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～

仙北市
SEMBOKU CITY

市長あいさつ

平成30年度（2018年度）から令和4年度（2022年度）の5年間、第二次仙北市観光振興計画に基づく観光施策に取り組んできた仙北市ですが、昨今の新型コロナウイルス感染症流行を経て変化した観光需要や、直面する深刻な人口減少問題による厳しい財政状況等を踏まえ、本市の基盤産業である『観光』の在り方を大きく考え直さなければならない転換期を迎えています。

私が「市民の幸福度日本一」を目指す理由は人口減少で、その要因の一つは、市民の幸福度が低いために人が出ていくのだと受け止めています。しかし実際に仙北市を見渡せば、全国でも有数の観光資源や環境があり、数百年もの間、先人たちが積み重ねた歴史や伝統、四季折々の表情をもつ自然や泉質豊かな温泉、国際交流のさきがけである農村・営みなど、多様な魅力にあふれています。

ハワイで生まれた子どもは、もちろん生まれた時から真っ青の空を見て育ちますが、外部の人間は、その「当たり前の青空」がすばらしいと感動します。同様に、仙北市に住むわたしたちには、わずかな時期にしか採れない山菜や旬の野菜を食べたり、気軽に自然や温泉を利用したりと、そういった「当たり前の日常」があります。その当たり前が真にすばらしいことであり、「市民の幸福度日本一」を目指すことのできる土壌があると、私は考えます。

この度策定した『第3次仙北市観光振興計画』の最終目標は、高付加価値化による観光消費額増加と観光客満足度向上に向けた取り組みによる、観光による市民幸福度の向上でありますが、よりよい社会を次世代へ引き継ぐため、平成29年に発表した“持続可能な観光を目指す「仙北市宣言」”の下、引き続き持続可能な観光まちづくりの実現を目指し、『第3次仙北市観光振興計画』では特に仙北市ブランドの更なる融合と強化を推し進めます。

そのためには市民の皆様、市、関係団体、事業者、教育機関や地域コミュニティなど、仙北市に関わるすべての方々が、それぞれの領域で地域課題に向き合う事が必要不可欠です。皆様におかれましては、是非とも一層のご理解とご協力を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。
最後に、貴重なご意見をお寄せいただいた市民の皆様、真摯にご協議・ご審議をいただきましたワーキンググループならびに策定委員の皆様をはじめ、計画策定にあたりご協力いただきました皆様に心より感謝を申し上げます。

令和5年9月

仙北市長　田口知明

目 次

第1章 第3次仙北市観光振興計画策定にあたって ・・・ 7-15

1. はじめに ・・ 8
2. 第3次仙北市観光振興計画の概要 ・・ 9
   （1） 名称
   （2） 目的
   （3） 計画期間
   （4） 他計画との関連性
3. これまでの本市における取り組み ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 10-15
   （1） 第二次仙北市観光振興計画の概要
   （2） 目標の達成状況
   （3） 取り組み内容の検証・評価
   （4） 全体を通じた主な改善点

第2章 本市を取り巻く状況・観光振興の重要性 ・・・・ 16-30

1. 人口減少社会の到来 ・・・ 17-18
   （1） 日本の将来推計人口
   （2） 秋田県の生産年齢人口（2025 年以降の推計）
2. 国の観光に対する取り組み ・・ 19-21
3. 県の観光に対する取り組み ・・・ 22
4. 観光がもたらす経済効果、国が目指す観光産業の姿 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 23-25
5. 本市における人口減少の予測 ・・ 26
6. 本市における観光振興の重要性 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 27-30

目 次

第3章 本市観光の実態・東北旅行関心者のニーズ‥ 31-62

1. 観光客推移（新型コロナウイルス感染症　流行前）‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥ 32-33
2. 観光客推移（新型コロナウイルス感染症　流行下）‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥ 34
3. 来訪観光者の特徴 ‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥ 35-40
   （1） 国内観光者の属性
   （2） 国内観光者が本市を旅行先に選ぶ理由
   （3） 国内観光者の不満足要素
   （4） 本市インバウンド（訪日外国人旅行者）の受入状況
4. 観光関連事業者における地域実態と課題 ‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥ 41-48
   （1） 事業動向や課題、本市観光に期待する内容等
   （2） デジタル利活用の状況
5. 東北旅行関心者のニーズ ‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥ 49-62
   （1） 首都圏の国内観光者
   （2） インバウンド（訪日外国人旅行者）
   （3） メインターゲット

第4章 基本方針 ‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥ 63-79

1. 基本方針の構成 ‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥ 64
2. 計画における理念 ‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥ 65-67
   （1） 観光を通じた市民の幸福度向上（観光都市だからこそ得られるシアワセ）
   （2） 観光客の満足度向上（新しい旅のカタチの提案による観光の高付加価値化）
   （3） 持続可能な観光マネジメントの確立（サステナブルツーリズムの実践）
3. グランドデザイン（本市が目指す観光まちづくり）‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥ 68-71
   （1）「農村・営み」
   （2）「自然・温泉」
   （3）「歴史・伝統」
4. 最終目標（KGI）、重要業績評価指標（KPI） ‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥‥ 72-78
   （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）
   （2） 観光消費額の増加
   （3） 観光客満足度の向上
   （4）『観光による市民幸福度の向上』を達成するための重要業績評価指標（KPI）
   （5）『観光消費額の増加』を達成するための重要業績評価指標（KPI）
   （6）『観光客満足度の向上』を達成するための重要業績評価指標（KPI）

目 次

第5章 アクションプラン・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 79-87

1. アクションプランについて ・・・ 80
2. 取り組み方針・主な取り組み内容 ・・ 81-86
（1） 仙北市が目指す観光まちづくりに向けた体制強化・制度の検討
（2） 観光需要通年化に向けた取り組み強化
（3） 観光による地域内経済への貢献
（4） 市民意識の向上、地域コミュニティの活性化
（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
（6） 高付加価値化に向けた体験型観光の推進
（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
3. 取り組み方針、取り組み内容に関する、今後5年間の実施時期・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 87

第6章 推進体制 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 88-89

・ 推進体制について ・・ 89

計画策定 策定について・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 90-94

・ 第3次仙北市観光振興計画の策定経過 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 91-93
・ 第3次仙北市観光振興計画　策定委員・ワーキンググループ名簿 ・・・・・・・・・・・・・・・ 94

＜参考資料＞
仙北市　月別：地区別入込客延べ人数 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 95-96
仙北市　月別：地区別宿泊人数 ・・ 97-99
仙北市　月別：国別宿泊人数（インバウンド　） ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 100-102

第１章

第3次仙北市観光振興計画策定にあたって

1. はじめに ・・ 8

2. 第3次仙北市観光振興計画の概要 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 9

（1） 名称
（2） 目的
（3） 計画期間
（4） 他計画との関連性

3. これまでの本市における取り組み ・・・・・・・・・・・・・・ 10-15

（1） 第二次仙北市観光振興計画の概要
（2） 目標の達成状況
（3） 取り組み内容の検証・評価
（4） 全体を通じた主な改善点

第１章

第3次仙北市観光振興計画策定にあたって

1. はじめに

令和2年1月以降、新型コロナウイルス感染症（COVID-19）は日本国内でも急激な感染拡大をもたらし、その猛威と影響は収まるところを知らず、あっという間に人々の暮らしを変えてしまいました。日本国内のみならず、世界規模で人々の流れは遮断され、“人が動くこと”を前提としていた観光産業は、極めて大きな打撃を受けました。

それでも、コロナ禍で低迷した経済や人流は徐々に回復へと向かっており、仙北市でも観光客自体は、緊急事態宣言前の令和1年度をベースとして令和4年度の入込客数は約62%、宿泊客数においては約84%と、復調の兆しを見せていますが、収束後も日本国内ではコロナ前のライフスタイルに戻ることはなく、観光産業のみならず全産業でこれまで以上にIT化・デジタル化は進み、顧客ニーズの変化に呼応する新たな価値創造や、持続可能な社会の構築が求められるなど、同じやり方を踏襲していては生き残れない時代となりました。

幸いなことに、仙北市は、コロナ禍を経て世界規模で高まりをみせている自然回帰等のアドベンチャーツーリズムや、歴史的建造物や街並みの再生活用など、昨今の旅行需要の変化には適した環境にあり、東北随一の農業体験をはじめとしたグリーンツーリズムを含め、観光資源の宝庫です。

旧田沢湖町、旧角館町、旧西木村が合併し、仙北市が誕生して、18年もの年月が経ちました。先人たちが築き上げてきた、わたしたち地域住民の誇りであるかけがえのない自然や歴史文化、農村交流などを取り巻く現状や地域課題を今一度見つめなおし、「仙北市ブランド」を共に創り、育んでいきましょう。

キャッチコピー

「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～

2. 第3次仙北市観光振興計画の概要

(1) 名称

第3次仙北市観光振興計画

(2) 目的

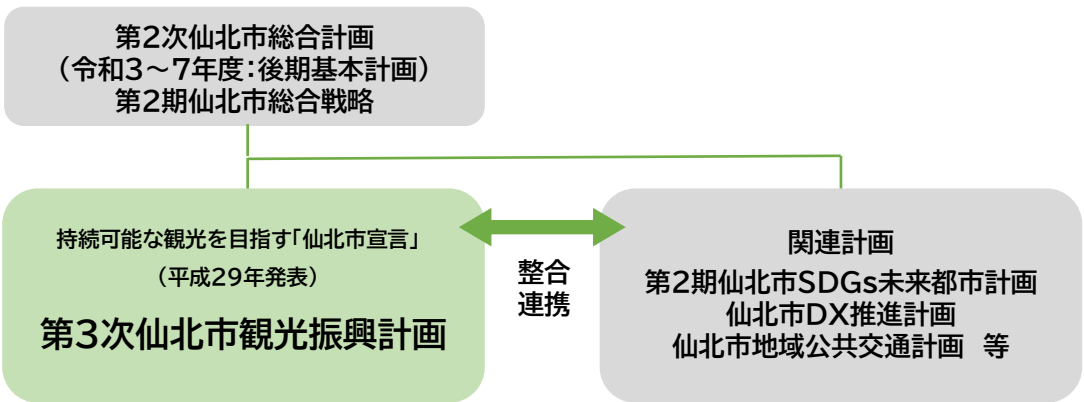
第3次仙北市観光振興計画は、主に人口減少や高齢化による個人消費減少や地域経済縮小、産業衰退等を見据え、観光を基幹産業として成長させていくための今後の方向性を明確にし、市民・事業者・行政含め仙北市民が共通認識をもち、仙北市の観光産業推進を目的とします。

(3) 計画期間

令和5年(2023年)度から令和9年(2027年)度の5か年度を計画期間とします。

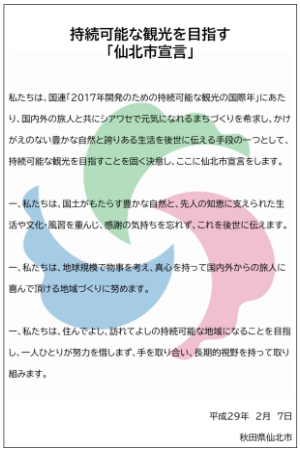
(4) 他計画との関連性

本計画は、本市の最上位計画である「第2次仙北市総合計画」をはじめ、「第2期仙北市総合戦略」や「第2期仙北市SDGs未来都市計画」など関連計画と整合性を図りつつ、将来にわたり持続可能な観光の体制を構築するため、令和5年度から令和9年度の基本的な方針を示すものです。



3. これまでの本市における取り組み

本市は、平成 17 年の町村合併以降、「観光産業を活かした北東北の交流拠点都市」を目指し、様々な取り組みを行ってきました。
平成29年に“持続可能な観光を目指す「仙北市宣言」”を発表し、平成30年には「SDGs※1未来都市」にも選定され、観光都市としての地位を高めてきました。


持続可能な観光を目指す
「仙北市宣言」

私たちは、国連「2017年開発のための持続可能な観光の国際年」にあたり、国内外の旅人と共にシアワセで元気になれるまちづくりを希求し、かけがえのない豊かな自然と誇りある生活を後世に伝える手段の一つとして、持続可能な観光を目指すことを固く決意し、ここに仙北市宣言をします。

一、私たちは、国土がもたらす豊かな自然と、先人の知恵に支えられた生活や文化・風習を重んじ、感謝の気持ちを忘れず、これを後世に伝えます。

一、私たちは、地球規模で物事を考え、真心を持って国内外からの旅人に喜んで頂ける地域づくりに努めます。

一、私たちは、住んでよし、訪れてよしの持続可能な地域になることを目指し、一人ひとりが努力を惜しまず、手を取り合い、長期的視野を持って取り組みます。

平成29年 2月 7日
秋田県仙北市

SDGs 未来都市選定証

秋田県仙北市

貴市の提案は、我が国におけるＳＤＧｓ（持続可能な開発目標）の達成に貢献する優れたものと認められますので、ＳＤＧｓの達成に向けた今後の取組を奨励し、ここに貴市がＳＤＧｓ未来都市であることを証します

平成３０年６月１５日

内閣総理大臣 安倍晋三

平成30年度（2018年度）から令和4年度（2022年度）にかけては第二次仙北市観光振興計画を運用し、体験型観光に関わるコンテンツ造成や、増加する訪日外国人旅行者の需要に応えることを目的とした受入環境の国際化などを中心に取り組みを推進しました。

※1.「持続可能な開発目標（SDGs）」とは
2015年9月の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」にて記載された2016年から2030年までの国際目標。持続可能な世界を実現するための17のゴール、169のターゲット、244の指標から構成されており、地球上の誰ひとりとして取り残さないことを誓っている。

(1) 第二次仙北市観光振興計画の概要

●目的

急速に進む高齢化・人口減少に加え、訪日外国人旅行客の増加や旅行客のニーズの変化など、観光のまちとしての転換期が到来。観光産業の目指すべき姿をより明確にし、行政・市民・企業・関係諸機関の連携を強化。第2次仙北市総合計画(基本計画:前期)を前提に、発展的な戦略・プロジェクトを構築・実践し、持続可能都市の建設を目指す。

●基本理念

「何かある、観光で潤うまち」
「交流人口、消費額の拡大」
「ブランドの確立と発信」

●計画期間

平成30(2018)年度～令和4(2022)年度

●主な取り組み事項

1.温泉資源の活用
誘客促進のための動画・マップ作成・PR等
2.仙北ツーリズム推進
グリーンツーリズム、フィルムコミッションの活用等
3.滞在時間拡大
武家屋敷ライトアップ、周遊マップ作成等、ナイトタイム事業の実施
4.ブランディング
殿さまあゆ・西明寺栗・御狩場焼等のブランド化、ふるさと納税の推進
5.国際文化都市としての受入整備
外国語が扱える職員の登用やトイレの洋式化、Wi-Fi整備や観光施設の多言語表記等ランドオペレーターの育成
6.四季に合わせた賑わいづくり
田沢湖のアウトドアアクティビティ利活用、ユネスコ無形文化遺産『やま行事』の他市でのPR、紅葉ライトアップや抱返り渓谷無料シャトルバス、スキーリゾート復活に向けたバックカントリーの実施等、雫石・田沢湖・角館地域誘客促進事業

(2) 目標の達成状況

「何かある、観光で潤うまち」「交流人口、消費額の拡大」「ブランドの確立と発信」の3つを基本理念に、令和4年度の理想の姿を「仙北市の魅力が国内外に浸透し、まちが賑わっている」としましたが、新型コロナウイルス感染症の蔓延を主因として、KPI※2 は、いずれの項目においても大幅な未達となりました。

第二次観光振興計画ＫＰＩ	2016年 H28年度(基準年)	2018年 H30年度実績値	2019年 R1年度実績値	2020年 R2年度実績値
延べ宿泊数	537,000人	509,648人	504,967人	346,395人
来訪者数	4,500,000人	4,484,508人	4,531,356人	1,835,473人
外国人延べ宿泊数	20,900人	38,612人	37,735人	10,556人
観光消費額	286億円	279億円	314億円	143億円
観光客の誘客、受入態勢整備、住民満足度	49.7% ※H26年度実施	―	―	―

第二次観光振興計画ＫＰＩ	2021年 R3年度実績値	2022年 R4年度実績値	2022年度 R4年度　目標	2022年度 R4年度　達成率
延べ宿泊数	324,165人	423,237人	680,000人	62.24%
来訪者数	1,998,204人	2,690,589人	5,000,000人	53.81%
外国人延べ宿泊数	530人	2,819人	70,000人	4.03%
観光消費額	147億円	―	326億円	45.09%
観光客の誘客、受入態勢整備、住民満足度	―	18.68%	65%	28.73%

※2．KPIとは…

「重要業績評価指標」。最終目標を達成するプロセスでの達成度合いの計測や監視を目的として設定される定量的な指標。

(3) 取り組み内容の検証・評価

第二次仙北市観光振興計画における計49件の取り組み内容について、実施状況や内容を含め、観光マーケティング視点での検証と評価を実施しました。

有効性の高い取り組みについては、『第3次仙北市観光振興計画』における事業実行プロセスにおいて、必要に応じ反映すべき点を確認・抽出することとします。

●主な検証のポイント

・実施状況、具体的な実施内容や成功点、反省点
・他者への推奨がしやすい仕掛けがあったか（旅行者のSNS発信を想定した取り組み等）
・幅広い価格帯の提供に向けた仕掛けがあったか（リーズナブル、富裕層向け等）
・季節ごとの魅力や、年齢趣向等が異なる旅行者それぞれが楽しめる仕掛けがあったか
・リピーター獲得に向けた再度行きたくなる仕掛けがあったか
・市内周遊や近隣都市を含む広域周遊に対する配慮や仕掛けがあったか

●評価

A評価 … 3件（6%）
取り組みは実行され、効果的な集客に対する高い有効性が認められる。
・温泉、四季、自然の活用
・グリーンツーリズム
・田沢湖避暑地

B評価 … 8件（16%）
取り組みは実行され、効果的な集客に対する一定の有効性が認められる。
・長期滞在、広域観光の推進
・朝夜の賑わい創出
・駒ヶ岳とアウトドアメーカー　など

C評価 … 29件（59%）
取り組みは実行されたが、効果的な集客に対する改善が必要である。
・8つの泉質を活用した小トリップ
・『桜まつり』の新たな取り組み、玉川ダム湖
・紅葉とライトアップ　など

D評価 … 9件（18%）
新型コロナウイルス感染症蔓延等外的要因により不実行。
・着地型商品の造成
・インバウンドの推進（官民一体の取り組み）
・食の追求　など

●第二次仙北市観光振興計画の主な取り組み内容

1）湯治文化の再創造 ～ 温故知新 ～

「温泉を科学的に活用」

★効用を明確にする
★効果的な入浴、温泉、泉質の活用
★８つの泉質を活用した小トリップ

「健康保養地としての活用」

★「オンセルジュ（仮称）」認定と推進
★「食べる」「動く」「笑う」「入る」をプログラム
★ヘルスケアツーリズムの創造
★健康に関心が高い北京・上海をターゲットにしたプログラム

2）四季を楽しむまち ～ 何度も訪れたいまちへ ～

インバウンドの推進
①ターゲットの明確化
②官民一体の取り組み
③温泉、四季、自然を活用
④デジタルマーケティング

仙北ツーリズム推進
①教育旅行
②グリーンツーリズム
③ユニバーサルツーリズム
④フィルムコミッションの活用

滞在時間拡大
①武家屋敷通りの賑わい
②歩くまちの確立
③着地型商品の造成
④長期滞在、広域観光の推進
⑤文化財の活用
⑥朝・夜の賑わい創出

ブランディング
①伝統工芸の振興
②農畜産物ブランド化
③食の追求
④ジビエ料理
⑤温泉ブランド
⑥ふるさと納税

国際文化都市としての受入整備
①受け入れ態勢の整備
②Ｗｉ-Ｆｉの整備
③多言語表記
④ユニバーサルデザイン
⑤地域限定案内士
⑥ランドオペレーター

春（桃）の賑わい
①『桜まつり』の新たな取り組み
②花紀行
③玉川ダム湖
④提携大学の教育実習受け入れ

夏（緑）の賑わい
①田沢湖避暑地
②湖水浴と『鳴き砂』
③夏祭りの再考
④駒ケ岳とアウトドアメーカー

秋（赤）の賑わい
①ユネスコ無形文化遺産『やま行事』発信
②紅葉とライトアップ
③海外学生の短期インターンシップ受け入れ
④サイクリングイベント開催

冬（白）の賑わい
①冬の観光コンテンツ発信
②小正月行事のブランド化
③スキーリゾート復活
④閑散期宿泊施策

（4） 全体を通じた主な改善点

今後は環境の変化にも対応可能な計画策定及び運用が必要であり、『第3次仙北市観光振興計画』では、主に以下のような改善点について配慮していきます。

●時局を鑑みた目標や指標の設定、見直し
●目標に対する経過または結果分析など
●実施施策や事業におけるターゲット設定など具体戦略
●実効性のある事業検討
●計画分析等に関わる仕組みや組織的な体制整備
●継続的な協議会等運営や実施事業の民間主導に向けたサポート

第２章

本市を取り巻く状況・観光振興の重要性

1. 人口減少社会の到来 ····· 17-18
   （1） 日本の将来推計人口
   （2） 秋田県の生産年齢人口（2025 年以降の推計）
2. 国の観光に対する取り組み ····· 19-21
3. 県の観光に対する取り組み····· 22
4. 観光がもたらす経済効果、国が目指す観光産業の姿 ·····23-25
5. 本市における人口減少の予測 ····· 26
6. 本市における観光振興の重要性 ····· 27-30

第２章

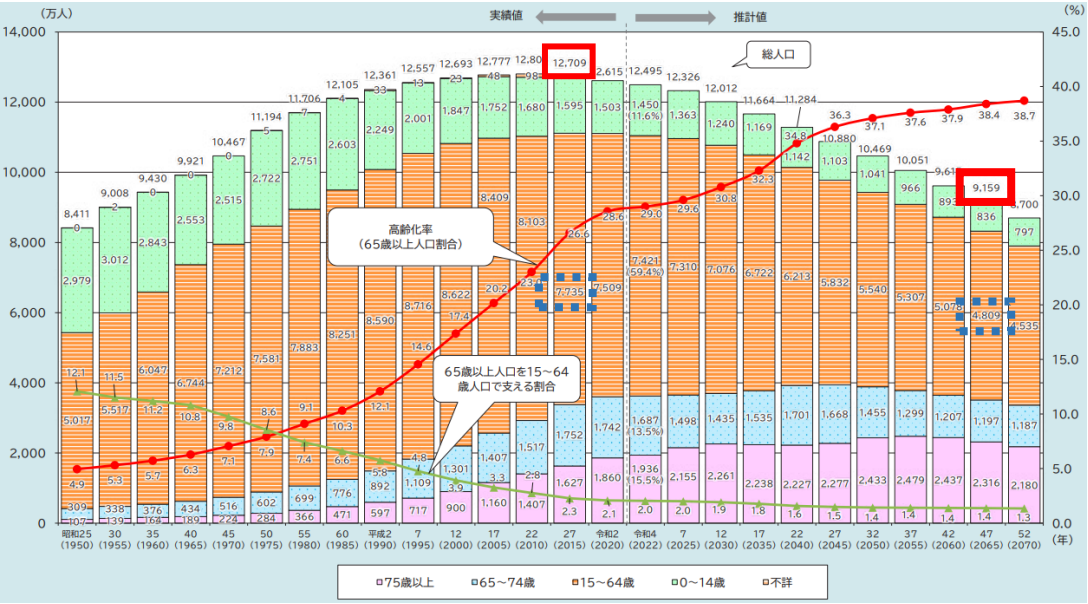
本市を取り巻く状況・観光振興の重要性

1. 人口減少社会の到来

人口減少・高齢化が進展している日本では、2015年時点で1億2,709万人の人口が、50年後の2065年には9,159万人まで減少し、15歳から64歳までの生産年齢人口についても、7,735万人から4,809万人と約2,900万人が減少すると推計されています。

Point!
生産年齢人口の減少は、地域社会の活力や労働力の確保に多大な影響を与え、地域経済を脅かす要因となり、秋田県での生産年齢人口の減少は特に大きな問題となっています。

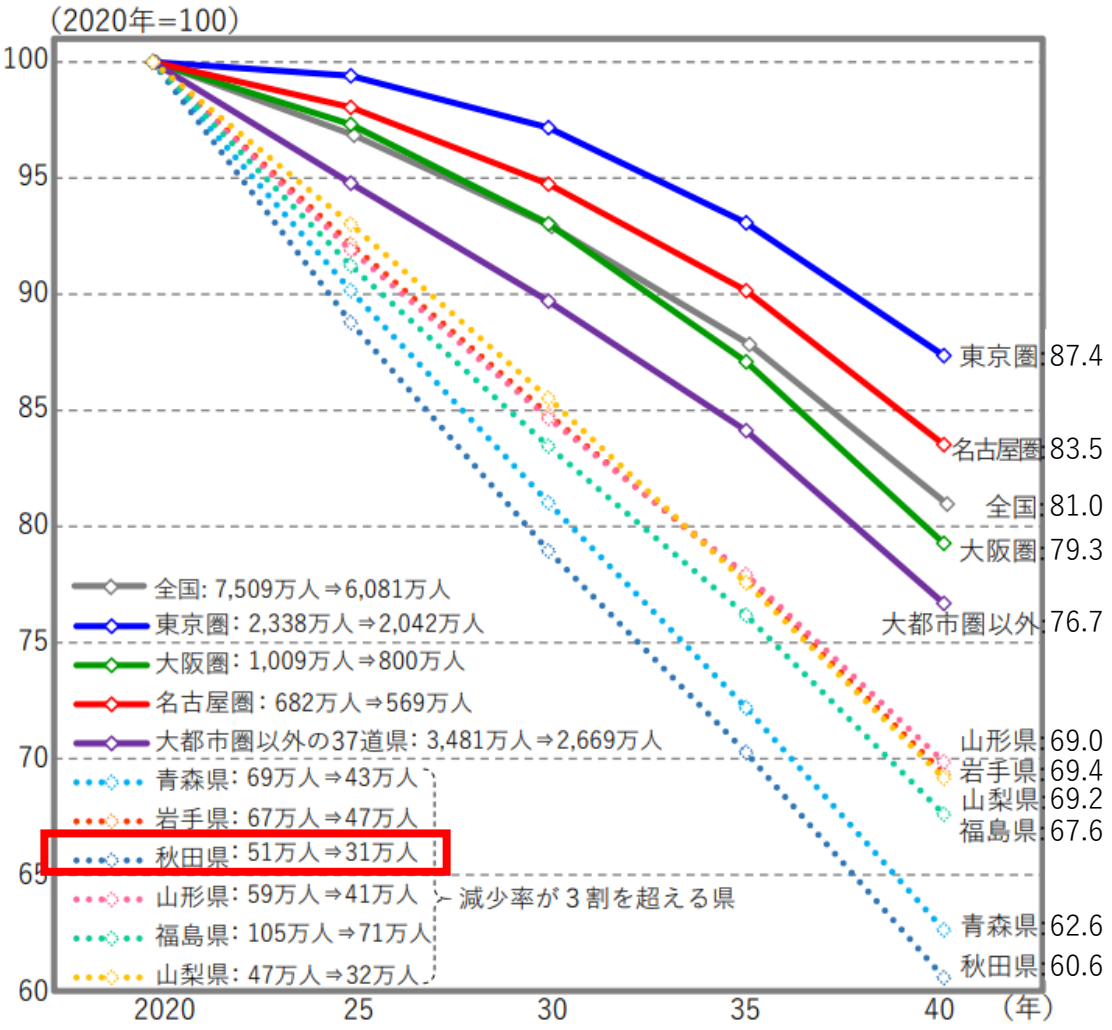
(1) 日本の将来推計人口



資料：内閣府　令和5(2023)年版　高齢社会白書　全体版『令和4年度　高齢化の状況及び高齢社会対策の実施状況』
高齢化の推移と将来推計より仙北市作成
※2020年まで：総務省「国勢調査」。2022年：総務省「人口推計」(令和4年10月1日現在(確定値))。2025年以降：国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(令和5年推計)」出生中位・死亡中位仮定による推計結果。

総人口	2015年 1億2,709万人	2065年 9,159万人
老年人口(65歳以上)	3,379万人	3,513万人
生産年齢人口(15～64歳)	7,735万人	4,809万人
年少人口(0～14歳)	1,595万人	836万人

(2) 秋田県の生産年齢人口(2025年以降の推計)



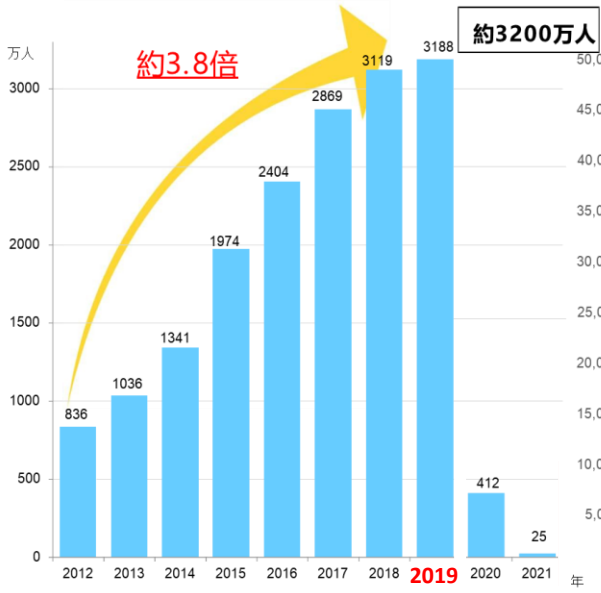
資料:総務省「国勢調査」「人口推計」及び国立社会保障・人口問題研究所「将来推計人口」により作成。
2025年以降は、2020年実績値に将来人口推計の増減幅を足し合わせた機械的計算

2. 国の観光に対する取り組み

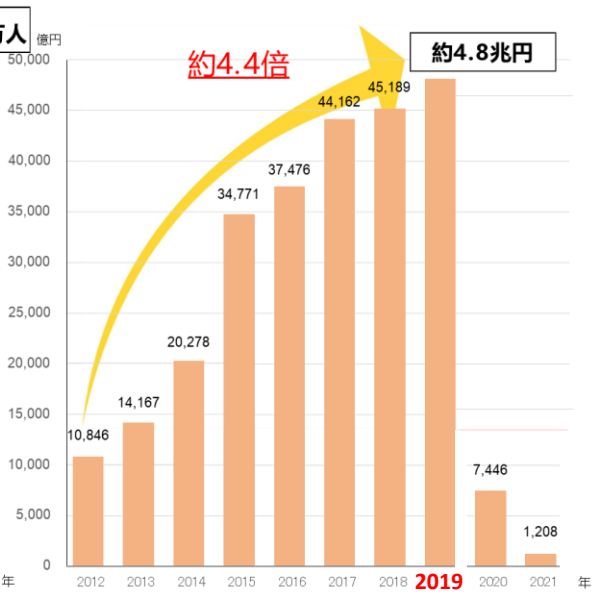
今後も人口減少社会が想定される中で、国は観光が地域経済の活性化・雇用機会の増大など、国民経済の発展に寄与するものであり、また同時に、国民生活の安定向上に貢献するものとして、積極的な拡大施策や改革に取り組んできました。

結果、2019年（令和元年）には、訪日外国人旅行者数が7年前の約3.8倍の約3,200万人に達し、同じく観光消費額も約4.4倍の約4.8兆円となり、自動車部品の輸出額に当たる3.9兆円を大きく上回る規模まで急成長をとげました。

訪日外国人旅行者数の推移



訪日外国人旅行者による消費額の推移



資料：国土交通省　交通政策審議会　第43回観光分科会　配布資料より

【観光立国の実現に向けた政府の取り組み】

平成15年	1月	「観光立国懇談会」を主宰
	4月	ビジット・ジャパン事業開始
平成18年	12月	観光立国推進基本法が成立
平成19年	6月	観光立国推進基本計画を閣議決定
平成20年	10月	観光庁設置
平成21年	7月	中国個人観光ビザ発給開始
平成26年	6月	「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014」決定（毎年）
平成28年	3月	「明日の日本を支える観光ビジョン」策定
令和４年	11月	観光立国推進基本計画の改定について審議開始
令和５年	3月	観光立国推進基本計画を閣議決定

このような成長実績を踏まえ、国は観光が成長戦略の柱で地方創生の切り札であるとの認識の下、観光立国の持続可能な形での復活に向け、観光立国推進基本法に基づき、2023年3月31日に、新たな観光立国推進基本計画を閣議決定しました。

2025年度（令和7年度）までの目標値を立て、地域経済衰退という課題解決に向けた手段のひとつとして、持続可能な観光地域づくり、訪日外国人旅行の回復（インバウンド回復）、国内交流拡大の3つの戦略に取り組んでいます。

基本的な方針

持続可能な観光地域づくり戦略

■観光振興が**地域社会・経済に好循環**を生む仕組みづくりを推進する
■観光産業の**収益力・生産性を向上**させ、**従事者の待遇改善**にもつなげる
（「稼げる産業・稼げる地域」）
■**地域住民の理解**も得ながら、地域の**自然、文化の保全と観光を両立**させる
（「住んでよし、訪れてよし」）

インバウンド回復戦略

■**消費額５兆円の早期達成**に向けて、施策を総動員する
■**消費額拡大・地方誘客促進を重視**する
■**アウトバウンド復活**との相乗効果を目指す

国内交流拡大戦略

■国内旅行の**実施率向上、滞在長期化**を目指す
■旅行需要の平準化と関係人口の拡大につながる**新たな交流需要の開拓**を図る

目　標

■**早期達成を目指す目標：**インバウンド消費**５兆円**、国内旅行消費**20兆円**
■**2025年目標**（**質の向上を強調**し、**人数に依存しない指標**を中心に設定）

持続可能な観光地域づくり	地域づくりの体制整備	① **持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数**【新】	**100地域**
	インバウンド回復	② **訪日外国人旅行消費額単価**【新】	**20万円/人**
		③ **訪日外国人旅行者一人当たり地方部宿泊数**【新】	**2泊**
		④ 訪日外国人旅行者数	2019年水準超え
		⑤ 日本人の海外旅行者数	
		⑥ 国際会議の開催件数割合	アジア最大・3割以上
	国内交流拡大	⑦ 日本人の地方部延べ宿泊者数	**3.2億人泊**
		⑧ 国内旅行消費額	**22兆円**

資料：観光庁ホームページ　観光立国推進基本計画　参考資料より仙北市作成

Point!
この度策定した『第3次仙北市観光振興計画』は、観光立国推進基本計画における基本方針や目標を参考としています。

また国は、持続可能な観光を推進するべく、各地方自治体や観光地域づくり法人（DMO）等が多面的な現状把握を行い、持続可能な観光地マネジメントを行うための観光指標として、観光地向けの持続可能な観光の国際基準「GSTC－D（GlobalSustainable Tourism Criteria for Destinations）」に準拠した「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS－D）」を作成しました。

仙北市では、平成29年2月に“持続可能な観光を目指す「仙北市宣言」”をしていることから、JSTS-Dに沿った持続可能な観光地マネジメントに取り組み、住民意識や旅行者満足度に加えて、人材育成や ICT（情報通信技術）活用といった要素も含め、社会経済・文化・環境の観点に十分配慮した観光振興に努めることとします。

資料：観光庁・UNWTO駐日事務所　日本版持続可能な観光ガイドラインより

point!

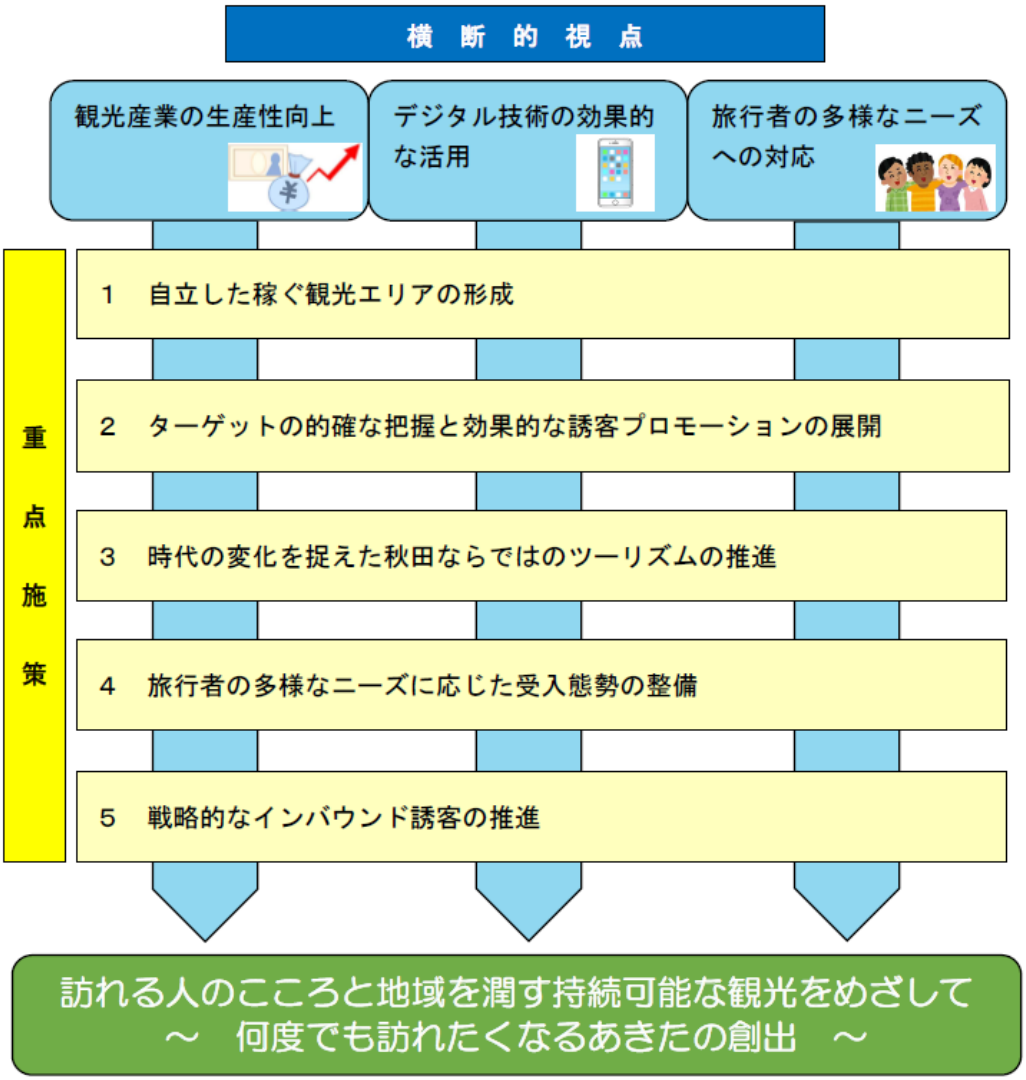
本市が、日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）に準拠すべき理由

①インバウンドの観光客に旅行先として選択される可能性が高まる
②世界標準に即した持続可能な観光地の形成が可能である
③日本の現状も反映しつつ国際公認も得られる指標である
④オーバーツーリズムや自然・文化財保護等の課題対応も可能
⑤SDGsの17の目標と結びついており、SDGsにも対応した観光地と認識される
⑥充実した取り組み支援ツールがある

資料：観光庁外客受入参事官室　持続可能な観光の推進に向けた 観光庁の取り組み　から仙北市が作成

3. 県の観光に対する取り組み

秋田県においても、アフターコロナを見据えた、持続可能な観光産業を創り上げることを目指すこととしており、令和4年度から令和7年度までを計画期間とした「秋田県観光振興ビジョン」では、以下の5つを重点施策と位置付けています。

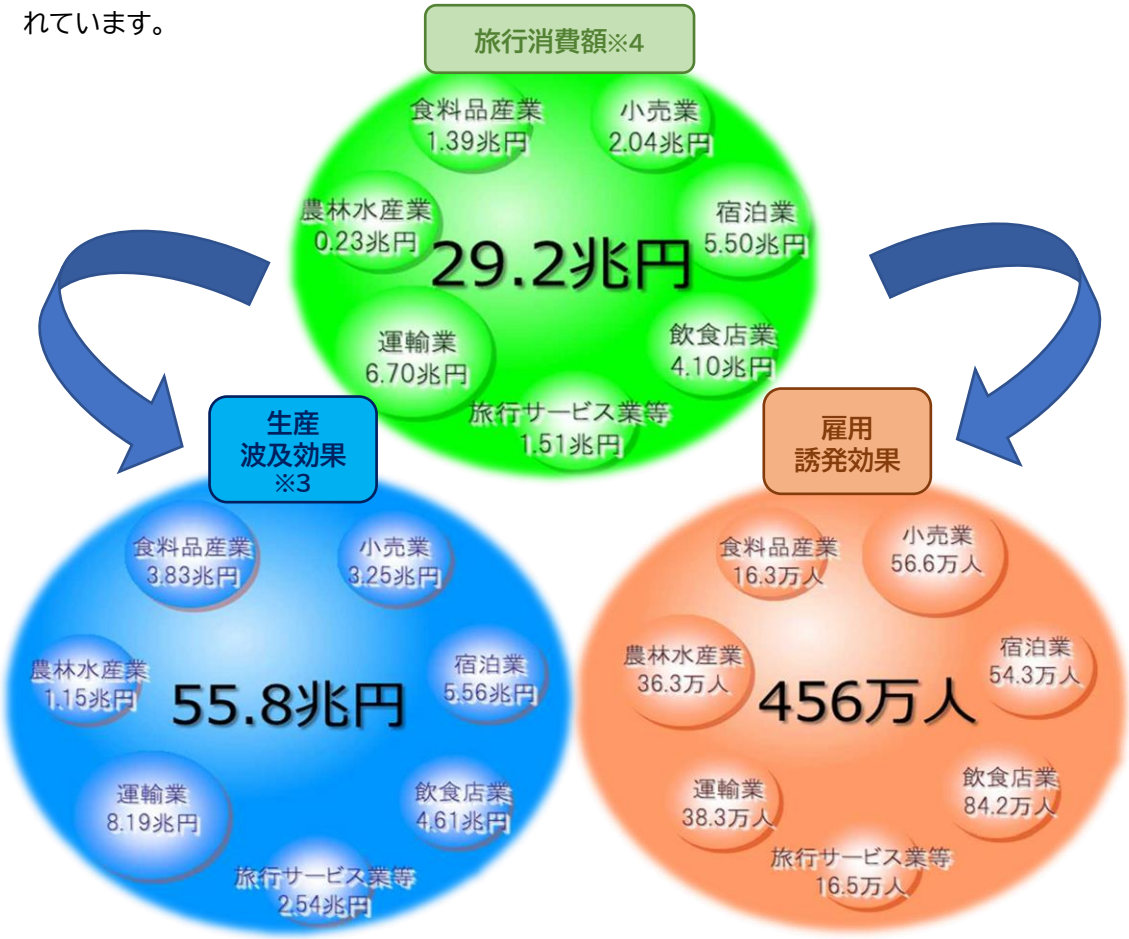


資料：秋田県観光文化スポーツ部 秋田県観光振興ビジョン（令和4年3月）より抜粋

Point! 第3次仙北市観光振興計画では、戦略的なインバウンド誘客の推進などを中心として、各取り組みの連携を図ります。

4. 観光がもたらす経済効果、国が目指す観光産業の姿

観光は、交通機関・旅館・ホテルに留まらず、その周辺産業や農業等も巻き込んだ、裾野が広い総合産業です。観光による消費は、雇用波及効果も含め地域経済に広く貢献するとされています。



出典：観光庁　観光を取り巻く現状及び課題等について（令和3年11月25日）
旅行・観光消費の生産波及効果　2019年　より仙北市作成

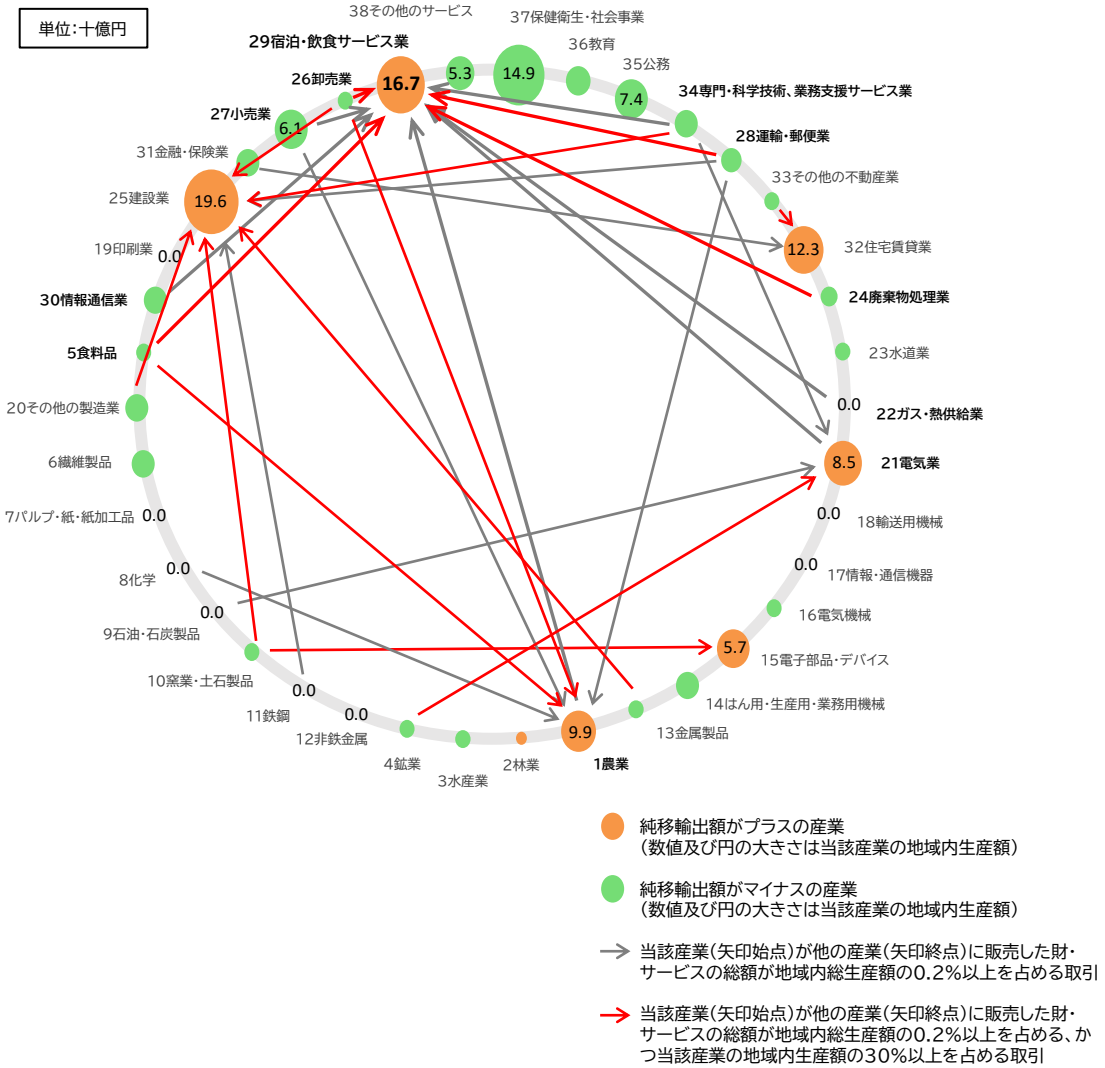
※3. 生産波及効果とは…
新たな需要が生じた際に、結果として産業全体にどれだけの効果が生じたのかを示したもの。
（例えば、旅行・観光消費によってこれらに原材料（中間財）を納めた業者の売上や当該業者に勤務する従業員の給与が増加することによってもたらされる産業全体の新たな生産を含めたもの）

※4. 旅行消費額とは…
日本人国内旅行（宿泊旅行および日帰り旅行）、日本人海外旅行の 国内消費分および、訪日外国人の旅行等による消費額の合計。国際基準（UNWTO）に則り算出。

出典：観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」

本市でも、観光産業に関連の深い宿泊・飲食サービス業を中心に同様の波及効果がみられ、影響力の強い産業となっています。

産業間取引構造



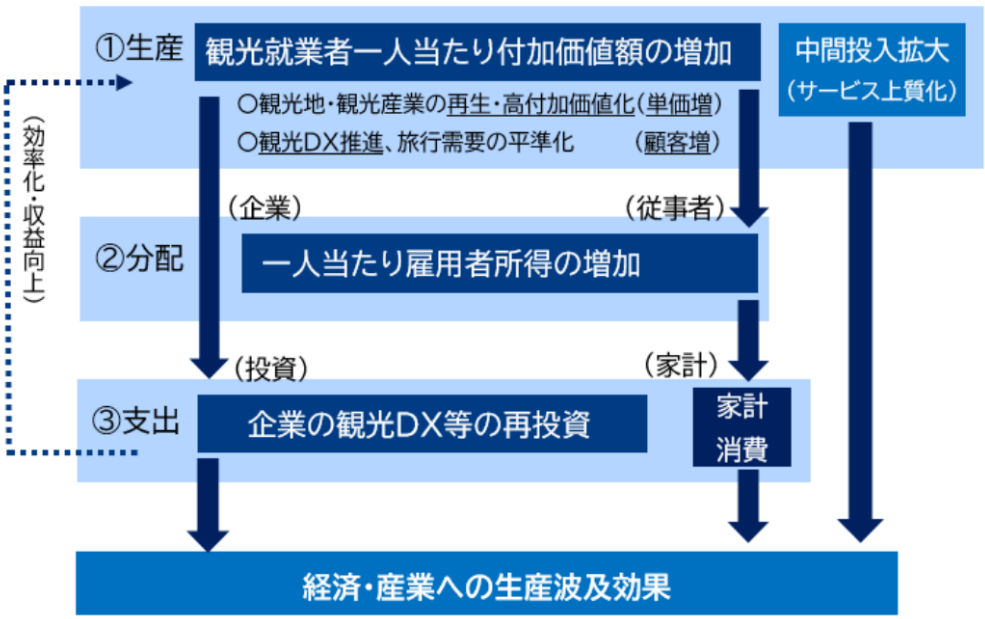
出典:環境省　地域経済循環分析　2018年版　仙北市産業間取引構造　より仙北市作成

本市において、宿泊・飲食サービス業が影響を与えている他産業は、赤矢印・グレー矢印で繋がりのある以下産業です。

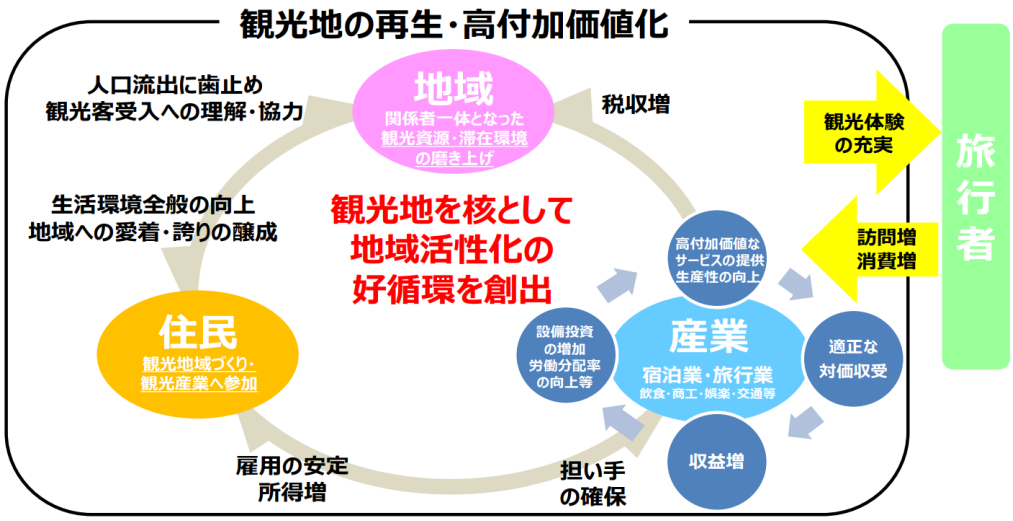
[番号は上記産業間取引構造図内の各産業に対応]
1農業、5食料品、21電気業、22ガス・熱供給業、24廃棄物処理業、
26卸売業、27小売業、28運輸・郵便業、30情報通信業、
34専門・科学技術、業務支援サービス業

国(観光庁)によるアフターコロナの地域活性化と観光産業の方向性は、観光地・観光産業の再生・高付加価値化、観光DX(デジタルトランスフォーメーション) ※5 推進、旅行需要の通年化(平準化)です。

官民一体となって観光産業の付加価値を更に高め、「稼げる」産業へと変革を進め、地域経済への恩恵や地域住民の誇り・愛着の醸成を通じて地域社会に好循環を生むことで、地域と観光旅行者の双方が観光のメリットを実感できる、「持続可能な観光」を目指すこととしており、今後の本市における観光振興でも重要な視点となっています。



＜目指す姿＞

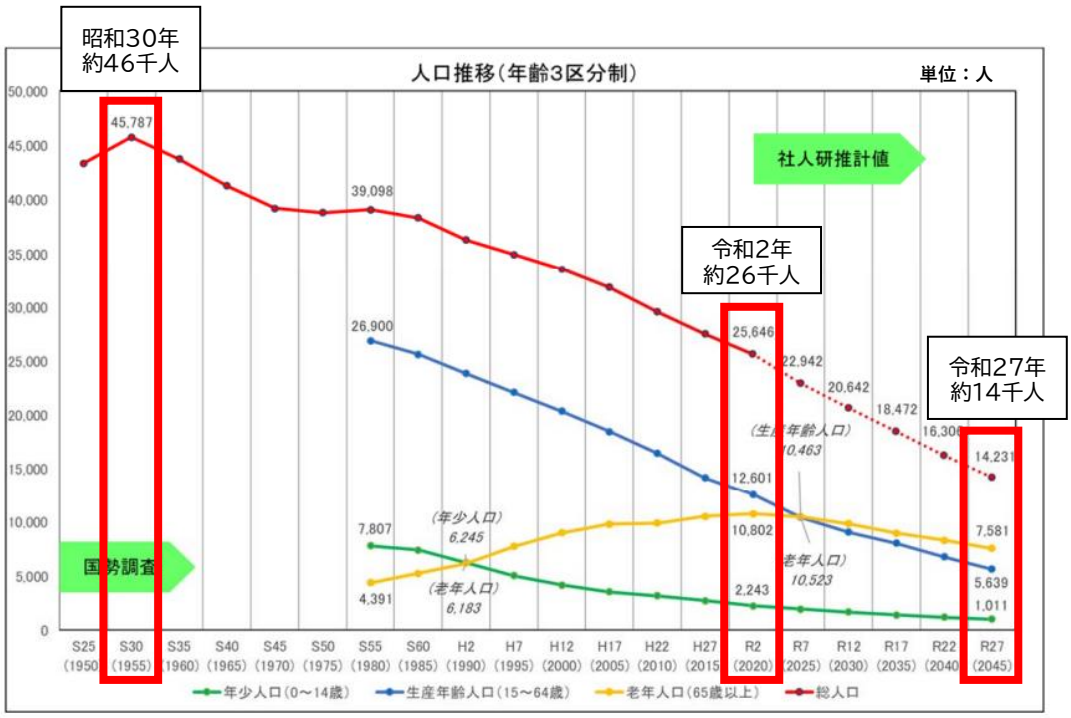


資料:観光庁 令和5年5月 令和5年版観光白書(案)について(概要版)より 仙北市作成

※5. 観光DX(デジタルトランスフォーメーション)とは…
業務のデジタル化によって収集されるデータの分析・利活用により、ビジネス戦略の再検討や新たなビジネスモデルの創出といった変革を行うもの。旅行者の利便性向上や観光産業における生産性向上、地域間・観光事業者間の連携を通じた地域活性化や持続可能な経済社会の実現に寄与する。

5. 本市における人口減少の予測

仙北市の人口は、昭和30年(1955年)の約46千人をピークとして、令和2年(2020年)には約26千人となっており、65年で約20千人(約44%) が減少しています。今後も自然減は続くことが予想されており、令和27年(2045年)には約14千人まで減少し、減少の傾向は生産年齢人口も同様と推計されています。



国勢調査及び国立社会保障・人口問題研究所推計　※2020年のみ住民基本台帳（4/1現在）

Point!

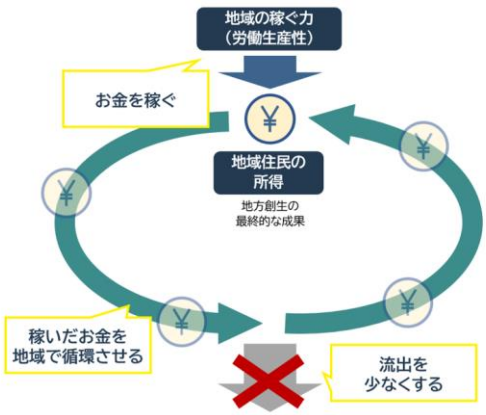
人口減少がこのまま進行すると…

生活関連サービス(小売・飲食・娯楽・医療機関等)の縮小や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、地域の共助機能・防災力の低下など、非常に多くの影響を及ぼし、それぞれの影響は、雇用の減少や生活利便性の低下、地域の魅力の低下を通じ、さらなる人口減少を招くという悪循環に陥る可能性があると考えられています。

6. 本市における観光振興の重要性

現在本市は、急速な人口減少等により非常に厳しい財政の立て直しが求められており、今後は自立性の高い、循環型の経済構造を築いていくことが鍵となります。

循環型の経済構造とは、外貨の域内循環を図ることで、域内支出の増加による地域事業者の所得向上や税収増加、その他経済活動の活性化による地域住民の豊かな暮らしに貢献するプロセスです。



POINT 1

地域でお金を循環させること

お金の地域の外への流出を抑制し、
地域内で循環する仕組みを作ること

POINT 2

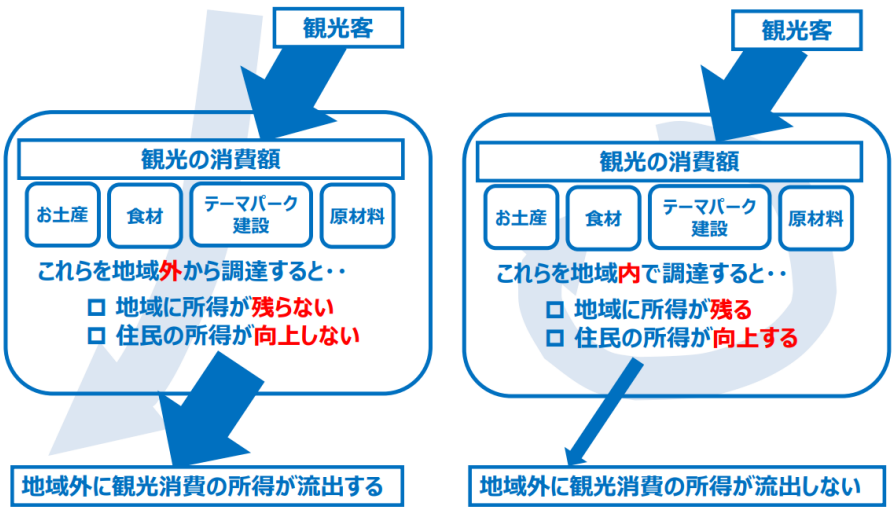
地域でお金を稼ぐ力を強くすること

豊かな経済循環構造のために、
地域内で効果的に稼ぐ産業を育てること

資料：環境省　環境省ローカルSDGs地域循環共生圏　公式サイトより抜粋

観光は、観光客の来訪により外貨（観光消費額）を獲得していますが、お土産や食材、建設資材やその他原材料などを地域外から調達すると、地域に所得が残りません。

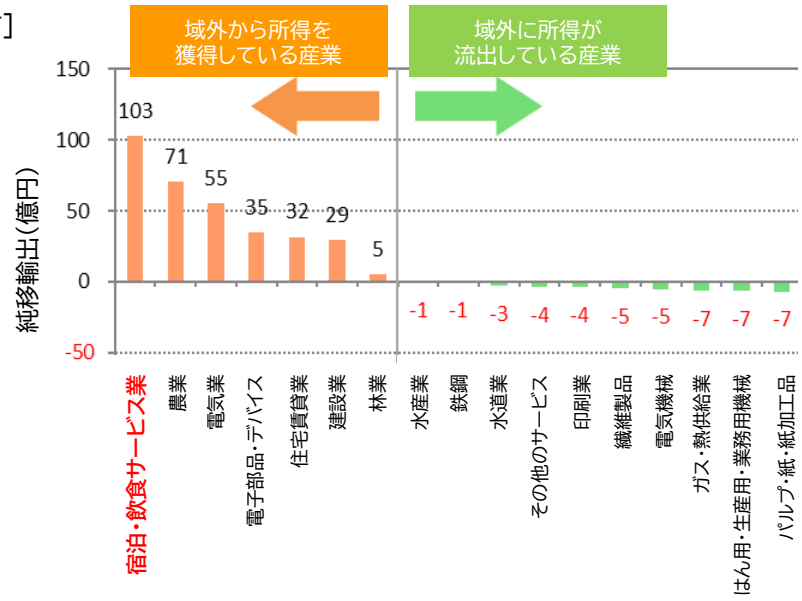
本市では、今後より多くの外貨を稼ぐとともに、市内からの仕入れや消費を増加させ、域内経済の好循環を図っていく必要があります。



資料：環境省　環境省ローカルSDGs地域循環共生圏　公式サイトより抜粋

特に、仙北市においては、宿泊・飲食サービス業は域外から最も多く所得を獲得しており、当該産業と密接な観光振興は、地域経済にとって非常に重要な役割を果たしています。

［仙北市］

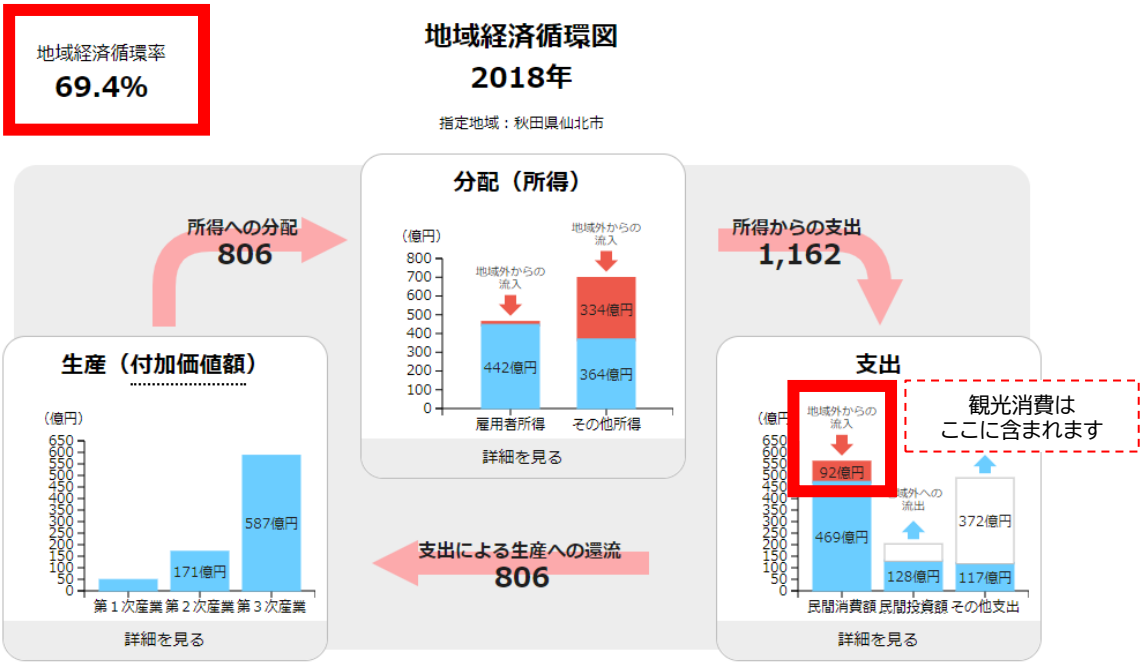


出典：環境省　地域経済循環分析　2018年版　産業別純移輸出額（仙北市）　より仙北市作成

しかし、支出に注目すると地域外からの流入に対し地域外への流出が多く、『地域経済循環率』は69．4％と、観光による好影響を十分に取り込めていない可能性があります。

地域経済循環率は、生産（付加価値額）を分配（所得）で除した値で、地域経済の自立度を示しています。値が低いほど他地域から流入する所得に対する依存度が高い状態です。

そのため地域経済の安定を図るには、『地域経済循環率』を高めていく必要があります。



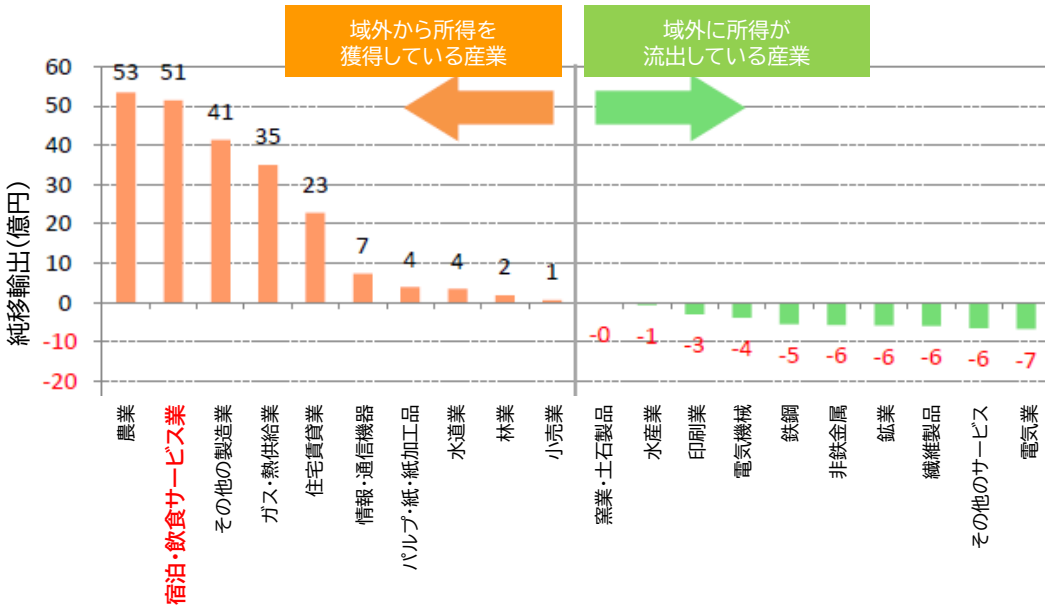
出典：環境省　地域経済循環分析　2018年版　地域経済循環図（仙北市）をもとに作成

仙北市隣接の雫石町は仙北市同様、宿泊・飲食サービス業が域外からの所得を多く得ている産業ですが、美郷町・大仙市・横手市では、観光は域外への所得流出が多い産業構造となっています。このことからもわかるように、仙北市での観光産業は、近隣の他の市町村に比べて重要な産業であり、積極的に観光振興していくことの有用性がわかります。

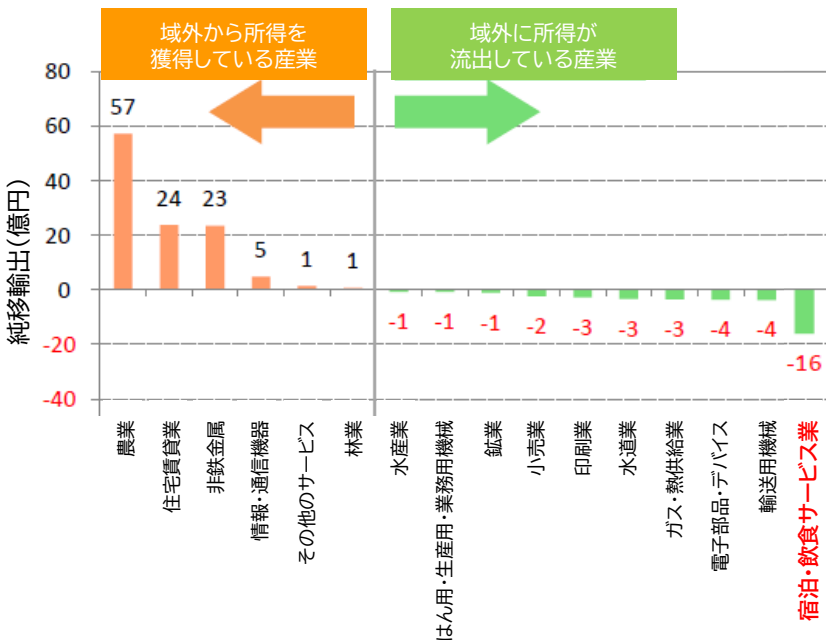
ただ、大仙市や横手市は、他の産業で域外から所得を多く獲得しており、しかもそれらの所得が域内に還元されていることから、経済循環率が仙北市よりも約5～10%以上も高い値となっています。

観光産業は本来、一次産業、二次産業にも波及効果のある裾野の広い産業であることから、仙北市は観光産業で得た域外からの所得を、域内でもっと分配できるよう、飲食の原材料やお土産品、労働力などを地域内から得る取り組みが必要と考えられます。

［雫石町］ 経済循環率70.1%

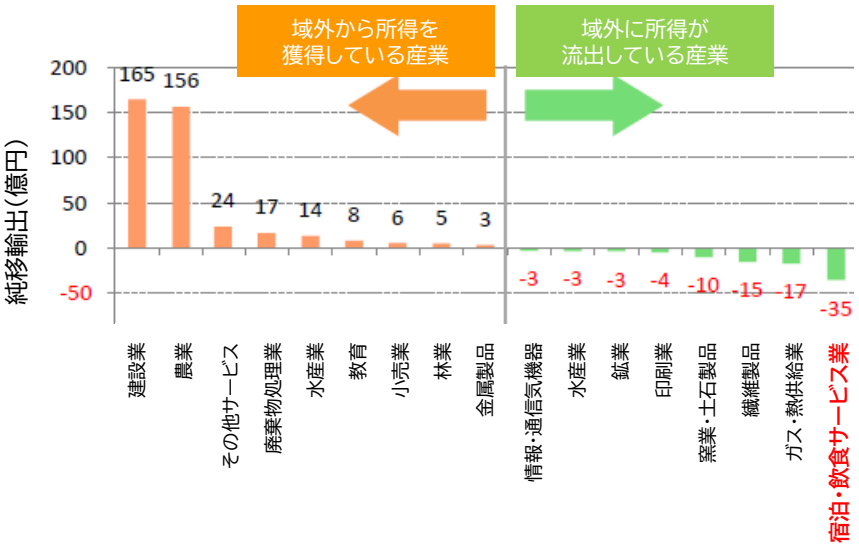


［美郷町］ 経済循環率56.3%

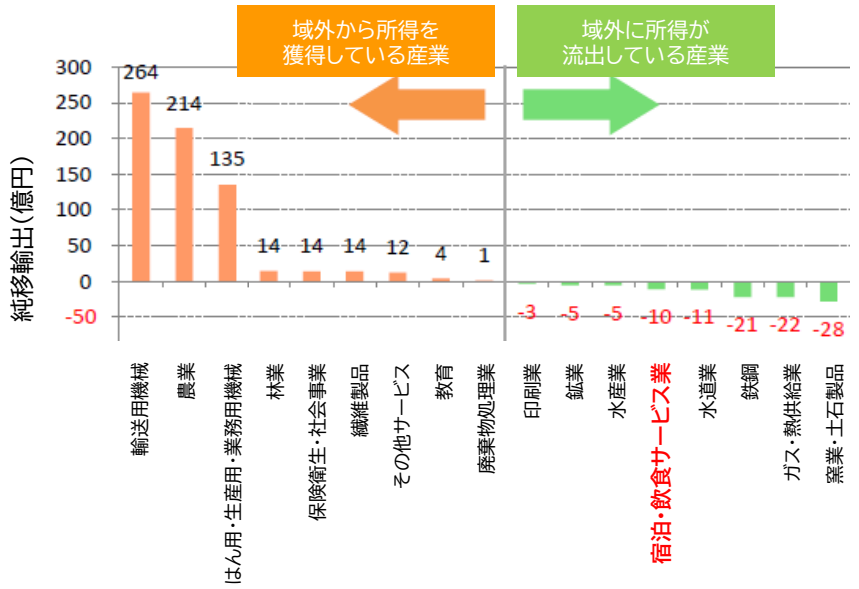


出典:環境省　地域経済循環分析　2018年版　産業別純移輸出額(雫石町、美郷町)より仙北市作成

［大仙市］ 経済循環率75.4%



［横手市］ 経済循環率80.1%



出典:環境省　地域経済循環分析　2018年版　産業別純移輸出額(大仙市、横手市)より仙北市作成

以上のことから、仙北市に暮らすわれわれにとって、基幹産業である観光産業の加速的成長と、域内経済の循環推進は、地域全体で取り組むべき総合的なものであることがわかります。

地域全体で取り組むべきこと

・基幹産業である観光産業の加速的成長

・循環型経済構造構築に配慮した観光振興

第３章

本市観光の実態・東北旅行関心者のニーズ

1. 観光客推移
（新型コロナウイルス感染症　流行前）　・・・・・・・・・・ 32-33

2. 観光客推移
（新型コロナウイルス感染症　流行下）　・・・・・・・・・・・・・ 34

3. 来訪観光者の特徴　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 35-40

（1） 国内観光者の属性
（2） 国内観光者が本市を旅行先に選ぶ理由
（3） 国内観光者の不満足要素
（4） 本市インバウンド
（訪日外国人旅行者）の受入状況

4. 観光関連事業者における地域実態と課題　・・・・・・ 41-48

（1） 事業動向や課題、本市観光に期待する内容等
（2） デジタル利活用の状況

5. 東北旅行関心者のニーズ　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 49-62

（1） 首都圏の国内観光者
（2） インバウンド（訪日外国人旅行者）
（3） メインターゲット

第３章
本市観光の実態・東北旅行関心者のニーズ

1. 観光客推移（新型コロナウイルス感染症 流行前）

新型コロナ感染症流行直前の2019年（令和元年）の仙北市の日帰り客数は約453万人、4年前の2015年（平成27年）の日帰り客数は約451万人で、おおむね前年同期比101%で推移していました。

同じく2019年の仙北市の宿泊者数は約51万人。2015年の宿泊者数は54万人で、前期比99%程度の推移でした。

仙北市は、日帰り、宿泊のうち、日帰りのみで約90%を占めており、国においても秋田県においても経済効果の大きいとされている宿泊客が極めて少なく、長期滞在と消費向上につながるような宿泊客の獲得が課題となっています。

単位：人	2015年 H27	2016年 H28	2017年 H29	2018年 H30	2019年 R 1
日帰り者数+宿泊者数	**5,041,794**	**5,099,504**	**5,130,322**	**4,994,156**	**5,036,323**
前年同期比		101.14%	100.60%	97.35%	100.84%
日帰り者数	**4,505,289**	**4,562,315**	**4,616,066**	**4,484,508**	**4,531,356**
前年同期比		101.27%	101.18%	97.15%	101.04%
宿泊者数	**536,505**	**537,189**	**514,256**	**509,648**	**504,967**
前年同期比		100.13%	95.73%	99.10%	99.08%

日帰り者数+宿泊者数	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
日帰り者数	89.36%	89.47%	89.98%	89.80%	89.97%
宿泊者数	10.64%	10.53%	10.02%	10.20%	10.03%

資料：本市観光課、秋田県観光統計

前頁でふれた、日帰りと宿泊に関わる観光消費額について、全国及び秋田県の観光における消費単価を下記に記載します。表の通り、宿泊を伴う旅行は日帰り旅行に比べ、旅行者1人当たりの消費単価が大きくなります。

（日本人国内旅行1人1回当たりの消費単価　参考）　　単位:円/人

国内旅行全体									
				うち宿泊旅行			うち日帰り旅行		
	旅行単価	2019年比	前年比	旅行単価	2019年比	前年比	旅行単価	2019年比	前年比
2012年	31,695		-1.6%	47,444		+0.6%	14,972		-9.6%
2013年	31,995		+0.9%	48,094		+1.4%	15,383		+2.7%
2014年	30,947		-3.3%	46,717		-2.9%	15,206		-1.2%
2015年	33,750		+9.1%	50,520		+8.1%	15,758		+3.6%
2016年	32,687		-3.2%	49,234		-2.5%	15,602		-1.0%
2017年	32,606		-0.2%	49,732		+1.0%	15,526		-0.5%
2018年	36,462		+11.8%	54,300		+9.2%	17,285		+11.3%
2019年	37,355		+2.4%	55,054		+1.4%	17,334		+0.3%

資料:観光庁　旅行・観光消費動向調査　2022年年間値(確報)　日本人国内旅行の1人1回当たり旅行支出(旅行単価)より抜粋

（日本人および訪日外国人の秋田県内旅行1人1回当たりの消費単価　参考）

（単位:円／人回）

				宿泊客		日帰り客	
				県内	県外	県内	県外
	日本人	観光目的	1～3月	17,991	17,359	3,080	5,038
			4～6月	16,592	31,167	3,114	5,301
			7～9月	13,648	28,307	3,035	7,015
			10～12月	22,112	19,319	3,225	4,918
			年　間	**17,872**	**25,528**	**3,108**	**5,941**
		ビジネス兼観光目的	1～3月	23,373	27,351	5,723	6,798
			4～6月	22,577	33,425	5,295	6,399
			7～9月	8,606	31,136	3,415	9,924
			10～12月	16,143	31,131	1,974	8,860
			年　間	**17,004**	**31,049**	**4,536**	**8,076**
	訪日外国人	観光目的	1～3月	24,327		8,013	
			4～6月	20,744		7,907	
			7～9月	20,307		7,711	
			10～12月	16,453		8,308	
			年　間	**20,444**		**8,173**	
		ビジネス兼観光目的	1～3月	59,393		7,422	
			4～6月	108,323		10,319	
			7～9月	173,378		10,131	
			10～12月	137,187		7,305	
			年　間	**125,704**		—	

※ビジネス兼観光目的は、観光地点へ立ち寄ったビジネスが主目的の者。

※サンプル数がなかったものは「－」と表記。

資料:令和元年　秋田県観光統計　属性別の観光消費額単価

※全国の消費単価は住民基本台帳をもとに無作為に抽出した2万5千人を対象とした調査となっており、秋田県の消費単価は、県内の観光地点11カ所にて個人を対象としたパラメーター調査となっています。対象が異なるため、消費単価に乖離があります。

2. 観光客推移（新型コロナウイルス感染症 流行下）

新型コロナウイルス感染症流行の影響により2020年の仙北市の日帰り客数の前年同期比は43%と半減し、同じく2020年の仙北市の宿泊者数の前年同期比は69%と大きく減少しました。2022年においては、宿泊客数の2019年比は83%とやや回復傾向にありますが、日帰り客数を合計した総入込客数では61%と、新型コロナウイルス感染症流行前の水準には至っていません。

2020年、桜まつりをはじめとした各祭りへの入込は前年同期比0.94%と、極めて大きな影響を受けましたが、アウトドアを主とする仙北市保有の自然公園等への入込は前年同期比85%と、当該事象による影響に対し、強みを示した結果となりました。

単位：人	2019年 R1	2020年 R2	2021年 R3	2022年 R4	2022年の2019年比
日帰り者数+宿泊者数	**5,036,323**	**2,181,868**	**2,322,369**	**3,113,826**	
前年同期比		43.32%	106.44%	134.08%	61.83%
日帰り者数	**4,531,356**	**1,835,473**	**1,998,204**	**2,690,589**	
前年同期比		40.51%	108.87%	134.65%	59.38%
宿泊者数	**504,967**	**346,395**	**324,165**	**423,237**	
前年同期比		68.60%	93.58%	130.56%	83.81%

単位：人	2019年 R1	2020年 R2	2021年 R3	2022年 R4	2022年の2019年比
祭り計	**1,803,860**	**17,000**	**342,800**	**748,901**	
前年同期比		0.94%	2016.47%	218.47%	41.52%
施設計	**939,596**	**449,527**	**434,458**	**586,003**	
前年同期比		47.84%	96.65%	134.88%	62.37%
自然公園計	**1,209,711**	**1,035,703**	**871,547**	**469,517**	
前年同期比		85.62%	84.15%	53.87%	38.81%

資料：本市観光課、秋田県観光統計

3. 来訪観光者の特徴

(1) 国内観光者の属性

本市へ来訪する国内観光者の性年代別特徴として、60代男女が最も多く、東北の主要観光地計100カ所の平均値と比較した場合において、特に女性の構成比は約2倍となっています。反して20代・30代男女の若年層の来訪は少なく、成長の可能性を秘めています。

また旅行同伴者としては、夫婦での来訪と、子供や両親を含めた家族での来訪が多くみられます。

旅行者数の構成比（モバイル空間統計※・国内居住者1kメッシュ分析より）　※1時間以上滞在者をカウント

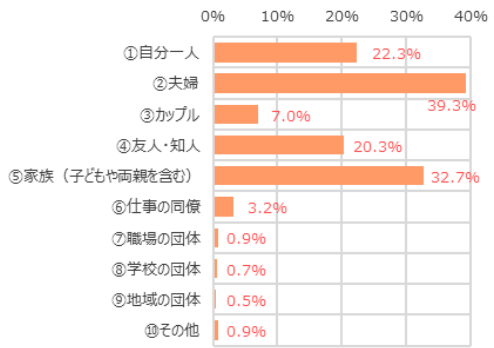
性年代別集計（2019年04月～06月）	合計	女性						男性					
地点名称			～20代	30代	40代	50代	60代以上		～20代	30代	40代	50代	60代以上
東北の主要観光地100カ所計	100.0	46%	12%	7%	8%	7%	12%	54%	12%	10%	11%	9%	12%
角館	100.0	55%	6%	6%	8%	11%	24%	45%	5%	5%	7%	9%	19%
田沢湖・白浜周辺	100.0	52%	7%	7%	7%	8%	23%	48%	7%	7%	8%	7%	19%
乳頭温泉郷	100.0	51%	4%	5%	7%	9%	27%	49%	5%	4%	6%	8%	25%

性年代別集計（2019年07月～09月）	合計	女性						男性					
地点名称			～20代	30代	40代	50代	60代以上		～20代	30代	40代	50代	60代以上
東北の主要観光地100カ所計	100.0	46%	13%	8%	8%	7%	10%	54%	13%	10%	11%	9%	10%
角館	100.0	51%	9%	6%	8%	9%	20%	49%	7%	7%	8%	9%	17%
田沢湖・白浜周辺	100.0	50%	9%	10%	9%	6%	15%	50%	9%	9%	11%	7%	14%
乳頭温泉郷	100.0	49%	5%	5%	9%	9%	22%	51%	6%	6%	9%	9%	21%

資料：モバイル空間統計　2019年4月～6月／2019年7月～9月　国内居住者の動態分析　東北DC推進協議会調べ

誰と訪れたか（※複数回答）

「②夫婦」の割合が39．3％で最も高い。次に「⑤家族（子どもや両親を含む）」で32.7%、「①自分一人」が22.3%。
回答者の年代別の割合では10代～20代が約1割であるため、「③カップル」での訪問は7.0%にとどまっていると思われる。



資料：令和4年度仙北市訪問者アンケート分析レポート　（一社）田沢湖・角館観光協会調べ

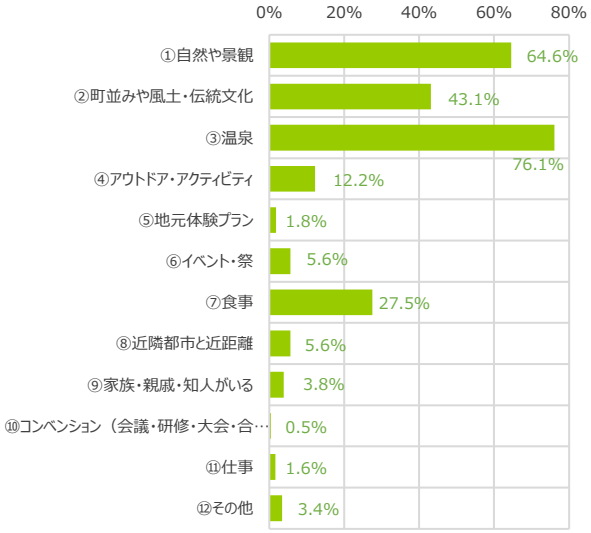
Point! 今後は軸となるメイン・サブターゲットや、実施事業ごとのターゲット選定が必要です。

(2) 国内観光者が本市を旅行先に選ぶ理由

豊かな自然景観、温泉の癒し、街並みや風土・伝統文化などを求めて来訪される観光者が多くみられ、田沢湖周辺や角館などは、本市観光の魅力を構成する中心的な要素です。

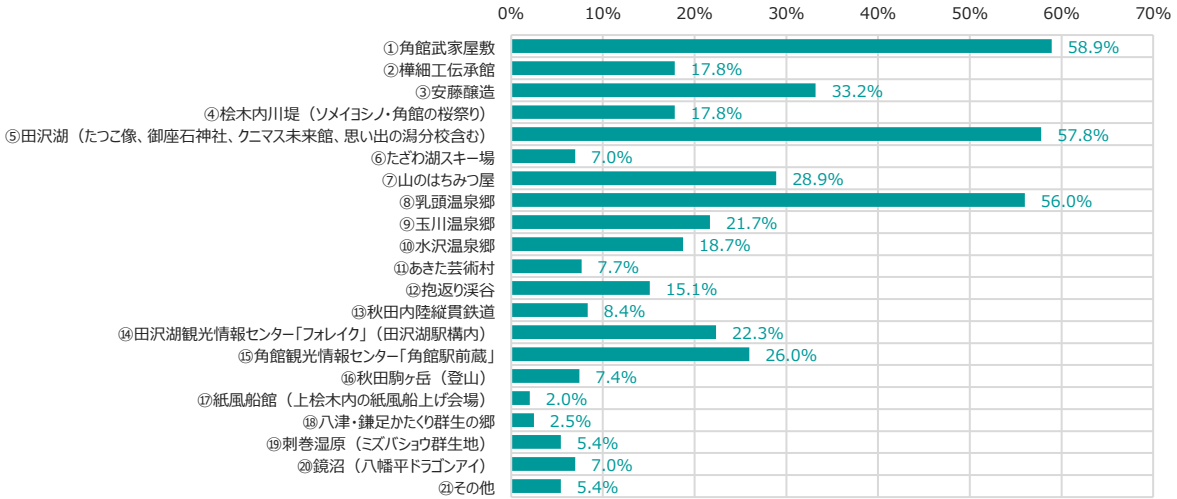
仙北市を選んだ理由（※複数回答）

「③温泉」が76.1%で最も多く、次が「①自然や景観」が64.6%。この２つが仙北市を訪れる代表的な動機であり、続く「②町並みや風土・伝統文化」43.1%に21.5%の差をつけている。その他、「⑦食事」（27.5%）や「④アウトドア・アクティビティ（12.2%）」などはまだまだ伸びしろがあると言える。



滞在中に訪れたところ（※複数回答）

全体の5割を上回ったのは次の３つで、いずれも市を代表する観光スポット。多い順に「①角館武家屋敷」58.9%、「田沢湖（たつこ像など含）」57.8%、「⑧乳頭温泉郷」56.0%。そのあとを20%以上の差をつけて「③安藤醸造」33.2%、「⑦山のはちみつ屋」28.9%が続いている。
また、温泉郷だけで見ると「⑧乳頭温泉郷」56.0%、「玉川温泉郷」21.7%、「水沢温泉郷」18.7%。乳頭温泉郷とそれ以外では2.6～3倍の差があった。



資料：令和4年度仙北市訪問者アンケート分析レポート （一社）田沢湖・角館観光協会調べ

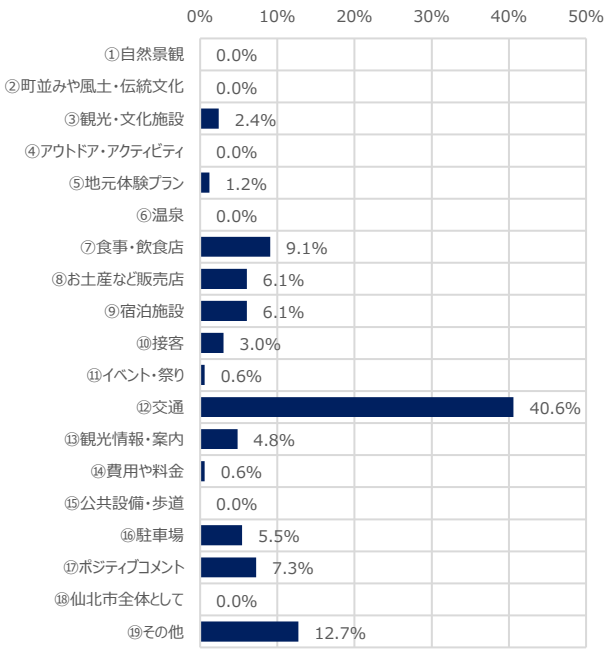
Point! 観光資源が非常に多い本市の特徴から、いかに周遊を促し、魅力を多く伝えていくかが重要です。

(3) 国内観光者の不満足要素

最も高い数値を示しているのは「交通」で、次いで「その他」、「食事・飲食店」となっています。

不備・不満点（※自由回答）

「⑫交通」が40.6%で全体の約4割。鉄道・バス共に便数の少なさ、接続の悪さなどが目立った。
次に「その他」12.7%で活気のなさや子供が遊べる場所の少なさについて、「⑦食事・飲食店」9.1%ではランチ時に入れる店舗、カフェ休憩できる店舗の少なさが多く挙がっていた。
続いて「⑰ポジティブコメント」7.3%、「⑧お土産など販売店」「⑨宿泊施設」が同率で6.1%。



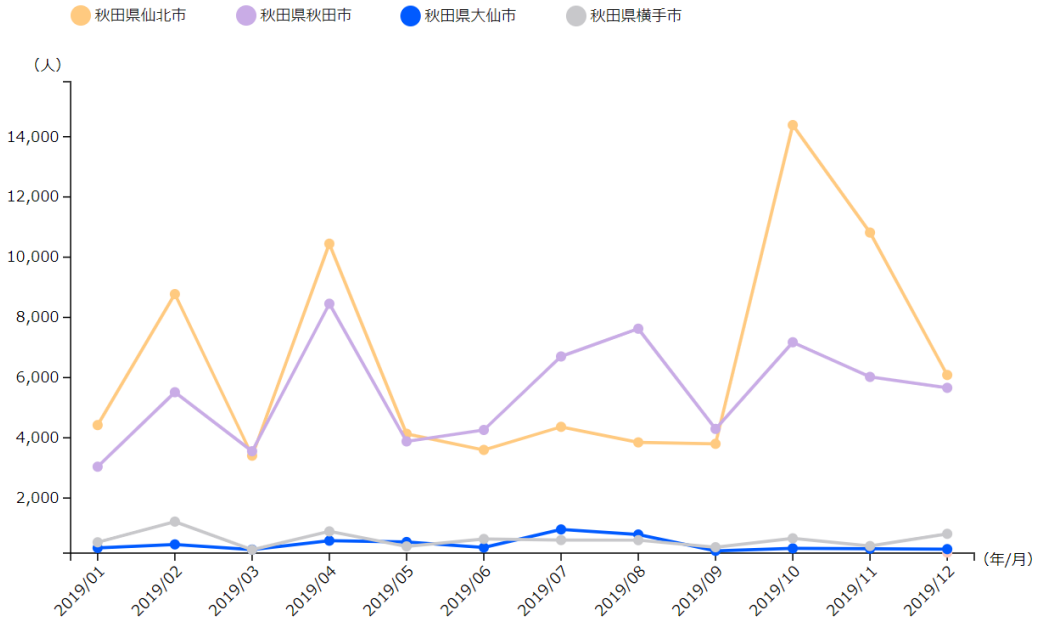
資料：令和4年度仙北市訪問者アンケート分析レポート （一社）田沢湖・角館観光協会調べ

Point!

今後は、二次交通における不便性を補う可能性の模索や、観光客のニーズを踏まえたサービスの提供・情報発信など、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を行っていく必要があります。

(4) 本市インバウンド(訪日外国人旅行者)の受入状況

本市は秋田県内でも有数のインバウンド来訪地域となっており、県庁所在地である秋田市や近隣市町村と比較しても、多くの皆様にお越しいただいていることが分かります。



資料:RESAS 地域経済分析システム　外国人滞在分析　地域別滞在者数の推移
2019年　昼間(10－18時)　すべての国・地域等
仙北市、秋田市、大仙市、横手市　計4市の推移比較

国はもちろんのこと、秋田県においても、新型コロナウイルスを巡る水際対策の緩和以降、国際チャーター便の誘致活動や、重点市場におけるインバウンド誘客プロモーション、また対象市場の見直しに向けた開拓等を含め、より積極的な姿勢を示しており、今後もインバウンド回復に向けた取り組みを強化することとしています。

Point! 本市においては、今後も国や県の動向を注視し、引き続き誘客促進に向けた効果的な連携や、インバウンド受け入れのための態勢整備を図ります。

2019年(新型コロナウイルス感染症拡大前)から2023年にかけてのインバウンド宿泊者の推移について、新型コロナウイルス感染症流行下の2020年～2022年は大きな落ち込みを見せたものの、2023年は5月末時点の速報値で回復傾向にあります。

［インバウンド宿泊数］

単位：人	2019年 R1	2020年 R2	2021年 R3	2022年 R4	2023年 R5
宿泊客数	**37,735**	**10,556**	**530**	**2,819**	**8,362**
前年同期比		27.97%	5.02%	531.89%	296.63%

2023年(R5)は、5月末時点の速報値

資料：仙北市　インバウンド国別宿泊人数より

国籍別では、2019年は台湾・韓国・香港・中国などのアジア圏で約8割を占めましたが、2023年5月時点の速報値では、中国人観光客の訪日旅行規制等の影響もみられ、アジア圏は約7割程度となっています。

しかし、その他の国ではヨーロッパ、米国、オセアニアは2023年5月時点で、2019年1月～5月の合算人数をそれぞれ上回っており、アジア圏をのぞき、2019年の宿泊人数に迫る回復傾向が見えます。

［2019年］

		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	計	割合
アジア		**2,723**	**4,842**	**1,604**	**2,958**	**1,258**	**1,149**	**1,370**	**1,449**	**1,361**	**5,707**	**2,840**	**2,077**	**29,338**	**77.75%**
	韓国	685	1,695	273	211	394	204	78	100	22	138	75	201	4,076	10.80%
	台湾	1,299	1,853	921	1,619	416	650	893	919	882	3,308	1,719	1,009	15,488	41.04%
	中国(香港を除く)	288	455	56	294	134	90	196	180	238	426	282	151	2,790	7.39%
	香港	247	367	165	370	148	158	124	217	157	804	457	311	3,525	9.34%
	タイ	155	355	106	292	105	19	47	10	26	814	225	264	2,418	6.41%
	シンガポール	38	45	32	116	55	9	20	4	26	152	45	62	604	1.60%
	マレーシア	6	19	8	37	0	2	0	1	0	43	19	63	198	0.52%
	インドネシア	3	2	8	5	0	0	0	10	0	18	1	14	61	0.16%
	フィリピン	0	1	0	2	0	1	0	0	0	2	2	0	8	0.02%
	ベトナム	0	0	2	4	0	4	0	0	0	0	3	0	13	0.03%
	インド	0	0	0	4	0	0	0	1	0	2	0	0	7	0.02%
	その他アジア諸国	2	50	33	4	6	12	12	7	10	0	12	2	150	0.40%
ヨーロッパ		**49**	**321**	**69**	**210**	**162**	**118**	**124**	**368**	**177**	**228**	**206**	**51**	**2,083**	**5.52%**
	英国	12	90	17	66	22	46	4	45	62	45	80	12	501	1.33%
	フランス	13	22	13	37	70	18	49	160	37	63	57	12	551	1.46%
	ドイツ	7	29	15	34	26	18	13	21	49	25	11	3	251	0.67%
	イタリア	0	36	0	10	14	1	2	54	8	6	4	6	141	0.37%
	ロシア	0	5	0	2	0	0	0	6	0	3	13	0	29	0.08%
	スペイン	2	6	1	2	7	0	8	62	8	23	26	6	151	0.40%
	その他ヨーロッパ	15	133	23	59	23	35	48	20	13	63	15	12	459	1.22%
アフリカ		**0**	**0**	**4**	**0**	**1**	**2**	**0**	**0**	**0**	**2**	**0**	**0**	**9**	**0.02%**
米国		**59**	**233**	**53**	**132**	**115**	**145**	**144**	**114**	**96**	**206**	**82**	**81**	**1,460**	**3.87%**
カナダ		**6**	**98**	**8**	**9**	**30**	**16**	**8**	**5**	**14**	**28**	**9**	**13**	**244**	**0.65%**
南米		**6**	**2**	**2**	**31**	**0**	**0**	**3**	**0**	**1**	**6**	**10**	**0**	**61**	**0.16%**
オセアニア		**204**	**143**	**31**	**177**	**99**	**28**	**58**	**39**	**124**	**104**	**57**	**132**	**1,196**	**3.17%**
不明		**248**	**544**	**225**	**363**	**205**	**118**	**199**	**303**	**242**	**536**	**173**	**188**	**3,344**	**8.86%**
外国人数合計		3,295	6,183	1,996	3,880	1,870	1,576	1,906	2,278	2,015	6,817	3,377	2,542	37,735	100.00%

［2023年］

		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	計	割合
アジア		**1,522**	**1,746**	**738**	**1,724**	**694**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**6,424**	**67.43%**
	韓国	413	419	51	9	22	0	0	0	0	0	0	0	914	9.59%
	台湾	434	548	247	677	247	0	0	0	0	0	0	0	2,153	22.60%
	中国	121	114	61	234	177	0	0	0	0	0	0	0	707	7.42%
	香港	292	318	117	323	107	0	0	0	0	0	0	0	1,157	12.14%
	タイ	174	241	108	200	55	0	0	0	0	0	0	0	778	8.17%
	シンガポール	51	43	124	164	62	0	0	0	0	0	0	0	444	4.66%
	マレーシア	27	53	6	67	5	0	0	0	0	0	0	0	158	1.66%
	インドネシア	0	2	8	13	5	0	0	0	0	0	0	0	28	0.29%
	フィリピン	0	0	4	14	0	0	0	0	0	0	0	0	18	0.19%
	ベトナム	4	2	0	9	0	0	0	0	0	0	0	0	15	0.16%
	インド	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0.03%
	その他アジア	5	4	12	14	14	0	0	0	0	0	0	0	49	0.51%
ヨーロッパ		**154**	**96**	**55**	**293**	**326**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**924**	**9.70%**
	英国	19	12	12	52	19	0	0	0	0	0	0	0	114	1.20%
	フランス	6	22	13	60	106	0	0	0	0	0	0	0	207	2.17%
	ドイツ	11	7	2	61	38	0	0	0	0	0	0	0	119	1.25%
	イタリア	10	15	1	8	53	0	0	0	0	0	0	0	87	0.91%
	ロシア	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
	スペイン	5	0	0	18	16	0	0	0	0	0	0	0	39	0.41%
	その他ヨーロッパ	103	40	27	94	94	0	0	0	0	0	0	0	358	3.76%
アフリカ		**0**	**0**	**0**	**0**	**8**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**8**	**0.08%**
米国		**136**	**163**	**55**	**176**	**161**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**691**	**7.25%**
カナダ		**2**	**29**	**0**	**42**	**42**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**115**	**1.21%**
南米		**0**	**1**	**13**	**4**	**2**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**20**	**0.21%**
オセアニア		**199**	**280**	**25**	**101**	**55**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**660**	**6.93%**
不明		**45**	**26**	**225**	**274**	**115**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**685**	**7.19%**
外国人数合計		2,058	2,341	1,111	2,614	1,403	0	0	0	0	0	0	0	9,527	100.00%

資料：仙北市　インバウンド国別宿泊人数より

2023年(R5)は、5月末時点の速報値

モバイル空間統計※6を用いた2019年インバウンド観光者の動態分析でも、宿泊はアジア圏が最も多くなっており、日帰りについてはタイ・アメリカ・オーストラリアが増加傾向にありました。

［宿泊］

日帰りと同様、最多国は台湾で、2019年は約6千人が来訪しました。香港や韓国、中国も高い割合となっており、タイをはじめとして成長がみられます。

［日帰り］

最多国は台湾で、新型コロナウイルス感染症流行前の2019年は年間約34千人もの人が訪れました。香港や、中国からの来訪も多い傾向です。

中華圏以外ではタイが最多となっており、アメリカやオーストラリアとともに、増加傾向にあります。

＜秋田県 仙北市計＞　仙北市に２時間以上滞在したインバウンド旅行者のカウント（★1旅行当たり1回しかカウントされない）

単位：人		2019年	年計	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
中華圏	台湾	宿泊	5,651	360	720	335	623	246	311	400	190	206	1,127	683	450
	台湾	日帰り	33,391	1,418	1,857	1,620	4,463	1,704	1,671	2,520	1,947	1,949	6,722	5,244	2,276
	香港	宿泊	2,501	173	250	82	287	124	62	98	159		538	447	281
	香港	日帰り	8,880	709	684	363	1,425	410	301	321	463	403	1,807	1,288	706
	中国	宿泊	1,413	72	255	82	167		102	115	112	186	124	114	84
	中国	日帰り	4,517	140	431	138	618	193	118	194	211	235	978	922	339
アジア圏	タイ	宿泊	1,035		240								433	117	245
	タイ	日帰り	4,760	330	648	154	706	226	80			109	950	916	641
	韓国	宿泊	1,510	375	746	102	137	74							76
	韓国	日帰り	2,041	430	887	71	166	111	84	63	66			79	84
	ｼﾝｶﾞﾎﾟｰﾙ	宿泊	130		33								97		
	ｼﾝｶﾞﾎﾟｰﾙ	日帰り	652		61		112	61					170	110	138
英語圏	米国	宿泊	766		73	41	129	78		51	60	68	138	63	65
	米国	日帰り	2,508	78	111	87	422	265	179	190	165	135	557	161	158
	豪州	宿泊	112				112								
	豪州	日帰り	765	105	207		266	97					90		
	英国	宿泊	0												
	英国	日帰り	171				97							74	

資料：モバイル空間統計　2019年1月～12月　インバウンド観光者の動態分析　東北DC推進協議会調べ

最需要期は紅葉シーズンの10月～11月で、次いで桜まつり開催時期である4月などとなっていますが、日本と海外では長期休暇を取得するシーズンが異なり年間を通じた来訪があるため、更なる来訪者の増加に向けては国籍別の事業想定が重要です。

※6．モバイル空間統計とは…

ドコモの携帯電話ネットワークのしくみを使用して作成される人口の統計情報です。

※「モバイル空間統計」及び「ドコモ」は、株式会社NTTドコモの登録商標です。

4. 観光関連事業者における地域実態と課題

(1) 事業動向や課題、本市観光に期待する内容等

『第3次仙北市観光振興計画』の策定においては、よりよい観光施策の構築を図ることを目的とした事業活動等に関する実態調査を行い、本市観光関連事業者の事業動向や課題、本市観光に期待する内容等を抽出しました。

[事業活動等に関する実態調査]

●調査概要

・調査目的

観光関連事業者の事業動向、取り組み内容、事業・仙北市観光施策に関する課題等の情報を対面等により取得し、よりよい観光施策の構築を図ることを目的として実施しました。

・調査期間

令和5年4月6日～5月26日

・調査対象

仙北市内の観光関連事業者（対象：宿泊業、旅行業、飲食、商工、文化、娯楽、交通）計23社

・完了状況

対象23件すべての聞き取りが完了。

●結果概要

①新型コロナウイルス感染症流行前から直近の事業動向、今後の予測

・概ね回復傾向であり、現時点では引き続き観光客は戻ってくる見込みをしている。
クルーズ船の復活により飲食や商工分野には好影響がある。

・新型コロナウイルス感染症流行前と違い、さらに団体客は減少しており、個人客やグループといった細分化が見受けられる。来訪客も以前より若年化している。

・宿泊は旅行支援の効果もあり、新型コロナウイルス感染症流行前を上回る動きもある一方で、支援を使い高単価の宿に安く泊まっており、民泊やゲストハウスのような低単価の宿泊施設に関しての恩恵は少なかった。

・インバウンド（訪日外国人旅行者）の動きが活発となっており、アジア圏の他、欧米諸国からの来訪も目立つ。新たなビジネスの可能性として期待値も高いが、個人旅行の割合増加が印象的になってきており、宿としては客数が減り、稼働率は上昇、単価はあがる傾向になるとみている。

②価格見直し（高付加価値化）の検討

・材料費や燃料費の高騰により、値上げ対応をした事業者が多くみられる一方、高付加価値商品の取り組みについて目立つ動きはなく、施設の老朽化やもともとの価格設定などから上げ幅については慎重な姿勢となっている。
業種的な難しさや、商品開発に係る人的、金銭的負担などが主な理由である。
・「付加価値」（SDGs、環境貢献、地域のストーリー性や魅力向上など）を高めることで、結果的に集客や単価の向上（高付加価値化）などに繋がるのではないかという見方がある。

③事業展開における課題

・人材獲得については、仙北市観光関連事業者の共通の課題となっている。
季節労働者や県外または外国人材に対する地域全体での受け入れ態勢整備が必要。
具体的には勤務期間中の滞在施設（寮など）の整備などがあげられている。
・繁忙期、閑散期の差が激しく、雇用調整が難しくなっている。今後は市全体で、新しい働き方の模索が必要とみている。
・市全体で施設の老朽化やデジタル化の遅れがあり、機会損失となっている。今後は設備投資に向けた活発な動きが求められる。
・インバウンド（訪日外国人旅行者）を対象とした事業展開や受入については、市や県なども含む行政機関との連携・連動が必要である。

④地域全体の取り組みに期待すること

・インバウンド（訪日外国人旅行者）対象事業の、市や県なども含む行政機関との連携、連動。
・観光資源やそれに付随する各種サービスのブラッシュアップ。
・話題性のあるイベントやコンテンツ、プロモーション、地域ブランディングの強化。
・田沢湖や角館など、法律により取り組みが制限されるエリアの規制緩和。
・未来に投資していくような長期目線での取り組みや、歴史、文化、環境などに軸を置いた観光まちづくり。
・既存のコンテンツ以外の魅力発掘。
・地域全体としての受入環境整備。
（サービスや接遇などソフトの強化、交通接続不便性に対する取り組み、人材獲得に関連する支援、観光産業に関わる事業者の連携強化等）
・事業者と連動した地域全体でのプロモーション実施。
・顧客単価をあげる地域全体での仕組みづくり。

資料：「第3次仙北市観光振興計画」策定に伴う事業活動等に関する実態調査より抜粋
2023年4月・5月　仙北市観光文化スポーツ部　観光課調べ

(2) デジタル利活用の状況

観光産業においては、労働集約的な業態から他産業と比較して生産性が低いといった課題を有しており、また観光地経営においても、近年における旅行形態や消費者ニーズの変化等への対応の遅れといった課題を有するなど、これらの課題解決が必要不可欠となっています。

近年は、デジタル技術を活用する機運が急速に高まっていることから、政府は観光立国推進基本計画の主な施策として、観光DX(デジタルトランスフォーメーション)の推進を掲げています。

(再掲)

主な施策

■観光地・観光産業の再生・高付加価値化
■観光DX、観光人材の育成・確保
■持続可能な観光地域づくりのための体制整備等

■コンテンツ整備、受入環境整備
■高付加価値なインバウンドの誘致
■アウトバウンド・国際相互交流の促進

■国内需要喚起
■ワーケーション、第２のふるさとづくり
■国内旅行需要の平準化

資料:観光庁ホームページ　観光立国推進基本計画　参考資料より一部抜粋

(観光分野における主なDX推進)

資料:観光庁　観光DX推進のあり方に関する検討会
最終取りまとめ　参考資料より一部抜粋

特に、本市では急速な人口・生産年齢人口減少による人手不足など、観光地経営に関する様々な問題が生じており、基盤産業として維持・成長させていくためには、観光DXへの取り組みが必要不可欠です。

仙北市では観光DXの一つ観光MaaS※7の取り組みとして、JR東日本と共に観光客と市民利用の両立を考えたAIを活用したオンデマンド交通※8「よぶのる角館」の運行を、2022年より開始しています。

また、「第3次仙北市観光振興計画」策定に当たっては、観光事業者による観光DXの取り組みの状況を確認するため、アンケートを実施しました。残念ながらオンラインを主に実施した本アンケートは回答率が低く、本市の観光事業者のデジタル化の遅れを感じる結果でありましたが、回答のあった事業者でも、全体的には観光DXが進んでいるとは言いがたい結果となりました。

［実情把握のための仙北市観光事業者アンケート］

●調査概要

・調査期間
令和5年3月10日～3月19日

・調査対象
（一社）田沢湖・角館観光協会員観光関連事業者（お土産・宿泊・飲食・体験）
（一社）仙北市農山村体験推進協議会員観光関連事業者（宿泊・体験）

・完了状況
222件のうち有効回答数51件（23%）

※7. 観光MaaSとは…
観光MaaS（Mobility as a Service）は、観光地での移動手段を一元管理し、スマートフォンアプリなどで予約・決済できるサービスです。バス、電車、タクシー、自転車など、多様なオプションを統合し、観光客に便利さと環境への配慮を提供します。経済的にも地域活性化を促進し、持続可能な観光産業に貢献する新しいアプローチです。

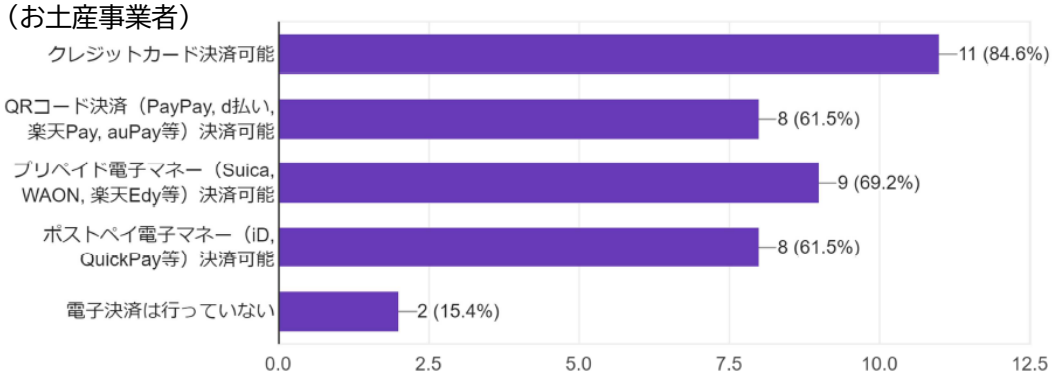
※8. オンデマンド交通とは…
オンデマンド交通とは、需要に応じてリクエストベースで提供される移動サービスです。スマートフォンアプリなどを通じて、タクシーやシャトルバスなどの乗り物を呼び出し、目的地まで便利に移動できます。従来の定期的な運行スケジュールに縛られず、柔軟性と利便性を高め、交通の利用を効率化します。

●調査結果概要

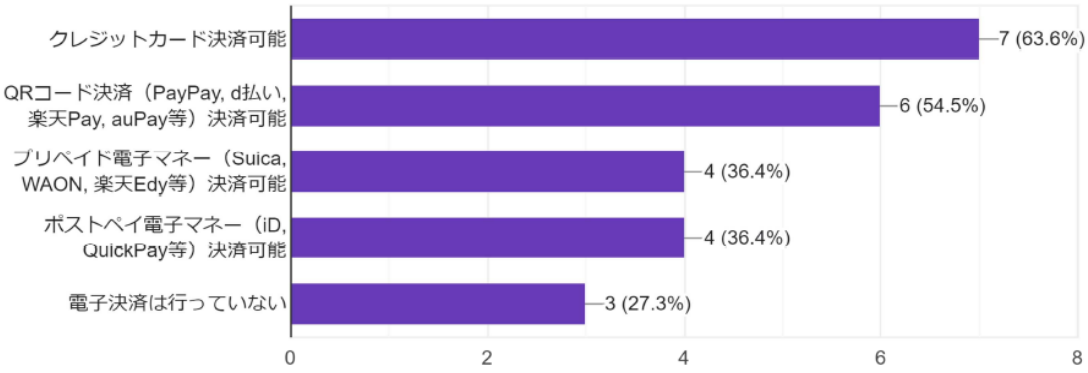
①電子決済等の導入状況

お土産、飲食、宿泊、体験事業者全体で、クレジットカード決済可能と答えた事業者が最も多く、次いでQRコード決済（PayPay、d払い、楽天Pay、auPay等）、プリペイド電子マネー（Suica、WAON、楽天Edy等）となっています。お土産や飲食事業者での導入が多くみられ、宿泊や体験事業者では少ない結果となりました。

（お土産事業者）



（飲食事業者）

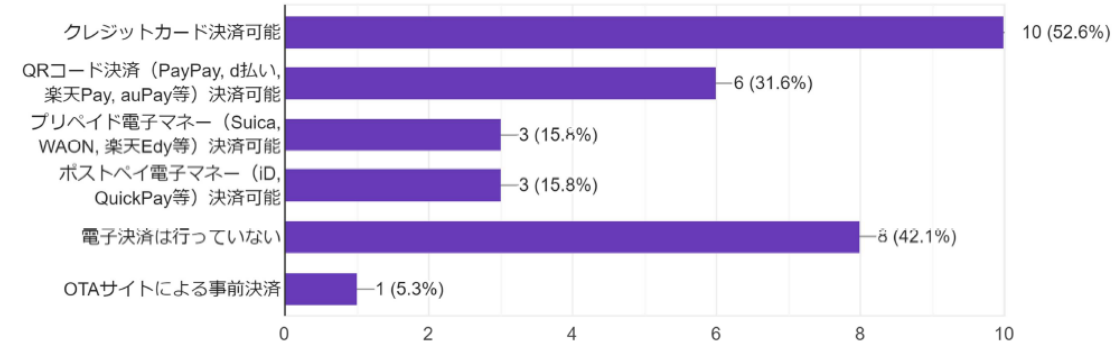


資料：実情把握のための仙北市観光事業者アンケートより抜粋　2023年3月　仙北市観光文化スポーツ部　観光課調べ

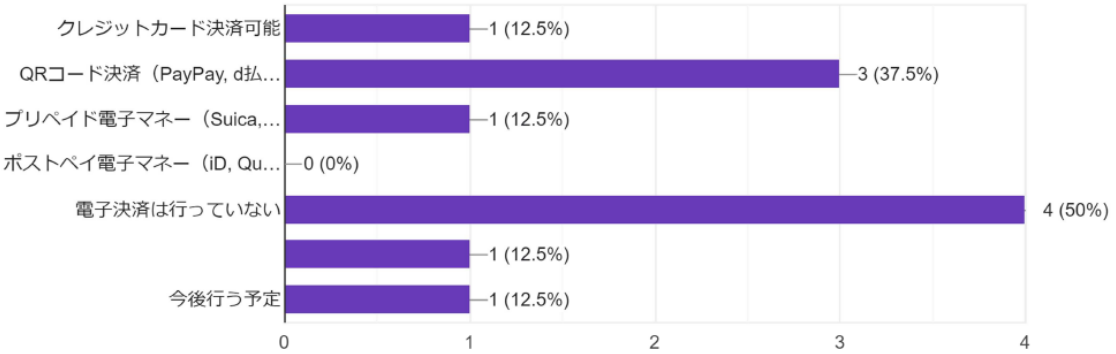
[登録商標について]

・「QRコード」は、株式会社デンソーウェーブの登録商標です。
・「PayPay」は、PayPay株式会社の登録商標です。
・「d払い」は、株式会社NTTドコモの登録商標です。
・「楽天Pay」は、楽天グループ株式会社の登録商標です。
・「auPay」は、KDDI株式会社の登録商標です。
・「Suica」は、東日本旅客鉄道株式会社の登録商標です。
・「WAON」は、イオン株式会社の登録商標です。
・「楽天Edy（ラクテンエディ）」は、楽天グループのプリペイド型電子マネーサービスです。
・「iD」は、株式会社NTTドコモの登録商標です。
・「QUICPay」は、株式会社ジェーシービーの登録商標です。

（宿泊事業者）



（体験事業者）



資料：実情把握のための仙北市観光事業者アンケートより抜粋　2023年3月　仙北市観光文化スポーツ部　観光課調べ

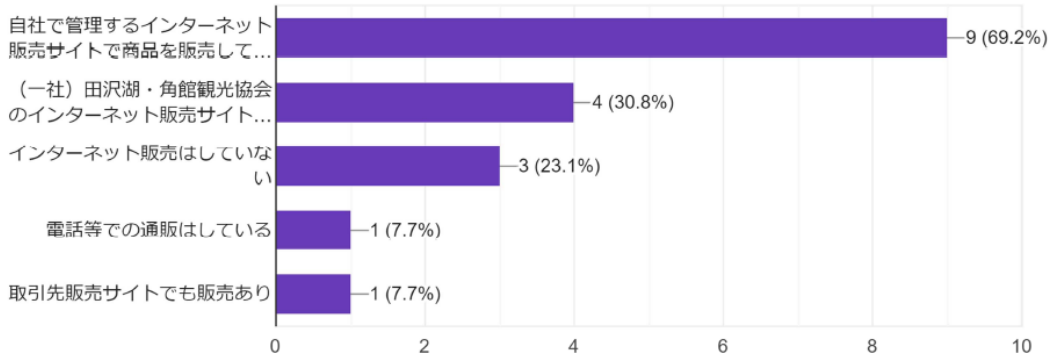
[登録商標について]

・「QRコード」は、株式会社デンソーウェーブの登録商標です。
・「PayPay」は、PayPay株式会社の登録商標です。
・「d払い」は、株式会社NTTドコモの登録商標です。
・「Suica」は、東日本旅客鉄道株式会社の登録商標です。
・「iD」は、株式会社NTTドコモの登録商標です。
・「QUICPay」は、株式会社ジェーシービーの登録商標です。

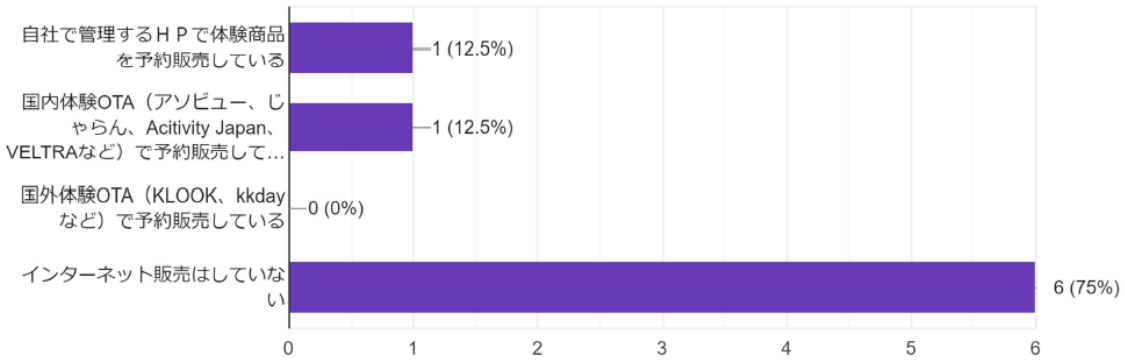
②インターネット販売の利用状況

お土産、体験事業者を対象として調査した結果、お土産事業者については、主に自社管理のインターネット販売サイトでの商品販売となっていますが、インターネット販売はしていないと答えた事業者は2割程度と全体をみると少ない状況でした。体験事業者については、インターネット販売はしていないと答えた事業者がほとんどの結果となりました。

（お土産事業者）



（体験事業者）



資料：実情把握のための仙北市観光事業者アンケートより抜粋　2023年3月　仙北市観光文化スポーツ部　観光課調べ

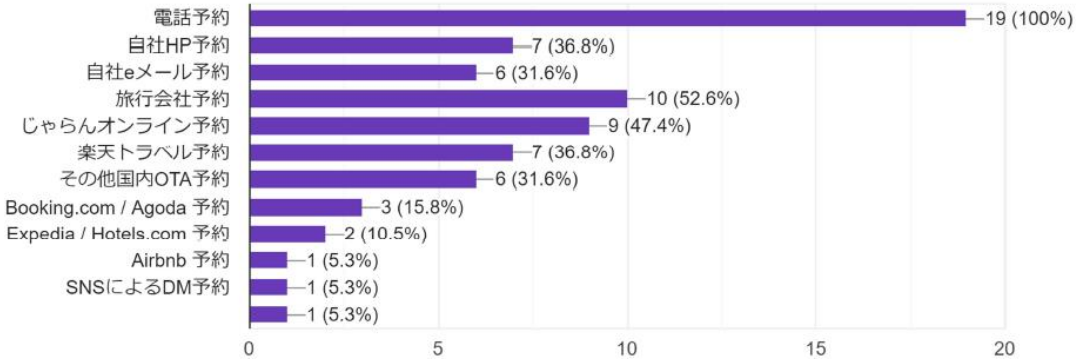
[登録商標について]

・「アソビュー」は、アソビュー株式会社の登録商標です。
・「じゃらん」は、株式会社リクルートの登録商標です。
・「Activity Japan（アクティビティジャパン）」は、日本国内における株式会社アクティビティジャパンの登録商標です。
・「KLOOK」は、KLOOK TRAVEL TECHNOLOGY PTE. LTDの登録商標です。
・「kkday」は、酷遊天國際旅行社股份有限公司の登録商標です。

③予約方法

宿泊事業者を対象として調査した結果、電話予約が最も多く、次いで旅行会社を通じた予約が多くみられました。じゃらんや楽天トラベルをはじめとしたOTA※9での予約は平均値で3割程度でした。

（宿泊事業者）



資料：実情把握のための仙北市観光事業者アンケートより抜粋　2023年3月　仙北市観光文化スポーツ部　観光課調べ

[登録商標について]
・「じゃらん」は、株式会社リクルートの登録商標です。
・「楽天トラベル」は、楽天株式会社の登録商標です。
・「ブッキングドットコム」は、Booking.com B.V.の登録商標です。
・「AGODA」は、AGIP LLCの登録商標です。
・「Expedia」は、Expedia, Inc.の登録商標です。
・「Hotels.com」は、Hotels.com, LP の登録商標です。
・「Airbnb」は、Airbnb Inc.の登録商標です。

※9．OTAとは
Online Travel Agent(オンライン トラベル エージェント)の略で、オンライン上のみで取引を行う旅行会社の事を指しています。

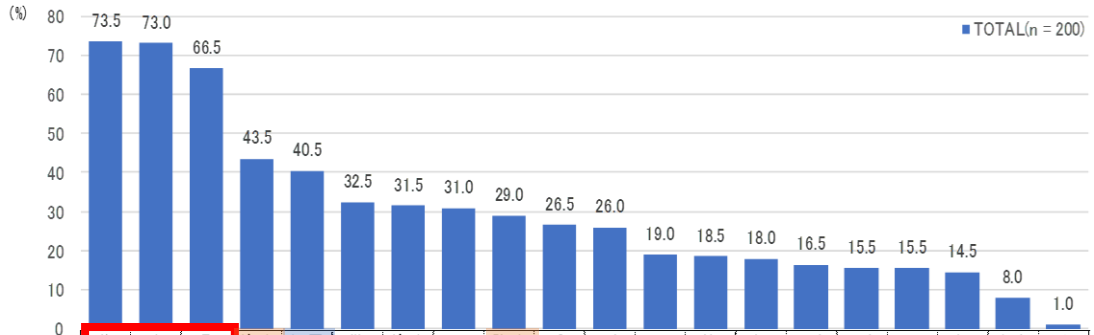
5. 東北旅行関心者のニーズ

(1) 首都圏の国内観光者

①東北旅行検討に向けて強化してほしい情報・内容

全属性の60%以上が「美しい景色」「地元料理」「温泉」の情報強化を求めています。そのほか、前述の本市国内観光者の特徴として、最も来訪者の多い60代で、男性においては「歴史・歴史娯楽等の鑑賞情報」、本市への来訪の少ない20代・30代男女の若年層は、「スイーツ・軽食」「自然を楽しむ体験情報」などを求めています。

情報強化してほしいテーマ(複数選択可)



	n	美しい景色の情報	地元料理の情報	温泉情報	地元スイーツ・軽食情報	歴史・歴史建築等の観賞情報	世界遺産情報	地元の特産品買い物情報	フルーツ狩り情報	地元の自然楽しむ体験情報	季節の花の情報	部屋や施設で長くくつろぐ情報	日帰りツアー情報	憧れ高級施設情報	伝統芸能観賞情報	家族・特に子供も楽しめる情報	半日等のオプションツアーの情報	テーマパーク情報	伝統芸能体験情報	家族・特に両親等も楽しめる情報	その他
TOTAL	200	73.5	73.0	66.5	43.5	40.5	32.5	31.5	31.0	29.0	26.5	26.0	19.0	18.5	18.0	16.5	15.5	15.5	14.5	8.0	1.0
女性20代	25	64.0	72.0	64.0	64.0	16.0	12.0	36.0	36.0	20.0	32.0	44.0	28.0	16.0	12.0	28.0	16.0	28.0	16.0	4.0	0.0
女性30代	25	84.0	84.0	68.0	56.0	48.0	48.0	32.0	44.0	48.0	32.0	24.0	28.0	28.0	24.0	16.0	36.0	44.0	24.0	16.0	0.0
女性40代	25	72.0	76.0	72.0	68.0	28.0	40.0	24.0	40.0	28.0	20.0	16.0	24.0	12.0	4.0	20.0	12.0	16.0	0.0	12.0	4.0
女性50代	25	60.0	72.0	68.0	36.0	44.0	52.0	52.0	32.0	48.0	28.0	20.0	24.0	32.0	32.0	0.0	24.0	4.0	24.0	4.0	0.0
女性60代	25	64.0	64.0	52.0	36.0	36.0	28.0	32.0	36.0	20.0	36.0	20.0	16.0	12.0	16.0	8.0	12.0	8.0	8.0	4.0	4.0
男性20代	15	80.0	73.3	46.7	26.7	20.0	20.0	13.3	13.3	26.7	20.0	20.0	13.3	20.0	13.3	26.7	6.7	13.3	20.0	6.7	0.0
男性30代	15	86.7	66.7	80.0	53.3	33.3	33.3	20.0	26.7	33.3	33.3	33.3	13.3	13.3	20.0	26.7	26.7	6.7	20.0	20.0	0.0
男性40代	15	73.3	73.3	80.0	26.7	60.0	20.0	26.7	40.0	26.7	13.3	33.3	13.3	13.3	6.7	26.7	0.0	6.7	0.0	6.7	0.0
男性50代	15	66.7	80.0	66.7	26.7	73.3	33.3	40.0	6.7	6.7	13.3	20.0	0.0	13.3	33.3	13.3	6.7	13.3	26.7	6.7	0.0
男性60代	15	100.0	66.7	73.3	13.3	66.7	26.7	26.7	13.3	20.0	26.7	33.3	13.3	20.0	20.0	6.7	0.0	0.0	6.7	0.0	0.0

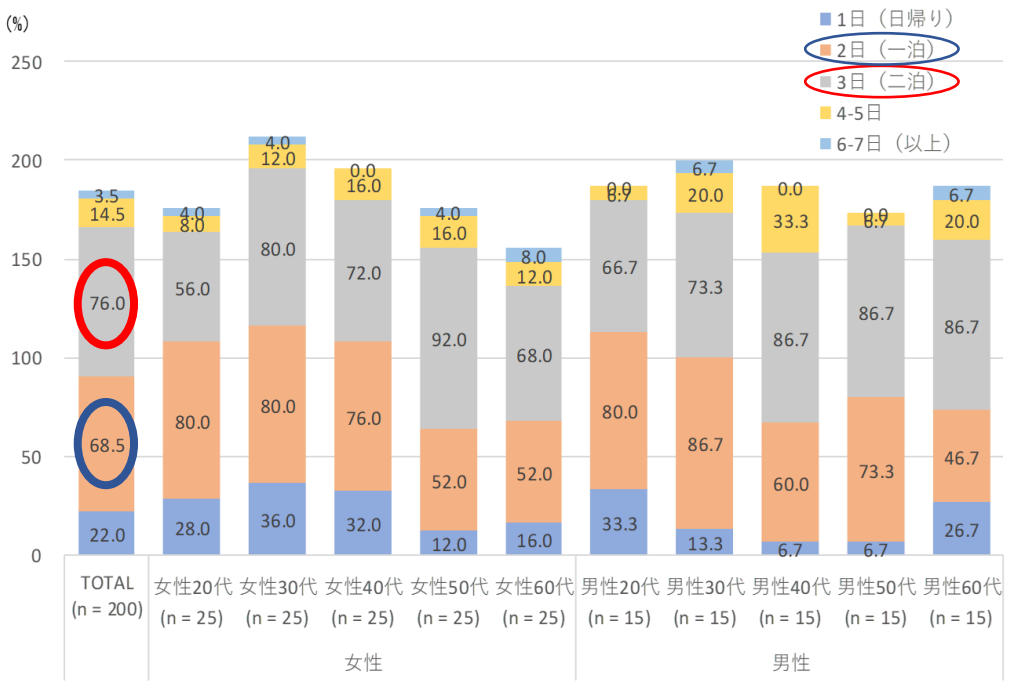
資料:首都圏の東北旅行関心止り者ニーズ調査　2020年9月　東北DC推進協議会調べ

point! 年代別に重要視するジャンルに差があり、選定するターゲットに合った事業推進や、観光客のニーズを踏まえたサービスの提供が必要です。

②東北旅行検討に向けて強化してほしい滞在情報

全体で2泊3日以上の滞在情報を求めている人が最も多く、次いで1泊2日の滞在情報となっています。

何日くらいの滞在情報を強化してほしい？（複数選択可）



資料：首都圏の東北旅行関心止り者ニーズ調査　2020年9月　東北DC推進協議会調べ

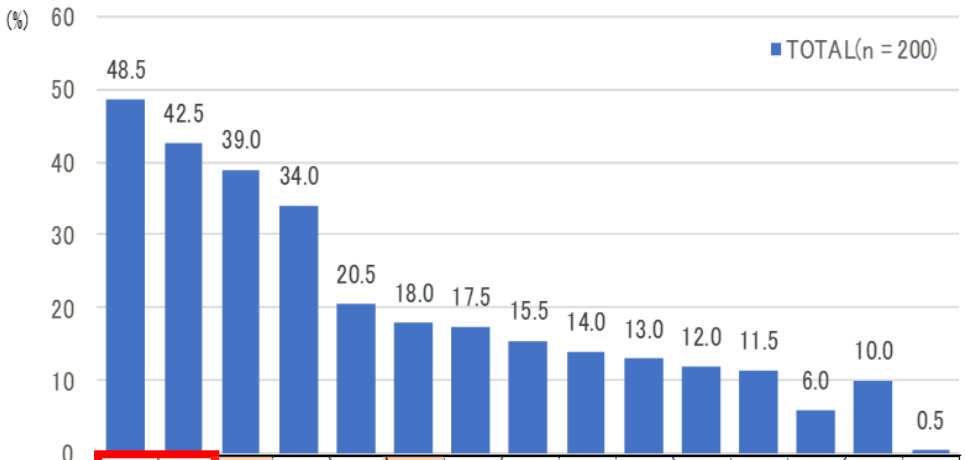
Point!

本市観光客数の9割を占める日帰りについて、情報を求めている人は少なく、今後は宿泊を伴った長期滞在に向けての取り組みが必要です。

③東北旅行検討に向けて強化してほしい季節別情報

全属性で「東北の紅葉」がトップとなっており、桜は2番目で紅葉よりやや低い数値となっています。その他「東北の夏祭り、イベント」や、若年層では「東北の冬祭り」に対するニーズがあり、年間を通じた効果的な情報提供が求められています。

どの季節・時期の情報を強化してほしい？（複数選択可）



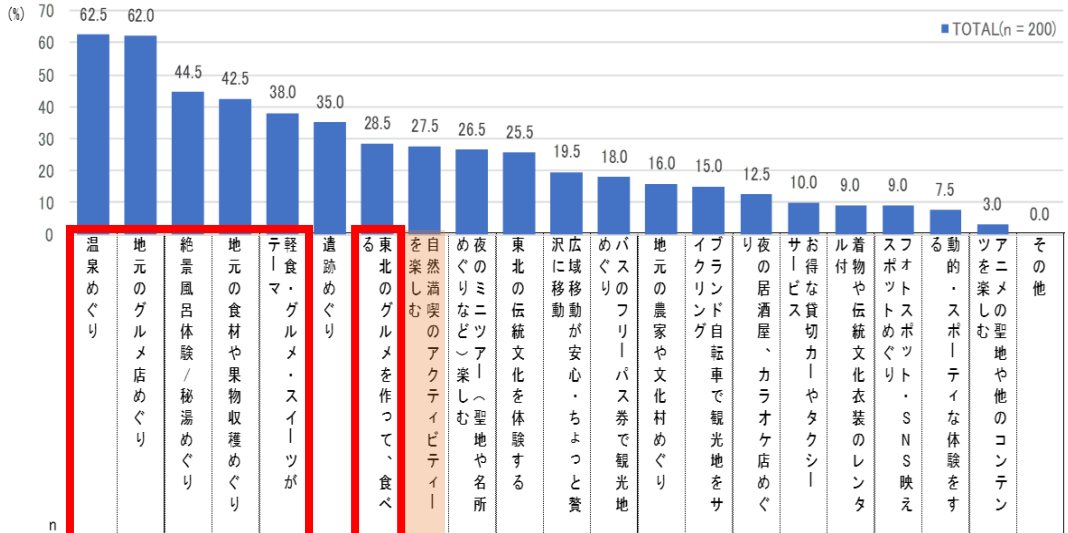
	n	東北の紅葉の時期	桜の開花の時期	東北の夏祭りの時期	秋の連休の時期	上記以外の秋	東北の冬祭りの時期	上記以外の夏	上記以外の春	スキーの時期	お盆の時期	学校等の夏休みの期間	学校等の春休みの期間	学校等の冬休みの期間	上記以外の冬	その他
TOTAL	200	48.5	42.5	39.0	34.0	20.5	18.0	17.5	15.5	14.0	13.0	12.0	11.5	6.0	10.0	0.5
女性20代	25	44.0	36.0	44.0	32.0	8.0	32.0	4.0	0.0	12.0	4.0	4.0	12.0	4.0	4.0	0.0
女性30代	25	56.0	44.0	36.0	48.0	20.0	28.0	28.0	20.0	16.0	24.0	12.0	12.0	16.0	8.0	0.0
女性40代	25	36.0	40.0	36.0	28.0	28.0	8.0	16.0	12.0	4.0	20.0	20.0	12.0	8.0	16.0	0.0
女性50代	25	48.0	36.0	40.0	40.0	24.0	12.0	28.0	24.0	8.0	12.0	8.0	8.0	4.0	4.0	0.0
女性60代	25	68.0	52.0	28.0	12.0	24.0	0.0	8.0	8.0	0.0	4.0	4.0	0.0	0.0	0.0	0.0
男性20代	15	46.7	40.0	33.3	40.0	20.0	20.0	6.7	13.3	20.0	13.3	13.3	33.3	6.7	13.3	6.7
男性30代	15	33.3	60.0	33.3	40.0	13.3	33.3	13.3	13.3	26.7	6.7	20.0	13.3	0.0	0.0	0.0
男性40代	15	46.7	53.3	66.7	46.7	13.3	33.3	20.0	26.7	33.3	20.0	6.7	13.3	13.3	13.3	0.0
男性50代	15	40.0	33.3	40.0	40.0	13.3	13.3	26.7	20.0	20.0	20.0	20.0	13.3	6.7	26.7	0.0
男性60代	15	60.0	33.3	40.0	20.0	40.0	6.7	26.7	26.7	20.0	6.7	20.0	6.7	0.0	26.7	0.0

資料：首都圏の東北旅行関心止り者ニーズ調査　2020年9月　東北DC推進協議会調べ

④東北旅行における魅力的なテーマ

全属性で「温泉」や「食」に関わるテーマへの関心が高くなっています。そのほか、本市を旅行先に選ぶ理由の一つとなっている「自然」についても、魅力的なテーマとして検討されています。

下記のテーマの中で、あなたが魅力的だと思うテーマは。（複数選択可）



	n	温泉めぐり	地元のグルメ店めぐり	絶景風呂体験／秘湯めぐり	地元の食材や果物収穫めぐり	軽食・グルメ・スイーツがテーマ	遺跡めぐり	東北のグルメを作って、食べる	自然満喫のアクティビティーを楽しむ	夜のミニツアー（聖地や名所めぐりなど）を楽しむ	東北の伝統文化を体験する	広域移動が安心・ちょっと贅沢に移動	バスのフリーパス券で観光地めぐり	地元の農家や文化村めぐり	ブランド自転車で観光地をサイクリング	夜の居酒屋、カラオケ店めぐり	お得な貸切カーやタクシーサービス	着物や伝統文化衣装のレンタル付	フォトスポット・SNS映えスポットめぐり	動的・スポーティな体験をする	アニメの聖地や他のコンテンツを楽しむ	その他
TOTAL	200	62.5	62.0	44.5	42.5	38.0	35.0	28.5	27.5	26.5	25.5	19.5	18.0	16.0	15.0	12.5	10.0	9.0	9.0	7.5	3.0	0.0
女性20代	25	64.0	64.0	36.0	64.0	36.0	8.0	40.0	36.0	20.0	12.0	16.0	12.0	12.0	24.0	24.0	8.0	8.0	24.0	16.0	4.0	0.0
女性30代	25	64.0	76.0	52.0	52.0	48.0	40.0	36.0	40.0	52.0	32.0	32.0	24.0	36.0	28.0	12.0	16.0	24.0	12.0	8.0	4.0	0.0
女性40代	25	56.0	64.0	56.0	32.0	64.0	40.0	36.0	20.0	32.0	24.0	8.0	16.0	8.0	8.0	8.0	0.0	8.0	8.0	0.0	0.0	0.0
女性50代	25	60.0	68.0	36.0	48.0	32.0	36.0	28.0	40.0	36.0	44.0	16.0	20.0	24.0	8.0	4.0	16.0	12.0	4.0	12.0	4.0	0.0
女性60代	25	44.0	44.0	32.0	48.0	44.0	32.0	16.0	4.0	8.0	16.0	24.0	20.0	8.0	12.0	0.0	12.0	0.0	8.0	0.0	4.0	0.0
男性20代	15	73.3	66.7	40.0	33.3	20.0	20.0	20.0	40.0	26.7	13.3	13.3	13.3	13.3	13.3	26.7	13.3	6.7	6.7	20.0	6.7	0.0
男性30代	15	80.0	80.0	53.3	33.3	60.0	40.0	33.3	33.3	26.7	33.3	13.3	26.7	13.3	26.7	20.0	20.0	20.0	6.7	13.3	0.0	0.0
男性40代	15	80.0	53.3	46.7	40.0	33.3	33.3	33.3	13.3	26.7	33.3	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	6.7	6.7	0.0	6.7	6.7	0.0
男性50代	15	60.0	60.0	26.7	6.7	0.0	53.3	20.0	26.7	13.3	33.3	26.7	6.7	6.7	0.0	6.7	0.0	0.0	6.7	0.0	0.0	0.0
男性60代	15	60.0	40.0	73.3	46.7	20.0	60.0	13.3	20.0	13.3	13.3	26.7	20.0	13.3	6.7	13.3	6.7	0.0	6.7	0.0	0.0	0.0

資料：首都圏の東北旅行関心止り者ニーズ調査　2020年9月　東北DC推進協議会調べ

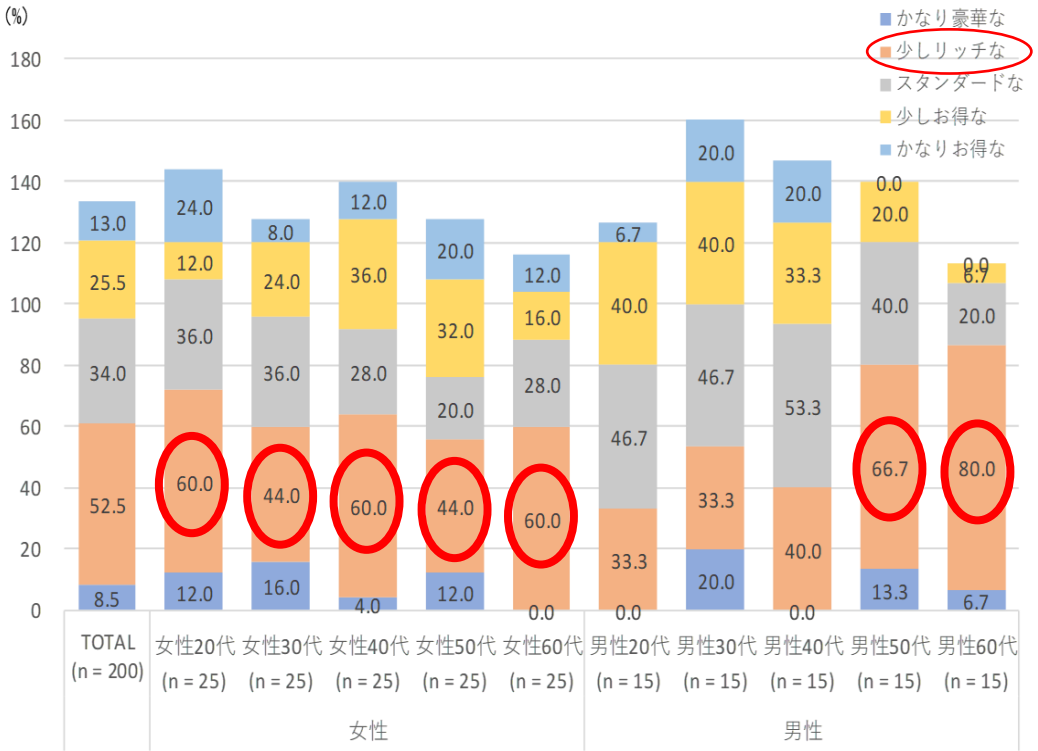
グルメや食材収穫体験含め、本市でしか味わうことのできない「本物」を提供するために、さらなるコンテンツの磨き上げが必要です。

⑤検討したい東北旅行の価格帯

女性の全年代、男性50～60代で「旅ナカにおける少しの贅沢（少しリッチ）」が最多で、「スタンダードな旅行」の1.5倍から、最大で4倍ほどの需要があります。

※旅ナカとは…旅行者が実際に旅行先を訪れている期間。

来年、東北旅行を検討するとしたら、検討したい旅行は（価格帯のイメージは）？（2つまで選択可）



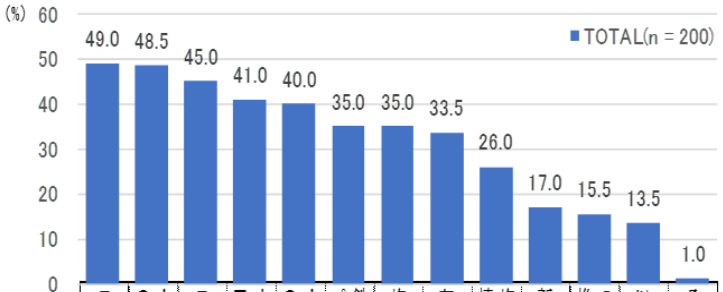
資料：首都圏の東北旅行関心止り者ニーズ調査　2020年9月　東北DC推進協議会調べ

短期的には、ソフトコンテンツの付加価値化が考えられますが、観光要素の磨き上げをベースとして、今後市全体で高付加価値化に向けた取り組みの検討が必要です。

⑥-1旅行検討時に重視する情報源

本市最多来訪者層である国内60代は主に「TVの旅行番組」「ネット上の各種サイト」「旅行雑誌」等が多くなっていますが、成長の可能性がある20～30代女性は「SNS等インフルエンサーからの推奨」が他年代より多い傾向にあります。

旅行検討時に重視したり・・・影響したりする情報は。いくつでも(複数選択可)

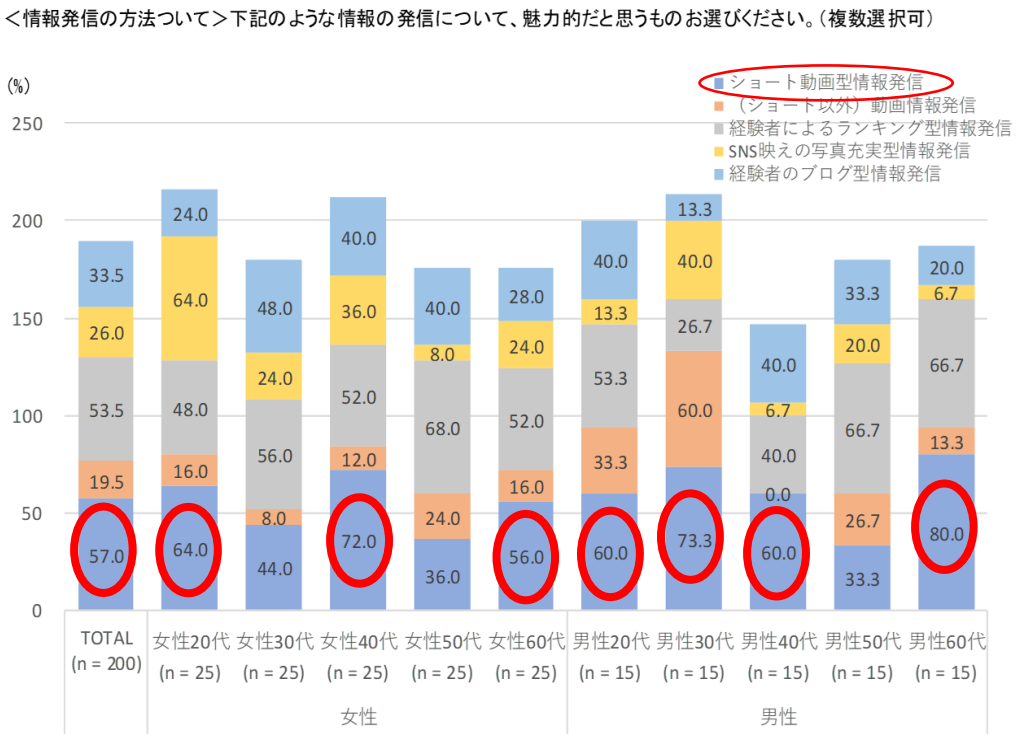


	n	TVのCM情報	ネット上の各種旅行系のサイトからの情報	TVの旅行番組	よく見るネット上のポータル(入口)サイトからの旅行情報	ネット上の旅行予約系のサイトからの情報	鉄道駅や電車内などの大型キャンペーン広告の情報	旅行雑誌の情報	友人知人の推奨	旅行代理店や観光案内所等の店舗の情報	新聞広告の情報	SNS等のインフルエンサーからの推奨	以前に利用した観光施設からの情報	その他
TOTAL	200	49.0	48.5	45.0	41.0	40.0	35.0	35.0	33.5	26.0	17.0	15.5	13.5	1.0
女性20代	25	56.0	52.0	32.0	56.0	40.0	24.0	20.0	28.0	16.0	12.0	44.0	16.0	0.0
女性30代	25	52.0	60.0	44.0	44.0	32.0	56.0	44.0	52.0	12.0	24.0	28.0	20.0	0.0
女性40代	25	48.0	40.0	48.0	32.0	24.0	28.0	44.0	36.0	28.0	16.0	12.0	20.0	4.0
女性50代	25	44.0	40.0	60.0	28.0	32.0	36.0	36.0	36.0	40.0	12.0	8.0	8.0	0.0
女性60代	25	60.0	36.0	64.0	24.0	44.0	32.0	44.0	44.0	24.0	24.0	4.0	12.0	0.0
男性20代	15	40.0	60.0	20.0	40.0	60.0	26.7	20.0	33.3	33.3	13.3	13.3	6.7	0.0
男性30代	15	46.7	40.0	46.7	53.3	33.3	40.0	26.7	26.7	13.3	13.3	6.7	13.3	6.7
男性40代	15	53.3	60.0	26.7	53.3	60.0	33.3	26.7	13.3	33.3	6.7	6.7	20.0	0.0
男性50代	15	46.7	66.7	53.3	53.3	53.3	26.7	40.0	20.0	46.7	40.0	20.0	6.7	0.0
男性60代	15	33.3	40.0	40.0	40.0	40.0	46.7	40.0	26.7	20.0	6.7	0.0	6.7	0.0

資料:首都圏の東北旅行関心止り者ニーズ調査　2020年9月　東北DC推進協議会調べ

⑥-2旅行検討時に重視する情報源

20代～60代までの男女において、短い動画の情報発信について、魅力的だとする傾向が強く、その他の動画による情報発信も含めると、全ての年代に対して動画による情報発信に魅力を感じている事が伺えます。



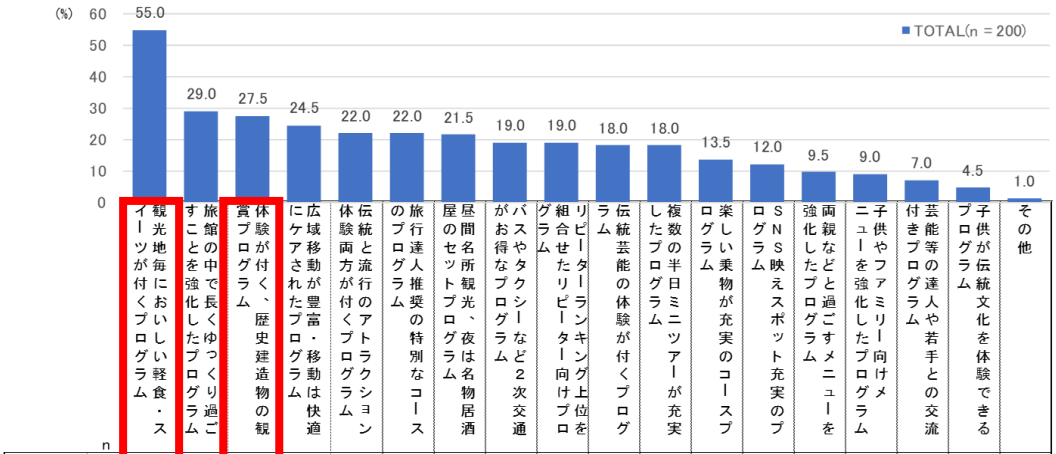
資料：首都圏の東北旅行関心止り者ニーズ調査　2020年9月　東北DC推進協議会調べ

point! 情報発信においては特に「ショート動画型情報」が求められており、他者推奨力向上へ寄与するような情報発信とそのための体制の見直しが必要です。

⑦他者推奨力のあるプログラム内容

全体1位は、「観光地毎のおいしいスイーツ付プログラム」で5割を超えます。本市観光の特徴である歴史・文化視点でも「歴史建造物に体験が付くプログラム」が全体3位となっています。

下記のプログラムの中で、友達に推奨したり、周りで話題になりやすいと思うプログラムは？（複数選択可）



	n	観光地毎においしい軽食・スイーツが付くプログラム	旅館の中で長くゆっくり過ごすことを強化したプログラム	体験が付く、歴史建造物の観賞プログラム	広域移動が豊富・移動は快適にケアされたプログラム	伝統と流行のアトラクション体験両方が付くプログラム	旅行達人推奨の特別なコースのプログラム	昼間名所観光、夜は名物居酒屋のセットプログラム	バスやタクシーなど2次交通がお得なプログラム	リピーターランキング上位を組合せたリピーター向けプログラム	伝統芸能の体験が付くプログラム	複数の半日ミニツアーが充実したプログラム	楽しい乗物が充実のコースプログラム	SNS映えスポット充実のプログラム	両親などと過ごすメニューを強化したプログラム	子供やファミリー向けメニューを強化したプログラム	芸能等の達人や若手との交流付きプログラム	子供が伝統文化を体験できるプログラム	その他
TOTAL	200	55.0	29.0	27.5	24.5	22.0	22.0	21.5	19.0	19.0	18.0	18.0	13.5	12.0	9.5	9.0	7.0	4.5	1.0
女性20代	25	80.0	44.0	8.0	16.0	20.0	4.0	12.0	20.0	12.0	16.0	8.0	4.0	48.0	12.0	4.0	8.0	0.0	0.0
女性30代	25	60.0	24.0	24.0	24.0	36.0	28.0	28.0	28.0	28.0	24.0	32.0	28.0	8.0	20.0	20.0	12.0	16.0	0.0
女性40代	25	68.0	32.0	36.0	20.0	36.0	16.0	20.0	12.0	20.0	28.0	12.0	24.0	0.0	20.0	12.0	12.0	8.0	0.0
女性50代	25	56.0	20.0	40.0	20.0	32.0	28.0	20.0	32.0	24.0	28.0	44.0	20.0	8.0	4.0	0.0	4.0	0.0	0.0
女性60代	25	48.0	32.0	16.0	28.0	12.0	32.0	12.0	16.0	20.0	12.0	24.0	8.0	12.0	0.0	16.0	0.0	0.0	4.0
男性20代	15	40.0	20.0	13.3	26.7	33.3	20.0	26.7	0.0	20.0	20.0	20.0	0.0	13.3	6.7	13.3	6.7	0.0	0.0
男性30代	15	66.7	20.0	33.3	33.3	13.3	20.0	26.7	13.3	20.0	20.0	0.0	26.7	20.0	13.3	13.3	6.7	6.7	0.0
男性40代	15	46.7	33.3	40.0	26.7	6.7	33.3	26.7	26.7	13.3	6.7	6.7	13.3	0.0	13.3	0.0	13.3	13.3	0.0
男性50代	15	26.7	13.3	26.7	33.3	6.7	6.7	33.3	6.7	13.3	13.3	6.7	0.0	0.0	0.0	0.0	6.7	0.0	6.7
男性60代	15	33.3	46.7	46.7	26.7	6.7	33.3	20.0	26.7	13.3	0.0	6.7	0.0	0.0	0.0	6.7	0.0	0.0	0.0

資料：首都圏の東北旅行関心止り者ニーズ調査　2020年9月　東北DC推進協議会調べ

Point! 本市観光の魅力に沿った、滞在型プランの提供が求められています。

(2) インバウンド(訪日外国人旅行者)

インバウンドの旅行形態では、団体旅行から個人旅行(FIT)、さらに個人旅行の中でも特に体験型旅行の人気が高まっており、アクティビティ、自然、文化などを組み合わせることで、旅行の付加価値が高まります。

近年、北米・欧州・南米の主要地域では、「アクティビティ、自然、文化体験の3要素のうち2つ以上で構成される旅行形態」と定義されるアドベンチャーツーリズムという概念が富裕層を中心に人気を得ており、これが顧客単価が高く、平均14日間と滞在期間も長いことから、地域経済に対して経済効果の高い旅行形態として注目されています。

インバウンド旅行者が東北旅行を検討する際にも、美しい景色や温泉などの自然や伝統文化などの要素に焦点が当てられることが多いことが調査結果から明らかになっており、またその滞在期間も3日を検討している方が多く、特にアメリカやイギリスは6～7日の滞在を考える方が最も多いという結果が出ていることから、このようなニーズにしっかりと対応できる観光地となることが必要です。

□ 美しい景色・温泉などの自然、伝統文化など
⬚ 軽食やスイーツ

東北旅行を検討する場合、話題性があると思うプログラムやテーマは？(MA)

	n	観光地毎おいしい軽食やスイーツ	伝統と流行アトラクション	歴史建造物(城等)衣装着る等体験	限定数の伝統芸能体験	昼・観光、夜・居酒屋等	伝統芸能達人や地元民交流	移動支援が豊富	2次交通がお得になる	リピーターランキング上位コース	達人旅行者が推奨する新コース	楽しい乗り物移動が豊富	毎日ミニツアーある	ファミリー喜ぶアトラクション豊富	子供が日本文化体験(武道・先進技術)	SNS映えスポット充実
TOTAL	339	51.9	46.9	36.6	31.0	46.0	34.2	30.1	32.7	30.1	27.7	27.7	26.5	32.2	24.2	18.3
中国	58	50.0	36.2	24.1	24.1	56.9	29.3	39.7	31.0	25.9	15.5	32.8	15.5	36.2	19.0	13.8
台湾	57	56.1	26.3	31.6	15.8	49.1	19.3	31.6	28.1	21.1	28.1	26.3	38.6	42.1	28.1	15.8
タイ	57	70.2	54.4	57.9	40.4	54.4	38.6	40.4	56.1	45.6	40.4	42.1	35.1	57.9	50.9	40.4
米国	55	61.8	54.5	49.1	41.8	38.2	38.2	23.6	29.1	27.3	25.5	29.1	21.8	21.8	20.0	14.5
豪州	56	39.3	58.9	25.0	19.6	39.3	39.3	23.2	21.4	33.9	25.0	23.2	23.2	14.3	10.7	12.5
英国	56	33.9	51.8	32.1	44.6	37.5	41.1	21.4	30.4	26.8	32.1	12.5	25.0	19.6	16.1	12.5

現在、日本の東北旅行のテーマで、やや不足していると思う項目は(MA)

□ 美しい景色・温泉などの自然、伝統文化など
⬚ 軽食やスイーツ

	n	美しい景色訴求	軽食やスイーツ訴求	温泉訴求	伝統と現代体験訴求	地元人交流の訴求	安心で様々なナイトプラン訴求	伝統文化体験訴求	東北特産品買物訴求	子供、両親楽しめる訴求	歴史や建築理解訴求	日本流行やブランド買物訴求	自然の中動的なアトラクション訴求	広域移動安心手厚いの訴求	半日1日オプションが豊富訴求
TOTAL	339	28.6	26.5	26.0	26.0	23.6	23.6	23.0	22.4	22.4	21.8	19.8	19.2	16.8	16.5
中国	58	20.7	19.0	24.1	19.0	10.3	19.0	19.0	17.2	19.0	25.9	22.4	17.2	15.5	12.1
台湾	57	14.0	8.8	10.5	10.5	29.8	15.8	12.3	5.3	19.3	15.8	8.8	8.8	26.3	26.3
タイ	57	36.8	42.1	36.8	38.6	31.6	50.9	26.3	36.8	26.3	29.8	28.1	36.8	21.1	22.8
米国	55	41.8	32.7	34.5	32.7	29.1	21.8	29.1	27.3	20.0	25.5	23.6	23.6	18.2	7.3
豪州	56	28.6	26.8	16.1	17.9	23.2	16.1	19.6	14.3	28.6	19.6	17.9	17.9	7.1	21.4
英国	56	30.4	30.4	33.9	37.5	17.9	17.9	32.1	33.9	21.4	14.3	17.9	10.7	12.5	8.9

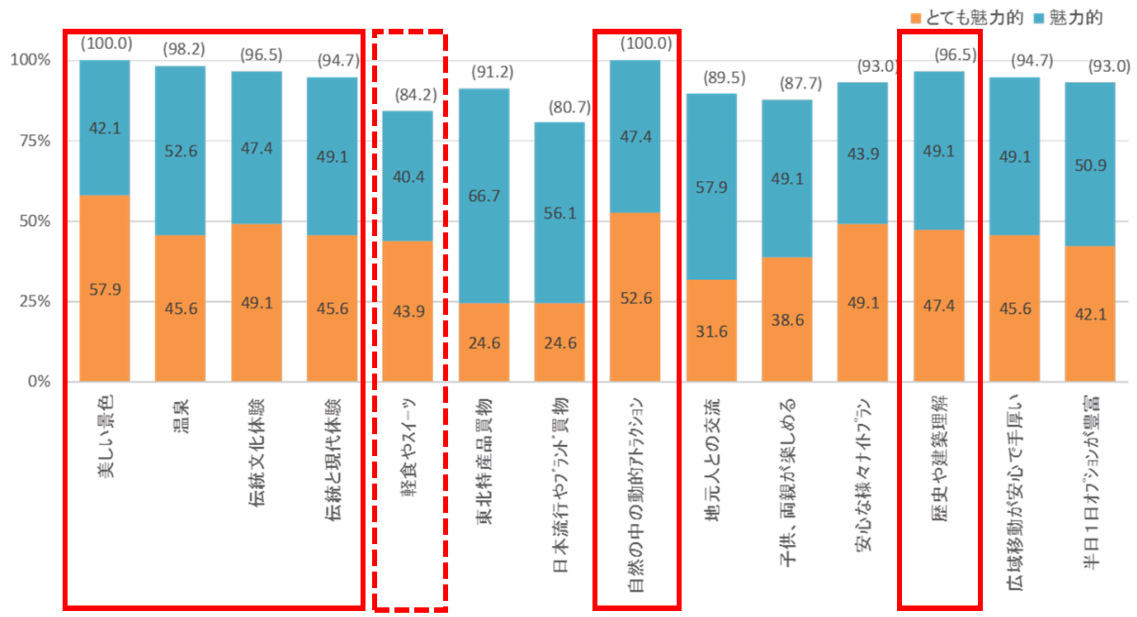
地方旅行(東北含)予約時、魅力的な情報は？(MA)

□ 美しい景色・温泉などの自然、伝統文化など
⬚ 軽食やスイーツ

	n	攻略ショート動画（グルメ付）	インフルエンサー推奨コース動画	温泉起点、季節別、観光スポット動画	在住外国人推奨コース（ランキング）	SNS映えプレミアム観光スポット	レンタカー人気順位（短い動画）	案内所スタッフ移動コンシェルジュサイト	乗継支援、乗継時間楽しむサイト	二次交通の攻略サイト（予約もできる）	貸切車を予約できるサイト	体験メニュー豊富なサイト（予約も）	グルメランキング情報（観光地ごとに）	ナイトスポットのランキング情報	外国人行ってよかった広域ルート 順位	日本人行ってよかった広域ルート 順位	軽食・喫茶・試飲ルート紹介（SNS）
TOTAL	339	52.5	37.5	42.2	46.3	38.1	29.2	37.8	33.3	36.3	27.4	33.9	41.0	26.0	35.1	32.2	31.6
中国	58	36.2	22.4	44.8	36.2	41.4	17.2	39.7	29.3	32.8	29.3	29.3	43.1	25.9	27.6	25.9	22.4
台湾	57	36.8	45.6	45.6	31.6	28.1	29.8	36.8	40.4	29.8	28.1	45.6	66.7	31.6	38.6	38.6	33.3
タイ	57	71.9	50.9	57.9	57.9	61.4	50.9	57.9	45.6	47.4	43.9	42.1	47.4	36.8	49.1	45.6	43.9
米国	55	61.8	38.2	43.6	45.5	36.4	23.6	27.3	20.0	38.2	18.2	27.3	30.9	23.6	27.3	27.3	16.4
豪州	56	51.8	23.2	25.0	55.4	28.6	30.4	35.7	32.1	39.3	21.4	32.1	39.3	21.4	37.5	28.6	46.4
英国	56	57.1	44.6	35.7	51.8	32.1	23.2	28.6	32.1	30.4	23.2	26.8	17.9	16.1	30.4	26.8	26.8

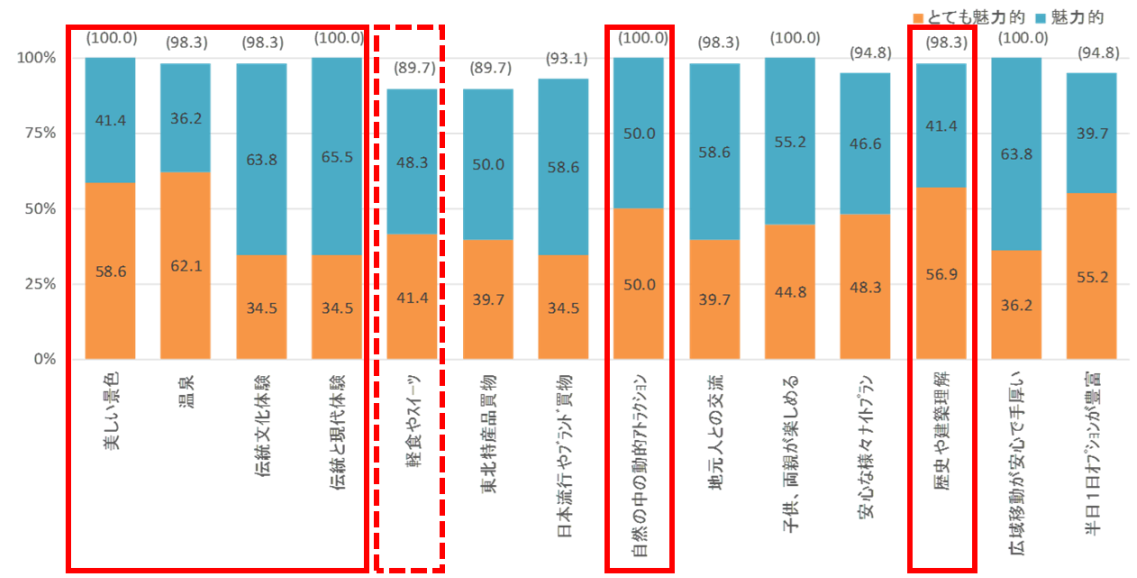
今後、日本東北旅行を予約する場合、とても魅力的、魅力的だと思う項目は
(SA)
(台湾)

□ 美しい景色・温泉などの自然、伝統文化など
□ 軽食やスイーツ



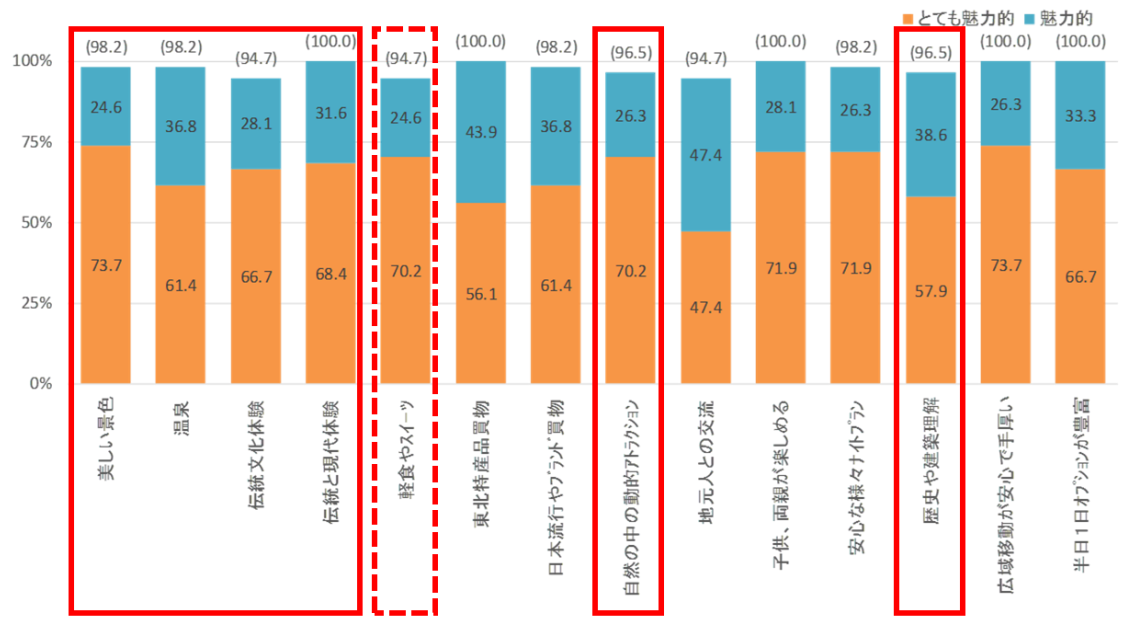
今後、日本東北旅行を予約する場合、とても魅力的、魅力的だと思う項目は
(SA)
(中国)

□ 美しい景色・温泉などの自然、伝統文化など
□ 軽食やスイーツ



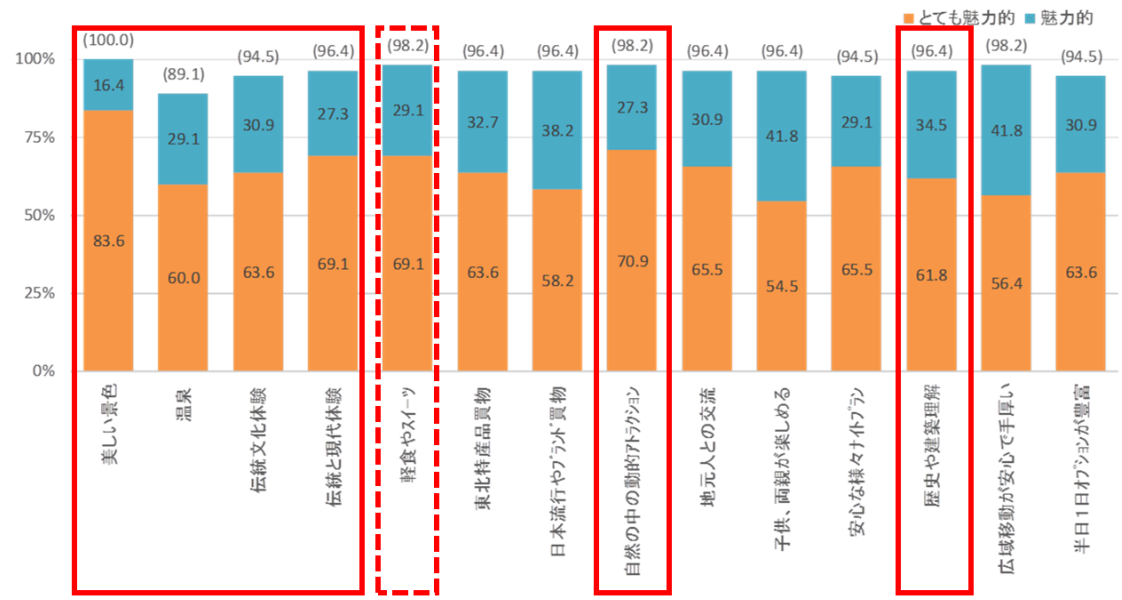
今後、日本東北旅行を予約する場合、とても魅力的、魅力的だと思う項目は
(SA)
（タイ）

□ 美しい景色・温泉などの自然、伝統文化など
□ 軽食やスイーツ

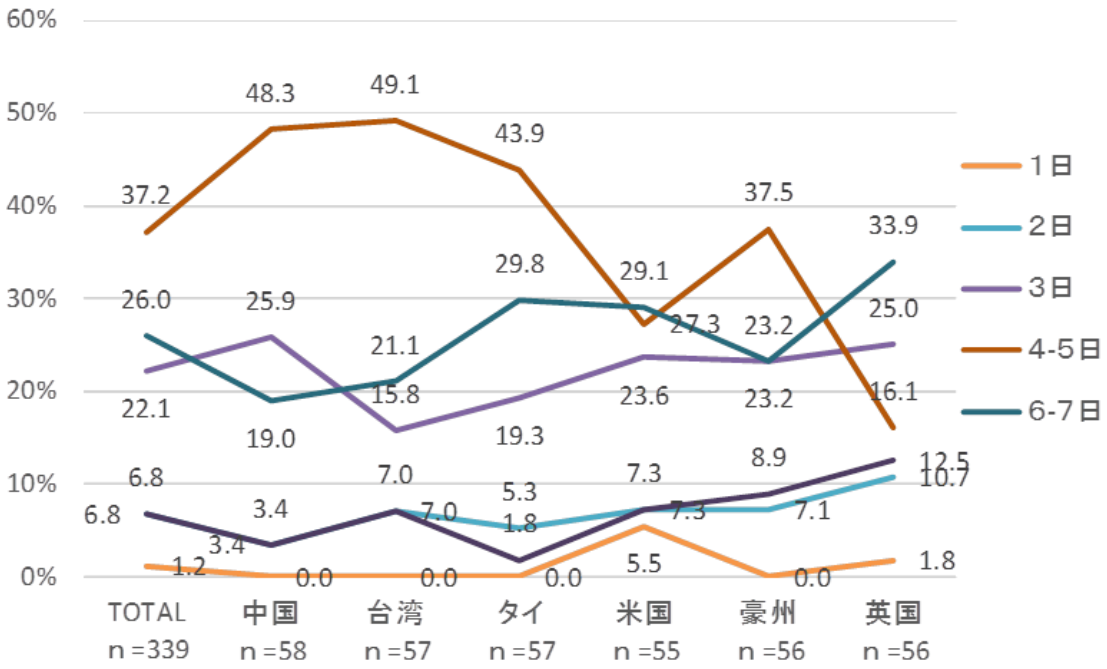


今後、日本東北旅行を予約する場合、とても魅力的、魅力的だと思う項目は
(SA)
（米国）

□ 美しい景色・温泉などの自然、伝統文化など
□ 軽食やスイーツ



今後、日本の東北旅行を検討する場合、東北に何日滞在すると思いますか(SA)



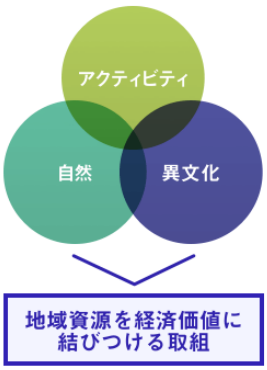
資料:海外＆訪日旅行者＆東北旅行認知関心者にニーズ調査　2020年9月　東北DC推進協議会調べ

Point!

自然・景勝や地元グルメ、温泉などは、東北旅行検討時の国内観光者ニーズとも一致していることから、更なる観光振興での域外旅行者の取り込みが必要である本市において、重要なポイントです。また、様々な国籍に対応のできる受入環境の磨き上げや選択肢の多様化等が必要です。

＜参考:アドベンチャーツーリズム＞

アクティビティ、自然、文化体験を2つ以上組み合わせた旅行形態です。“アドベンチャー”という言葉から難しいアクティビティに思われますが、散策や文化体験が主流で、地域と深く交流する手段として注目されます。特に教育水準の高い富裕層が好み、平均14日間の長期滞在が特徴です。



地方だからこそ3要素が揃う	地方だからこそ、自然や農林水産資源が溢れており、ATに必要な三要素が全て揃う
資源活用と持続可能性の両立を支持	ATでは自然や文化が持続していくためにも「保護」と「活用」を両立させる好循環が実現されることを支持
ローカル経済を重視している	自然や文化だけでなく、ATでは地域経済が観光で潤うことを重視しており、中小事業者を大事にしている

※AT＝アドベンチャーツーリズム

資料:一般社団法人 日本アドベンチャーツーリズム協議会　公式サイトより一部抜粋転載

(3) メインターゲット

第3章 本市観光の実態・東北旅行関心者のニーズ ＞ 3. 来訪観光者の特徴（35P～40P）に記載の調査分析結果より、第3次仙北市観光振興計画の全体におけるメインターゲットを以下のとおり設定します。

〇国内
・メインターゲット（減らさない層）／60代以上のシルバー層
・メインターゲット（増やしていく層）／女性20代～40代

〇国外
・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
・メインターゲット（増やしていく層）／欧州・米国・豪州の富裕層

またインバウンドについて、最新の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、引き続き各国の動向を注視すると共に、国の施策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。

＜令和5年度 秋田県事業例＞
・インバウンド回復に向けた誘客促進事業　対象市場：台湾、中国、韓国、タイ
・冬季誘客促進事業　対象市場：豪州、韓国、香港、タイ　等

アクションプランの実行においては、実際に実施する事業ごとに詳細なターゲットやペルソナの設定が必要です。

第４章

基本方針

1. 基本方針の構成 …… 64

2. 計画における理念 …… 65-67

（1） 観光を通じた市民の幸福度向上
（観光都市だからこそ得られるシアワセ）
（2） 観光客の満足度向上
（新しい旅のカタチの提案による観光の高付加価値化）
（3） 持続可能な観光マネジメントの確立
（サステナブルツーリズムの実践）

3. グランドデザイン（本市が目指す観光まちづくり） ‥ 68-71

（1）「農村・営み」
（2）「自然・温泉」
（3）「歴史・伝統」

4. 最終目標（KGI）、重要業績評価指標（KPI） …… 72-78

（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）
（2） 観光消費額の増加
（3） 観光客満足度の向上
（4）『観光による市民幸福度の向上』を達成するための
重要業績評価指標（KPI）
（5）『観光消費額の増加』を達成するための
重要業績評価指標（KPI）
（6）『観光客満足度の向上』を達成するための
重要業績評価指標（KPI）

第４章
基本方針

1. 基本方針の構成

基本方針は、計画における理念、グランドデザイン、最終目標、最終目標へのプロセスである重要業績評価指標の4つで構成されています。

計画における理念

観光を通じた市民幸福度の向上 （観光都市だからこそ得られるシアワセ）	**観光客満足度の向上** （新しい旅のカタチの提案による観光の高付加価値化）	**持続可能な観光マネジメントの確立** （サステナブルツーリズムの実践）

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 （出会いがもたらす交流）	**自然・温泉** （本物に触れる体験）	**歴史・伝統** （学びからつなげる周遊）

・市民、事業者、DMO、行政で創る仙北市ブランド
・情報発信や観光交流、地域コミュニティ機能も兼ね備えた観光サービスの形成
・回遊性の高い豊かな周遊ルートの確立と提供

「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～

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

重要業績評価指標（最終目標へのプロセス）

観光事業従事者の満足度・幸福度向上	リピーター率の向上	国外観光客1人当たりの宿泊数の増加
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	観光入込客数の増加	
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	消費単価の向上	観光関連要素別の満足度向上

2. 計画における理念

本市では、国際基準に準拠した「日本版持続可能な観光ガイドライン」(JSTS-D)に沿った持続可能な観光地マネジメントに取り組み、住民意識や旅行者満足度に加えて、社会経済・文化・環境の観点に十分配慮した観光振興に努めることとしていることから、『第3次仙北市観光振興計画』は、以下3つの理念に基づいて策定しました。

本理念は『第3次仙北市観光振興計画』の最終目標や指標、それに紐づくアクションプラン設定における前提となるものです。

(1) 観光を通じた市民の幸福度向上（観光都市だからこそ得られるシアワセ）

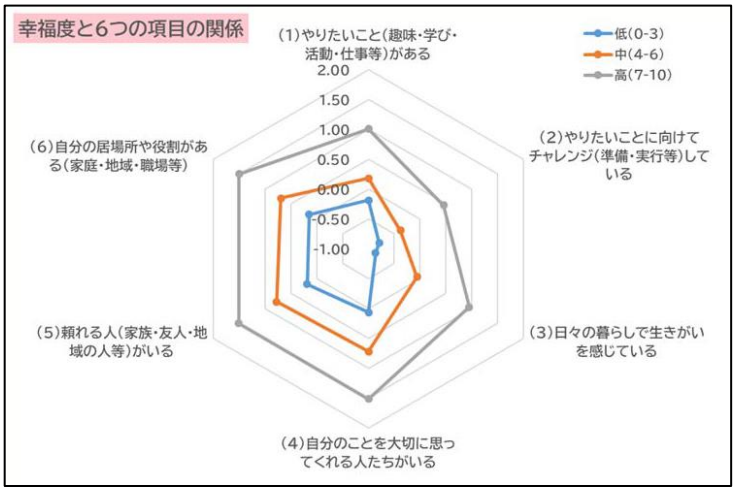
本市では、国連や政府で採用しているウェルビーイング(持続的で内面に深く根差した幸福)を幸福の定義と位置づけており、現在は市民意識調査を中核として、市民全体と年齢、性別、地域別での全体としての幸福度と、6つの個別指標「やりたいことがある」「やりたいことに向けてチャレンジしている」「日々の暮らしで生きがいを感じている」「自分のことを大切に思ってくれる人がいる」「頼れる人がいる」「自分の居場所や役割がある」での測定を始めています。観光領域においても、それぞれの指標が向上できるような施策に取り組みます。

＜幸福感につながる6つの項目について＞

市では、「目標を持ち、やりたいことがある」や「日々の暮らしで生きがいを感じている」など、幸福感につながる6つの項目に着目し、これらができている(いる・ある)方を増やすことをめざしています。

【仙北市がめざす、6つのまちのあるべき姿】

① 目標を持ち、やりたいことがある人が多いまち
② やりたいことにチャレンジしている人が多いまち
③ 日々の暮らしで生きがいを感じている人が多いまち
④ 自分のことを大切に思ってくれる人たちがいるまち
⑤ 頼れる人がいるまち
⑥ 自分の居場所や役割があるまち



資料：仙北市　令和4年度市民意識調査の結果　概要版より抜粋

6つの項目と幸福度の関係

幸福感につながる6つの項目ができている(いる・ある)方の幸福度について分析したところ、6つの項目ができている(いる・ある)方ほど幸福度が高いという傾向がわかります。

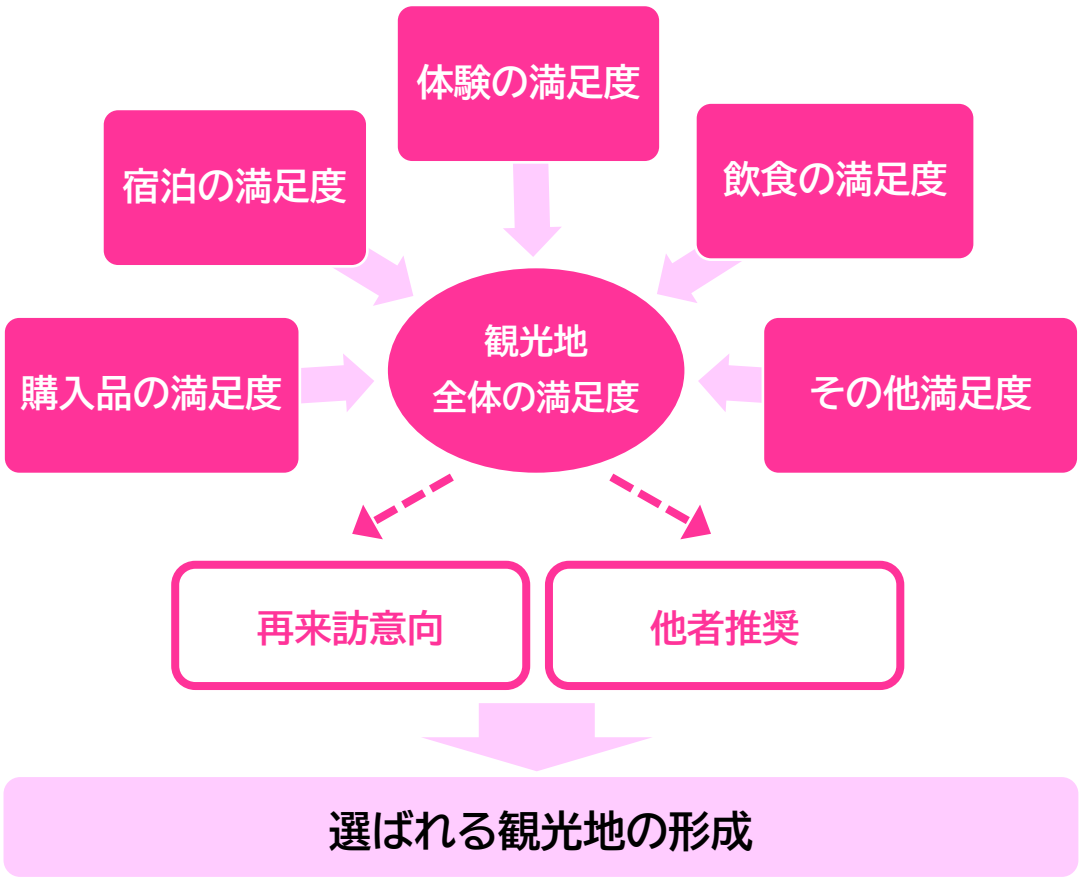
※幸福度は幸福度(0～10段階評価)を「高」、「中」、「低」に分類したうえで分析しています。

（2） 観光客の満足度向上（新しい旅のカタチの提案による観光の高付加価値化）

令和2年度より、（一社）田沢湖・角館観光協会では、本市来訪者の満足度アンケート調査を行っており、観光客の満足度の“見える化”を進めています。

本市が観光地として持続的に発展をしていくためには、観光地としての魅力を向上すること、観光客を維持することはもちろんのこと、満足度を高め、他者に当該観光地を紹介してもらうことが重要です。

観光の高付加価値化により提供されたサービスの品質・価値だけではなく、地域との関係や外的評価なども含めて、本市を観光地としてどのように感じたのか、本市の「観光地としての魅力」はこの満足度で代弁されるものであり、高付加価値化に繋がるものと考えています。



(3) 持続可能な観光マネジメントの確立（サステナブルツーリズムの実践）

世界的にも関心の高まっている「持続可能な観光」とは、単に環境にやさしい旅行形態ではなく、「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくりに重要な、経済・社会・環境の正の循環の仕組みにつながる観光の基本的な在り方です。

地域において、自然や文化の保全と観光とが両立し、観光地・観光産業が付加価値を上げることで収益力を高め、観光振興の地域経済への恩恵や地域住民の誇り・愛着の醸成から、地域社会に好循環を生む仕組みが確立するとされています。

地域と観光旅行者の双方が観光のメリットを実感できる観光地の実現（持続可能な観光マネジメントの確立）が、従前にも増して重要となっています。

point

「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）」の中で、持続可能なマネジメントとして以下のような要素があげられています。

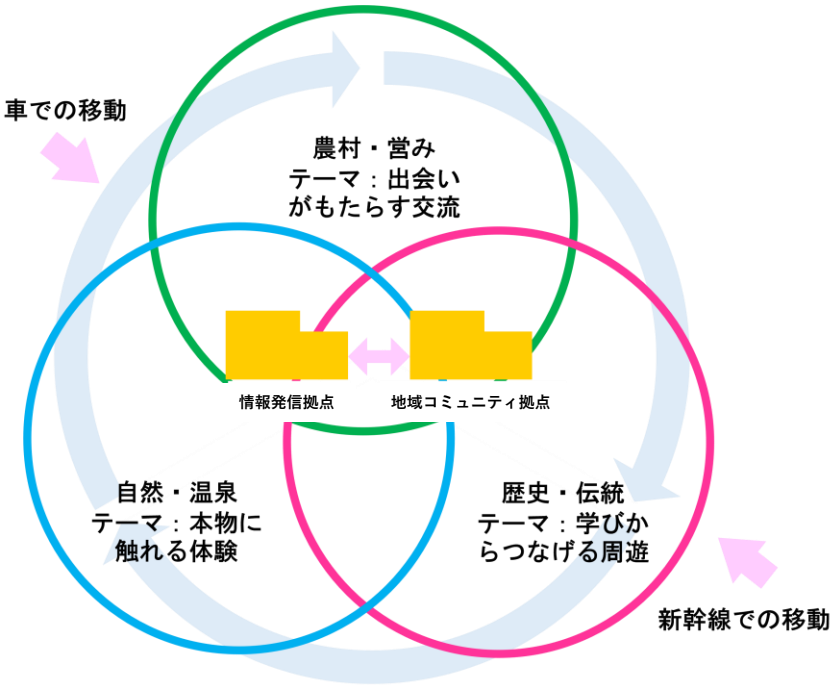
・持続可能な観光を推進する管理組織や財源の確保
・観光に起因する環境、経済、社会等の課題に対する調査
・行政、民間事業者、地域住民の三者で構成される定期的な意見交換
・住民意見の調査
・地域コミュニティ、学校、高等教育機関における観光教育プログラムの実施
・旅行者意見の調査と旅行者満足度向上のための対策実施
・市場調査及びデータに基づくプロモーション実施や効果測定
・旅行実態（訪問者数、活動内容）の把握　など

資料：観光庁・UNWTO駐日事務所　日本版持続可能な観光ガイドライン
SECTION A: Sustainable management 持続可能なマネジメントより一部抜粋

3. グランドデザイン（本市が目指す観光まちづくり）

国内観光者が本市を旅行先に選ぶ理由にもあるとおり、本市には非常に多くの観光資源が点在しており、カテゴリで区分すると「農村・営み」「自然・温泉」「歴史・伝統」で分けられ、この3つが本市観光における最大の強みです。

『第3次仙北市観光振興計画』では、強みを「仙北市ブランド」として強化し、“面”で発信していくため更なる融合を図り、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

・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）

・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。

・本市は秋田県でもトップクラスの面積を誇り、全国でも珍しい新幹線停車駅が2駅ある自治体です。今後は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・確率を目指します。

（1）「農村・営み」

○　カテゴリの魅力

広域に点在する農家民宿など、田舎体験を通し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。

○　カテゴリのテーマ

テーマを「出会いがもたらす交流」とし、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し、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。

○　カテゴリの重点施策

・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。
・受入体制に即した観光客入込客数の検討
・観光客一人当たりの宿泊単価の向上を目的とした、サービスの開発と滞在プランの創出。

（2）「自然・温泉」

○ カテゴリの魅力

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、其々のコンテンツ毎に自然の恩恵に触れる体験の提供。

○ カテゴリのテーマ

テーマを「本物に触れる体験」とし、点在する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し、来訪者の滞在満足度を向上させます。加えてコンテンツを連携させることで全体のブランド力を向上させ、仙北市ファンの拡大を目指します。

○ カテゴリの重点施策

・観光客リピーター率の向上を目指した、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。
・閑散期における観光客入込客数の向上を目指した、年間を通じた魅力の発信と他人推奨意向を意識したコンテンツの掘り起こし。
・体験の高付加価値化に向けた、価格幅のあるコンテンツ、サービスの整備。

（3）「歴史・伝統」

○ カテゴリの魅力

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、伝統的技法を用いた工芸品等の観光資源に加え、田沢湖の伝承、広大な自然に囲まれた地域で暮らす人々の歴史は、多くの学びと楽しみを提供できます。

○ カテゴリのテーマ

テーマを「学びからつなげる周遊」とし、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。

○ カテゴリの重点施策

・観光需要通年化を目的にターゲット設定と、コンテンツの造成や受入体制の拡充をした上での情報発信。
・魅力向上の高付加価値化として、地域の歴史、伝統を伝える事ができるガイドを整備する仕組みづくりと育成を行うことでの周遊促進。
・来訪者の利便性向上を目的に、起点を意識した交通アクセスの待ち時間に対応した整備や徒歩移動における目的となる場所の提供。

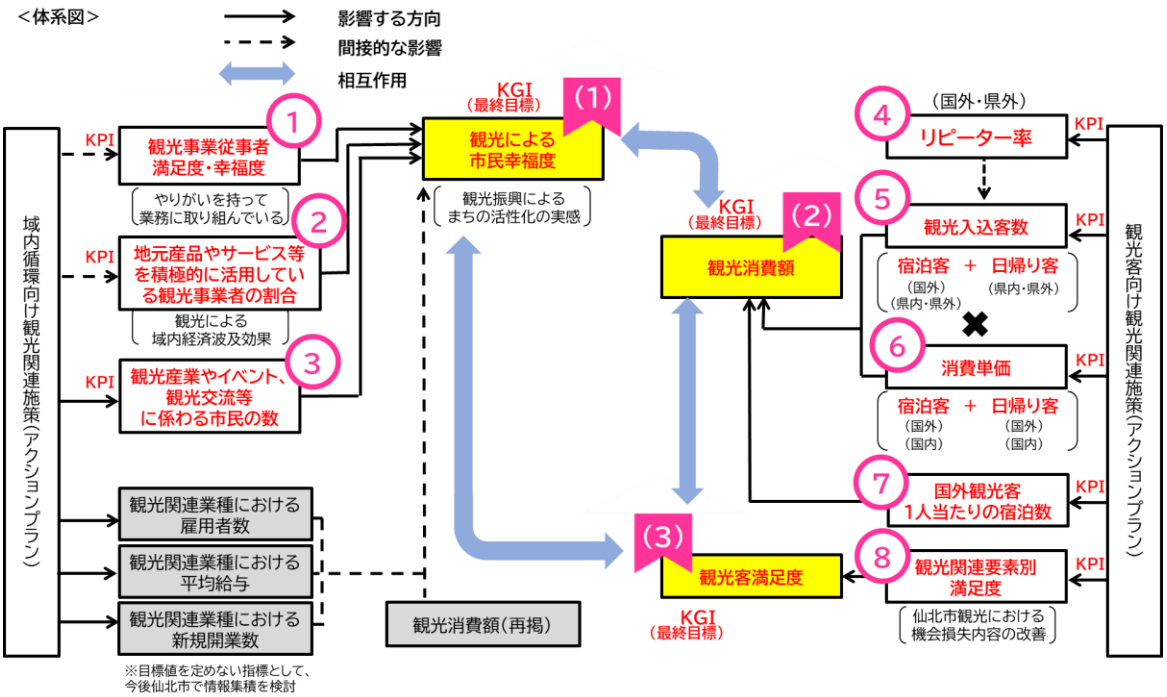
4. 最終目標(KGI)、重要業績評価指標(KPI)

計画における理念に基づき、3つの最終目標(KGI)と、最終目標を達成するために重視する過程として、計8つの重要業績評価指標(KPI)を設定しました。

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。

なお、各目標と指標の基準値は、コロナウイルス感染症拡大により観光流動が減少する前の、令和元年(2019年)の実績を基に設定しましたが、令和元年時点で実績の無いものは、観光流動の回復傾向を鑑みた、令和 4 年(2022年)または令和 5 年(2023年)の実績値を参考値として設定しました。

また、5年間の計画期間において、指標の達成状況は行政が、観光関連団体、事業者と連携して検証する仕組みとし、必要に応じて見直しや再設定を行います。



計画における理念に基づき、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）

本市で実施している市民意識調査において、令和5年度より「観光振興によるまちの活性化の実感」に関わる項目を追加することとしました。

基盤産業とする観光と市民幸福度の関係性を示す、最重要指標です。

（2） 観光消費額の増加

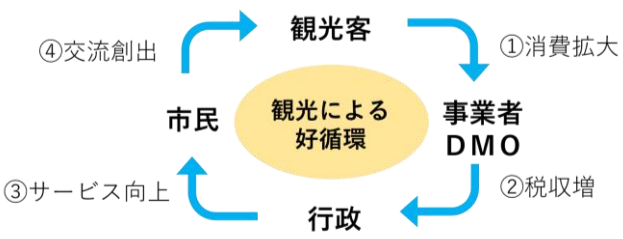
これまでの仙北市観光は観光客の「数を増やすこと」を最大の目標としてきましたが、今後は質の高い観光地として高付加価値化をすすめ、「一人あたりの観光消費額を高める」ことで、観光経済力を高めていきます。（稼げる観光化）

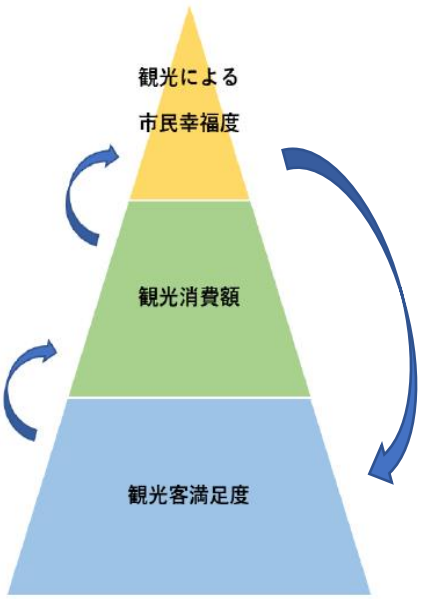
（3） 観光客満足度の向上

観光客満足度を高めることは、再来訪意向や他者推奨意向の促進、ひいては「選ばれる観光地の形成」に繋がります。

今後は、本市観光に関わる様々な要素の水準を高めることで、観光客満足度の向上を図ります。

＜観光循環による地域の活性化＞





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。

(1)『観光による市民幸福度の向上』（単位:%）

	2023(R5)	計画期間			
		2024(R6)	2025(R7)	2026(R8)	2027(R9)
目標値	ー	13.5	14	14.5	15
参考値	12.9				

※令和5年度市民意識調査の設問「仙北市のまちづくりについて、どのように感じていますか」
問21-7「安全で安心を基軸とした質の高い観光地形成」、問21-8「インバウンド等の交流人口の拡大と特色ある観光」の、「満足」、「やや満足」を其々足した割合の全体平均を参考値として掲載。

(2)『観光消費額の増加』

[国内]単位:円

	2019(R1)	計画期間			
		2024(R6)	2025(R7)	2026(R8)	2027(R9)
目標値	ー	251億	312億	327億	344億
実績値	306億				

※令和元年実績値は、仙北市調べの観光入込客数に秋田県観光統計公表の観光消費単価を乗じた推計値。

[国外]単位:円

	2019(R1)	計画期間			
		2024(R6)	2025(R7)	2026(R8)	2027(R9)
目標値	ー	8.6億	10.3億	11.3億	12.3億
実績値	8.2億				

※令和元年実績値は、仙北市調べまたは秋田県観光統計の観光入込客数に、秋田県観光統計公表の観光消費単価を乗じた推計値。

(3)『観光客満足度の向上』（単位:%）

	2022(R4)	計画期間			
		2024(R6)	2025(R7)	2026(R8)	2027(R9)
目標値	ー	44.7	45.8	46.9	48
参考値	43.6				

※令和4年度仙北市来訪者アンケートより、「各項目における満足度」の項目「仙北市全体として」の、とても満足と満足の割合の平均を参考値として掲載。

(4) 『観光による市民幸福度の向上』を達成するための重要業績評価指標(KPI)

① 観光事業従事者の満足度・幸福度向上 (単位:点)

	2023(R5)	計画期間			
		2024(R6)	2025(R7)	2026(R8)	2027(R9)
目標値	ー	5.6	5.8	5.9	6
参考値	5.4				

※令和5年度市民意識調査より、「卸売業・小売業・宿泊業・飲食サービス業」と回答した方の「あなたの幸福度について、お尋ねします」の問2:幸福度の平均点(とても不幸せを0点、とても幸せを10点した評価)を参考値として掲載。

② 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 (単位:%)

	2022(R4)	計画期間			
		2024(R6)	2025(R7)	2026(R8)	2027(R9)
目標値	ー	28	28.7	29.4	30
参考値	27.3				

※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」
飲食事業者編の設問:最近3年以内の取り組みについて(持続可能な観光)の選択肢「地元食材率を増やした」の割合を参考値として掲載。

③ 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 (単位:%)

	2023(R5)	計画期間			
		2024(R6)	2025(R7)	2026(R8)	2027(R9)
目標値	ー	18	18.7	19.4	20
参考値	17.3				

※令和5年度市民意識調査の設問「あなたの活動や暮らしについて、おたずねします」
問11~15のイベント等への参加率の全体平均を参考値として掲載。

(5) 『観光消費額の増加』を達成するための重要業績評価指標(KPI)

④ リピーター率の向上 (単位:%)

	2022(R4)	計画期間			
		2024(R6)	2025(R7)	2026(R8)	2027(R9)
目標値	―	27	28	29	30
参考値	25.8				

※令和4年度仙北市来訪者アンケートより、「市への訪問回数」の2回～4回までの割合の合算値を参考値として掲載。

⑤ 観光入込客数の増加 (単位:千人)

[国内・日帰り]

	2019(R1)	計画期間			
		2024(R6)	2025(R7)	2026(R8)	2027(R9)
目標値	―	3,600	4,500	4,545	4,590
実績値	4,525				

[国内・宿泊]

	2019(R1)	計画期間			
		2024(R6)	2025(R7)	2026(R8)	2027(R9)
目標値	―	440	500	530	560
実績値	467				

[国外・日帰り]

	2019(R1)	計画期間			
		2024(R6)	2025(R7)	2026(R8)	2027(R9)
目標値	―	5.6	6.4	6.9	7.4
実績値	6.3				

[国外・宿泊]

	2019(R1)	計画期間			
		2024(R6)	2025(R7)	2026(R8)	2027(R9)
目標値	―	33	37.8	40	43.7
実績値	37.7				

※令和元年実績値について、国内日帰り・国内宿泊は仙北市調べの実績。
国外日帰りについては、秋田県観光統計を基にした外国人日帰り客数の割合を仙北市全体の日帰り客数にかけた推計値とし、国外宿泊は、仙北市調べの国外宿泊実績を設定。

⑥ 消費単価の増加 （単位：円）

［国内・日帰り］

	2019(R1)	計画期間			
		2024(R6)	2025(R7)	2026(R8)	2027(R9)
目標値	―	4,300	4,500	4,700	4,900
実績値	4,525				

［国内・宿泊］

	2019(R1)	計画期間			
		2024(R6)	2025(R7)	2026(R8)	2027(R9)
目標値	―	21,000	21,700	22,600	23,500
実績値	21,700				

［国外・日帰り］

	2019(R1)	計画期間			
		2024(R6)	2025(R7)	2026(R8)	2027(R9)
目標値	―	9,800	10,200	10,400	10,600
実績値	8,173				

［国外・宿泊］

	2019(R1)	計画期間			
		2024(R6)	2025(R7)	2026(R8)	2027(R9)
目標値	―	24,500	25,500	26,000	26,600
実績値	20,444				

※令和元年実績値は、秋田県観光統計で公表の実績値または実績値の平均。

⑦ 国外観光客1人当たりの宿泊数の増加 （単位：調査方法確立前／千人、確立後／泊）

	2019(R1)	計画期間			
		2024(R6)	2025(R7)	2026(R8)	2027(R9)
目標値	―	33	37.8	40	43.7
実績値	37.7				

※調査方法確立までは「国外観光宿泊客数」を参考値として設定。
国の観光立国推進基本計画では、地方部宿泊数「2泊／人」を新指標として設定。

（6） 『観光客満足度の向上』を達成するための重要業績評価指標（KPI）

⑧ 観光関連要素別の満足度向上 （単位：%）

	2022（R4）	計画期間			
		2024（R6）	2025（R7）	2026（R8）	2027（R9）
目標値	ー	36.1	37.4	38.7	40
参考値	34.8				

※令和4年度仙北市来訪者アンケートより、「各項目における満足度」の項目①～⑮の、とても満足と満足のそれぞれの全体平均を参考値として掲載。

項目について

①自然景観　②町並みや風土・伝統文化　③観光・文化施設　④アウトドア・アクティビティ
⑤地元体験プラン　⑥温泉　⑦食事　⑧お土産など販売品　⑨宿泊施設
⑩施設や店舗等での接客　⑪イベント・祭り　⑫交通　⑬観光情報・案内
⑭費用や料金　⑮人のあたたかさ

第５章

アクションプラン

1. アクションプランについて ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 80

2. 取り組み方針・主な取り組み内容 ・・・・・・・・・・・・・・・・ 81-86

（1） 仙北市が目指す観光まちづくりに
向けた体制強化・制度の検討
（2） 観光需要通年化に向けた取り組み強化
（3） 観光による地域内経済への貢献
（4） 市民意識の向上、地域コミュニティの活性化
（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
（6） 高付加価値化に向けた体験型観光の推進
（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

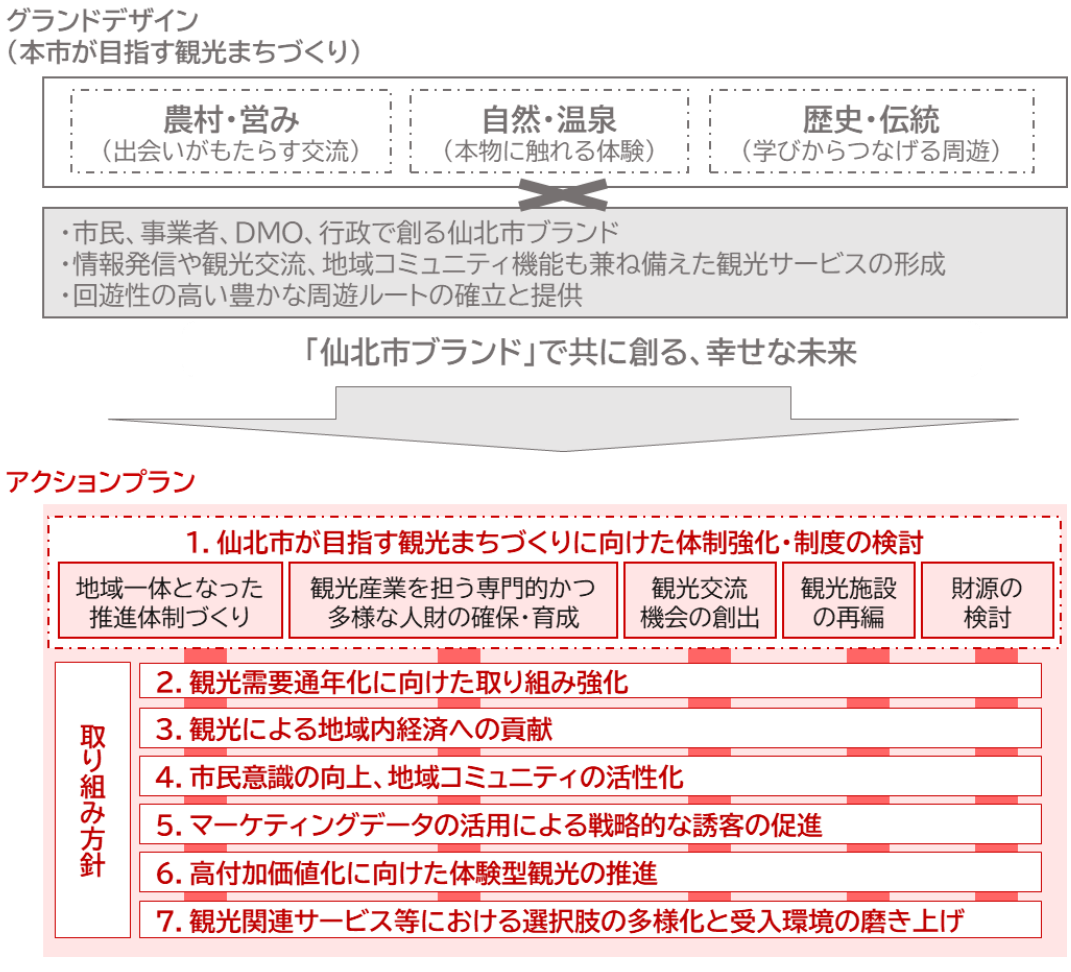
3. 取り組み方針、取り組み内容に関する、今後5年間の
実施時期 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 87

第５章
アクションプラン

1. アクションプランについて

本計画のアクションプランでは、以下のとおり7つの取り組み方針を策定しました。
各取り組み方針には主な取り組み内容があり、実際の実施事業は単年ごとに定めることとします。

また、前章に記載されているグランドデザインには、『農村・営み』『自然・温泉』『歴史・伝統』3つのカテゴリがあり、それぞれのカテゴリ毎にアクションプランとの関連性が高い重点施策が設定されています。



2. 取り組み方針・主な取り組み内容

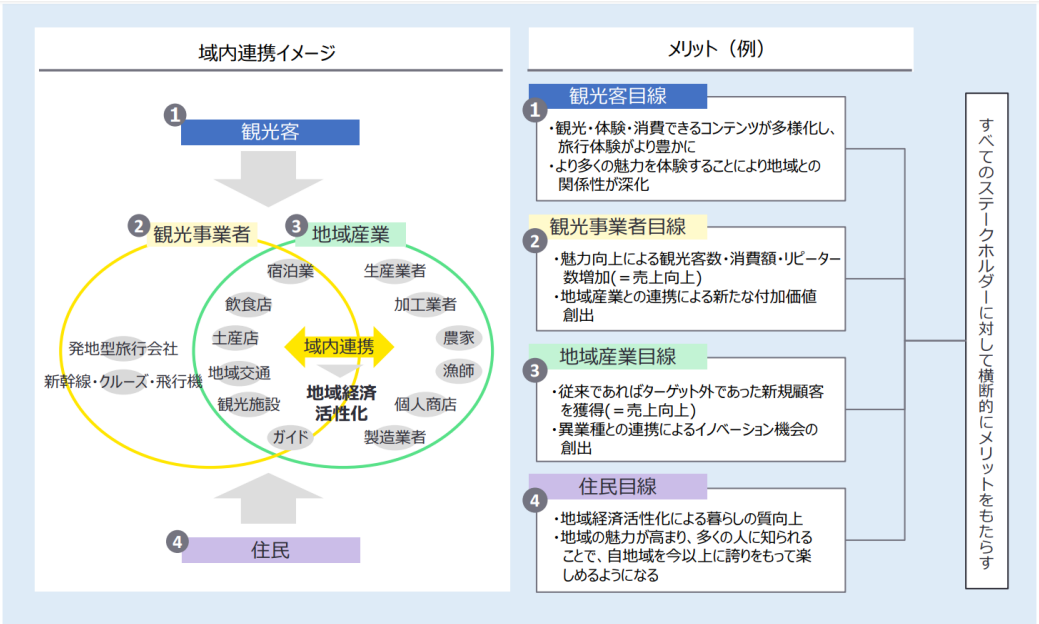
(1) 仙北市が目指す観光まちづくりに向けた体制強化・制度の検討

主な取り組み内容： 地域一体となった推進体制づくり

観光資源の磨き上げにより、観光地としての魅力をさらに高めるためには、従来の地域内の縦割りを改善し、行政はもちろんのこと、観光関連事業者や観光地域づくり法人（DMO）と、交通事業、農業、林業、内水面漁業、その他地場産業等の多様な事業者、住民による、地域一体となった推進体制を構築していくことが重要です。

地域全体が主体となり、自然・温泉、歴史・伝統、農村をはじめとした営み・産業・人材等の地域資源を最大限活かすことで、内外からの新たな人の流れを生み出し、地域経済の活性化をはじめ、地域文化の振興やまちのイメージアップなど、地域全体のプラスとなります。観光産業はもちろん、直接関係していない人たちを含めた、すべてのステークホルダーに対し、横断的なメリットをもたらします。

観光庁では、域内連携による地域経済活性化のイメージと、観光客・観光事業者・地域産業・住民それぞれの目線でのメリットをあげており、本市も第3次仙北市観光振興計画の推進体制構築における重要な概念として参考としています。



資料：観光庁　域内連携による地域資源磨き上げの手引きより抜粋

主な取り組み内容：観光産業を担う専門的かつ多様な人財の確保・育成

観光産業を支えているのは「人」にほかならず、人材育成の土台を作ることで、はじめて、産業自体を高いレベルに押し上げることが可能といえます。
人材への投資を積極的に行い、観光産業に携わる人材が満足感や達成感を持って働ける環境を整え、地域や産業界の好循環を目指す必要があります。

本市では、(一社)田沢湖・角館観光協会が令和3年11月4日に地域DMO※9 として登録されて以降、観光地域づくりの舵取り役として活動し、地域内・地域間連携やインバウンド対応スタッフの育成を図ってきました。今後は、DMOでの継続的な人材育成はもちろんのこと、国際化された旅行者受入や新たな旅行形態・ニーズの出現、観光DXの進展など、観光を取り巻く潮流の変化を的確に捉えるための、専門的かつ多様な人材を確保・育成することが求められます。

特に、旅行者の消費拡大や、観光産業の収益・生産性向上を目指すための、観光DXの推進は急務となっていることから、観光地域づくりのキーマンとなる観光地経営人材や、観光マーケティング等個々の事業を担う観光産業人材をはじめ、新たな価値・サービスを生み出す創発人材といった、多様な「人財」の確保・育成を目指します。

※9. DMO(観光地域づくり法人)とは…
地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する地域経営の視点に立った観光地域づくりの司令塔として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人を指す。(観光庁 公式サイトより)

観光産業人材

観光地における個々の事業経営を担う人材
【求められる知識・技能】
① 観光事業戦略
② 現代の観光動向
③ 組織マネジメント
④ アカウンティング・ファイナンス
⑤ 観光マーケティング
⑥ 観光産業のイノベーションと観光DX

観光地経営人材

観光地全体の経営、観光地域づくりを担う人材
【求められる知識・技能】
① 観光地経営戦略
② 現代の観光地経営の動向
③ 観光地経営組織マネジメント
④ 観光地マーケティング
⑤ 地域観光のイノベーションと観光DX
⑥ 観光地経営のアントレプレナーシップと事業開発

資料：観光庁　ポストコロナ時代における観光人材育成ガイドライン　概要より仙北市作成

主な取り組み内容： 観光交流機会の創出

デジタルの進歩により、現代ではリアルなコミュニケーションの機会が減少しています。しかし、子どもの頃から多様な人々との触れ合いや「異なるもの」に触れる経験は、豊かな人格と価値観を形成し、地域の経済活動と社会活動の融和を促す重要な要素です。それによって、地域全体の活性化につながります。

本市では、50年以上前から教育旅行を通じた都市農村交流を実施しており、年間1万人以上の方々が交流を目的に仙北市を訪れています。また、35年以上前には台湾の澄清湖と田沢湖が姉妹湖締結を行い、姉妹校締結やマラソン、温泉などの連携協定も結ばれ、国内・国際の観光交流が活発な環境が整っています。

この観光交流は地域に新たな価値観と景観価値の認識に直接結びつくことで新たな事業の創出や人材育成にもつながる重要な切り札といえます。持続可能な観光の発展に向け、地域全体で景観価値を最大限に活用し、資源を活かすためにも、観光交流の機会を更に推進していく考えです。

観光需要の国際化・成熟化の中で、地域の豊かで潤いのある文化が重要な役割を果たします。仙北市の地域文化（生活文化）は、地域の風土と生活から育まれる個性的なものであり、持続可能な観光の発展において観光資源となり得ると位置づけられています。そのため、地域全体で観光資源としての地域文化を認識し、地域外に広く伝える観光交流の機会を積極的に推進していくことが重要です。

本計画では、地域の魅力をより多くの人々に知っていただくために、引き続き市民の皆様と協力して、豊かな観光交流を実現していくことを目指しています。

主な取り組み内容： 観光施設の再編（廃止・改修・新設）の検討

観光施設は、観光産業を担う重要な施設であり、時代のニーズに沿った施設機能の充実を図り、適切な維持管理に努めるとともに、施設間の連携強化などを図ります。

また、本市では老朽化している観光施設も多く、経費の削減や、付加価値の側面を考慮した魅力向上、また市内外から観光客を呼び込むために必要となる施設整備・改修、民間事業者への譲渡等の可能性を含め、再編（廃止・改修・新設）に向けた検討を、国や秋田県等とも連携しながら進めます。

主な取り組み内容： 観光振興に係る財源の検討（国交付金や民間資金の導入など）

日本国内においては、観光振興に向けた地域の独自財源の在り方が見直され始めており、いずれも“持続可能な”観点を考慮した検討が各地で進められています。
地域の人たちが豊かにならない観光産業は長続きしません。

本市では、市民幸福度日本一を掲げ、持続可能な観光まちづくりを目指し、「生産性」「効率性」「価値提供」の観点も踏まえ、国交付金や民間資金の導入など、観光振興に係る財源の検討を進めていきます。

●他地域事例
- ・宿泊税の制度化（東京都、大阪府、京都市、金沢市等）
- ・入湯税の超過課税を制度化（釧路市阿寒町等）
- ・観光施設における入場料や駐車料金における適正な価格設定
  ※白川村の世界遺産集落保存協力金（駐車料金に上乗せ等）

(2) 観光需要通年化に向けた取り組み強化

本市観光の主な来訪は桜まつり開催シーズンである4～5月と、アクティビティ需要が高まる8月、紅葉シーズンである10～11月に集中します。反して、閑散期は冬季を中心として長いことが分かっており、需要変動を完全に克服することはかなり厳しいことですが、事業実施においてその変動幅を可能な限り縮小していくことが重要です。

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
- 観光人財投資、事業拡大への規制緩和等、制度の見直し
- 観光事業者の起業支援制度の検討

(3) 観光による地域内経済への貢献

自立性の高い循環型の経済構造を築き、持続可能な観光まちづくりを目指すため、本計画では、観光による地域内経済への貢献に取り組むこととします。

また合わせて、市内全域や他地域間含めた広域周遊を展開することにより、観光消費額の向上を図ります。

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
- 市内全域や広域周遊の促進

(4) 市民意識の向上、地域コミュニティの活性化

市民を含めた地域全体での魅力の掘り起しや向上、観光交流事業の積極的な推進で、「仙北市ブランド」をさらに強化し、「選ばれる観光地」の形成から、市民の愛着や誇りの醸成を図ります。

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
- 観光交流事業の推進

（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

デジタル社会において集積される様々なマーケティングデータの活用と、実施事業ごとのターゲット選定や情報発信に関わる体制の見直し、その他リピーター確保や長期滞在に配慮した取り組みを実施します。また、秋田県版DMPの導入や、観光事業者経営のデジタル化などの観光DXを地域全体で推進します。

主な取り組み内容
- 実施事業毎のターゲットやペルソナ設定、情報発信体制の見直し等
- リピーター確保に向けたプログラムやイベント企画等
- 滞在型プランの創出や誘客戦略等の検討
- 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）

（6） 高付加価値化に向けた体験型観光の推進

第二次観光振興計画においても積極的に取り組んできた体験型観光は、「高付加価値化」という新たな観点に立ち、体験・サービス・食コンテンツ等、「本物の価値」の提供に向けて、より一層の充実・強化を図ります。

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
- 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

（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

体験型観光の推進に合わせ、観光関連サービス等を拡充することにより、観光客の選択肢を増やし、滞在時間の延伸や、日帰り観光から宿泊観光への転換を図ります。また、引き続き、インバウンドニーズに応じた受入環境の磨き上げに取り組みます。

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
- 二次交通の不便さ解消（観光MaaS等）
- 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
- 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

● 3. 取り組み方針、取り組み内容に関する、今後5年間の実施時期 ●

［取り組み方針、主な取り組み内容の実施時期］

※通期：5か年度で実施、前期：おおむね前期3年度以内、後期：おおむね後期2年度以内

※下記実施時期は、5か年において、各取り組みの重点実施期間として設定しています

取り組み方針	主な取り組み内容	実施時期
仙北市が目指す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	通期
	観光産業を担う専門的かつ多様な人財の確保・育成	前期
	観光交流機会の創出	通期
	観光施設の再編（廃止・改修・新設）の検討	前期
	観光振興に係る財源の検討　等	通期
観光需要通年化に向けた取り組み強化	繁忙期と閑散期の利益差解消に向けた事業推進	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	前期
	観光事業者の起業支援制度の検討　等	前期
観光による地域内経済への貢献	地域資源や地元産品、サービス等の利活用促進	後期
	市内全域や広域周遊の促進　等	通期
市民意識の向上、地域コミュニティの活性化	市民による地域の魅力の再発見、再認識	前期
	観光交流事業の推進　等	後期
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	実施事業毎のターゲット設定、情報発信体制の見直し	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	後期
	滞在型プランの創出や誘客戦略等の検討	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　等）	前期
高付加価値化に向けた体験型観光の推進	「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	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	通期
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	観光客のニーズを踏まえたサービスの提供、情報発信等	通期
	二次交通の不便さ解消（観光MaaS等）	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	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	通期

仙北市は持続可能な開発目標（SDGs）を支援しています

第６章

推進体制

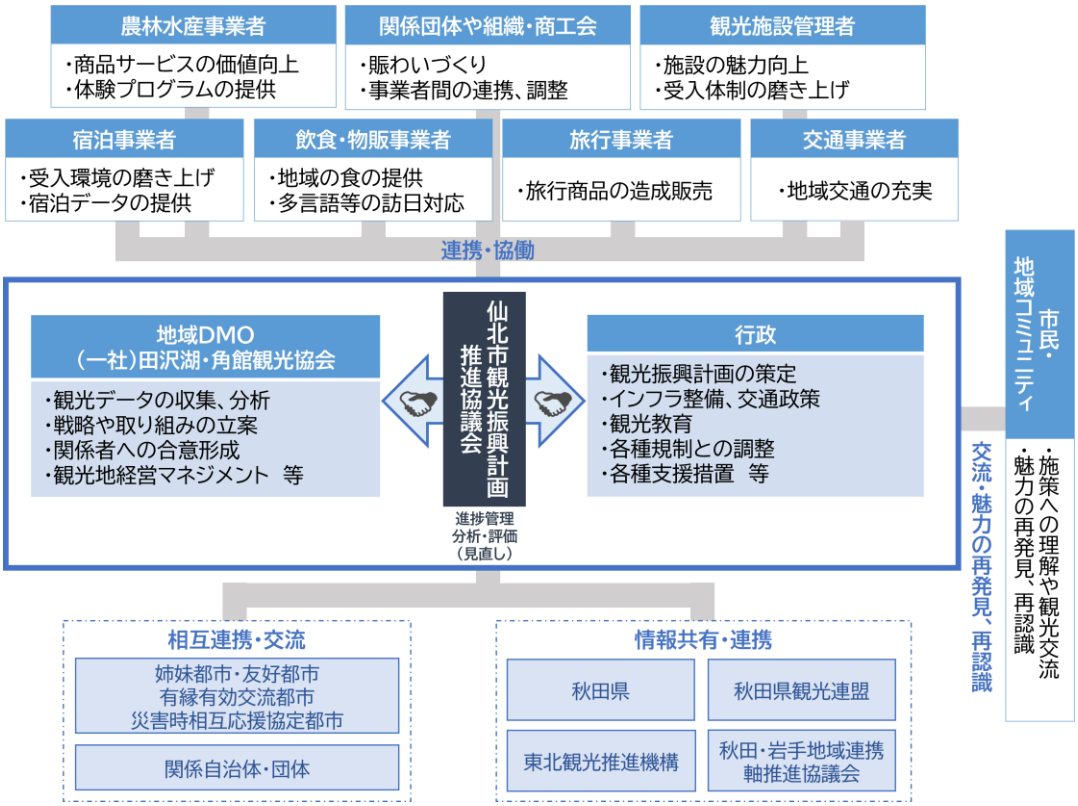
・ 推進体制について ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 89

第６章
推進体制

より計画的かつ有効的な計画推進を図るため、本計画の推進協議会を新たに設置します。「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、本計画の進捗を把握・確認しながら、観光振興施策を推進していきます。

また、本計画を推進していくためには、行政やDMOはもちろんのこと、市民・地域コミュニティ、各事業者、観光施設、関係団体・組織・商工会など、仙北市に関わるすべての人が、それぞれの領域で地域課題に向き合う事が必要不可欠です。

※それぞれの立場に記載されている項目は、「地域課題との向き合い方」に関する一例です。



「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。

Point!

定期的に情報交換や報告会を行い、観光関係者全体で共通の認識をもって地域課題に向き合い、観光振興施策を推進をすると共に、市民や地域のコミュニティとの交流機会を創出します。

計画策定

策定について

- 第3次仙北市観光振興計画の策定経過　・・・・・・・・・・・・ 91-93
- 第3次仙北市観光振興計画
  策定委員・ワーキンググループ名簿　・・・・・・・・・・・・・・・・・ 94

第3次仙北市観光振興計画の策定経過

［令和4年度］

10月　27日　策定委員会・ワーキンググループ顔合わせ（合同説明会）

11月　10日【第1回ワーキンググループ】

・仙北市観光の現状と課題について

・仙北市観光の今後向かうべき方向性について

・骨子案について

11月　18日【第1回策定委員会】

・骨子案について

・仙北市観光が目指す姿について

11月　29日【第2回ワーキンググループ】

・第1回策定委員会の審議内容、意見報告

・場づくりから考える地域振興について

・5年後までに達成すべき目標について

・アクション想定について

12月　7日【第2回策定委員会】

・第2回ワーキンググループの報告

・骨子案の詳細内容について

12月　21日【第3回ワーキンググループ】

・第2回策定委員会の審議内容、意見報告

・第二次仙北市観光振興計画の振り返り

・第3次仙北市観光振興計画のストーリーライン

第3次仙北市観光振興計画の策定経過

［令和4年度］

1月　24日【第3回策定委員会】

・今後の計画策定の見通しについて

・基礎調査分析に関する報告

1月　31日【第4回ワーキンググループ】

・今後の計画策定の見通しについて

・基礎調査分析に関する報告

・指標の検討について

2月　16日【第5回ワーキンググループ】

・第4回ワーキンググループのまとめについて

・指標についてのグループワーク

・事業者ヒアリング調査について

3月　24日【第6回ワーキンググループ】

・第5回ワーキンググループのまとめについて

・指標についてのグループワーク

3月　24日【第4回策定委員会】

・第4～6回ワーキンググループの報告

・指標に関する審議

・事業者ヒアリング調査について

第3次仙北市観光振興計画の策定経過

［令和5年度］

5月　11日【第7回ワーキンググループ】

・第6回ワーキンググループのまとめについて

・グランドデザイン概念について

・アクションプランについてのグループワーク

6月　　8日【第8回ワーキンググループ】

・第7回ワーキンググループのまとめについて

・アクションプランについてのグループワーク

・全体構成について

・グランドデザインについて

6月　15日【第5回策定委員会】

・観光振興計画策定進捗の報告

・グランドデザイン、アクションプランについて

・全体構成について

7月　13日【第6回策定委員会・第9回ワーキンググループ合同開催】

・第3次仙北市観光振興計画（素案）について

8月　　7日　パブリックコメントの受付　　～ 8月　31日

9月　28日【第7回策定委員会】

・第3次仙北市観光振興計画（案）について

第3次仙北市観光振興計画
策定委員・ワーキンググループ名簿

［策定委員会］

氏名	所属・役職等
山内　和彦	一般社団法人東北観光推進機構　元外部専門人材 株式会社スプラウトジャパン　代表取締役
吉田　由喜子	東日本旅客鉄道株式会社　秋田支社　営業部長
山本　啓太	東日本旅客鉄道株式会社　秋田支社　地域共創部長
安藤　大輔	一般社団法人田沢湖・角館観光協会　会長
佐藤　裕之	一般社団法人仙北市農山村体験推進協議会　会長
草彅 郁太郎	仙北市　観光文化スポーツ部　部長
小田野　直光	仙北市　観光文化スポーツ部　部長

［ワーキンググループ］

氏名	所属・役職等
佐藤　貢一郎	一般社団法人田沢湖・角館観光協会　マーケティング部会（田沢湖）
佐藤　慎	一般社団法人田沢湖・角館観光協会　マーケティング部会（角館）
桑島　功	一般社団法人田沢湖・角館観光協会　専務理事
柴田　亜希子	東日本旅客鉄道株式会社　秋田支社　地域共創部　地域連携ユニット マネージャー
須崎　裕	株式会社hinata（ひなたエキス）　代表取締役
田口　聡美	仙北市　観光文化スポーツ部　次長　兼 交流デザイン課　課長
明平　英晃	仙北市　総務部総務課　事務事業統合調整室 行政DX推進班長

参考資料

仙北市　月別:地区別入込客延べ人数

2019年 平成31年・令和元年	月別入込客延べ人数												
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	計
田沢湖地区計	110,113	127,084	101,539	241,170	186,626	136,950	166,092	221,462	184,321	225,803	116,115	74,582	**1,891,857**
八幡平・玉川地区	3,245	2,520	2,329	14,807	42,778	29,287	26,322	46,786	48,846	66,619	22,360	2,404	**308,303**
田沢湖高原地区	79,114	95,873	64,349	44,844	55,929	47,814	68,686	69,762	53,526	51,981	36,571	34,266	**702,715**
田沢湖地区	17,170	19,026	23,252	165,559	63,052	42,988	55,641	86,229	63,439	39,012	40,993	27,233	**643,594**
神代地区	10,584	9,665	11,609	15,960	24,867	16,861	15,443	18,685	18,510	68,191	16,191	10,679	**237,245**
西木地区計	8,382	19,977	8,943	51,530	69,812	40,553	32,990	54,638	46,718	80,249	70,018	20,359	**504,169**
角館地区計	30,900	38,624	37,717	1,094,606	624,920	91,774	75,824	111,335	273,319	123,277	101,946	36,055	**2,640,297**
合計	149,395	185,685	148,199	1,387,306	881,358	269,277	274,906	387,435	504,358	429,329	288,079	130,996	**5,036,323**
前年同期	154,138	174,647	152,730	1,459,686	634,640	275,534	276,137	384,953	531,051	532,224	291,194	127,222	4,994,156
前年比(%)	96.92%	106.32%	97.03%	95.04%	138.88%	97.73%	99.55%	100.64%	94.97%	80.67%	98.93%	102.97%	100.84%

2020年 令和2年	月別入込客延べ人数												
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	計
田沢湖地区計	126,158	129,005	77,122	22,585	25,554	89,051	135,178	176,622	165,690	210,739	132,764	71,962	**1,362,430**
八幡平・玉川地区	3,567	2,745	1,449	3,191	3,589	12,769	16,242	23,756	36,214	64,613	24,157	3,073	**195,365**
田沢湖高原地区 (乳頭・水沢含む)	83,357	90,672	40,116	7,089	3,216	26,660	43,990	48,889	52,530	57,137	43,431	41,090	**538,177**
田沢湖地区	26,426	24,515	28,093	11,580	13,688	43,251	63,506	93,447	63,644	70,588	49,468	19,468	**507,674**
神代地区	12,808	11,073	7,464	725	5,061	6,371	11,440	10,530	13,302	18,401	15,708	8,331	**121,214**
西木地区計	9,057	11,851	5,065	7,531	11,792	29,401	30,500	35,506	37,085	68,224	76,928	19,886	**342,826**
角館地区計	35,092	35,454	24,209	8,743	14,605	24,224	36,250	39,494	54,619	95,123	80,864	27,935	**476,612**
合計	170,307	176,310	106,396	38,859	51,951	142,676	201,928	251,622	257,394	374,086	290,556	119,783	**2,181,868**
前年同期	149,395	185,685	148,199	1,387,306	881,358	269,277	274,906	387,435	504,358	429,329	288,079	130,996	5,036,323
前年比(%)	114.00%	94.95%	71.79%	2.80%	5.89%	52.98%	73.45%	64.95%	51.03%	87.13%	100.86%	91.44%	43.32%

2021年 令和3年	月別入込客延べ人数												
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	計
田沢湖地区計	73,117	81,962	75,307	69,210	109,544	88,769	137,904	147,463	124,213	189,002	118,978	61,706	**1,277,175**
八幡平・玉川地区	1,457	1,403	1,691	10,947	24,108	14,297	19,722	28,045	34,208	58,862	18,867	3,006	**216,613**
田沢湖高原地区 (乳頭・水沢含む)	52,656	52,257	41,678	25,954	32,024	33,370	46,612	40,632	35,772	45,318	34,830	36,808	**477,911**
田沢湖地区	12,898	19,820	23,747	25,520	43,294	33,062	61,364	67,983	42,856	56,129	35,312	12,861	**434,846**
神代地区	6,106	8,482	8,191	6,789	10,118	8,040	10,206	10,803	11,377	28,693	29,969	9,031	**147,805**
西木地区計	6,281	6,599	9,542	17,878	24,544	21,439	28,225	36,350	40,661	55,759	45,461	20,690	**313,429**
角館地区計	14,932	19,546	22,157	340,373	80,671	25,375	31,678	33,043	29,461	56,238	54,346	23,945	**731,765**
合計	94,330	108,107	107,006	427,461	214,759	135,583	197,807	216,856	194,335	300,999	218,785	106,341	**2,322,369**
前年同期	170,307	176,310	106,396	38,859	51,951	142,676	201,928	251,622	257,394	374,086	290,556	119,783	2,181,868
前年比(%)	55.39%	61.32%	100.57%	1100.03%	413.39%	95.03%	97.96%	86.18%	75.50%	80.46%	75.30%	88.78%	106.44%

参考資料

仙北市　月別:地区別入込客延べ人数

2022年	月別入込客延べ人数												
令和4年	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	計
田沢湖地区計	88,113	68,913	76,155	107,719	147,000	114,162	158,045	162,707	158,930	256,644	115,915	70,489	**1,524,792**
八幡平・玉川地区	2,968	2,292	1,980	15,026	36,006	23,786	22,203	31,872	41,327	68,080	21,768	3,355	**270,663**
田沢湖高原地区	61,024	48,558	47,064	29,704	40,254	40,601	55,966	47,352	49,684	66,335	38,507	45,769	**570,818**
田沢湖地区	15,370	12,508	20,516	54,145	57,611	36,599	61,619	72,384	53,468	59,644	33,400	13,003	**490,267**
神代地区	8,751	5,555	6,595	8,844	13,129	13,176	18,257	11,099	14,451	62,585	22,240	8,362	**193,044**
西木地区計	8,721	7,099	5,309	29,589	27,111	20,753	28,003	43,464	43,917	57,795	50,649	21,074	**343,484**
角館地区計	19,710	17,010	15,760	578,373	175,179	43,982	42,707	58,386	118,224	99,694	60,472	19,761	**1,249,258**
合計	116,544	93,022	97,224	715,681	349,290	178,897	228,755	264,557	321,071	414,133	227,036	111,324	**3,117,534**
前年同期	94,330	108,107	107,006	427,461	214,759	135,583	197,807	216,856	194,335	300,999	218,785	106,341	2,322,369
前年比(%)	123.55%	86.05%	90.86%	167.43%	162.64%	131.95%	115.65%	122.00%	165.22%	137.59%	103.77%	104.69%	134.24%

2023年	月別入込客延べ人数												
令和5年	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	計
田沢湖地区計	98,882	96,831	77,904	120,367	154,545	133,837	－	－	－	－	－	－	**682,366**
八幡平・玉川地区	3,482	3,201	4,484	17,473	39,113	27,272	－	－	－	－	－	－	**95,025**
田沢湖高原地区	72,096	72,635	36,570	32,170	42,298	49,889	－	－	－	－	－	－	**305,658**
田沢湖地区	13,523	14,457	24,581	60,983	56,971	40,395	－	－	－	－	－	－	**210,910**
神代地区	9,781	6,538	12,269	9,741	16,163	16,281	－	－	－	－	－	－	**70,773**
西木地区計	6,583	10,086	5,923	37,322	48,986	29,887	－	－	－	－	－	－	**138,787**
角館地区計	18,416	26,757	32,089	649,907	247,480	61,274	－	－	－	－	－	－	**1,035,923**
合計	123,881	133,674	115,916	807,596	451,011	224,998	－	－	－	－	－	－	**1,857,076**
前年同期	116,544	93,022	97,224	715,681	349,290	178,897	228,755	264,557	321,071	414,133	227,036	111,324	3,117,534
前年比(%)	106.30%	143.70%	119.23%	112.84%	129.14%	125.77%							59.57%
2019年比	82.92%	71.99%	78.22%	58.21%	51.17%	83.56%							

※黄色のセルは2023年4月～6月の速報値

参考資料

仙北市　月別:地区別宿泊人数

2019年 平成31年･令和元年	月別宿泊人数												
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	計
田沢湖地区計	26,744	27,787	26,473	32,437	45,441	40,624	39,860	56,161	44,100	46,577	32,379	18,920	**437,503**
八幡平・玉川地区	3,149	2,485	2,226	7,263	16,361	15,130	11,474	15,211	15,293	16,380	10,438	2,259	**117,669**
乳頭温泉郷	6,557	6,543	6,568	7,467	8,165	8,067	8,112	11,280	7,988	8,102	5,560	4,981	**89,390**
田沢湖高原温泉郷	6,532	9,333	7,481	6,390	8,326	8,927	8,834	8,908	8,199	7,587	7,926	4,275	**92,718**
水沢温泉郷	8,832	7,635	8,804	6,483	5,766	3,161	6,793	10,770	6,421	8,760	5,900	5,643	**84,968**
田沢湖地区	416	405	205	2,136	2,381	1,448	2,570	7,102	3,375	2,560	829	476	**23,903**
生保内地区	203	231	165	152	214	73	80	122	238	283	198	227	**2,186**
神代地区	1,055	1,155	1,024	2,546	4,228	3,818	1,997	2,768	2,586	2,905	1,528	1,059	**26,669**
西木地区計	1,608	1,740	1,559	1,893	1,965	1,074	1,515	2,253	1,391	1,635	1,237	1,057	**18,927**
角館地区計	2,412	2,997	1,916	4,692	6,601	6,168	3,631	4,571	4,227	4,877	3,940	2,505	**48,537**
合計	30,764	32,524	29,948	39,022	54,007	47,866	45,006	62,985	49,718	53,089	37,556	22,482	**504,967**
前年同期	32,067	29,835	25,735	33,971	53,776	49,417	44,465	62,870	53,959	61,159	37,217		
前年比(%)	95.94%	109.01%	116.37%	114.87%	100.43%	96.86%	101.22%	100.18%	92.14%	86.80%	100.91%		

2020年 令和2年	月別宿泊人数												
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	計
田沢湖地区計	29,930	28,752	14,451	3,769	2,631	12,735	26,296	37,403	39,566	50,075	42,655	23,146	**311,409**
八幡平・玉川地区	3,420	2,618	1,445	1,493	2,058	5,451	6,956	9,306	11,655	16,387	12,583	2,848	**76,220**
乳頭温泉郷	6,786	6,393	5,717	1,013	132	3,228	7,059	8,433	7,960	8,827	7,018	5,638	**68,204**
田沢湖高原温泉郷	8,043	8,948	3,360	216	166	580	3,359	5,278	7,142	11,676	11,846	5,831	**66,445**
水沢温泉郷	9,258	8,448	2,733	663	26	1,777	5,244	7,271	7,524	8,156	7,116	6,000	**64,216**
田沢湖地区	515	553	158	111	244	987	2,386	5,260	3,691	2,969	1,912	1,176	**19,962**
生保内地区	205	246	199	147	5	78	50	98	294	435	420	143	**2,320**
神代地区	1,703	1,546	839	126	0	634	1,242	1,757	1,300	1,625	1,760	1,510	**14,042**
西木地区計	1,305	1,222	458	222	141	185	896	1,078	1,367	1,411	1,305	968	**10,558**
角館地区計	2,679	2,641	1,394	506	370	1,071	1,799	1,757	2,735	3,721	3,661	2,094	**24,428**
合計	33,914	32,615	16,303	4,497	3,142	13,991	28,991	40,238	43,668	55,207	47,621	26,208	**346,395**
前年同期	30,764	32,524	29,948	39,022	54,007	47,866	45,006	62,985	49,718	53,089	37,556	22,482	504,967
前年比(%)	110.24%	100.28%	54.44%	11.52%	5.82%	29.23%	64.42%	63.89%	87.83%	103.99%	126.80%	116.57%	68.6

参考資料

仙北市　月別:地区別宿泊人数

2021年	月別宿泊人数												
令和3年	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	計
田沢湖地区計	13,478	16,413	14,124	16,712	27,580	19,821	30,724	33,408	28,151	38,331	29,606	20,376	**288,724**
八幡平・玉川地区	1,413	1,351	1,616	4,613	9,528	6,650	8,876	9,550	11,028	14,307	10,010	2,926	**81,868**
乳頭温泉郷	3,876	4,100	5,038	4,362	5,227	4,668	6,726	7,101	6,397	8,144	6,321	5,663	**67,623**
田沢湖高原温泉郷	1,488	2,792	1,498	1,982	3,649	1,255	3,733	4,592	2,392	5,246	5,007	3,804	**37,438**
水沢温泉郷	4,775	6,136	4,698	3,875	5,304	3,991	5,930	5,831	4,943	6,211	5,285	5,908	**62,887**
田沢湖地区	693	747	213	746	1,970	1,416	3,322	4,736	2,138	2,351	1,073	613	**20,018**
生保内地区	141	138	180	144	198	226	295	200	281	307	210	283	**2,603**
神代地区	1,092	1,149	881	990	1,704	1,615	1,842	1,398	972	1,765	1,700	1,179	**16,287**
西木地区計	994	1,041	479	779	940	766	1,147	1,281	1,011	1,350	1,242	592	**11,622**
角館地区計	1,068	1,780	1,306	2,488	1,543	1,661	1,965	1,870	2,028	2,807	2,840	2,463	**23,819**
合計	15,540	19,234	15,909	19,979	30,063	22,248	33,836	36,559	31,190	42,488	33,688	23,431	**324,165**
前年同期	33,914	32,615	16,303	4,497	3,142	13,991	28,991	40,238	43,668	55,207	47,621	26,208	346,395
前年比(%)	45.82%	58.97%	97.58%	444.27%	956.81%	159.02%	116.71%	90.86%	71.43%	76.96%	70.74%	89.40%	93.6

2022年	月別宿泊人数												
令和4年	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	計
田沢湖地区計	18,798	14,312	15,226	24,790	39,591	33,484	34,779	42,263	40,736	51,301	35,653	23,092	**374,025**
八幡平・玉川地区	2,733	2,023	1,710	6,300	14,436	12,563	10,641	11,673	13,919	16,317	11,593	3,167	**107,075**
乳頭温泉郷	5,535	4,926	5,138	5,415	7,421	6,748	7,431	8,452	7,793	9,084	6,566	5,904	**80,413**
田沢湖高原温泉郷	2,720	1,648	1,520	4,273	5,548	4,279	5,914	7,828	6,590	10,903	6,150	4,731	**62,104**
水沢温泉郷	5,805	4,330	5,696	5,560	6,022	6,005	5,871	8,020	6,437	8,861	7,706	7,007	**77,320**
田沢湖地区	733	371	303	1,388	2,715	1,521	2,993	4,229	2,996	3,369	1,293	738	**22,649**
生保内地区	266	369	90	151	277	291	254	268	418	373	248	209	**3,214**
神代地区	1,006	645	769	1,703	3,172	2,077	1,675	1,793	2,583	2,394	2,097	1,336	**21,250**
西木地区計	1,398	1,200	966	1,062	1,124	1,137	1,366	2,014	1,742	2,303	1,633	1,460	**17,405**
角館地区計	1,832	1,717	1,156	3,360	2,788	2,969	2,805	3,277	3,341	4,381	3,869	2,312	**33,807**
合計	22,028	17,229	17,348	29,212	43,503	37,590	38,950	47,554	45,819	57,985	41,155	26,864	**425,237**
前年同期	15,540	19,234	15,909	19,979	30,063	22,248	33,836	36,559	31,190	42,488	33,688	23,431	324,165
前年比(%)	141.75%	89.58%	109.05%	146.21%	144.71%	168.96%	115.11%	130.07%	146.90%	136.47%	122.17%	114.65%	131.2

参考資料

仙北市　月別:地区別宿泊人数

2023年	月別宿泊人数												
令和5年	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	計
田沢湖地区計	22,979	21,664	24,850	28,376	42,018	39,429	－	－	－	－	－	－	179,316
八幡平・玉川地区	3,311	3,116	4,302	7,237	14,713	15,101	－	－	－	－	－	－	47,780
乳頭温泉郷	6,217	5,842	6,421	6,086	7,603	7,113	－	－	－	－	－	－	39,282
田沢湖高原温泉郷	3,486	4,066	4,464	3,923	5,112	5,401	－	－	－	－	－	－	26,452
水沢温泉郷	7,987	6,700	7,449	7,237	7,358	6,464	－	－	－	－	－	－	43,195
田沢湖地区	639	502	638	1,438	2,843	1,760	－	－	－	－	－	－	7,820
生保内地区	155	228	175	240	310	285	－	－	－	－	－	－	1,393
神代地区	1,184	1,210	1,401	2,215	4,079	3,305	－	－	－	－	－	－	13,394
西木地区計	1,493	1,639	1,451	1,651	1,964	1,412	－	－	－	－	－	－	9,610
角館地区計	1,684	2,429	2,770	4,317	3,797	3,627	－	－	－	－	－	－	18,624
合計	26,156	25,732	29,071	34,344	47,779	44,468	－	－	－	－	－	－	207,550
前年同期	22,028	17,229	17,348	29,212	43,503	37,590	38,950	47,554	45,819	57,985	41,155	26,864	425,237
前年比(%)	118.74%	149.35%	167.58%	117.57%	109.83%	118.30%							48.8
2019年比	85.02%	79.12%	97.07%	88.01%	88.47%	92.90%							

※黄色のセルは2023年4月～6月の速報値

参考資料

仙北市　月別：国別宿泊人数（インバウンド）

2019年(平成31・令和元年)		月別出身国別宿泊人数												
		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	計
アジア		2,723	4,842	1,604	2,958	1,258	1,149	1,370	1,449	1,361	5,707	2,840	2,077	29,338
	韓国	685	1,695	273	211	394	204	78	100	22	138	75	201	4,076
	台湾	1,299	1,853	921	1,619	416	650	893	919	882	3,308	1,719	1,009	15,488
	中国(香港を除く)	288	455	56	294	134	90	196	180	238	426	282	151	2,790
	香港	247	367	165	370	148	158	124	217	157	804	457	311	3,525
	タイ	155	355	106	292	105	19	47	10	26	814	225	264	2,418
	シンガポール	38	45	32	116	55	9	20	4	26	152	45	62	604
	マレーシア	6	19	8	37	0	2	0	1	0	43	19	63	198
	インドネシア	3	2	8	5	0	0	0	10	0	18	1	14	61
	フィリピン	0	1	0	2	0	1	0	0	0	2	2	0	8
	ベトナム	0	0	2	4	0	4	0	0	0	0	3	0	13
	インド	0	0	0	4	0	0	0	1	0	2	0	0	7
	その他アジア諸国	2	50	33	4	6	12	12	7	10	0	12	2	150
ヨーロッパ		49	321	69	210	162	118	124	368	177	228	206	51	2,083
	英国	12	90	17	66	22	46	4	45	62	45	80	12	501
	フランス	13	22	13	37	70	18	49	160	37	63	57	12	551
	ドイツ	7	29	15	34	26	18	13	21	49	25	11	3	251
	イタリア	0	36	0	10	14	1	2	54	8	6	4	6	141
	ロシア	0	5	0	2	0	0	0	6	0	3	13	0	29
	スペイン	2	6	1	2	7	0	8	62	8	23	26	6	151
	その他ヨーロッパ	15	133	23	59	23	35	48	20	13	63	15	12	459
アフリカ		0	0	4	0	1	2	0	0	0	2	0	0	9
米国		59	233	53	132	115	145	144	114	96	206	82	81	1,460
カナダ		6	98	8	9	30	16	8	5	14	28	9	13	244
南米		6	2	2	31	0	0	3	0	1	6	10	0	61
オセアニア		204	143	31	177	99	28	58	39	124	104	57	132	1,196
不明		248	544	225	363	205	118	199	303	242	536	173	188	3,344
外国人数合計		3,295	6,183	1,996	3,880	1,870	1,576	1,906	2,278	2,015	6,817	3,377	2,542	37,735

2020年(令和2年)		月別出身国別宿泊人数												
		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	計
アジア		4,200	3,461	101	3	0	0	24	8	6	8	8	7	7,826
	韓国	611	189	2	0	0	0	0	0	2	0	0	0	804
	台湾	1,998	2,095	7	0	0	0	14	1	0	0	0	2	4,117
	中国(香港を除く)	616	166	38	3	0	0	1	5	1	5	2	0	837
	香港	528	437	31	0	0	0	0	0	0	0	0	1	997
	タイ	312	457	12	0	0	0	0	2	0	2	0	0	785
	シンガポール	70	63	7	0	0	0	3	0	0	0	0	0	143
	マレーシア	30	42	0	0	0	0	6	0	0	0	0	0	78
	インドネシア	20	3	0	0	0	0	0	0	2	0	2	0	27
	フィリピン	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5
	ベトナム	8	1	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	13
	インド	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	8
	その他アジア諸国	5	1	4	0	0	0	0	0	1	1	0	0	12
ヨーロッパ		31	209	40	3	0	4	11	16	11	8	0	2	335
	英国	21	89	11	0	0	0	0	2	1	3	0	0	127
	フランス	5	90	15	1	0	4	1	10	9	4	0	2	141
	ドイツ	3	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7
	イタリア	0	2	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	4
	ロシア	0	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	12
	スペイン	0	0	4	0	0	0	0	2	1	0	0	0	7
	その他ヨーロッパ	2	16	6	2	0	0	8	2	0	1	0	0	37
アフリカ		3	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5
米国		62	277	53	4	0	0	3	9	14	6	4	4	436
カナダ		8	25	0	2	0	0	0	4	11	2	0	2	54
南米		0	2	6	4	0	0	2	0	0	0	0	0	14
オセアニア		279	285	4	0	0	0	0	12	0	0	0	0	580
不明		169	1,085	41	2	0	2	0	0	4	0	3	0	1,306
外国人数合計		4,752	5,346	245	18	0	6	40	49	46	24	15	15	10,556

参考資料

仙北市　月別:国別宿泊人数（インバウンド）

2021年(令和3年)		月別出身国別宿泊人数												
		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	計
アジア		32	39	31	1	2	0	0	6	0	5	2	0	118
	韓国	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	台湾	3	6	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	12
	中国(香港を除く)	26	31	29	0	0	0	0	6	0	0	2	0	94
	香港	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	タイ	2	0	2	0	0	0	0	0	0	3	0	0	7
	シンガポール	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	マレーシア	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
	インドネシア	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	フィリピン	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	ベトナム	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	インド	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	その他アジア諸国	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
ヨーロッパ		0	0	4	3	6	0	5	0	0	0	9	0	27
	英国	0	0	0	1	3	0	2	0	0	0	9	0	15
	フランス	0	0	2	0	0	0	3	0	0	0	0	0	5
	ドイツ	0	0	0	2	3	0	0	0	0	0	0	0	5
	イタリア	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	ロシア	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	スペイン	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
	その他ヨーロッパ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
アフリカ		0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	3
米国		2	8	17	0	3	0	0	9	0	6	2	0	47
カナダ		0	0	0	0	4	0	0	0	3	0	0	0	7
南米		2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
オセアニア		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
不明		18	6	1	0	0	0	113	186	2	0	0	0	326
外国人数合計		54	53	53	4	15	0	118	201	8	11	13	0	530

2022年(令和4年)		月別出身国別宿泊人数												
		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	計
アジア		10	6	1	6	5	11	13	22	14	378	639	806	1911
	韓国	0	0	0	2	0	0	0	0	0	29	10	147	188
	台湾	1	0	0	1	1	0	1	12	2	115	180	104	417
	中国	8	4	0	2	4	0	7	0	6	17	39	79	166
	香港	1	0	0	0	0	0	0	7	6	75	180	167	436
	タイ	0	0	1	0	0	2	3	1	0	40	128	104	279
	シンガポール	0	0	0	1	0	6	0	0	0	53	58	104	222
	マレーシア	0	0	0	0	0	0	0	0	0	36	19	65	120
	インドネシア	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	21	26	49
	フィリピン	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	0	0	6
	ベトナム	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	4	6	11
	インド	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	その他アジア	0	0	0	0	0	3	2	1	0	7	0	4	17
ヨーロッパ		1	3	0	1	10	0	19	32	4	90	41	53	254
	英国	0	0	0	0	0	0	6	1	0	17	19	7	50
	フランス	0	0	0	0	0	0	0	5	2	45	2	35	89
	ドイツ	0	0	0	1	0	0	0	0	0	10	10	0	21
	イタリア	0	0	0	0	6	0	0	2	0	0	0	1	9
	ロシア	1	0	0	0	0	0	0	1	0	2	0	1	5
	スペイン	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	その他ヨーロッパ	0	3	0	0	4	0	13	23	2	16	10	9	80
アフリカ		0	3	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5
米国		3	15	0	0	14	19	25	0	32	43	80	118	349
カナダ		0	2	0	2	0	0	0	2	2	0	6	6	20
南米		0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	3
オセアニア		0	2	0	12	0	0	2	2	3	36	50	71	178
不明		2	2	0	0	4	4	10	16	3	3	23	32	99
外国人数合計		16	33	3	21	33	34	69	74	58	553	839	1086	2819

参考資料

仙北市　月別:国別宿泊人数（インバウンド）

2023年(令和5年)		月別出身国別宿泊人数												
		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	計
アジア		1522	1746	738	1724	694	867	0	0	0	0	0	0	7313
	韓国	413	419	51	9	22	97	0	0	0	0	0	0	1011
	台湾	434	548	247	677	247	412	0	0	0	0	0	0	2582
	中国	121	114	61	234	177	117	0	0	0	0	0	0	827
	香港	292	318	117	323	107	106	0	0	0	0	0	0	1263
	タイ	174	241	108	200	55	3	0	0	0	0	0	0	781
	シンガポール	51	43	124	164	62	100	0	0	0	0	0	0	544
	マレーシア	27	53	6	67	5	13	0	0	0	0	0	0	171
	インドネシア	0	2	8	13	5	5	0	0	0	0	0	0	33
	フィリピン	0	0	4	14	0	14	0	0	0	0	0	0	32
	ベトナム	4	2	0	9	0	0	0	0	0	0	0	0	15
	インド	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
	その他アジア	5	4	12	14	14	0	0	0	0	0	0	0	51
ヨーロッパ		154	96	55	293	326	145	0	0	0	0	0	0	1069
	英国	19	12	12	52	19	24	0	0	0	0	0	0	138
	フランス	6	22	13	60	106	57	0	0	0	0	0	0	264
	ドイツ	11	7	2	61	38	14	0	0	0	0	0	0	133
	イタリア	10	15	1	8	53	4	0	0	0	0	0	0	91
	ロシア	0	0	0	0	0	6	0	0	0	0	0	0	6
	スペイン	5	0	0	18	16	15	0	0	0	0	0	0	54
	その他ヨーロッパ	103	40	27	94	94	25	0	0	0	0	0	0	383
アフリカ		0	0	0	0	8	0	0	0	0	0	0	0	8
米国		136	163	55	176	161	135	0	0	0	0	0	0	826
カナダ		2	29	0	42	42	71	0	0	0	0	0	0	186
南米		0	1	13	4	2	10	0	0	0	0	0	0	30
オセアニア		199	280	25	101	55	18	0	0	0	0	0	0	693
不明		45	26	225	274	115	46	0	0	0	0	0	0	731
外国人数合計		2058	2341	1111	2614	1403	1292	0	0	0	0	0	0	10856
	2019年比	62.46 %	37.86 %	55.66 %	67.84 %	76.04 %	81.98 %							

※黄色のセルは2023年4月～6月の速報値

第3次仙北市観光振興計画（令和5年度～令和9年度）

発行：令和5年9月
仙北市観光文化スポーツ部観光課
〒014-0392　秋田県仙北市角館町中菅沢81-8（角館庁舎）
Tel.0187-43-3352　　Fax. 0187-54-4102

仙北市
SEMBOKU CITY