

# 秋田市の観光振興に関する基本方針

令和8年3月

秋 田 市

## 1 策定の趣旨と位置づけ

第15次秋田市総合計画における「プラスの循環戦略」を踏まえ、同戦略で目指す観光振興による経済効果を早期に実現するための基本方針として策定するものである。

## 2 策定の視点

- (1) 人と消費を呼び込むため、多様化する旅行ニーズへの対応や冬季誘客といった長年の課題に加え、インバウンド観光の促進やデジタル技術を活用した効果的なプロモーションなど、新たな課題に適應した取組を推進するための基本方針とする。
- (2) データ分析に基づく状況把握により、観光分野における本市の「強みを活かす」「弱みを克服する」ための効果的・具体的な施策事業を企画立案するための基本方針とする。
- (3) 関係団体等と市が、課題と戦略を共有しスピード感を持った施策・事業展開ができるようコンパクトでわかりやすい基本方針とする。

## 3 期間

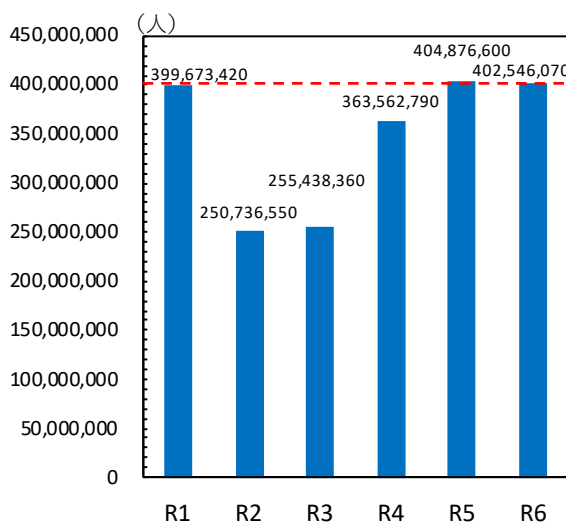
基本的な計画期間は総合計画と合わせて令和8年度～令和12年度の5年間とするものの、観光事業者や関係団体等との意見交換のほか、外部環境の変化などを踏まえて適宜見直しを行う。

## 4 観光の状況について

### ○全国の状況

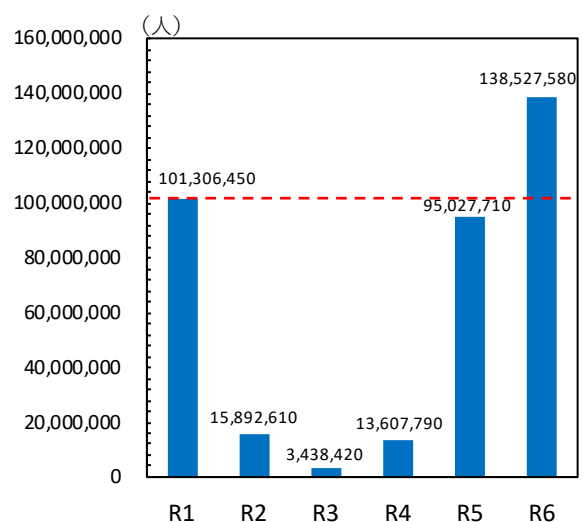
全国の日本人延べ宿泊者数は、コロナ前の令和元年を上回る水準に回復しているほか、外国人延べ宿泊者数はコロナ前を大きく上回っており、インバウンドを中心に回復が鮮明となっている（図表1、2）。

図表1 日本人延べ宿泊者数（全国）



(資料) 観光庁宿泊旅行統計調査より作成 (年)

図表2 外国人延べ宿泊者数（全国）



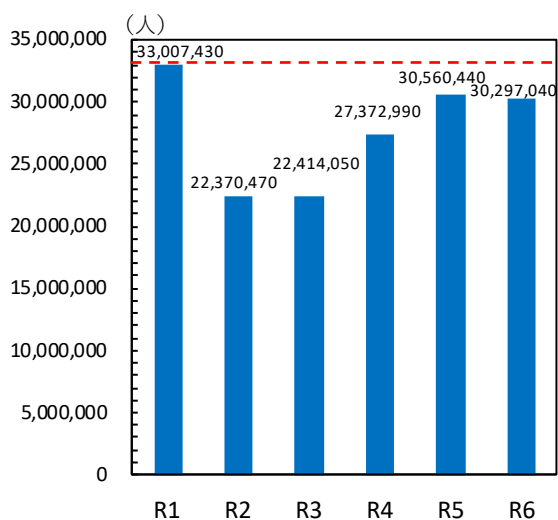
(資料) 観光庁宿泊旅行統計調査より作成 (年)

## ○東北の状況

東北の状況を見ると、日本人延べ宿泊者数はコロナ前の水準に回復していない一方で、外国人延べ宿泊者数はコロナ前を大きく上回っており、インバウンドの回復が目立っている（図表3、4）。

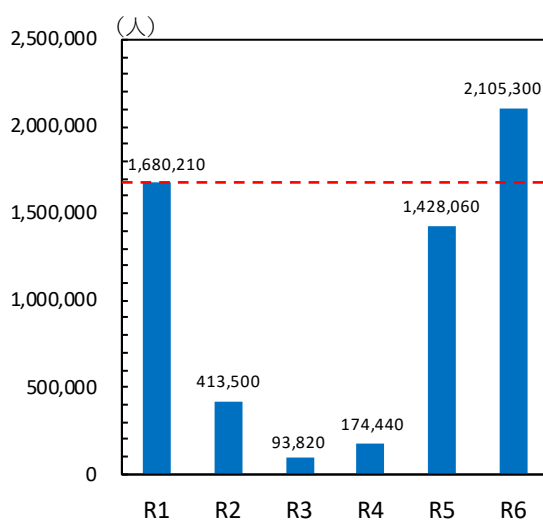
ただし、令和6年の運輸局別外国人延べ宿泊者数をみると、東北は四国に次ぐ低い水準となっている（図表5）。

図表3 日本人延べ宿泊者数（東北）



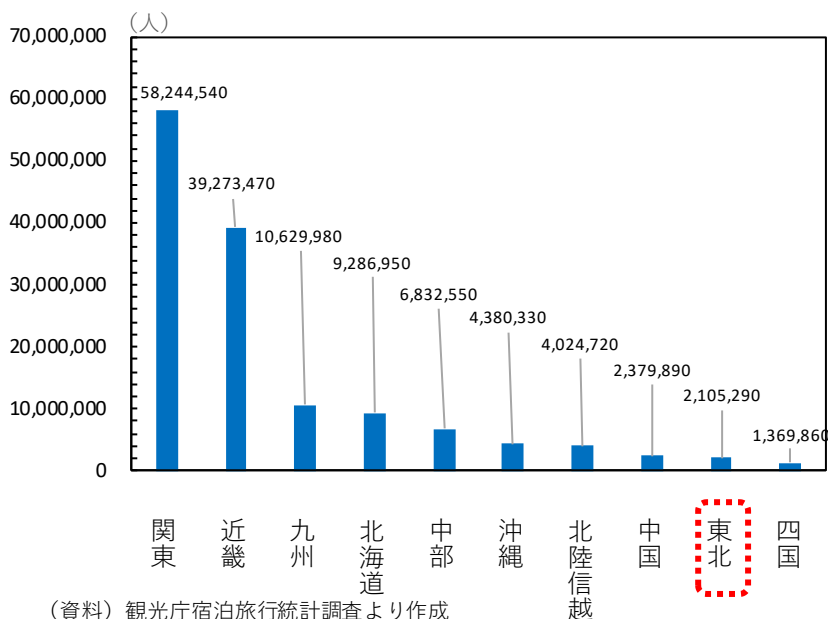
(資料) 観光庁宿泊旅行統計調査より作成 (年)

図表4 外国人延べ宿泊者数（東北）



(資料) 観光庁宿泊旅行統計調査より作成 (年)

図表5 運輸局別外国人延べ宿泊者数（R6年）



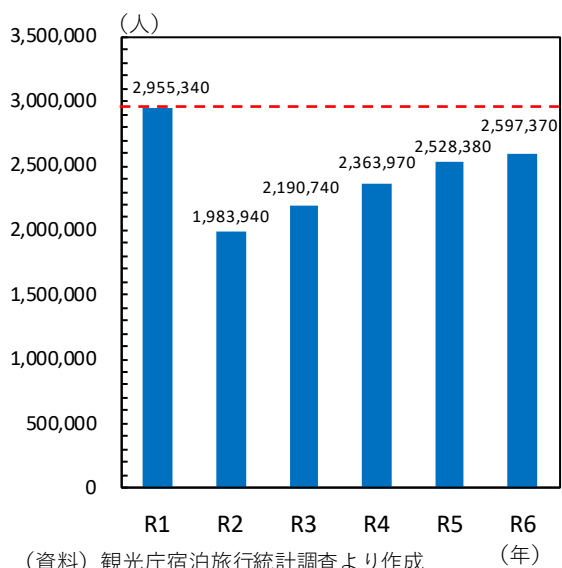
(資料) 観光庁宿泊旅行統計調査より作成

## ○秋田県の状況

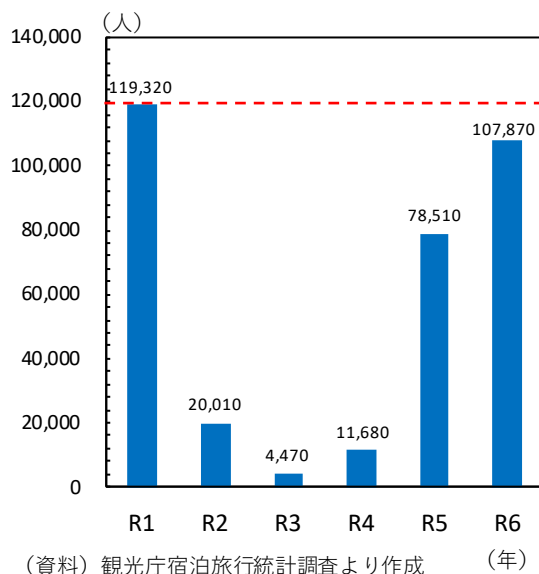
秋田県の状況をみると、日本人延べ宿泊者数・外国人延べ宿泊者数ともにコロナ前の水準を下回っており、全国や東北と比較すると特にインバウンドの回復が遅れている（図表6、7）。

また、県内を訪れた観光客の推移をみると、令和3年以降増加しているものの、コロナ前の水準を下回っている（図表8）。

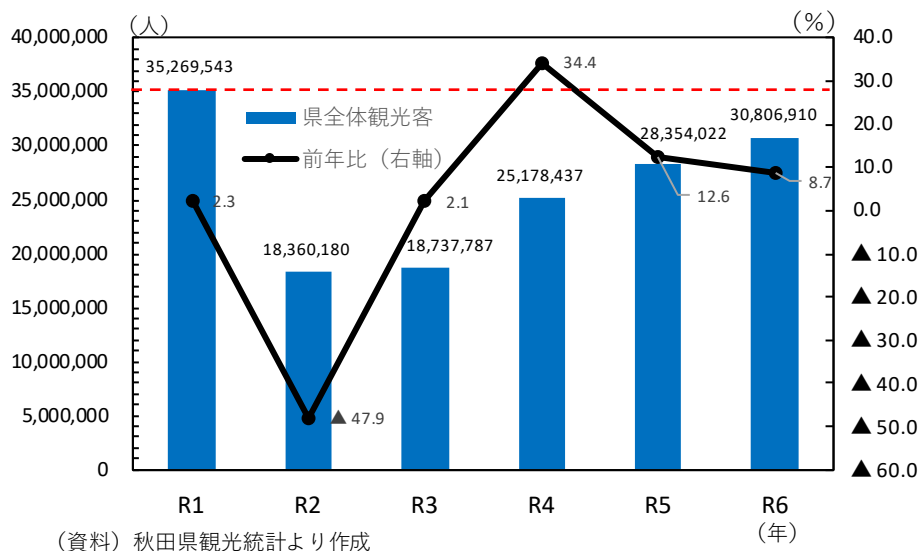
図表6 日本人延べ宿泊者数（秋田県）



図表7 外国人延べ宿泊者数（秋田県）



図表8 観光客の推移（秋田県）



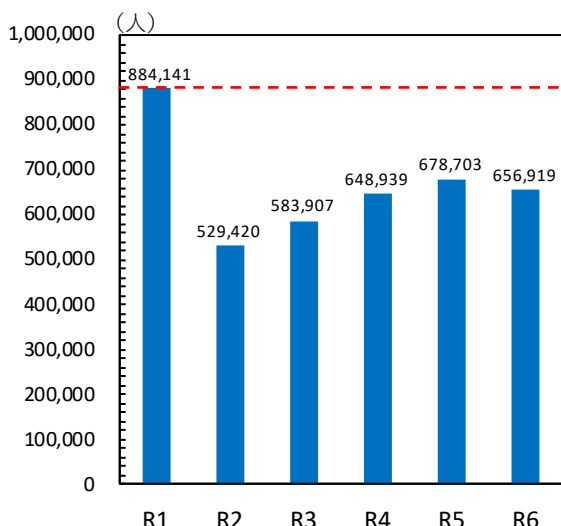
## 5 秋田市の状況について

### ○宿泊者数や観光客の状況

本市の延べ宿泊者数と外国人延べ宿泊者数は、コロナ前の水準を下回って推移しており、県と同様にインバウンドの回復が遅れている（図表9、10）。

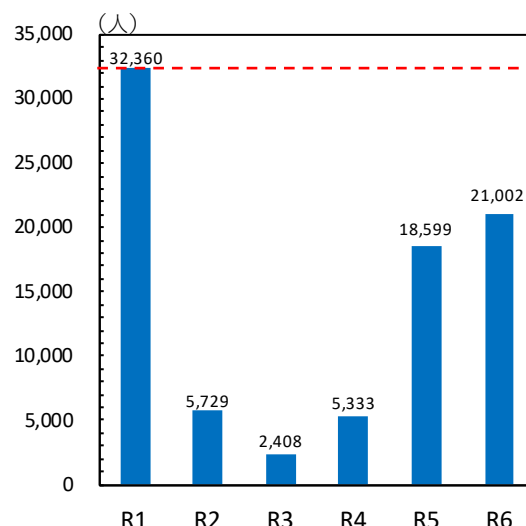
また、市内を訪れた観光客の推移をみると、令和3年以降増加しているものの、コロナ前の水準を下回っている（図表11）。

図表9 延べ宿泊者数（秋田市）



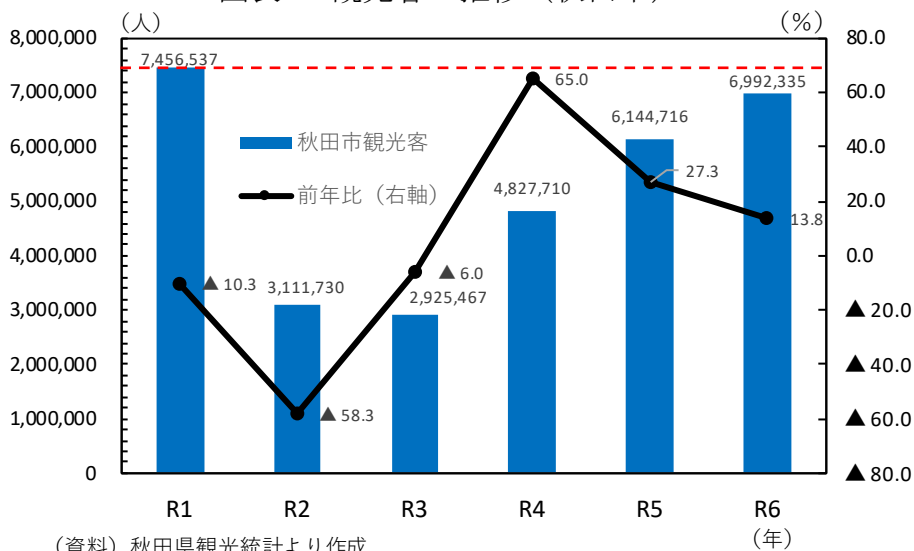
(資料) 観光庁宿泊旅行統計調査より作成 (年)

図表10 外国人延べ宿泊者数（秋田市）



(資料) 観光庁宿泊旅行統計調査より作成 (年)

図表11 観光客の推移（秋田市）

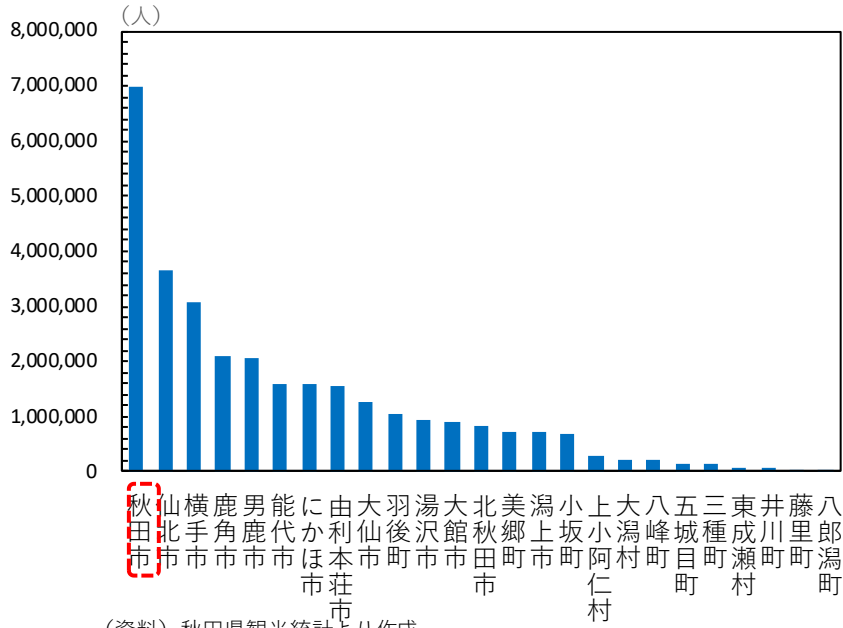


(資料) 秋田県観光統計より作成 (年)

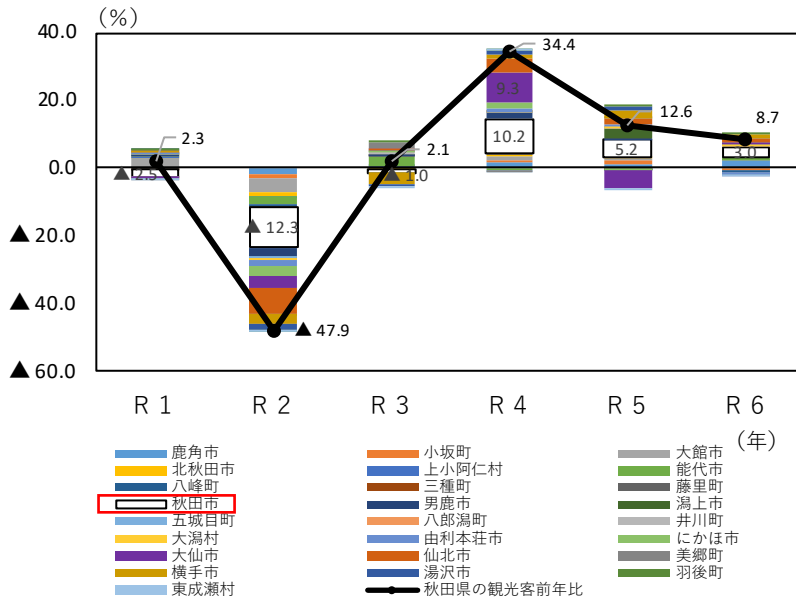
こうした中で、令和6年の県内各市町村の観光客数をみると、本市には県内で最も多い6,992,335人が来訪しており、他の市町村への来訪状況を踏まえると、県内における主要観光地とみることができる（図表12）。

また、県全体の観光客の前年比と各自治体の寄与度をみると、コロナ後の観光客の回復局面において、本市が牽引していることがわかる（図表13）。

図表 12 県内自治体の観光客数（R 6 年）



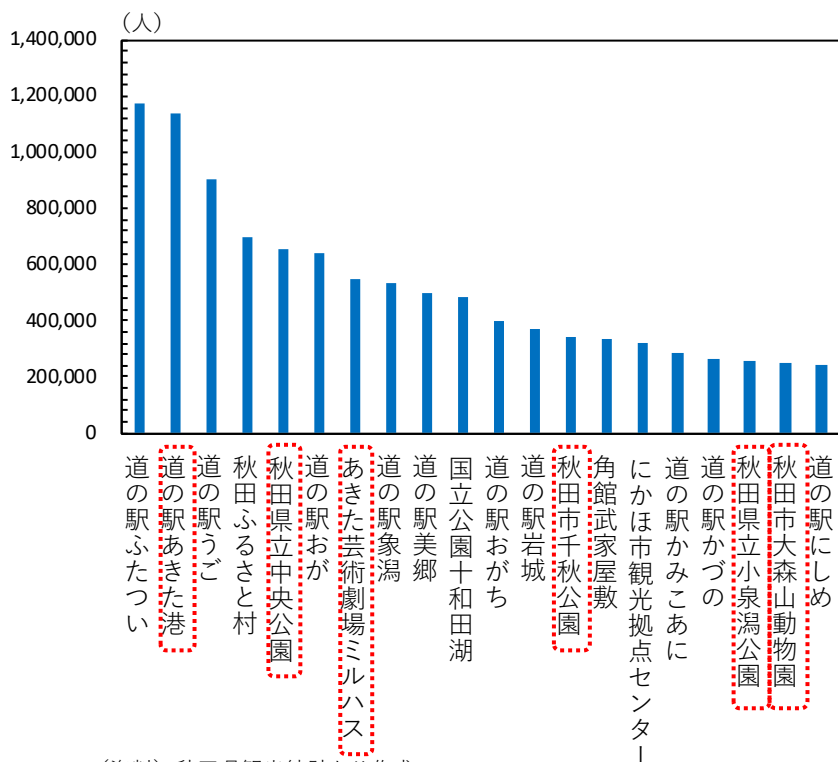
図表 13 秋田県の観光客数前年比と各自治体の寄与度



令和6年に、県内で観光客が多かった上位20地点をみると、市内では「道の駅あきた港」、「あきた芸術劇場ミルハス」、「千秋公園」、「大森山動物園」など6か所が該当しており、観光客が多く訪れる観光地点が集中していることがわかる（図表14、15）。

なお、令和6年の月別観光客数をみると、秋田竿燈まつりが開催される8月に年間の約3割が集中しているほか、4月、5月、7月が比較的多い一方で、12月から3月の冬季に大きく減少している（図表16）。

図表 14 県内で観光客が多い上位 20 地点 (R 6 年)



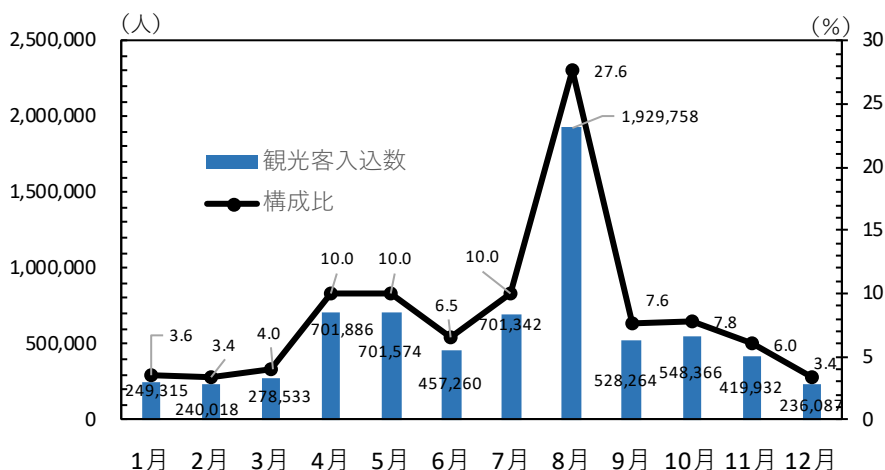
図表 15 観光客が多い上位 20 地点所在地 (R 6 年)

(箇所)

上位20地点 所在市町村	秋田市	にかほ市	由利本荘市	羽後町	男鹿市	鹿角市	上小阿仁村
	6	2	2	1	1	1	1
	小坂町	仙北市	能代市	美郷町	湯沢市	横手市	
	1	1	1	1	1	1	

(資料) 秋田県観光統計より作成

図表 16 本市の月別観光客入込数と構成比 (R 6 年)



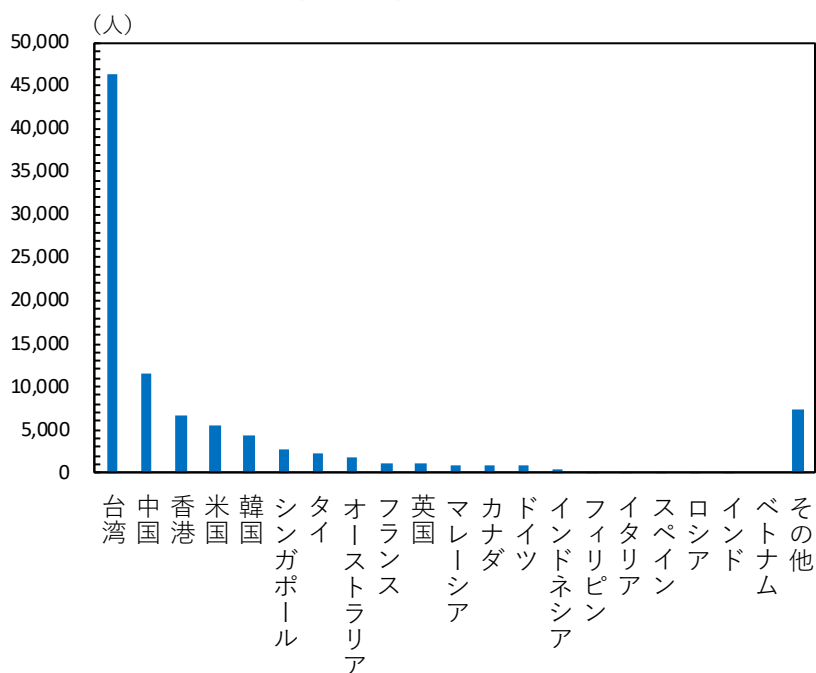
## ○インバウンドの状況

令和6年の国別外国人延べ宿泊者数について、市のデータが公表されていないことから県全体のデータをみると、台湾人が圧倒的に多く、次いで中国、香港、米国、韓国の順となっており、本市も概ね同様の傾向と想定される（図表17）。

秋田空港では、令和6年に214便の国際チャーター便が運航されており、そのうちの多くが台湾便（206便）となっている。秋田空港の利用効果もあり、東北の運航数でみても全国で高い水準にある（図表18）。

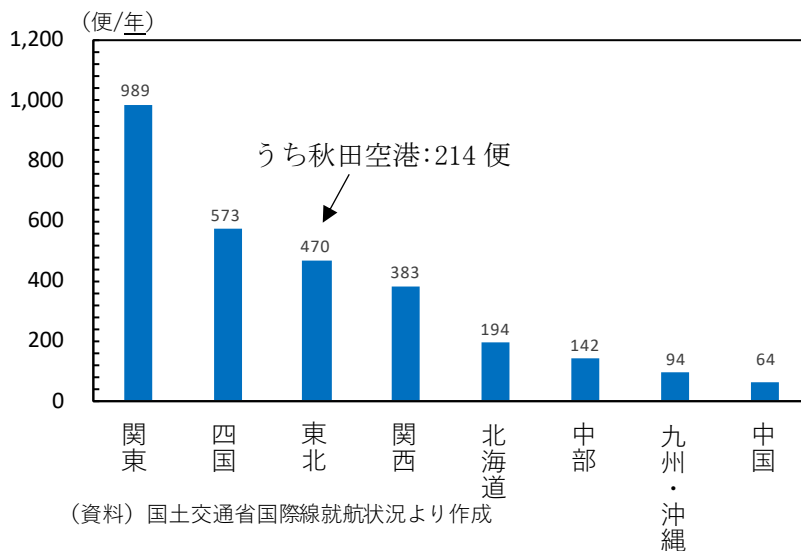
一方、国際定期便については、秋田空港の利用はなく、東北の運航数も全国で最も低い水準となっている（図表19）。

図表 17 県の国別外国人延べ宿泊者数（R 6年）



（資料）観光庁宿泊旅行統計調査より作成

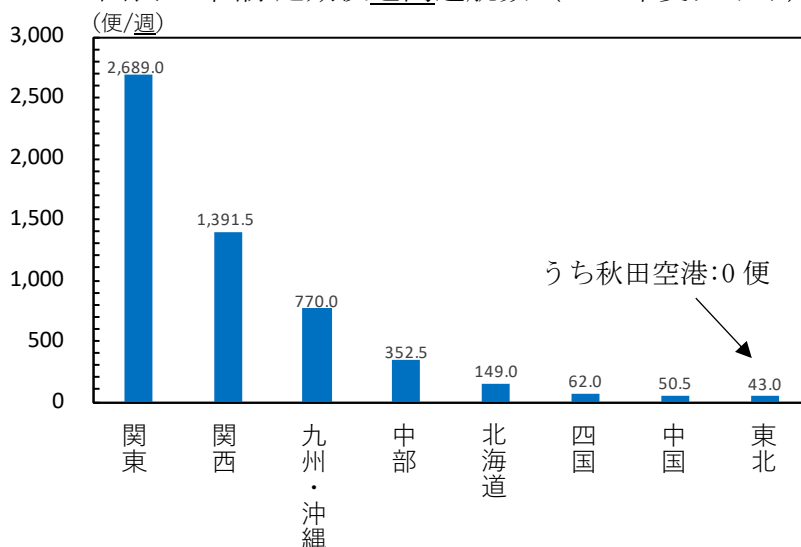
図表 18 国際チャーター便年間運航数（R 6年）



（資料）国土交通省国際線就航状況より作成



図表 19 国際定期便週間運航数 (R 7年夏ダイヤ)



(資料) 国土交通省国際線就航状況より作成

### ○クルーズ船の受入状況

秋田港では、令和6年に26隻、令和7年に32隻が寄港し、両年とも過去最多を更新したほか、東北では青森港に次ぐ水準となっている(図表20)。

クルーズ船客の観光施設等への来場状況をみると、赤れんが郷土館、民俗芸能伝承館、久保田城御隅櫓では比較的多くの方が来場している一方、その他の施設は少ない(図表21)。

図表 20 東北のクルーズ船寄港状況

(単位: 隻)

	青森	秋田	宮古	仙台 港区	酒田	大船渡	石巻 港区	八戸	小名浜	船川	久慈
令和6年 実績	36	26	10	8	8	2	1	3	2	1	1
令和7年 実績	41	32	15	11	9	2	2	2	1	1	—

(資料) 東北運輸局東北港湾管内のクルーズ船入港状況より作成。

図表 21 クルーズ船客の観光施設等への来場状況 (R 6年)

(単位: 人、%)

	R 6年 乗船客の 入館者数	年間 入館者数	乗船客の 割合
久保田城御隅櫓	3,605	36,715	9.8
旧黒澤家住宅	10	734	1.4
赤れんが郷土館	4,192	27,033	15.5
民俗芸能伝承館 (旧金子家住宅含む)	6,991	55,387	12.6
秋田城跡歴史資料館	153	9,832	1.6
如斯亭庭園	119	3,454	3.4
大森山動物園	10	246,165	0.0
千秋美術館	154	26,825	0.6
合計	15,234	406,145	3.8

(資料) 秋田市観光振興課

## ○外国人の認知・訪問意向等

外国人の認知・訪問意向等についてみると、認知、訪問経験、訪問意向ともに低い一方で、訪問経験者の再訪意向は高い（図表22）。

外国人が「旅マエ」に役に立った旅行情報源は、「SNS」、「動画サイト」、「個人ブログ」などが上位となっている（図表23）。

また、今後、地方エリアへの訪問意向を高めるものとして、「その土地ならではの飲食」、「花見や紅葉、雪景色」、「その土地ならではの文化」、「温泉」などが上位となっている（図表24）。

図表 22 外国人の認知・訪問意向等

(単位：%)

	認知	訪問経験	訪問意向	再訪意向
秋 田	11.3	2.8	3.9	67.4
仙 台	15.5	4.3	5.3	56.3
東 京	59.3	55.4	45.0	67.5
京 都	47.1	37.9	30.1	67.2
大 阪	49.9	41.1	32.4	63.2

※DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2025年度版より作成

図表 23 出発前に役立った旅行情報源（全訪問先）

	1位	2位	3位
全国籍	SNS	動画サイト	個人ブログ
台 湾	動画サイト	SNS	個人ブログ
中 国	SNS	動画サイト	日本在住の親族・知人
香 港	動画サイト	SNS	個人ブログ

(資料) 観光庁の2024年インバウンド消費動向調査に基づいて作成

図表 24 今後の地方エリアへの訪問意向を高めるもの

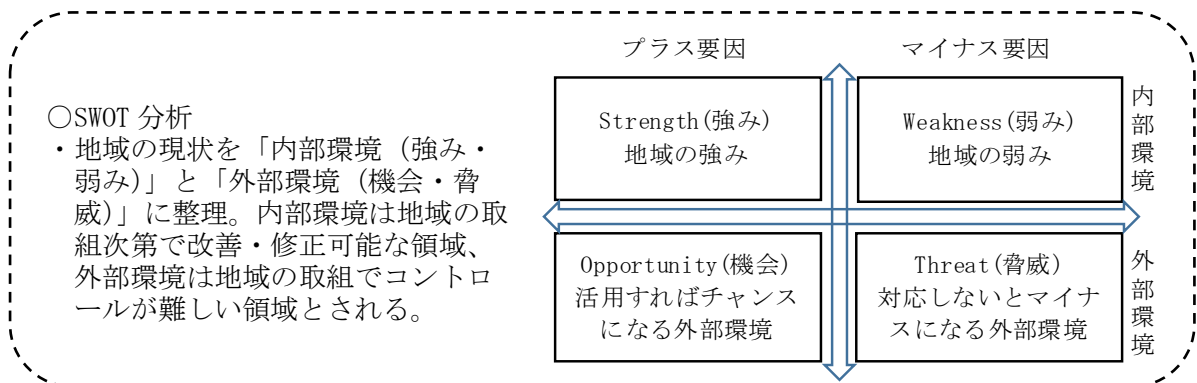
	1位	2位	3位	4位	5位
台 湾	その土地ならではの飲食	その土地ならではの文化	花見や紅葉、雪景色	混雑なくリラックスした時間	温泉
中 国	花見や紅葉、雪景色	その土地ならではの飲食	その土地ならではの文化	温泉	混雑なくリラックスした時間
香 港	温泉	その土地ならではの飲食	花見や紅葉、雪景色	その土地ならではの文化	混雑なくリラックスした時間

(資料) 日本政府観光局 VJ重点市場基礎調査に基づいて作成

## ○SWOT 分析

基本方針の策定にあたり、データでの状況把握に加え、SWOT 分析により、「強み」、「弱み」、「機会」、「脅威」を以下のとおり整理した。

強み (Strength) 〈内部環境〉	弱み (Weakness) 〈内部環境〉
<ul style="list-style-type: none"> <li>・東北三大祭りの秋田竿燈まつりがある</li> <li>・千秋公園、あきた芸術劇場ミルハス、赤れんが郷土館、佐竹史料館などの芸術・文化・歴史に関連した施設や資源がある</li> <li>・クルーズ船や国際チャーター便によるインバウンドルートがある</li> <li>・陸海空の交通結節点として利便性が高い</li> <li>・県内では、本市に集客力のある観光施設などが集中している</li> <li>・美しい自然景観がある</li> <li>・風力発電の取組が先進的</li> <li>・きりたんぼ、稲庭うどん、比内地鶏、いぶりがっこなど、食の資源が豊富にある</li> <li>・秋田犬のイメージが定着している</li> <li>・酒蔵、地酒が多い</li> <li>・銀線細工など優れた工芸品がある</li> <li>・トップスポーツチームが複数ある</li> <li>・高等教育機関が複数ある</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・知名度・ブランド力が低い</li> <li>・周遊性が低い、滞在時間が短い</li> <li>・市外、郊外、周辺地域へのアクセスが悪い</li> <li>・竿燈まつり以外のキラーコンテンツがない</li> <li>・冬季を中心に天候の影響が大きい</li> <li>・冬季の観光資源が不足している</li> <li>・ナイトタイムエコノミーの取組が不足している</li> <li>・体験型の観光資源が不足している</li> <li>・観光に関するデータが不足している</li> <li>・多言語案内や解説が不足している</li> <li>・通訳など外国語を観光に活かせる人材が不足している</li> <li>・市民のパスポート所有率が低い</li> <li>・国際定期便がない</li> <li>・国内の主要都市から遠い</li> <li>・地域の魅力に気づいていない</li> <li>・観光を促進する体制が弱い</li> </ul>
機会 (Opportunity) 〈外部環境〉	脅威 (Threat) 〈外部環境〉
<ul style="list-style-type: none"> <li>・インバウンド市場の拡大</li> <li>・外航クルーズ船需要の世界的な高まり</li> <li>・体験型観光、長期滞在、個人化、少人数化といった新しい旅のスタイルの高まり</li> <li>・世界的な SNS や動画サイトなどの活用増加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・人口減少・少子高齢化による担い手や人手の不足</li> <li>・自然災害のリスク</li> <li>・クマの出没リスク</li> <li>・観光誘客の競争激化</li> </ul>



## 6 現状の整理と今後の方針について

国、東北、県、本市の状況やSWOT分析などを踏まえて、本市の現状と今後の方針について以下のとおり整理した。大きな流れとしては、竿燈など魅力あるコンテンツの磨き上げと活用の強化を図りつつ、SNS・動画サイトなどを通じたプロモーションや観光情報の発信を強化するとともに、人流データ等の客観的なデータや合理的根拠に基づいた政策の立案・実行を進める。

	現状	今後の方針
強みを活かす	<ul style="list-style-type: none"> <li>全国的に著名な観光資源がある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>竿燈を活かした新たな価値の創造やプロモーションの強化を図る。</li> <li>千秋公園の機能強化を図るほか、秋田独自の食文化を観光資源として最大限活用する。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>クルーズ船や国際チャーター便といった直接のインバウンドルートを持つ。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>クルーズ船およびチャーター便客を市内への観光周遊に誘導する。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>陸海空の交通結節点として県内周遊観光の起点となる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>県内の魅力ある観光資源を周遊する拠点として機能強化を図る。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>トップスポーツクラブが複数ある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>スポーツの力をいかした地域活性化の強化を図る。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>芸術、文化、歴史に関連する拠点がある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>芸術、文化、歴史に関連する観光資源についての情報発信を強化する。</li> </ul>
弱みを克服する	<ul style="list-style-type: none"> <li>夏季以外の観光客が少ない。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>国内外を問わず、魅力ある「旅マエ」情報の発信を強化し、認知度の向上を図る。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光地としてのイメージが不足している。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>国内外を問わず、魅力ある「旅マエ」情報の発信を強化し、認知度の向上を図る。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>インバウンド客が少ない。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>魅力ある「旅マエ」情報の発信を強化し、認知度の向上を図るほか、受入環境を整備する。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光客の滞在時間が短い。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「旅ナカ」で役立つ情報発信や広域連携による取組で滞在時間の延長を図る。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光客の人数、属性、行動などの客観的データが不足している。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>多面的なデータの収集とデータを活用したEBPMを進める。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光を牽引する人材を活用しきれしていない。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光産業人材や観光地経営人材の確保と活用を図る。</li> </ul>

## 7 現状と今後の方針を踏まえた主な取組の整理

現状と今後の方針を踏まえて、観光振興の目的である「より多くの人に知ってもらい」、「より多くの人に来てもらい」、「より長い時間楽しんでもらう」ことを目指し、主な取組について以下のとおり整理した。

### 【強みを活かす取組】

#### 取組①

現状	<ul style="list-style-type: none"> <li>・全国的に著名な観光資源がある</li> </ul>
今後の方針	<ul style="list-style-type: none"> <li>・竿燈を活かした新たな価値の創造やプロモーションの強化を図る</li> <li>・千秋公園の機能強化を図るほか、秋田独自の食文化を観光資源として最大限活用する</li> </ul>
主な取組	<ul style="list-style-type: none"> <li>・竿燈を核とした新たなイベントの開催</li> <li>・プロモーション実施場所の拡充</li> <li>・竿燈まつりなどの観覧席チケットを市内観光施設共通観覧券として併用</li> <li>・千秋公園を歴史や秋田犬を活用した観光の拠点として機能強化</li> <li>・秋田の美酒美食によるおもてなしの強化</li> </ul>

#### 取組②

現状	<ul style="list-style-type: none"> <li>・クルーズ船や国際チャーター便といった直接のインバウンドルートを持つ</li> </ul>
今後の方針	<ul style="list-style-type: none"> <li>・クルーズ船およびチャーター便客を市内への観光周遊に誘導する</li> </ul>
主な取組	<ul style="list-style-type: none"> <li>・二次交通の充実による周遊促進</li> <li>・クルーズ船誘致活動のさらなる推進</li> <li>・県、民間企業との連携やトップセールスなどによる国際チャーター便、国際定期便の誘致強化</li> <li>・観光事業者や関係団体等と連携したおもてなしの充実</li> </ul>

#### 取組③

現状	<ul style="list-style-type: none"> <li>・陸海空の交通結節点として県内周遊観光の起点となる</li> </ul>
今後の方針	<ul style="list-style-type: none"> <li>・県内の魅力ある観光資源を周遊する拠点として機能強化を図る</li> </ul>
主な取組	<ul style="list-style-type: none"> <li>・他市町村との連携による広域周遊の強化</li> </ul>

#### 取組④

現状	・トップスポーツクラブが複数ある
今後の方針	・スポーツの力をいかした地域活性化の強化を図る
主な取組	・トップスポーツクラブと連携した観光プロモーション強化 ・デジタルマーケティングの強化を通じた来訪者の周遊促進

#### 取組⑤

現状	・芸術、文化、歴史に関連する拠点がある
今後の方針	・芸術、文化、歴史に関連する観光資源についての情報発信を強化する
主な取組	・アート、音楽、舞台、伝統芸能など様々な分野の文化的魅力を、動画サイトやSNSなどを通じて国内外に情報発信 ・デジタルマーケティングの強化などを通じたあきた芸術劇場ミルハスや文化創造館を訪れる来訪者の周遊強化

### 【弱みを克服する取組】

#### 取組①

現状	・夏季以外の観光客が少ない
今後の方針	・国内外を問わず、魅力ある「旅マエ」情報の発信を強化し、認知度の向上を図る
主な取組	・外部の専門家による動画サイトやSNSなどを通じた国内外へのデジタルマーケティング強化 ・観光大使や観光キャラクターを通じたPR強化

#### 取組②

現状	・観光地としてのイメージが不足している
今後の方針	・国内外を問わず、魅力ある「旅マエ」情報の発信を強化し、認知度の向上を図る
主な取組	・外部の専門家による動画サイトやSNSなどを通じた国内外へのデジタルマーケティング強化 ・観光大使や観光キャラクターを通じたPR強化

### 取組③

現状	・インバウンド客が少ない
今後の方針	・魅力ある「旅マエ」情報の発信を強化し、認知度の向上を図るほか、受入環境を整備する
主な取組	・外部の専門家による動画サイトやSNSなどを通じた国内外へのデジタルマーケティング強化 ・展示解説等の充実による受入環境の整備 ・県や民間企業と連携した誘客強化

### 取組④

現状	・観光客の滞在時間が短い
今後の方針	・交通手段や飲食店など「旅ナカ」で役立つ情報発信の充実 ・他市町村との連携による広域周遊の強化
主な取組	・外部の専門家による動画サイトやSNSなどを通じた国内外へのデジタルマーケティング強化 ・展示解説等の充実による受入環境の整備 ・観光事業者や関係団体等と連携した取組の強化

### 取組⑤

現状	・観光客の人数、属性、行動などの客観的データが不足している
今後の方針	・多面的なデータの収集とデータを活用したEBPM※を進める
主な取組	・人流データ取得による観光客の属性・行動分析などに基づくプロモーションや取組の実施

※Evidence Based Policy Making(根拠に基づく政策立案)の略。

### 取組⑥

現状	・観光を牽引するリーダーを活用しきれていない
今後の方針	・観光産業人材や観光地経営人材の確保と活用を図る
主な取組	・地域の経営者や外部の専門家を観光産業人材、観光地経営人材として活用

## 8 KPIとその目標値の設定について

令和6年の数値を現況値として、「多くの人に来てもらう」ためのKPIと、「都市の価値を高める」ためのKPIを以下のとおり設定する。

### (1) 「多くの人に来てもらう」ためのKPIと目標値

#### ア 延べ宿泊者数

現状：656,919人（R6年） → 目標：826,313人（R12年）

※稼働率80%で算出（R6年は63.6%）

#### イ 外国人延べ宿泊者数

現状：21,002人（R6年） → 目標：71,889人（R12年）

※延べ宿泊者数目標値の8.7%で算出（R6年の東北5市（本市除く）平均が8.7%）

#### ウ 観光客入込数

現状：6,992,335人（R6年） → 目標：10,488,502人（R12年）

※R6年の1.5倍で算出

#### エ 観光消費額

令和8年度に観光消費単価を調査し、改めて設定する。

### (2) 「都市の価値を高める」ためのKPIと目標値

観光地としての魅力の市民評価

現状：13.7%（R6年度調査） → 目標：20.0%（R11年度調査）

※秋田市しあわせづくり市民意識調査における「よい・どちらかといえばよい」の合計



## 9 推進体制について

観光振興による経済効果を早期に実現するためには、国、県、県内自治体との連携強化のほか、関係団体、事業者、市民が一体となって取組を行う必要がある。特に、インバウンド誘客、夏季以外の閑散期の誘客、デジタル技術を活用したプロモーションなどについて、それぞれの役割を明確にしながら取組を進める。

