

第3次横手市観光振興計画

令和3年4月



目次

目次	1
第1章 第3次横手市観光振興計画策定の趣旨	
1. 計画策定の目的	2
2. 計画の期間	2
3. 計画の目標値（KPI）	2
4. 計画の位置づけ	3
第2章 当市の観光の現状と課題	
1. 当市の観光の現状	4
2. 当市の観光の課題	11
第3章 第3次横手市観光振興計画の基本的な方針	
1. 基本理念	12
2. 基本方針	13
3. 重要戦略	13
第4章 施策の展開	
1. 観光活動の推進とウイズコロナ・アフターコロナを通じた反転攻勢戦略	15
2. 新たな観光資源の活用	16
3. 観光誘客の取り組みの強化	18
4. 効果的な情報発信の推進	20
5. 地域資源を活用した産業振興	22
6. 観光施設の適正な管理	24
第5章 第3次横手市観光振興計画の推進について	
1. 推進体制	25
2. 進捗管理	25
第6章 第3次横手市観光振興計画策定委員会名簿	26
参考資料 新型コロナウイルス感染拡大による観光への影響	28

第1章 第3次横手市観光振興計画策定の趣旨

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、2012（平成24）年度から始まり1次が2015（平成27）年度まで、2次となる今期が2016（平成28）年度から2020（令和2）年度までの計画期間であり、それぞれの策定期間の5年後を展望し策定作業を行ってきました。

1次の計画では、2011.3.11 東日本大震災で観光産業が一気に落ち込んだことから、外的要因に左右されない、環境の変化にも柔軟に対応できる「強い横手の観光」を目指し、元々この地にある多様な人的・物的観光資源をこれまで以上に活かしていく計画を策定しました。

2次の計画では、東日本大震災以降、訪日外国人観光客が急激に増加し、市場が飛躍的に拡大していることから、インバウンド施策の強化を盛り込み、さらには、地域の「稼ぐ力」を引き出し、「住んでよし、訪れてよし」の「観光地域づくり」を推進する「よこて版DMO」の設立を目指すこととしました。

今回の第3次計画は、2020（令和2）年1月頃から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たことにより、大打撃を受けている観光業界が、新しい生活様式に沿った観光に取り組み、反転攻勢していくことを大きなテーマとし、今だからこそ、他にはない「横手らしさ」を磨き上げ、オール横手で稼ぐ力を生み出す「観光地域づくり」と高い「観光力」の構築を目指して、本計画を策定します。

2. 計画の期間

本計画の期間は、2021（令和3）年度から2025（令和7）年度までの5か年計画とします。
（※第2次横手市総合計画・後期基本計画と同期）

3. 計画の目標値（KPI）

No	成果指標	現状値（R1）	目標値（R7）	データ取得調査
1	観光地点等入込客数	3,720,244 人	4,000,000 人	県観光地点等入込客数統計調査
2	市内宿泊施設宿泊者数	248,488 人	265,000 人	市月別・宿泊施設別入込客数調査
3	外国人観光客宿泊者数	2011 人	2,300 人	市宿泊者数調査〔国外〕
4	増田エリア入込客数	359,697 人	370,000 人	県観光地点等入込客数統計調査
5	観光消費額（宿泊を伴う）	30,539 円	36,000 円	市観光満足度調査
6	来訪者満足度	56%（※H30）	90%	市観光満足度調査
7	リピーター率	60%	70%	市観光満足度調査

4. 計画の位置づけ

2016（平成28）年3月に策定した「第2次横手市総合計画」では、まちの将来像として「みんなの力で 未来を拓く 人と地域が燦くまち よこて」を掲げております。この実現を目指し、7つの基本目標・政策と34の施策に取り組むこととしています。この中で、観光分野の基本目標「地域資源をいかした活力ある産業のまちづくり」、政策「魅力ある地域資源を活用し、人を呼び、仕事を生み出す産業の振興を図ります」を掲げ、具体的な事業に取り組んでいます。

本計画は、この上位計画に基づき、本市の観光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。

第2章 当市の観光の現状と課題

1. 当市の観光の現状

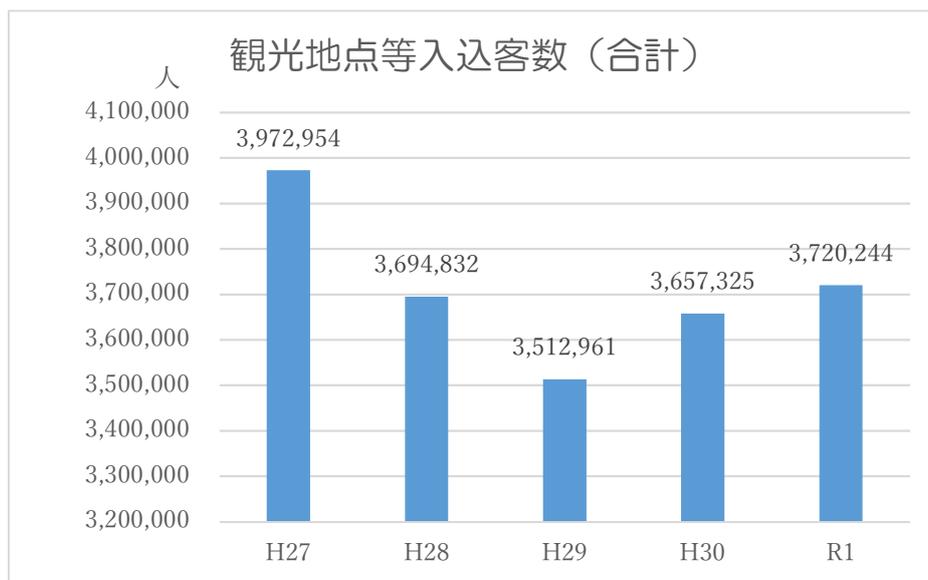
①観光地点等の入込客数

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となっています。

入込客数が多い観光施設としては、横手公園や秋田ふるさと村、道の駅十文字、道の駅さんない、各温泉施設となっています。また、まつり等の観光行事では、雪まつりや送り盆まつり、桜まつり、あやめまつり、増田の花火となっています。

平成 27 年から平成 29 年にかけて、約 46 万人の減少が見られましたが、これは雪まつりや送り盆などのまつりが天候や開催曜日の影響を受けて、入込客が少なかったことと、道の駅や温泉施設の入込が軒並み減少したことが挙げられます。さらには、横手市増田まんが美術館の改修工事のため、平成 29 年 4 月から休館であったことも大きな要因と言えます。

しかし、平成 30 年、令和元年は行祭事やイベントへの入込が増えたことや令和元年の横手市増田まんが美術館のリニューアルオープンしたこともあり、上昇傾向に転じています。

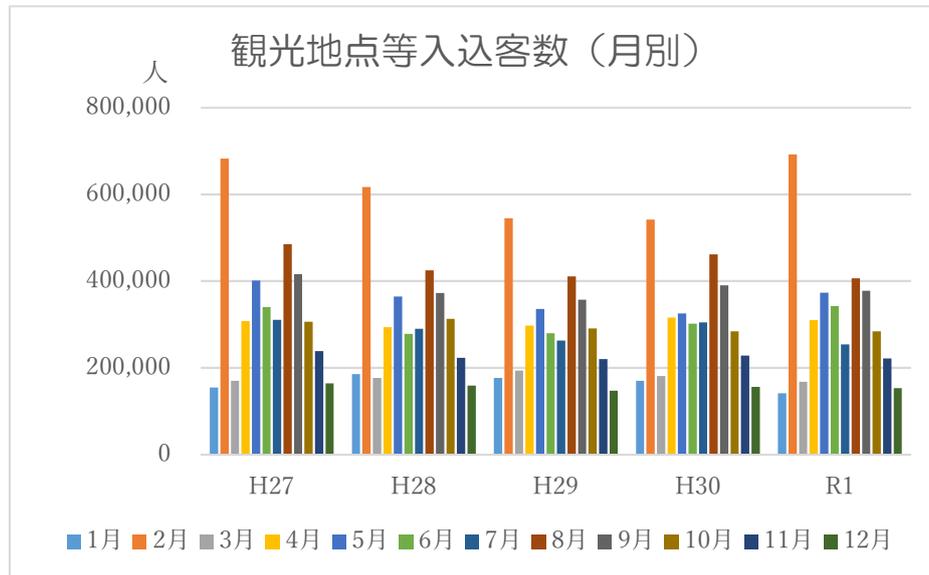


（出典）観光地点等入込客数統計_横手市独自調査

調査対象となっている主な観光地点等（観光地点や行祭事・イベント）

横手公園	秋田ふるさと村	道の駅十文字	道の駅さんない	観光地点
横手市増田まんが美術館	秋田県立近代美術館	ふれあいセンター「かまくら館」	ゆうゆうプラザ	
ゆっぶる	えがおの丘	雄川荘	さくら荘	他 49
雪まつり	送り盆まつり	桜まつり	あやめまつり	行祭事・イベント
増田の花火	いものこまつり	大森リゾート村芝桜フェスタ	さくらんぼ祭り	
菊まつり	横手やきそば四天王決定戦	大雄サマーフェスティバル	は・は・は祭り	
				他 42

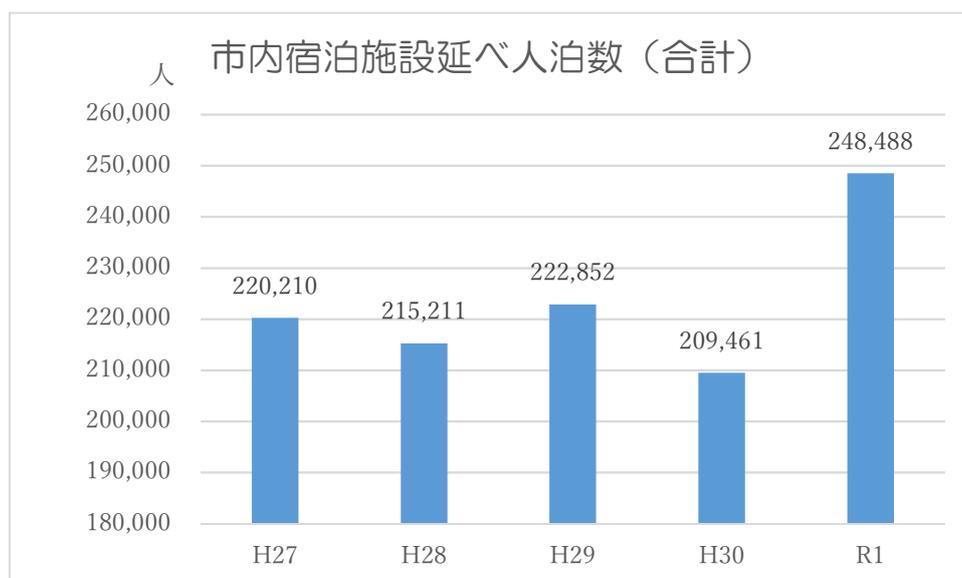
観光地点等入込客数を月別に見ると、雪まつりが行われる2月が圧倒的に多い状況にあります。続いて、送り盆まつりの夏から秋にかけての8月から10月、桜まつりが行われる4月から5月となっています。



（出典）観光地点等入込客数統計__横手市独自調査

②市内宿泊施設延べ宿泊者数

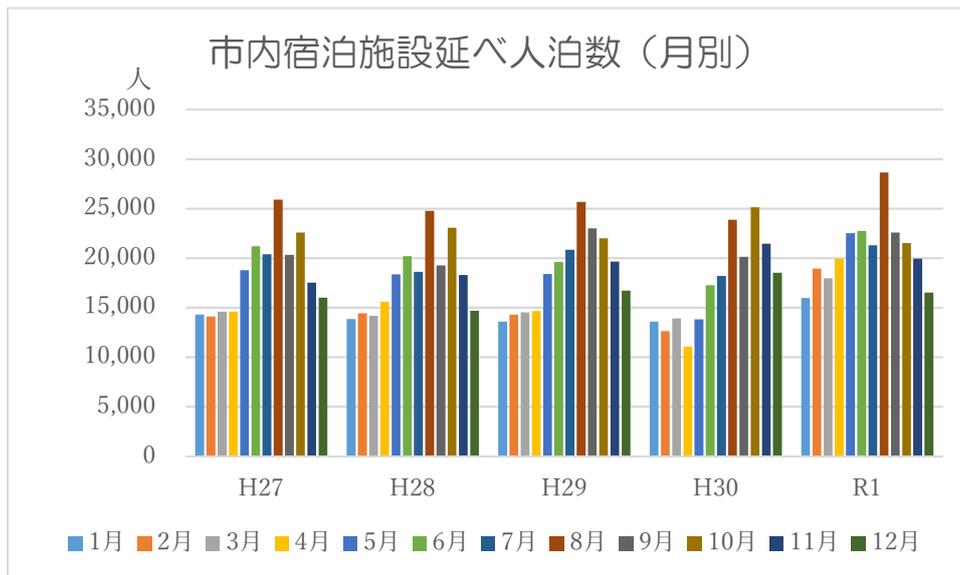
市内宿泊施設を利用した宿泊者数は、平成27年から平成30年にかけて、微増減を繰り返していたが、令和元年に大きく増加しています。これは、平成30年までに改修等で一定期間休業していた宿泊施設が複数あり、それらが令和元年にはすべて営業再開されたことが大きな要因と言えます。



（出典）宿泊施設延べ宿泊数調査__横手市独自調査

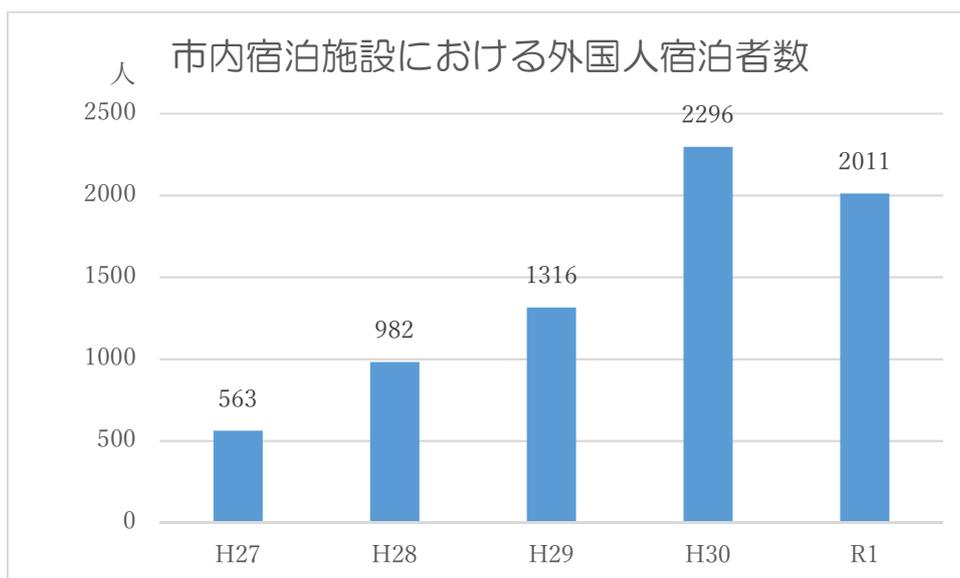
宿泊者数を月別に見ると、8月及び10月の宿泊者数が多いのが顕著であり、送り盆まつりを含め夏休みの観光客と紅葉シーズンの観光客の宿泊が多いと考えられます。

一方で、冬から春にかけての1月から4月の宿泊者が少なく推移している状況にあるが、令和元年には、この期間の各月において数字の伸びが見られます。雪まつり期間のみならず、ビジネス目的で来訪し宿泊された方の増加が要因と考えられます。



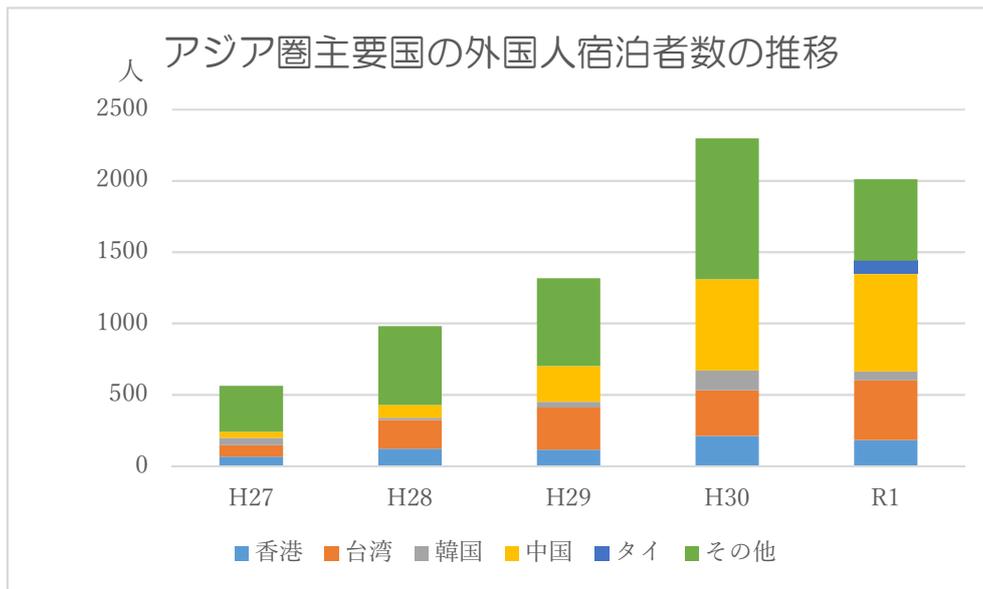
（出典）宿泊施設延べ宿泊数調査__横手市独自調査

外国人宿泊者数については、全体として増加傾向にあり、特に平成30年は大きな伸びを示しています。



（出典）宿泊施設延べ宿泊数調査__横手市独自調査

アジア圏の過去5年間は順調に伸びており、特に中国、台湾が大きな伸びとなっています。タイは、令和元年から単独で調査対象としており、約100人の宿泊者がありました。また、その他でもインドネシアやフィリピンといった東南アジアからの宿泊者もあり、アジア圏からの外国人宿泊者が確実に増えていることがわかります。その他には、アメリカやアフリカ、欧州諸国も含まれます。



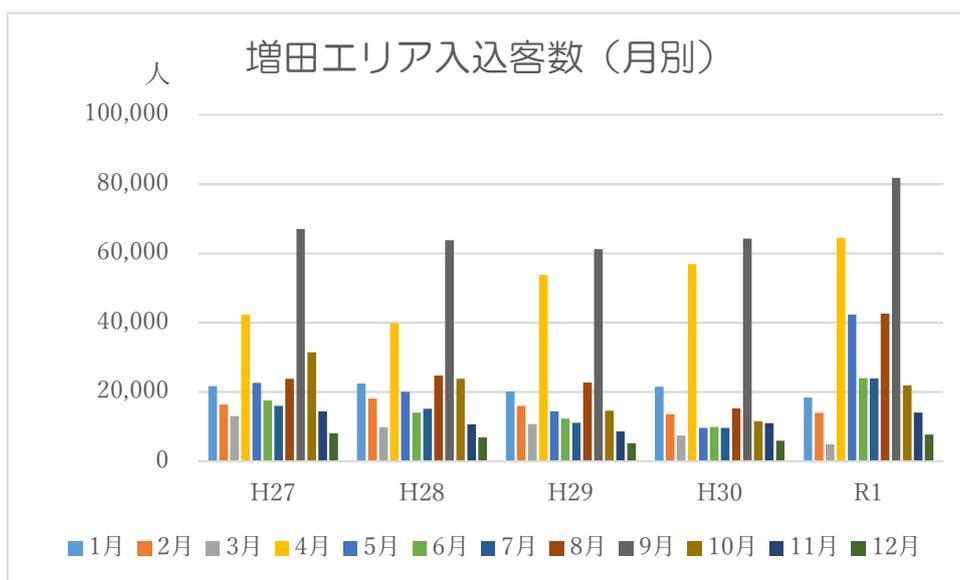
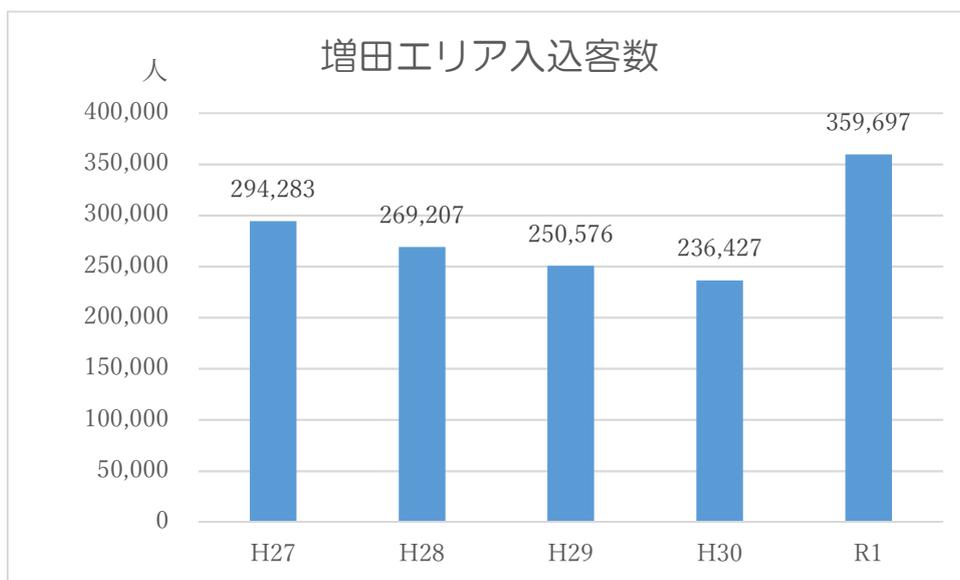
(出典) 宿泊施設延べ宿泊数調査_横手市独自調査

③増田エリア入込客数

増田エリア入込客数の調査対象は、横手市増田まんが美術館と蔵の駅、漆蔵資料館、真人公園、天下森スキー場などの施設と桜まつりや増田の花火、りんごまつりなどの観光行事となっています。

平成29年4月から平成31年4月まで、横手市増田まんが美術館が改修工事のため休館となっていたこともあり、この間の入込が減少しているが、令和元年5月のリニューアルオープン後は順調に入込を伸ばし、前年比約1.5倍となっています。

月別では、4月と9月の入込が多くなっており、4月は真人公園桜まつり、9月は増田の花火が開催されており、大きな二つのイベント月の入込が多い状況になっています。



(出典) 観光地点等入込客数統計__横手市独自調査
増田の町並み入込客数調査__横手市独自調査

④観光消費額

当市の観光消費額は、東北平均を大きく下回っています。特に飲食費・購入費・その他（アクティビティへの参加費など）の消費が低調となっています。イベントや観光地における購買誘導が適切かどうかの検証が必要と言えます。観光消費額の向上にむけ、観光コンテンツの充実と購買動機の刺激策を考える必要があります。

(単位：円)

		交通費	宿泊費	飲食費	購入費	その他	観光消費計
日 帰 り	平成 28 年度	7,840	0	2,912	2,622	920	14,294
	平成 29 年度	4,569	0	2,086	1,842	786	9,283
	平成 30 年度(1)	2,688	0	1,492	1,646	140	5,966
	平成 30 年度 東北平均(2)						13,252
	(1)－(2)	横手市と東北平均との比較					-7,286
宿 泊	平成 28 年度	14,060	11,390	5,389	5,839	3,449	40,127
	平成 29 年度	8,499	11,107	4,406	4,726	3,094	31,832
	平成 30 年度(1)	6,727	9,005	3,555	2,814	1,239	23,340
	平成 30 年度 東北平均(2)						51,881
	(1)－(2)	横手市と東北平均との比較					-28,541

(出典) 2018 (平成 30) 年度横手市観光満足度調査

⑤観光満足度

前年度比較で、「自然や景観を楽しめた」「歴史・名所を楽しめた」が改善されましたが、逆に「土産品を入手できた」「文化や祭りを楽しめた」「宿泊施設ではおもてなしを感じられた」が悪化しています。

横手市の総合的な満足度(「たいへん満足」、「満足」の合計)は56%だが、全国平均は66.5%、東北平均は68%となっており、当市における観光客の満足度向上のための改善の余地が大きいと言えます。

平均点 (最高7点～最小1点)	2018(平成30)年度			2017(平成29)年度			(1)-(2)
	全体平均 (1)	日帰り	宿泊	全体平均 (2)	日帰り	宿泊	
グルメを楽しめた	5.2	5.1	5.3	5.2	5.2	5.3	0.0
土産品を入手できた	4.9	5.0	4.7	5.0	4.9	5.1	-0.2
自然や景観を楽しめた	5.7	5.6	5.8	5.6	5.7	5.6	0.1
歴史・名所を楽しめた	5.6	5.4	5.8	5.3	5.6	5.2	0.3
文化や祭りを楽しめた	4.8	4.7	4.8	4.9	5	4.9	-0.1
リラックスできた	5.7	5.8	5.6	5.8	5.6	5.9	-0.1
出会いや交流を楽しめた	4.8	4.9	4.7	4.8	4.6	4.9	0.0
刺激的な体験を楽しめた	4.7	4.7	4.8	4.7	4.7	4.7	0.0
特別な思い出になるような体験があった	5.0	5.0	5.1	5.0	4.9	5.0	0.1
宿泊施設ではおもてなしを感じられた	4.9	5.3	4.4	5.3	4.6	5.6	-0.4
観光に関わる情報が容易に入手できた	5.3	5.3	5.2	5.2	5.1	5.2	0.1
交通の利便性が高かった	4.8	4.7	4.9	4.8	4.9	4.8	0.0
総合的な満足度	5.6	5.6	5.6	5.5	5.5	5.6	0.1
横手市への再訪意向	2.6	2.7	2.6	2.6	2.6	2.6	0.0

総合満足度回答分布 (%)	たいへん満足	満足	やや満足	どちらでもない	やや不満
	11.8	44.6	34.8	8.0	0.7



56%

(出典) 2018(平成30)年度横手市観光満足度調査

2. 当市の観光の課題

①コロナ禍における影響

新型コロナウイルス感染拡大の影響は甚大なものと言え、今もなお、収束の見通しが立たず視界不良の状態にあります。市内の観光業の方々も、行政の支援と懸命な自主努力を重ねています。アフターコロナ期を見据えて、官民が一体となって新たな観光施策に取り組んでいくことこそが、反転攻勢の第一歩と考えます。

②観光客の受入体制整備の遅れ

観光客にとって、インターネットに接続しての情報収集が欠かせなく、特に訪日外国人は公衆無線 LAN（無料 Wi-Fi）を多く利用されていますが、当市においては主要な観光施設への整備が不十分なため、その環境整備が求められています。また、同様に IcT を活用した多言語案内標識やデジタルサイネージなどでの情報提供、洋式トイレの整備など、観光客の満足度向上に向けた受入体制の整備が急務と言えます。

③祭りやイベント誘客の依存度が高い

全国的な知名度を誇る横手の雪まつり「かまくら」は、その開催期間は「ぼんでん」と合わせて3日間であり、そのほかの祭りやイベントも、それぞれの誘客力があるものの単発誘客にしかなり得ません。しかも、時期が集中して開催されるものが多く、観光閑散期が生じている現状であることから、年間を通して、観光客を呼び込めることが、重要となります。

また、横手市増田まんが美術館のリニューアルオープンにより、美術館単体の誘客力と増田エリアとしての観光素材の魅力を、市内各所に存在する歴史文化遺産等を活用した通年観光戦略とプロモーションを行っていく必要があります。

④通過型観光による観光消費額の低さ

観光施設、文化施設、伝統行事などそれぞれに訪れた観光客は、一極集中で完結してしまい、他地域の観光地へと移動してしまうため、市内での消費行動が極めて少ない通過型観光が多いと言えます。それぞれの魅力を効果的、継続的に発信し、観光客に対し、「行ってみたい」「本物に触れてみたい」「一緒に体験したい」と思ってもらえること、観光客が当市に期待することにしっかり応え続けることが、周遊観光が促進され、滞在時間の延長につながることで、観光消費額を高めることが出来ます。

⑤ブランドイメージの発信の弱さ

「かまくら」や「横手やきそば」も全国的な知名度が高く、誘客につながる強力な観光素材と言えますが、日本の「オンリーワン」にはなり得ていません。市民誰もが共に共感、共有できるブランドを作り上げることで、ブランド力を強め、発信力を高めることが出来ます。

第3章 第3次横手市観光振興計画の基本的な方針

1. 基本理念

「横手ブランドの創造」

横手市は、全国的な知名度を誇る小正月行事「かまくら」やご当地グルメ「横手やきそば」、平成25年に国の重要伝統的建造物群保存地区に選定された「増田の町並み」や令和元年にマンガ原画の収蔵に特化しリニューアルオープンした「横手市増田まんが美術館」など、魅力的な観光素材が多く存在します。

また、明瞭な四季が織りなす美しい光景と自然、その中で育まれた文化、そして豊かな大地に育まれた良質な農作物など、四季折々の感動を得ることができます。

さらに、地震や台風などの災害による被害も比較的少なく、広い大地できれいな空気に囲まれた環境下で、安心して安全な生活が実感できます。

このような環境に生まれ育った人々の郷土愛が「横手愛」となり、地域住民にとっては、これまで以上に外から来られる皆様にも満足いただける「横手ブランド」を創造し、観光地域づくりに活かしてまいります。

新型コロナウイルス感染拡大により、世界中が観光に対する意識が大きく変わり、新しい観光として旅行形態の変容が進む中、新たな観光客の取り込み、更にリピーターの拡大を図るためにも、確固たる「横手ブランド」を創造します。

横手ブランド

横手市の地域資源を活用した観光や地域産品などの評価や期待を高めていくことで、「住んでみたい、訪れてみたい、産品を購入したい」という気持ちにさせること。

市民一人ひとりが地域に誇りを持ち、自信を持って横手の魅力を発信することが、当市の評価を高めていくことに繋がります。そのためにも、市民が共感できる観光素材、言わば商品やサービスの磨き上げと新たな発掘を進め、市内外の双方が持つ当市のイメージを融合させながら付加価値を加えた結果として、**横手ブランドが創造される**と考えます。

2. 基本方針

基本理念に基づく観光振興を図り、重要戦略の実現を目指して、6つの基本方針を掲げ、施策を展開します。

- ①観光活動の推進とウィズコロナ期・アフターコロナ期を通じた反転攻勢戦略
- ②新たな観光資源の活用
- ③観光誘客の取り組みの強化
- ④効果的な情報発信の推進
- ⑤地域資源を活用した産業振興
- ⑥観光施設等の適正な管理

3. 重要戦略

第3次計画では、次の3点を重要戦略として掲げ、その取り組みを強化します。

①新型コロナウイルス感染拡大の影響による観光動向及び形態の変化に伴う、当市の観光業の進化と反転攻勢

新型コロナウイルス感染拡大の影響により、「観光」を取り巻く環境は大きく様変わりしています。観光需要が回復するまで、まだまだ時間を要しますが、この間に観光客は集団行動を避け、個人・少人数行動を好むようになり、また、対面型ではなく、非接触・非対面型のサービスを選択するなど、様々な行動変容が進むものと予想されます。

行政としては、このウィズコロナ、アフターコロナ期に即応した観光戦略の見直しが必要とされます。また、観光事業者は、業務形態の見直しや事業多角化など、コロナに負けない体力をつけるための進化が求められます。来るべきアフターコロナ期の反転攻勢に向けて、官民が一体となって取り組んでいきます。

・・・・・・・・・・【参照】第4章__施策の展開__1__①・②・③・・・・・・・・・・

②市と「一般社団法人横手市観光推進機構」の連携による効率的に稼ぐ観光地域づくり

よこて版DMOである「一般社団法人横手市観光推進機構（以下、「DMO」という）」は、平成29年に設立され、これまでホームページやSNSによる効果的な情報発信やインバウンドセミナーなどの受入環境の整備、観光満足度調査などによるマーケティング調査、当市の特徴を活かした発酵ツーリズム事業など、観光地域づくりを行う舵取り役として、そのマネジメントを行っています。

市とDMOが、共に当市が目指す姿に向かって、適切な役割分担を行い、多くの関係者とともに効率的に稼ぐ「横手らしい」観光地域づくりを行っていきます。

・・・・・・・・・・【参照】第4章__施策の展開__1__④・・・・・・・・・・

③横手市増田まんが美術館を中核とした全市回遊滞在型観光の推進

令和元年に「横手市増田まんが美術館」が大規模リニューアルオープンし、令和2年8月12日に国の認定を受けた「横手市増田まんが美術館を中核とした地域資産活用地域計画」により、マンガ文化の魅力を発信しながら、来訪者を市内全域へと周遊を促進する取り組みを行います。市内周遊することで、観光客の滞在時間を延長し、宿泊客を増やし、観光消費の拡大を目指します。

「増田の町並み」と合わせて、通年観光の核として、増田エリアを中心とした全市回遊滞在型観光の推進を図ります。

・・・・・・・・・・【参照】第4章__施策の展開__2__③・・・・・・・・・・

第4章 施策の展開

1. 観光活動の推進とウィズコロナ・アフターコロナ期を通じた反転攻勢戦略

①安心安全な観光地として受入体制の強化を図ります。

新型コロナウイルス感染のリスクが低く、来訪者が安心できる環境を整えることで、旅行先として選ばれるようなプロモーションを展開します。

- ・ コロナ対応をしている宿泊施設、飲食店等に安心安全ステッカーの掲示
- ・ イベント、観光施設等での新しい生活様式の徹底
- ・ ワークेशन※推進のための施設整備

※ワークेशन：ワーク（労働）とバケーション（休暇）を組み合わせた造語で、観光地やリゾート地でテレワークを活用しながら、働きながら休暇をとる過ごし方。

②コロナ禍における観光関連産業の雇用維持と事業継続を支援します。

経営安定を図るための支援と今後の社会情勢等の影響にも耐えうる事業展開を推進します。

- ・ 影響度の継続的な調査の実施
- ・ 国や県の助成事業等による支援
- ・ 運営形態の改善、従業員のスキルアップや接客サービスの徹底等による体質強化の推進

③新型コロナウイルス感染症が収束した時の反転攻勢に向けた取り組みを行います。

コロナ感染状況に応じた取り組みを継続的、効果的に行います。

- ・ 国内外への継続的な観光情報の発信
- ・ コロナ感染状況におけるターゲット設定等の戦略の見直し
- ・ 観光素材の磨き上げとパッケージ化、商品化
- ・ オンライン観光の推進

④市とDMOが連携して、当市が観光で稼げるようになるため、観光地経営という視点で、観光そのものが重要な収入源となるように地域の稼ぐ力を高めていきます。

観光で稼ぐ、稼げるまちづくりを推進し、市民及び関係者への啓発を図り、オール横手で観光地域づくりを行っていきます。

- ・マーケティング調査の実施及び分析による戦略に基づく観光地域づくり
- ・多様な関係者と協力して、行政の発想にとらわれない観光地経営の実践
- ・横手市観光推進機構の安定的な自主財源の確立に向けた支援
- ・市とDMOとの役割分担の確立

⑤横手駅周辺の賑わいを創出します。

当市の玄関口となる「横手駅」は、観光客にとって、最初に当市のイメージを得る場所です。「横手ブランド」を印象付けるためにも、駅東口の再開発事業と連携した観光振興を推進し、賑わいの創出を図ります。

- ・横手駅東口の再開発に伴う、駅周辺を利用した観光振興策の推進
- ・物産販売の実施

⑥県内市町村及び北東北自治体と連携強化し、広域的なプロモーションにより誘客を図ります。

自治体同士の連携により、広域的な誘客及び送客を推進します。

- ・全国的に認知度の高い県内観光素材とのパッケージ化
- ・互いに送客し合うためのツアーを実施
- ・隣県自治体との連携

No	成果指標	現状値 (R1)	目標値 (R7)
1	観光消費額 (宿泊を伴う)	30,539 円	36,000 円
2	来訪者満足度	56% (※H30)	90%

2. 新たな観光資源の活用

①新たなテーマでの観光素材の組み合わせによる商品化で、新たな観光客の誘客とリピーターの増加を目指します。

観光ニーズの多様化に伴い、様々な観光素材のブラッシュアップを図りながら、これまでとは違った切り口で、ターゲットに合わせたテーマでのパッケージ化と商品化を行います。

- ・大人の社会科見学の実施

- ・インダストリー体験見学ツアーの実施（誘致企業の製造工程や業務などを学ぶことができる見学を観光商品化）
- ・横手地域を中心とした歴史的建造物や史跡を核とする回遊エリアの造成と、「横手市歴史的風致維持向上計画」等に基づく整備
- ・「横手市歴史文化遺産保存活用地域計画」に基づく、地域の歴史文化を活かしたテーマによる素材のパッケージ化
- ・自然の豊かさをまるごと体験できる観光素材の活用（果樹収穫やなべっこ体験、農作業やアウトドア体験等）

②コンベンションの誘致を強化し、地域に経済効果を創出します。

大型コンベンションの受入整備、近隣市町村との連携を図りながら、各種コンベンションを誘致し、経済効果を創出します。また、エクスカージョン※等を実施して、当市の魅力を体感していただきます。

※エクスカージョン：団体の遊覧旅行。小旅行。従来の見学会や説明を受けるタイプの視察ではなく、体験型の見学会等。

- ・教育旅行（学習旅行）の誘致活動の実施
- ・様々なスポーツ大会、合宿及び各種イベント等の誘致活動の実施
- ・整備を予定している体育施設や文化施設の活用による受け入れ体制の強化
- ・秋田ふるさと村と連携したコンベンション受入エリアの形成
- ・広域的な特色を出すため、近隣市町村との連携強化

③横手市増田まんが美術館と増田の町並みを核として、来訪者の市内回遊を促進し、波及効果を図ります。

各種計画に基づく事業を推進し、増田エリアの魅力を発信しながら、市内回遊の促進を図り、市内全域への波及効果を高めます。

- ・「横手市増田まんが美術館を中核とした地域資産活用地域計画」に基づく文化観光の推進
- ・「横手市歴史的風致維持向上計画」に基づく事業の実施と「横手市歴史文化遺産保存活用地域計画」に基づく地域の歴史文化を活かした市内回遊の推進
- ・増田エリアを面で捉えたエリア内の滞在時間延長プランの造成
- ・マンガ原画を活用した新しい市内回遊プランの造成

④「横手」のブランド化と観光素材の更なる磨き上げにより、誘客を図ります。

当市にしかない「モノ」、「コト」さらには「トキ」の差別化を強め、「横手ブランド」として全国的な認知度を高めて、新規観光客、リピーターの取り込みを図ります。

- ・横手の四季ブランド化の推進
- ・「〇〇〇のまち」によるイメージ強化（横手やきそば、発酵文化[発酵食品]、かまくらライド、スカイフェスタ[気球]、十文字映画祭[映画祭]等）

⑤消費者ニーズの変化に伴う、「モノ観光」から「コト観光」へのシフトに対応するため、体験プログラムの充実を図ります。

当市だからこそ出来る「コト」の発掘、磨き上げを行い、体験プログラムとしてのパッケージ化を図り、当市のコト消費額の拡大を図ります。

- ・観光エキスパートを活用した体験プログラムのパッケージ化
- ・オンラインによる各種体験の実施
- ・グリーンツーリズムの拡充

⑥図書館の特性を活用し、地域と様々に連携して、地域の魅力向上を図ります。

図書館は、様々な種類の書籍や郷土関係の資料を所蔵し、まさに地域情報の宝庫です。地域の歴史や伝統、文化等について、観光客の多様なニーズに応じた情報収集スポットとして、観光客にも喜ばれる図書館の運営を支援していきます。

- ・地域の観光情報提供機能の充実
- ・整備を予定している新公益施設の図書館機能を活用した地域の魅力向上

No	成果指標	現状値（R1）	目標値（R7）
1	教育旅行誘致数	19	30件
2	観光エキスパート活用数	未実施	50件

3. 観光誘客の取り組みの強化

①マイクロツーリズムが進み、家族や少人数での車中泊による観光が出来るよう、受け入れ態勢を整備します。

自家用車で移動する観光客に、安全で快適な車中泊ができ、その場で地域の魅力を体験できるような受け入れ態勢の整備を行います。

- ・既存施設のオートキャンプ場としての活用
- ・地域の良さを体験してもらうための人とメニューの充実

②観光しやすいまちとなるよう、手ぶら観光が出来る仕組みづくりを推進します。

身軽に快適な観光ができるよう、荷物や土産品を持ち歩くことなく、手ぶらで観光できる仕組みを作ります。

- ・買い物したお土産を宿泊施設等に届けられる（集約する）配達システムの構築

③周遊観光の利便性を高めるためのインフラ整備を推進します。

旅行者、特に訪日外国人は、通信手段に無料 Wi-Fi をよく利用していることから、無料 Wi-Fi を整備するなど、観光客の満足度を高め、周遊観光を促進させるためのインフラ整備を行います。

- ・横手市サインガイドラインに基づく案内看板の設置
- ・Wi-Fi 環境の整備
- ・デジタルサイネージの整備

④観光客が横手に来て良かった、また来たいと思ってもらえるような「おもてなし」が出来るガイドの養成を図ります。

説明ガイドや通訳のみでなく、観光客の印象に残るガイドとして、特に外国人旅行者には雪まつりを中心に、おもてなしの接遇ができるガイドを養成します。

- ・外国人旅行者に対するガイド育成（通訳まごころボランティア等）
- ・中高生のボランティアガイド育成

⑤『横手ならではの』『本物』をテーマにし、外国人旅行者が、他では体験できない滞在型観光及び高付加価値観光を目標とした横手旅をコンテンツ化します。

本物の横手が体感できる自然や文化、創作体験などで付加価値を高め、「横手をじっくり、たっぷり満喫できる横手旅」コンテンツを作り上げます。

- ・横手ならではの農産物（りんごやホップなど）や豪雪地域といった自然を活用した体験
- ・歴史や伝統、建築物、祭事などの文化体験
- ・人との触れ合いを楽しむクラフト作りなどの手作り体験

・アフタースキー客などを取り組むための夜間早朝の時間を活用した体験

⑥海外の学校及び民間事業者との産学官連携を強化し、国際交流の促進、オンラインからの交流人口増加をさらにすすめ、地域経済の発展に寄与します。

国際的産学官連携事業をモデルとして、台湾やタイ等の他国でも連携し、海外との交流人口を増やしていきます。

・台湾大同大學等との交流事業の実施
 ・アウトバウンド対策としての企業間交流や学校間交流の実施

No	成果指標	現状値 (R1)	目標値 (R7)
1	Wi-Fi 環境整備数 (主要観光エリア)	1 箇所	3 箇所
2	通訳まごころボランティア登録数	22 人	30 人

4. 効果的な情報発信の推進

①よこて fun 通信を活用して、各種情報発信を行い、さらなる交流人口、応援人口を増やします。

一番の横手応援団である「よこて fun 通信」会員のさらなる拡充により、交流人口を増やし、口コミによる各種情報の拡散を図ります。

・オンラインショップの国内外での展開
 ・オンラインサロン※化による口コミ拡散
 ※オンラインサロン：月額会費制の Web 上で展開されるコミュニティの総称。ビジネス系が多いが、ファンクラブのようなコミュニティも多々あり、気軽に双方向にコミュニケーションが出来る。

②個人旅行者をターゲットとした多様な情報発信を行います。

ターゲットに向けた情報発信、必要とする人に必要とする情報が届く、得られる情報発信を行い、旅のどんなシーンにも有益な情報発信を行います。

・国内外の各種メディアを活用しての情報発信
 ・レコメンドメール※やアプリ通知を活用した情報発信
 ・旅ナカシーンの観光を充実させるための観光情報アプリ等の開発
 ・オンライン観光

※レコメンドメール：行動履歴や購入履歴、好みに近い他のユーザー情報を元に最適な商品やサービスを絞り込んで、お薦め商品やサービスをメール配信により提示する。

③市内の観光情報を一元化し、発信する仕組みを構築します。

地域やイベント、各種観光情報の Web サイトや印刷物等の乱立を改善し、知りたい情報をダイレクトに検索できる情報発信の一元化に取り組みます。

- ・横手市観光情報センター機能の確立

④各種メディアを活用し、効果的な情報発信、拡散を図ります。

広告宣伝力のあるメディアを活用することで、多くの方々に情報を発信、さらには拡散させ、情報の周知や購買意欲を高めるなどの取り組みを行います。

- ・ライブコマース※による物産販売等での情報発信
- ・オンラインゲームにおける発信力、拡散力を活用した広告宣伝

※ライブコマース：ライブ動画とEコマース（ネットショップ）を組み合わせた新しい販売手法。視聴者は、リアルタイムで質問やコメントが可能で、ネットショッピングでありながら実店舗で買い物するような臨場感を味わえる。

⑤訪日外国人の個人旅行者（FIT）をターゲットとして、印象的で継続的な情報発信を図ります。

国や地域のニーズや富裕層の唯一無二の体験ニーズなど、ターゲットを見定めたブランディングや販路設定を行い、個人旅行者に向けた情報発信を行います。

- ・訪日外国人観光客の客層及びニーズの調査
- ・本物の価値を伝えるために、各種観光素材の背景にある物語（ストーリー）を発信
- ・バーチャル※を入り口としリアル体験へとつなぐ、海外から横手へ誘導する情報発信
- ・情報発信の多言語化

※バーチャル：実体を伴わないさま。仮想的。疑似的。

⑥新しい旅行スタイルに応じた、インバウンド誘客のためのプロモーションを行います。

インバウンド需要の回復に向け、観光客ニーズに合わせ、空港等からの二次交通と観光情報の発信を行います。

- ・東北圏内の主要空港から横手に来てもらうために、各空港施設等と連携した情報発信
- ・FITに向けた、わかりやすい二次交通情報の発信
- ・SNS や口コミ情報サイトなど、ターゲットに応じた旅行の動機付けツールの活用
- ・OTA（オンライン・トラベル・エージェント）※の活用
※OTA：インターネット上で取引を行う旅行会社。店舗営業は行っていない。

No	成果指標	現状値（R1）	目標値（R7）
1	よこて fun 通信会員数	9,388 人	13,000 人
2	横手市観光情報センター機能の設置	0	1

5. 地域資源を活用した産業振興

①民間と行政のパートナーシップが機能し続ける体制を作り、市内物産の販売戦略や出口戦略を全市的に進めていきます。

物産事業者、物産団体、行政などが一体となり、横手市の強みである“業界のまとまる力”をさらに引き立てることで、物産振興を強力に推進します。

- ・民間と行政が連携し、それぞれの目的を達成していくための物産振興を担う地域商社機能についての議論を開始
- ・市内物産をリードする人材の誘致、育成
- ・市内物産団体のあり方について議論を開始

②外貨獲得の大きな武器となる地域資源の活用方法について一歩踏み込んだ仕組みを作ります。

地域性の強い豊富な資源に加え、これまで見出すことのできなかつた地域資源にも光を当て、新たな可能性を見出し、産業振興に活用していきます。

- ・2020年実施「よこての魅力再発見アンケート」結果の地域資源データベース化と活用
- ・地域資源について「保存」「継承」別に分類して活用する仕組みづくり

③横手市出身者、関係者の市場を掘り起こし、全国の応援人口とともに「横手」をテーマに施策展開を行います。

県外において横手市出身者が経営する飲食店などを“(仮称)横手応援拠点”と位置づけ応援人口(関係人口)の皆さんの拠り所として、つながる機会を創出していきます。

- ・横手市出身者等が経営するお店情報の収集とネットワーク構築
- ・横手のロイヤルカスタマー※になり得る「よこて fun 通信」読者が、横手を応援する気持ちを表現する場所の準備とまちづくりへの参加促進(例：各種オーナー制度、里帰りキャンペーン等)

※ロイヤルカスタマー：ある企業や商品、サービスに対して、忠誠心の高い顧客のこと。

④新型コロナ感染拡大により影響を受けた観光関連事業者の経営が早期に回復するよう、消費動向の変化に合わせた施策を展開します。

アフターコロナ期の経済回復に遅れをとることの無いよう、お客様の消費動向の変化や、それに対応する販売業態の変化も注視しながら、迅速・柔軟な対応を行います。

- ・経済活動プロジェクト「サポート the 横手愛」の官民をあげた取り組み
- ・ネット販売、通販に着目した施策展開
- ・行動範囲の制限に伴い、物産展等の開催方法についての柔軟対応

⑤横手市増田まんが美術館及び収蔵されている原画や作者に関連した土産品等の新商品開発に取り組みます。

“マンガ”に関連するお土産品等の新商品開発に取り組み、幅広いお客様に対して横手市の魅力を発信します。

- ・著作権や具体的な商品開発手法など、商品化への課題の整理
- ・市内事業者が商品化に取り組みやすくなる仕組みの構築
- ・市内外で行われる物産展等でマンガに関連した新商品を販売することでの魅力発信

No	成果指標	現状値 (R1)	目標値 (R7)
1	全国の横手応援拠点数	未実施	46 件
2	マンガ関連の商品開発数	未実施	10 件

6. 観光文化施設等の適正な管理

市が所有管理する観光文化施設等の維持管理が適正に行われ、来訪者の満足度の向上に取り組めます。また、障がいのある方、高齢者、外国人観光客などすべての旅行者に対して、やさしい観光の環境づくりを進めていきます。

観光客や施設利用者の安心、安全については、市防災計画や国土強靱化地域計画に基づいて、災害・事故発生時に地域全体として観光客や施設利用者の安全を守るため、迅速な対応をとれるよう態勢整備に取り組めます。

- ・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」
- ・横手駅案内所
- ・道の駅十文字
- ・道の駅さんない

No	成果指標	現状値 (R1)	目標値 (R7)
1	ふれあいセンター「かまくら館」入館者数	21,952 人	23,000 人
2	横手公園展望台入館者数	17,330 人	18,000 人

第5章 観光振興計画の推進について

1. 推進体制

新型コロナウイルス感染拡大により、大きな影響を受けている観光業ですが、この5年間で反転攻勢を図りながら、更なる観光振興が求められています。

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、当市の観光振興のための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、庁内関係部署及び関係機関とローリングを行うと共に、本計画策定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3次横手市観光振興計画策定委員会名簿

No	所属	役職	氏名
1	(株)アジア・メディアプロモーション	代表取締役	渡邊 竜一
2	横手商工会議所	専務理事	高橋 雅博
3	よこて市商工会	会長	伊藤 洋二
4	秋田ふるさと農業協同組合	総務人事部長	小田嶋 博子
5	(株)秋田ふるさと村	執行役員	栗河 俊秀
6	(株)秋田銀行 横手支店	支店長	岡部 宏哉
7	(株)北都銀行 横手支店	執行役員支店長	伊藤 大介
8	JR 東日本旅客鉄道(株) 横手駅	駅長	山本 真也
9	東日本高速道路(株) 東北支社横手管理事務所	所長	鈴木 渉
10	羽後交通(株)	取締役事業本部長	井上 俊二
11	(一社)秋田県ハイヤー協会 横手湯沢雄平支部	事務局	赤川 諭
12	秋田県旅館ホテル生活同業組合横手支部	支部長	高橋 淳
13	横手市グリーン・ツーリズム連絡協議会	副会長	遠藤 留美子
14	(一財)横手市増田まんが美術財団	業務執行理事兼館長	大石 卓
15	(一社)横手市観光協会	会長	打川 敦
16	(一社)増田町観光協会	会長	千田 孝八
17	平鹿町観光協会	会長	後藤 薫
18	十文字町観光協会	会長	伊藤 洋二
19	大森町観光協会	会長	吉田 仁一
20	山内観光協会	会長	島田 實
21	横手市観光サポーター		吉田 寧
22	(一社)横手市観光推進機構	理事長	奥山 和彦
23	横手市物産団体連絡協議会	会長	佐藤 傳彦
24	NPO 法人 Yokotter	代表	細谷 拓真
25	(株)デジタル・ウント・メア	代表取締役社長	岩根 えり子
26	増田まちなみ研究会	会長(あきたヘリテージマネージャー協議会 会長)	鈴石 博実
27	秋田県観光振興課 誘客推進班	副主幹	倉田 裕史
28	秋田県観光文化スポーツ部 文化振興課	主査	石戸谷 昭道
29	一般社団法人 秋田県観光連盟	事務局長	佐々木 英樹
30	JR 東日本旅客鉄道(株) 秋田支社	観光推進室長	柴田 亜希子
31	秋田空港ターミナルビル株式会社	事業部商品開発グループ エバンジェリスト	大淵 一也

第3次横手市観光振興計画策定委員会の経過報告

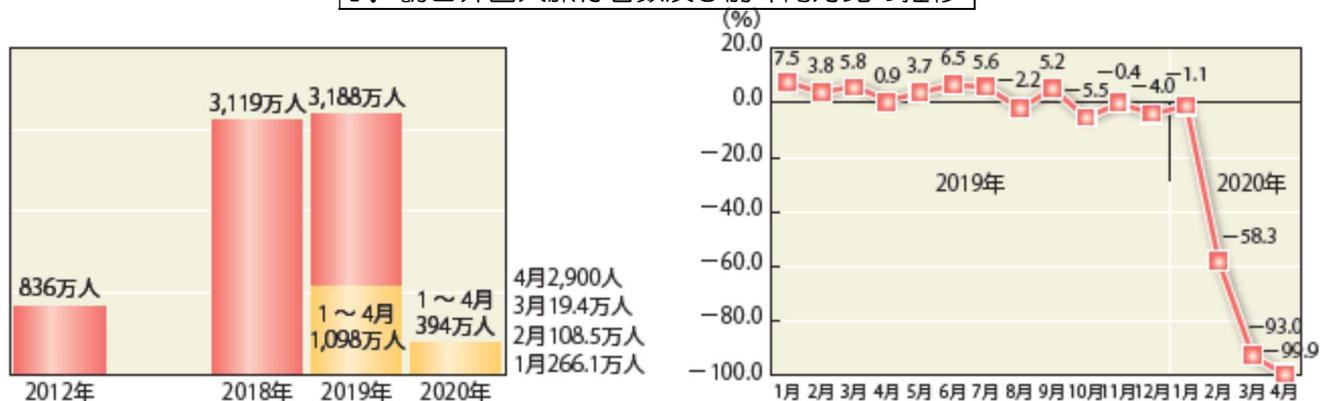
月	日	会議名称	協議内容
6	16	第1回策定委員会	<ul style="list-style-type: none"> • 現行計画のローリング作業の概要当市の現状 • 第3次計画の概要説明 • 部会協議の説明
7	7	第1回第6部会	<ul style="list-style-type: none"> • 現行計画のローリング結果をもとに現状把握と分析
	9	第4部会	
	10	第1部会	
	15	第2部会	
	16	第5部会	
	17	第3部会	
	27	第2回第4部会	<ul style="list-style-type: none"> • SWOT分析による課題整理
	29	第6部会	
	30	第1部会	
8	5	第2部会	
	6	第5部会	
	7	第3部会	
	25	第1回部会長会議	<ul style="list-style-type: none"> • 各部会の進捗状況報告（SWOT分析結果等） • 部会間協議
9	4	第3回第5部会	<ul style="list-style-type: none"> • 施策、アクションプランの検討
	8	第6部会	
	9	第1部会	
	10	第2部会	
	14	第3部会	
	15	第4部会	
	23	第2回部会長会議	<ul style="list-style-type: none"> • 観光振興計画の基本的な方針について協議 基本理念、重要戦略、基本方針 • 施策、アクションプランの精査
10	23	第3回部会長会議	<ul style="list-style-type: none"> • 計画素案の最終調整 • KPI設定
11	26	第2回策定委員会	<ul style="list-style-type: none"> • 計画素案協議
12	23	庁内検討会議	<ul style="list-style-type: none"> • 計画素案協議（庁内関係課実施予定事業等）
1	13	第3回策定委員会	<ul style="list-style-type: none"> • 計画素案最終協議
	25	庁内・政策会議（1回目）	
2	1	庁内・政策会議（2回目）	
	8	市議会産業建設常任委員会へ報告	
	18	市議会全員協議会へ報告	
	19	パブリックコメント	2月19日～3月20日
4		一般公表	

参考資料

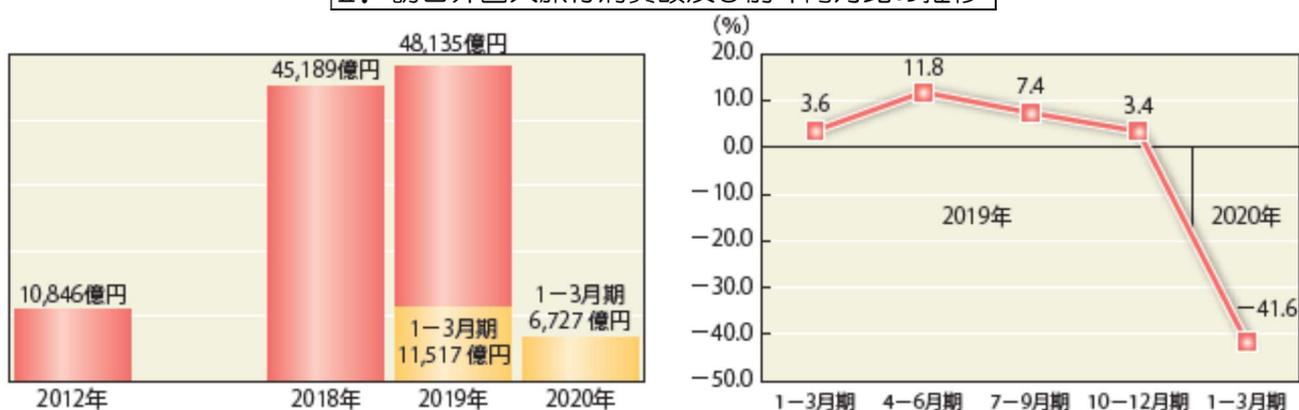
新型コロナウイルス感染拡大による観光への影響

【 国内の状況 】 出典：観光庁_令和 2 年版観光白書

I. 訪日外国人旅行者数及び前年同月比の推移



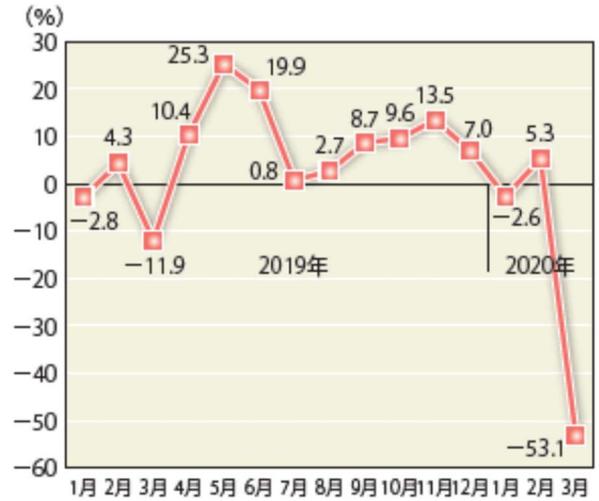
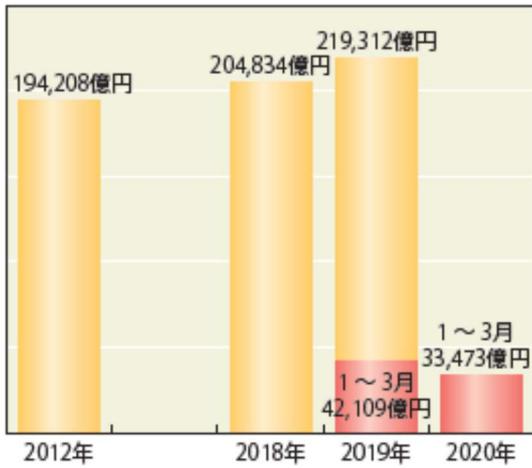
II. 訪日外国人旅行消費額及び前年同月比の推移



新型コロナウイルス感染拡大による入国制限等により、2020年2月の訪日外国人旅行者数は前年同月比58.3%減の108.5万人、同年3月は前年同月比93.0%減の19.4万人、同年4月は前年同月比99.9%減の2,900人となり、1964年の統計開始以降、単月として過去最大の下げ幅となった。

1-3月期の訪日外国人旅行消費額は、前年同期比41.6%減の6,727億円となり、大きく減少した。

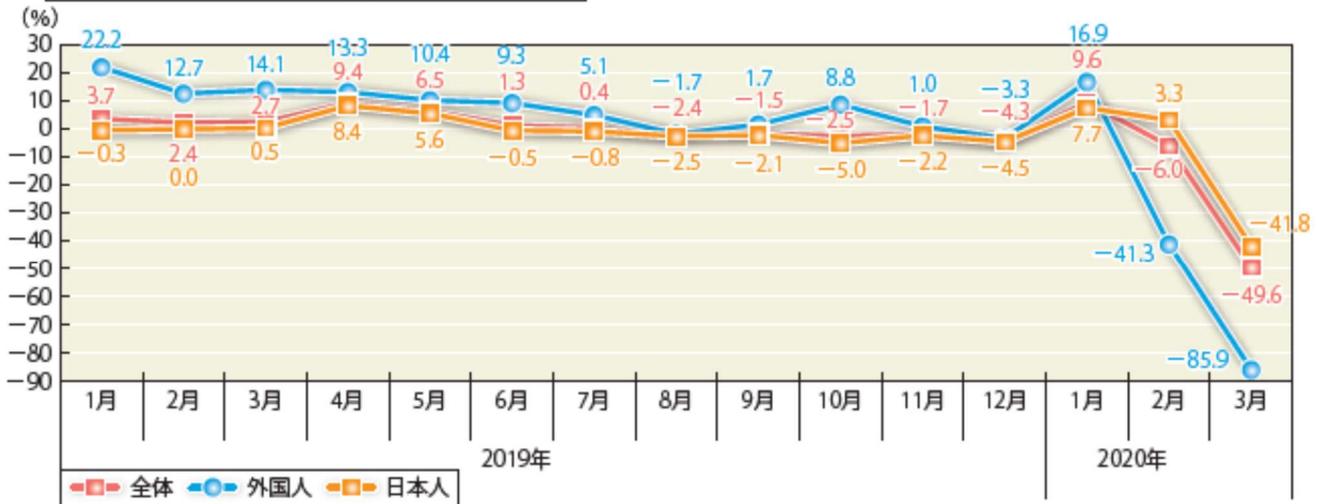
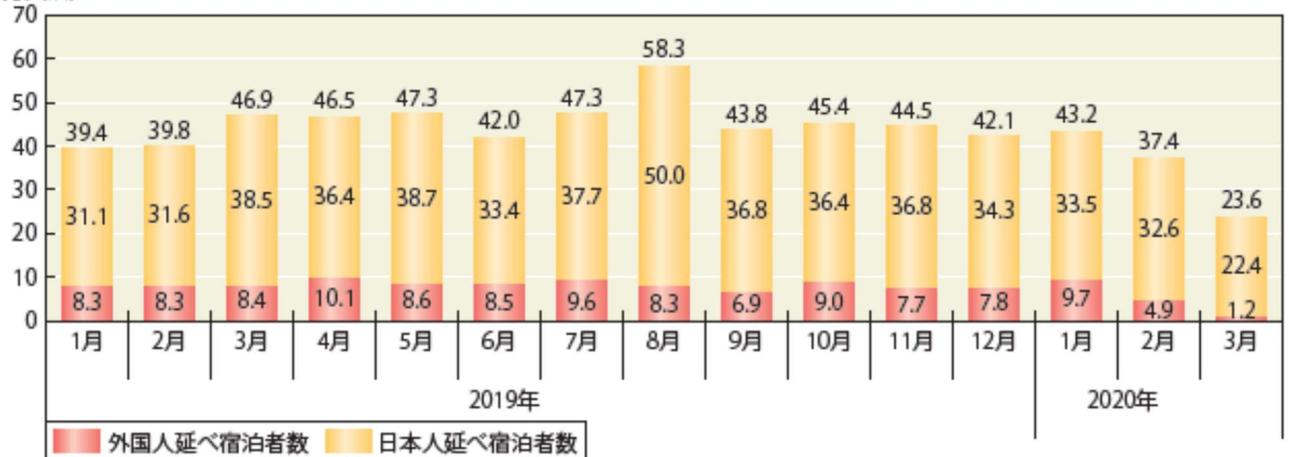
Ⅲ. 日本人の国内旅行消費額及び前年同月比の推移



日本人の国内旅行消費額も、3月は前年同月比53.1%減の7,864億円となり、2010年の現行調査開始以降最大の減少率となった。

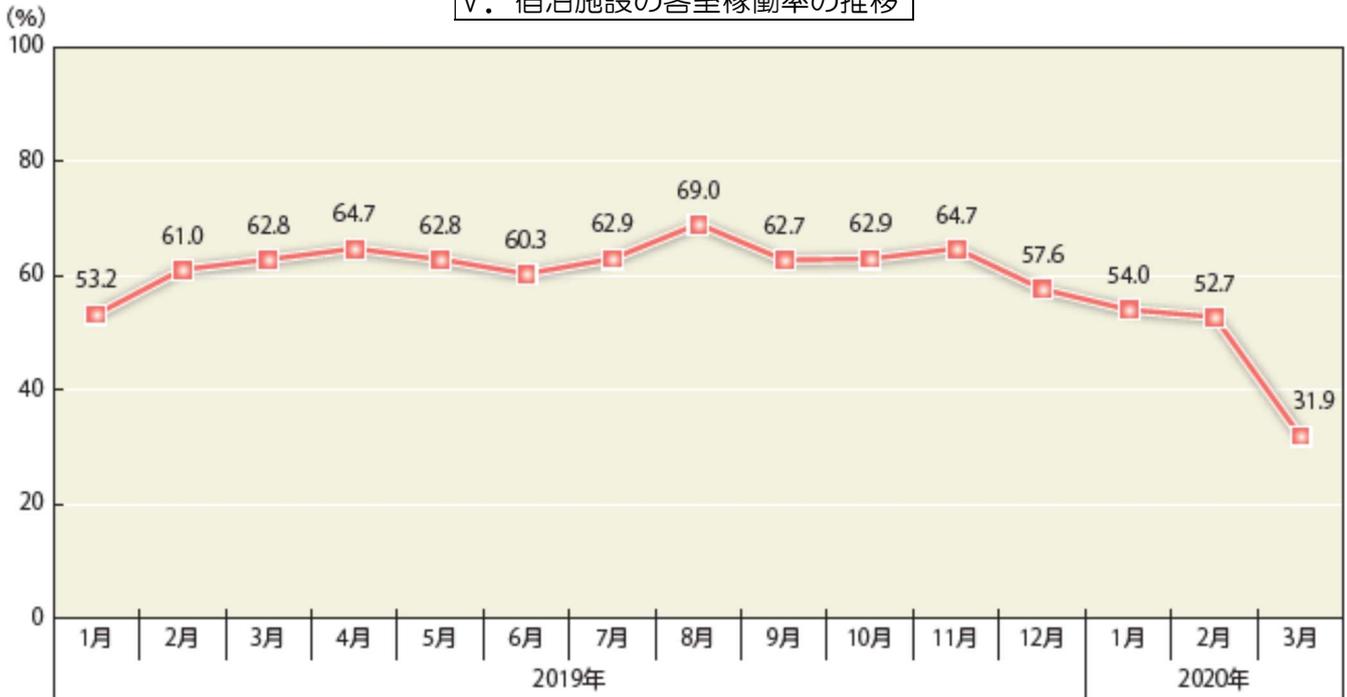
Ⅳ. 延べ宿泊者数及び前年同月比の推移

(百万人泊)



国内の宿泊動向をみると、2月の外国人延べ宿泊者数は、中国からの団体旅行客が減少したこと等により前年同月比41.3減の485万人泊となった。3月に入ると全体の延べ宿泊者数が前年同月比49.6%減の2,316万人泊となった。このうち外国人が同85.9%減の118万人泊、日本人が同41.8%の2,242万人泊となり、いずれも統計開始以降最大の減少率となった。

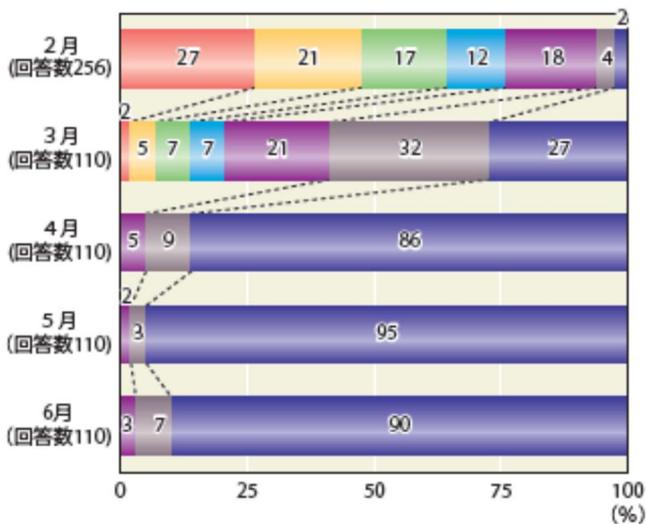
V. 宿泊施設の客室稼働率の推移



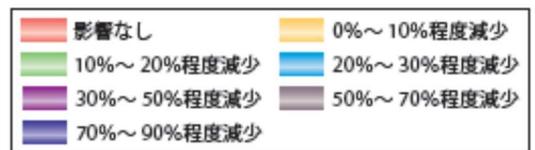
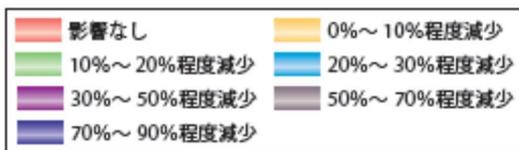
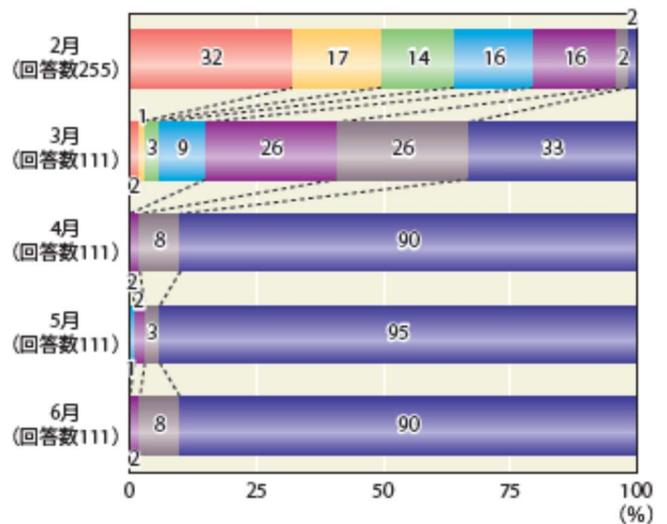
こうした国内外からの旅行者の急速な減少により、観光関連産業は厳しい状況に置かれている。宿泊施設の客室稼働率の推移をみると、2020年3月は前年同月の62.8%から30.9ポイント低下し、統計開始以降最低の31.9%となった。

Ⅵ. 宿泊業への影響

宿泊業の予約状況前年同月比※5、6月は見込み

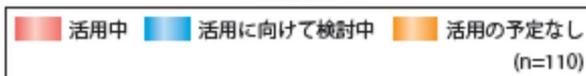
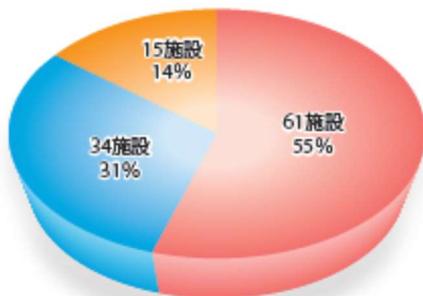


宿泊業の売上金額前年同月比※5、6月は見込み

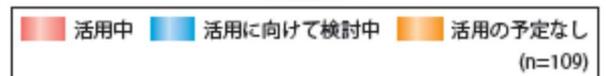
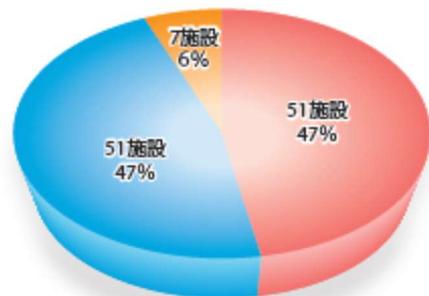


国の支援の活用意向

資金繰り支援
(セーフティネット貸付・保証等)

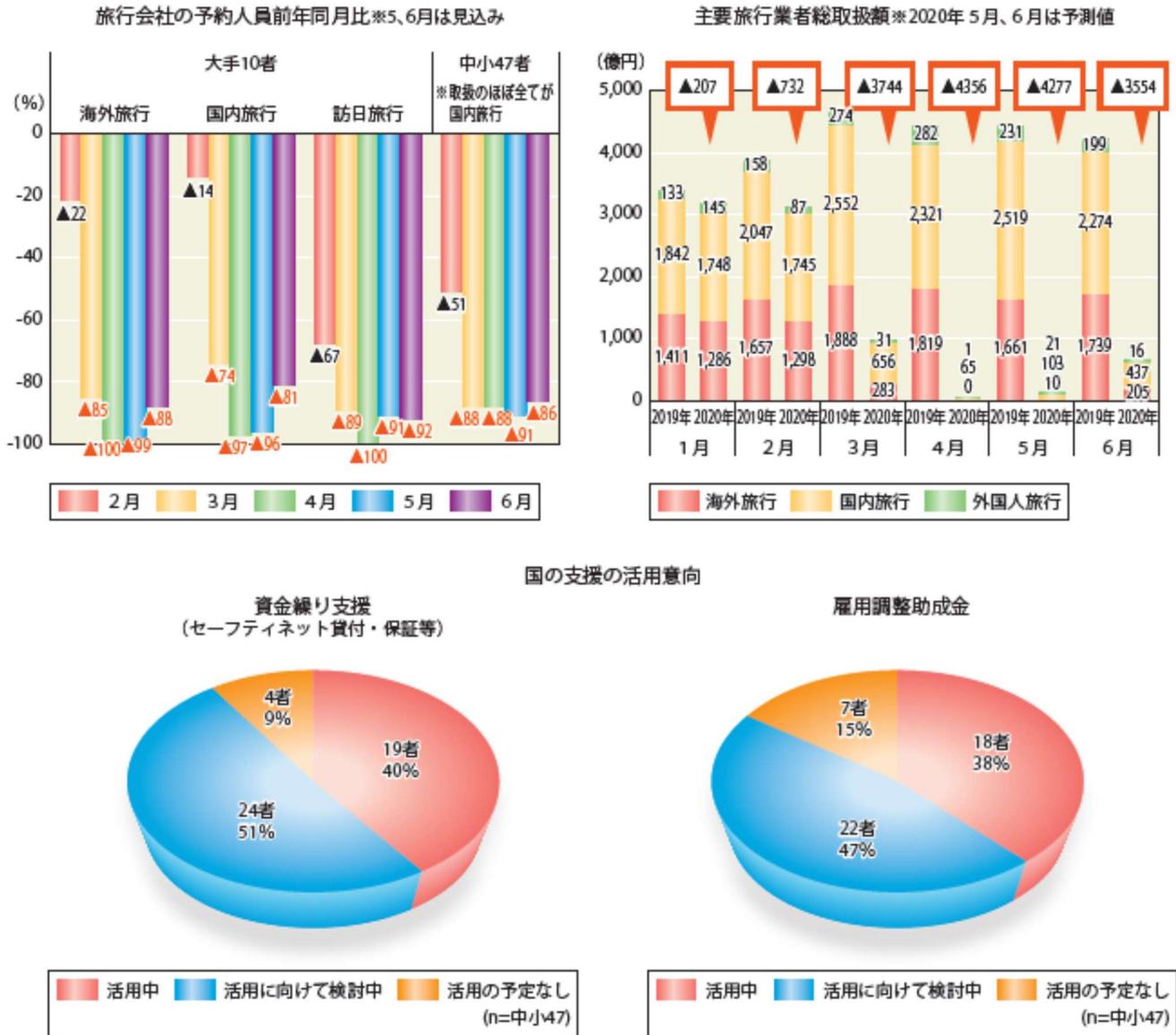


雇用調整助成金



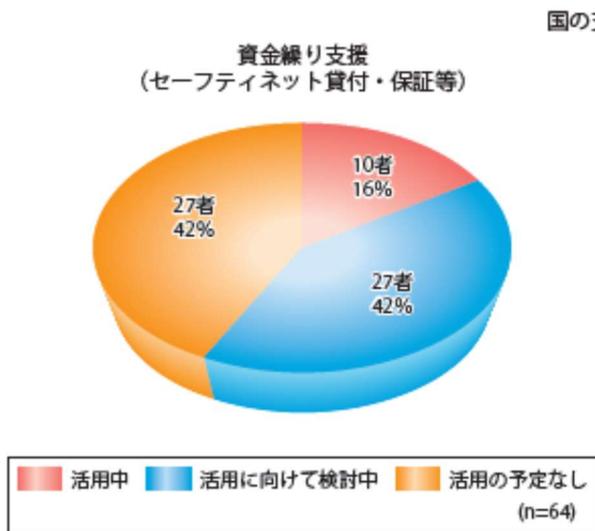
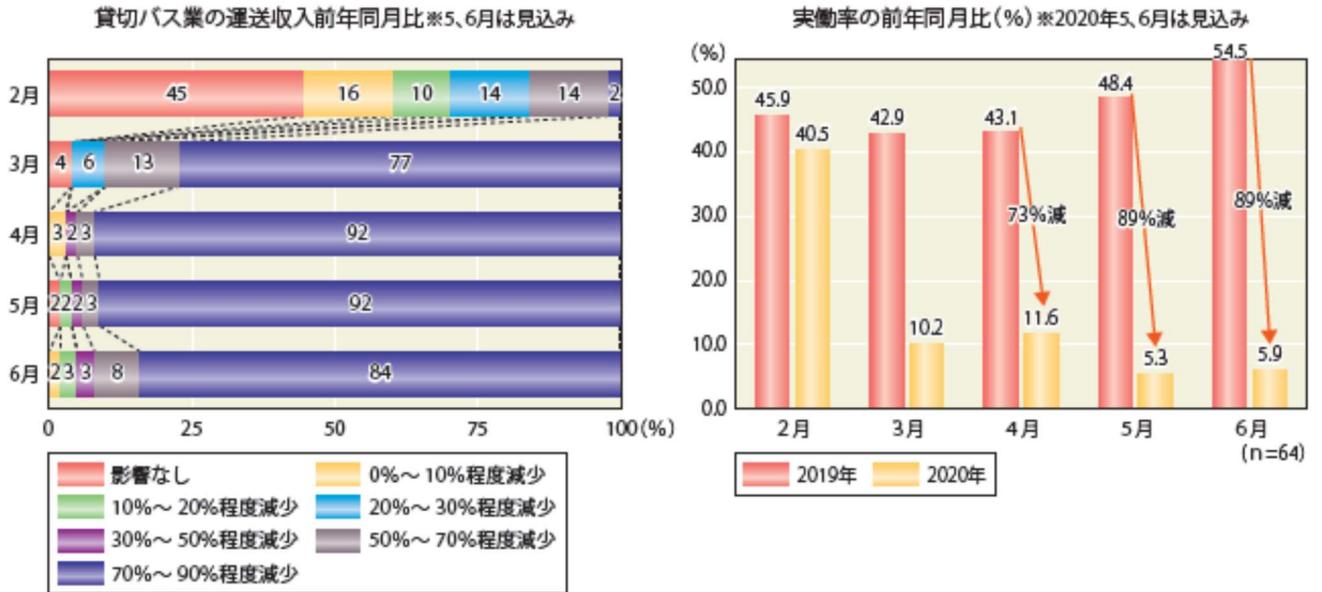
宿泊施設の予約状況を見ると、前年同月比70%以上減少と回答した施設は、2月は2%、3月は30%程度であったが、緊急事態宣言の発出等により、4月以降は90%程度まで増加した。売上金額についても同様の傾向であり、前年同月比70%以上減少と回答した施設は、2月は2%程度であったが、4月以降は約9割まで増加した。国の支援制度の活用状況については、資金繰り支援及び雇用調整助成金共に既に約5割の施設が活用済みであり、これに加えて約4割の施設が支援制度の活用に向けて検討中であった。

VII. 旅行業への影響

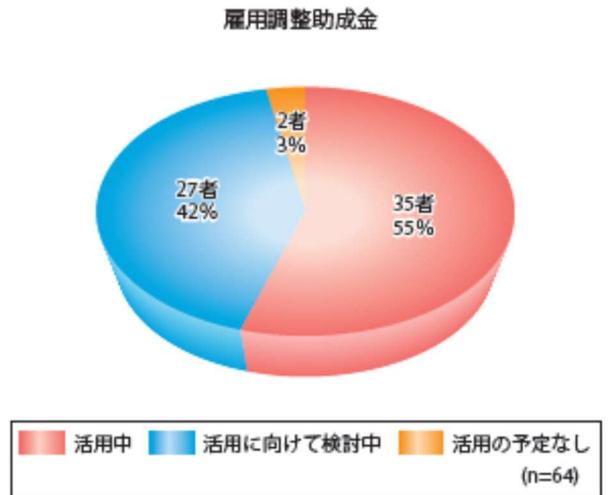


大手旅行会社の予約人員は、緊急事態宣言の発出等により、4月・5月の海外旅行、国内旅行、訪日旅行のいずれも前年同月比で9割以上の減少となった。特に、4月の海外旅行及び訪日旅行については、取扱いがゼロとなった。中小旅行業者の予約人員については、4月は前年同月比で88%減少し、5月は91%減少と極めて厳しい見込みとなった。主要旅行業者総取扱額をみると、4月は前年同月の4,422億円から4,356億円減少し、66億円となった。その後(予測値)は、5月が4,277億円、6月が3,554億円減となった。国の支援の活用状況については、資金繰り支援及び雇用調整助成金共に約4割の事業者が活用中であり、これに加えて約5割の事業者が支援制度の活用に向けて検討中であった。

VIII. 貸切バス業への影響



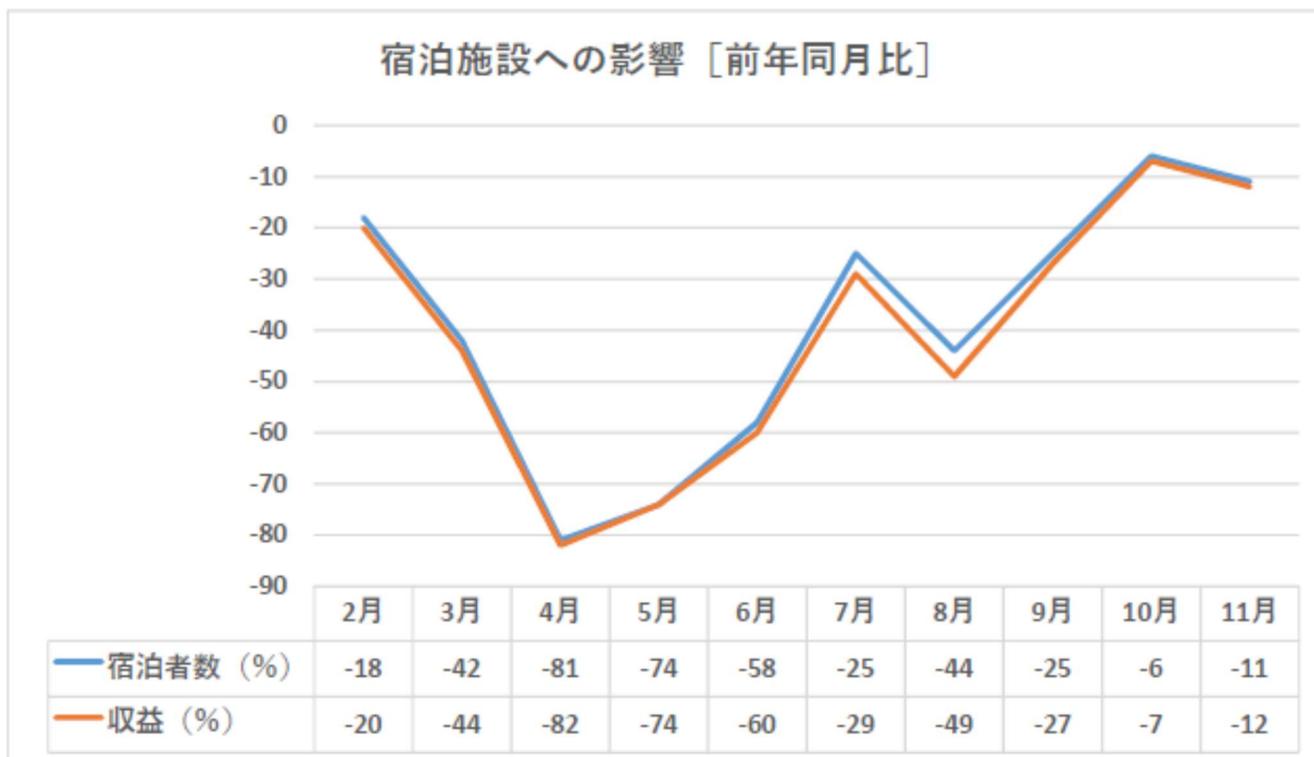
国の支援の活用意向



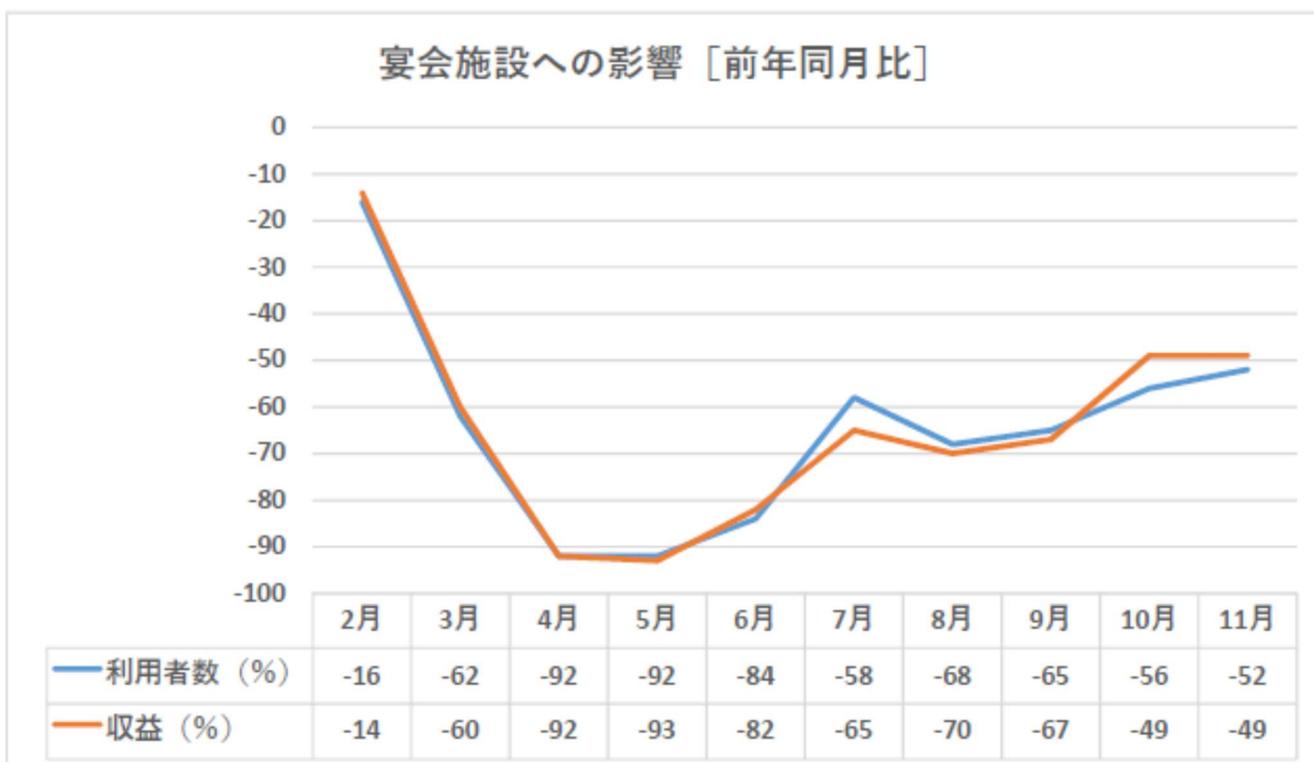
貸切バス業については、運送収入が前年より70%以上が減少する事業者は、2月時点では2%程度であったが、3月は約8割、緊急事態宣言の発出後は約9割まで急増しており、5月以降も厳しい状況が続く見込みとなった。車両の実働率についても、5月以降は約5%まで減少する見込みであり、ほとんどバスが動いていない状況となっている。国の支援のうち、資金繰り支援については、約2割が活用中であり、約4割が活用に向けて検討中であった。雇用調整助成金の活用状況は、約6割が活用中で、約4割が活用に向けて検討中であった。

【 当市の状況 】

1. 市内宿泊施設、宴会施設への影響



※市内宿泊施設（宿泊定員 50 人以上）11 施設の平均値



※市内大規模宴会施設 9 施設の平均値

令和2年4月7日に、政府が7都道府県を対象に緊急事態宣言を発出し、その後16日には全国に拡大され、最終的には5月25日に全国的に解除となりましたが、この間、不要不急の外出自粛や学校の休校、接客を伴う飲食店等への外出自粛、イベント・行事等の自粛など規制され、人の動きが完全に遮断された4月・5月となりました。その影響で、宿泊施設、宴会施設の利用が一気に落ち込み、前年同月比の70%から90%の減少となり、休業する施設も見られました。その後、感染者の減少に伴い、各種規制が解除される一方で、経済活動の再開が進み、観光需要の回復のため、秋田県では6月3日からプレミアム宿泊券事業を開始し、さらに当市では6月27日から市内宿泊支援事業として、県の助成額に対して半額をキャッシュバックする支援を行い、一気に宿泊需要が高まりました。同様に県では6月10日からプレミアム飲食券事業も開始し、飲食店需要が高まり、7月までにともに回復が進みました。しかし、7月以降に第2波と呼ばれる感染拡大が起こり、8月は首都圏や関西圏などとの往来の自粛により、再び減少傾向に転じました。それでも、経済活動との両立が叫ばれ、春のような強い規制もなく、7月から行われているGoToトラベル事業や追加のキャンペーンが次々と行われたことから、再度上昇を始め、10月には宿泊施設では前年同月比10%を切るほどの減少、宴会施設では50%前後まで回復してきました。しかしながら、宿泊施設は前年並みに近づく回復を見せているのに対し、宴会施設は依然50%減という状況にあり、民間事業所等では10人以上等の宴会規制があったり、大型宴会の回復が厳しい状況にあります。そんな最中、11月から第3波と言われる感染拡大が起こり、再度減少に転じています。このように感染拡大とある程度の収束が繰り返され、それに応じて影響度が変化していくということで、先行き不透明な状況下に、宿泊施設や宴会施設を抱える事業所の不安が続いています。

2. 新型コロナウイルス感染症に関する中小企業者支援

I. 中小企業等休業対応支援事業補助金

申請受付期間：令和2年5月14日～7月31日

受付件数：614事業者

(1) 秋田県の要請に応じて4/25から5/6までの間、施設の休業（食事提供施設の場合は営業時間の短縮含む）を行った事業者 535事業者

(2) 新型コロナウイルス感染防止を考慮し、5/2から5/6までの間、自主的に食事提供施設の休業を行った事業者 79事業者

総申請金額：132,200,000円

II. 横手市経営持続化支援事業補助金

・第1期申請

申請受付期間：令和2年6月1日～8月31日

受付件数：341事業者 申請金額：68,200,000円

・第2期申請

申請受付期間：令和2年9月1日～10月30日

受付件数：377事業者 申請金額：75,400,000円

合計 受付件数：718事業者 申請金額：143,600,000円

Ⅲ. 緊急雇用安定支援事業補助金

申請受付期間：令和2年5月14日～予算の範囲内で随時受付

受付件数：37件

総申請金額：8,820,066円

Ⅳ. セーフティネット保証制度及び危機関連保証の認定

受付件数：1,200件

種別/月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	計
SN4	76	36	107	53	41	15	26	28	24	406
SN5	0	0	20	70	51	37	33	27	25	263
危機関連保証	14	62	110	134	61	35	39	32	44	531
計	90	98	237	257	153	87	98	87	93	1,200

SN4：突発的災害（自然災害等）の発生に起因した売上高等が減少している中小企業者を支援するための措置

SN5：全国的に業況の悪化している業種に属する中小企業者を支援するための措置

Ⅴ. 横手市販路拡大等応援事業補助金

申請受付期間：令和2年5月14日～令和3年3月31日

受付件数：31事業者 総申請金額：4,841,000円

Ⅵ. 秋田の医療を支える横手ものづくり企業応援事業補助金

申請受付期間：令和2年5月14日～令和3年3月31日

受付件数：4事業者 総申請金額：4,000,000円

3. 市内宿泊支援事業（市内宿泊料キャッシュバックキャンペーン）

秋田県プレミアム宿泊券を利用する宿泊客に対し、券の利用1枚（5,000円）に対し、1,250円をキャッシュバックするもの。

県プレミアム宿泊券利用枚数：33,708枚

キャッシュバック金額：42,135,000円

4. 宿泊業等支援事業

新型コロナウイルス感染症の拡大により、売上高の減少など影響を受けている旅館、ホテルの宿泊事業者と宴会施設を有する事業者の事業を継続するための資金を助成するもの。助成内容として、令和2年6月～12月までの固定経費（電気代、水道代、ガス代、燃料費、通信費、リース料）相当、100万円を上限に助成。

受付件数：22事業者 総申請金額：20,336,899円

5. 横手の魅力好循環推進事業〈横手の魅力再発見キャンペーン〉

新型コロナウイルス感染症の影響により、売上の減少や商品在庫を抱えた土産品製造者を中心とした市内事業者の支援及び横手産品の魅力を発見・再確認する機会の創出を目的に実施したもの。

横手市民及び応援市民（よこて fun 通信読者）を対象に、横手の魅力再発見につながるアンケートを実施。回答者の中から、抽選で1万人に5千円相当の横手商品をプレゼント。

受付件数：市内81事業者 商品発注額：49,226,514円

第3次横手市観光振興計画

令和2年度策定

計画実施期間 令和3年度～7年度

商工観光部/観光おもてなし課/横手の魅力営業課