

## 施策評価（令和8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  | 観光戦略課     |
| 評価者                      | 観光文化スポーツ部長 | 評価確定日 | 令和8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<br>(R元) | 2020<br>(R2) | 2022<br>(R4) | 2023<br>(R5) | 2024<br>(R6) | 2025<br>(R7) | 直近の<br>達成率 | 配点 | 備考 |
|---|----------------------------------------|-----|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|------------|----|----|
| ① | 【施策の方向性②】<br>「アキタファン」へのアクセス数(千件)       | 目標  |              |              | 1,500        | 1,620        | 1,740        | 1,860        | 173.4%     | 4  |    |
|   |                                        | 実績  | —            | —            | 2,108        | 2,737        | 3,009        | 3,225        |            |    |    |
|   | 出典: 県調べ                                | 達成率 |              |              | 140.5%       | 169.0%       | 172.9%       | 173.4%       |            |    |    |
| ② | 【施策の方向性②～④】<br>観光地点等入込客数(延べ人数)<br>(千人) | 目標  |              |              | 28,000       | 35,000       | 36,500       | 38,000       | 79.6%      | 1  |    |
|   |                                        | 実績  | 35,270       | 18,360       | 25,275       | 28,354       | 30,807       | 30,263       |            |    |    |
|   | 出典: 県「秋田県観光統計」                         | 達成率 |              |              | 90.3%        | 81.0%        | 84.4%        | 79.6%        |            |    |    |
| ③ | 【施策の方向性①、③、④】<br>延べ宿泊者数(千人泊)           | 目標  |              |              | 2,900        | 3,300        | 3,700        | 3,800        | 78.8%      | 1  |    |
|   |                                        | 実績  | 3,654        | 2,546        | 2,772        | 3,001        | 3,150        | 2,994        |            |    |    |
|   | 出典: 観光庁「宿泊旅行統計調査」                      | 達成率 |              |              | 95.6%        | 90.9%        | 85.1%        | 78.8%        |            |    |    |
| ④ | 【施策の方向性⑤】<br>外国人延べ宿泊者数(人泊)             | 目標  |              |              | 10,000       | 20,000       | 35,000       | 70,000       | 211.9%     | 4  |    |
|   |                                        | 実績  | 139,400      | 25,380       | 16,280       | 95,600       | 119,610      | 148,340      |            |    |    |
|   | 出典: 観光庁「宿泊旅行統計調査」                      | 達成率 |              |              | 162.8%       | 478.0%       | 341.7%       | 211.9%       |            |    |    |

## ※ 指標の判定基準

4点: 達成率 $\geq$ 100%    3点: 100% $>$ 達成率 $\geq$ 90%    2点: 90% $>$ 達成率 $\geq$ 80%  
 1点: 80% $>$ 達成率 $\geq$ 70%    0点: 70% $>$ 達成率    n: 実績値が未判明

| 定量的評価結果       | 計算式                                            |
|---------------|------------------------------------------------|
| 2.50<br>(d相当) | 4点 × 2個 = 8点                      1点 × 2個 = 2点 |
|               | 3点 × 0個 = 0点                      0点 × 0個 = 0点 |
|               | 2点 × 0個 = 0点                                   |
|               | 合計 10点 ÷ 4個(判明済み指標) = 2.50                     |

※ 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、冬季宿泊の増加やインバウンドの誘客促進等を目的とした施設整備(13件)や、人材確保に資する設備整備(10件)、宿泊施設新設等に係る備品購入(1件)、宿泊施設的环境改善に資する施設整備(10件)を支援した。

### 【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】

- データに基づいた観光戦略の展開に向けて、「秋田県観光DMP」を管理運営し、データ提供に協力する宿泊事業者を100施設まで拡大したほか、秋田犬ツーリズム等の観光地域づくり法人と連携し、DMPの活用方法を掘り下げて整理したマニュアルを作成し、県内の市町村・観光地域づくり法人に横展開した。

### 【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、世界自然遺産を活用した共同ウェブサイト等によるPR及び商品造成の促進やインフルエンサーを招請したファムツアーを実施したほか、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」の育成に向け、新規認定及び更新講習を実施した（令和7年度は新たに3名を認定したほか4名が更新講習を受講）。
- 自然公園利用者の安全性や快適性の向上を図るため、十和田八幡平国立公園「駒ヶ岳八合目園地公衆トイレ改修工事」等の施設改修を4か所実施した。

### 【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（5件）や高齢者モニターツアーを実施した。
- 観光案内所等のサービス強化に向け、デジタルツールを活用したワークショップ（1回）を開催したほか、観光地の魅力度やサービス向上に向け、旅行者データの活用に関する観光関連事業者向けセミナー（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】

- 海外での本県の認知度向上を図るため、SNSや現地イベント等で情報発信を行った結果、令和7年度の各市場向けのSNS等のフォロワー数が222,439件となった。
- 令和5年12月に台湾チャーター便が就航し、令和7年度は延べ32,623人（うち台湾人等が29,115人）が利用した。
- 令和5年3月に国際クルーズの受入を再開し、令和7年度は33回の寄港受入を行ったほか、今後の寄港の継続化に向けて海外船社の関係者を招聘した。

## 3 総合評価と評価理由

| 総合評価 | 評価理由                                              |
|------|---------------------------------------------------|
| d    | 成果指標の達成率を基にした定量的評価は2.50で「d相当」であることから、総合評価は「d」とする。 |
|      | 【定性的評価として考慮した点】<br>・                              |

#### 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<br>(R5)               | 2024<br>(R6) | 2025<br>(R7) | 2026<br>(R8) | 前年度比 |
| 満足度  | 満足度         |                            |              |              |              |      |
|      | 肯定的意見       | 12.9%                      | 14.9%        | 11.8%        |              |      |
|      | 十分 (5点)     | 1.3%                       | 1.6%         | 1.3%         |              |      |
|      | おおむね十分 (4点) | 11.6%                      | 13.3%        | 10.5%        |              |      |
|      | ふつう (3点)    | 39.1%                      | 31.7%        | 27.4%        |              |      |
|      | 否定的意見       | 37.6%                      | 46.2%        | 54.9%        |              |      |
|      | やや不十分 (2点)  | 21.8%                      | 26.0%        | 31.0%        |              |      |
|      | 不十分 (1点)    | 15.8%                      | 20.2%        | 23.9%        |              |      |
|      | わからない・無回答   | 10.3%                      | 7.1%         | 5.8%         |              |      |
|      | 平均点         | 2.56                       | 2.46         | 2.30         |              |      |

※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。

※2026(R8)年度は2025(R7)年度以前と質問内容が異なるため、結果は記載していない。

#### 参考:2026(R8)年度県民意識調査の結果

| 質問文  |           | 四季の魅力を活かし国内外からの観光誘客が進んでいる |              |              |              |      |
|------|-----------|---------------------------|--------------|--------------|--------------|------|
| 調査年度 |           | 2023<br>(R5)              | 2024<br>(R6) | 2025<br>(R7) | 2026<br>(R8) | 前年度比 |
| 満足度  | 満足度       |                           |              |              |              |      |
|      | 5点        |                           |              |              | 2.5%         |      |
|      | 4点        |                           |              |              | 15.8%        |      |
|      | 3点        |                           |              |              | 33.9%        |      |
|      | 2点        |                           |              |              | 25.0%        |      |
|      | 1点        |                           |              |              | 14.5%        |      |
|      | わからない・無回答 |                           |              |              | 8.3%         |      |
|      | 平均点       |                           |              |              | 2.64         |      |

※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。

※2026(R8)年度は2025(R7)年度以前と質問内容が異なるため、2025(R7)年度以前の結果は記載していない。

## 5 主な課題と今後の対応方針

| 施策の方向性 | 課題                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 今後の対応方針                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ①      | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 宿泊業において、労働生産性が低いほか、繁忙期を中心とした人材の確保や定着が不十分である。</li> <li>○ 多様化する旅行ニーズに対応した、訴求力の高いSNS等による情報発信が不足している。また、既存の観光資源の磨き上げや、食・文化・スポーツといった地域資源との連携が不十分であり、観光産業の収益力向上へとつながっていない。</li> </ul>                                                                                                                                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 宿泊業の労働生産性を高めるため、宿泊施設の高付加価値化等を支援するほか、繁忙期等の人材不足対策として、多様な人材採用手法の導入支援などにより、観光人材の定着・確保を図る。</li> <li>○ 既存の観光資源の磨き上げに加え、インフルエンサー等を活用したSNS等での情報発信を行い、観光と「食・文化・スポーツ」との連携した取組や旅行者の多様なニーズに対応しながら観光産業の収益力の向上を図る。</li> </ul>                                                                                                                                     |
| ②      | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 秋田県観光DMPのデータ量が充実しておらず、宿泊客の増減理由の精査ができていないなど、分析精度が不十分であるほか、DMO及び宿泊事業者におけるデータ分析のスキルや分析結果を実際の取組に生かすノウハウが不足している。</li> <li>○ デジタルマーケティングによる顧客ニーズの検証や、それに対応するコンテンツ及びPRが不足しているため、グリーンシーズン期における新規顧客の獲得やリピーターの定着に向けた仕組みが十分に構築されていない。</li> <li>○ 指標として設定している「観光地点等入込客数」及び「延べ宿泊者数」については、冬季キャンペーンなどの誘客活動を実施してきたものの、4年間目標を達成することができなかった。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ データ量の充実に向け、データ提供者である宿泊事業者の参加拡大を図るために参加登録を促す説明会を開催するほか、データ分析方法やデータを経営に生かすノウハウを学ぶセミナー等を開催する。</li> <li>○ GoogleやYahoo!等のウェブ広告やInstagram等のSNS広告などを活用したデジタルマーケティングにより顧客層のニーズを検証し、効果的なプロモーションによりリピーターの獲得やグリーンシーズンの誘客に取り組む。</li> <li>○ 令和8年度からの4年間を推進期間とする秋田県総合計画では、旅行者の心を動かし来県を促すとともに、秋田ならではの体験コンテンツや快適な受入環境の整備を推進し、観光地点等入込客数や延べ宿泊者数の増加を図っていく。</li> </ul> |
| ③      | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 本県が有する世界遺産や国指定重要無形民俗文化財をはじめとした、多様な自然・文化のPRやこれらを地域資源として活用した企画商品の開発が不足している。</li> <li>○ 自然公園内の環境の保全や利用者の安全・快適性の向上を図るため、市町村からの要望に基づき歩道や駐車場、公衆トイレ等の整備を進めているが、要望箇所が多数に上り、全箇所への速やかな対応が困難な状況にある。</li> </ul>                                                                                                                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 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するとともに、白神山地データベースサイトとガイドデスクを連携させて情報を適切に管理のうえ、モデルコース等を活用した認定ガイドによるエコツアーの企画・実施を推進する。さらに、白神地域おこし協力隊等を活用して情報発信を強化する。</li> <li>○ 年々施設の老朽化が進んでいるが、国の交付金も活用し、優先度の高いものから順次整備していく。</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ストレスフリーな受入態勢の整備が不十分である。</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ バリアフリー化を含む幅広い取組を対象とする宿泊施設の高付加価値化等を目的とした補助事業等により、多様なニーズに応じた受入態勢整備を支援する。また、観光施設のバリアフリー調査を実施するとともに、高齢者モニターツアーをさらに充実（一泊コース・日帰コース）させ、県内外の介護サービス事業者等への周知を図る。あわせて、観光地・宿泊施設等に係る情報発信及び電話相談等により安全・安心に旅ができるよう支援する。</li> </ul>                                                                                                                                  |
| ⑤      | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ クルーズ船の誘致及び受入等に向けた他都道府県との競争が激化している中、部局横断による連携が不足している。</li> <li>○ 本県の海外向けSNSのフォロワー数は増加しているものの、東北の他県に比べ外国人延べ宿泊者数が伸びていない。</li> </ul>                                                                                                                                                                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ クルーズ振興のソフト事業が建設部から移管されたことに伴い、これまで構築した船社やランドオペレーターとのネットワークを土台に、観光部門が有するセールスや情報発信のノウハウを組み合わせることで、より効果的に秋田三港（秋田、船川、能代）へのクルーズ船の誘致と寄港地観光を推進していく。</li> <li>○ 海外での本県の認知拡大に向け、国ごとの旅行者の旅行形態や情報収集媒体に合わせた、ターゲットに届く情報発信を展開することで、外国人延べ宿泊者数の拡大につなげる。</li> </ul>                                                                                                   |

## 6 政策評価委員会の意見

自己評価「d」をもって妥当とする。