

施策評価（令和4年度）

施策評価調査

戦略4 秋田の魅力が際立つ 人・ものの交流拡大戦略			
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4年8月29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	R元 (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	R4.8月判明予定	
	実績	31,596	33,282	(34,484)	(35,270)	(18,360)			
	達成率			(104.5%)	(105.3%)	(54.0%)	—		
出典:県観光戦略課「秋田県観光統計」	指標の判定			(a)	(a)	(e)	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))	(21位(27位))	—	
		東北	5位(6位)	5位(6位)	(4位(5位))	(5位(6位))	(5位(6位))	—	
	- 新型コロナウイルス感染症の拡大の長期化により、イベントや催事が中止になるなど観光客が激減し、大きな影響を受け、目標達成はできない見込みである。 - 他都道府県での緊急事態宣言や蔓延防止等重点措置の適用により、県外からの入込が大幅に減少していることから、宿泊助成事業の実施やスキー場でのリフト券等の割引など、秋田の魅力を感じられる旅行商品の造成・販売支援などに取り組み、県民による県内流動を促進した。								

※ 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

2－2 成果指標・業績指標の状況と分析							施策の方向性(1)(3)(4)		
成果・業績指標①		年度	現状値 (H28)	H29	H30	R元 (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	2,626	
出典:観光庁「宿泊旅行統計調査」		達成率			100.1%	101.5%	68.8%	69.1%	
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	37位	
		東北	6位	6位	6位	6位	6位	6位	
	・新型コロナウイルス感染症の拡大の長期化により、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。 ・県内在住者を対象とした県内を目的地とする旅行商品や宿泊代金に対する割引事業（「旅して応援！」あきた県民割事業：実績約50万人泊など）の実施により、県民による県内流動を促進することで下支えを行った。								

							施策の方向性(1)(3)(4)		
成果・業績指標②		年度	現状値 (H28)	H29	H30	R元 (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	7,910	
出典:観光庁「宿泊旅行統計調査」		達成率			98.7%	92.9%	14.5%	4.0%	
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	45位	・ 日本政府観光局（J N T O）調べの2021年訪日外客数は2020年比△94.0%となっている。政府が新型コロナウイルス感染症に関する水際対策の強化に係る措置として、観光目的での外国籍の方の新規入国を認めていない状況である。
		東北	6 位	6 位	6 位	6 位	6 位	6 位	

							施策の方向性(3)(4)(5)		
成果・業績指標③		年度	現状値 (H28)	H29	H30	R元 (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	0	
出典:県港湾空港課調べ		達成率			80.8%	92.9%	0.0%	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	39位	39位	・ 本県においては、令和3年4月から国内クルーズに限定して受入を再開することとし、寄港受入を予定していたものの、新型コロナウイルス感染症の影響により2年連続で実績はゼロとなった。
		東北	2位	1位	2位	2位	6位	6位	

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、交通政策課課】

- ・ 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。
- ・ 台湾等重点市場をターゲットにWebサイト等を活用した情報発信を行った(アクセス数約48万件<+30万件>)。
- ・ AKITA里山サイクリングをPRするため、台湾のサイクリングイベントに出展した。
- ・ 新型コロナウイルス感染症の影響により変化する旅行スタイルに対応するため、秋田ならではの資源を活用したコンテンツづくりや販路確立及び情報発信を支援した(9件)。
- ・ 地域資源を活用した観光コンテンツの開発や磨き上げのほか、誘客・周遊イベントの開催など、次年度以降の誘客につながる各地域の取組に対して支援を行った(16件)。

<新型コロナウイルス感染症の影響>

- ・ コンテンツ商品化支援事業のワークショップが対面で実施できず、オンライン開催となった。

(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、自然保護課課】

- ・ 訪日外国人の渡航受入再開に向けて、秋田空港からの二次アクセスの更なる強化を図るため、秋田空港利用促進協議会と連携し、デジタル技術を活用した先行事例の取組等について学ぶ交通・観光事業者向けオンラインセミナーを実施した(参加者13名)。
- ・ 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2回実施し、延べ20団体、22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5回実施し、延べ35団体、41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(115施設<+24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572件<△74件>)。
- ・ インターネットを利用した旅マエ(旅行前)及び旅ナカ(旅行中)の情報収集の機会が拡大している状況に対応するため、Googleマップを活用した観光施設の情報発信の促進等を目的とした観光関係者向けセミナーを開催した(初級編3回 計85名参加、上級編1回 42名参加)。

<新型コロナウイルス感染症の影響>

- ・ 高齢者や障がい者の受入を促進するためのバリアフリーモニターツアーが前年に引き続き中止となったほか、県外から専門家を招いて実施する予定だったセミナーはオンライン形式に変更となった。

(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①②③
・首都圏等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」など）。 ・東北五県のフリーペーパーを活用して、冬の観光情報や県公式観光サイト「アキタファン」のQRコードの掲載を行い、本県への誘客促進及び県公式観光サイトへの誘導を図った（各県1回）。 ・令和3年4月～9月に開催された東北デスティネーションキャンペーン期間に合わせて、ポスター、ガイドブック、インターネット等のデジタル媒体を活用したプロモーションの展開を行った。 ・今後の観光施策の立案に活用するため、各種媒体においてデジタルプロモーションを実施し、秋田県観光に興味関心が高い人の分析を行いデータの蓄積を行った。 ・東北観光推進機構が主催する札幌市及び大阪市での東北教育旅行セミナー（参加者：札幌市 63人、大阪市 66人）等に参加し、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14,368人（中国5,767人、台湾7,052人、タイ765人、韓国784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>		
・「ALL 秋田 旅行エージェンツ商談会in東京」（令和元年度実績：旅行エージェンツ33社、110名参加）がオンラインでの開催となった。 ・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」（令和元年度実績105か所）が2年連続で中止となった。		

(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
・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（25,326人〈+3,275人〉）し、コンテスト年間投稿数は39,212件〈+6,265件〉と大幅に増加し、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ほか、受賞作品を県公式観光サイト「アキタファン」に掲載する企画を開催する等、投稿写真を県事業に効果的に活用・展開した。 ・令和3年3月にリニューアルを実施した秋田県公式観光サイト「アキタファン」は、開設1ヶ月で約9万アクセスがあったほか、3年度は約170万アクセスがあった。また、平成28年度から運用している多言語アプリ「アキタNAV I」のインストール件数は、3年度末時点で23,224件となり2年度末から約1,400件増加したほか、多言語観光サイト「STAY AKITA」は、3年度末で約48万〈+30万件〉のアクセスがあった。 ・撮影に適した県内の「スポット」「食」「人」に関する情報の充実を図り、TV等のメディアや映画制作関係者等に対し、あきたロケ地情報発信サイト「ヌーベルあきた」を通じて、一元的に情報発信する（サイト掲載数：366件）とともに、あきたロケ支援ネットワークと連携し、制作サイドに企画提案を行うとともに、制作サイドからの要望に対応した。（201件対応、103件掲載）		

(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
・クルーズ船の安全・安心な受入を確保するため、県独自の受入に係る指針を策定するとともに、当該指針に基づいて緊急時を想定した情報伝達訓練等を実施し、受入態勢の強化を図った。 ・感染症収束後における本県への寄港回復を図るため、クルーズ船社等による県内視察を実施し、誘客の取組を推進した。 ・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、クルーズ商談会が中止となるとともに、例年実施していた船社やランドオペレーターへの東京訪問セールスについては中止となったが、オンラインによるセールスを一部実施した。また、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>		
・「港・観光・食」を一体化させた合同商談会は中止したが、参加予定者に対し、セールス資料等を送付した。 ・国内ランドオペレーター等に対しては、オンラインセールスを実施し、秋田県の最新情報を提供した。 ・「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	● 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、新型コロナウイルス感染症の影響の長期化、緊急事態宣言や蔓延防止等重点措置の適用による移動自粛や政府の新型コロナウイルス感染症に関する水際対策の強化に係る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、県内在住者を対象とした県内を目的地とする旅行商品や宿泊代金に対する割引事業等の実施により、県民による県内流動を促進したことで、延べ宿泊者数が令和2年並みになるなど観光関連産業の下支えを行った。 ● また、東北デスティネーションキャンペーン期間に合わせたデジタル媒体を活用した情報発信、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、ターゲットの特性に対応した情報発信に必要となるデータの蓄積等に取り組んだ。 ■ 代表指標及び成果・業績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。				
調査年度		R元 (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%	7.4%	5.9%	△1.5
	十分 (5点)	1.9%	1.5%	1.2%	0.7%	△0.5
	おおむね十分 (4点)	16.1%	11.4%	6.2%	5.2%	△1.0
	ふつう (3点)	37.1%	35.2%	33.8%	33.2%	△0.6
	否定的意見	29.7%	36.7%	39.4%	41.1%	+1.7
	やや不十分 (2点)	18.2%	20.6%	21.8%	23.2%	+1.4
	不十分 (1点)	11.5%	16.1%	17.6%	17.9%	+0.3
	わからない・無回答	15.3%	15.2%	19.5%	19.7%	+0.2
平均点		2.75	2.55	2.40	2.35	△0.05
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「2.35」で、「ふつう」の3より0.65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5.9%、「ふつう」は33.2%、「不十分」と「やや不十分」を合わせた割合は41.1%であった。また、「肯定的意見」と「ふつう」を合わせた割合は39.1%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。 ・有名ではないが、県民の一部だけが知っている秘境のような観光地はたくさんあり、それをもっとアピールすれば違う視点から魅力に思い、訪れる観光客は必ず増えると思う。(女性/60歳代/秋田地域) ・最近では、秋田犬の展示、ドラゴンアイ等をニュースで見ましたが、複数の魅力的な観光コンテンツを併せた目的がないと、なかなか難しいのではないかと思います。(女性/40歳代/秋田地域) ・ワーケーションなどの推進には課題が多く、魅力の向上とプロモーションを上手く行う方法について学ぶ必要がある。(男性/20歳代/秋田地域)						

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症の影響で変化した旅行者の価値観や趣味・嗜好の多様化に対応した観光コンテンツの開発が求められている。 ● 最近では、秋田犬の展示、ドラゴンアイ等をニュースで見ましたが、複数の魅力的な観光コンテンツを併せた目的がないと、なかなか難しいのではないかと思います。(県民意識調査より)	○ 体験型・滞在型観光や少人数ツアー等、ウィズ・アフターコロナに対応したコンテンツの開発や秋田ならではの資源を生かしたコンテンツの発掘・磨き上げや商品化支援を行う。 ● 個人の趣味・嗜好を踏まえた観光コンテンツの充実を図るとともに、自然や食文化、温泉など秋田の特色を生かした滞在型・体験型観光を推進する。
(2)	○ 個人化・細分化・個性化する旅行ニーズの変化やコロナ禍を機に高まった安全・安心な旅行を望む声への的確な対応が求められる。	○ 観光・宿泊施設での三密を避けたサービスの提供や受け入れ環境の整備を後押しするほか、個人旅行者に対する「旅マエ」、「旅ナカ」での情報発信を充実するとともに、観光事業者等の情報発信力を強化するための支援を行う。
(3)	○ 新型コロナウイルス感染症拡大による影響の長期化等により、県外・国外などでの誘客活動が制約されている。	○ デジタルマーケティング等により誘客のターゲットを的確に把握するとともに、その特性に応じた最適な観光情報の発信に取り組む。また、インバウンドについては、渡航制限緩和に向けた動向を注視し、継続的な情報発信等により本件の認知度向上を図る。
(4)	○ 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の順位は全国でも低位である。	○ 各種SNSの活用した情報発信により秋田ファンの拡大を目指すとともに、TV等各種メディアへの情報発信力の強化に取り組むことで、本県がTV等で取り上げられる機会の拡大を目指す。
(5)	○ 新型コロナウイルス感染症拡大による影響の長期化等によりクルーズ船の運航再開に向けた誘致活動が停滞している。	○ クルーズ船運航に関する情報収集に取り組むとともに、クルーズ船の運航再開時の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、関係機関等との検討を進める。

※●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。