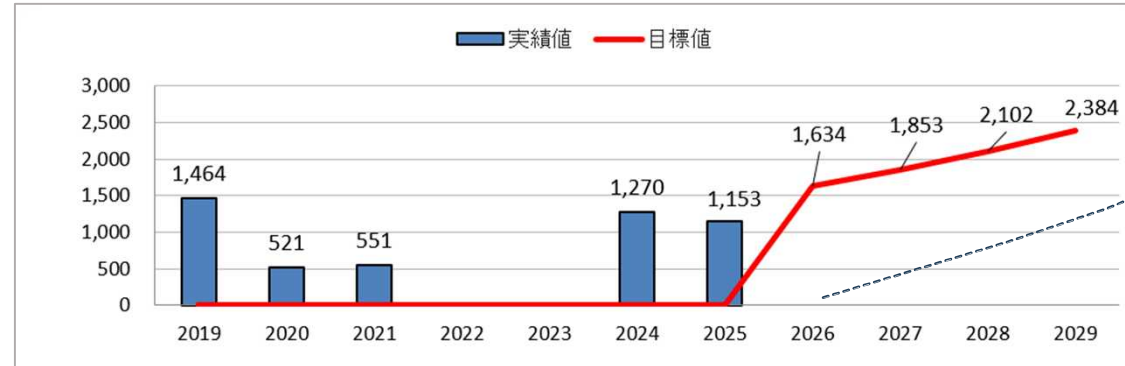


【観光・交流部会 提言書(案)】

旅行消費額(国内+インバウンド)

2024年実績 1,270億円
→ 2029年目標 2,384億円



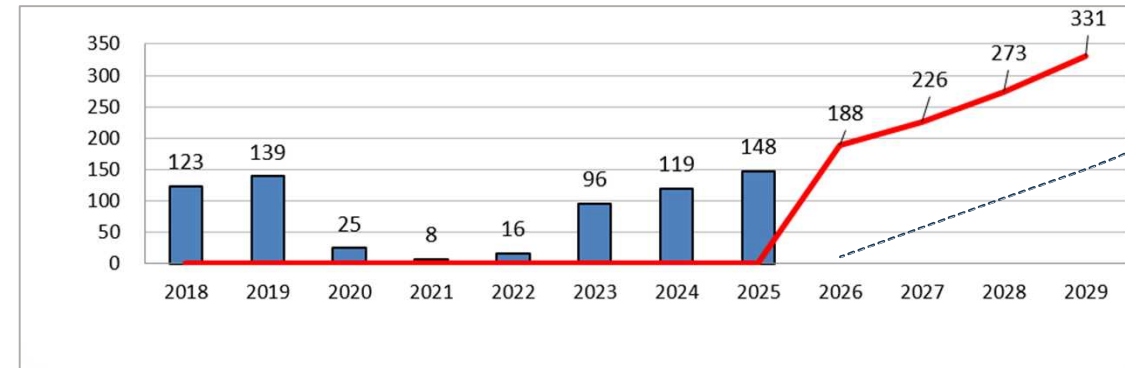
(2026年の状況)

未判明

※翌年7月判明

外国人延べ宿泊者数

2024年実績 119千人泊
→ 2029年目標 331千人泊



(2026年の状況)

【2026.1～5月実績】

- ・実績累計：66,190人泊
- ・目標累計：59,728人泊
- ・目標比：110.8%

背景 1

FIT層を取り込むツアー・コンテンツの造成や、外国語対応や予約対応を一元的に担うDMCやランドオペレーターが県内に不足しており、十分な受入体制を構築する上での課題となっている。

提言 1

- ・県内の宿泊・体験事業者等に対し、トレンドを踏まえたツアーの企画造成や販売手法の指導を行うこととともに、DMC等とのマッチング機会を積極的に創出すること。
- ・県内事業者に対し、多言語対応の推進や、予約・決済システムの一元化などによる快適な受入環境の整備を推進すること。

背景 2

インバウンドの受け皿となる一棟貸し等の小規模施設において、既存の支援制度にある客室数制限(10室以上)やコンサルタント必須要件等が、新規参入や高付加価値化に向けた改修の障壁となっている。

提言 2

宿泊施設の改修支援に当たっては、客室数制限やコンサルタント要件等の緩和や弾力化を図り、プライバシー等に配慮した小規模宿泊施設等の高付加価値化に資する改修や新規参入を促進すること。

背景 3

DMO等において、観光DMP等から得られたデータを具体的なエリアマーケティングに連動させて活用する実務ノウハウが十分に定着していない。

提言 3

定型データの分かりやすい提供に努めるとともに、事業者がデータに基づくマーケティング(自発的な意思決定やエリア分析)を実践できるよう、実務研修等を実施するなど、伴走支援を強化すること。

背景 4

本県の特徴である明確な四季を生かした新たな観光コンテンツ開発は、テストから販売開始までに約1年の期間を要するほか、旅行会社等を招請したFAMツアー等のPR活動に要する初期費用も民間事業者の自己負担となっているなど、開発初期段階におけるソフト面の負担が、事業者の新たな投資を阻んでいる。

提言 4

- ・四季の気候特性を踏まえ、単年度に限定されない複数年度にわたる段階的なソフト支援制度を導入すること。
- ・民間事業者が実施する海外旅行会社の招へいやFAMツアー等の取組と効果的に連携し、県が実施するプロモーション事業等の一環としてこれらの取組をサポートする仕組みを整備することで、事業者の初期コスト負担を軽減すること。

背景 5

インバウンドは行政区画に関係なく魅力的なコンテンツを目掛けて周遊する傾向が強くなっている中、現状では市町村の枠を超えた広域連携による周遊コンテンツの開発が不足している。

提言 5

市町村の枠を超え、本県の強みである「米・地酒」や「伝統工芸」を軸に、複数地域の酒蔵巡りや食文化体験を組み合わせた、テーマ性のある広域周遊コンテンツの開発や観光ルートの造成を推進すること。

背景 6

事前に計画を立てず、その場で予約・決済を完結させたいというFITのニーズに対し、予約・決済窓口が事業者ごとに異なり一元化されていない。また、旅行者がネット上で情報を見つけやすくなるためのSEO対策やAIO対策が不十分である。

提言 6

公式観光サイト等について、体験プランのオンライン予約・決済がスムーズに完結できる環境づくりを推進すること。あわせて、旅行者による見つけやすさ・検索しやすさの向上のため、SEOやAIOに対応したデジタル環境の最適化を図ること。

背景
7

アジア圏のFIT層の主流予約チャンネルである大手体験型OTA(KlookやKKday等)への掲載を希望しても、地域の実績不足等を理由に「秋田は需要が低く掲載効果が薄い」と登録審査で不採択となるなど、個別事業者のみによるデジタル市場へのアプローチに限界がある。

提言
7

アジア系をはじめとする大手体験型OTA等への掲載を円滑に進めるため、包括的な登録サポート窓口や支援体制を整備し、地域事業者の掲載申請や商品造成等への伴走支援を強化すること。

背景
8

観光関係者自身が自エリア以外の観光資源を十分に把握しておらず、事業者間の連携や情報・知識の共有が不十分であるため、旅行者に対して各地への周遊(もう1泊)を促す近距離誘導の機会を逃している。

提言
8

県内の宿泊・体験事業者が互いのエリアの魅力を体験し学び合う現地研修等の知識交流の機会を提供し、事業者が旅行者に対して広域の魅力を主体的に提案して直接「もう1泊」を促すネットワークの構築を支援すること。

1. 地酒等の海外プロモーションへの支援

【背景】 海外需要は高いが、円安や航空運賃・現地滞在費の高騰が重い負担となり、小規模事業者が海外の商談会や見本市等へ出展する上での経済的障壁となっている。

【提言】 意欲的な小規模事業者を対象に、海外の見本市等への出展に伴う渡航経費等の負担軽減や効果的なプロモーションに対するサポート制度を構築すること。

2. デジタル技術を活用した二次交通ネットワークの確保と連携

【背景】 目的地と料金が明朗な配車アプリ等の導入が求められる中、既存のタクシー会社は未だに電話・FAXでの配車が中心になっているなど、デジタルツールの運用に対する現場の理解や意識改革の遅れが課題となっている。

【提言】 タクシー会社等への伴走型の意識改革を推進するとともに、配車アプリ等の導入を支援し、新たな交通手段(ライドシェア等)の導入可能性を模索すること。

3. 本県の道路環境を活かしたサイクルツーリズムの推進

【背景】 交通量が少なく景観が良い秋田の道路環境は、インバウンドのサイクリスト層に非常に適しており強みとなり得るが、受入態勢や多言語プロモーション等の環境が未整備である。

【提言】 サイクルトレイン等の取組と連動したルート整備や、多言語による公式プロモーションを推進すること。