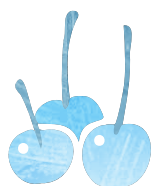


2023

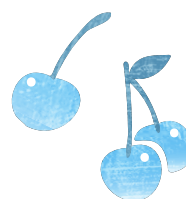
# 第2次 東根市観光基本計画



令和5年3月  
東根市



# 目 次



## 第1章 計画の策定にあたって

1. 策定の目的	1
2. 策定の目標	1
3. 計画の期間	1

## 第2章 現状と課題

1. 社会情勢と現状	2
2. 東根市の現状	4
3. 第1次観光基本計画の評価（2012～2021）	5
4. 東根市の課題	6

## 第3章 観光振興の目標

1. 基本理念	9
2. 基本目標	9

## 第4章 具体的施策

施策1 「果樹王国ひがしね」を活かした観光地づくり	12
施策2 ひがしねの魅力を広くアピールするイベントの充実	17
施策3 広域観光の推進	19
施策4 誘客プロモーションの推進	21
施策5 市民一人ひとりの「おもてなしの心」の醸成	24
施策6 さくらんぼ東根温泉の振興	25
施策7 歴史と文化を活かしたまち並みや観光施設の整備	27
施策8 観光資源の活用推進と観光機能の強化	28
施策9 農村と自然空間の活用	31
施策10 「果樹王国ひがしね」を活かした交流の推進	33
施策11 地域の特徴を活かした交流の推進	34
施策12 交流及び情報発信拠点の整備と充実	35
施策13 友好都市交流をはじめとする広域的な交流の推進	36

第5章 計画の推進体制	37
-------------	----



## 第1章 計画の策定にあたって

### 1. 策定の目的

わが国では、平成18年の観光立国推進基本法の制定以降、観光立国推進基本計画の策定や観光庁の発足をはじめとして、観光立国の推進に向けたさまざまな取組が進められてきました。

本市においては、平成24年から令和3年までを計画期間とする第1次観光基本計画を策定し、本市観光物産の振興を図ってきました。

第1次計画の10年間では、団体旅行から個人旅行への移行が進むとともに、インターネットを活用した旅行の手配やSNSでの情報取得、さらには訪日外国人観光客の増加など、旅行業界を取り巻く環境は大きく、そして急速に変化しています。

しかし、新型コロナウイルス感染症のパンデミックによる世界的な社会活動の停滞により、過去に例を見ないほど観光業界が冷え込んでいます。観光は裾野の広い産業であり、地域経済の活性化には観光の振興が欠かせません。「ウイズコロナ」・「アフターコロナ」を含めた新しい観光のあり方が求められる今、第2次観光基本計画の策定を通して将来の目標や施策の基本方針を示し、本市の観光振興を積極的に推進することを目的とします。

### 2. 策定の目標

第5次東根市総合計画に掲げるまちづくりの目標の一つ「力強く魅力いっぱいの産業と交流のまち」を実現するため、本市の特色を活かした観光振興を目指します。

### 3. 計画の期間

本計画の期間は、令和5年度から、おおむね10年間とします。

また、社会情勢の変化などを踏まえ、おおむね5年後に計画を見直すこととします。



## 第2章 現状と課題

### 1. 社会情勢と現状

#### (1) 国・県の観光の現状

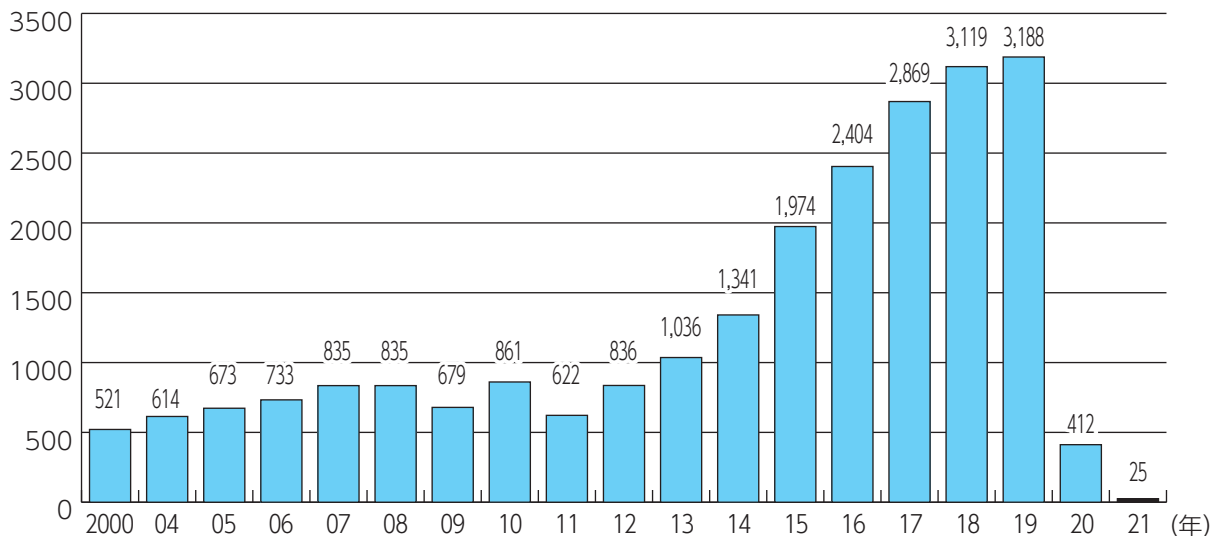
国立社会保障・人口問題研究所の推計によると、日本の総人口は今後減少が続き、令和2年（2020年）の1億2,533万人から20年後の令和22年（2040年）には、1億1,092万人と約1,500万人減少すると見込まれています。人口の減少はそのまま観光需要の減少につながり、国内旅行は生き残りを懸けた戦いが一層厳しさを増しています。

令和4年版観光白書によると、東日本大震災後の2012年以降は7年連続で訪日外国人旅行者数が過去最多を更新し2019年は3,118万人まで増加していましたが、新型コロナウイルス感染症の影響により、2021年は25万人（前年比6.7%減、2019年比99.2%減）まで減少しました。同様に訪日外国人旅行者による消費額の推移も、2019年は過去最高の4兆8,135億円でしたが、2021年は1,208億円（前年比83.8%減、2019年比97.5%減）となり、非常に厳しい状況が続いています。

また、2021年の国内旅行者数は延べ1億4,177万人（前年比11.8%減、2019年比54.5%減）、国内日帰り旅行者数は延べ1億2,644万人（前年比4.7%減、2019年比54.1%減）と大きく減少しました。

県内の観光者数は第2次おもてなし山形県観光計画によると、近年4,500万人で推移しており直近統計で2018年度は4,651万人と過去最高となり、観光消費額も2,177億円と過去最高となりました。しかし、新型コロナウイルス感染症の影響は県内も同様に大きな打撃を受けており、今もコロナ禍前の水準には程遠い状況です。

訪日外国人旅行者数の推移



資料：日本政府観光局資料に基づき観光庁作成 出典：観光白書令和4年版



## (2) 旅行スタイルの変化

世界中では急速的にICT化\*が進みスマートフォンの所有率が高くなり、平成30年には日本国内のスマートフォン世帯保有率が約8割となりました。

また、これに合わせSNSの利用者も増加しており、SNSの投稿を基に旅行先を決める割合も増加しています。

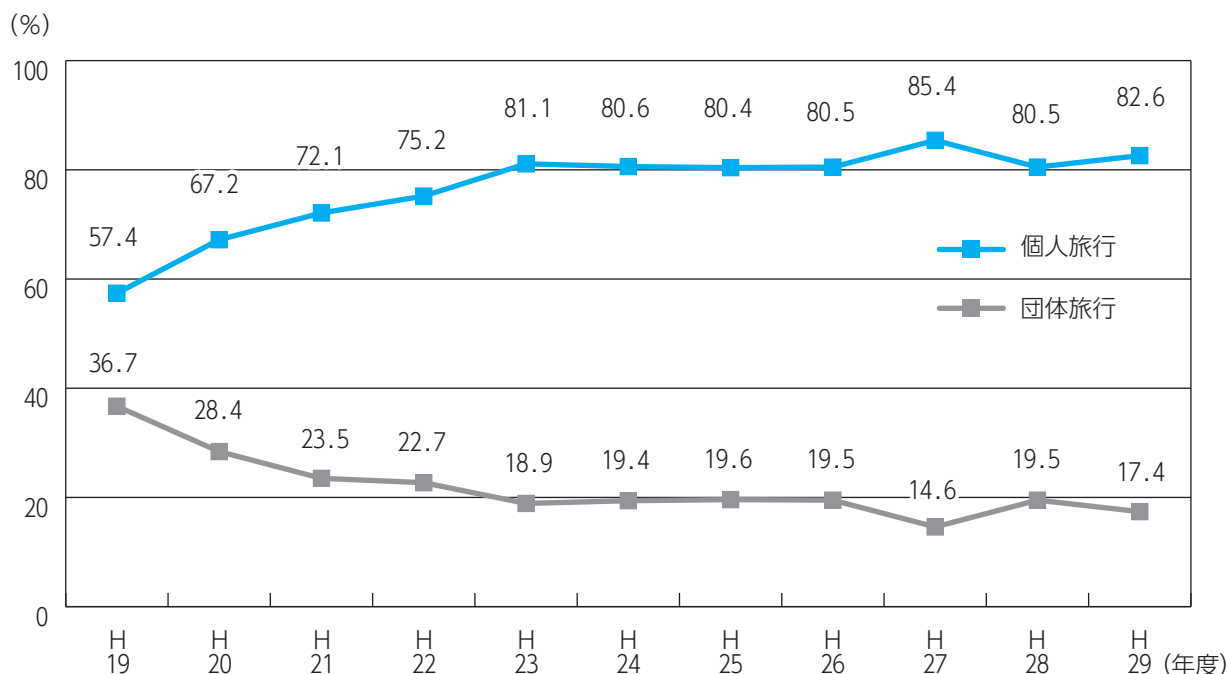
このように、情報収集や旅行先の予約などが個人で容易にできることから、日本人の旅行形態は、団体旅行から個人旅行へシフトしており、近年では個人旅行が8割を超えています。

訪日外国人の旅行形態も同様で、主要都市の有名観光名所を巡る旅行から、主要地以外の地方の名所を巡る旅行や体験型の旅行スタイルへ変化しており、より一層、地域一体となった誘客が求められています。

※ICT (Information and Communication Technology)

「Information and Communication Technology (情報通信技術)」の略で、通信技術を活用したコミュニケーションを指します。情報処理だけではなく、インターネットのような通信技術を利用した産業やサービスなどの総称。

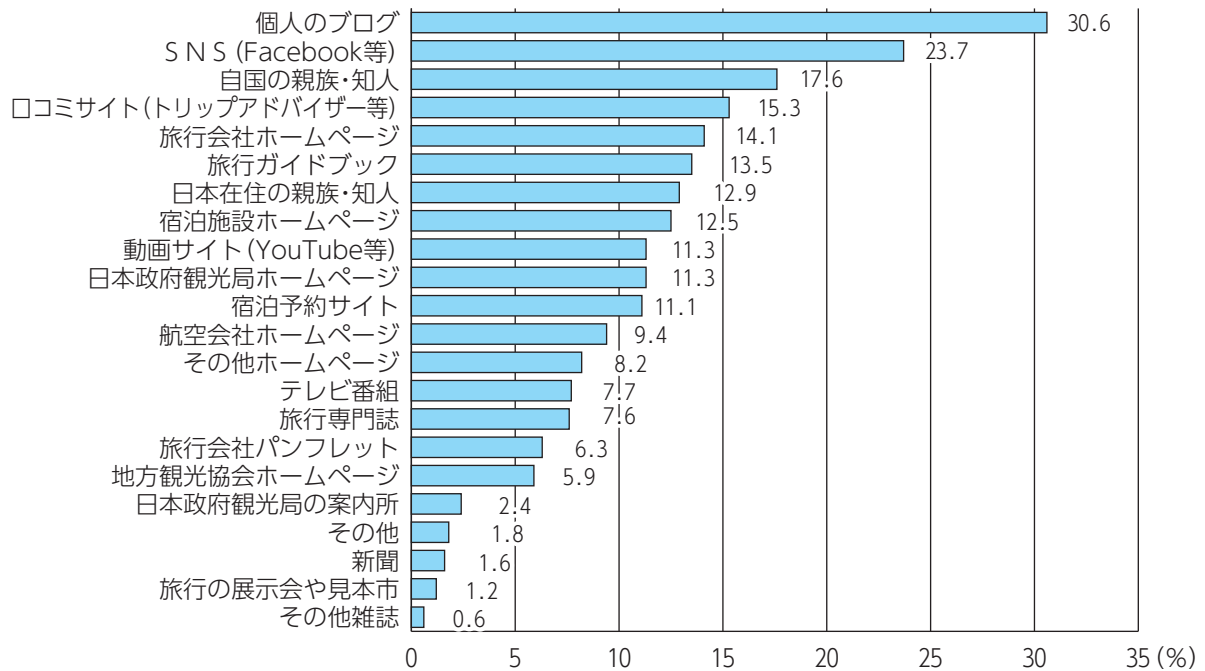
国内個人旅行・団体旅行の動向



出典：(公社)日本観光振興協会「平成30年度版観光の実態と志向」



## (外国人) 出発前の旅行情報源で役に立ったもの



出典：観光庁「平成30年訪日外国人消費動向調査」

## 2. 東根市の現状

### (1) 東根市の特性

本市は温泉、スキー場、四季折々の果物を味わえるなど、観光資源が豊富です。代表的な観光名所として、樹齢1,500年以上で国指定特別天然記念物に指定されている「東根の大ケヤキ」や、パワースポットの「関山の大滝」などがあります。

さらに、生産量日本一を誇るさくらんぼは、平成29年に「東根さくらんぼ」が地理的表示(GI)保護制度(以下「GI」)に登録され、より一層、さくらんぼにこだわったまちづくりを推進しています。交通網に関しても、山形空港が所在し山形新幹線の停車駅でもあり、国道48号経由で隣接する仙台市からのアクセスも良好な街です。令和4年には東北中央自動車道も福島～新庄間が直結し自動車でのアクセスもより向上しました。就航都市も平成26年3月から名古屋、平成29年3月から札幌が復活したことにより、観光誘客に大きくプラスとなりました。

### (2) 東根市の観光の入込み客数

東根市の観光客数は、観光果樹園や直売所などについては県内外から多くの人が訪れています。また、ひがしね祭など様々なイベントの中でも全国から参加者が集う「果樹王国



「ひがしねさくらんぼマラソン大会」は、毎年1万2,000人を超えるランナーが集まり、本市の県外観光誘客を代表するイベントとなっています。

しかし、さくらんぼ東根温泉の観光客数は、平成27年度の約40万人に対し、令和元年度は約36万人と4万人減少しており、新型コロナウイルス感染症の影響でさらに減少しています。イベント関連も中止や規模縮小となり、観光客数は大きく減少しており、観光は大きな打撃を受けています。

### ◎観光客数の推移

(単位：百人)

年度	観光果樹園	大滝公園	さくらんぼ 東根温泉	ジャングル・ ジャングル	さくらんぼ マラソン大会
平成27年度	1,907	3,546	4,004	875	124
平成28年度	1,916	3,546	3,816	1,015	123
平成29年度	1,972	3,546	3,701	773	124
平成30年度	1,954	3,546	3,610	729	126
令和元年度	1,723	3,546	3,580	605	126
令和2年度	— <sup>※1</sup>	2,631	2,235	607	—
令和3年度	491	3,145	2,314	628	— <sup>※2</sup>

(商工観光課、ブランド戦略推進課)

※1：新型コロナにより観光果樹園閉園

※2：新型コロナによりオンラインマラソン大会として実施

## 3. 第1次観光基本計画の評価 (2012～2021)

第1次観光基本計画（後期計画含む）の評価を行った結果を下記のとおりまとめました。

### (1) 主な成果

#### ① さくらんぼにこだわったまちづくり

- 令和4年度に佐藤錦が結実100年を迎え市内外においてPR活動を実施し、「東根市＝さくらんぼ」をさらに広くPRできた。
- 平成29年度に「東根さくらんぼ」がGIに登録され、市内関係団体と連携しブランド価値向上につなげた。
- 温泉宿泊者に対し、限定プランの提供や、さくらんぼ狩りシーズンに合わせた2次交通強化など、観光客へのサービス向上が図られた。
- 果樹王国ひがしねさくらんぼマラソン大会は、全国からの参加者を迎える東北有数の大会に成長し、東根のPRに大きく寄与した。

#### ② 新たな事業の創出

- 従来のイベントによる集客を目的としたイベント型から、各地でキャンペーンを主と



して集客を図るスタイルへ移行してきた。

- 山形空港便就航都市である大阪府豊中市、愛知県豊山町、羽田空港においてキャンペーン活動を実施した。
- 平成25年5月にオープンした「あそびあランド」や農協産直施設「よってけポポラ」による市外からの集客、名称を変えた「さくらんぼ種飛ばしワールドグランプリ」と新規イベントの「た〜んとほおバルフェスタ」の会場を市民体育館駐車場で実施することにより、仙台圏からの玄関口でもある大森山周辺の交流促進が図られた。
- 平成27年度より「食」をテーマとしたイベントとして「た〜んとほおバルフェスタ」を実施し、東根製品のPRに繋がられた。
- 平成29年度よりまなびあテラスを会場に「ひがしねウインターフェスティバル」を実施し、四季ごとにイベントが開催となり、観光誘客強化が図られた。

### ③ 広域連携によるPR

- 山形連携中枢都市圏において令和3年度に「DMOさくらんぼ山形」\*が設立され、広域観光の強化が図られた。
- 北村山地域振興局を中心に北村山3市1町で構成する「仙台となり村」として仙台圏への誘客事業を展開できた。
- 河北町と組織している「さくらんぼ東根駅観光物産振興協議会」で友好都市の東京都中央区においてPR活動を継続実施できた。

※DMOさくらんぼ山形

令和3年11月に山形連携中枢都市圏の村山地域の7市7町を中心に設立した組織。

DMOとは観光地づくり法人と称され、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地づくりの舵取り役として、多様な関係者と共同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人。

## 4. 東根市の課題

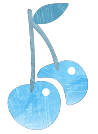
東根市のみならず観光業界の大きな課題は「新型コロナからの回復」と捉えています。第1次観光基本計画の評価を踏まえた東根市の現状の課題を下記のとおりと考えます。

### (1) 観光資源の磨き上げ

本市には、東根さくらんぼや日本一の大ケヤキなど、多くの観光資源があります。また、東根さくらんぼがGI登録されるなど一部の観光資源について、その「価値」を高めました。限られた観光資源で多くの観光客を呼び込むには、それぞれが持つ価値を最大限に高めるための磨き上げが必要です。

また、さくらんぼは4月下旬～7月上旬と限られた期間の商品であるため、年間を通じ





て誘客の魅力となり得る名産品・特産品の創出が求められています。

- ① さくらんぼ以外の名物・特産品の創出
- ② 新たなイベントやPR事業の創出
- ③ 既存観光名所の更なるPRと活用方策

## (2) 受け入れ態勢の整備

観光客の獲得には、リピーターを増やすことや口コミで高評価を得て新たな観光客の獲得が重要なポイントとなってきます。

それには、観光客の視点に立ち、案内看板の整備や観光施設の環境整備、共生社会の実現に向けた整備などのハード事業、おもてなしの意識醸成を促す人材確保や人材教育などのソフト事業の強化が必要です。

- ① 人材育成、ハード環境整備
- ② さくらんぼ東根温泉の活性化

## (3) 広域連携の促進

観光客は、市町村を目的に旅行に行くのではなく観光地を目的に旅行を楽しむものです。そのため、多くの観光客を呼び込むには、近隣自治体の観光地を広域的に周遊するルートを造成することが必要です。

令和3年度に発足したDMOさくらんぼ山形による広域連携でも周遊プランの造成や事業計画などを行い、観光誘客を推進することが重要です。

- ① 新設予定の道の駅を活用した誘客手段
- ② 着地型旅行商品<sup>\*</sup>の開発

### ※着地型旅行商品

旅行者を受け入れる地域で作られる旅行商品のこと。旅行先で参加するオプションツアーのようなもの。

## (4) 新型コロナウイルス感染症からの回復

世界的に脅威をもたらしている新型コロナウイルス感染症の影響により、観光面においても多大な損害が出ています。これに対し、現在はワクチン接種や治療薬開発の推進などにより、以前のような日常を取り戻そうと動き出しています。

これからは、単年での回復は厳しいことが予想されますが、新型コロナウイルス感染症の影響前の水準に戻すべく、官民一体となった観光誘客事業を推進することが重要となってきます。

- ① ウイズコロナ、アフターコロナを踏まえたイベント開催方法
- ② ワークーション<sup>\*</sup>など新たな施行形態への対応



※ワーケーション

work（仕事）とVacation（休暇）を組み合わせた造語。テレワーク等を利用し、普段の職場や自宅とは異なる場所で仕事をしつつ、自分の時間を過ごすこと。

③ 県外イベントの新たな開催手段

(5) インバウンドに向けた体制強化

日本人の人口は減少を続けており、国内旅行の需要が低迷してきている中で、外国人旅行者の誘客促進が必要です。

新型コロナウイルス感染症の影響により外国人旅行者は9割以上減少となっていますが、今後はインバウンドの推進に向け、Wi-Fi環境や市内案内看板などのハード整備、PR活動や人材教育などのソフト事業の促進が必要です。

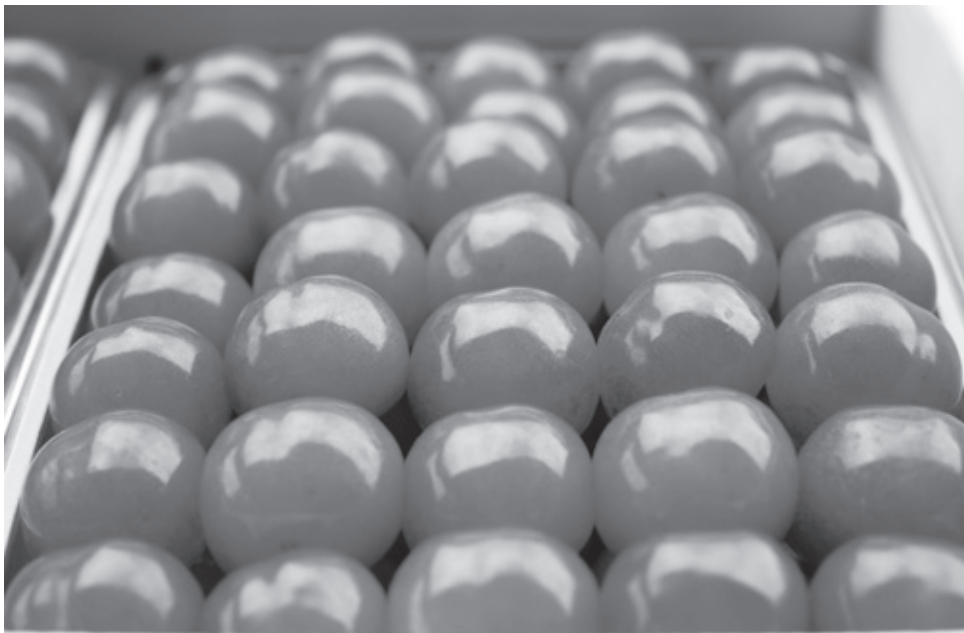
- ① 人材育成と環境整備
- ② インバウンド向けの旅行商品の造成



農林水産大臣認証第30号

「東根さくらんぼ」

「東根さくらんぼ」は、国が地域ブランド製品の名称を知的財産として保護する地理的表示（GI）保護制度に登録されています。





## 第3章 観光振興の目標

### 1. 基本理念

本計画を推進するため、基本理念を次のように定めます。

# 四季を通じてだれもが満足するまち

市民の観光客に対するおもてなしの意識高揚や、日本人のみならず訪日外国人、障がいをもった人、国籍、性別など関係なく、すべての人が東根市を訪れ、「来てよかった」、「また来たい」と思ってもらえるまちを目指します。

### 2. 基本目標

#### (1) 観光客の満足度を高め観光客数の増加を目指す

果樹王国ひがしねと、さくらんぼ東根温泉を核に、観光客の満足度と観光客数の増加を目指します。

#### (2) 市内の経済効果と市民の満足度を高める

観光振興により、市内経済の活性化を図り、市民の観光への意識醸成と経済効果による満足度アップを目指します。

#### (3) 果樹王国ひがしねの推進

平成6年4月に「果樹王国ひがしね宣言」をしてから、令和6年度で30周年を迎えるにあたり、より一層、官民一体となり、果樹王国の強みを活かした観光地を目指します。

#### (4) 東根さくらんぼの推進

日本を代表するさくらんぼ「佐藤錦」は東根市が発祥の地で生産量も日本一です。平成29年度にG I登録された「東根さくらんぼ」は、本市最大の主力品であります。東根さくらんぼを中心にさまざまなイベントやキャンペーンを実施し観光誘客を図ります。

また、令和4年度で佐藤錦結実100年を迎えたことから、「佐藤錦＝東根市」の更なる定着を目指した取り組みを実施していきます。



佐藤錦結実100年記念セレモニー（令和4年度）

(5) さくらんぼ東根温泉の活性化

アフターコロナでは「観光事業復活」が大きな目標となります。本市の観光拠点でもある「さくらんぼ東根温泉」を活用した新たな宿泊プランの創出や、インバウンド観光に取り組みます。

(6) だれにでもやさしい観光地の形成

これからの観光は国内旅行のみならず、インバウンド観光が増えることが見込まれます。観光事業は、観光施設のみならず観光地全体でのおもてなしが、旅行者の心を掴むと言われています。

リピーターや新たな観光客を獲得すべく、市全体のおもてなし醸成を図ります。

また、世界的に取り組まれている「持続可能な開発目標（SDGs）<sup>\*</sup>」の実現に貢献するため、その視点を踏まえた取り組みを進めていきます。

※持続可能な開発目標（SDGs）

平成27年（2015年）9月に国連サミットにおいて採択された。「誰一人取り残さない」社会の実現のため、令和12年（2030年）までに達成すべき17の目標（ゴール）が定められた。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



SDGs 17の基本目標



## 第2次東根市観光基本計画目標値

指標	現在値	令和9年度（5年後）
① 市内観光客数 <sup>※1</sup>	1,693,600人（令和元年度）	1,750,000人
	1,202,200人（令和3年度）	
② 二次交通（タクシー券）利用数 <sup>※2</sup>	43セット（令和3年度）	100セット
③ 果樹王国ひがしねさくらんぼ マラソン大会県外参加者の割合	60.3%（令和元年度）	62%
④ 市内イベント入込客数 <sup>※3</sup>	253,900人（令和元年度）	262,000人
	43,300人（令和3年度）	
⑤ インバウンド観光人口 （さくらんぼ東根温泉外国人宿泊者数）	367人（令和元年度）	380人
	0人（令和3年度）	

参考：第5次東根市総合計画より<sup>※4</sup>

数値根拠：①②④商工観光課、③ブランド戦略推進課、⑤東根温泉協同組合

※1 市内観光客数：観光果樹園、大ケヤキなど、市内の主な観光施設等への観光客数

※2 令和3年度からの新規事業。フルーツ狩り入園券とタクシー券のセット販売

※3 市内イベント入込数：市内の主なイベント（さくらんぼ種飛ばし大会、ひがしね祭、た〜んとほおバルフェスタ、ひがしねウインターフェスティバル）への入込客数。

※4 第5次東根市総合計画では令和7年度までのデータとなっているが、新型コロナの影響を鑑みて令和9年度まで数値を据え置きとしている。

①④⑤の令和3年度は新型コロナウイルスの影響で大きく減少している



## 第4章 具体的施策



これまで示した基本目標を遂行するために、次の13の施策を掲げて観光振興を進めていきます。

### 施策 1

## 「果樹王国ひがしね」を活かした観光地づくり



本市は平成6年に「果樹王国ひがしね」を宣言し、これまで、「果樹王国」の強みを活かした観光地づくり、特にさくらんぼにこだわったまちづくりを積極的に展開してきました。現在、観光果樹園や直売所には県内外から多くの人を訪れ、さらには子どもの遊び場などの施設も、大勢の利用者で賑わっています。

近年、旅行形態の変化やインバウンドの増加などにより、観光客のニーズが多様化しています。また、急速なデジタル化に伴い、観光分野におけるDX<sup>\*</sup>の推進は、新たな観光誘客には必須の取り組みになります。

こうした状況の中、さらなる観光の振興を図るため、国内外への積極的な情報発信や、受入体制の充実に努めるとともに、各種団体や施設と連携して、さらなる魅力向上に取り組めます。

※DX (Digital Transformation)

進化したデジタル技術を浸透させることで、人々の生活をあらゆる面でより良い方向に変化させること。

### 【施策1-1】

#### （一社）東根市観光物産協会との機能分担と連携による観光の推進

##### 施策推進のための具体策

- ① 各種イベント・キャンペーンにおける効果的な実施体制の構築
- ② 各種PRの見直しと効果的な方法の確立

### 【施策1-2】

#### （一社）東根市観光物産協会の組織強化

##### 施策推進のための具体策

- ① 観光物産協会の組織強化や機能強化にかかる取り組みへの支援



### 【施策1-3】

#### 観光関連団体や農業関連団体との連携によるイベントやキャンペーンを通じた観光推進体制の強化

##### 施策推進のための具体策

- ① 現在実施しているイベントやキャンペーンの見直しと充実
- ② 果物について、キャンペーン等での販売に特化した、少量かつ高品質な商品の調達
- ③ 関連団体によるイベント・キャンペーン検討会の実施
- ④ さくらんぼの季節における受入態勢の充実
- ⑤ 温泉宿泊者への付加価値の提供

### 【施策1-4】

#### SNSやICT、各種メディアなどさまざまな媒体を活用した観光情報の提供

##### 施策推進のための具体策

- ① 市ホームページにおける観光情報の充実
- ② 多言語化の検討
- ③ SNSを活用した情報の双方向化
- ④ 電子広告やラッピングバス等の多様な媒体を活用した宣伝活動の展開
- ⑤ ふるさと納税を活用したPR

### 【施策1-5】

#### 全国及び海外に向けたひがしね産特産物などの魅力発信

##### 施策推進のための具体策

- ① 大都市圏や仙台圏、航空便就航都市などを会場としたイベント・キャンペーンの実施
- ② 友好都市や災害相互援助協定都市等でのイベント・キャンペーンの実施
- ③ 「東京東根会」「仙台さくらんぼ東根会」「果樹王国ひがしねさくらんぼ親善大使」を活用した情報発信
- ④ グルメイベント等での果樹王国ひがしねのPR強化
- ⑤ GI「東根さくらんぼ」を活用した国内PRや海外販路の強化



た〜んとほおバルフェスタ

### 【施策1-6】

#### フィルムコミッションなどの活用による宣伝活動の検討

##### 施策推進のための具体策

- ① ロケーションの情報収集と発信
- ② 観光関連団体と連携した受入態勢の強化

### 【施策1-7】

#### 教育旅行や国際的視野での誘客活動の推進

##### 施策推進のための具体策

- ① 「自然」「文化」「歴史」などの観光資源を活用した体験型旅行商品の造成
- ② グリーンツーリズム、教育旅行等の誘客の推進
- ③ 地域における受入態勢の整備
- ④ 外国人観光客の受入態勢、観光案内機能の強化
- ⑤ 環境への配慮の強化、サステナブルツーリズム\*の推進

※サステナブルツーリズム

「SDGs」に基づく観光の取組み。直訳すると「持続可能な観光」を意味する。観光地の本来の姿を持続的に保つことができるように、観光地の開発やサービスのあり方を見定め旅行の設定を行うこと。





### 【施策1-8】

#### 果樹王国にふさわしい景観など個性的なまちづくりの推進

##### 施策推進のための具体策

- ① 果樹の花の絶景ポイントなど、果樹王国ならではの景観（撮影スポット）の表示
- ② イメージキャラクター「タントくん」を活用した効果的なPRの実施

### 【施策1-9】

#### 「果樹王国ひがしね」のインフォメーション機能の強化や、これらの連携による観光拠点機能の充実

##### 施策推進のための具体策

- ① さくらんぼ東根駅や山形空港内の観光案内の充実とパンフレット等の設置箇所の拡大
- ② 温泉街の観光案内の充実
- ③ 観光ボランティアガイドなどを活用した観光情報の提供
- ④ 地元の人ならではのおすすめスポットの情報提供
- ⑤ 農産物直売所や道の駅など、観光拠点施設での観光情報提供機能の強化

### 【施策1-10】

#### 公共交通機関と観光果樹園や市内観光施設を結ぶ観光モデルコースの設定と巡回型観光タクシーなど二次交通の充実、ICTの積極的活用

##### 施策推進のための具体策

- ① 季節ごとのオススメコースの設定や、通年型のコースの設定・充実
- ② タクシーを活用した事業の支援拡充
- ③ レンタサイクルを活用した「サイクリングコース」の充実
- ④ ホームページ等での交通機関に関する情報の提供
- ⑤ 国道48号特急バス等と連結した二次交通やツアーの検討
- ⑥ ICTを活用した周遊コースの情報提供

### 【施策1-11】

#### 効率的な誘導を図る統一観光サインの設置

##### 施策推進のための具体策

- ① 既存サインや案内標識の適正な管理
- ② 公共交通機関や観光拠点施設等を含めた効果的な設置場所の検討と設置



- ③ 外国語表記の検討・表示
- ④ 徒歩・自転車・自動車等、それぞれの交通手段に対応した看板整備

### 【施策1-12】

#### 案内表示やパンフレットなどの多言語化や情報通信機能の充実

##### 施策推進のための具体策

- ① 外国人観光客のためのパンフレット、案内表示の多言語整備
- ② 観光地におけるWi-Fi整備の推進
- ③ 二次元バーコードやAR等を活用した観光案内
- ④ 市内でのキャッシュレス決済の推進



東根の大ケヤキ



## 施策 2

### ひがしねの魅力を広くアピールするイベントの充実

これまで、ひがしねの魅力である「果樹王国」を全国に発信するため、年間を通じてさまざまなイベントを開催してきました。本市最大のイベントである「果樹王国ひがしねさくらんぼマラソン大会」は、市を挙げてのおもてなしが魅力の観光マラソンとして高い評価を得ており、国内外から1万2,000人を超えるランナーが集まりにぎわいを見せています。また、ひがしね祭、た〜んとほおバルフェスタ、ひがしねウィンターフェスティバルなど、四季折々のイベントも、回を重ねるごとににぎわいを増しています。

この他にも、季節に合わせた観光誘客のためのイベントや、友好都市等での観光キャンペーンを実施するなど、魅力発信のための事業を実施しています。

今後は、さらなるにぎわいを創出し地域活性化につなげるため、市民に親しまれ、訪れた観光客を魅了するイベントの充実に努めます。

#### 【施策2-1】

果樹王国ひがしねさくらんぼマラソン大会、さくらんぼフェスティバル、ひがしね祭、た〜んとほおバルフェスタ、ひがしねウィンターフェスティバルなど四季折々のイベントの充実

##### 施策推進のための具体策

- ① 独自性のある新たな内容の検討と実施
- ② SNSやメディアを活用した効果的な宣伝活動の展開
- ③ イベント情報ホームページ（東根四季祭）での情報発信の充実
- ④ 仙台圏や首都圏をはじめ、新たな地域でのPR活動の推進
- ⑤ 効果的な運営体制の構築
- ⑥ 市民が参加しやすい、市民総参加の体制づくり

#### 【施策2-2】

地域の祭や伝統行事の持続的発展と担い手の育成、これらの祭りと行事などの観光への活用

##### 施策推進のための具体策

- ① 伝統行事の効果的な情報発信
- ② 保存・伝承活動に取り組む地域や団体への支援
- ③ 市内の小・中学生を対象にした歴史や文化に関する教育の充実



### 【施策2-3】

#### 広域、他市町村と連携したイベントの開催

##### 施策推進のための具体策

- ① 近隣市町との歴史的・文化的なつながりや、自然等の特性を活かしたイベントの開催
- ② 他市町との合同、連携による広域的キャンペーンやイベント等の開催
- ③ 関係機関等と連携したスポーツを活用した広域にわたるイベントの検討
- ④ 文化的イベントや民間等のイベントとの連携



ひがしねウィンターフェスティバル



東京都中央区月島キャンペーン  
(河北町合同)



### 施策3

## 広域観光の推進



観光資源をより効果的に活用するには、周辺地域と協力し広域的なネットワークを形成することが重要です。近年は、観光客のニーズの多様化などを背景に、ますますその重要性が増しています。こうしたことを踏まえ、県や近隣市町村と連携し、広域観光周遊ルートの造成や、誘客宣伝活動などに取り組みます。これらの取り組みによって、観光資源の魅力がさらに高まり、地域経済への大きな波及効果が期待されます。

本市は、山形空港をはじめ、山形新幹線の停車駅である「さくらんぼ東根駅」、「東北中央自動車道」など高速交通網が整備されており、県内における交通の結節点となっています。これにより、短時間で広範囲への移動が可能になりました。

個人や少人数での自由度の高い旅行スタイルが主流となっている今、観光客は、魅力的な観光資源が移動可能な範囲にあれば、市町村という境界を意識することなく訪れています。

多様化するニーズに対応していくために、近隣市町村や旅行者、観光関連団体と連携し、広域的な観光のネットワークを形成していく必要があります。

### 【施策3-1】

#### 県や近隣市町村と連携した広域観光の推進

##### 施策推進のための具体策

- ① 近隣市町との情報共有と、モデルコースの整備
- ② 二次交通の整備と情報の提供
- ③ 国道48号を中心とした仙台圏からの周遊観光の強化
- ④ まなびあテラスや東の杜等の観光施設のPR
- ⑤ 道の駅設置の推進と魅力的なルート整備
- ⑥ 東北中央自動車道利用者をターゲットとしたイベント等の実施

### 【施策3-2】

#### 近隣市町、旅行者、観光エージェント、観光関連団体との連携による観光プランの開発と誘客宣伝活動の展開

##### 施策推進のための具体策

- ① 観光案内・観光情報の充実と、ホームページを活用した情報の発信
- ② 近隣市町との連携による、「食」「自然」などの特性を活かした体験型旅行商品の造成



やまがたエキナカマルシェ（DMOさくらんぼ山形）

- ③ 旅行者等へのPR活動の充実
- ④ 県内DMOとの連携

### 【施策3-3】

#### 市内宿泊施設の利用推進

##### 施策推進のための具体策

- ① 宿泊施設の「おもてなし」の向上と魅力あるサービスの提供
- ② 連泊・転泊型の観光プランの造成と街歩き観光ルートの充実
- ③ 各種メディアを活用したPR活動の強化



## 施策 4

### 誘客プロモーションの推進



東北地方の観光入込客の特徴は、域内比率が高く、次いで関東からの集客が大きな割合を占めています。そこで、本市では国内の大きなマーケットである仙台圏や首都圏を中心に「果樹王国ひがしね」の情報発信や誘客イベントを実施してきました。

近隣の大きな誘客市場である仙台市や友好都市である東京都中央区、就航都市である大阪府豊中市と愛知県豊山町でのイベントやキャンペーンを開催するとともに、仙台市営バスへのラッピング広告の掲出や、マスメディアを活用した情報発信など、幅広いPR活動に努めています。しかしながら、昨今の新型コロナウイルス感染症の流行による、生活様式の変化に伴い、観光需要やPR活動の在り方も変わってきています。

今後は、社会情勢の変化を敏感に捉えながら、時代にあったイベント・キャンペーンの実施や、複数のメディアを活用した情報発信などのPR活動を展開していかなければなりません。また、需要が落ち込んでいるインバウンドへ向けても、今後の需要回復を見据えてDMOが持つ強みを活かしながら情報発信していく必要があります。

#### 【施策4-1】

##### 首都圏や仙台圏、山形空港発着便就航都市などにおける観光誘客キャンペーンの充実

###### 施策推進のための具体策

- ① さくらんぼトップシーズンの誘客へ向けたキャンペーンの強化
- ② 友好都市、東京都中央区を中心としたイベントの充実
- ③ 食をテーマとしたイベントへの参加
- ④ 仙台市をはじめ大都市圏におけるキャンペーンの実施
- ⑤ 公共交通機関団体との連携強化と共同キャンペーンの実施

#### 【施策4-2】

##### SNSなどの効果的活用や各種メディアによる宣伝活動の充実

###### 施策推進のための具体策

- ① 市ホームページにおける観光情報の充実
- ② マスメディアやSNSを活用した観光イベント情報等の発信の充実
- ③ 大都市圏、仙台圏の旅行業者への働きかけ
- ④ 口コミによる情報発信の促進



### 【施策4-3】

#### 多様化するニーズを踏まえた情報発信

##### 施策推進のための具体策

- ① 各種媒体の特性を活かした多岐にわたる情報発信
- ② 利用者による利用者目線の情報発信の促進
- ③ 観光関連施設の多言語表記やバリアフリー化の推進と利用者への情報発信

### 【施策4-4】

#### インバウンド観光の推進

##### 施策推進のための具体策

- ① 外国語案内看板の整備
- ② 外国語観光パンフレットの設置や、多言語観光情報サイトへの情報掲載
- ③ やまがたインバウンド協議会との連携と促進
- ④ 外国語ボランティアガイドの育成

### 【施策4-5】

#### 山形空港利用促進協議会とタイアップした観光誘客の拡大

##### 施策推進のための具体策

- ① 山形空港へ就航する航空会社と連携したPR活動
- ② 空港所在市であることを活かした広域観光客をターゲットとしたPR活動

### 【施策4-6】

#### 航空機運行を活用した観光商品の造成

##### 施策推進のための具体策

- ① 就航都市を中心とした航空機を使った多様な旅行商品の造成
- ② 航空会社と連携した旅行商品造成
- ③ 空港を拠点とした場合の移動手段の充実





## 【施策4-7】

### DMO化による広域観光誘客の推進

#### 施策推進のための具体策

- ① DMO加盟地域における本市観光価値の確立
- ② DMOとしての観光的魅力とブランド力を活かした誘客活動の展開
- ③ インバウンドをターゲットとした商品造成やPR活動



中央区さくらんぼキャンペーン



羽田空港さくらんぼキャンペーン



## 施策5

# 市民一人ひとりの「おもてなしの心」の醸成



近年、自然や歴史・文化などに触れる体験型観光や、地元旅行会社や観光協会などが販売する着地型旅行商品などが人気です。それらに共通するものは、いずれも地元住民との交流があることです。その土地に住んでいる住民との交流を求めている観光客は少なくありません。そこで重要なのが「おもてなしの心」です。

現在、観光ボランティアによるガイドや、さくらんぼシーズンにおける多様なサービスを展開していますが、関連事業者や市民一人ひとりが地域の魅力を再認識し、誇りを持って観光客を迎え入れる態勢づくりをさらに強化していく必要があります。

### 【施策5-1】

#### 市全体で観光客を温かく迎える取り組みの推進

##### 施策推進のための具体策

- ① 定期的な情報交換による観光関係団体の連携強化
- ② 市内各店舗や施設（窓口担当）等に対する観光案内としての役割強化と充実
- ③ 受け入れ団体等への支援
- ④ ユニバーサルツーリズム<sup>※</sup>の推進とサポート  
態勢整備への支援

※ユニバーサルツーリズム  
すべての人が楽しめるよう創られた旅行であり、高齢や障がい等の有無にかかわらず、誰もが気兼ねなく参加できる旅行

### 【施策5-2】

#### 市民が観光振興に参画できる場の創出

##### 施策推進のための具体策

- ① ボランティアガイド等の観光ガイド有志団体への支援
- ② さくらんぼマラソン大会を代表とする市民総参加のおもてなしの機会の創出
- ③ SNS等の個人で情報発信ができる媒体を活用した観光情報発信の促進・支援



さくらんぼマラソン大会ボランティア

**施策 6****さくらんぼ東根温泉の振興**

明治43年に開湯し、100年以上の歴史があるさくらんぼ東根温泉は、湯量豊富な源泉かけ流しのあったまりの湯として、多くの人に親しまれてきました。さくらんぼの最盛期には多くの宿泊客でにぎわいをみせるほか、雛膳料理、黒伏高原スノーパークジャングル・ジャングル宿泊パックを造成するなど、四季を通じて独自の取り組みを実施し、宿泊客の拡大に取り組んでいます。また、県内を中心に保養や湯治としての利用も多く、中高年層を中心に利用されています。温泉地区には、屋内多目的コートやポケットパーク足湯、記念撮影スポットである源泉の守（ペットの足湯併設）なども整備され、さくらんぼ東根温泉まつりやひがしね雪まつりなどのイベントも定期的開催されています。

しかしながら、温泉旅館数が減少しており利用客も年々減少傾向にあり、特に新型コロナウイルス感染症の流行は大きな影響を及ぼしています。

本県は全国的にも知名度が高い温泉地を複数有する温泉王国でもあることから、他の温泉地との差別化を図り、魅力を高めていく必要があります。さらに、新しい生活様式やインバウンドの受け入れに対応するための環境を整えるなど、観光客に選ばれる温泉地になるような取り組みが必要です。

**【施策6-1】****市民がより愛着と親しみを持つことができる温泉地づくり****施策推進のための具体策**

- ① おもてなし向上研修の開催（温泉旅館のおもてなし向上）
- ② 市民対象の食と温泉の商品形成
- ③ 福祉関連団体との連携強化等による湯治の推進
- ④ 温泉を利用した体育関係団体（マイスポーツひがしねなど）との連携

**【施策6-2】****広域的な観光資源などを活かした体験型・滞在型観光プランの開発****施策推進のための具体策**

- ① 市内外の観光関連団体との連携強化による広域観光資源を活用した商品造成
- ② 観光圏や村山地域との連携による長期滞在型のプランの造成（外国人向けも含む）
- ③ 小中学校向けの修学旅行プランの造成（農業・自然体験と温泉を組み合わせたプラン）



### 【施策6-3】

#### 地域資源を活かしたさくらんぼ東根温泉独自の商品開発とPR

##### 施策推進のための具体策

- ① 地元独自食材を取り入れた料理・宿泊プランの造成
- ② 立地や近隣市町村の観光スポットとのアクセスを活かした広域観光的プランの造成
- ③ 地元観光商品・素材を活用した宿泊プランの造成
- ④ eスポーツと温泉を連動させた新たな客層の獲得と旅行プランの造成



火渡り式（さくらんぼ東根温泉まつり）

### 【施策6-4】

#### 各種メディアを活用した誘客宣伝活動の強化

##### 施策推進のための具体策

- ① 旅行業者やDMOとの連携強化
- ② 旅行業者の宿泊受付を含めた各旅館におけるインターネット環境の整備促進
- ③ 各旅館、施設における情報発信力の向上

### 【施策6-5】

#### 情緒あふれるまち並みの形成と温泉地域の魅力を高めるための環境整備の推進

##### 施策推進のための具体策

- ① 成田山神社と源泉をつなぐ街並み形成
- ② 景観など、統一感のある温泉街整備



さくらんぼ東根温泉イルミネーション事業

**施策7****歴史と文化を活かしたまち並みや観光施設の整備**

本市は、国指定特別天然記念物である大ケヤキをはじめ、六田の石鳥居、龍泉寺のマリア観音像、大森山の磨崖仏など、数多くの史跡や文化財が存在します。

特に、大ケヤキ周辺や長瀬二の堀周辺などでは、周辺環境を整備して、歴史的景観を活かしたまちづくりが進められています。

また、かつての酒蔵を歴史民俗資料館として活用してきた「東の杜資料館」が大規模改修され、令和元年度（2019年）に観光交流の一翼を担う「東の杜」としてリニューアルオープンしました。

大ケヤキをはじめとする周辺地域観光拠点、国際交流やインバウンドといった交流を生み出す集いの場所としても期待されます。

このような、個性と風格あるまちづくりの整備を進めることは、市民から親しまれ、観光地としても魅力あるまちへの形成へと繋がります。

地元住民や関係団体、行政などが連携し、自分たちの住むまちの魅力向上を図る取り組みが必要です。

**【施策7-1】**

大ケヤキや龍興寺沼公園周辺における自然景観や歴史的まち並みの保存整備と観光資源としての利活用推進、周辺観光の拠点としての東の杜の充実

**施策推進のための具体策**

- ① 龍興寺沼公園や東の杜を活用した、まち歩きの魅力をも高める環境整備
- ② 市民団体や地域住民と協働による、新規イベントの検討・実施

**【施策7-2】**

長瀬二の堀など、歴史的景観を活かしたまち並み整備と観光資源としての利活用促進

**施策推進のための具体策**

- ① 歴史的背景の掘り起こしと「物語」の構築
- ② 各歴史・文化施設における統一看板等の設置
- ③ 各施設のPRの強化（HP、観光パンフレット、案内マップ等のリニューアル）
- ④ 市民団体や地域住民との協働による、新規イベントの検討・実施



## 施策 8

# 観光資源の活用推進と観光機能の強化



市内には、風光明媚な名勝や、歴史・文化的施設、観光・レジャーといった余暇を楽しめる施設など、さまざまな観光資源が各地にあります。

現在、本市では生産量日本一のさくらんぼが重要な誘客ツールとなっていますが、それ以外の観光資源は十分活かされていないのが現状です。

そのため、今後観光客にとって魅力あるまちづくりを行っていくためにも、既存の観光資源を見直し魅力を高めるとともに、新たな観光資源の掘り起こしを行っていく必要があります。

また、観光客の満足度を上げるための要素として、地域に住む人々の受け入れ態勢の強化が求められています。そのために、観光ボランティアガイドの養成に加え、市民の方や市内で商売を営まれている方にも市内観光地について知識を深めていただくことで、「郷土愛」を深め、多くの方に本市を紹介してもらうことなど、市民が一体となって観光に取り組む体制を確立していく必要があります。

さらに、観光誘客の要素の一つである特産物には、さくらんぼが第一に挙げられますが、今後は旬の果物に加え、その加工品や、「六田の麩」など既存商品の魅力向上、新たな商品開発などを行い、通年型の魅力ある商品を打ち出し、観光誘客へと繋げていく必要があります。

### 【施策8-1】

観光資源の掘り起こしと組み合わせなどによる魅力を高める取り組み、多様なニーズに応じた周遊コースの設定

#### 施策推進のための具体策

- ① 既存の施設の見直しと整備
- ② これまであまり取り上げられてこなかった観光資源の掘り起こし
- ③ 観光名所と街なかを組み合わせた周遊モデルコースの設定

### 【施策8-2】

新たな観光資源の開発に向けた検討

#### 施策推進のための具体策

- ① 近年のアウトドアブームに沿った自然環境を活かした観光資源の開発
- ② 各種団体と連携した、既存施設の活用等によるスポーツツーリズムの推進
- ③ 市民目線の地域自慢を募集し、隠れた観光資源の発掘と磨き上げ



### 【施策8-3】

#### ICTの活用による観光商品などの開発の推進

##### 施策推進のための具体策

- ① デジタルスタンプラリーなど新たな周遊商品の促進
- ② 東根市イベントサイト「東根四季祭」の内容充実
- ③ 各種SNSを活用したキャンペーン等の展開

### 【施策8-4】

#### 本市ならではの体験型観光の導入促進

##### 施策推進のための具体策

- ① 旬の果物のもぎ取り体験や焼麩体験といった特産品を活用した体験型観光の促進
- ② ジャングル・ジャングルを活用した、ウィンタースポーツ愛好家向けの観光プラン造成
- ③ 友好都市と連携し果樹オーナー制度等を活用した通年体験型観光の造成



さくらんぼもぎとり

### 【施策8-5】

#### 観光ボランティアガイドの養成

##### 施策推進のための具体策

- ① 市民を対象にした市内観光研修の開催
- ② 観光ボランティアガイドの募集とガイド研修の充実
- ③ 外国語ボランティアガイドの養成

### 【施策8-6】

#### ひがしねを代表するお土産品、通年対応型商品などの検討

##### 施策推進のための具体策

- ① 市内飲食店などと連携した「ご当地メニュー」の提供
- ② 各地域への伝統工芸品等の発掘調査
- ③ 既存のお土産品の魅力向上についての検討



- ④ 農産品の加工品の開発に向けた検討
- ⑤ 新たなお土産品の研究・開発

### 【施策8-7】

#### 大森山周辺における各施設が連携した観光と交流の推進

##### 施策推進のための具体策

- ① 農産物直売所などと連携したイベント等の実施



JA さくらんぼ東根直売所 よってけポポラ



**施策 9****農村と自然空間の活用**

本市は日本の原風景と言える農村の美しい景観や、ブナ林が美しい御所山、壮大で迫力のある大滝など、豊かで魅力的な自然がたくさんあります。また、黒伏高原スノーパークジャングル・ジャングルやレークピア白水など、自然を生かしたレジャー施設も充実しています。

本市は年間を通してさまざまな果物が採れる“果樹王国”であり、農園を利用した都市との交流に適した地域です。

これら恵まれた環境を最大限に生かし年間を通じた観光誘客を図るためには、幅広い年齢層やアウトドア初心者でも楽しめるサポート体制の構築、さらにはその一方で専門的なニーズにもこたえられるような体制の構築を図っていく必要があります。

**【施策9-1】****農村の美しい景観や暮らし、豊かな自然などを活かした観光の推進****施策推進のための具体策**

- ① 農業体験や農泊といった、農村に密着した観光の推進
- ② 美しい農村の景観を活かした観光スポットの掘り起こし

**【施策9-2】****観光の場、都市との交流、親子等の交流の場を想定した、農村や自然空間を活かした環境づくりの推進****施策推進のための具体策**

- ① 仙台圏からの本市の玄関口といえる関山大滝周辺の整備
- ② 憩いの場としてのレークピア白水の整備



### 【施策9-3】

#### 黒伏高原スノーパークジャングル・ジャングルやレークピア白水などの利活用の促進

##### 施策推進のための具体策

- ① ウィンタースポーツ愛好家へのジャングル・ジャングルのプロモーション強化
- ② ジャングル・ジャングルの冬季以外での利活用の促進
- ③ レークピア白水公園のキャンプ場としての整備促進
- ④ トレッキングや登山愛好家への御所山のPR強化



関山の大滝



黒伏高原スノーパーク ジャングル・ジャングル



## 施策10

### 「果樹王国ひがしね」を活かした交流の推進



本市は、さくらんぼ東根駅のネーミングをはじめ、果樹王国ひがしねさくらんぼマラソン大会やさくらんぼに関連したイベント開催など、「さくらんぼ」と「果樹王国ひがしね」にこだわったまちづくりに取り組んできました。

これらの取り組みは、観光誘客だけでなく地域活性化にも大きく寄与してきました。

コロナ禍で大きなダメージを受けた観光業界にとって観光誘客の回復は急務であり、令和6年度に30周年を迎える「果樹王国ひがしね」を、関係機関と連携しながら効果的に発信していく必要があります。

#### 【施策10-1】

##### 関係機関との連携強化による「果樹王国ひがしね」の推進

###### 施策推進のための具体策

- ① (一社) 東根市観光物産協会の組織強化と事業支援
- ② 関係機関と連携したPRやキャンペーンの実施

#### 【施策10-2】

##### 「果樹王国ひがしね」を支える人材の育成と支援の充実

###### 施策推進のための具体策

- ① 観光ボランティアや観光関係者のおもてなしの育成
- ② 市内農産物を使用した6次産業化に取り組む事業者の支援
- ③ 市民が地元へ愛着を持ち自発的に情報発信者となるための人材育成と環境整備

#### 【施策10-3】

##### 「果樹王国ひがしね」をアピールするイベントやキャンペーンの実施

###### 施策推進のための具体策

- ① 令和6年度で果樹王国宣言から30周年を迎える「果樹王国ひがしね」を軸にイベントやキャンペーンの展開
- ② 大都市圏や仙台圏、及び航空便就航都市などを会場としたイベント・キャンペーンの実施
- ③ 果樹の販売イベントや品評会の実施
- ④ SNS等を活用したPR活動



## 施策11

# 地域の特色を活かした交流の推進



本市は、果物だけでなく、温泉、スキー場、歴史的文化財、美しい自然など魅力的な地域資源が豊富にあります。

スキー場のジャングル・ジャングルには、良質なパウダースノーを求め、県外からも多くのスキーヤーやスノーボーダーが訪れて冬の観光誘客につながっています。また、関山大滝は豊富な水量で県内有数の名所であり、多くの観光客が訪れています。

これらの地域資源を有効に活用するためにも、それぞれの資源を見直し、ストーリー性を持たせるなどの磨き上げを行い、交流の推進につなげていく必要があります。

### 【施策11-1】

#### 地域の魅力と特色を活かした活動の推進

##### 施策推進のための具体策

- ① 関山大滝やジャングル・ジャングルを活用した交流推進
- ② 大ケヤキや史跡・伝統文化などの文化財を活用した事業の創出
- ③ さくらんぼ東根温泉を活用した事業の創出

### 【施策11-2】

#### 関係人口の創出に向けたイベントやプロモーション活動の強化

##### 施策推進のための具体策

- ① さくらんぼマラソン大会など主要イベントの市外参加者の促進
- ② 観光施設等への市外来客者誘客プロモーションの展開



果樹王国ひがしねさくらんぼマラソン大会



## 施策12

# 交流及び情報発信拠点の整備と充実



本市の交流拠点の一つである大森山周辺は、子どもの遊び場「ひがしねあそびあランド」やグラウンドゴルフ、パークゴルフ場の屋外施設、東北の中でも最大級の来場者をほこる農産物の産直施設「よってけポポラ」などが隣接し、仙台圏から多くの観光客が訪れにぎわいを見せています。

東側の玄関口でもある大森山周辺に整備予定の「道の駅」は、今後の交流人口の拡大に大きな期待が寄せられています。

### 【施策12-1】

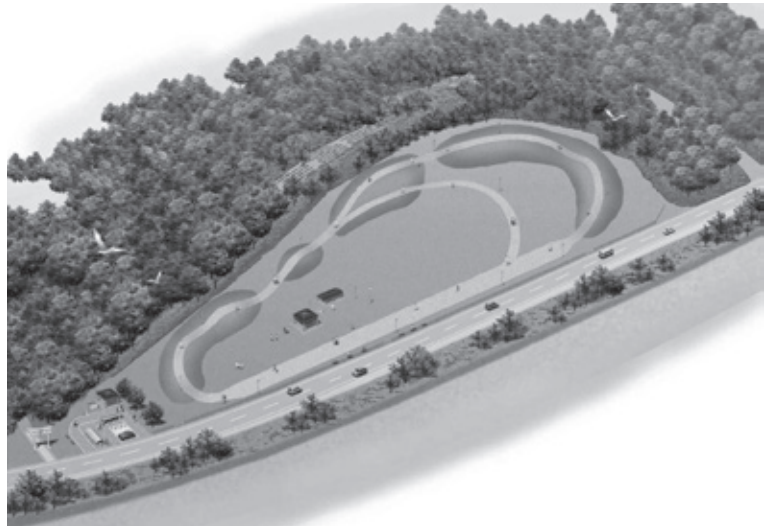
#### 大森山周辺エリアの交流・観光拠点としての機能強化

##### 施策推進のための具体策

- ① 道の駅の整備促進
- ② 大森山周辺施設の活用強化



あそびあランド



大森山公園クロスカントリーコース（イメージ）

### 【施策12-2】

#### 仙台圏、首都圏をはじめ、全国に向けた情報発信の強化

##### 施策推進のための具体策

- ① SNSや雑誌などによる情報発信の強化



## 施策13

# 友好都市交流をはじめとする広域的な交流の推進

本市は、東京都中央区、北海道新得町、宮城県東松島市の友好都市をはじめ、山形空港発着の就航都市である大阪府豊中市や愛知県豊山町などで交流活動を展開してきました。そのほかにも、隣接する仙台圏、さらには災害時相互援助協定締結都市である埼玉県朝霞市などにおいても展開してきました。

今後は、新型コロナの影響で中止している友好都市や就航都市との交流を復活させ、交流人口の回復、更なる増加を目指すことが重要です。

### 【施策13-1】

#### 友好都市、仙台圏など、広域的な交流の推進

##### 施策推進のための具体策

- ① 友好都市や就航都市、仙台圏でのイベントによる交流の促進
- ② 市民同士や市民団体等の交流の促進

### 【施策13-2】

#### 仙台さくらんぼ東根会や東京東根会など、本市出身者等との交流の充実

##### 施策推進のための具体策

- ① 仙台さくらんぼ東根会や東京東根会の総会等への参加
- ② 仙台さくらんぼ東根会や東京東根会会員向け旅行企画の造成



仙台さくらんぼ 東根会 総会



## 第5章 計画の推進体制

本計画を推進していくためには、市民、観光関連団体、観光関連事業者、そして行政が協力・連携を図りながら適切に役割分担を行い、施策を展開していくことが必要です。

また、効率的・効果的に施策を実施するためには、実施段階での現状やニーズを把握し、計画的に実施するだけでなく、事後検証が次のステップへの重要な鍵となります。

### 計画推進の役割

#### (1) 市民の役割

観光客は、その地にある数多くの魅力に感動することでファンとなり、情報発信やリピーターとなります。それを与えることができるのはその地に住む「人」であり、市民です。一人ひとりが「おもてなしの心」を持ち、市民総出の受け入れ態勢づくりが大切です。

また、観光振興の重要な担い手として、イベントやキャンペーンへの参加、SNS等での情報発信など積極的な参加が期待されます。

#### (2) 観光関連事業者の役割

温泉旅館や飲食店、商店などの観光関連事業者は、観光客と最前線で接するという認識を持ち、質の高い「おもてなし」をするための人材育成などを図っていきます。

また、市内の各企業は、観光がさまざまな産業に経済効果をもたらすことが期待されることから、市商工会を中心に、より一層の連携強化を図ることが必要です。

#### (3) 観光関連団体の役割

(一社)東根市観光物産協会をはじめとする観光関連団体は、行政及び市民との連携を強化し、受け入れ態勢の強化と観光地域づくりに寄与します。

特に、市観光物産協会は、本市の観光振興を推進する中核的存在として役割を発揮するため、組織体制の充実強化に努めます。

#### (4) 行政の役割

行政は、市民、観光関連事業者、観光関連団体と連携を十分に図りながら、本計画に基づく総合的な観光振興施策の推進、進行管理を行います。

また、社会情勢や経済環境の変化に適切に対応するため、行政内部、国、県、近隣市町などと連携を図り、情報収集、分析及び提供に努めるとともに、観光振興のための調査・研究を行います。

## 第2次東根市観光基本計画

令和5年3月

---

### 東根市経済部商工観光課

〒999-3795 山形県東根市中央一丁目1番1号

TEL 0237-42-1111

<https://www.city.higashine.yamagata.jp>







果樹王国

ひがしわ