

【 政策名 】

【 施策名 】

【 事業名 】

【 事業費 】

(千円)

4 秋田の魅力が際立つ 人・もの交流拡大戦略	1 地域の力を結集した「総合的な 誘客力」の強化	施策関連事業		980,836
		宿泊施設経営革新支援事業		57,460
	2 「食」がリードする秋田の活性化 と誘客の推進			
	3 文化の発信力強化と文化による 地域の元気創出			
	4 「スポーツ立県あきた」の推進 とスポーツによる交流人口の 拡大			
	5 県土の骨格を形成する道路 ネットワークの整備			
	6 交流の持続的拡大を支える交通 ネットワークの構築			

政策評価（令和 2 年度）

政策評価調書

戦略 4 秋田の魅力が際立つ 人・ものの交流拡大戦略

幹事部局名	観光文化スポーツ部	評価者	企画振興部長	評価確定日	令和 2 年 8 月
-------	-----------	-----	--------	-------	------------

1 政策の目標（目指す姿）

- 本県ならではの魅力が際立つ誘客コンテンツや、観光客のニーズに応える受入環境を充実し、本県が多くの観光客に選ばれることにより、国内外からの誘客を拡大させます。
- 県産食品のブランディングと販路の拡大を進め、特色ある食文化を旅の目的とする集客を拡大するなど、「食」がリードする秋田の活性化を図ります。
- 文化やスポーツによる国内外からの交流人口の拡大を図るとともに、本県の多彩な文化・芸術の継承や、本県スポーツの競技力向上などを進展させます。
- これら活発な交流の基盤となる道路や公共交通など、交通ネットワークの充実にに向けた取組を結実させ、本県の未来を創り・支える交流の一層の拡大を進めます。

2 政策を取り巻く社会経済情勢

- 平成26年10月 ・「第29回国民文化祭・あきた2014」を開催した。
- 平成27年10月 ・日沿道「象潟 I C～金浦 I C」間が供用された。
- 平成27年10月 ・「地域伝統芸能全国大会～日本の祭りinあきた2015～」が開催された。
- 平成28年 1 月 ・2020年東京オリンピック・パラリンピックに向けたホストタウンに県及び美郷町が選定登録された。（以後、横手市、秋田市、大館市、仙北市、鹿角市、大潟村及び能代市が順次登録）
- 平成28年 3 月 ・北海道新幹線が新函館北斗まで開通した。
- 平成28年10月 ・日沿道「鷹巣 I C～二井田真中 I C」間が供用された。
- 平成29年 1 月 ・秋田市とともに「県・市連携文化施設に関する整備計画」を策定した。
- 平成29年 7 月 ・平成33年第76回国民体育大会冬季大会スキー競技会の秋田県鹿角市での開催が決定した。
- 平成29年11月 ・平成32年第28回日・韓・中ジュニア交流競技会の秋田県開催が決定した。
- 平成30年 3 月 ・日沿道「大館能代空港 I C～鷹巣 I C」間が供用された。
- 平成30年 5 月 ・秋田県民会館が閉館した。
- 平成30年10月 ・「新・秋田の行事in仙北2018」が開催された。（2016年大館市、2017年大仙市に続いて 3 度目の開催）
- 平成31年 2 月 ・東京2020オリンピック・パラリンピックの公認文化オリンピックアードである「東京キャラバンin秋田」が開催された。
- 平成31年 3 月 ・秋田空港に台湾定期チャーター便が就航した。
- 平成31年 4 月 ・令和3年に「東北デスティネーションキャンペーン」の開催が決定した。
- 令和元年 7 月 ・秋田市とともにあきた芸術劇場の建設に着手した。
- 令和 2 年 2 月 ・「2020 F I S フリースタイルスキーワールドカップ秋田たざわ湖大会」が開催された。（平成27年から 6 年連続開催）
- 令和 2 年 3 月 ・新型コロナウイルスの世界的な感染拡大により、東京2020オリンピック・パラリンピックの延期が決定した。
- 令和 2 年 5 月 ・羽田発着枠政策コンテストの結果、令和2年冬ダイヤから、大館能代空港・羽田空港（1日2便運航）に新たに1便が配分されることが決定した。
- ・新型コロナウイルスの感染拡大により、第28回日・韓・中ジュニア交流協議会秋田大会の中止が決定した。

3 政策を構成する施策の推進状況

3-1 施策評価の結果

施 策	施策評価の結果			
	H 3 0	R 1 (H 3 1)	R 2 (H 3 2)	R 3 (H 3 3)
施策4-1 地域の力を結集した「総合的な誘客力」の強化	B	B	—	—
施策4-2 「食」がリードする秋田の活性化と誘客の推進	B	B	—	—
施策4-3 文化の発信力強化と文化による地域の元気創出	B	B	—	—
施策4-4 「スポーツ立県あきた」の推進とスポーツによる交流人口の拡大	C	C	—	—
施策4-5 県土の骨格を形成する道路ネットワークの整備	A	A	—	—
施策4-6 交流の持続的拡大を支える交通ネットワークの構築	B	B	—	—

3-2 施策評価の概要

【施策4-1】 地域の力を結集した「総合的な誘客力」の強化
● 代表指標の達成状況については、①「観光地点等入込客数（延べ人数）」は「n：未判明」であり、定量的評価は「N」。 ● 代表指標①に関しては、平成30年実績値は34,484千人で令和元年目標値（33,500千人）の102.9%の水準に達している。また、令和元年のゴールデンウィーク中の主要温泉郷及び宿泊施設における1日当たりの観光入込客数は、前年比で15.8%増加していることに加え、首都圏等をターゲットとしたプロモーションの展開による国内旅行者の増加等により成果指標・業績指標①「延べ宿泊者数」が過去5年で最多となった。 ● 成果・業績指標②「外国人延べ宿泊者数」は、前年比+15,970人泊（+12.9%）となったものの、海外からのチャーター便数の減少等が影響し、目標値を下回るとともに、東北（+25.7%）や全国平均（+22.7%）と比較して低い伸び率にとどまっている。 ■ 代表指標の達成状況や施策の取組状況とその成果など総合的な観点から評価した結果、総合評価は「B」とする。
【施策4-2】 「食」がリードする秋田の活性化と誘客の推進
● 代表指標の達成状況については、①「食料品・飲料等製造品出荷額等」は「n：未判明」であり、定量的評価は「N」。 ● 代表指標①に関しては、平成30年速報値は1,347億円で令和元年目標値（1,280億円）の105.2%の水準に達している。また、県内蔵元に対する高品質な清酒づくりへの転換に資する設備導入支援などが功を奏し、清酒課税移出数量に占める特定名称酒の割合が上昇している（令和元年度：47.0%（対前年度比+1.2ポイント））こともあり、令和元年の増加も期待できる。 ● 「あきた発酵ツーリズム」については、クルーズ船寄港回数の増加も相まって拠点施設への来場者数は増加している反面、拠点施設やその周辺の観光コンテンツを組み合わせたツアーの造成がいまだ低位にとどまっている。 ■ 代表指標の達成状況や施策の取組状況とその成果など総合的な観点から評価した結果、総合評価は「B」とする。
【施策4-3】 文化の発信力強化と文化による地域の元気創出
● 代表指標の達成状況については、①「文化事業の来場者数」は「b」判定であり、定量的評価は「B」。 ■ 代表指標の達成状況や施策の取組状況とその成果など総合的な観点から評価した結果、総合評価は「B」とする。
【施策4-4】 「スポーツ立県あきた」の推進とスポーツによる交流人口の拡大
● 代表指標の達成状況については、①「成人の週1回以上のスポーツ実施率」は「c」判定であり、定量的評価は「C」。 ■ 代表指標の達成状況や施策の取組状況とその成果など総合的な観点から評価した結果、総合評価は「C」とする。
【施策4-5】 県土の骨格を形成する道路ネットワークの整備
● 代表指標の達成状況については、①「県内高速道路の供用率」は「a」判定であり、定量的評価は「A」。 ■ 代表指標の達成状況や施策の取組状況とその成果など総合的な観点から評価した結果、総合評価は「A」とする。
【施策4-6】 交流の持続的拡大を支える交通ネットワークの構築
● 代表指標の達成状況については、①「秋田県と県外間の旅客輸送人員数」は「n：未判明」であり、定量的評価は「N」。 ● 代表指標①に関しては、北陸地方や西日本の旅行会社への旅行商品造成の働きかけや、航空会社と連携した乗継利用のPR活動等により、新型コロナウイルス感染症の影響が生ずる前の令和2年2月までの秋田空港及び大館能代空港の利用者数は、前年度を上回っていた。 ● 乗合バス路線については、乗合バス事業者及び市町村に対する運行費助成や路線再編の支援、地域の関係者が一体となった利用促進への取組などにより必要な路線が確保されている。 ■ 代表指標の達成状況や施策の取組状況とその成果など総合的な観点から評価した結果、総合評価は「B」とする。

4 総合評価結果と評価理由

総合評価	評価理由
B	● 施策評価の結果は、「A」1施策、「B」4施策、「C」1施策（施策の評価結果の平均点は3.00）であり、政策の定量的評価は「B」 ■ 施策の評価結果や推進状況などを総合的な観点から評価した結果、総合評価は「B」とする。

- 定量的評価：施策評価結果を点数化して平均点を算出し、「A」、「B」、「C」、「D」、「E」の5段階に判定する。
 - ・ 施策評価結果の配点 「A」:4点、「B」:3点、「C」:2点、「D」:1点、「E」:0点
 - ・ 判定基準(平均点) 「A」:4点、「B」:3点以上4点未満、「C」:2点以上3点未満、「D」:1点以上2点未満、「E」:1点未満
- 定性的評価：施策の推進状況等から判定する。
- 総合評価：定量的評価を踏まえた上で、定性的評価を考慮して、総合的な観点から「A」、「B」、「C」、「D」、「E」の5段階に判定する。

5 県民意識調査の結果

質 問 文		評価年度(R1)の満足度(割合%)						3期プラン(4年間)の満足度(平均点)			
		十分 (5点)	おおむね 十分 (4点)	ふつう (3点)	やや 不十分 (2点)	不十分 (1点)	わからない ・ 無回答	R1 (H31)	R2 (H32)	R3 (H33)	R4 (H34)
施策 4-1	国内外から観光誘客が進んでいる。	1.5	11.4	35.2	20.6	16.1	15.2	2.75	2.55		
施策 4-2	日本酒や発酵食品など、秋田の食品が国内外の市場で盛んに流通している。	3.8	23.6	42.4	10.6	4.2	15.3	3.11	3.14		
施策 4-3	国内外に秋田ならではの文化の魅力が伝えられている。	2.5	14.5	40.6	18.9	9.4	14.1	2.81	2.79		
施策 4-4	スポーツに関連する様々な活動が盛んに行われ、地域に活気もたらされている。	3.3	16.4	45.0	15.8	7.4	12.2	2.95	2.91		
施策 4-5	地域間の交流や生活を支える県内の道路ネットワークが整備されている。	2.0	14.4	43.7	17.7	10.1	12.2	2.69	2.78		
施策 4-6	鉄道や航空、地域交通など利便性の高い交通ネットワークが整備されている。	1.6	9.7	39.8	21.8	16.4	10.8	2.41	2.53		

調査結果の認識、取組に関する意見等

- 各施策に関する質問の5段階評価による満足度の平均点は「2.53」～「3.14」であり、施策4-2（3.14）に関する質問を除いて「ふつう」の3より低かった。施策4-2の質問に対する満足度が最も高く（3.14）、施策4-6が最も低い（2.53）結果となった。
回答では、全ての質問で「ふつう」が最も多かった。
- 「不十分」又は「やや不十分」を選んだ理由や県に求める取組として、満足度の平均点が低かった施策4-1に関する質問については、通過点的な観光地が多く滞在型の観光に結び付いていないなどの意見があった。
同様に施策4-6に関する質問では、公共交通機関の本数が少なく不便であるなどの意見があった。

※端数処理の関係で満足度の割合の合計は100%にならないものもある。

6 課題と今後の対応方針

施策	課題（戦略の目標達成に向けた課題など）	今後の対応方針（重点的・優先的に取り組むべきこと）
4-1	○ 新型コロナウイルス感染拡大に伴い、県内観光産業は観光客の急激な減少や旅行者の観光に対する意識の変化への対応を迫られるなど、大きな影響を受けている。 ● 県民意識調査の結果では、満足度の平均点が2.55と2番目に低く、通過点的な観光地が多く滞在型の観光に結び付いていないなどの意見があった。 など	○ 新型コロナウイルスの収束状況を見極めながら、県内・東北・全国に向けた誘客を展開し、アフターコロナに対応する受入態勢の整備や地域の観光コンテンツの発掘・磨き上げを行い、令和3年4月からの東北DCに向けた誘客につなげていく。 ● 本県ならではの秋田犬とのふれあいや発酵食文化、祭りや郷土芸能などのカラーコンテンツに加え、周辺の体験型等の観光コンテンツを組み合わせた周遊ルートの形成を図る。 など
4-2	○ 「あきた発酵ツーリズム」の体験型観光コンテンツは徐々に整備されつつあるが、旅行商品の造成が低位にとどまっている。 など	○ 秋田ならではの「発酵食文化」を体験できる拠点施設の整備を引き続き推進するとともに、「あきた発酵ツーリズム」の更なる旅行商品化を目指し、旅行会社へ売り込みを図る。 など
4-3	○ 新型コロナウイルスの世界的な感染拡大に伴い、東京オリンピック・パラリンピックを契機とした本県ならではの文化の発信が十分に進んでいない。 など	○ 新型コロナウイルスの影響により大規模な公演等が開催できない芸術文化事業について、無観客公演の開催とその模様を撮影した動画制作・配信に対して支援を行うなど、新たな手法による本県文化の国内外への発信を進める。 など
4-4	○ ビジネスパーソンや子育て世代が気軽に運動できる機会が不足しているほか、子供や若者がスポーツに親しむことができる場が少ない。 など	○ 健康経営を考える事業所等への指導者の派遣や、県内トップスポーツチームと連携した親子運動教室の開催等に取り組むほか、総合型地域スポーツクラブによる様々な年代向けのプログラムの設定を支援する。 など
4-5	○ 高速道路の開通見通しが一部公表されていない区間があり、企業誘致や物流、観光振興等への影響が危惧される。 など	○ 関係機関との連携を強化し、高速道路の開通見通しについて、未公表区間を早期に公表するよう国に対して要望していく。 など
4-6	○ 人口減少や運転手不足の影響等により、住民生活の基盤となる地域公共交通の維持確保が年々困難になっている。 ● 県民意識調査の結果では、満足度の平均点が2.53と最も低く、公共交通機関の本数が少なく不便であるなどの意見があった。 など	○ 地域の実情を踏まえ、路線バスやコミュニティ交通のほか、住民が主体となる自家用有償運送など様々な交通モードを組み合わせ、持続可能な地域交通の形成に取り組む。 ● 人口減少や少子高齢化などの影響を受けて、地域の公共交通は厳しい状況に置かれているが、このような地域の公共交通の維持・確保を図るため、国や市町村とも連携して継続的に事業者への支援等を行う。 など

※課題と今後の対応方針の各施策の詳細については、施策評価調書を参照

※●は県民意識調査結果に関する課題と今後の対応方針

7 政策評価委員会の意見

施策評価（令和2年度）

施策評価調査

戦略4 秋田の魅力が際立つ 人・もの交流拡大戦略			
施策4-1 地域の力を結集した「総合的な誘客力」の強化			
幹事部局名	観光文化スポーツ部	担当課名	観光振興課
評価者	観光文化スポーツ部長	評価確定日	

1 施策のねらい（施策の目的）

秋田ならではの魅力を最大限に生かし、国内外からの誘客を図るため、令和3年度に開催する東北デスティネーションキャンペーンに向けて、体験型を柱とする観光コンテンツづくりに地域と連携して取り組むほか、観光客のニーズに対応した受入態勢整備や人材育成等を進めるとともに、交通事業者と連携し、多様な媒体の活用による秋田ファンの拡大を図りながら、ターゲットを明確にした効果的な誘客プロモーションを展開します。

特にインバウンド対策については、東京オリンピック・パラリンピック開催が来年度に控えており、多くの外国人から注目が集まることから、台湾、韓国などの重点市場や東京、京都などの訪日外国人観光客が多い地域におけるプロモーションの強化に加え、東北各県との連携による広域周遊ルートの形成を推進するほか、受入環境の整備を進めることにより、誘客と観光消費の拡大を図ります。

2 施策の状況

2-1 代表指標の状況と分析

2-1 代表指標の状況と分析							施策の方向性(1)～(5)		
代表指標①	年度	現状値 (H28)	H29	H30	R1 (H31)	R2 (H32)	R3 (H33)	備考	
観光地点等入込客数(延べ人数)(千人)	目標			33,000	33,500	34,000	34,500		
	実績	31,596	33,282	(34,484)	R2.8月判明予定				
	達成率			(104.5%)	—				
出典:県観光戦略課「秋田県観光統計」	指標の判定			(a)	n				
分析 (推移、実績・達成率、順位等)	順位等	全国	31位 (/43位)	27位 (/39位)	(22位 (/32位))	R2. 8月 判明予定		統計未了の都道府県があるため分母は一致しない	
		東北	5位 (/6位)	5位 (/6位)	(4位 (/5位))				
	- 観光地点等入込客数は、大型観光キャンペーンの実施や大型クルーズ船の寄港等に伴い、近年、増加傾向にある。 - 令和元年の実績値は未判明だが、最新の統計である平成30年の実績値は、令和元年目標値を上回る水準となっている。 - 令和元年のゴールデンウィーク中の主要温泉郷及び宿泊施設における1日当たりの観光入込客数は、対前年比で15.8%増加している。								

※ 指標の判定基準

「a」：達成率 $\geq 100\%$ 「b」： $100\% > \text{達成率} \geq 90\%$ 「c」： $90\% > \text{達成率} \geq 80\%$

「d」： $80\% > \text{達成率}$ 又は 現状値 $>$ 実績値(前年度より改善) 「e」：現状値 $>$ 実績値(前年度より悪化)

「n」：実績値が未判明

2-2 成果指標・業績指標の状況と分析

						施策の方向性(1)～(4)		
成果・業績指標①	年度	現状値 (H28)	H29	H30	R1 (H31)	R2 (H32)	R3 (H33)	備考
延べ宿泊者数(千人泊)	目標			3,500	3,600	3,700	3,800	
	実績	3,400	3,346	3,505	3,654			
出典:観光庁「宿泊旅行統計調査」		達成率		100.1%	101.5%			
分析 (推移、実績・達成率、順位等)	順位等	全国	42位	41位	42位	41位		
		東北	6位	6位	6位	6位		
	令和元年の延べ宿泊者数は、前年から149千人泊増加し、目標を達成するとともに、過去5年で最多となった。特に国内旅行客については、2年連続で増加(前年比+2.3%、+77千人)したが、その要因として、首都圏等をターゲットに秋田犬を活用したプロモーションを実施した成果等が考えられる。							

							施策の方向性(1)～(4)		
成果・業績指標②		年度	現状値 (H28)	H29	H30	R1 (H31)	R2 (H32)	R3 (H33)	備考
外国人延べ宿泊者数(人泊)		目標			125,000	150,000	175,000	200,000	
		実績	66,950	104,660	123,430	139,400			
出典:観光庁「宿泊旅行統計調査」		達成率			98.7%	92.9%			
分析 (推移、実績・達成率、順位等)	順位等	全国	45位	43位	42位	42位			
		東北	6位	6位	6位	6位			
	- 令和元年の外国人延べ宿泊者数は、全国的に増加傾向にあり、東北全体についても東北観光復興対策交付金等の効果もあり、増加している（全国前年比+22.7%、東北前年比+25.7%）。 - 本県の外国人延べ宿泊者数も前年から増加したものの、海外からのチャーター便の減少（平成30年：120便→令和元年：109便）等が影響し、目標の達成には至らなかった。								

							施策の方向性(5)		
成果・業績指標③		年度	現状値 (H28)	H29	H30	R1 (H31)	R2 (H32)	R3 (H33)	備考
クルーズ船の寄港回数(回)	目標				26	28	30	32	
	実績	15	25	21	26				
出典:県港湾空港課調べ		達成率			80.8%	92.9%			
分析 (推移、実績・達成率、順位等)	順位等	全国	23位	22位	25位	R2.9月 判明予定			
		東北	2位	1位	2位				
	- 中国をはじめとするアジアにおけるクルーズ市場の急成長や、欧米系のクルーズ船会社による日本発着クルーズの企画・催行の増加等により、国内港湾へのクルーズ船の寄港回数が増加している。 - 本県でも、誘致活動のほか、受入態勢の強化・充実に取り組んでおり、寄港回数は増加傾向が続いているものの、令和元年度は、台風による寄港の中止（2回）等の影響により、目標達成に至らなかった。								

2-3 施策の取組状況とその成果（施策の方向性ごとに記載）

（1）国内外からの観光客に選ばれる誘客コンテンツづくりの推進

【観光振興課、秋田うまいもの販売課、自然保護課、交通政策課】		指標	代表①、成果①②
- 県内の学識経験者、交通事業者、観光関係事業者等により構成する「あきた発酵ツーリズム推進協議会」を開催し、効果的な誘客策について議論したほか、平成30年度に策定した推進方針についてツアー造成の強化を主眼とした見直しを行った。また、クルーズ船のオブショナルツアーへ売り込みを図り、新たに秋田の発酵食文化を体験できる旅行商品6件の造成を支援し、4件催行（参加者計290名）した。※2件は台風の影響によりツアー中止 - 国内外から人気の高い秋田犬と周辺の観光体験プログラムを組み合わせた旅行商品の造成を支援した（21件<+1件>）。また、台湾をターゲットにウェブサイトやSNS等を活用した情報発信を行った（アクセス数約38万件<+3万件>）。 - たざわ湖スキー場のスタッフを対象にガイド育成講習会を実施するとともに（3回<△2回>）、スノーアクティビティや地域独自のコンテンツを生かしたツアーの造成を目指し、新たにオーストラリアやタイ人によるモニターツアーを実施した（3コース12名）。 - これまで設定した里山サイクリング県内7コースのうち、リーディングモデルとなる男鹿半島コースで体験型のサイクリングモニターツアーを実施した結果、新たに台湾のニュース番組内で特集が2回放映（視聴者数約23万人）されており、外国人57名のサイクリングコースの利用につながった。			

(2) 観光客のニーズに対応した受入態勢の整備と、観光人材・事業者の育成

【観光戦略課、観光振興課、秋田うまいもの販売課、自然保護課】

指標

代表①、成果①②

- ・秋田エアポートライナー運行会社3社と地元自治体4市村へのヒアリング調査を行い、専門家による現状分析をもとに、2次アクセスに関する課題解決に向けた提案と、今後取り組むべき事項についての意見交換を実施した。
- ・宿泊施設や観光施設を巡回し、キャッシュレス決済やロコミサイトの利用状況等の把握及び各種情報提供を行った(94施設<△33施設)。また、観光人材育成のため、従来からのホスピタリティ研修において、需要の高いSNSの活用術に係るセミナーを実施し、参加者のレベルアップを図ったほか、受入施設側のバリアフリー観光の不安を解消するため、バリアフリーモニターツアーを実施した(研修:60名参加<△33名>、ツアー:14名参加<+7名>)。さらに、あきた旅のサポートセンターや秋田バリアフリーツアーセンターで観光客等からの各種問合せに対応した(問合せ件数1,011件<△116件>)。
- ・インバウンド向けに秋田犬の展示等を行う観光施設の整備(1団体<△2団体>)及びあきた発酵ツーリズムの拠点施設の整備等を実施する3団体<±0>に対し助成した。
- ・主要観光地におけるQRコードを活用した多言語案内表記の整備を進め(21施設<+4施設>)、新たに作成したQRコードから約1,900件のアクセス数を記録した。また、多言語対応アプリ「アキタノNAVI」内において翻訳したコンテンツを約300件増やし、機能強化を図った。

(3) ターゲットを見据えた誘客プロモーションの展開【観光戦略課、観光振興課】

指標

代表①、成果①②

- ・国内外で人気の高い秋田犬を活用し、首都圏及び新に関西圏において各種プロモーションを展開した(ツーリズムEXPOジャパン:4日間で約15万人来場(大阪府)、大宮駅「あきた産直市」:本県へのアクセスが容易な駅で実施)。また、首都圏旅行エージェントを対象にした「ALL 秋田 旅行エージェント商談会in東京」を開催した(旅行エージェント33社<+2社>、110名参加<+8名>)。
- ・青森県、岩手県、宮城県及び山形県において、秋・冬のコンテンツをメインにプロモーションイベントを開催(9~12月)し、市町村、観光協会、民間企業など、延べ36団体<+5団体>、81名<△12名>が参加した。
- ・「秋田県教育旅行誘致説明会」(札幌市)を開催し、旅行会社及び学校関係者に対し、プレゼンテーションや商談会等を実施した(42名参加<+2名>)。また、札幌市内や近隣の中学校、教育委員会、旅行会社を訪問して、教育旅行の誘致を行う「教育旅行誘致キャラバン」を展開した(105箇所<△7箇所>)。
- ・重点市場である台湾・中国・タイへのトップセールスを実施したほか、各市場の現地旅行博への出展、商談会の開催、SNSでの情報発信の強化等の取組を進めた結果、新たに15,596人<+1,229人>のフォロワーを獲得した。

(4) 多様なメディアや新たな手法を活用した秋田ファンの拡大【観光戦略課、観光振興課】

指標

代表①、成果①②

- ・県のイメージアップの取組としてナマハゲデザインによる新たなポスターを制作し、全国メディアに取り上げられるなど大きな反響が寄せられた。また、秋田の優れたコンテンツの魅力や楽しみ方を紹介するWEBマガジン「なんも大学」の令和元年度の読者数が約26万人(+41,118人)となったほか、アクセス数は約50万件(+50,651件)にのぼった。
- ・インスタグラムを活用したフォトコンテストは、年々フォロワー数が増加し、令和元年度は16,030人(+3,434人)を超えたほか、新たにテーマ賞を設けて様々な角度から秋田の魅力を映し出す写真を募集し、県民参加型の訴求力のある情報発信を行った。
- ・あきたファン・ドット・コムへのアクセス数は、令和元年度で300万アクセスを超えた。また、平成28年度から運用している多言語アプリ「アキタノNAVI」のインストール件数は、令和2年3月末時点で2万件近くまでのぼり、平成30年度末から5,000件ほど増加した。さらに、新たに多言語観光サイト「STAY AKITA」を令和2年2月から運用しており、同年3月末時点で9万アクセスを超えている。

(5) 国内外のクルーズ船の誘致と受入環境の整備【港湾空港課、観光振興課】

指標

代表①、成果③

- ・官民協働組織である「あきたクルーズ振興協議会」において、例年開催していた東京セールスを、令和元年は「港・観光・食」を一体化させた合同商談会にスケールアップして開催(来場者225名<+195名>)したほか、国内旅行エージェントを招へいし、県内視察ファムツアーを2回実施した(1回目:1社、2名(ジャパネット特化)、2回目:9社、11名、合計10社<+5社>、13名<+8名>)。
- ・増加する外航クルーズの外国人客に対し、本県の魅力を伝えるとともに県内周遊を促進させるため、クルーズに特化した外国人向けパンフレットのリニューアル版を新たに作成・配布した。また、「あきたクルーズ振興協議会」による「外国人受入対応ワーキンググループ」を1回開催(△1回)し、新たに県内周遊を促進するための観光案内の施策等を検討したほか、高校生による観光案内を引き続き実施した。

3 総合評価結果と評価理由

総合評価	評価理由
B	● 代表指標の達成状況については、①「観光地点等入込客数（延べ人数）」は「n：未判明」であり、定量的評価は「N」。 ● 代表指標①に関しては、平成30年実績値は34,484千人で令和元年目標値（33,500千人）の102.9%の水準に達している。また、令和元年のゴールデンウィーク中の主要温泉郷及び宿泊施設における1日当たりの観光入込客数は、前年比で15.8%増加していることに加え、首都圏等をターゲットとしたプロモーションの展開による国内旅行客の増加等により成果指標・業績指標①「延べ宿泊者数」が過去5年で最多となった。 ● 成果・業績指標②「外国人延べ宿泊者数」は、前年比+15,970人泊（+12.9%）となったものの、海外からのチャーター便数の減少等が影響し、目標値を下回るとともに、東北（+25.7%）や全国平均（+22.7%）と比較して低い伸び率にとどまっている。 ■ 代表指標の達成状況や施策の取組状況とその成果など総合的な観点から評価した結果、総合評価は「B」とする。

● 定量的評価：代表指標の達成状況から判定する。

「A」：代表指標が全て「a」、「B」：代表指標に「b」があり、「c」以下がない、「C」：代表指標に「c」があり、「d」以下がない

「D」：代表指標に「d」、「e」を含む。ただし、「E」、「N」に該当するものを除く、「E」：代表指標が全て「e」、「N」：代表指標に「n」を含む

● 定性的評価：成果指標・業績指標の達成状況を踏まえた上で、施策の取組状況とその成果、外的要因等から判定する。

■ 総合評価：定量的評価を踏まえた上で、定性的評価を考慮して、総合的な観点から「A」、「B」、「C」、「D」、「E」の5段階に判定する。

4 県民意識調査の結果

質問文	国内外から観光誘客が進んでいる。					
調査年度		R1 (H31)	R2 (H32)	R3 (H33)	R4 (H34)	前年度比
満足度						
満足度	肯定的意見	18.0%	12.9%			▲5.1%
	十分 (5点)	1.9%	1.5%			▲0.4%
	おおむね十分 (4点)	16.1%	11.4%			▲4.7%
	ふつう (3点)	37.1%	35.2%			▲1.9%
	否定的意見	29.7%	36.7%			+7.0%
	やや不十分 (2点)	18.2%	20.6%			+2.4%
	不十分 (1点)	11.5%	16.1%			+4.6%
	わからない・無回答	15.3%	15.2%			▲0.1%
平均点		2.75	2.55			▲0.20
調査結果の認識、取組に関する意見等						
○ 5段階評価の満足度の平均点は「2.55」で、「ふつう」の3より0.45低かった。回答では「ふつう」が最も多かった。 「十分」と「おおむね十分」を合わせた割合は12.9%、「ふつう」は35.2%、「不十分」と「やや不十分」を合わせた割合は36.7%であった。また、「肯定的意見」と「ふつう」を合わせた割合は48.1%であった。 ○ 「不十分」又は「やや不十分」の理由や県に求める取組として以下のような意見があった。 ・ 通過点的な観光地はあると思うが、宿泊してじっくり観光という点ではまだ足りないと思う。（女性／50歳代／雄勝地域） ・ 観光コンテンツについては、既存の資源に依存し、新規開発、発掘が出ていないように感じる。（男性／40歳代／秋田地域） ・ 県内の観光地について、いろいろな手段をもっと積極的に活用しながらの外部へのPRが必要だと思います。（男性／50歳代／北秋田地域）						

※端数処理の関係で満足度の割合の合計は100%にならないものもある。

5 課題と今後の対応方針

施策の方向性	課題(施策目標達成に向けた新たな課題、環境変化等により生じた課題 など)	今後の対応方針(重点的・優先的に取り組むべきこと)
(1)	○ 新型コロナウイルス感染拡大に伴い、県内観光産業は観光客の急激な減少や旅行者の観光に対する意識の変化への対応を迫られるなど、大きな影響を受けている。 ● 通過点的な観光地はあると思うが、宿泊してじっくり観光という点ではまだ足りないと思う。(県民意識調査より)	○ 新型コロナウイルスの収束状況を見極めながら、県内・東北・全国に向けた誘客を展開し、アフターコロナに対応する受入態勢の整備や地域の観光コンテンツの発掘・磨き上げを行い、令和3年4月からの東北DCに向けた誘客につなげていく。 ● 本県ならではの秋田犬とのふれあいや発酵食文化、祭りや郷土芸能などのキラコンテンツに加え、周辺の体験型等の観光コンテンツを組み合わせた周遊ルートの形成を図る。
(2)	○ 新型コロナウイルス感染症の影響により、大きな変化が予想される旅行者のニーズに対し、早急に対応する必要がある。	○ ウィズコロナ時代における新たなニーズを見据え、宿泊施設の三密回避対策や、個人旅行者に対してICTを活用した「旅ナカ」での情報発信を強化し、受入態勢の整備を図る。
(3)	○ 北海道や東北の各地域で冬期間の誘客需要の取り込みが激化している中、小正月行事や雪見風呂など本県ならではの冬の魅力を効果的に発信できていない。 ○ 新型コロナウイルスの世界的な感染拡大と影響の長期化に伴い、予定していたインバウンド誘客活動が制約されている。	○ 秋田新幹線の沿線や県内空港路線のある地域を対象に、ターゲットやテーマを明確にした冬季間の誘客プロモーションの展開を図る。 ○ 訪日旅行解禁に備え、渡航制限緩和の動きや、現地旅行会社・航空会社の動向を注視しながら、今後のインバウンド誘客のあり方を検討するとともに、継続的に観光情報を発信し、本県の認知度向上を図る。
(4)	○ 全国的に見て、本県の情報や話題を見聞きしたことがあるかを示す情報接触度が低位にある。	○ 各種メディアに積極的に情報発信を行い、本県がテレビ等で取り上げられる機会の拡大を図る。
(5)	○ 新型コロナウイルスの世界的な感染拡大と影響の長期化に伴い、クルーズ船の運航再開に備えた誘致活動の停滞が懸念される。	○ 今後のクルーズ船運航状況等の情報収集を行うとともに、運航再開時の多様な旅客ニーズに対応できるよう受入態勢のあり方について検討を進める。

※●は県民意識調査結果に関する課題と今後の対応方針

6 政策評価委員会の意見

--

事業コード 04010213	政策コード 04	政策名 秋田の魅力が際立つ人・もの交流拡大戦略							
事業名 宿泊施設経営革新支援事業	施策コード 01	施策名 地域の力を結集した「総合的な誘客力」の強化							
部局名 観光文化スポー	課室名 観光戦略課	施策目標(指標)名 観光客のニーズに対応した受入態勢の整備と、観光人材・事業者の育成							
	班名 企画班	担当課長名 佐藤 功一							
評価対象事業の内容		担当者名 齋藤 貴之							
事業年度 令和01年度		事業年度 令和03年度							
1-1. 事業実施当初の背景(施策目標達成のためになぜこの事業が必要であったのか) 宿泊旅行統計調査における延べ宿泊者数が東北最下位である状況において、地域観光の拠点となる宿泊施設の整備や、需要拡大が見込まれる分野に对应した取組への支援が急務であるとともに、宿泊施設において深刻な問題となっている従業員不足の解消に向け、ICTの活用等による生産性向上を促進する必要がある。									
1-2. 外部環境の変化及び事業推進上の課題 新型コロナウイルス感染症の流行が拡大し、収束が見通せない中にあって、新たな設備投資が困難な宿泊施設もある。一方で、新型コロナウイルス感染症の影響により変化した新たな旅行スタイルに对应した施設整備等については、支援を強化する必要がある。									
2. 住民ニーズの状況(事業継続中に把握したもの) ①ニーズを把握した対象 ■ 受益者 □ 一般県民 (時期: R01 年 10 月) ②ニーズの変化の状況 ○ a 増大した ● b 変わらない ○ c 減少した ③ニーズの把握の方法 ■ アンケート調査 □ 各種委員会及び審議会 ■ ヒアリング □ インターネット □ その他の手法 (具体的に) ④ニーズの具体的内容及び変化の状況の内容 宿泊施設の改修に対する支援やICTの活用等による生産性の向上等について、業界から強い要望がある。									
3. 事業目的 (どういう状態にしたいのか) 宿泊施設の改修等により受入環境の改善を実施するとともに、ICTの活用等による従業員不足への対応とサービスの向上を図り、リピーターの確保につなげる。									
4. 目的達成のための方法 (重点施策推進方針との関係) ● 重点事業 ○ その他事業 県 宿泊施設経営者 宿泊施設の整備を行う事業者の取組を支援するとともに、宿泊施設の実業家に向けた研修会を開催する。									
5. 昨年度の評価結果等 ● 継続 ○ 改善 ○ 見直しまたは休廃止 ①評価の内容 ②評価に対する対応									
6. 事業の全体計画及び財源									
順位	事業内記	左の説明	単位(千円)						
01	地域観光集客拠点構築支援事業	地域の拠点として国内外から新たな観光客を呼び込むことができる魅力的な宿泊施設づくりを促進する。	30年度	01年度	02年度	03年度	04年度	05年度	全体(最終)計画
02	宿泊施設経営革新支援事業費補助金	今後マーケティングの拡大が見込まれる分野に係る新たな設備投資等に対して支援する。		40,141	40,052	40,052			120,245
03	宿泊業における従業員不足対策事業	宿泊施設の深刻な従業員不足に対応するため、研修会等を実施する。		17,270	11,266	11,266			39,802
				50	282	282			614
財源内訳			左の説明						
国庫補助金	地域経済循環創造事業費交付金								
県債									
その他									
一般財源	37,460 31,600 31,600 31,600 160,660								

7. 事業の効果を把握するための手法及び効果の見込み

指標名	改修した宿泊施設の宿泊者数の伸び率										指標の種類
指標式	宿泊施設経営革新支援事業の補助金を活用した施設の改修実施年度と翌年度の宿泊者数の伸び率の平均を指標とする。(%)										●成果指標 ○業績指標
①年度別の目標値（見込まれる効果） 低減目標指標 ○ 該当 ● 非該当											
指標	30年度	01年度	02年度	03年度	04年度	05年度	06年度	最終年度			
目標a		102	102	102							
実績b											
b/a		0%	0%	0%							
東北及び全国の状況 算定不能											
②データ等の出典 県観光戦略課調べ											
③把握する時期 ○ 当該年度中 月 ● 翌年度 02月 ○ 翌々年度 月											
指標名											指標の種類
指標式											●成果指標 ○業績指標
①年度別の目標値（見込まれる効果） 低減目標指標 ○ 該当 ○ 非該当											
指標	30年度	01年度	02年度	03年度	04年度	05年度	06年度	最終年度			
目標a											
実績b											
a/b											
東北及び全国の状況											
②データ等の出典											
③把握する時期 ● 当該年度中 00月 ○ 翌年度 月 ○ 翌々年度 月											
◎指標を設定することができない場合の効果の把握方法											
①指標を設定することが出来ない理由											
②見込まれる効果及び具体的な把握方法（データの出典含む）											
1次評価											
課題に照らした妥当性 ○ a ● b ○ c											
【理由】 新型コロナウイルス感染症の拡大により観光客は減少しているものの、取東後の需要回復期に向け、宿泊施設の改修等に対する支援を継続する必要がある。											
住民ニーズに照らした妥当性 ○ a ● b ○ c											
【理由】 アンケートやヒアリングの結果、依然として事業の継続を求める声は多い。											
県関与の妥当性（民間、市町村、国との役割分担） ● a ○ b ○ c											
□ 法令・条例上の義務 □ 内部管理事務 ■ 県でなければ実施できないもの											
□ 民間・市町村で実施可能であるが県が関与する必要性が認められるもの											
【理由】 県全体における観光拠点の整備を戦略的に実施するため、県以外による実施は不可能である。											
評価結果											
○ A											
● B											
○ C											

1次評価										
事業の効果（事業目標は達成されているのかどうか） 適用の可否 ○ 可 ● 不可										
○ a 達成率100%以上 ○ b 達成率80%以上100%未満 ○ c 達成率80%未満										
【評価への適用不可又はcの場合の理由】										
令和元年度実施の事業にかかると指標の実績値が判明するのは令和3年2月頃であるため、評価不能。また、新型コロナウイルス感染症の影響を受け、目標値の達成は難しい状況にある。										
1 事業の経済性の妥当性（費用対効果の対前年度比） 適用の可否 ○ 可 ● 不可										
○ a 1.1～ ○ b 0.9～1.1 ○ c ～0.9										
〔令和01年度の効果〕 / 〔平成30年度の効果〕 三										
〔令和01年度の決算額〕 / 〔平成30年度の決算額〕 三										
【評価への適用不可又はcの場合の理由】										
2 コスト縮減のための取組状況										
○ a 客観的で効果が高い ● b 取組んでいる ○ c 取組んでいない										
【コスト縮減に向けた具体的な取組内容又は取組んでいない理由】										
審査会により事業者からの提案内容を精査し、必要最低限の費用についてののみ事業費として計上されていることを確認している。										
新型コロナウイルス感染症の影響により変化した新たな旅行スタイルに対応した施設整備など、旅行者のニーズに即した宿泊施設の取組に対して支援を行う。										
○A継続										
●B改善して継続										
○C見直し										
○D休廃止										
○E終了										
必要性 - A - B - C 有効性 - A - B - C 効率性 - A - B - C										
総合評価										
○A継続										
○B改善して継続										
○C見直し										
○D休廃止										
○E終了										
評価結果の当該事業への反映状況等（対応方針）										
政策評価委員会意見										