観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年　７月３１日

１．観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	広域連携ＤＭＯ･地域連携ＤＭＯ･地域ＤＭＯ	
観光地域づくり法人の名称	（一社）横手市観光推進機構	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 秋田県横手市	
所在地	秋田県横手市	
設立時期	平成 29 年 3 月 22 日	
事業年度	４月１日から翌年３月 31 日までの１年間	
職員数	９人【常勤６人（常勤理事１人・正職員２人・出向等１人・契約職員２人)、非常勤３人】	
代表者（トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者） ※必ず記入すること	（氏名） （一社）横手市観光推進機構 理事長　打川敦 （出身組織名） （一社）横手市観光協会	民間企業の社長や取締役として地域の経済界・商工業界をけん引するとともに、組織運営に関して様々な観点から改革を行い、地域経済の発展に貢献してきた。また、横手市観光協会代表理事会長を 17 年に渡り務めており、観光関連を含め幅広い分野の知識と経験で先進的事業に取り組み、成果を挙げている。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（ＣＭＯ：チーフ・マーケティング・オフィサー ※必ず記入すること	（氏名） 福岡美晴「専従」 （出身組織名） 横手コンベンション協会	横手コンベンション協会事務局として大会や会議の誘致を行ってきた。観光マーケティングを学び現在は、観光調査や主催事業等でアンケートを実施し調査分析した上で関係各所へ報告を行っているほか、事業の見直しや企画を行っている。
財務責任者（ＣＦＯ：チーフ・フィナンシャル・オフィサー） ※必ず記入すること	（氏名） 佐々木義和「専従」 （出身組織名） 横手市役所	市職員として 30 年以上勤務。平成 10 年には、基金（10 億円）運用と運用益活用による地域活性化事業（首都圏・仙台圏における物産販売促進事業、観光 PR 事業、秋田ふるさと村を活用した地域振興イベント事業、市町村職員の人材育成業務を担当）を経験。 平成 17 年の市町村合併後は、秘書や人事研修担当を経験後、合併特例債活用事業や国の経済対策

様式１

		事業など、市町村合併後の地域経済の立て直しや地域活性化策に取り組んだ。 また、広報公聴、広域市町村圏時代に築いた人脈や経験をもとに、地域の物産、加工品の販路拡大、海外輸出への取組、特に横手市の特産品である「いぶりがっこ」のブランド化に向けた国の GI 登録のための組織化（横手市いぶりがっこ活性化協議会）に取り組むとともに、食品衛生法改正に伴う加工施設改修支援などの補助事業を創設した。農業分野を担当した際は、豪雪や風水害などの災害からの復旧・復興に資する融資制度の拡充や営農継続のための補助事業の創設。JA などと連携した担い手農業者の育成・研修制度の充実を図ることで、農林部在任中を含め、7 年連続農業産出額秋田県１位（東北 5 位）を達成するなど、幅広い分野で活躍。
各部門（例：プロモーション）の責任者（専門人材） ※各部門責任者のうち専従の者については、氏名の右横に「専従」と記入すること	（氏名） 渡邊竜一 （出身組織名） 株式会社アジア･メディアプロモーション 代表取締役	・旅館の販売促進、情報誌「じゃらん」「ゼクシィ」等の編集、読者向けのイベント企画・運営を経て、株式会社リクルート地域活性部契約プランナーとして様々な地域活性事業に従事。 さまざまなネットワークを生かし、政・官・学・民・金の連携を生む橋渡し役として現在活動中。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	横手市商工観光部観光おもてなし課	
連携する事業者名及び役割	連携する事業者名及び役割 ◆着地型旅行商品造成、イベント連携、共同プロモーション等 （一社）横手市観光協会、（一社）増田町観光協会、平鹿町観光協会、大森町観光協会、十文字町観光協会、山内観光協会、秋田ふるさと村、(株)羽後交通 ◆誘客事業、マーケティング調査協力、特産品販売・開発等 横手商工会議所、横手青年会議所、よこて市商工会 ◆特産品販売・開発等 道の駅十文字、道の駅さんない、道の駅美郷、横手市物産団体連絡協議会 ◆組織運営管理、各支店ネットワークにおける情報提供、協力体制確立等 地方銀行/秋田銀行、北都銀行、北日本銀行、秋田信用金庫 ◆アクセス改善、旅行商品造成、集客等 東日本旅客鉄道株式会社秋田支社、株式会社羽後交通、秋田県ハイヤー協会、東日本高速道路株式会社横手管理事務所 ◆情報集約、情報発信への協力等 横手市情報センター、NPO 法人 Yokotter、横手かまくら FM	

	◆旅行商品造成、マーケティング調査への協力、集客等 秋田県旅館ホテル生活衛生同業組合 ◆通年集客エリアとしての確立、各種イベント実施への協力等 増田まちなみ保存会、横手市増田まんが美術館 ◆地酒を主体としたツーリズム造成の協力、商品開発、イベント協力等 山内杜氏組合 ◆イベント、キャンペーン施策協力等 横手市飲食業協会、横手やきそば暖簾会、横手やきそばサンライ’S、横手発酵文化研究所
官民･産業間･地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み	（該当する要件） ①様々な分野の代表者により構成される理事会の設置 ・法人の決定機関として行政・経済・農業・金融・交通等の代表者が参画した理事会を設置している。地域一体となった観光地域づくりに向けて取り組んでいる。 【理事】 横手商工会議所・よこて市商工会・秋田県旅館ホテル生活衛生同業組合横手支部・（一社）横手市観光協会・（一社）増田町観光協会・平鹿町観光協会・十文字町観光協会・大森町観光協会・山内観光協会・秋田ふるさと農業協同組合・JR 横手駅・羽後交通（株）・よこて市商工会青年部・横手市農林部・横手市商工観光部・北都銀行・秋田銀行・横手市物産団体連絡協議会 ②観光地域づくりの推進に関し、ＤＭＯの組織内に幹事会を設置 ・KPI に基づいた実務的な事業の企画立案等を進めている。 【幹事】 横手商工会議所・よこて市商工会・秋田県ハイヤー協会・北日本銀行・秋田信用金庫・（一社）横手青年会議所・秋田ふるさと農業協同組合青年部・横手やきそば暖簾会・（一財）横手市スポーツ協会 ③行政側（横手市）のサポート体制 ・市と県が参加する定例会議を月に 1 回開催している。 ・横手市観光振興計画の見直しを行い。策定部会にも横手市観光推進機構が参加し DMO 事業を明記した。市と連携しながら、観光振興計画に基づいて事業展開している。また、三か月に一度 PDCA 会議を開き、専門家、市、DMO で進捗管理を行っている。
地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組	SNS や会報などで活動を周知しているほか、市報や地元 FM ラジオなどで情報発信を行っている。また、市と協力して市民を対象とした、セミナーやガイド育成セミナーなどを開催し、地域への誇りと愛着を高められるよう努めている。また、イベントやワークショップ、モニターツアーでは、地元の高校生にも参加してもらい地域の課題解決に一緒に取り組んでいる。

様式１

法人のこれまでの活動実績	**【活動の概要】**

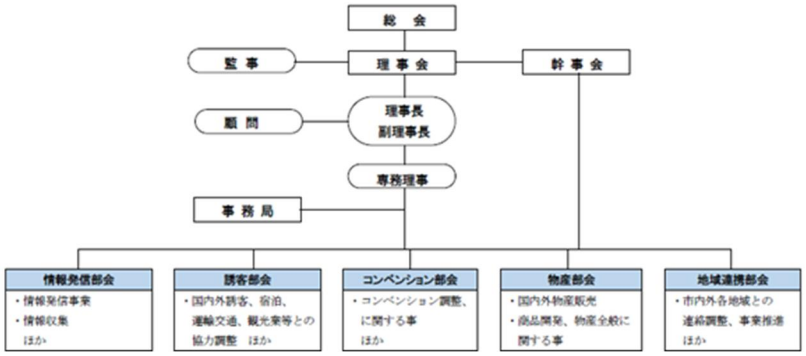
事業	実施概要
情報発信・プロモーション	≪SNS・ホームページによる情報発信≫ ① Web 分析を行いながら、広告をかけるなど、当市を訪れたくなるような情報発信に努めている。当市のブランドイメージである「第２のふるさと」“日常の暮らしから離れ心を休ませられる場所、何度も通いたくなる場所、子供心に戻れる場所、離れていてもつながっていられる存在。帰りたくなる横手”を意識した発信を強化している。YouTube や Facebook（国内・台湾・タイ）や Instagram を活用した発信も行っている。 ② 多言語化した動画を YouTube にアップしているほか、市内の観光施設で放映している。 ③ （株）アクティビティジャパンでコンテンツの販売を行っている。 ④ 県主催の商談会への参加や、ファムツアーの受入れを行っている。また、台湾旅行博へ参加し、「食×雪」の PR を行った。 ⑤ホームページに JTBBOKUN を導入し、体験コンテンツの売を行っている。
受入環境の整備	≪平成 30 年度～令和 6 年度　国際教養大学との交流事業≫ 市内観光施設の案内表示等の多言語化提案を行った。 ≪地域通訳案内士育成・ガイド育成セミナー・インバウンドセミナー・外国語セミナー等の開催≫ 市と連携し、「知育通訳案内士の育成講座」を実施した。 の構築を行った。

		≪令和３年度～≫ ・横手の観光コンテンツでもある「マンガ」をPRするためタクシー会社と連携し「ラッピングタクシー」の運行を開始し、「よこてドライブ」と題してホームページでモデルコースの紹介や、駅改札前にボードを設置し、案内を行っている。 ≪令和６年度≫ 市内企業向けにインバウンドセミナーを開催
	観光資源の磨き上げ	観光資源の磨き上げ 体験メニューを提供する個人・団体・企業を訪問し、体験コンテンツのブラッシュアップを実施した。また、OTAでの販売強化や旅行会社への営業活動を行い、観光客への訴求力向上と販売拡大を図った。 ・PR用パンフレットの作成 ・特設HPの構築 ・アンケート調査の実施 ・旅行会社への営業 ・旅行商談会への参加 ・ファムツアー受け入れ ・インフルエンサー招聘 目標 体験満足度　80% 体験受入件数　7,000人 達成度 体験満足度　90% 体験受入件数　7,600人 ≪マーケティング事業≫ Webアンケートを活用し観光満足度調査を実施して、調査結果は関係各所へ報告を行っている。 ≪令和元年度～　二次アクセスについての課題改善≫ 二次アクセスについての課題改善のため、自転車を使ったまちづくりを推進すべく全市をコースとしたサイクリングイベ

		ント「かまくらライド」を開催。令和 2 年～3 年は、コロナ禍で開催を見送ってきたが、令和 4 年には、3 年ぶりに開催することができ、全国から 300 名のライダーが集まった。また、市と連携して、タクシーの利用促進のためモデルコースの構築と紹介を行った。 参加者満足度　90%　【令和 5 年度　93%】 リピーター率　50% 参加者数　　800 人【令和 5 年度　380 人】 ≪令和 6 年度～駅レンタサイクル≫ 駅を拠点にまちあるきを楽しんでもらうことを目的にレンタサイクルに取り組んだ。 年間利用者数　234 人 ≪県南広域連携事業≫ 観光誘客促進のため、秋田県南地域で連携したモニターツアーを実施。県南版のウェブサイトで各地域コンテンツを紹介したほか、各地域の季節に合ったコンテンツを出し合い、検証を行った。 ≪令和 4 年度観光庁・地域独自の観光資源を活用した地域の稼げる看板商品の創出事業≫ 釣り・里山・雪をテーマにした女子旅モニターを実施。これまでになかったアクティビティをコンテンツとして検証を行った。完成したコンテンツは令和 5 年度に販売している。 ≪地域一体となった観光地の再生・観光サービスの高付加価値化事業≫ 横手駅前エリアを対象に、観光地再生に向けた地域計画の申請を行った。ワーケーションの受入れ強化や、まちあるきの推進などを立案し、宿泊施設や観光施設の改修等を行った。令和 4 年度～6 年度までの参加事業者 19 施設と連携し、駅前エリアを中心に飲食を楽しめるまちあるき観光の促進などに取り組んでいる

【定量的な評価】

１．ホームページ PV 数

	２．参加者数 ３．体験満足度
実施体制 ※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。	**【実施体制の概要】** ・（一社）横手市観光推進機構は、平成 29 年 3 月 31 日をもって解散した横手市観光連盟及び横手コンベンション協会が母体となっている。 ・実施体制としては、行政・商工・農業・金融・交通等多様な関係者が参画し、官民が密接に連携した運営に努めている。 ・具体的な事業の協議・実施を進めるため、幹事会を設置し事業効率を図っている。 **【実施体制図】** 

２．観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】

【区域設定の考え方】

秋田県南部に位置する横手市は、平成 17 年 10 月、旧横手市、旧平鹿郡の増田町・十文字町・平鹿町・雄物川・大森町・大雄村・山内村の計 8 市町村（以下、横手市エリア）が市町村合併して誕生した自治体。その面積は約 693 ㎢に及び、東西の端から端までは、約 45㎞ に及ぶ。

これまで、市の各地域局や、各地域の観光協会、商工団体、農業団体などそれぞれが個々に、国内外に向けて観光情報を発信してきた。しかしながら、横手市の魅力度の発信は今一つの状態で、国内の多くの観光地に比べ、認知度は低位に。古代より北東北有数の交通の要衝の地でもあるが、このアドバンテージも十分に活かせずにいたのが現状。横手市の認知度向上を図り、国内・海外の観光客の誘客数を伸ばし、産業を育成し伸長させ、未来に活力を与えていくためにも、「観光」を、横手市の成長が見込める「戦略産業」と位置づけ、平成 30 年度に地域 DMO を組織した。地域の特徴を引き出しながら、ブランド作り、情報発信の一元化、魅力的な旅行商品づくり等を進め、観光誘客、交流人口の増を図り、地域への経済効果を目的に事業展開している。

【観光客の実態等】
令和 6 年度の年間観光客数は約 330 万人で、コロナ禍前の 350 万人に近い水準まで回復している。特に 2 月は、民族伝統行事である横手の雪まつり「かまくら」の開催により観光客数が最も多く、約 30 万人が訪れている（コロナ禍前は 69 万人）。

年間宿泊者数は約 23 万人で、コロナ禍前の 24.8 万人にほぼ並ぶ状況となっている。増田エリアでは、国の重要伝統的建造物群保存地区に選定された商屋の町並みや、平成 31 年にリニューアルオープンした横手市増田まんが美術館があり、年間約 14 万人が来場している。また、県内で最高の売上を誇る「道の駅十文字」を有する十文字エリアと合わせ、増田・十文字エリアの通年の来訪者数は増加傾向にあり、年間で約 90 万人に達している。

外国人観光客の宿泊者数は約 2,900 人で、コロナ禍前より増加傾向にある。なお、通過型の外国人観光客を含め、多くが県内の観光テーマパーク「秋田ふるさと村」に立ち寄っている。

当市の観光客は県内および隣県からの来訪者が 6 割を占めており、通過型観光が主流でリピーターが多いものの、観光消費額は低い傾向にある。

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】
①鉄道
〇秋田～横手　（ＪＲ奥羽本線）　１時間１０分
〇盛岡～大曲～横手　（秋田新幹線・ＪＲ奥羽本線）　１時間３０分
〇仙台～大曲～横手　（秋田新幹線・ＪＲ奥羽本線）　２時間５０分
〇東京～大曲～横手　（秋田新幹線・ＪＲ奥羽本線）　３時間３０分
〇仙台～北上～横手　（東北新幹線・ＪＲ北上線）　２時間１０分
〇東京～北上～横手　（東北新幹線・ＪＲ北上線）　４時間
〇山形～新庄～横手　（山形新幹線・ＪＲ奥羽本線）　３時間
〇東京～新庄～横手　（山形新幹線・ＪＲ奥羽本線）　５時間
※待ち時間を含まない乗車時間（停車駅数により変動）

②飛行機
〇【東 京】羽 田～秋田　１時間１０分
〇【名古屋】中 部～秋田　１時間３０分
〇【大 阪】伊 丹～秋田　１時間４０分
〇【札 幌】新千歳～秋田　１時間１０分
〇【台湾】台湾・桃園国際空港～秋田　４時間

～秋田空港からの連絡手段～
■エアポートライナー（乗合タクシー）：秋田空港～横手　１時間２０分
■リムジンバス：秋田空港～ＪＲ秋田駅～ＪＲ横手駅　１時間４０分
■レンタカー：秋田空港～横手　１時間

③車
〇秋田～横手　１時間
〇北上～横手　５０分
〇仙台～横手　２時間１０分
〇東京～横手　５時間３０分
※東北自動車道１００ｋｍ／ｈ、秋田自動車道８０ｋｍ／ｈで計算

④バス
〇レイク＆ポート号
田沢湖～角館～大曲～横手～東京～横浜・鎌倉・藤沢
〇グリーンライナー号
湯沢～十文字～横手～仙台
大曲～六郷～横手～仙台
〇高速バス秋田行
秋田～横手～湯沢

【外国人観光客への対応】
・ホームページの多言語化（英語、中国語/繁体字・簡体字）
・観光案内版の多言語化
・地域通訳案内士の紹介
・公衆無線 LAN の整備

３．各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
旅行消費額	来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため。	アンケート調査を自主事業として実施。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	市独自調査を活用。
来訪者満足度	来訪者の満足（不満足）に繋がっている要因を分析し、戦略立案に繋げるため。	アンケート調査を自主事業として実施
リピーター率	リピーター顧客の動向を把握し、戦略立案に繋げるため。	アンケート調査を自主事業として実施。
ＷＥＢサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため。	ウェブ解析を委託し、レポートを毎月参考にしている。
住民満足度	観光振興に対する地域住民の理解度を測るため。	アンケート調査を自主事業として実施。

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

※地域経済、社会等の状況を踏まえた観光地域づくりの背景

コロナ禍における宿泊施設の相次ぐ閉館により、現在は繁忙期に宿泊予約が確保しにくい状況となっている。また、県内居住の観光客やビジネス客は観光消費額が低く、地域への経済波及効果も限定的であるという結果が出ている。

こうした状況を踏まえ、横手駅東口の再開発に合わせて、駅前エリアの宿泊施設・飲食店の改修や、まちあるきルートの構築を進めている。これにより、インバウンドを含む新たな来訪者層の獲得と、リピーター層における観光消費の増加を図るべく、民間事業者と連携しながら取り組みを推進している。

様式１

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み（Strengths） ･雪国の気候風土に育まれた多彩な伝統食文化（発酵食・寒天・砂糖料理） ・日本を象徴する自然・文化・歴史の体験コンテンツ(かまくら・横手市増田まんが美術館・増田のまちなみ) ・近隣県(山形、宮城、岩手)から秋田県内の周遊へつながるゲートウェイ(入口)としての立地を活かした顧客接点の多さ	弱み（Weaknesses） ・かまくらや横手やきそばなどのメイン観光コンテンツ以外の認知度の低さなどの理由から滞在時間が短く「立ち寄りエリア」となりがち。滞在時間の短さが、観光消費額の伸び悩みや、再訪意欲の阻害につながっている
外部環境	機会（Opportunity） ・ガストロノミーツーリズム:GT(その土地が生んだ食文化に触れることを目的とした旅行)／アドベンチャーツーリズム:AT(その土地の自然、生活者との交流等を目的とした旅行)市場の拡大 ・R2 年度から開始した横手駅東口前再開発 ・秋田と台湾の直行便の就航（令和 5 年 12 月）	脅威（Threat） ・新型コロナウイルスにより宿泊施設が閉業 ・雪害 ・ご当地グルメの終息 ・物価高騰

※上記に加え、ＰＥＳＴ分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入（様式自由）。

（３）ターゲット

〇第１ターゲット層
「秋田」「岩手」「宮城」「山形」「青森」の東北地域のリピーター

〇選定の理由
・秋田県内、青森県、岩手県、宮城県、山形県からの観光客が全体の約 6 割を占めている。
・「秋田県内、岩手県、山形県」に関しては、リピート客が大半であり、「宮城県」に関してはリピート客と新規観光客が半々の状況にある。
・青森県からの観光客数は「岩手」「宮城」「山形」と比較すると低い。しかし、物理的距離も近いことから、新規顧客獲得を狙うことができると考える。

〇取組方針
・顧客ニーズをしっかりと分析し、リピート客向けには体験したことのない「横手観光」の提案を行い、新規客に対してはメインコンテンツとなりうる代表的な祭りや行事に関するプロモーション活動を展開できるよう進めている。また、東北圏内への SNS 広告などを活用しながら、情報発信を行っている。

・横手市を立ち寄り箇所とし、他地域に宿泊している現状を踏まえ、宿泊を促すような飲食を含む夜間・早朝の過ごし方を提案していく。
・朝や夜の魅力発信や周遊ルートや体験型コンテンツを構築
（横手市増田まんが美術館を活用したナイトミュージアムツアーの開催など）

○ターゲット層 「東京都」「神奈川県」「埼玉県」「茨城県」「千葉県」の首都圏　50 代～
○選定の理由 ・東京都、神奈川県、埼玉県、茨城県、千葉県からの観光客が全体の約 3 割を占めている。 ・首都圏からの観光客の大半は宿泊を伴い、観光消費額も高い。 ・首都圏からの観光客の移動手段は、鉄道約 4 割・車約 3 割という状況であり、飛行機の利用は低調であることから、空港を有しない当市でも首都圏からの誘客が可能だと考える。 ○取組方針 ・「かまくら」「横手市増田まんが美術館」「内蔵」「伝統食」などをメインコンテンツとしたプロモーションを行っていく。 ・首都圏からの観光客の鉄道利用は約 4 割であることから、今後は二次アクセスの弱さを補うことを目的に、バスやタクシーの利用拡大を図る。また、レンタサイクルの普及や、ロードバイク愛好者向けにサイクルスポット等の設置を進めていく。 ・観光消費を促す場（体験や買い物）を提案できるよう、スタンプラリーやまちあるきプランや体験型コンテンツの構築を行う。 ・車を主たる移動手段とする観光客向けに、ドライブマップの提供や魅力ある情報を提供することにより、横手市への誘客を戦略的に展開する。
○ターゲット層 「台湾」「タイ」
○選定の理由 ・市が「台湾」と「タイ」をターゲットにしており、トップセールスや輸出を目的とした物産フェアなどの取り組みを継続している。また、ＤＭＯとしても台湾の大同大学と市が取り組む「国際的産学官プロジェクト」に協力し台湾学生の受け入れや、台湾向けの情報発信を行うなど、台湾との交流が密接である。12 月から台湾チャーター便が運航しており秋田空港から横手市までは 1 時間弱である。また岩手県の花巻空港から当市へのアクセスは電車で 2 時間程であること。 ○取組方針 ・通訳ガイドの育成や、表示看板の多言語化など、受け入れ体制の強化を行う。また、アンケートを実施しニーズを把握し、それらを活用し誘客を目的としたプロモーションを展開していく。 ・横手強みである「雪」や「マンガ」をテーマにプロモーションを展開する。 ・台湾向けの宿泊、体験の予約システムの導入を検討している。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	雪灯りと四季彩々の食 ぬくもりの町並みめぐり

②コンセプトの考え方	横手市は昔から雪とともに暮らしてきた地域であり、雪国ならではの文化が息づく街。春夏秋冬一年を通しての穏やかな暮らしと、四季折々の豊かな自然と食。横手のかまくら、温もりある灯りと人々のふれあい。商人町にタイムスリップしたような増田の内蔵のある町並み、個性豊かな温泉と各地域の美しいお祭り。横手にはいなか暮らしの中に、ふれあいやぬくもりのあるおもてなしがある。

５．関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有 ※頻度が分かるよう記入すること。	・理事会、幹事会は多様な関係者で組織し、半年に１度開催し、成果と課題を明確にして事業計画を行っている ・事業毎に「実行委員会」を組織して、多様な関係者を交えコミュニケーションと協議を重ね、情報共有や戦略を立てている ・市、県の担当課との定例会議を月に１度開催し、情報共有を図っている ・アンケートの分析結果や進捗状況を会議等で報告できるよう体制を整えている ・会員が稼げる仕組みの構築を検討している（会員をビジネスパートナーとしたDMC支援事業の推進など）
	・地域事業者や学生などを集めたワークショップを年二回開催 ・KPIの達成状況を総会や行政との報告会で説明をしている ・分析結果等を記載した事業報告書を作成し、地域の関係者に送付
観光客に提供するサービスについて、維持･向上・評価する仕組みや体制の構築	・受入体制の強化を目的に、インバウンドセミナーや接遇マナー講習、外国語セミナー等を実施 ・宿泊施設及び観光施設と連携し、観光客満足度調査を実施 ・会員や行政と調査結果を共有し、成果と課題を共有している
観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信･プロモーション	・ＳＮＳ、ホームページ、メディア等を活用した効果的な情報発信と、ターゲットを意識し、直接的なプロモーションを展開する ・横手市との役割分担を行いながら、観光情報等の多言語化と一元的な情報発信の取り組みを検討している ・関係機関と連携、調整を図り、早期の実現を目指す

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

様式１

６．ＫＰＩ（実績・目標）

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後３年間における明確な数値目標を記入すること。
※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去３年間の実績も記入すること。

（１）必須ＫＰＩ

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●旅行消費額（円）	目標	33,000	36,000	37,000	38,000	39,000	40,000
		( )	( )	( )	( )	( )	( )
	実績	35,500	37,630	38,714			
		( )	( )	( )			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	260	230	240	280	300	320
		(3)	(2.5)	(2.6)	(2.8)	(3)	(3.5)
	実績	194	228	233			
		(0.1)	(2)	(2)			
●来訪者満足度（%）	目標	77	80	82	85	86	87
		(77)	(80)	(82)	(85)	(86)	(87)
	実績	72	79	81			
		(78)	(80)	(85)			
●リピーター率（%）	目標	87	88	89	80	81	82
		( )	( )	( )	( )	( )	( )
	実績	72	75	71			
		( )	( )	( )			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】
より正確なデータ収集を行うため、当機構は観光客が集まりやすい施設を選定し、来訪者が多い時期に現地調査を実施した。また、ウェブアンケートを併用し、聞き取り項目を詳細に設計するなど調査手法を改善した。得られた結果を踏まえて分析・見直しを行い、当機構が実務で活用しやすい形式でデータを整理するとともに、関係各所と共有を図っている。

【設定にあたっての考え方】
●旅行消費額
駅前再開発が進んでいる当市では、今後駅周辺のまちあるきを楽しむ観光客が増えることを想定し、観光消費を促していく。

●延べ宿泊者数
新型コロナウイルス感染症の影響により、令和５年度までは観光指標がコロナ禍前の水準まで回復していなかったが、令和６年度には概ねコロナ禍前の数値まで戻った。

●来訪者満足度
観光アンケート結果を基に指標を設定し、体験コンテンツのブラッシュアップやプロモーションを進めることで満足度の向上を図る。

●リピーター率
これまで当市の観光事業では、リピーター客を対象としたプロモーションを積極的に実施してこなかった。しかし、コロナ禍において県内および隣県からの来訪者が増加したことで、リピーター客が増えている現状がある。今後は、何度も訪れたくなる観光地づくりを目指し、リピーター層に向けた施策を含め、事業を一層推進していく。

（２）その他の目標

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●住民満足度（%）	目標	45	50	60	65	67	70
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	54	54	54			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●会員満足度（%）	目標	60	62	65	67	70	75
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	55	58	60			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●HP 月間 PV（件）	目標	20,000	25,000	30,000	40,000	45,000	50,000
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	12,000	5,445	20,000			
		（ ）	（ ）	（ ）			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値
※各指標項目の単位を記入すること。

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

【設定にあたっての考え方】
●会員満足度
これまでは会員満足度の測定を行ってこなかったが、当機構は会費収入を主な運営費としていることから、今後は会員がより満足できる事業を実施していく必要があると考えている。また、会員は市民でもあり、日頃感じている観光に対する意見や課題を聞き取ることで、地域全体で観光地域づくりを推進していく。

●月間 PV 数
年間 PV の平均値を目標値として設定している。年間を通して閲覧されるウェブサイトとなるよう改良を進めており、これにより PV の増加を見込んでいる。

●市民満足度
地域づくりを推進するうえで、市民の協力は不可欠である。市民満足度を数値化することで、市民への事業の浸透度や観光に対する意識、抱えている課題を明確化できると考えている。

様式１

７．活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後３年間について、計画年度毎に（１）収入、（２）支出を記入すること。
※現に活動している法人にあっては、過去３年間の実績も記入すること。

（１）収入

年（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）	
2022（Ｒ４）年度	（円） 59,223,944	【市補助金】 【県補助金】 【事業収益】 【会費】 【雑益】	25,599,000 300,000 25,195,347 3,580,000 1,849,597
2023（Ｒ５）年度	（円） 33,934,733	【補助金】 【受託収益】 【事業収益】 【会費】 【雑益】	20,439,000 4,431,150 4,671,439 3,700,000 693,074
2024（Ｒ６）年度	（円） 63,126,331	【補助金】 【指定管理料】 【受託収益】 【事業収益】 【会費】 【雑益】	26,732,803 22,594,000 1,868,680 6,239,553 3,605,000 2,082,372
2025（Ｒ７）年度	（円） 60,933,000	【補助金】 【指定管理料】 【受託収益】 【事業収益】 【会費】 【雑益】	29,089,000 23,694,000 1,400,000 3,000,000 3,605,000 200,000
2026（Ｒ８）年度	（円） 60,933,000	【補助金】 【指定管理料】 【受託収益】 【事業収益】 【会費】 【雑益】	29,089,000 23,694,000 1,400,000 3,000,000 3,605,000 200,000
2027（Ｒ９）年度	（円） 60,933,000	【補助金】 【指定管理料】 【受託収益】 【事業収益】	29,089,000 23,694,000 1,400,000 3,000,000

		【会費】	3,605,000
		【雑益】	200,000

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）	
2022（Ｒ４）年度	（円）61,566,300	【地域共創・受託事業】	1,339,033
		【プロジェクト事業】	16,577,038
		【他事業】	10,324,740
		【受託事業】	10,075,669
		【事業推進費】	14,364,505
		【管理費】	8,885,315
2023（Ｒ５）年度	（円）38,595,390	【地域共創・受託事業】	1,681,982
		【プロジェクト事業】	3, 578, 852
		【他事業】	11, 788, 624
		【受託事業】	2, 444, 566
		【事業推進費】	14,364,505
		【管理費】	19, 101, 366
2024（Ｒ６）年度	（円）62,621,199	【地域共創・受託事業】	1,610,096
		【プロジェクト事業】	1,654,416
		【他事業】	17, 931, 840
		【受託事業】	474, 626
		【事業推進費】	14,364,505
		【管理費】	40,950,221
2025（Ｒ７）年度	（円）60,933,000	【地域共創・受託事業】	1,339,033
		【プロジェクト事業】	16,577,038
		【他事業】	10,324,740
		【受託事業】	10,075,669
		【事業推進費】	14,364,505
		【管理費】	8,885,315
2026（Ｒ８）年度	（円）60,933,000	【地域共創・受託事業】	1,339,033
		【プロジェクト事業】	16,577,038
		【他事業】	10,324,740
		【受託事業】	10,075,669
		【事業推進費】	14,364,505
		【管理費】	8,885,315
2027（Ｒ９）年度	（円）60,933,000	【地域共創・受託事業】	1,339,033
		【プロジェクト事業】	16,577,038
		【他事業】	10,324,740
		【受託事業】	10,075,669
		【事業推進費】	14,364,505
		【管理費】	8,885,315

（３）自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

短期的には収益事業で自立することは困難であることから、横手市観光振興計画の中で、中長期的な事業実施に係るものについて、財源も含め市と連携しながら戦略的に事業を進める。

・得られた収益で組織基盤を強化し、組織運営の安定化を図る。

・指定管理による財源確保
・会員事業者の拡大
・着地型旅行商品（インバウンド）の造成と効果的な販売方法の確立を目指す
・物販商品の開発拡充
・マーケティングによる、データ収集・分析事業を柱に、旅行商品の開発による手数料や会費、参加費、広告料等の確保を目指す。
・自主事業を実施して外部資金を獲得する。

８．観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

秋田県横手市は、冬の「かまくら」、食文化としての「横手やきそば」、集客施設として「秋田ふるさと村」「増田まんが美術館」など、全国的にも有名な観光資源を有している。しかし、現状の観光誘客はイベントに偏っており、立ち寄り型観光からの脱却と通年型観光の実現が課題となっている。
今後の観光施策は、単に観光客数の増加を目指すだけでなく、観光客の満足度向上や観光消費額の拡大、さらには当地のファンづくりを目標としている。これにより、観光振興が地域経済の活性化に直結することが求められる。

そのため、当市では行政と一般社団法人横手市観光推進機構が、観光施策、とりわけ「観光地域づくり」において連携し、両輪として機能することが重要であると考えている。

つきましては、秋田県横手市は、一般社団法人横手市観光推進機構を横手市における地域 DMO として登録したいので、一般社団法人横手市観光推進機構とともに申請します。

９．マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携ＤＭＯ（県単位以外）や地域ＤＭＯと重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

【他の地域連携ＤＭＯや地域ＤＭＯとの間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った（行っている）か】

東北観光推進機構、秋田県観光連盟では DMO 会議などが開催されており積極的に参加している。引き続き双方と連携して事業を進めていく。

【区域が重複する背景】

「東北」や「秋田」といった広域連携 DMO がプロモーションを展開している一方で、地域ごとのデータ収集やコンテンツの磨き上げには十分に対応していないと考えられる。そのため、地域 DMO が担うべき役割を明確化したうえで、事業に取り組む必要がある。

【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】

「東北」や「秋田」といった広域での PR は広域 DMO が担当し、地域内におけるコンテンツの磨き上げや受入れ体制の強化は、当機構が担う。

【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】
観光 DMP の活用やプロモーション展開などによる効果を期待している。

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	福岡美晴
担当部署名（役職）	事務局長
郵便番号	013-0036
所在地	秋田県横手市駅前町 5-1 横手駅東口観光案内所内
電話番号（直通）	0182-38-8652
ＦＡＸ番号	0182-38-8663
Ｅ－ｍａｉｌ	fukuoka-ycv@bz03.plala.or.jp

１１．関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県･市町村名	秋田県横手市
担当者氏名	山本剛
担当部署名（役職）	商工観光部　課長
郵便番号	013-0036
所在地	秋田県横手市駅前町 1-10　横手イースト
電話番号（直通）	0182-32-2118
ＦＡＸ番号	0182-38-8663
Ｅ－ｍａｉｌ	yamamoto-tsuyoshi-a@city.yokote.lg.jp

（登録）【登録区分】地域DMO（一般社団法人横手市観光推進機構）

様式２

記入日：　令和7年　7月　31日

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】
　秋田県横手市
【設立時期】平成29年3月22日
【設立経緯】
　区域に観光協会があるが、役割分担等をした上でDMO新設
【代表者】 理事長　打川敦
【マーケティング責任者（CMO）】 福岡美晴
【財務責任者（CFO）】 佐々木義和
【職員数】 ９人（常勤6人（正職員3人・出向等1人・地域おこし協力隊1人・嘱託1人／非常勤3人）
【主な収入】
　補助金26百万円　収益事業　20百万円、委託事業24百万円（6年度決算）
【総支出】
　事業費　21百万円、一般管理費　49百万円（6年度決算）
【連携する主な事業者】
　観光協会・秋田県旅館ホテル生活衛生同業組合・秋田県ハイヤー協会　ほか

KPI（実績・目標）

※（　）内は外国人に関するもの。

項目		2022（R4）年	2023（R5）年	2024（R6）年	2025（R7）年	2026（R8）年	2027（R9）年
旅行消費額（円）	目標	33,000（　）	36,000（　）	37,000（　）	38,000（　）	39,000（　）	40,000（　）
	実績	35,500（　）	37,630（　）	38,714（　）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	260（3）	230（2.5）	240（2.6）	280（2.8）	300（3）	320（3.5）
	実績	194（0.1）	228（2）	233（2）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	77（77）	80（80）	82（82）	85（85）	86（86）	87（87）
	実績	72（78）	79（80）	81（85）			
リピーター率（%）	目標	87（　）	88（　）	89（　）	80（　）	81（　）	82（　）
	実績	72（　）	75（　）	71（　）	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
　首都圏　50代～
　タイ・台湾個人客
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
　首都圏からの観光客の鉄道利用は約4割であることから、今後は二次アクセスの弱さを補うことを目的に、バスやタクシーの利用拡大を図る。また、レンタサイクルの普及や、ロードバイク愛好者向けにサイクルスポット等の設置を進めていく。インバウンド向けに「雪」の体験コンテンツを充実させていく。
【観光地域づくりのコンセプト】
　雪灯りと四季彩々の食 ぬくもりの町並みめぐり

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
体験コンテンツ造成
・ミニかまくらづくり体験
・雪遊び体験
・古民家でのもちつき体験

【受入環境整備】
・事業者側で対応できるよう整備
・OTAの利用を促進
・ガイドの育成

【情報発信・プロモーション】
・旅行博への参加
・ファムツアーでの協力やPR
・SNSでの発信
・メディアの活用

【その他】
・地域通訳案内士の活用
・留学生の授業受入れを行い施設の多言語化などを実施