

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和5年7月26日

1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分 該当するものを で囲むこと	広域連携DMO・ <u>地域連携DMO</u> 地域DMO	
観光地域づくり法人の名称	(一社)秋田県観光連盟	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	秋田県	
所在地	秋田県秋田市	
設立時期	平成4年7月1日	
事業年度	4月1日から翌年3月31日までの1年間	
職員数	11人【常勤9人(正職員1人・出向等8人)、非常勤2人】	
代表者(トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者) 必ず記入すること	(氏名) 齋藤 善一 (出身組織名) (公社)秋田県バス協会	会 長 当連盟会長として、また(公社)秋田県バス協会会長として各種関係団体との繋がりを有し、多様な構成団体からなる当連盟を牽引している。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者(CMO：チーフ・マーケティング・オフィサー) 必ず記入すること	(氏名) 沢田石 泰浩「専従」 (出身組織名)	事務局次長 連盟の正職員。旅行会社での勤務経験を経て、当連盟で平成17年から各種業務を担当。相談窓口である「あきた旅のサポートセンター長」、「秋田バリアフリーツアーセンター長」を兼ねる。
財務責任者(CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー) 必ず記入すること	(氏名) 大森 章英「専従」 (出身組織名) 秋田県	事務局長 県職員としての業務経験を活かして、財務関係の執行・管理業務全般を担う。

<p>各部門（例：プロモーション）の責任者（専門人材） 各部門責任者のうち専従の者については、氏名の右横に「専従」と記入すること</p>	<p>（氏名） 柏原 裕之「専従」 （出身組織名） （株）ＪＴＢ</p>	<p>観光ディレクター （株）ＪＴＢからの派遣。観光業界の事情、とりわけ県内の観光・宿泊施設に精通しており、商品造成に向けた企画提案に高い能力を持つ。</p>
<p>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</p>	<p>秋田県誘客推進課【プロモーション】 秋田県観光戦略課【各種統計】 秋田県食のあきた推進課【特産品】 秋田県交通政策課【地域公共交通】 秋田県各県外事務所【プロモーション、商談会】 各市町村観光担当課【観光振興全般】</p>	
<p>連携する事業者名及び役割</p>	<p>秋田の観光創生推進会議【プロモーション】 秋田観光誘致協議会【商品造成・誘客】 あきた広域観光誘客推進協議会【教育旅行】 秋田県旅館ホテル生活衛生同業組合【宿泊施設関係】 各市町村観光協会【観光地の魅力向上、観光案内】 県内登録DMO (株)かづの観光物産公社、(一社)秋田犬ツーリズム (一社)あきた白神ツーリズム、(一社)男鹿市観光協会 (一社)田沢湖・角館観光協会、(一社)横手市観光推進機構 県内の宿泊事業者、交通事業者、旅行事業者、特産品関係、商工団体、金融機関、観光団体、行政関係者など</p>	
<p>官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み</p>	<p>【該当する登録要件】 (概要)当連盟の役員は、宿泊事業者、交通事業者、旅行会社、特産品関係、商工団体、金融機関、観光団体、行政関係者など、幅広い分野の代表者が選任され、参画している。</p>	
<p>地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組</p>	<p>地域住民も賛助会員として観光連盟に入会できる。賛助会員には各種観光資料を提供しているほか、モニターツアー参加について働きかけている。参加者からは観光施設等に対する感想・意見の提出を受け、該当施設にフィードバックしている。 (単独県の地域連携DMOであり登録要件としては対象外)</p>	
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>【活動の概要】 秋田県内の観光資源及び産業を総合的に広く情報発信するとともに、観光客の誘致促進と受入態勢の整備を図り、もって本県の観光及び産業の振興に寄与することを目的に活動している。実施事業の柱立ては次のとおり。</p> <p>【令和4年度】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 魅力ある観光地づくりの推進 <ul style="list-style-type: none"> ・観光地の魅力向上等を目的に複数会員が連携する取組を支援 ・地域の観光コンテンツを活用したモニターツアーの実施 ・テーマ性のある観光資料の発行 等 2 受入態勢の向上・人材育成 <ul style="list-style-type: none"> ・観光の最前線ががんばる女性「秋田カンバン娘」によるPR活動 ・観光経営の最新の動向等を学ぶ「観光秋田未来塾」の開催 ・会員が行うオンライン観光、ワーケーション導入の取組を支援 等 	

- 3 バリアフリー観光の推進
 - ・観光コンシェルジュ（バリアフリー担当）の配置
 - ・新設観光施設等のバリアフリー状況調査及び情報発信
 - ・バリアフリー観光促進オンラインセミナーの開催 等
- 4 国内誘客・消費拡大の推進
 - ・県外のエージェント等を対象とした誘客促進セールス
 - ・教育旅行誘致活動
 - ・SNSを活用した情報発信
 - ・会員施設で利用できる観光クーポン発行 等
- 5 外国人観光客の誘致促進
 - ・台湾・韓国等におけるPRイベントへの参加
 - ・観光コンシェルジュ（インバウンド担当）の配置
 - ・多言語翻訳及び館内案内板の多言語化表示の支援 等
- 6 その他
 - ・観光統計データの調査分析、マーケティング手法の確立
 - ・各種協議会との連携、各種会議の開催
 - ・会員施設が新型コロナウイルス対策として実施する取組を支援 等

このほか、秋田県からの受託事業として、県観光統計のデータ収集・分析、県公式観光サイト「アキタファン」の運用管理のほか、宿泊事業者の生産性向上に資する取組支援等を実施している。

【定量的な評価】

観光地点等入込客数（延べ人数）（出典：秋田県観光統計）

令和 元年	35,270 千人
令和 2 年	18,360 千人（対前年比 52.1%）
令和 3 年	18,738 千人（対前年比 102.1%）
令和 4 年	25,178 千人（対前年比 134.4%）

延べ宿泊者数（全施設）（出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」）

令和 元年	3,654 千人
令和 2 年	2,546 千人（対前年比 69.7%）
令和 3 年	2,626 千人（対前年比 103.2%）
令和 4 年	2,772 千人（対前年比 105.5%）

外国人延べ宿泊者数（全施設）（出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」）

令和 元年	139,400 人
令和 2 年	25,380 人（対前年比 18.2%）
令和 3 年	7,910 人（対前年比 31.2%）
令和 4 年	16,280 人（対前年比 205.8%）

実施体制

地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。

【実施体制の概要】

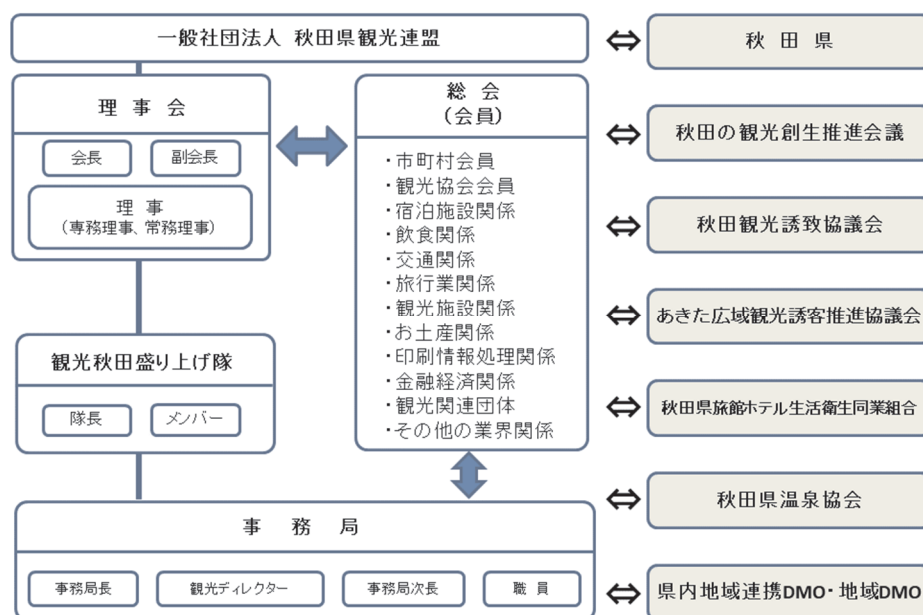
（実施体制の概要）

総会及び理事会を定期的開催しているほか、常務理事を隊長とする「観光秋田盛り上げ隊」会議を適時開催し、理事会提出案件等について意見交換を行っている。

役員は、宿泊、交通・運輸、旅行業、みやげ品、商工団体、金融機関、観光団体、行政関係者など、幅広い分野の代表者を選任している。

さらに正会員として、役員が属する分野のほか、飲食、観光施設、印刷情報処理関係、その他業界関係団体の代表者も参画している。

【実施体制図】



2. 観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



【区域設定の考え方】

当連盟は、昭和 20 年代から秋田県を区域として活動してきた秋田県観光協会の流れを汲み、平成 4 年には法人化され今日に至ったもので、長年にわたり、秋田県の各市町村、各市町村観光協会をはじめ、県内の観光関係業界との連携の下で、観光振興に取り組んできた。

また、秋田県から県全域をカバーする団体として各種事業を受託しており、県の観光振興施策に密接に関わりながら活動している。

こうした活動実績や連携体制を踏まえると、秋田県全域をその区域とすることが、事業効果を高める観点からも適切である。

【観光客の実態等】

観光地点等入込客数（延べ人数）（出典：秋田県観光統計）

年次	総数 (千人)	対前年比	内 訳			
			観光地点 (千人)	対前年比	行祭事・ イベント(千 人)	対前年比
R 元	35,270	102.3%	24,958	104.5%	10,312	97.3%
R 2	18,360	52.1%	17,249	69.1%	1,111	10.8%
R 3	18,738	102.1%	17,755	102.9%	983	88.5%
R 4	25,178	134.4%	19,944	112.3%	5,234	532.5%

延べ宿泊者数（全施設）（出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」）

年次	総数 （千人）	対前年比	内 訳			
			県内 （千人）	対前年比	県外 （千人）	対前年比
R 元	3,654	104.3%	845	91.4%	2,652	107.0%
R 2	2,546	69.7%	892	105.6%	1,593	60.1%
R 3	2,626	103.1%	1,091	122.3%	1,520	95.4%
R 4	2,772	105.6%	870	79.7%	1,883	123.9%

外国人延べ宿泊者数（全施設）（出典：同上）

年次	総数 （人）	対前年比
R 元	139,400	112.9%
R 2	25,380	18.2%
R 3	7,910	31.2%
R 4	16,280	205.8%

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

観光施設、商業施設、スポーツ施設

本県では、直売施設が併設された道の駅、地域の歴史・文化が体感できる観光施設、スポーツ施設等に多くの入込がある。

～観光地点別観光地点等入込客数（延べ人数）上位 10 地点（令和 4 年秋田県観光統計）～

（ 1 ）県北部

道の駅ふたつ（能代市）	1,010,906 人
国立公園十和田湖（小坂町）	444,492 人
道の駅かみこあに（上小阿仁村）	298,790 人
ニプロハチ公ドーム（大館市）	196,443 人
大太鼓の里ぶっさん館（北秋田市）	140,565 人
北欧の杜公園	133,619 人
秋田犬の里（大館市）	121,726 人
ハタハタ館（八峰町）	103,089 人
道の駅ひない（大館市）	95,651 人
湯瀬温泉郷（鹿角市）	94,069 人

（ 2 ）県中部

道の駅あきた港（秋田市）	591,826 人
道の駅おが オガーレ（男鹿市）	539,814 人
県立中央公園（秋田市）	531,076 人
道の駅象潟ねむの丘（にかほ市）	428,867 人
にかほ市観光拠点センター にかほっと	358,570 人
千秋公園（秋田市）	316,800 人
秋田県立小泉瀧公園（秋田市）	301,667 人
大森山動物園（秋田市）	266,687 人

鳥海山・鉾立（にかほ市）	264,066 人
道の駅にしめ（由利本荘市）	255,020 人

(3) 県南部

道の駅うご・端縫いの郷（羽後町）	823,442 人
道の駅十文字（横手市）	601,491 人
道の駅美郷（美郷町）	490,593 人
秋田ふるさと村（横手市）	445,506 人
道の駅おがち・小町の郷（湯沢市）	342,912 人
道の駅さんない（横手市）	251,490 人
道の駅協和・四季の森（大仙市）	205,041 人
角館武家屋敷（仙北市）	192,135 人
乳頭温泉郷（仙北市）	167,013 人
水沢温泉郷（仙北市）	159,116 人

自然

本県には、世界自然遺産・白神山地のほか、十和田八幡平国立公園や3つの国定公園、8つの県立自然公園があるなど、豊かな自然に恵まれており、自然とのふれあいや癒やしを求めて、県内外から数多くの利用者が訪れている。（出典：秋田県環境白書（県環境管理課））

(1) 世界遺産地域

白神山地（藤里町、4,344ha）

(2) 国立公園

十和田八幡平（鹿角市・小坂町・仙北市、26,813ha）

(3) 国定公園

鳥海（由利本荘市・にかほ市、15,940ha） 栗駒（湯沢市・東成瀬村、23,207ha）
男鹿（男鹿市、11,534ha）

(4) 県立自然公園

田沢湖抱返り（仙北市、7,477ha） きみまち阪（能代市、599ha）
八森岩館（八峰町、2,179ha） 森吉山（北秋田市、15,214ha）
太平山（秋田市・五城目町・上小阿仁村、11,897ha）
田代岳（大館市、1,855ha） 真木真昼（大仙市・美郷町、5,903ha）
秋田白神（八峰町・藤里町、6,275ha）

文化

本県の重要無形民俗文化財の指定件数は17と日本一であり、「秋田竿燈まつり（秋田市）」、「刈和野の大綱引き（大仙市）」など各地で伝統行事が受け継がれている。特に「大日堂舞楽（鹿角市）」に加え、「角館祭りのやま行事（仙北市）」、「土崎神明社祭の曳山行事（秋田市）」、「花輪祭の屋台行事（鹿角市）」を含む「山・鉾・屋台行事」や、「来訪神：仮面・仮装の神々」の1つである「男鹿のナマハゲ（男鹿市）」は、ユネスコ無形文化遺産に登録されるなど高く評価されている。また、雪国ならではの伝統行事として「かまくら（横手市）」、「犬っこまつり（湯沢市）」等がある。

このほか、豊富な米、良質な水、寒冷降雪といった条件下で「清酒」「味噌」「しょっつる」「漬物」等の発酵食文化を育んでおり、近年、秋田県では秋田独自の発酵食文化を知り、体験し、感動する「あきた発酵ツーリズム」を推進している。

スポーツ

県都秋田市は、プロバスケットボールチーム「秋田ノーザンハピネッツ」、サッカークラブチーム「ブラウブリッツ秋田」、ラグビーフットボールクラブチーム「秋田ノーザンブレッツ」の本拠地となっており、スポーツを通じた地域活性化に寄与している。

また、仙北市の田沢湖スキー場や鹿角市の花輪スキー場では、モーグルW杯や冬季国体など国内外のスポーツ大会が数多く開催され、地域の活性化と交流人口の拡大を図ってきた。

2021年に開催された東京オリンピック・パラリンピック競技大会では、秋田市や大潟村、能代市等で海外代表チームの事前合宿が行われ、スポーツを通じた交際交流を促進している。

イベント等

本県は、春の桜と新緑、夏の深緑と花火、秋の紅葉、そして、冬の雪景色と、季節の移ろいがはっきりしており、四季を通じて数多くの行祭事やイベントが開催されている。

～エリア別主要イベント（秋田県観光統計等）～

（１）県北部（９市町村）

大日堂雅楽（鹿角市）、花輪ばやし（鹿角市）、アカシアまつり（小坂町）、大館アメッコ市（大館市）、比内とりの市（大館市）、100km チャレンジマラソン（北秋田市）、能代七夕「天空の不夜城」（能代市）、サンドクラフト in みたね（三種町）等

（２）県中部（９市町村）

千秋公園桜まつり（秋田市）、秋田竿燈まつり（秋田市）、土崎曳山まつり（秋田市）、雄物川花火大会（秋田市）、なまはげ柴灯まつり（男鹿市）、男鹿日本海花火（男鹿市）、大潟村桜と菜の花まつり（大潟村）、由利本荘ひな街道（由利本荘市）、勢至公園桜まつり（にかほ市）等

（３）県南部（７市町村）

全国花火競技大会「大曲の花火」（大仙市）、角館の桜まつり（仙北市）、角館祭りのやま行事（仙北市）、美郷ラベンダーまつり（美郷町）、かまくら（横手市）、送り盆まつり（横手市）、犬っこまつり（湯沢市）、小町まつり（湯沢市）、西馬音内盆踊り（羽後町）等

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

旅館・ホテルは、秋田県全体で507施設・15,131室あり、うち県北部が141施設・3,530室、県中部が174施設・6,792室、県南部が192施設・4,809室となっている。県都秋田市に4,819室があるため、県中部が客室数の4割を占めている。また、角館・田沢湖の観光地を抱える仙北市にも2,107室があり、県南部の客室数を押し上げている。

また、1施設当たりの客室数は、県平均が29.8室、県北部が25.0室、県中部が39.0室、県南部が25.1室であり、県中部の施設規模が大きくなっている。（出典：秋田県生活衛生課業務概要、令和5年3月31日現在）

【利便性：区域までの交通、域内交通】

（１）鉄道

秋田新幹線「こまち」は、東京～秋田間を最短3時間37分で結び、首都圏との交流の大動脈となっている。また、「こまち」の車両（E6系）は、「なまはげ」や「竿燈」など秋田の個性を想起させる茜色が印象的で、交流の拡大はもとより、秋田のイメージアップにも大きく貢献している。

県内のアクセスとして、JR奥羽本線、羽越本線、花輪線、五能線、男鹿線、田沢湖線、北上線のほか、秋田内陸線、鳥海山ろく線が利用されている。

（２）航空

秋田空港からは東京、大阪、名古屋、札幌への定期路線が、また、大館能代空港からは東京への定期路線があり、国内の大都市圏をはじめ、羽田空港を介して国内外の各地と結ばれ、地域の産業・観光にわたる交流ルートとなっている。

国際定期便は、現在運航されていないが、台湾との定期航路開設やソウル便の運航再開に向け、取組を進めており、秋田空港においては、外国からの誘客や国際交流の玄関口として、今後も一層大きな役割を担うことが期待されている。

(3) 船舶

秋田港と苫小牧東港、新潟港、敦賀港を結ぶ長距離フェリーは、日本海側の海上交通ルートとして交流を支えるとともに、陸・海を組み合わせた貨物輸送ルートとして経済活動を支えている。

近年、秋田港、能代港、船川港へのクルーズ客船の寄港が増加傾向にあり、秋田港にはクルーズターミナルが整備され、秋田駅までクルーズ列車が臨時運行されるなど、受入態勢の整備も進んでいる。

(4) 道路交通

高速道路として、東北縦貫自動車道、日本海沿岸東北自動車道、秋田自動車道、東北中央自動車道を合わせ、362kmのうち92%が供用されており、県内の高速道路ネットワークの完成に向けて整備が進められている。(データ：あきた県政概況 2023)

バスについては、県内各地から東京都や仙台市等と結ぶ高速バスが運行されているほか、路線バスが県内各地を結んでいる。

【外国人観光客への対応】

外国人延べ宿泊者数は、令和元年に139,400人で、5年前の平成26年(41,510人)から3.4倍に増加しており堅調な伸びを示していたが、新型コロナウイルス感染症拡大防止のための渡航制限、水際対策等の影響により、令和3年は7,910人、令和4年は16,280人と低迷している。

JNTO認定外国人観光案内所は県内に26か所設置(令和5年6月末)されており、当連盟も「あきた旅のサポートセンター」としてカテゴリ2の認定を受けている。

受入態勢整備に係る連盟事業として、会員施設からの翻訳依頼、多言語案内表示板の作成依頼に対応しているほか、県受託事業として、観光案内所等職員を対象に災害時の対応やオンラインの活用をテーマとした研修会を開催するとともに、クルーズ船の誘致を図るため、寄港時の県内観光モデルコースを作成するなど、アフターコロナを見据えて地域に密着した事業を展開している。

3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
旅行消費額	観光振興施策に係る経済波及効果の動向を把握するため。	秋田県観光統計の「観光消費額の推計」のデータを活用。
延べ宿泊者数	宿観光入込客のうち、経済波及効果の高い宿泊客の動向を把握するため。	観光庁「宿泊旅行統計調査」のデータを活用。
来訪者満足度	リピーターを安定的に確保していく上で鍵となる指標として把握するため。	秋田県観光統計の「観光客の満足度の状況」のデータを活用
リピーター率	観光入込客を安定的に確保していく上で大きな要素であるリピーターの動向を把握するため。	秋田県観光統計の「秋田県訪問回数」のデータを活用。
観光地点等入込客数	日帰り客を含む観光客全体の動向を把握するため。	秋田県観光統計の「観光地点等入込客数」のデータを活用。
WEBサイトのアクセス状況	本県の観光に対する関心度の動向を把握するため。	Google アナリティクスを活用して実施。

4 . 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

地域経済、社会等の状況を踏まえた観光地域づくりの背景

秋田県は、自然減と社会減が同時進行しており、平成 29 年に人口が 100 万人を割ったほか、令和 4 年 7 月 1 日現在の高齢化率は 38.8%と、全国で高齢化率が最も進んでいる県である。この人口減少、少子高齢化等の影響により、県の基幹産業である農業における就業者の減少、商業における事業所数、販売額の減少など、地域経済が衰退している。このため、当連盟が行う魅力ある観光地づくりや受入態勢の向上・人材育成といった取組を通じ、観光による交流人口の拡大を図り、新たな雇用の創出や担い手不足の解消、地域経済の活性化に繋げることとしている。また、県、当連盟が保有する統計データの分析手法を確立し、分析結果を定期的に会員に提供することにより、地域が継続・成長していく観光産業の形成に役立てることとしている。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strengths) <ul style="list-style-type: none"> ・四季折々の豊かな自然 ・自然景観と調和した秘湯 ・盛んな農業等が産み出す豊かな食材 ・きりたんぼ、稲庭うどんの特産品、漬物、しょっつる等の発酵食等の食文化 ・稲作を背景に各地で醸されるお酒 ・ユネスコ無形文化遺産、国指定重要無形民俗文化財などの伝統行事 ・世界的な知名度を誇る秋田犬 	弱み (Weaknesses) <ul style="list-style-type: none"> ・冬季における入込客の減少 ・二次アクセス ・外国人旅行者の受入態勢 (外国語対応、キャッシュレス対応)
外部環境	機会 (Opportunity) <ul style="list-style-type: none"> ・全国的なインバウンドの増加 ・外国人に「自然景観」が人気 ・日本人に「温泉」が人気 ・外国人の田舎暮らし体験のニーズが高まる傾向 	脅威 (Threat) <ul style="list-style-type: none"> ・人口減少による国内市場の縮小 ・国内における地域間競争の激化 ・新型コロナウイルス感染症の再拡大

上記に加え、PEST分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入(様式自由)。

(3) ターゲット

《基本的な考え方》

新型コロナウイルス感染症の影響により、2021年における本県への外国人延べ宿泊者数は7,910人と落ち込み、2022年は入出国に関する水際対策の緩和等があったものの16,280人に止まっている。しかしながら、コロナ禍前の2019年までは7年連続で過去最高を更新するなど、インバウンド誘客の潜在力は高く、国においても、2030年の訪日外国人客数は当初目標を変更せず6,000万人と掲げている。こうした点を踏まえ、ターゲットについては、引き続き、コロナ禍前の設定を維持する。

なお、当連盟は全県域のDMOであることから秋田県と連携しながら、コロナ禍で重要性が認識されている各種データとデジタル技術の活用等により、誘客のターゲットを的確に把握するとともに、効果的な誘客プロモーションを展開する。

第1ターゲット層

台湾、韓国、タイ、中国・香港のほか、オーストラリア等からの観光客

<p>選定の理由 コロナ禍以前、本県の外国人延べ宿泊者数のうち、台湾が4割以上を占め、海外における重要なターゲットであった。また、台湾に加え県が重点市場とする韓国、タイ、中国の3か国計で同じく約25%と主要なマーケットとなっていた。</p> <p>また、オーストラリアは延べ宿泊者数のシェアは低率であるものの、本県にある雪質の良いスキー場を活かすことが可能であることから、スキー客誘致のターゲットとして有望である。(令和元年宿泊旅行統計調査(従業者10人以上))</p> <p>取組方針 県と連携した商談会の開催、旅行博への出展を行うとともに、多言語による情報発信、観光・宿泊施設による多言語対応への支援を行っていく。</p>
<p>第2ターゲット層 首都圏、関西圏、中部圏、九州及び北海道からの観光客</p>
<p>選定の理由 関東地方からの県外客はコロナ禍前より割合は低下しているものの、3.5%と県外客の約14%を占め、主なターゲットの1つとなっており、近畿、中部等、九州等も約2%と一定の来訪者がある。(令和3年秋田県観光統計によるパラメータ調査の回答者数の割合。「中部等」は中部・北陸・甲信越、「九州等」は九州・沖縄)</p> <p>北海道は、本県への教育旅行に係る宿泊者数の約3割を占めており、この分野の重要なターゲットとなっている。(県誘客推進課調べ)</p> <p>取組方針 関東地方については、首都圏エージェントと県内各地域の宿泊・観光施設等との商談会、主要駅における観光イベント等を通じた誘客を進める。近畿、中部、九州については、県の県外事務所と連携しながら各エリアのエージェントへの売り込みを図る。</p> <p>北海道については、教育旅行に関する説明会の開催やキャラバン活動の実施により、誘致を図っていく。</p>
<p>第3ターゲット層 東北地方からの観光客</p>
<p>選定の理由 東北5県からの県外客は18.7%で、県外客の約7割を占め、重要なターゲットとなっている。(令和3年秋田県観光統計・パラメータ調査の回答者数の割合)</p> <p>取組方針 隣県において、旅行会社やバス会社に対するセールスや、一般客を対象とした観光プロモーションを実施するなど誘客を促進していく。</p>

(4) 観光地域づくりのコンセプト

<p>コンセプト</p>	<p>～ 秘湯・四季の祭り・秋田犬 美酒 美食 美の国あきた～</p>
<p>コンセプトの考え方</p>	<ul style="list-style-type: none"> 秋田には、各地の自然に溶け込む数々の秘湯などの温泉、「男鹿のナマハゲ」「秋田の竿燈」などの四季折々の伝統行事、海外にも愛好者が広がる秋田犬、きりたんぽをはじめとする食文化や県内各地で醸される地酒など、秋田固有の観光資源が数多くある。 これらの魅力を、県、秋田の観光創生推進会議、秋田観光誘致協議会、あきた広域観光誘客推進協議会など関係団体との連携により、効果的にアピールしていくことで、選ばれる観光地づくりを推し進める。

5 . 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有 頻度が分かるよう記入すること。	<ul style="list-style-type: none"> ・ 定時開催する理事会や観光秋田盛り上げ隊会議、年1回開催する総会といった意思決定の過程を通じて、多様な関係者の意見を聴取し、その後の取組に反映している。 ・ 毎月発行する連盟の機関紙や会員向けサイトの掲示板を活用して、広く情報を共有している。 ・ 年1回、県北・県央・県南の3ブロック毎に開催する地域別懇談会等を通じて、各会員施設や地域における課題等に関する意見交換を行っているほか、会員施設を巡回調査し、連盟事業の説明や行政、当連盟への要望等をヒアリングすることにより、各種取組の参考としている。 ・ 秋田県全域の地域連携DMOとして、県と常時、戦略や取組を共有し、双方の役割分担のもと業務を実施している。
観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築	<ul style="list-style-type: none"> ・ 当連盟が運営する「あきた旅のサポートセンター」では会員の宿泊施設等を調査し、ウェブサイトで施設やサービスの状況を検索できるよう、データベース化し公開している（宿泊施設の項目：外国人対応、Wi-Fi環境、温泉掛け流し等） また、同じく「秋田バリアフリーツアーセンター」では、サポートセンターの項目に加え、バリアフリー情報をデータベース化し公開している（宿泊施設の項目：点字ブロック、車いす対応トイレ、障害者用駐車場等） このような各施設の状況を調査・公表する取組等を通じて、お客様が施設に関する情報を入手しやすい環境を整備するとともに、選ばれる施設づくりを促進していく。 ・ ホスピタリティ研修として、これまでマナー講座、車いす利用者への対応方法、秋田の食といった内容で、施設のスタッフ向けの講習会を行っており、適時新たなテーマを設定し、おもてなし力の向上に向けた取組を進めている。
観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> ・ 首都圏等の県外におけるプロモーションについては、県との連携または県からの受託により実施しており、県及び市町村のPR資料を広く活用するほか、市町村スタッフの協力も得るなど、県、市町村、連盟の協力体制で情報発信している。 ・ 海外（台湾）での商談会については、全県の観光・宿泊施設の会員に参加を呼びかけ、オール秋田体制で、各地域の観光資源をPRすることにより、商品造成の促進に繋げている。 ・ 県全体の観光情報を紹介するウェブサイト「アキタファン」の運用管理を受託しており、全県の観光情報を適時更新し発信している。

各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

6 . K P I (実績・目標)

戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後3年間における明確な数値目標を記入すること。

既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去3年間の実績も記入すること。

(1) 必須KPI

指標項目		2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度
旅行消費額 (百万円)	目標	118,200 (-)	73,700 (-)	98,000 (-)	122,500 (-)	127,750 (-)	133,000 (-)
	実績	73,646 (-)	99,700 (-)	114,691 (-)			
延べ宿泊者数 (千人)	目標	3,700 (175)	2,700 (10)	2,900 (10)	3,300 (20)	3,700 (35)	3,800 (70)
	実績	2,546 (25)	2,626 (8)	2,772 (16)			
来訪者満足度 (%)	目標	90.0 (-)	90.0 (-)	85.0 (-)	87.0 (-)	89.0 (-)	91.0 (-)
	実績	84.9 (-)	85.3 (-)	76.5 (-)			
リピーター率 (%)	目標	59.0 (-)	60.0 (-)	57.0 (-)	59.0 (-)	61.0 (-)	63.0 (-)
	実績	55.9 (-)	63.4 (-)	58.5 (-)			

括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

2022年度からスタートした秋田県の総合戦略「新秋田元気創造プラン」において、「観光・交流」は重点戦略の一つに位置付けられ、「延べ宿泊者数」「外国人延べ宿泊者数」は施策の成果指標となっている。

また、同プランの部門計画としての役割を有している「秋田県観光振興ビジョン」において、戦略的なインバウンド誘客の推進等5つの重点施策を掲げており、同プランの「延べ宿泊者数」「外国人延べ宿泊者数」に加えて、秋田県観光振興ビジョンでは「来訪者満足度」「リピーター率」も施策の成果指標となっている。

県との連携の下で推進する本計画についても、これらの目標値を必須KPIの数値として進行管理していく。

なお、「旅行消費額」については、本計画独自の目標として設定する。

【設定にあたっての考え方】

旅行消費額

- ・観光事業者の所得向上や観光産業の活性化を目指す上での基本的な指標として設定。
- ・実態の把握は、秋田県観光統計「観光地点パラメータ調査」による。
- ・令和4年度の目標値は、(2)その他の目標の観光地点等入込客数(延べ人数)がコロナ禍前の令和元年比較で8割程度回復すると想定し、一人当たりの消費額が平成28年の3,300円前後から漸増し、3,500円程度となることを前提としたもの。コロナ禍の状況を踏まえた秋田県の見直し後の数値を適用。令和5～7年度についても、一人当たりの消費額は3,500円程度と設定し、それに観光地点等入込客数(延べ人数)の目標値を乗じている。

延べ宿泊者数

- ・外国人を含めた本県への全体的な誘客実績を示すための基本的な指標として設定。
- ・実態の把握は、観光庁「宿泊旅行統計調査」による。
- ・令和4年の目標値は、コロナ禍前の令和元年比較で8割程度回復すると想定し、令和5年は同9割、令和6年は令和元年と同程度に回復することを前提としたもの。コロナ禍の状況を踏まえた秋田県の見直し後の数値を適用。

来訪者満足度

- ・旅行者の県内観光地での滞在における満足度を計るための基本的な指標として設定。
- ・実態の把握は、秋田県観光統計「観光地点パラメータ調査」による。
- ・令和4年の目標値は、上記調査のうち、満足度調査における訪問観光地「全体」の満足度が、「満足」「やや満足」を合わせ、9割以上となることを目指すもの。

リピーター率

- ・旅の目的地としての魅力を持続できるよう、繰り返し来訪する旅行者の割合に着目して設定。
- ・実態の把握は、秋田県観光統計「観光地点パラメータ調査」による。
- ・令和4年の目標値は、秋田ファンとなるリピーターが全体の6割程度となることを理想型とし、観光地点パラメータ調査における県外在住者の秋田県訪問回数について「4回以上」と回答する割合を6割まで高めることを目指すもの。

(2) その他の目標

指標項目		2020	2021	2022	2023	2024	2025
		(R2) 年度	(R3) 年度	(R4) 年度	(R5) 年度	(R6) 年度	(R7) 年度
観光地点等 入込客数 (千人)	目標	34,000	18,400	28,000	35,000	36,500	38,000
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	18,360	18,738	25,178			
		(-)	(-)	(-)			

括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値
各指標項目の単位を記入すること。

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

2022年度からスタートした秋田県の総合戦略「新秋田元気創造プラン」及び同プランの部門計画としての役割を有している「秋田県観光振興ビジョン」において、「観光地点等入込客数」は施策の成果指標となっている。

県との連携の下で推進する本計画についても、「観光地点等入込客数」を「その他の目標」に位置付け、進行管理していく。

【設定にあたっての考え方】

観光地点等入込客数（延べ人数）

- ・外国人を含めた本県への全体的な誘客実績を現すための基本的な指標として設定。
- ・実績の把握は、秋田県観光統計「観光地点等入込客数調査」による。
- ・令和4年の目標値は、コロナ禍前の令和元年比較で8割程度回復すると想定し、令和5年は令和元年並みまで回復、令和6、7年は前年の150万人増を見込み、コロナ禍の状況を踏まえた秋田県の見直し後の数値との整合を図っている。

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

少なくとも今後3年間について、計画年度毎に(1)収入、(2)支出を記入すること。
現に活動している法人にあっては、過去3年間の実績も記入すること。

(1) 収入

年(年度)	総収入(円)	内訳(具体的に記入すること)
2020(R2) 年度	242,553,551(円)	【県からの補助金】 24,480,000円 【市町村からの会費】 13,931,000円 【民間団体・個人からの会費等】 2,352,500円 【県からの受託収益】 201,378,189円 【その他】 411,662円
2021(R3) 年度	107,470,461(円)	【県からの補助金】 24,480,000円 【市町村からの会費】 13,931,000円 【民間団体・個人からの会費等】 10,747,000円 【県からの受託収益】 58,255,126円 【その他】 57,335円
2022(R4) 年度	102,306,744(円)	【県からの補助金】 24,480,000円 【市町村からの会費】 13,641,000円 【民間団体・個人からの会費等】 10,707,500円 【県からの受託収益】 53,444,435円 【その他】 33,809円
2023(R5) 年度	78,912,000(円)	【県からの補助金】 24,480,000円 【市町村からの会費】 13,641,000円 【民間団体・個人からの会費等】 10,580,000円 【県からの受託収益】 30,201,000円 【その他】 10,000円
2024(R6) 年度	(円)	2024、2025年度の状況は未定。
2025(R7) 年度	(円)	

(2) 支出

年(年度)	総支出	内訳(具体的に記入すること)
2020(R2) 年度	238,351,156(円)	【一般管理費】 9,163,051円 【自主事業】 魅力ある観光地づくりの推進 4,735,610円 受入態勢の向上・人材育成 852,054円 バリアフリー観光の推進 3,374,032円 国内誘客・消費拡大の推進 3,252,282円 外国人観光客の誘致促進 3,933,100円 その他 11,662,838円 【秋田県からの受託事業】 201,378,189円
2021(R3) 年度	95,960,110(円)	【一般管理費】 9,098,988円 【自主事業】 魅力ある観光地づくりの推進 5,092,734円 受入態勢の向上・人材育成 1,908,248円 バリアフリー観光の推進 3,462,295円

		国内誘客・消費拡大の推進 外国人観光客の誘致促進 その他 【秋田県からの受託事業】	7,530,097 円 4,753,061 円 5,859,561 円 58,255,126 円
2022 (R 4) 年度	95,187,053 (円)	【一般管理費】 【自主事業】 魅力ある観光地づくりの推進 受入態勢の向上・人材育成 バリアフリー観光の推進 国内誘客・消費拡大の推進 外国人観光客の誘致促進 その他 【秋田県からの受託事業】	7,203,315 円 6,062,180 円 2,551,726 円 3,505,561 円 13,472,294 円 4,973,201 円 3,974,341 円 53,444,435 円
2023 (R 5) 年度	104,591,000 (円)	【一般管理費】 【自主事業】 魅力ある観光地づくりの推進 受入態勢の向上・人材育成 バリアフリー観光の推進 国内誘客・消費拡大の推進 外国人観光客の誘致促進 その他 【秋田県からの受託事業】	17,531,000 円 9,790,000 円 4,204,000 円 3,850,000 円 24,160,000 円 9,788,000 円 5,067,000 円 30,201,000 円
2024 (R 6) 年度	(円)		(円)
2025 (R 7) 年度	(円)	2024、2025 年度の状況は未定。	(円)

(3) 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

秋田県からの受託事業、市町村及び市町村観光協会、観光・宿泊施設等からの会費収入を継続的、安定的に確保できるよう、県の観光施策との整合性を保つとともに、各会員がメリットを感じる事業展開に配慮している。

8 . 観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

秋田県は、引き続き、一般社団法人秋田県観光連盟を地域連携DMOとして登録することに同意します。

9. マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携DMO（県単位以外）や地域DMOと重複する場合の役割分担について（重複しない場合は記載不要）

【他の地域連携DMOや地域DMOとの間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った（行っている）か】

重複するDMOとして、県内の地域連携DMOである（一社）秋田犬ツーリズム、（一社）あきた白神ツーリズム、地域DMOである（株）かづの観光物産公社、（一社）男鹿市観光協会、（一社）田沢湖・角館観光協会、（一社）横手市観光推進機構がある。

年1回、県北・県央・県南の3ブロック毎に開催する地域別懇談会の場で、連盟事業を説明するとともに、各組織や地域における課題等に関する意見交換を行っている。また、東北運輸局、東北観光推進機構等が随時開催するDMO会議にも各々参加しており、各種事業の情報共有や意見交換を行っているほか、当連盟や各DMOが企画する県内外の広告宣伝活動、セミナー、モニターツアー等にも相互に参加するなど、DMO同士の連携を強めている。

さらに、県内DMOの担当者が参加する会議を開催し、各DMOの実施事業や抱える課題等についての意見交換や連携事業等を協議している。

【区域が重複する背景、それぞれの役割分担について】

当連盟は秋田県全域を対象エリアとする地域連携DMOであり、秋田県や県内観光団体、事業者との緊密な連携の下、観光客の受入態勢の向上・人材育成、観光流動促進に向けた観光コンテンツの発掘や魅力向上への支援、マーケティング力の強化などの事業実施を通じて、全県域の観光地域づくりを行っている。一方で、県内の各地域のDMOは、地域観光素材の発掘・磨き上げ、特産品の企画開発、旅行商品の造成等を通じて、より地域に密着した観光地域づくりを行っている。

このように担っている役割が相違していることからエリアの重複が生じている。

上記のとおり、県内のDMOと実施事業の目的といった点で差別化が図られており、役割が分担されている。

【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】

当連盟は、各DMO等が発掘・磨き上げた観光資源を周遊化しモニターツアーを実施するなど、観光客の評価や課題の洗い出しを通じて魅力ある観光地域づくりに繋げているほか、アフターコロナに向けた外国人受入態勢の向上を図る研修会等を実施し、県一体となった人材の育成を図るなど、全県域を対象とした観光地域づくりを推進している。県内各地のDMOにおいては、地域の観光コンテンツの磨き上げなど、対象エリア内で観光地域づくりを遂行しており、DMO同士の密接なコミュニケーションや相互連携の下、効率的、効果的な活動が期待できる。

10 . 記入担当者連絡先

担当者氏名	大森 章英
担当部署名(役職)	一般社団法人秋田県観光連盟 事務局長
郵便番号	010 - 8572
所在地	秋田県秋田市山王三丁目1 - 1
電話番号(直通)	018 - 860 - 2267
FAX番号	018 - 860 - 3916
E-mail	oomori@akita-kanko.com

11 . 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	秋田県
担当者氏名	石山 聡(チームリーダー) 三浦 亜聖(主事)
担当部署名(役職)	観光文化スポーツ部誘客推進課
郵便番号	010 - 8572
所在地	秋田県秋田市山王三丁目1 - 1
電話番号(直通)	018 - 860 - 2261
FAX番号	018 - 860 - 3868
E-mail	ishiyama-satoshi@pref.akita.lg.jp Miura-Asato@pref.akita.lg.jp

記入日：令和5年7月26日

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】

秋田県

【設立時期】 平成4年7月1日

【設立経緯】

全県域を対象とするDMO新設

【代表者】 会長 齋藤 善一

【マーケティング責任者(CMO)】 事務局次長 沢田石 泰浩

【財務責任者(CFO)】 事務局長 大森 章英

【職員数】 11人(常勤9人(正職員1人・出向等8人)、非常勤2人)

【主な収入】

委託事業 53百万円、会費 24百万円(4年度決算)

【総支出】

事業費 88百万円、一般管理費 7百万円(4年度決算)

【連携する主な事業者】

秋田の観光創生推進会議、秋田観光誘致協議会
あきた広域観光誘客推進協議会など

KPI(実績・目標)

()内は外国人に関するもの。

項目		2020 (R2)年	2021 (R3)年	2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年
旅行消費額 (百万円)	目標	118,200 (-)	73,700 (-)	98,000 (-)	122,500 (-)	127,570 (-)	133,000 (-)
	実績	73,646 (-)	99,700 (-)	114,691 (-)			
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	3,700 (175)	2,700 (10)	2,900 (10)	3,300 (20)	3,700 (35)	3,800 (70)
	実績	2,546 (25)	2,626 (8)	2,772 (16)			
来訪者 満足度 (%)	目標	90.0 (-)	90.0 (-)	85.0 (-)	87.0 (-)	89.0 (-)	91.0 (-)
	実績	84.9 (-)	85.3 (-)	76.5 (-)			
リピーター率 (%)	目標	59.0 (-)	60.0 (-)	57.0 (-)	59.0 (-)	61.0 (-)	63.0 (-)
	実績	55.9 (-)	63.4 (-)	58.5 (-)			

戦略

【主なターゲット】

- ・国外 台湾、韓国、タイ、中国・香港 等
- ・国内 首都圏、関西圏、中部圏、九州及び北海道 等

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

・県と連携した国内外の商談会の開催、旅行博への出展、キャラバン活動等を実施する。

・多言語による情報発信や観光・宿泊施設による多言語対応への支援等を行う。

・県と連携しながら各種データとデジタル技術の活用等により、誘客のターゲットの的確な把握と効果的なプロモーションを展開する。

【観光地域づくりのコンセプト】

・新たな旅行スタイルに対応した地域の取組やデジタルプロモーションへの支援、常態化している人員・人材不足対策事業を引き続き実施する。

具体的な取組

- 1 魅力ある観光地づくりの推進
 - ・観光地の魅力向上に向けた取組支援
 - ・地域コンテンツのモニターツアー実施 等
- 2 受入態勢の向上・人材育成
 - ・観光秋田未来塾(経営者向け)の開催
 - ・高校生等の就職説明会の開催
 - ・優良おもてなし表彰の実施 等
- 3 バリアフリー観光の推進
 - ・観光コンシェルジュの配置
 - ・観光施設のバリアフリー状況調査・発信 等
- 4 国内誘客・消費拡大の推進
 - ・県外エージェント等への誘客セールス
 - ・教育旅行誘致活動 等
- 5 外国人観光客の誘致促進
 - ・観光コンシェルジュの配置
 - ・台湾等におけるPRイベントへの参加 等

