

施策評価（令和3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	令和3年8月26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、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、多様なメディア等の活用による秋田ファンの拡大を図りながら、国内外のターゲットを見据え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・パラリンピックの開催により、訪日外国人の一層の増加が見込まれることから、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、近年増加している外航クルーズ船等の更なる誘致と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)	(35,270)	R3.8月判明予定		
	達成率			(104.5%)	(105.3%)	—		
出典: 県観光戦略課「秋田県観光統計」	指標の判定			(a)	(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)	22位(31位)	R3.8月判明予定	
		東北	5位(6位)	5位(6位)	4位(5位)	5位(6位)		
	<ul style="list-style-type: none"> 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などにより、増加傾向が続いていた。 令和2年の実績値は未判明だが、最新の統計である元年の実績値は、2年目標値を上回る水準となっていた。 新型コロナウイルス感染症の拡大により、イベントや催事が中止になるなど全国的に観光客が激減し、大きな影響を受けている。 県内流動を促進させるプレミアム宿泊券を発行したほか、県内の魅力を再発見する「#秋田を旅しよう」SNS投稿キャンペーンを展開するなど、周遊を促す取組の実施により一定の効果が得られた。 							

※ 指標の判定基準

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

「d」：80% $>$ 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

成果・業績指標①								施策の方向性(1)(3)(4)	
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	2,546			
出典:観光庁「宿泊旅行統計調査」	達成率			100.1%	101.5%	68.8%			
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	39位		
		東北	6位	6位	6位	6位	6位		
	<ul style="list-style-type: none"> 令和元年実績と2年の実績を比較すると、前年から減少(△1,108千人泊)した。 新型コロナウイルス感染症の拡大の影響により、イベントや催事が中止となるなど全国的に観光客が激減している。 県内の観光消費を拡大するため、秋田県プレミアム宿泊券を55万枚発行したほか、県内旅行商品437本に対して造成支援を行い、県内流動を促進する取組を行った結果、前年比3割程度に落ち込んだ宿泊者数(県内のみ)が昨年を上回る月(10月)もあり、2年の実績は前年比7割程度まで回復し、一定の効果があつた。 								

成果・業績指標②								施策の方向性(1)(3)(4)	
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	25,380			
出典:観光庁「宿泊旅行統計調査」	達成率			98.7%	92.9%	14.5%			
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	43位		
		東北	6位	6位	6位	6位	6位		
	<ul style="list-style-type: none"> 県の外国人延べ宿泊者数の令和元年実績と2年の実績を比較すると、前年から減少(△114,020人泊)した。 日本政府観光局(JNTO)調べの2020年訪日外客数は2019年比△87.1%となっており、新型コロナウイルス感染症が世界中で流行している状況では、訪日外国人旅行者数の回復には一定の時間を要すると考えられる。 								

成果・業績指標③								施策の方向性(3)(4)(5)	
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	0			
出典:県港湾空港課調べ	達成率			80.8%	92.9%	0.0%			
分析 (推移、実績・達成率、順位等)	順位等	全国	23位	22位	25位	22位	R3.9月		
		東北	2位	1位	2位	2位	判明予定		
	<ul style="list-style-type: none"> 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、令和元年度の寄港は過去最高となった。 本県でも、誘致活動のほか、受入態勢の強化・充実に取り組んだ結果、前年度を上回る寄港の計画となっていたが、新型コロナウイルス感染症の拡大の影響により、クルーズ船の運航が停止となった。 新型コロナウイルス感染症の拡大の影響により、クルーズ船の運航が休止されたため、令和2年度の寄港実績は無い。 								

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

指標	代表①、成果①②
----	----------

【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】

- ・ たざわ湖スキー場と周辺エリアにおいて、雪上テントサウナなどの体験型コンテンツを造成した（4コンテンツ）ほか、オーストラリアからの誘客に向けて、スキーヤー向けWebサイトを活用した情報発信を実施した。
- ・ 歴史・文化・自然などの観光資源を活用した周遊ルート（10ルート）を開発するとともに、伝統行事への参加や食文化体験など、地域資源を活用した体験メニュー（10種類）を整備したほか、海外の旅行会社等へPRするための多言語セールスシートを作成し、現地の旅行会社等に提供した。
- ・ 台湾等重点市場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18万件<△29万件>）。
- ・ AKITA里山サイクリング県内7コースにおいて、自転車の空気入れなどのメンテナンスキットの設置や、サイクリスト歓迎のステッカーの掲出、リーフレットの作成を行った。

<新型コロナウイルス感染症の影響>

- ・ 豪州スキー博や台湾サイクリングイベントへのブース出展が中止となった。

(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

指標	代表①
----	-----

【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】

- ・ 訪日外国人の受入環境整備に向けて、秋田空港利用促進協議会と連携し、台湾において秋田空港からの二次アクセスの利便性向上に関するアンケート調査を行った（調査件数209件）。
- ・ 観光案内所等を対象に、コロナ禍における受入対応等の情報共有を行うとともに、訪日観光案内対応研修を3回実施し、延べ41団体、50人が参加した。このほか、宿泊施設や観光施設の事業者等を対象に、SNS等を活用した情報発信やOTAの効果的な利用を支援するICT活用セミナーを3地区で実施し、延べ24団体、43名が参加した。
- ・ 宿泊施設や観光施設を巡回し、SNSや口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（91施設<△3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、コロナ禍に対応したオンライン観光を活用した情報発信等についてのセミナーを実施し、参加者のレベルアップを図った。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において、観光客等からの各種問合せに対応した（問合せ件数646件<△365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<±0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団体>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（25施設<+4施設>）、新たに作成したQRコードから約200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」内において掲載情報の翻訳を約500件完了し、機能強化を図った。

<新型コロナウイルス感染症の影響>

- ・ 受入施設側のバリアフリー観光の不安を解消するために実施する、バリアフリーモニターツアーが中止となった（前年度研修60名参加、ツアー14名参加）。

(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①②③
<ul style="list-style-type: none"> ・首都圏及び関西圏において各種プロモーションを展開し、誘客促進に向けた取組を行った（大宮駅「あきた産直市」、世界自然遺産観光振興商談会2020（東京・大阪商談会）など）。 ・青森県、岩手県、宮城県及び山形県において、情報誌を活用して、旬な観光情報及びモデルコースの掲載を行い、本県への誘客促進を図った（各県1回）。 ・令和3年4月から実施の東北デスティネーションキャンペーンに向けて本県独自の誘客促進ポスターを制作（20種類、44,464部）し、JR東日本主要駅等に掲示した。 ・東北観光推進機構が主催する札幌市での東北教育旅行セミナー（参加者69人）及びオンラインセミナー（参加者：東北向け42人、全国向け128人）に参加し、旅行会社や学校関係者に対し本県の魅力に関するプレゼンテーションを実施した。 ・重点市場である台湾・中国の現地旅行博へ出展したほか、オンラインセミナーの実施、SNSでの情報発信の強化等の取組を進めた結果、新たに10,774人<中国4,428人、台湾4,700人、タイ1,080人、韓国566人>のフォロワーを獲得した。 		
<新型コロナウイルス感染症の影響>		
<ul style="list-style-type: none"> ・日本最大の総合観光イベントであるツーリズムEXPOジャパン（期間中の入場者：令和元年度約15万人）が中止となった。 ・「ALL 秋田 旅行エージェント商談会in東京」（令和元年度実績：旅行エージェント33社、110名参加）を中止した。 ・「秋田県教育旅行誘致説明会」（札幌市：令和元年度42名参加）及び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」（前年度105箇所）は中止となった。 		

(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①②③
<ul style="list-style-type: none"> ・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」は前年度に比べ掲載記事は約半数となり、読者数は減少したが、訴求力のある記事を多く掲載した結果、1記事あたりの平均PV数は約1,900件と令和元年度から約600件（約30%）増加した。 ・Instagram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2年度は22,051人（+6,021人）、コンテスト年間投稿数は32,947件（+10,264件）と大幅に増加したほか、新たに「#秋田を旅しよう」SNS投稿キャンペーンを実施し、様々な角度から秋田の魅力を映し出す写真を募集することにより、県民参加型の訴求力のある情報発信を通じ県内周遊を促進した。 ・秋田県公式観光サイト「あきたファン・ドット・コム」は、令和2年度末で146万アクセスであった。3年3月にはウイズ・アフターコロナに対応するため、リニューアルを実施するとともに、名称を[アキタファン]に改めたところ、同年3月末時点で9万を超えるアクセスがあった。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、2年度末時点で約22,000件となり、元年度末から約2,000件増加したほか、多言語観光サイト「STAY AKITA」は、2年度末で約18万のアクセスがあった。 		

(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
<ul style="list-style-type: none"> ・令和2年は、世界中のクルーズ船会社の幹部やクルーズ商品を造成する旅行会社などが集う、世界最大のクルーズ見本市がWEB形式で開催され、当県からも参加し船会社との商談会や秋田県認知度向上PRを実施したほか、クルーズ船の受入再開に向け、県内港におけるクルーズ船寄港受入に係る指針を策定し、秋田港クルーズターミナル内での感染症対策としてアクリル板等の備品購入などを行った。 ・新型コロナウイルス感染症の拡大により、首都圏との往来ができず、例年実施していた船社やランドオペレーターへの東京セールスについては中止となったが、外航クルーズモデルコースを掲載したセールス用の資料を作成した。 ・外航クルーズ船の入港がなかったことから、外国人対応の臨時案内所は設置できなかったが、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、クルーズ船寄港受入時の感染症予防・対策の情報共有を図った。 		
<新型コロナウイルス感染症の影響>		
<ul style="list-style-type: none"> ・「港・観光・食」を一体化させた合同商談会及び県内視察ファムツアーなどの誘致活動を中止した。 ・クルーズに特化した外国人向けパンフレットの制作を取りやめた。 ・「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」が開催できなかった。 		

3 総合評価結果と評価理由

総合評価	評価理由
D	<ul style="list-style-type: none"> ● 代表指標の達成状況については、①「観光地点等入込客数」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、令和元年実績値は35,270千人で2年目標値（34,000千人）の103.7%であったが、2年は新型コロナウイルス感染症の影響により、移動自粛や外国人の入国制限等の措置により観光入込客数は大きく減少する見込みである。また、成果・業績指標①「延べ宿泊者数」、②「外国人延べ宿泊者数」、③「クルーズ船の寄港回数」も同様に減少する見込みである。 ● 一方、秋田県プレミアム宿泊券の発行や、県内旅行商品の造成支援、「#秋田を旅しよう」SNS投稿キャンペーンを行い、県内流動の促進による観光需要の下支えを行った結果、対前年比3割程度まで落ち込んだ宿泊者数を対前年比7割程度まで回復させるなど、一定の効果があつた。 ● また、秋田県公式観光サイトのリニューアルや、東北デスティネーションキャンペーンにおける本県独自の誘客促進ポスターの制作、重点市場である台湾・中国等でSNSによる情報発信の強化等の取組による新たな外国人のフォロワーの獲得等、アフターコロナを見据えた情報発信に取り組んだ。 ■ 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「D」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。					
満足度	調査年度	R1 (H31)	R2 (H32)	R3 (H33)	R4 (H34)	前年度比
満足度	肯定的意見	18.0%	12.9%	7.4%		△5.5
	十分 (5点)	1.9%	1.5%	1.2%		△0.3
	おおむね十分 (4点)	16.1%	11.4%	6.2%		△5.2
	ふつう (3点)	37.1%	35.2%	33.8%		△1.4
	否定的意見	29.7%	36.7%	39.4%		+2.7
	やや不十分 (2点)	18.2%	20.6%	21.8%		+1.2
	不十分 (1点)	11.5%	16.1%	17.6%		+1.5
	わからない・無回答	15.3%	15.2%	19.5%		+4.3
平均点		2.75	2.55	2.40		△0.15

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「2.40」で、「ふつう」の3より0.60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7.4%、「ふつう」は33.8%、「不十分」と「やや不十分」を合わせた割合は39.4%であった。また、「肯定的意見」と「ふつう」を合わせた割合は41.2%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つた。
 - ・自然や食べ物など、秋田の魅力的な部分はあるのに、観光地も廃れているし、欠品が多く新鮮さにも欠けるなど、がっかりする部分が多い。もっと魅力を伝えられる宣伝と、利用しやすい環境を整備すべき。(女性/40歳代/秋田地域)
 - ・一つの観光地だけで一回の旅行を満足できるような場所はないので、いくつかの場所が連携して取り組んでほしい。(男性/50歳代/雄勝地域)
 - ・観光客の多くがご年配の方なので、インフルエンサーやYouTuberなどの力を借りれば若者の観光客も増えると思います。(女性/20歳代/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)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、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。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 新型コロナウイルス感染症の収束状況を見極めながら、県内流動や県外に向けた誘客を展開するとともに、ウィズ・アフターコロナに対応する本県の特徴ある体験型コンテンツの発掘・磨き上げや商品化支援を行う。
(2)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 新型コロナウイルス感染症の影響により、新たな旅行ニーズへの対応が進んでいない。 ● 自然や食べ物など、秋田の魅力的部分はあるのに、観光地も廃れているし、欠品が多く新鮮さにも欠けるなど、がっかりする部分が多い。もっと魅力を伝えられる宣伝と、利用しやすい環境を整備すべきである。(県民意識調査より) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ ウィズ・アフター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」での情報発信を充実するとともに、観光関連事業者のデジタル技術に係る知識の底上げや機運醸成を図る。 ● SNSや各種メディアを活用し、秋田の多彩な魅力を積極的に発信するほか、Wi-Fi整備など滞在環境の充実により、旅行者の満足度向上に資する受入態勢を強化していく。
(3)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 新型コロナウイルス感染症の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。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 訪日旅行の解禁に備え、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)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 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。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 令和3年3月にリニューアルした県公式観光サイトを活用し、本県観光に有効なデジタルプロモーションの活用や詳細な分析調査を実施のうえ、SNSの活用や、各種メディアに対する積極的な情報発信に取り組む。
(5)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 新型コロナウイルス感染症の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が停滞している。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 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

自己評価の「D」をもって妥当とする。