成やサービスの提供
・観光案内所等を最大限に活用した情報発信による顧客利便性、満足度向上への貢献
・地域資源を活用した体験コンテンツの造成と各種商談会参加による誘客推進
・各種ツアー対応、特産品の販売促進、体験コンテンツ販売等、DMO の自律的・継続的運営に資する事業の推進

6. 観光施設等の適正な管理【基本方針⑥】

①観光施設等で観光客が安心で安全な観光ができるよう、関係者が連携して、その実現を目指します。

・近隣周辺での熊や動物などの出没により市民が安心できるよう、関係機関及び市が一体となり周辺地域のパトロールを実施。また安全安心を第一に市民が施設利用が出来るようより一層の情報周知強化を図る。

②観光施設等の予防修繕を実施し長寿命化を図るなど、施設・設備の適正な維持管理を実施し、施設の魅力アップに努めます。

・ふれあいセンター「かまくら館」	・横手公園展望台
・横手市増田まんが美術館	・雄物川民家苑木戸五郎兵衛村
・増田観光物産センター「蔵の駅」	・増田の町並み案内所「ほたる」
・横手駅東西交流施設	・鐘楼堂
・道の駅十文字	・道の駅さんない
・公園施設	

第5章 計画の推進について

1. 推進体制

人口減少による地域内消費の減少をカバーする策の一つとして、観光客が当市の観光産業に対して支出するお金を増やすことにより、地域経済の循環構造をより望ましい形にすることができます。また、横手市のイメージを高めていくことは、観光産業のみならず、市そのものの価値を高め、あらゆる分野に影響を及ぼします。

本計画は、実施主体である市が、国や県、他市町村、関係機関と連携し、市民とともに進め、その効果が実感できるよう各種施策を推進します。

2. 進捗管理

毎年PDCAサイクルの実施により、本計画を推進していきます。

また、施策及び取り組みの進捗状況や成果等について評価・検証を行うため、府内関係部署及び関係機関とローリングを行うと共に、観光戦略構想会議委員からの意見をいただき、必要に応じて、取り組み・アクションプランの見直しを行います。

第6章 第4次観光振興計画策定 横手市観光戦略構想会議名簿

所属先	役職	氏名
(一社)横手市観光推進機構	理事長	打川 敦
秋田ふるさと農業協同組合	組合長	佐藤 誠一
秋田ふるさと村	代表	栗津 尚悦
JR 東日本旅客鉄道(株)横手駅	駅長	畠山 政士
県旅館ホテル生活同業組合横手支部	支部長	高橋 淳
横手市物産団体連絡協議会	会長	佐藤 傳彦
(一社)秋田県観光連盟	事務局長	鈴木 博之
秋田県平鹿地域振興局	局長	伝農 満
横手市観光アドバイザー		渡邊 竜一

第4次観光振興計画策定の経過報告

月	日	会議名称	協議内容
8	7	第1回観光戦略構想会議	・第4次観光振興計画の策定方針(案) ・現行計画ローリングの概要 ・当市の現状
9		部内・庁内検討協議	
10	21	観光資源活用部会	
		観光情報発信部会	
	22	観光誘客部会	
	23	受入体制向上部会	
	24	魅力営業部会	
		関係団体聞き取り・アンケート実施	
11	5	第2回観光戦略構想会議	・計画素案協議
		庁内検討会議	・計画最終調整
	25	庁内・政策会議(1回目)	
12	1	庁内・政策会議(2回目)	
		市議会産業建設常任委員会で説明	
1		パブリックコメント	
2		第3回観光戦略構想会議	・計画最終案協議
		庁内・政策会議(3回目)	・最終案決定
3		市議会へ報告	
		一般公表	

第4次横手市観光振興計画

令和7年度策定

計画実施期間 令和8年度～12年度

商工観光部/観光おもてなし課/横手の魅力営業課