

## 施策評価（令和5年度）

戦略3 観光・交流戦略			
目指す姿1 「何度でも訪れたくなるあきた」の創出			
幹事部局名	観光文化スポーツ部	担当課名	誘客推進課
評価者	観光文化スポーツ部長	評価確定日	令和5年7月31日

## 1 施策（目指す姿）のねらい（施策の目的）

時代の流れや価値観等の変化に柔軟に対応し、裾野の広い観光産業の稼ぐ力を引き出すとともに、旅行者が何度でも訪れたくなる魅力的な秋田の観光の実現を目指します。

## 2 施策の状況

## 2-1 成果指標の状況及び定量的評価

	施策の方向性、指標名(単位)	年度	2019 (R元)	2020 (R2)	2022 (R4)	2023 (R5)	2024 (R6)	2025 (R7)	直近の 達成率	判定	備考
①	【施策の方向性②】 「アキタファン」へのアクセス数(千件) 出典:県調べ	目標			1,500	1,620	1,740	1,860	140.5%	a	
		実績	-	-	2,108						
		達成率			140.5%						
②	【施策の方向性②~④】 観光地点等入込客数(延べ人数) (千人) 出典:県「秋田県観光統計」	目標			28,000	35,000	36,500	38,000	90.3%	b	
		実績	35,270	18,360	25,275						
		達成率			90.3%						
③	【施策の方向性①、③、④】 延べ宿泊者数(千人泊) 出典:観光庁「宿泊旅行統計調査」	目標			2,900	3,300	3,700	3,800	95.6%	b	
		実績	3,654	2,546	2,772						
		達成率			95.6%						
④	【施策の方向性⑤】 外国人延べ宿泊者数(人泊) 出典:観光庁「宿泊旅行統計調査」	目標			10,000	20,000	35,000	70,000	162.8%	a	
		実績	139,400	25,380	16,280						
		達成率			162.8%						

※ 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 $\geq$ 70%   e: 70% $>$ 達成率  
n: 実績値が未判明

定量的評価結果	計算式
3.50 (B相当)	① a 判定 × 2 個 = 8 点      ④ d 判定 × 0 個 = 0 点
	② b 判定 × 2 個 = 6 点      ⑤ e 判定 × 0 個 = 0 点
	③ c 判定 × 0 個 = 0 点
	①~⑤の合計 14 点 ÷ 4 個(判明済み指標) = 3.50

※ 指標の判定基準 a:4点 b:3点 c:2点 d:1点 e:0点

※ 成果指標において実績値が未判明となった指標がある場合には、それを除いて平均点を算出する。

※ 定量的評価の判定基準

A相当:平均点が3.6点以上   B相当:平均点が3.2点以上3.6点未満   C相当:平均点が2.8点以上3.2点未満  
D相当:平均点が2.4点以上2.8点未満   E相当:平均点が2.4点未満

### 2-3 主な取組状況とその成果

#### 【施策の方向性① 自立した稼ぐ観光エリアの形成】

- 観光業の生産性向上を図るため、宿泊施設での経営効率化に向けたシステム導入（8件）のほか、サービスの高付加価値化に向けた施設整備を支援（16件）した。

#### 【施策の方向性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】

- 観光マーケティングデータに基づいた効果的・効率的な誘客施策を展開するため、データ分析の共通基盤となる「秋田県観光DMP」構築に向け、男鹿エリアにおいて宿泊者データの収集・分析に係る実証事業を行った。
- 秋田県公式観光サイト「アキタファン」への誘導広告をターゲット層に向けて実施した結果、令和4年度の「アキタファン」へのアクセス数が2,108千件と目標の1,500千件を大きく上回った。

#### 【施策の方向性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】

- 世界自然遺産を有する1都1道4県が連携し、共同でPRや世界自然遺産を活用した商品造成を促進したほか、白神山地の魅力を来訪者に伝えるとともに保全活動を担う「あきた白神認定ガイド」を確保するための講習を実施し、5名が認定期間を更新した。

#### 【施策の方向性④ 旅行者の多様なニーズに応じた受入態勢の整備】

- バリアフリー観光を推進するため、観光施設のバリアフリー調査（調査対象：10件）や対応マナー研修（2回）を実施した。

#### 【施策の方向性⑤ 戦略的なインバウンド誘客の推進】

- アフターコロナを見据えて、台湾・中国・韓国・タイを重点的に現地コーディネーターを設置しSNSや現地イベント等を通じて情報発信を行った結果、令和4年度の各市場向けのSNS等のリーチ数が10,093,755となった。
- 安心・安全なクルーズ船の受入を実現するため、受入方針等を定めた指針を改訂し、令和5年3月に国際クルーズ船の受入を再開した。

### 3 総合評価と評価理由

総合評価	評価理由
B	成果指標の達成率を基にした定量的評価は3.50で「B相当」であることから、総合評価は「B」とする。
	【定性的評価として考慮した点】 .

### 4 県民意識調査の結果

質問文	秋田の魅力が向上し、国内外から観光誘客が進んでいる。					
	調査年度	2023 (R5)	2024 (R6)	2025 (R7)	2026 (R8)	前年度比
満足度	肯定的意見	12.9%				
	十分 (5点)	1.3%				
	おおむね十分 (4点)	11.6%				
	ふつう (3点)	39.1%				
	否定的意見	37.6%				
	やや不十分 (2点)	21.8%				
	不十分 (1点)	15.8%				
	わからない・無回答	10.3%				
平均点	2.56					

※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 主な課題と今後の対応方針

実施の方向性	課題	今後の対応方針
①	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 観光産業を取り巻く環境は改善しつつあるが、他の産業に比べ労働生産性が低いほか、人材不足が生じている。</li> <li>○ 観光産業において、観光消費額の拡大に向けた「観光で稼ぐ」取組が不足している。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 「冬季誘客の促進」や「高付加価値化」、「デジタル技術の活用」の推進により労働生産性の向上を図るとともに、職場環境の改善や意欲・スキルの向上などの「観光人材の確保」に向けた取組を進める。</li> <li>○ 地域資源を活用した観光コンテンツの掘り起こしや磨き上げのほか、「食・文化・スポーツ」と観光との連携した取組や、新しい旅行ニーズに対応した誘客を推進する。</li> </ul>
②	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 「秋田県観光DMP」の構築に向けて、男鹿エリアで取組を開始しているが、事業者によってデータ活用に係る理解に差がある。</li> <li>○ デジタルマーケティングによって把握され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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 新たに鹿角市と仙北市を実証エリアに加えるほか、地域内でデータを主体的に活用する観光地域づくり法人（DMO）を対象とした説明会を開催する。</li> <li>○ 「アキタファン」を活用したデジタルプロモーションの展開とターゲットの分析を進めるほか、東北及び新潟県と連携した広域的なプロモーションを展開する。</li> </ul>
③	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ ライフスタイルの変化等により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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 多様化した旅行形態に対応するために、秋田を代表す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旅行資源を活用した受入態勢の整備に係る市町村の取組の支援等を図る。</li> </ul>
④	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 多様化する旅行ニーズに対応した受入態勢の整備が不十分である。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ バリアフリー観光の推進を図るため、モニターツアーを開催するほか、観光地・宿泊施設等に係る情報発信及び電話相談を行い、旅行者が安心・安全に旅ができるよう支援する。</li> </ul>
⑤	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ インバウンド需要の回復が見込まれている中、クルーズ船の誘致などに向けた他都道府県との競争が激化している。</li> <li>○ 秋田空港の国際線受入に係る人材不足により、最重要市場である台湾からのインバウンド誘客に対応できていない状況にある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ アフターコロナの本格的なインバウンド需要の回復に向け、市場特性に応じたSNS等での継続的な情報発信を行うとともに、クルーズ船の継続な寄港を維持し、海外からの誘客を促進する。</li> <li>○ 人材確保に向けて支援など、直行便誘致に向けた取組を進める。</li> </ul>

## 6 政策評価委員会の意見

自己評価「B」をもって妥当とする。