

第3次 仙北市観光振興計画

「仙北市ブランド」で共に創る、
幸せな未来

～持続可能な観光まちづくりの実現に向けて～

概要版

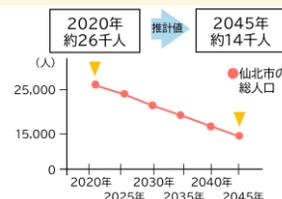


Q. なぜ仙北市で観光振興が重要？何をすればいいの？

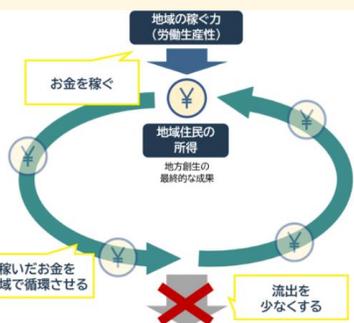
人口減少が急速に進行中。このままだと・・・
今の生活レベルが保てなくなるかもしれません！

- ・生活関連サービス(小売・飲食・娯楽・医療機関等)の縮小
- ・税収減による行政サービス水準の低下
- ・地域公共交通の撤退・縮小などの利便性低下 など

こんなことが起きるんだ！



総務省 国勢調査・人口統計より
仙北市作成



やらなければならないことのひとつが、自立性の高い**循環型経済構造**に近づくことです！

- ①外貨(地域外から稼いだお金)を地域内で循環させる
- ②地域内で支出を増加させる
- ③事業者の所得向上や税収・雇用増による経済活性化
- ④地域住民の安定した豊かな暮らしにつなげる

地域内での買い物やサービスの利用など、普段でも貢献できそうだね！



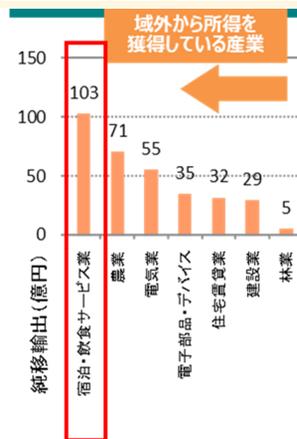
環境省
環境省ローカルSDGs地域循環共生圏 公式サイトより

仙北市では観光産業が、「**地域外から稼ぐ力**」No.1！
裾野が広いので、観光消費額の獲得だけではなく、さまざまな産業にプラスへ働き、まちの賑わいや雇用を生み出します！

多くのメリットを生む観光は重要なだね！



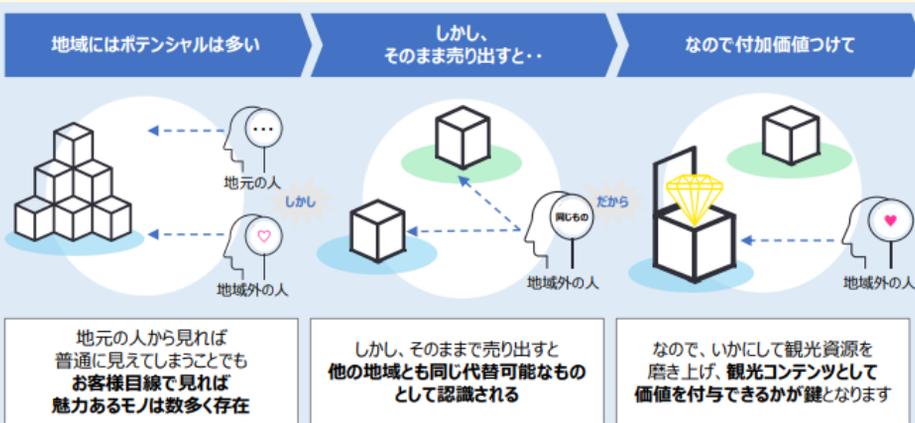
産業	産業連携例	連携によるメリット例
一次産業	農業×観光 漁業×観光 林業×観光	・作物販売量の増加による農地拡大 ・水産物消費の増加による漁獲量増加 ・林業文化への理解促進により働き手増加
二次産業	製造業×観光 加工業×観光	・プロセスを見せることによる競合との差別化 ・農林水産品の付加価値の向上
三次産業	食産業×観光 運輸業×観光 スポーツ×観光	・レシピ共有による新規メニュー開発 ・周辺施設の利用者増加 ・競技人口の増加



観光庁 域内連携による地域資源磨き上げの手引きより / 環境省 地域経済循環分析(仙北市)より



地域住民視点での資源の磨き上げで、さらに観光振興が発展！
みんなで「**仙北市ブランド**」を強くしていこう！



私の気づきが観光を強くするんだね！



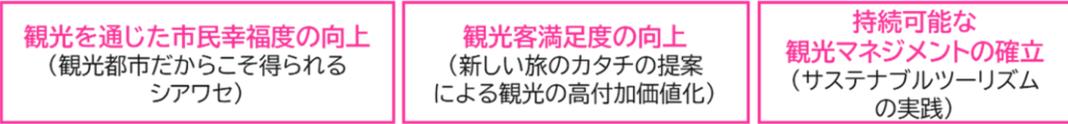
観光庁 域内連携による地域資源磨き上げの手引きより

第3次仙北市観光振興計画（R5年度～R9年度）

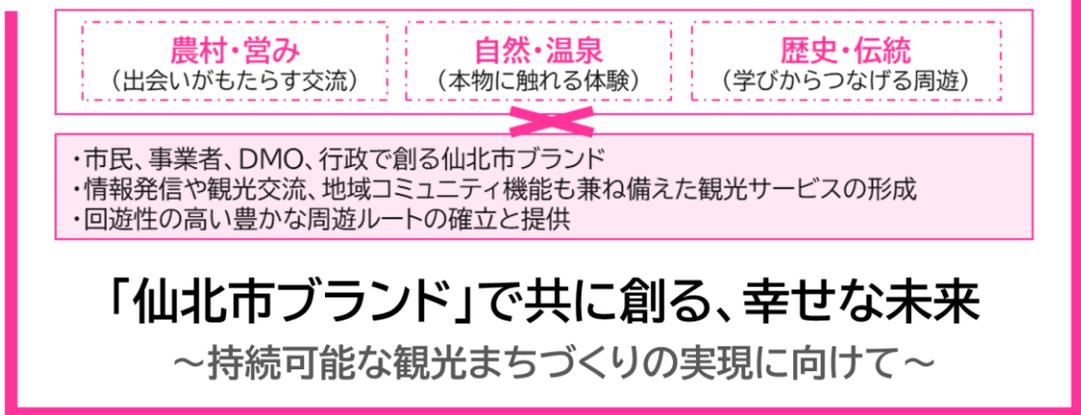
多様な観光資源を持つ仙北市の中で、強みである「農村・営み」「温泉・自然」「歴史・伝統」という観光資源をカテゴリとして設け、「仙北市ブランド」として「面」で発信していきます。

加えて3つのカテゴリにテーマを設け、相互連携をもってブランド力を向上していく事を軸として、本計画策定の理念に掲げた、「観光を通じた市民の幸福度向上」、「観光客の満足度向上」、「持続可能な観光マネジメントの確立」を実現するため、観光客の「数を増やす」ことも大事ですが、それ以上に「質の高い観光地として高付加価値化をすすめ、「一人あたりの観光消費額を高める」ことで、観光経済力を高めていく(稼げる観光化)」という視点で最終目標と指標を設定しています。

計画における理念



グランドデザイン (本市が目指す観光まちづくり)



※DMOとは、地域にある観光資源に精通し、地域と協同して観光地域づくりを行う法人です。

最終目標

観光による市民幸福度の向上、観光消費額の増加、観光客満足度の向上

目標設定値

本計画の理念に基づいた3つの最終目標(KGI)を、以下のとおり設定します。

1 観光による市民幸福度の向上
(観光振興によるまちの活性化の実感)

最終目標(KGI)	2023(R5実績)	2027(R9)
目標値※1	12.9%	15%

2 観光消費額の増加

最終目標(KGI)	2019(R1実績)	2027(R9)
目標値	国内 306億円	国内 344億円
	国外 8.2億円	国外 12.3億円

3 観光客満足度の向上

最終目標(KGI)	2022(R4実績)	2027(R9)
目標値※2	43.6%	48%

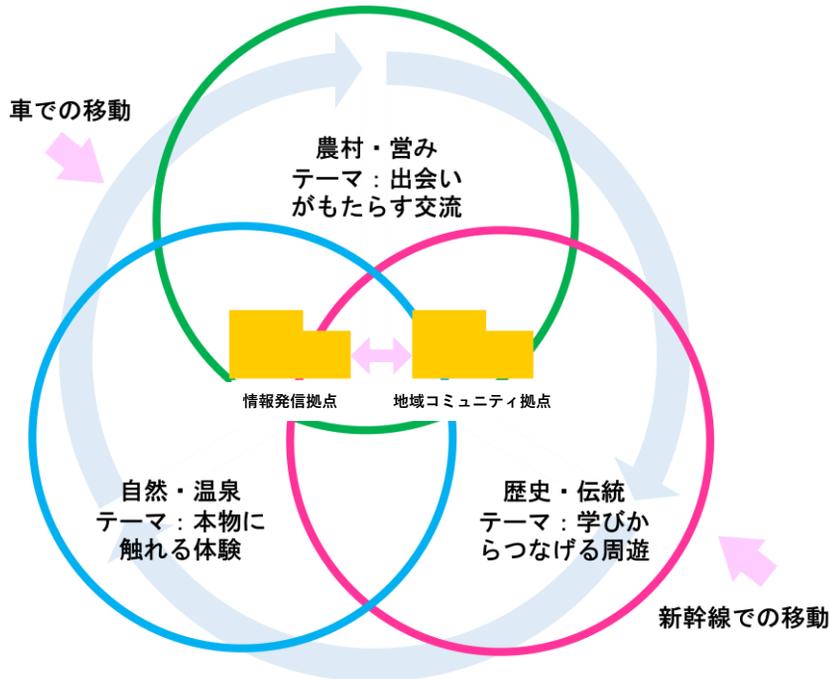
※1令和5年度市民意識調査における市民の満足度より設定

※2令和4年度仙北市来訪者アンケートにおける来訪者の満足度より設定

グランドデザイン（本市が目指す観光まちづくり）

「農村・営み」「自然・温泉」「歴史・伝統」という観光の強み(カテゴリ)を、
「仙北市ブランド」として強化します。

また、“面”で発信していくために更なる融合を図り、3つのカテゴリにテーマを付与することで、
相互連携をもってブランド力を向上します。



「仙北市ブランド」で共に創る、幸せな未来

- ①観光客が自由に移動し、仙北市全体を楽しむために、市民・事業者・DMO・行政が地域を創り観光客を受け入れます。(市民・事業者・DMO・行政で創る仙北市ブランド)
- ②情報発信や市民・観光客の交流拠点を設け、地域住民にも開けた施設等を提供し、地域コミュニティ機能も兼ねた観光サービスの向上を目指します。
- ③新幹線や車での移動も含め、仙北市全体の回遊性に配慮していくことで、豊かな周遊ルートの提案と確立を目指します。

グランドデザインカテゴリ別の重点施策

● 農村・営み

- ・地元産品やサービス等を活用する事業者の割合の向上
- ・地域の文化や自然環境に配慮した事業活動を行うための体制づくり、地域内資源の利用促進 等

● 自然・温泉

- ・リピーター向けプログラムや、目的となる商品の開発、提供。
- ・年間を通じた魅力の発信と価格幅のあるコンテンツ、サービスの整備 等

● 歴史・伝統

- ・地域の歴史、伝統伝播に向けたコンテンツや仕組みづくり、人材育成による周遊促進。
- ・起点や広域周遊、情報発信を意識した環境整備や目的となる場所の提供 等

ブランドデザインのカテゴリ別デザイン

① 「農村・営み」

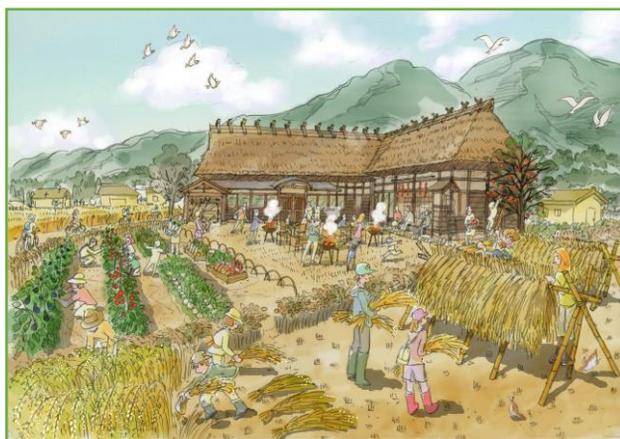
○ 魅力

広域に点在する農家民宿など、田舎体験を通じた質の高いサービス提供と住民と来訪者双方にとって価値のある交流。

○ テーマ:「出会いがもたらす交流」

事業者間の連携を深め、市内での認知度を高めることで、地域住民の新たな出会いを創出。サービスの充実や持続的なサービス提供を実現させるための域内交流を促進させ、「仙北市ならではの日常の価値」の維持・継承を目指します。

さらに、上質な体験を来訪者に出会いとして提供することで、新たな交流の創出を促します。



② 「自然・温泉」

○ 魅力

山、湖、渓谷、温泉といった集客力のある豊富な観光資源による、自然の恩恵に触れる体験の提供。

○ テーマ:「本物に触れる体験」

観光資源それぞれのサービスの

磨き上げを行い、仙北市の雄大な自然を活用した価値のある体験を提供。滞在満足度の向上と、コンテンツの連携により全体のブランド力を底上げすることで、仙北市ファンを拡大します。



③ 「歴史・伝統」

○ 魅力

当時の姿を垣間見る事の出来る武家屋敷通りや魅力的な美術館、伝統技法・工芸品等の資源に加え、伝承や紡がれてきた歴史で、多くの学びと楽しみを提供。

○ テーマ:「学びからつなげる周遊」

歴史的風致の文化を伝える仕組みを構築し、学びによる滞在の楽しみかたを提供する事で、市内滞在時間の延長及び市内全域への周遊を促し、波及効果を狙います。



アクションプラン

最終目標(KGI)である

「観光による市民幸福度の向上」「観光消費額の向上」「観光客満足度の向上」を
目指すため、7つの取り組み方針からなるアクションプランを設定します。

1. 観光まちづくりに向けた体制強化・制度の検討

地域一体となった
推進体制づくり
【実施時期:通期】

観光産業を担う専門的かつ
多様な人財の確保・育成
【実施時期:前期】

観光交流
機会の創出
【実施時期:通期】

観光施設
の再編
【実施時期:前期】

財源の
検討
【実施時期:通期】

2. 観光需要通年化に向けた取り組み強化

主な取り組み内容: 繁忙期と閑散期の利益差解消に向けた事業推進 【実施時期:通期】
観光人財投資、事業拡大への規制緩和等、制度の見直し 【実施時期:前期】
観光事業者の起業支援制度の検討 【実施時期:前期】

3. 観光による地域内経済への貢献

主な取り組み内容: 地域資源や地元産品、サービス等の利活用促進 【実施時期:後期】
市内全域や広域周遊の促進 【実施時期:通期】

4. 市民意識の向上、地域コミュニティの活性化

主な取り組み内容: 市民による地域の魅力の再発見、再認識 【実施時期:前期】
観光交流事業の推進 【実施時期:後期】

5. マーケティングデータの活用による戦略的な誘客の促進

主な取り組み内容: 実施事業毎のターゲット選定、情報発信体制の見直し 【実施時期:前期】
リピーター確保に向けたプログラムやイベント企画等 【実施時期:後期】
滞在型プランの創出や誘客戦略等の検討 【実施時期:前期】
観光DXの推進(秋田県版DMPの導入、観光事業者の経営デジタル化)
【実施時期:前期】

6. 高付加価値化に向けた体験型観光の推進

主な取り組み内容: 「本物の価値」の提供に向けた体験、サービス、食コンテンツ等の整備 【実施時期:通期】
武家屋敷通り、田沢湖、乳頭温泉郷や玉川温泉、樺細工、先進的なグリーンツーリズム
といった、仙北市ならではのコンテンツの磨き上げによる価値向上 等
【実施時期:通期】

7. 観光関連サービス等における選択肢の多様化と受入環境の磨き上げ

主な取り組み内容: 観光客のニーズを踏まえたサービスの提供、情報発信等 【実施時期:通期】
二次交通の不便さ解消 【実施時期:通期】
街並みや風土、伝統文化、自然景観の保全と活用に配慮した事業活動
【実施時期:通期】
観光ガイド等の整備や質の向上に向けた仕組みづくり 等 【実施時期:通期】

取
り
組
み
方
針

※観光DXとは、業務のデジタル化による効率化だけでなく、デジタル化によって収集されるデータを活用し観光戦略の検討やビジネスモデルを創出し、旅行者の利便性向上、観光地経営の高度化、観光産業の生産性向上を推進していくものです。

※DMPとは、マーケティングに必要となる様々なデータを、インターネット上に蓄積し一元管理するプラットフォームのことです。

最終目標達成に向けた指標設定

観光による市民幸福度の向上、観光消費額の増加、観光客満足度の向上

最終目標の達成に向けた指標(KPI)項目	参考基準値	目標値 2027(R9)	
観光事業従事者の満足度・幸福度向上※1	※5.4点	6点	
地元産品やサービス等を積極的に活用している 観光事業者の割合の増加※2	※27.3%	30%	
観光産業やイベント、観光交流等に係わる市民の 数の増加※3	※17.3%	20%	
リピーター率の向上※4	※25.8%	30%	
観光入込客数の増加	国内日帰	4,525千人	4,590千人
	国内宿泊	467千人	560千人
	国外日帰	6.3千人	7.4千人
	国外宿泊	37.7千人	43.7千人
消費単価の増加	国内日帰	4,525円	4,900円
	国内宿泊	21,700円	23,500円
	国外日帰	8,173円	10,600円
	国外宿泊	20,444円	26,600円
国外観光客1人当たりの宿泊数の増加 ※調査方法確立までは「国外宿泊客数」を参考値として設定	37.7千人	43.7千人	
観光関連要素別の満足度向上※5	※34.8%	40%	

※各目標値は、5年間の計画期間の中で年度ごとに関連性や達成状況を確認し、必要に応じて指標項目や目標値の見直しをします。

※参考基準値は2019(R1)の実績値。ただし2019(R1)の値がない※1、※3は2023(R5)、※2、※4、※5は2022(R4)の値としています。

※1令和5年度市民意識調査における観光従事者の幸福度より設定

※2令和4年度仙北市の実情把握のための仙北市観光事業者アンケートにおける地元食材の利用率より設定

※3令和5年度市民意識調査における市民のイベント参加数より設定

※4令和4年度仙北市来訪者アンケートにおける来訪者のリピーター率より設定

※5令和4年度仙北市来訪者アンケートにおける来訪者の満足度より設定

観光全体のメインターゲット

○国内メインターゲット

減らさない層／60代以上のシルバー層

増やしていく層／女性20代～40代

○国外メインターゲット

減らさない層／台湾・香港・中国などの中華圏

増やしていく層／欧州・米国・豪州の富裕層

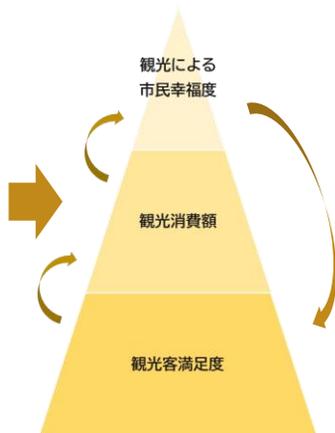
※日本政府観光局による発表でも、新型コロナウイルス感染症拡大前の回復には未だ至っていない状況です。そのため、インバウンドについては、引き続き国の動向の注視や、県実施事業との連携等の可能性を加味し、柔軟なターゲットの見直しを図ります。

また、これとは別に計画期間中、それぞれの事業毎に詳細なターゲット(ペルソナ)を設定していきます。

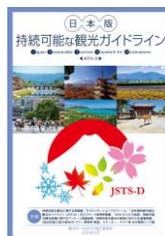
持続可能な観光まちづくりの実現にむけて

観光客満足度の向上が一人あたりの観光消費額を押し上げ、観光消費額の増加は観光による市民幸福度向上をもたらし、また、観光による地域の活性化は観光客の満足度向上に貢献します。
この循環が持続可能な観光を確立していきます。

[観光循環による地域の活性化]

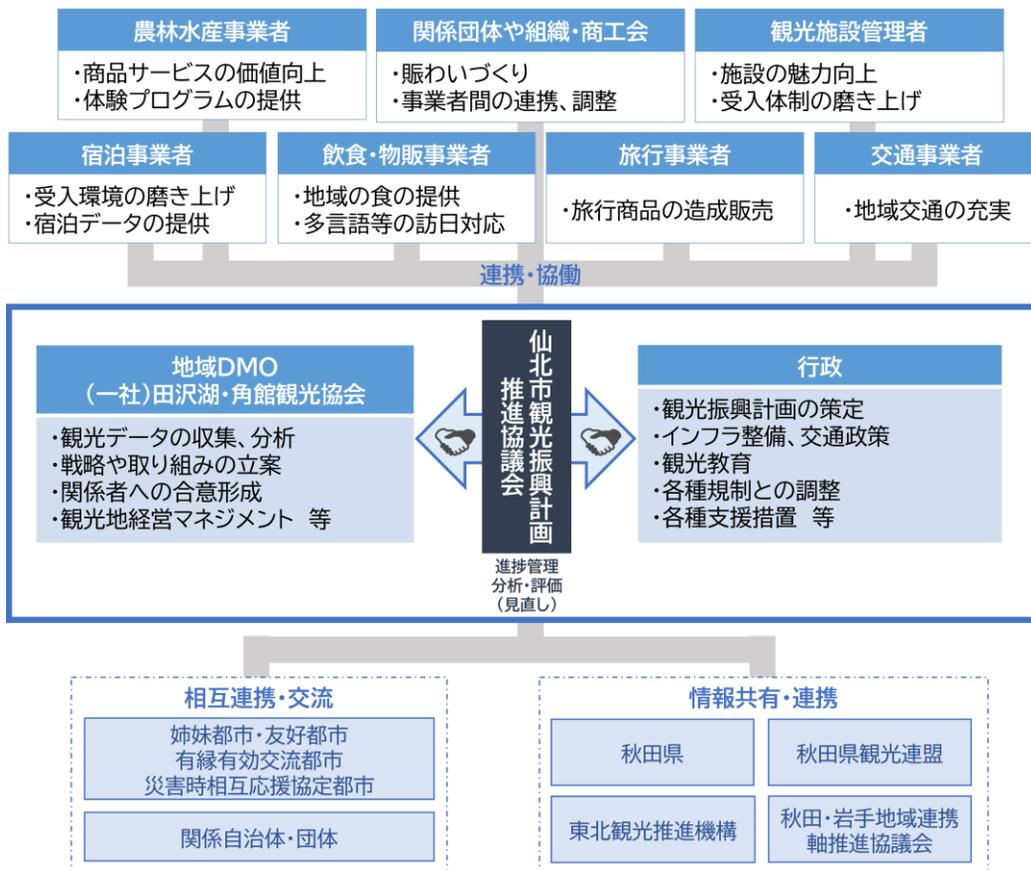


仙北市は、観光庁が作成した、「日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)」に基づき、観光振興に取り組みます。



計画の推進体制

新たに設置する「仙北市観光振興計画推進協議会」のもと各団体が連携を図り、計画の進捗等を確認しながら、観光施策を推進します。



「仙北市観光振興計画推進協議会」は、本計画進行中の指標達成度の確認や、計画内容の見直し、次年度事業の検討などを行う組織を想定しています。構成員は、本計画策定にかかわる策定委員会とワーキンググループの方々より数名選任し、事務局を仙北市観光課・交流デザイン課、地域DMO(一社)田沢湖・角館観光協会の3者で行います。