

事業評価調査(目的設定、中間評価、事後評価) (評価年度: 令和7年度)

政策	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			
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			
事業名	観光客受入態勢強化事業	事業年度	R7	年度～ 年度
部局名	観光文化スポーツ部	課室名	観光戦略課	
チーム名	観光地域マネジメント推進チーム			

1 事業実施の背景及び目的

本県の外国人宿泊客数はR5(78,150人)からR6(107,870人)で伸び率25%と好調であることから、外国人観光客への対応が重要である。しかしその外国人客の9割が使用するGoogleマップにおいて、県内観光関連事業者の登録が進んでいないことから、Googleマップを活用するモデル事業を実施し、成功事例の横展開を図る。

2 事業概要及び財源

(単位:千円)

	事業内訳	概要	令和7年度 予算額	令和6年度 決算(見込)額	最終年度 決算(見込)額
1	デジタル観光情報発信力強化事業	Googleマップの活用を促進することで民間事業者(宿泊・飲食・販売事業者)の事業活動を支援するモデル事業を実施し、横展開を図る。	7,527		
2	多様な旅行ニーズへの対応力強化事業	観光コンテンツ作成に関わる事業者は小規模事業者が多いことから、事業者間の連携促進を支援し、商品造力・販売力を強化する。	1,106		
3					
4					
5					
その他合計 (件)					
財源内訳			8,633	0	0
左の説明					
国庫補助金	地域未来交付金		4,217		
県債					
その他					
一般財源			4,416	0	0

3 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Ⅰ】

指標名	事業対象施設のGoogleマップ閲覧数増加率(%)【成果指標】										
指標式	$(\text{当該年の閲覧数} - \text{前年の閲覧数}) / \text{前年の閲覧数} \times 100$										
出典	観光戦略課調べ										
把握時期	当該年度1月										
年度	30年度	元年度	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度	9年度	
目標a								30	30	30	
実績b											
b/a								0.0%	0.0%	0.0%	

【指標Ⅱ】

指標名	観光客受入態勢強化にかかるセミナー参加人数(人)【成果指標】										
指標式	観光客受入態勢強化にかかるセミナー参加人数										
出典	観光戦略課調べ										
把握時期	当該年度3月										
年度	30年度	元年度	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度	9年度	
目標a								30	30	30	
実績b											
b/a								0.0%	0.0%	0.0%	

◎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できない理由

--

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)

--

事業評価調査(目的設定、中間評価、事後評価) (評価年度: 令和7年度)

政策	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				
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				
事業名	通年誘客促進事業	事業年度	R7	年度～	年度
部局名	観光文化スポーツ部	課室名	誘客推進課		
チーム名	調整・国内誘客チーム				

1 事業実施の背景及び目的

本県の観光の課題である季節による繁閑差解消のため、グリーンシーズンにおける閑散期のプロモーションや年間を通じた入込が見込める飲食店のプロモーションを実施し、誘客促進を図る。

2 事業概要及び財源

(単位:千円)

	事業内訳	概要	令和7年度 予算額	令和6年度 決算(見込)額	最終年度 決算(見込)額
1	通年誘客に向けたプロモーション事業	アウトドアアクティビティや文化体験、食などの本県が誇る魅力的な観光コンテンツをフックに情報発信を行い、グリーンシーズンにおける観光閑散期の誘客促進を図る。	8,987		
2	食を活用した誘客促進事業	県内の特色ある飲食店について、多様な媒体で情報発信を図ることで、年間を通じた県内外からの観光誘客・周遊を促進する。	4,741		
3					
4					
5					
その他合計 (件)					
財源内訳			13,728	0	0
左の説明					
国庫補助金	地域未来交付金		6,776		
県債					
その他					
一般財源			6,952	0	0

3 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Ⅰ】

指標名	秋田県公式観光サイト「アキタファン」における、4月から6月のセッション数(件)【成果指標】									
指標式	秋田県公式観光サイト「アキタファン」における、4月から6月のセッション数									
出典	誘客推進課調べ									
把握時期	当該年度7月									
年度	30年度	元年度	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度	9年度
目標a									944,000	982,000
実績b								908,214		
b/a									0.0%	0.0%

【指標Ⅱ】

指標名	公式Instagram「秋田観光【公式】」における、グリーンシーズンコンテンツの平均いいね数(件)【成果指標】									
指標式	公式Instagram「秋田観光【公式】」における、グリーンシーズンコンテンツの平均いいね数									
出典	誘客推進課調べ									
把握時期	当該年度8月									
年度	30年度	元年度	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度	9年度
目標a									180	270
実績b								149		
b/a									0.0%	0.0%

◎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できない理由

--

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)

--

事業評価調査(目的設定、中間評価、事後評価) (評価年度: 令和7年度)

政策	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			
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			
事業名	アウトドアツーリズム推進事業	事業年度	R7	年度～ 年度
部局名	観光文化スポーツ部	課室名	誘客推進課	
チーム名	調整・国内誘客チーム			

1 事業実施の背景及び目的

本県は豊かな自然環境に恵まれ、かまくらや樹氷など独自の文化を体験できるコンテンツがあるものの、売る工夫や販売方法にまだ改善の余地があることや情報発信不足により誘客に結び付いていない。こうした状況を踏まえ、観光コンテンツの造成から販売まで支援するほか、関係自治体と連携したプロモーションを実施することにより、国内外からの誘客を図る。

2 事業概要及び財源

(単位:千円)

	事業内訳	概要	令和7年度 予算額	令和6年度 決算(見込)額	最終年度 決算(見込)額
1	アウトドアアクティビティを活用した誘客促進事業	OTAサイトへの新規コンテンツ造成・磨き上げを支援し県内観光コンテンツの充実を図るほか、知名度のある県の観光大使等と連携しSNS等で情報発信する。	12,912		
2	世界遺産を活用した誘客促進事業	白神山地をメインフィールドとした「SEA TO SUMMIT白神山地」を開催するほか、国内の世界自然遺産保有地域と連携し商談会等によるPRを実施する。	5,482		
3					
4					
5					
その他合計 (件)					
財源内訳		左の説明	18,394	0	0
国庫補助金	地域未来交付金		6,357		
県債					
その他					
一般財源			12,037	0	0

3 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Ⅰ】

指標名	コンテンツ造成支援数(人)【業績指標】									
指標式	セミナー参加者数、個別訪問者数									
出典	誘客推進課調べ									
把握時期	当該年度3月									
年度	30年度	元年度	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度	9年度
目標a									20	25
実績b										
b/a									0.0%	0.0%

【指標Ⅱ】

指標名	「SEA TO SUMMIT白神山地」への参加者数(人)【成果指標】									
指標式	「SEA TO SUMMIT白神山地」への参加者数									
出典	誘客推進課調べ									
把握時期	当該年度3月									
年度	30年度	元年度	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度	9年度
目標a									50	60
実績b										
b/a									0.0%	0.0%

◎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できない理由

--

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)

--

事業評価調査(目的設定、中間評価、事後評価) (評価年度: 令和7年度)

政策	3 観光・交流戦略			
目指す姿	3 文化芸術の力による魅力ある地域の創生			
施策の方向性	② 文化芸術活動の促進と次代を担う人材の確保・育成			
事業名	若手アーティスト等活動支援・担い手育成事業	事業年度	R7	年度～ 年度
部局名	観光文化スポーツ部	課室名	文化振興課	
チーム名	読書活動・文化芸術推進チーム			

1 事業実施の背景及び目的

若手アーティスト等が県内で継続的に活動できる場が少ないことや、本県文化の魅力に対する県民自身の認識不足を指摘する声がある。このため、若手アーティスト等が地域の文化や人々と関わりながら作品制作等を行う場を提供することにより、継続的な活動を支援するとともに、若者による本県文化の魅力の再認識と県内外に向けた情報発信の強化を図る。

2 事業概要及び財源

(単位:千円)

	事業内訳	概要	令和7年度 予算額	令和6年度 決算(見込)額	最終年度 決算(見込)額
1	若手アーティスト等活動支援・担い手育成事業	地域資源を活用した作品制作や空間デザインに加え、地域に根ざした文化を題材とする映像作品制作に向け、伴走支援を行う。	7,160		
2					
3					
4					
5					
その他合計 (件)					
財源内訳		左の説明	7,160	0	0
国庫補助金	地域未来交付金		3,500		
県債					
その他					
一般財源			3,660	0	0

3 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Ⅰ】

指標名	事業への応募件数(アート・デザイン分野、映像分野)(件)【業績指標】										
指標式	事業に応募した若手アーティスト等の数										
出典	文化振興課調べ										
把握時期	翌年度4月										
年度	30年度	元年度	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度	9年度	
目標a									14	14	
実績b											
b/a									0.0%	0.0%	

【指標Ⅱ】

指標名											
指標式											
出典											
把握時期											
年度	30年度	元年度	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度	9年度	
目標a											
実績b											
b/a											

◎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できない理由

--

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)

--