

令和5年度 秋田県観光振興ビジョンに基づく施策の主な取組と今後の対応方針について【重点施策】

資料 3

※1：指標名①「アキタファン」アクセス数 ②観光地点等入込客数 ③延べ宿泊者数 ④外国人延べ宿泊者数 ⑤観光消費額単価 ⑥来訪者満足度 ⑦リピーター率

施策体系	ビジョンに記載している主な取組の例		令和5年度の主な取組・成果	課題・今後の対応方針	担当課	(参考) 主な関連指標
重点施策1 自立した稼ぐ観光エリアの形成						
方向性(1) 客観的データの分析等に基づいた観光エリア経営による「稼ぐ力」の強化						
	取組方針① 観光CRM(顧客関係管理)によるロイヤルカスタマーの創出	①データ分析に基づく顧客への戦略的な情報発信 ②旅アトのフォローによる持続的な関係構築 ③次回の来訪の促しやEC(電子商取引)サイトへの誘導	①データに基づいた観光戦略の展開に向けて、データ分析の共通基盤となる「秋田県観光DMP」を構築したほか、男鹿市、鹿角市、仙北市の観光地域づくり法人(DMO)と連携し、DMPのデータ活用等を実証 ①東北観光推進機構が運用する広域観光データベースを活用した旅行者動態情報のDMO等への提供 ②③県公式観光サイト「アキタファン」へ誘導するWEB広告、SNS等によるデジタルプロモーションの配信と結果の調査・分析(「アキタファン」へのアクセス数2,737千件)	◎データの質と量が充実しておらず分析の精度に向上の余地があるほか、DMOや宿泊事業者などにおけるデータ活用やデジタル人材の育成が十分とはいえない。 →データの質と量の充実に向け「秋田県観光DMP」にデータを提供する宿泊事業者の参加拡大や、データ分析結果の活用促進に向けた観光地域づくり法人等への支援等を行う。	観光戦略課 誘客推進課	⑤ 128.4% ⑥ 103.0% ⑦ 89.3%
	取組方針② デジタル技術の活用による観光関連事業者の経営改善	①宿泊・観光施設等におけるデジタル技術を活用した業務効率性の向上 ②新たなビジネス展開への取組支援や、事業拡大、多角化、課題解決等による経営基盤の強化 ③顧客満足度の向上に向けたPDCAサイクルによる業務改善の徹底	①経営効率化に向けたデジタル技術を活用したシステム導入(PMS、POS、自動チェックイン機等)への助成(18件) ②観光経営の知識・動向を学ぶ「観光秋田未来塾(テーマ:人と組織の元気力を高めるリーダーシップ)」を開催(R6.1月開催:22名) ②宿泊施設におけるサービスの高付加価値化(個室露天風呂、サウナ、ペット対応客室等)に向けた施設整備等への助成(35件) ②③経営者を対象とした生産性向上セミナー(テーマ:地域一体となった観光産業の高付加価値化)を開催(6,7月開催、3地域、計63名)	◎観光コンテンツの磨き上げや宿泊施設が行う施設整備への支援等を行っており、延べ宿泊者数はコロナ前に戻りつつあるが、数の上では東北で最下位、全国でも下位にとどまっている。 →宿泊事業者の経営基盤の強化に向け、サービスの高付加価値化と業務効率化の取組を支援する。 →繁閑平準化に向けた冬季誘客の促進に係る取組を推進する。	観光戦略課 県観光連盟	
	取組方針③ サービスの高付加価値化等による観光消費額の拡大	①宿泊施設の魅力アップによる客単価の向上 ②地元食材を活用した地域ならではの食の提供や特産品を活用したお土産品の開発 ③ガイドを活用した体験プログラムの提供	①②宿泊施設におけるサービスの高付加価値化に向けた施設整備等への助成【再掲】 ①②冬季誘客の促進を図るため、宿泊施設の「食」をテーマとし、特色ある県産食材を活用した食の磨き上げと販売キャンペーンの展開(参加施設49施設、197プラン造成) ③小正月行事やスノーアクティビティなど、体験型コンテンツの磨き上げと販売キャンペーンの展開(販売期間:12/1～2/29)		観光戦略課 誘客推進課	
方向性(2)多様な業種との連携によるブランド力の向上						
	取組方針① 地域の特性に応じた推進体制の構築	①DMOや観光協会を核とした地域の特性に対応した推進体制づくり ②DMOや観光協会の活動を支える財源確保の検討 ③観光エリアのブランド力向上に向けた各種研修会等の開催	①②誘客や受入態勢の強化につなげるための県内DMO連絡会議の開催(2回) ①湯沢雄勝地域におけるDMOの設立に向けた支援等(会議への出席4回) ①観光事業者間の連携による付加価値の高い旅行商品開発のための態勢づくり支援(7事業者) ③経営者を対象とした生産性向上セミナーを開催【再掲】	◎エリア一体となった誘客促進への取組が不足している。 →事業者が連携し付加価値の高い旅行商品を造成・販売するための態勢づくりを支援する。	観光戦略課 県観光連盟 誘客推進課 農山村振興課	② 81.0% ③ 90.9% ⑤ 128.4%
	取組方針② 幅広い業種や地域住民が連携した観光地域づくり	①農林漁業や製造業との連携による新たな観光サービスの提供 ②飲食業と連携した泊食分離による多様な「食」メニューの提供 ③地元企業への発注などによる地域活性化への配慮 ④観光客との接点(タッチポイント)における地域住民の歓迎機運の醸成	①サイクリングを軸に農泊地域間及び民間事業者が広域で連携した農泊コンテンツの発掘、モデル実証事業を実施(9月:経験者向け、10月:初心者向け、計29名参加) ②(なし) ③生産性向上の補助金等の申請に当たり、県内発注を行う申請事業に対し審査で加点 ④(地域別プロジェクトで対応)	◎農泊について、事業者の高齢化のほか、誘客に向けた活動に差がある。 →受入体制の再構築のための事業者向け研修・WS等を開催する。 →R6.3に設立した「秋田県農泊ネットワーク推進会議(仮称)」を設立(R6.3月設立予定)するとともに、地域協議会及び関係機関と連携し、秋田県の農泊を推進する。	農山村振興課 観光戦略課	
方向性(3)観光エリアを支える人材の育成・確保						
	取組方針① 観光人材の育成・採用、外部人材の活用	①観光地経営を牽引するリーダーの育成・採用 ②体験型観光の関係事業者や体験ガイド等の育成と待遇改善 ③観光を学ぶ大学生等の県内雇用につなげる産学接続の推進 ④農林水産系高校・大学、調理師養成教育機関での「持続可能な観光」を学ぶ機会の創出	①経営者を対象とした生産性向上セミナーを開催【再掲】 ①最新の観光事業経営の知識・動向を学ぶ「観光秋田未来塾」を開催【再掲】 ②県認定の「あきた白神認定ガイド」資格を更新するための講習等を実施(7月、9月、11月、ガイド資格更新者数:13名、新規認定者数:2名) ③新卒者等を対象とした連盟会員企業による就職説明会を開催(8月開催、9団体、学生7名)(R6.3月開催、8団体、学生12名) ③学生等を対象とした連盟会員ホテル・旅館の職場見学ツアーの実施(11月開催、県南地区 学生4名)(12月開催、県北地区 学生2名) ③連盟会員企業のアルバイト求人情報を県内大学等に提供 ④ノースアジア大学において、県の観光・交流施策等に係る講演を実施(11月、学生約20名参加)	◎宿泊業をはじめとした観光業では人材不足が深刻となっており、宿泊施設での稼働制限などの課題が生じている。 →働きやすい職場環境の整備に向け、経営者の意識改革を促すとともに、若年層に向けた県内観光事業者とのマッチング機会の提供等を行うことにより、観光業における人材確保を促進する。	観光戦略課 県観光連盟 自然保護課	⑥ 103.0% ⑦ 89.3%
	取組方針② シビックプライド(地域への誇りや愛着)を育む観光教育の推進	①自分たちが住む地域に誇りや愛着を抱く学習機会の創出 ②小中高生による観光ボランティアガイドの育成 ③県庁出前講座による観光教育の充実	①世界遺産白神山地区をフィールドとする白神体験塾による環境教育を実施(小学4～6年生対象、7月～8月実施、80名) ②(なし) ③本県の観光の特色や状況等に係る県庁出前講座を開催(5回、130名) ③グリーン・ツーリズムに係る県庁出前講座を開催(6月、11月開催)		農山村振興課 誘客推進課 自然保護課	

施策体系	ビジョンに記載している主な取組の例		令和５年度の主な取組・成果	課題・今後の対応方針	担当課	(参考) 主な関連指標
重点施策2 ターゲットの的確な把握と効果的な誘客プロモーションの展開						
方向性(1)デジタルマーケティング等によるニーズの的確な把握						
	取組方針① 官民連携による旅行者データ分析の仕組みづくり	①オープンデータ等を活用した観光デジタル情報プラットフォームの構築	①データに基づいた観光戦略の展開に向けて、データ分析の共通基盤となる「秋田県観光DMP」を構築したほか、男鹿市、鹿角市、仙北市の観光地域づくり法人(DMO)と連携し、DMPのデータ活用等を実証【再掲】	◎データの質と量が充実しておらず分析の精度に向上の余地があるほか、DMOや宿泊事業者などにおけるデータ活用やデジタル人材の育成が十分とはいえない。 →データの質と量の充実に向け「秋田県観光DMP」にデータを提供する宿泊事業者の参加拡大や、データ分析結果の活用促進に向けた観光地域づくり法人等への支援等を行う。【再掲】	観光戦略課	① 169.0%
	取組方針② デジタルマーケティングを活用した旅行者の動態やニーズの把握	①インターネットによる情報発信の最適化に向けたデジタルマーケティング等の新たな手法の活用 ②東北各県や東北観光推進機構との連携によるDMP(データ・マネジメント・プラットフォーム)を活用した分析と把握	①県公式観光サイト「アキタファン」へ誘導するWEB広告、SNS等によるデジタルプロモーションの配信と結果の調査・分析【再掲】 ①データに基づくマーケティング手法の取得等に向けた職員向けワークショップの開催(R6.3月開催予定) ①DMOを対象とするデータ分析等に関する勉強会の実施(6月、12名) ②インバウンドをはじめとする旅行者の消費購買データや動態データ、公的統計データなどを広域的な視点から分析し、効果的なプロモーションに向けた現状把握や、それに基づく観光戦略や施策の立案に活用	◎デジタルマーケティングによって把握した本県に関心の高いターゲット層に対する認知度を高める必要がある。 →引き続きデジタルマーケティングに取り組み、ターゲット(ペルソナ)の精度を高めることにより、効果的・効率的な誘客を推進する。	観光戦略課 誘客推進課	
方向性(2)ターゲットに応じた戦略的なプロモーション						
	取組方針① マーケティングに基づいたきめ細かな誘客対策の実施	①デジタル技術の活用によるターゲットの特性に対応した情報発信の充実 ②オンライン観光等による旅マエにおける訪問意欲の喚起 ③SNS、口コミサイトによるリピーターの獲得や新たな旅行需要の喚起 ④秋田県公式観光サイト「アキタファン」の充実及び発信強化	①県公式観光サイト「アキタファン」へ誘導するWEB広告、SNS等によるデジタルプロモーションの配信と結果の調査・分析【再掲】 ①デジタルプロモーションの活用に向け、連盟会員企業を対象とした研修会を開催(R6.3月アーカイブ配信、視聴59名) ①連盟会員企業を対象としたデジタルプロモーション導入経費への助成(3件) ①②WEB・SNSを活用したインバウンドを含む消費意欲旺盛なターゲットに向けた農泊の情報発信手法の検討・調査(調査時期12月～R6.3月) ①③県が運用している各種SNSを活用し、秋田の旬の情報や魅力を発信(あきたびじょんInstagramフォロアー数26,530) ①インフルエンサーによる連盟会員施設等のSNSを活用した情報発信(10月:男鹿市なまはげ館等)(R6.2月:謎解きイベント) ④集客力の高いページや閲覧度の高いページを毎月分析し、さらなる検索上位を狙えるように説明文のリライトや訴求力の高い写真への差し替えを随時実施	◎他県と比べて低い観光に関する認知度を高めるため、デジタルマーケティングによって把握した本県に関心の高いターゲット層に対するアプローチを強化する必要がある。 →効果的なプロモーションを展開するため、ターゲットを絞り込んだデジタルプロモーションを継続していく。 ◎農泊について、事業者・生活者双方のニーズを踏まえた情報発信・マッチングを行う必要がある。 →WEB・SNSを活用し、ターゲットを意識した効果的な情報発信、PRを行う(R6夏)。	誘客推進課 県観光連盟 農山村振興課	① 169.0% ② 81.0% ③ 90.9%
	取組方針② 国内市場の特性や動向を踏まえた誘客プロモーションの展開	①JR東日本との連携による大型観光キャンペーンを活用した誘客促進 ②国内航空路線の乗継利用によるターゲット市場からの誘客促進 ③新規路線開設等に向けたLCCなどの航空会社への働きかけ ④フェリーと他の交通機関を組み合わせた旅行商品の造成支援 ⑤デジタル技術で拡張した「バーチャル秋田」による情報発信 ⑥交通事業者と連携したプレジャーの推進	①JR首都圏主要駅等での観光PRイベントの開催(あきた産直市:大宮駅6/6～10、上野駅10/27～31、大宮駅12/14～18) ①首都圏等からの宿泊客に対して、連盟会員施設で使えるクーポンを発行(使用期間R6.1.4～2.29、使用額6,955,000円) ②乗継利用を含む両空港イン旅行商品の造成支援(秋田空港:19件 送客人数1,607人、大館能代空港:8件 送客人数543人) ③成田国際空港を訪問し、LCCの動向等について情報交換を実施 ④(なし) ⑤(地域別プロジェクトで対応) ⑥(なし)		誘客推進課 県観光連盟 交通政策課	
	取組方針③ 北海道・東北各県等の連携による広域周遊観光の推進	①東北観光推進機構と連携した広域周遊ルートの構築と情報発信 ②世界遺産「白神山地」と「北海道・北東北の縄文遺跡群」を活用した北海道・北東北周遊ルートの形成 ③十和田・八幡平、白神山地、鳥海山、栗駒山等の県境観光地における隣県との連携 ④北東北三県と連携した冬季観光誘客プロモーションの展開	①主要な海外市場において、東北観光推進機構や各県との連携により旅行会社の招請や現地旅行博への出展等を実施し、広域周遊を促進 ①北東北三県合同事務所(名古屋、大阪、福岡)と連携し、旅行エージェントやマスコミを招請した旅行商品造成促進やセールスを実施 ②首都圏での商談会によるPR、ファムツアー、広告配信等によるプロモーションを実施(商談会2回) ③(地域別プロジェクトで対応) ④関係自治体が共同で取り組むイルミネーションイベント開催への支援(十和田湖冬物語実行委員会、1団体)		誘客推進課	

施策体系	ビジョンに記載している主な取組の例		令和５年度の主な取組・成果	課題・今後の対応方針	担当課	(参考) 主な関連指標
重点施策3 時代の変化を捉えた秋田ならではのツーリズムの推進						
方向性(1)新しい旅行スタイルに対応した誘客の推進						
取組方針① 秋田の特性を生かした滞在型・体験型観光の推進	①サイクリングやトレッキング、SUPなど、大自然を活用したアウトドア観光の推進 ②湯治文化を生かした長期滞在型観光の推進 ③農家民宿・農家レストランなどによる農山漁村の生活・文化・食を生かしたグリーン・ツーリズムの推進 ④心と身体を癒やすウェルビーイングツーリズムの推進 ⑤鉱山、自然エネルギー等、本県の特徴を生かしたMICE(マイス)の誘致 ⑥秋田犬を活用した誘客コンテンツの充実 ⑦花火や星空体験、ライトアップされた観光地など、ナイトタイムツーリズムの推進 ⑧伝統的工芸品の製作体験や工房見学など、本県のものづくり文化を生かした誘客コンテンツの充実 ⑨冬の伝統行事体験や酒蔵見学など、地域文化資源を活用した冬季観光の推進 ⑩スノーアクティビティを活用した体験型観光の推進 ⑪樹氷見学やローカル鉄道など、冬の秋田の風景を活用した冬季観光の推進	①②④⑦⑧地域資源を活用した観光コンテンツの磨き上げ・掘り起こしを支援（周遊イベントの開催支援等18件） （観光地の魅力向上支援等11件） ①雑誌「山と溪谷 夏山JOY2023」(令和5年7月1日発行)の誌面及び登山情報サイト「ヤマケイオンライン」内に設置した特設サイトによる白神山地に係る情報を発信 ③サイクリングを軸に農泊地域間及び民間事業者が広域で連携した農泊コンテンツの発掘、モデル実証事業【再掲】 （9月：経験者向け、10月：初心者向け、計29名参加） ③農家民宿・農家レストランの起業希望者を対象とした実践研修(11/10～12、5名参加) ⑤(なし) ⑥エリアなかいちでの「秋田犬」展示や秋田犬ふれあい情報センターで、県内の秋田犬展示施設の情報発信の実施 （85日間展示）(来場延べ数25,640人) ⑨⑩⑪小正月行事やスノーアクティビティなど、体験型コンテンツの磨き上げと販売キャンペーンの展開【再掲】	◎旅行形態やニーズが多様化しているものの、本県の特徴を生かしたコンテンツが不足している。 →世界遺産や国指定重要無形民俗文化財等の多様な自然・文化の魅力を最大限PRするほか、洋上風力発電などの新たな観光資源を活用した受入態勢の整備に係る市町村等の取組を支援する。 ◎コロナ禍後の旅行者ニーズの変化、農山漁村ならではの体験に魅力を感じるインバウンド客の増加等に対応した農泊体制を構築する必要がある。 →農泊地域間及び民間事業者等が広域で連携するコンテンツの発掘等を支援する。 →WEB・SNSを活用し、ターゲットを意識した効果的な情報発信、PRを行う。	誘客推進課 県観光連盟 自然保護課 農山村振興課	② 81.0% ③ 90.9% ⑥ 103.0% ⑦ 89.3%	
	取組方針② 個人の趣味や嗜好を踏まえた観光コンテンツの充実	①世界遺産を活用した誘客に係る首都圏での商談会によるPR、ファムツアー、広告配信等によるプロモーションを実施 ①気球に乗り世界遺産を上空から楽しむ「世界遺産魅力アップ事業」を、大湯環状列石(9/23)と伊勢堂岱遺跡(9/9)で実施 （搭乗数：104名） ②秋田ゆかりのアニメ・マンガのキャラクターを活用した各種事業の実施 （10/27、県内5箇所にポケットモンスターがデザインされたマンホール「ポケふた」を設置） ②県外メディア制作サイドへの積極的な売り込み、関係構築(全国ロケ地フェアに参加) ②ロケ支援ネットワークの連携強化(ジャパン・フィルムコミッション認定研修へ出席) ③JR東日本秋田支社、沿線市町村等により組織される五能線沿線連絡協議会等へ参加 ③第三セクター鉄道が実施する貸切列車の割引利用への助成(7月～R6.2月まで実施、2事業者へ助成) ③第三セクター鉄道が実施するリピーターチケットの無償提供への助成(7月～R6.2月まで実施、2事業者へ助成)	◎冬季などの閑散期における誘客を促進するため、コンテンツの掘り起こしや磨き上げが必要である。 →冬季大型観光キャンペーンと連携した宿泊施設における食の磨き上げや小正月行事、スノーアクティビティ等の多彩なコンテンツを活用した誘客を促進する。	誘客推進課 文化財保護室 交通政策課		
	取組方針③ 地域との継続的な関わり合いによる秋田ファンの創出	①旅行者と地域住民の様々な交流をきっかけとした〃地域のファン〃の創出 ②地域の暮らしに触れる体験型観光の推進 ③ECサイトやライブコマースを活用した県産品の購入促進による継続的な関わり合いの構築 ④ワーケーションなど、地域との多様な関わり方を可能とする滞在環境の整備 ⑤SNS等を活用した地域情報の発信による継続的な秋田との繋がり	①②サイクリングを軸に農泊地域間及び民間事業者が広域で連携した農泊コンテンツの発掘、モデル実証事業【再掲】 （9月：経験者向け、10月：初心者向け、計29名参加） ③アンテナショップにおいて本県の食の魅力を体感できるイベントを開催するとともに、アンテナショップECサイトの利用を促進 ④本県でワーケーションを行う企業や団体への支援(10万円、5件) ④ワーケーションを活用した関係人口創出に関わるセミナー(10月開催：参加者40名、1月開催：参加者39名)、ワークショップ （10月開催／大館市：参加者11名、1月開催／北秋田市：参加者17名） ④ワーケーションに関する情報発信への支援(90万円、1件) ④連盟会員施設でのワーケーション導入に向けた取組に対する助成(3件) ⑤県が運用している各種SNSを活用し、秋田の旬の情報や魅力を発信【再掲】 ⑤WEB・SNSを活用したインバウンドを含む消費意欲旺盛なターゲットに向けた農泊の情報発信手法の検討・調査【再掲】			食のあきた推進課 地域づくり推進課 誘客推進課 県観光連盟 農山村振興課
方向性(2)SDGsの視点に対応した持続可能な観光の推進						
取組方針① 地域の社会経済や自然環境等に配慮したサステナブルツーリズムの推進	①自然環境の保全や文化の継承に貢献する参加型プログラムの開発 ②SDGsの視点を踏まえた修学旅行プログラムの充実	①②教育旅行に係る新たなコンテンツ開発・磨き上げ等の取組に対する助成(22件) ②教育旅行誘致に係る説明会の開催、セールス活動の実施（誘致キャラバンの開催：7/10～12札幌）(誘致説明会の開催：8/29札幌）(その他取組内容：大都市圏での商談会5回)	◎教育旅行について、SDGsを取り入れたプログラムなど、ニーズに対応したコンテンツの開発が急務となっている。 →新規コンテンツの商品化と既存のコンテンツをブラッシュアップしつつ、ニーズ調査で本県へ興味を示す学校を対象とした招聘事業を行う。	誘客推進課 県観光連盟	② 81.0% ③ 90.9%	
	取組方針② 観光エリアの持続可能性を高める取組の推進	①伝統行事・芸能の継承や保存など、地域の文化を守る取組の推進 ②食品ロスへの対応や地産地消など、食の循環を考慮した取組の推進 ③再生可能エネルギーの導入による二酸化炭素の削減や節電・省エネなど、自然環境を保全する取組の推進	①伝統行事の体験型プログラムを活用したワークショップの開催(6～10月計3回、参加者186名)と成果報告を兼ねたイベント（ステージ公演・展示)の実施(R6.3/9、来場者1,049人) ①伝統芸能(秋田民謡)を次世代に継承することを目的とした公演の実施(あきた民謡祭2023:6/17、参加者752名) ①秋田を代表する伝統芸能や伝統行事が一堂に会した祭典(新・秋田の行事2023in大館)の実施(11/11～12、来場者14,800人) ①廃棄されていた食材などを活用したアップサイクル食品素材による機能性食品について研究会を開催し、専門商談会に出展 ②酒粕を肥料、堆肥に使用した資源循環型の酒造りの実証を実施(2蔵元) ③観光事業者が行う省エネルギー化に向けた設備整備等(LED化、二重サッシ、省エネ型エアコン設置等)への助成(49件)	◎文化芸術活動を行う個人や団体は限られており、世代や地域の偏りもあることから、県民が広く文化芸術に親しむことのできる環境づくりが求められている。 →文化団体等が行う活動への助成や文化芸術活動に取り組みやすい環境づくりを進めるほか、県民が文化芸術に触れ合う機会の確保や若手の育成を図る。		文化振興課 観光戦略課 食のあきた推進課
	取組方針③ 県民を中心としたマイクロツーリズムの推進	①県民が県内観光地や宿泊施設を利用することにより、地域経済に貢献するツーリズムの推進 ②地域の魅力の再認識を通じた、地域を支える気運の醸成	①全国旅行支援の実施により県民の県内流動を促進(415,055人泊 期間：R5.1.10～10.31) ②(地域別プロジェクトで対応)			誘客推進課

施策体系		ビジョンに記載している主な取組の例		令和5年度の主な取組・成果		課題・今後の対応方針		担当課		(参考) 主な関連指標	
方向性(3)多様な分野との連携・融合による交流人口の拡大											
	取組方針① 地域に根ざした豊かな食文化を生かした誘客の推進	①地域の食文化を生かしたローカルガストロミーマーの推進 ②県内外のシェフ等の「食」を担う人材の育成及び誘致 ③本県の魅力ある発酵食文化の情報発信強化と見学や体験等ができる発酵ツーリズムの拠点となる施設の充実 ④アンテナショップ、県産品ネット販売の活用など、旅アト需要と再訪意欲の喚起	①冬季誘客の促進を図るため、宿泊施設の「食」をテーマとし、特色ある県産食材を活用した食の磨き上げと販売キャンペーンの展開【再掲】 ②(なし) ③本県の代表的発酵食品「いぶりがっこ」を活用した発酵ツーリズムに関する施設整備に対する助成(1件) ③あきた麺どころマップの作成やYouTube・SNSを活用した情報発信及びウェブサイトのリニューアル ④アンテナショップを活用した特産品販売や毎月定例イベントのほか季節のイベント(6回)の開催	◎発酵ツーリズムについて、他自治体でも同様の取組がなされていることから、差別化を図る必要がある。 →郷土食や特産品等、本県独自の食コンテンツを広く活用し、食と観光との連携による食の周遊化に向けた取組を推進する。	誘客推進課 食のあきた推進課	② 81.00%					
	取組方針② 伝統芸能・行事等をはじめとする文化資源の活用による誘客の推進	①県内外の若者等を対象とした伝統行事等の体験型プログラムの実施 ②あきた芸術劇場「ミルハス」を拠点とした本県文化の発信 ③伝統的工芸品の製作体験や工房見学など、本県のものづくり文化を生かした誘客コンテンツの充実(再掲) ④冬の伝統行事体験など、地域の文化資源を活用した冬季観光の推進(再掲)	①伝統行事の体験型プログラムを活用したワークショップの開催と実演披露・成果報告を兼ねたイベント(ステージ公演・展示)発表会の実施【再掲】 ②あきた芸術劇場ミルハスの開館を契機とした多彩な文化芸術公演の実施や文化・観光情報の発信(ミルハス開館1周年記念公演:9/18、参加者1,358名) ③④地域資源を活用した観光コンテンツの磨き上げ・掘り起こしを支援【再掲】	◎ミルハスの利用者数や稼働率を高水準に維持するとともに、ミルハスを核とした県全体のにぎわいを継続的に創出していくことが求められている。 →ミルハスの優れた音響特性など施設の優位性を最大限にPRし、質が高く集客力のある公演等を開催・誘致するほか、県内文化施設と連携したイベント等を実施する。	文化振興課 誘客推進課						
	取組方針③ スポーツツーリズムの推進による地域経済の活性化	①地域資源を活用したスポーツ大会等の開催支援や国内外からのスポーツ合宿誘致など、スポーツを活用した交流の拡大 ②プロスポーツにおけるアウェイツーリズムの推進 ③プロスポーツ試合会場での物販や秋田の祭りの紹介による、本県の魅力の発信	①県が補助する地域の活性化を図る目的で開催されるスポーツ大会等において、本県の観光や物販のPR・販売等を実施(100*。チャレンジマラソンほか、採択件数:4件うち1件中止) ①県外のスポーツ団体が、県内のスポーツ団体と交流を図る県内合宿や大会に対して助成(スポーツ合宿等による延べ宿泊者数:1,686人) ②プロスポーツチームと連携し、ユニフォーム、試合会場内のバナー等への本県情報の掲出による情報発信への支援(ユニフォームに本県ロゴを掲出し、ホーム・アウェイ戦に出場した試合数:68試合) ①③県外事務所とプロスポーツチームが連携し、物販及び観光PRブースを出展(ブラウブリッツ秋田のアウェー戦での実施、4/12東京ヴェルディ戦)	◎スポーツ大会等の開催を契機とした県外誘客を一層促進するとともに県内観光等に結びつける必要がある。 →県外誘客の拡大と県内観光等への誘導に効果的な支援事業を実施する。	スポーツ振興課						
重点施策4 旅行者の多様なニーズに応じた受入態勢の整備											
方向性(1)快適に秋田を満喫できる滞在環境の整備											
	取組方針① 旅行者の安全・安心な旅を支える受入態勢の整備	①観光案内所・宿泊施設等におけるコンシェルジュ機能の強化や観光事業者による「おもてなし」の充実 ②キャッシュレス等の非接触型機器の活用やWi-Fi環境整備の推進 ③三密防止、従業員の健康管理等の新型コロナウイルス感染症対策の徹底 ④旅行者との接点(タッチポイント)におけるデジタル化の促進 ⑤災害発生時における旅行者の避難などの安全対策の実施	①連盟会員施設のスタッフを対象としたおもてなしなどの接客スキル向上につながる研修会を開催(9～10月開催、3ヶ所×2回、計57名) ②宿泊事業者等が取り組むデジタル化(POS、PMS等)やWi-Fi環境の整備への助成【再掲】 ③空気清浄機など、新型コロナウイルス感染防止対策に係る設備整備等への支援(R3年度実施済) ④Googleマップを活用した観光施設等の情報発信の強化に向けたセミナーの開催(9月～11月:開催回数6回、参加者計30名) ⑤観光関連事業者を対象とした受入態勢に係るセミナー等を開催し、災害時の対応について周知を実施(12月開催予定) ⑤災害発生時における登山利用者の避難など安全対策として、阿弥陀池避難小屋(仙北市:秋田駒ヶ岳)の改修を実施	◎本県への観光客の満足度調査において、項目「接客」に対し、「満足」「やや満足」と答えた人の割合が下降傾向である。 →観光案内所を対象としたコンシェルジュ機能の強化に向けたワークショップや、宿泊施設等を対象としたデジタル系タッチポイントにおけるホスピタリティ向上をテーマとしたセミナーを開催する。	県観光連盟 観光戦略課 自然保護課	② 81.0% ③ 90.9% ⑤ 128.4%					
	取組方針② 宿泊・観光施設における魅力向上への取組とバリアフリーの推進	①少人数・家族向け居室の改修等、旅行者のニーズに対応した宿泊施設における滞在環境の整備 ②高齢者や障害者など、全ての旅行者を歓迎するためのパーソナルバリアフリーの推進	①宿泊施設におけるサービスの高付加価値化に向けた施設整備等への助成【再掲】 ②バリアフリー状況の調査、観光コンシェルジュ(バリアフリー担当)の配置 ②高齢者や外国人を含む、全ての観光客を対象とした相談等を行う「あきた旅のサポートセンター」、「秋田バリアフリースター」の運営(問い合わせ件数1,044件) ②バリアフリー対応や情報発信に積極的に取り組む観光施設を対象とした「心のバリアフリー対応認定制度(観光庁)」の周知・認定支援(宿泊施設:5件、観光案内所:1件)	◎旅行者に優しい「心のバリアフリー対応認定制度」について、県内で認定を受けている施設は少ない状況となっている。 →県及び県観光連盟主催の講習会や会議の場など、あらゆる機会を活用して、制度の周知を図る。	観光戦略課 県観光連盟						
方向性(2)旅行者がストレスなく移動できる環境の構築											
	取組方針① 二次アクセスの整備による旅行者の利便性の向上	①乗合タクシー、シャトルバス、レンタカー、レンタサイクル等を活用した利便性の向上 ②AIオンデマンド乗合タクシーやMaaS(マース)など、新たなモビリティサービスの導入に向けた支援 ③バスロケーションシステム等のデジタル技術の活用による移動環境の整備 ④乗合バスへのICカード導入による地域公共交通の利便性向上	①美郷町内における観光シェアタクシー「ミズモシャトル」実証事業など地域における取組への支援 ②市町村や交通事業者等が行うデジタル技術を活用した利便性向上や運行効率化等に資する取組への助成(4件:AIオンデマンドタクシー運行実証3件、Web予約システム導入実証1件及び市町村・事業者向けオープンデータ利活用講座の開催(2回)) ③バスロケーションシステムを運用する市町村への助成(1件) ④交通系ICカードの乗降データを活用した分析システムを導入する乗合バス事業者への助成(1件)	◎コミュニティ交通やデマンド交通など、地域の実情に応じた効率的な交通ネットワークの確保が課題となっている。 →市町村を主体とした地域の創意工夫による取組への補助を通じて、地域の実情に即したコンパクトで利用しやすい新たな交通モードへの移行を促進する。 →各地域における取組や実証結果について他地域等への情報共有を図る。	観光戦略課 交通政策課	② 81.0%					
	取組方針② デジタル技術等を活用した旅ナカにおける観光情報の充実	①QRコードの活用やスマートフォンへのプッシュ配信等による観光情報の発信 ②Googleマップへの観光情報等の登録充実	①旅行者の周遊を促すためのスマホアプリの開発に対する助成 ②Googleマップを活用した観光施設等の情報発信の強化に向けたセミナーの開催【再掲】	観光戦略課							

施策体系	ビジョンに記載している主な取組の例		令和5年度の主な取組・成果	課題・今後の対応方針	担当課	(参考) 主な関連指標
重点施策5 戦略的なインバウンド誘客の推進						
方向性(1)ターゲットを的確に捉えた誘客の推進						
取組方針① アフターコロナを見据えた対象市場の見直しとプロモーションの強化	①渡航再開状況や国際情勢など、市場の動向を的確に捉えた誘客の推進 ②デジタル技術の活用によるターゲットの特性に対応した情報発信の充実(再掲) ③インバウンドに対応したランドオペレーター機能の充実 ④デジタル技術で拡張した「バーチャル秋田」による情報発信(再掲) ⑤ALT(外国語指導助手)・技能実習生・留学生など在外外国人を対象としたモニターツアーの実施 ⑥世界に向けた秋田の「NOUHAKU(農泊)」の誘客促進 ⑦北東北と連携した冬季観光誘客プロモーションの展開(再掲)	①各市場の渡航再開状況等を踏まえた、各種誘客施策の推進(台湾、韓国、中国、タイの現地コーディネーターによる情報の収集・発信) ①デジタルプロモーションの活用に向け、連盟会員企業を対象とした研修会を開催【再掲】 ①連盟会員企業を対象としたデジタルプロモーション導入経費への助成【再掲】 ①秋田内陸縦貫鉄道等を活用した県内の周遊につながるような観光コンテンツの造成・実証【再掲】 ②SNS等を活用したFIT向けの情報発信の実施(リーチ数8,512千件) ③台湾からの少人数ツアーの誘客促進に向け、ランドオペレーターと現地旅行会社のマッチングを実施 ④(地域別プロジェクトで対応) ⑤県内大学の留学生向けモニター体験の実施(R6.2月、留学生8名) ⑥WEB・SNSを活用したインバウンドを含む消費意欲旺盛なターゲットに向けた農泊の情報発信手法の検討・調査【再掲】 ⑦東北観光推進機構や各県との連携による国内在住の海外メディア招請等の実施(旅行会社、インフルエンサー招聘)	◎最重点市場である台湾からのインバウンド誘客の拡大に向け、年間を通じた安定的な需要を確保する必要がある。 →直行便の運航継続に向け、旅行商品造成の支援を行うとともに、夏季を中心とした情報発信を強化する。 ◎コロナ禍の影響等により訪日市場や旅行ニーズが変容している状況を踏まえ、今後のインバウンド需要を効果的に進める必要がある。 →滞在日数や観光消費額が多く本県のコンテンツに親和性を有する欧州市場を新たなターゲットに据え、食やアートを中心としたデジタルプロモーションを展開する。 ◎県内の宿泊者数は、冬期間に減少する傾向にあり、繁閑差の解消が課題となっている。 →重点市場などからの冬季誘客を図るため、個人旅行者を中心に冬季コンテンツの情報発信を強化する。	誘客推進課 県観光連盟 農山村振興課	① 169.0% ② 81.0% ④ 477.3%	
	取組方針② インバウンド誘客における新たなゲートウェイ戦略の推進	①台湾において、チャーター便の運航を12月に再開 ②乗継利用を含む両空港イン旅行商品の造成支援【再掲】(秋田空港:19件 送客人数1,607人、大館能代空港:8件 送客人数543人) ③成田国際空港を訪問し、LCCの動向等について情報交換を実施【再掲】 ④台湾から仙台空港等を利用して本県を訪問・宿泊するツアーに対し広告費を支援		誘客推進課 交通政策課		
	取組方針③ クルーズ船の誘致活動の推進	①海外船社や旅行会社を対象としたファムツアー等の実施による誘客促進 ②環日本海クルーズ推進協議会等の広域連携組織と連携した海外船社幹部の招へいなどによる誘致活動の推進	①海外船社や旅行会社を対象としたファムツアーを実施(1回) ①ランドオペレーター等旅行会社等との商談会に「あきたクルーズ振興協議会」として出展 ②全国クルーズ活性化会議等の参加団体と連携しながら、海外のクルーズ船社等へ寄港地観光のルート・コンテンツを提案 ②新潟県及び山形県と連携し、2月に海外船社の幹部を招聘			誘客推進課 港湾空港課
方向性(2)インバウンド回復を見据えた受入態勢の整備促進						
取組方針① 異文化理解に基づいた受入態勢の充実	①最新技術による多言語翻訳機能等の利活用の促進 ②外国人旅行者に対応した多言語表記の充実・観光案内所など観光施設におけるインバウンド対応力のレベルアップ支援 ③キャッシュレスなどの非接触型機器の活用やWi-Fi環境整備の推進(再掲) ④災害発生時における外国人旅行者の避難などの安全対策の促進	①観光案内所スタッフを対象とした訪日外国人観光案内対応研修を開催(8月) ②観光コンシェルジュ(インバウンド担当)の配置(問い合わせ件数81件) ②館内案内表示等を多言語翻訳するサービスの提供(30団体、138件) ③宿泊事業者が取り組むデジタル化(POS、PMS等)やWi-Fi環境の整備への助成【再掲】 ④観光関連事業者を対象とした受入態勢に係るセミナー等を開催し、災害時の対応について周知を実施【再掲】	◎インバウンドの旅行ニーズは多様化しており、満足度を向上させるためには、受入態勢を強化していく必要がある。 →観光案内所を対象としたコンシェルジュ機能のためのワークショップや、観光関連事業者を対象としたインバウンドの居住地域特性に応じたホスピタリティ向上のためのセミナーを開催する。	県観光連盟 観光戦略課	② 81.0% ⑥ 103.0%	
	取組方針② 多様な食文化への対応の促進	①ベジタリアン、ヴィーガン等に対応した食事メニューの提供 ②飲食業と連携した泊食分離による多様な「食」メニューの提供(再掲) ③地域の食文化を生かしたローカルガストロノミーの推進(再掲)		①観光関連事業者を対象とした受入態勢に係るセミナー等を開催し、食事提供時の対応について周知を実施【再掲】 ②(なし) ③冬季誘客の促進を図るため、宿泊施設の「食」をテーマとし、特色ある県産食材を活用した食の磨き上げと販売キャンペーンの展開【再掲】		観光戦略課 誘客推進課