

第4次大仙市観光振興計画

【令和8年度～令和12年度】



令和8年3月



【目次】

序 章 \ 計画について

- 1 計画の位置付け 3

第1章 \ 観光の動向

- 1 全国の観光動向 4
- 2 東北の観光動向 7
- 3 秋田県の観光動向 9

第2章 \ 大仙市の観光

- 1 大仙市観光の現状 11
- 2 第3次大仙市観光振興計画の評価・検証 18
基本方針1 知ってもらおう！ (プロモーションの強化)
基本方針2 来てもらおう！ (受入れ体制の整備)
基本方針3 満足してもらおう♪ (観光コンテンツの開発)
- 3 市民意向 19
- 4 大仙市観光の課題 20

第3章 \ ビジョンとコンセプト

- 1 ビジョン／大仙市が目指すべき観光地の姿 22
- 2 コンセプト／ビジョン実現に向けた概念 23

第4章 \ 基本方針

1 観光振興計画の基本方針	24
---------------	----

基本方針1 旅行者が求める観光コンテンツの創出と磨き上げ
(観光コンテンツの創出と磨き上げ)

基本方針2 旅行者に優しい受入体制づくり
(受入体制の整備)

基本方針3 旅行者に伝わるプロモーションの展開
(プロモーションの強化)

第5章 \ 目標と重点施策

1 観光振興計画の目標について	26
2 目標達成に向けた重点施策	27

第6章 \ 観光振興計画の推進

1 連携と協働による効果的な取組の推進	29
2 計画の進捗管理	29
3 計画の評価体制	29

序章 計画について

1 計画の位置付け

第4次大仙市観光振興計画（以下「計画」という。）は、「第3次大仙市総合計画」に基づき、本市の観光振興を総合的かつ戦略的に推進していくためのビジョンや施策の方向性などを示す指針として位置づけるものです。今後、本計画に紐づく実行計画として別に定める第4次大仙市観光振興計画アクションプランとあわせ、本市の将来都市像の実現に資する実効ある観光施策を計画的に推進していきます。

■上位計画

第3次大仙市総合計画（令和8年度～令和17年度）

「人が活き 人が集う 夢のある田園交流都市」

総合計画の主要施策

<基本目標1>

魅力ある産業と地域資源により、
にぎわいあふれるまち

<施策>

1-5 観光の振興

<取組方針>

1-5-1 地域資源を活用した観光振興

1-5-2 観光施設の魅力向上と
最適化

第4次大仙市観光振興計画 （令和8年度～12年度）

第4次観光振興計画アクションプラン（令和8年度策定）

第4次観光振興計画に基づく目標（KPI）とその達成に向けた具体的な施策を登載した実行計画

■関連計画

第4次大仙市スポーツ推進計画
（令和6年度～10年度）

大仙市文化財保存活用地域計画
（令和6年度～12年度）

大仙市地域公共交通計画（第5期交通計画）
（令和8年度～12年度）

第5次大仙市農業振興計画
（令和8年度～12年度）

大仙市「農業と食」地域活性化プラン
（令和8年度～12年度）

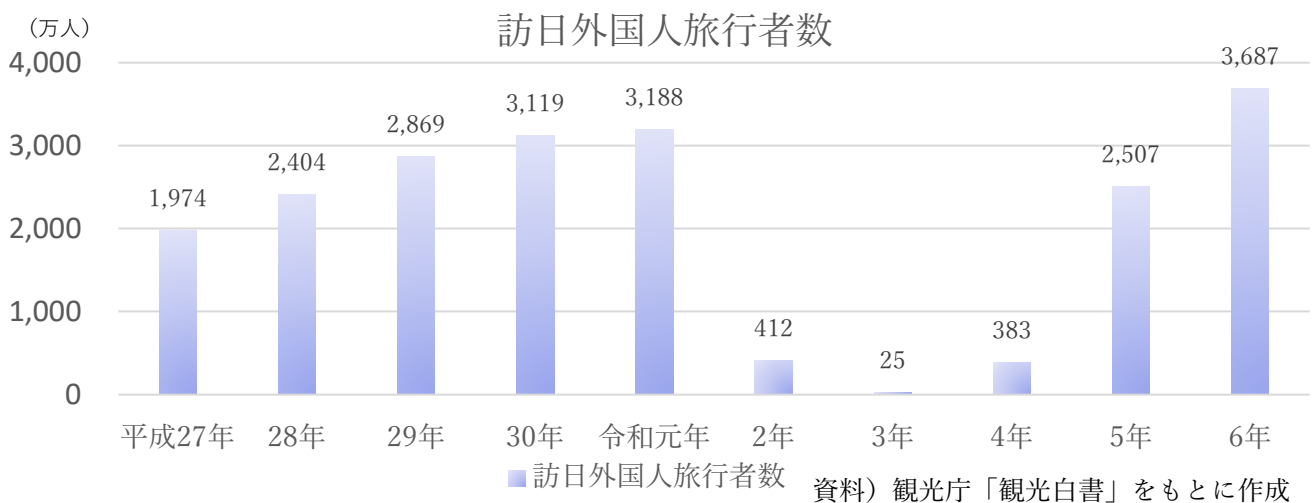
等

第1章 観光の動向

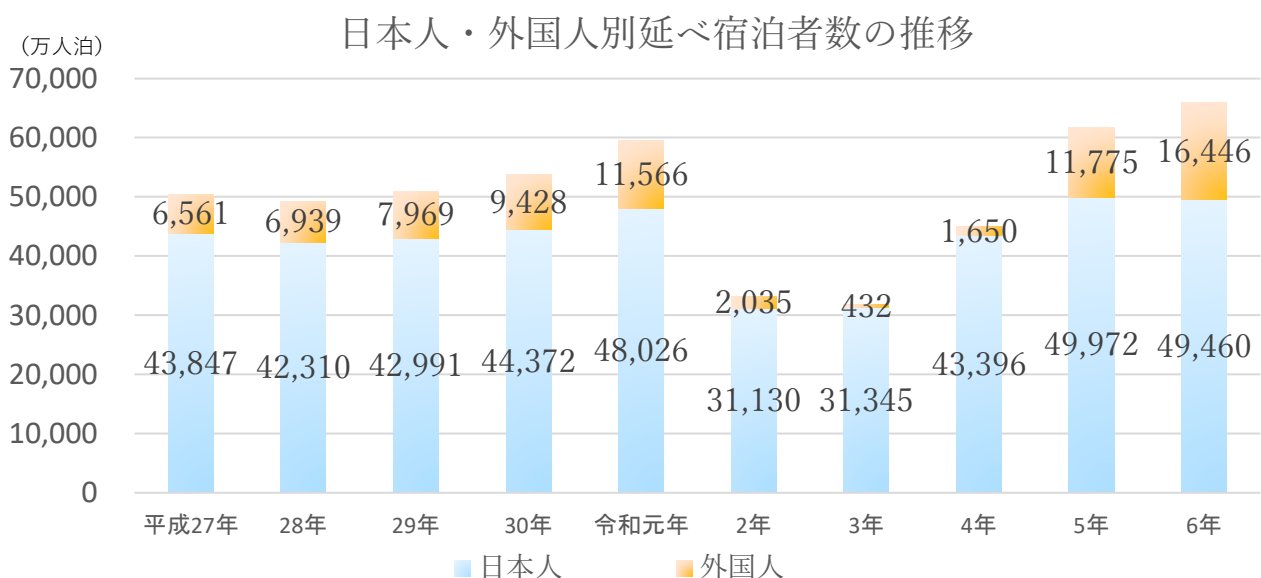
1 全国の観光動向

(1) 訪日旅行の状況

訪日外国人旅行者は、令和元年まで観光ビザの緩和や日本政府観光局（JNTO）のプロモーションなどにより右肩上がりの成長となりました。その後、コロナ禍による急激な減少がありましたが、令和3年～令和6年にかけては、コロナ禍からの本格的な観光需要の回復期を経て、訪日外国人数が過去最高を更新する成長期へと推移した時期となっています。特に令和6年は、訪日外国人旅行者数が過去最高の3,687万人に達し、令和元年のコロナ禍前水準を大きく上回り、国際観光客数ランキングでは日本が世界15位、アジアで2位となっています。



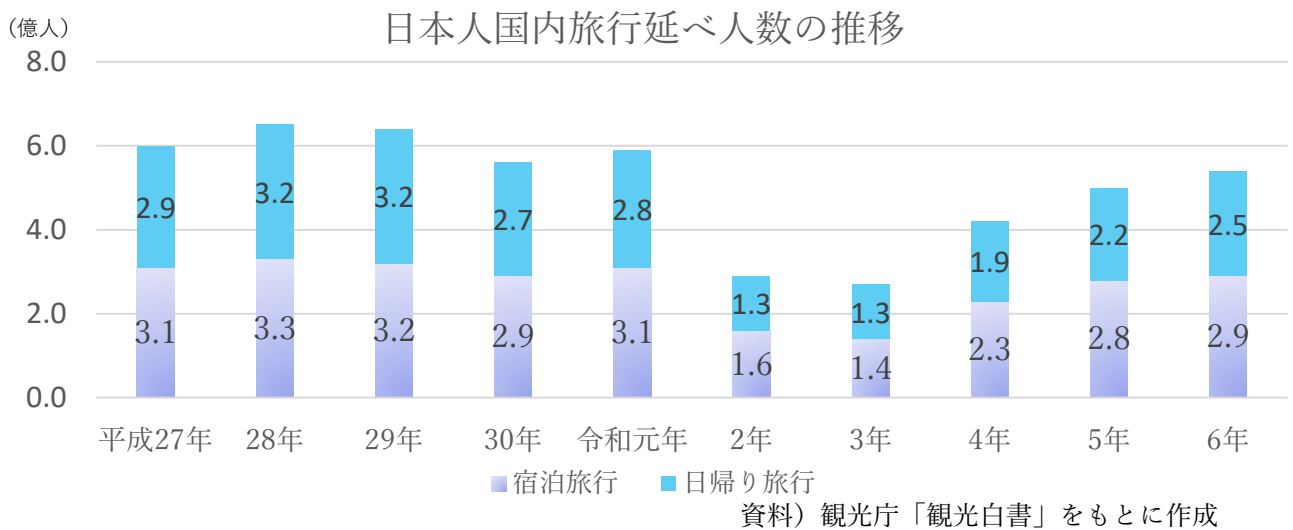
令和5～6年の推移では、日本人宿泊者数は横ばい傾向、外国人宿泊者数は急拡大というコントラストが鮮明になっています。特に全体の伸びのほぼすべてを外国人宿泊客数が押し上げる構図になっています。



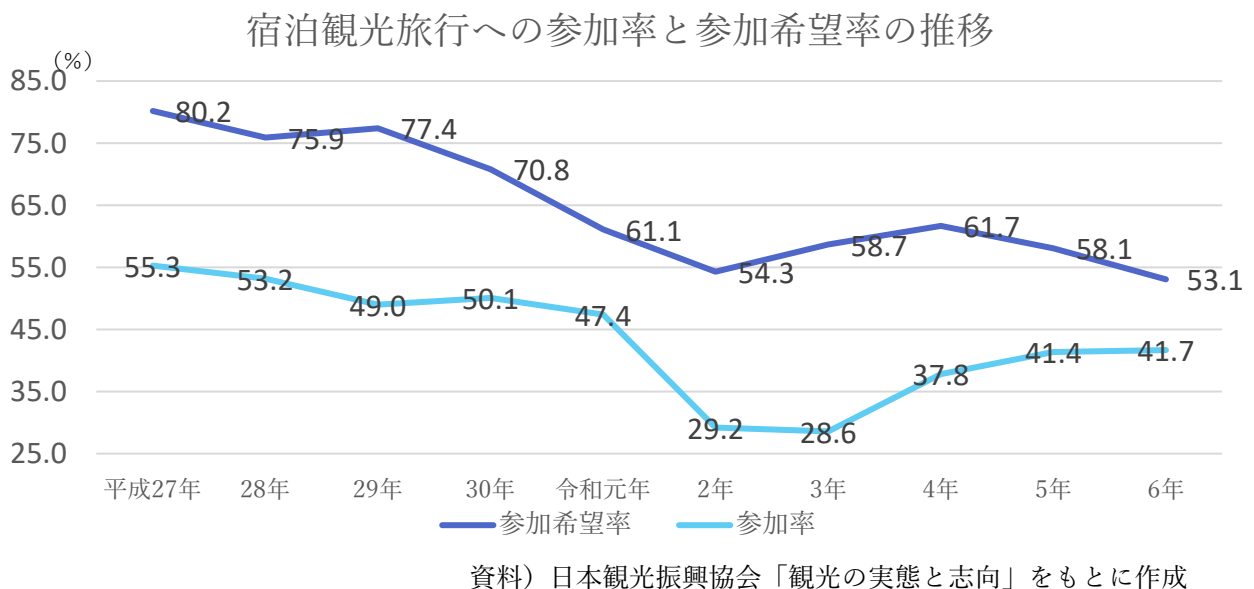
(2) 国内旅行の状況

国内旅行については、コロナ禍以前は延べ旅行者数は堅調に推移していましたが、令和2年～3年のコロナ禍で移動制限や外出自粛により大幅減少となっています。その後、令和4年の水際措置緩和や全国旅行支援などの政策により国内需要は急速に持ち直し回復した一方で、延べ旅行者数は令和元年を1割程度下回る状況となっています。

観光庁の観光白書では、出張・帰省の回復の遅れがあるものの、観光目的旅行は堅調で、単価の上昇や長期・高付加価値旅行が進展し、令和6年の日本人旅行消費額は約25兆円と過去最高を更新しています。



一方、日本観光振興協会が実施している令和7年度版「観光の実態と志向」によると、宿泊観光旅行へ参加したい（旅行したい）と考えている人は減少傾向にあり、令和6年度はコロナ禍で大きく減少した令和2年度を下回る結果となっています。また、実際に参加した（旅行した）人もコロナ禍から回復はしているものの伸び悩んでいます。



(3) 国の「観光ビジョン実現プログラム」による取組

国では、観光を「力強い経済を取り戻すための極めて重要な成長分野である」としています。経済波及効果の大きい観光は、急速に成長するアジアをはじめとする世界の観光需要を取り込むことにより、地域活性化、雇用機会の増大などの効果を期待しており、さらに、世界中の人々が日本の魅力を発見し、伝播することによる諸外国との相互理解の増進も同時に期待しています。

観光政策では、「観光立国推進基本計画」に基づき、コロナ禍からの回復と「持続可能な観光」の実現を目指しています。「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」などを柱に、訪日客数の単純な拡大ではなく、一人当たり旅行消費額の増加や地域への波及効果を重視しています。

「持続可能な観光地域づくり戦略」として、持続可能な観光に取り組む地域を2025年までに100地域へ拡大し、観光DX※1や人材育成、DMO※2を核とした地域経営を進め、「インバウンド回復戦略」では、高付加価値旅行者の誘致、MICE※3・IR※4推進、受入環境整備、戦略的プロモーション等で国際競争力を高め、「国内交流拡大戦略」では、国内需要喚起や旅行時期・エリアの分散化、新たな交流市場の開拓を通じて観光需要の平準化と地域活性化を図るとしています。

- ※1 観光DX デジタル技術の活用により観光戦略の検討やビジネスモデルの創出など観光地経営そのものを変革する取組
 ※2 DMO 観光地域づくり法人の略称で、多様な関係者と協働しながら地域の「稼ぐ力」を引き出し司令塔となる法人
 ※3 MICE 会議、研修旅行、国際会議、展示会の略称で、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントの総称
 ※4 IR 「Integrated Resort」の略で「統合型リゾート」と呼ばれる複合施設の集合体

観光立国推進基本計画（2023-2025年）（一部引用）

目 標:

2025年までに訪日客数・消費額をコロナ禍前の水準に戻し、一人当たり消費額20万円を目指す。

重点施策:

「持続可能な観光地域づくり」「インバウンド回復」「国内交流拡大」の3つ。

持続可能な観光（JSTS-D 日本版持続可能な観光ガイドライン）:

住民と観光客双方に配慮し、データに基づいた観光地マネジメントを推進。

- ・国際基準準拠のガイドラインを策定。高付加価値化と多様化
単なる人数増加だけでなく、地域固有の文化や自然を活かした高単価な体験を提供し、消費額と滞在満足度を向上。
- ・デジタル化（DX）と人材育成
観光DX推進や、観光を支える人材の育成・確保も重視。
- ・オーバーツーリズム対策
観光客の集中を緩和し、地域への負荷を軽減する仕組みづくり。

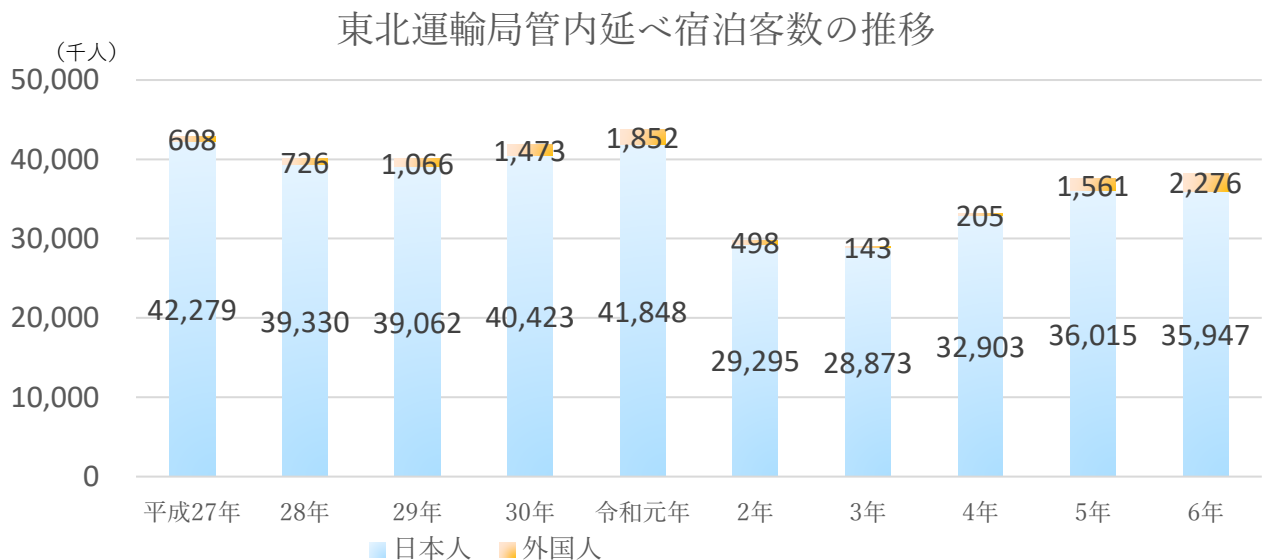
2030年に向けた長期目標:

訪日外国人旅行者数：6,000万人 訪日外国人旅行消費額：15兆円

2 東北の観光動向

(1) 東北の観光の状況

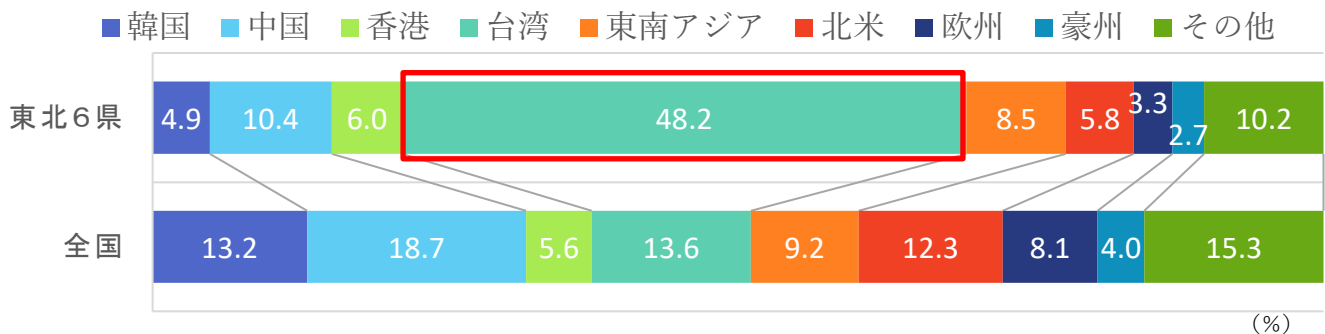
東北地方における観光の状況については、全国の状況と同様、令和2～3年にはコロナ禍により大きく落ち込みましたが、令和4年以降は行動規制の緩和とともに国内旅行を中心に宿泊客数も回復しつつあり、観光需要が戻り始めています。こうした動きの中、コロナ禍を契機とした新たな旅行スタイルが生まれており、教育旅行等で県内や東北域内に目的地を変えるマイクロツーリズムや、東北観光推進機構での東北の豊かな自然や歴史を学ぶ「東北まなび旅」などの取組が始まっています。



令和6年の延べ宿泊客数は、38,223千人泊（前年比1.7%増）とコロナ禍前の水準に近づきつつあります。一方、外国人宿泊客数は2,276千人泊（前年比45.8%増）とコロナ禍前の令和元年比22.9%増と過去最高を更新しており、東北観光における主要な成長要因はインバウンドにシフトしつつあります。また、東北のインバウンドを国籍別で見ると台湾からの旅行者が約半数を占めています。

市場別シェア

(2024年1～10月宿泊者数比較)

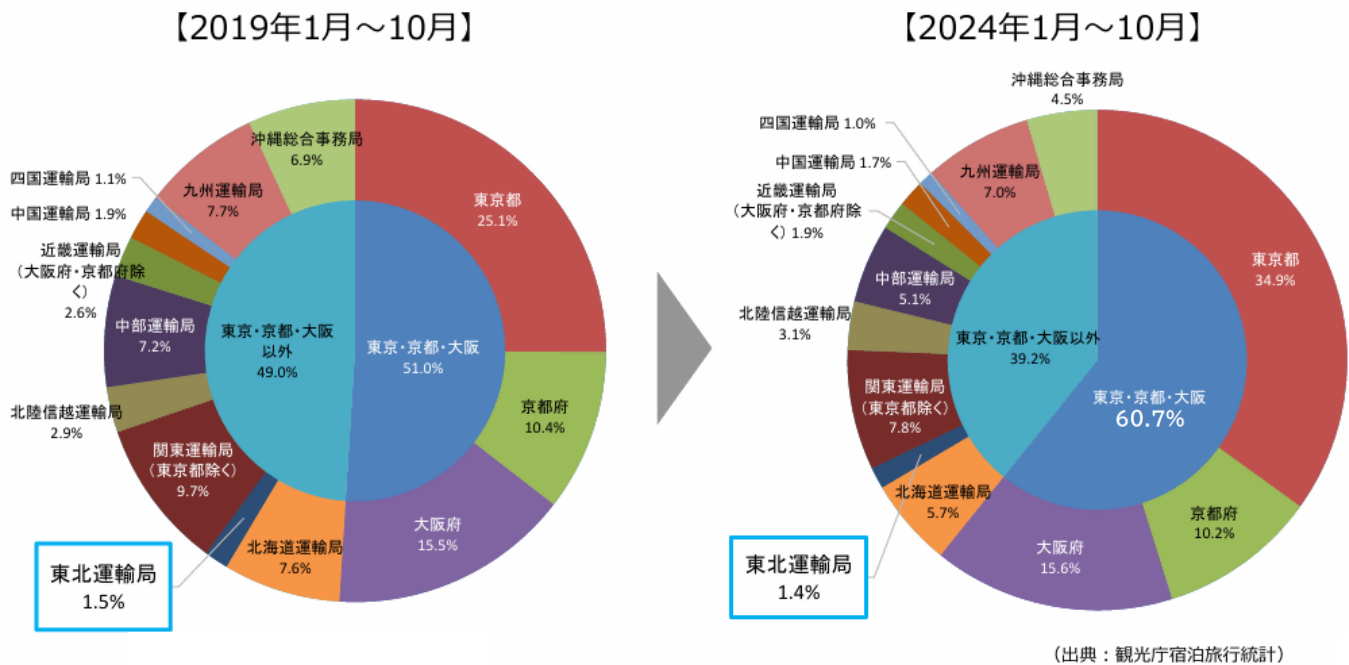


資料) 国土交通省東北運輸局「2025年度東北ブロック訪日プロモーション実施方針」をもとに作成

(2) 東北運輸局の訪日プロモーション方針

令和6年の外国人宿泊者数は、全国の地域別シェア率を見ると、東京・京都・大阪の3都市が突出しており、合計で60.7%を占めるなど、コロナ禍前の同時期と比べてもさらに高まっている状況です。国土交通省東北運輸局の2025年度東北ブロック訪日プロモーション実施方針では、地域の観光を持続的に発展させていくためには、訪日外客※の各地域における消費を増やしていくことが重要であるとしており、冬季コンテンツや周遊ルート of 造成、高付加価値・長期滞在型の推進を目指し「量の回復」と同時に観光の質・消費額の向上を図る動きが強まっています。

※訪日外客 日本政府観光局(JNTO)や観光庁の統計において「日本を訪れた観光・ビジネス・留学等の全目的の外国人」を指し、法務省への旅行者数を示す主要な指標として使われているもの。



2025年度東北ブロック 訪日プロモーション実施方針

(一部引用)

戦略① 新規市場開拓や直行便定着のためのプロモーション強化による来訪者の増加

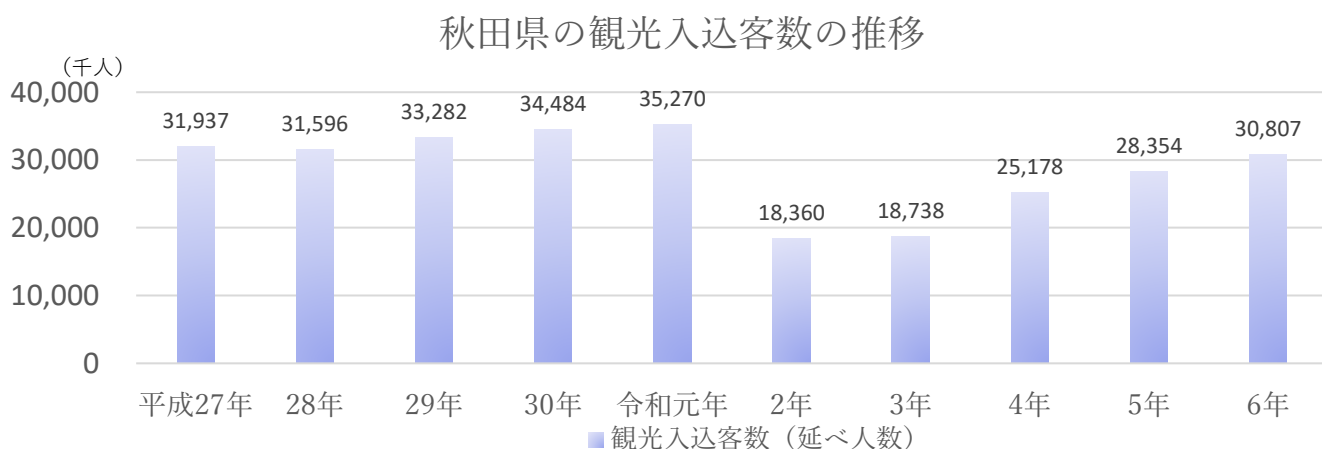
戦略② 東北で磨き上げた観光コンテンツの重点的な発信

戦略③ 高付加価値旅行や東北周遊型旅行を発信し、東北での消費拡大を図る

3 秋田県の観光動向

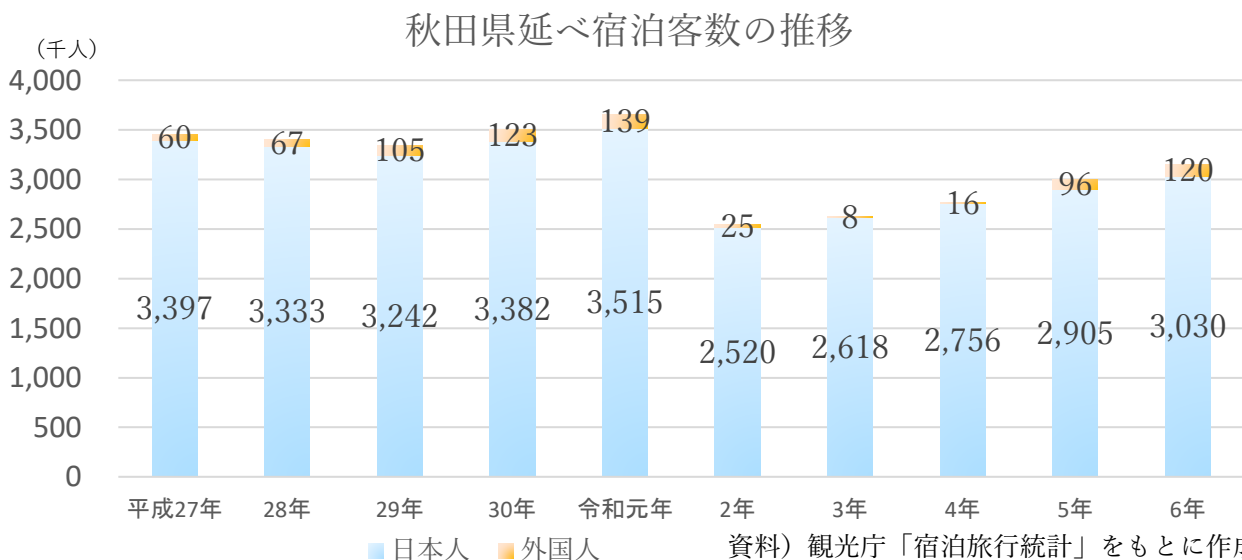
(1) 秋田県の観光の状況

秋田県全体の観光入込客数については、全国の状況と同様、令和2～3年にはコロナ禍により大きく落ち込みましたが、令和4年以降は行動規制の緩和とともに回復しつつあります。令和6年については、夏の豪雨や猛暑、雪不足による冬季イベントへの影響など秋田県特有の観光状況もあり、コロナ禍前の基準までには回復していない状況となっています。また、令和5年と令和7年は、ツキノワグマの出没が頻発化し、観光入込客数の伸び悩みの要因のひとつとなっています。



資料) 秋田県「秋田県観光統計」をもとに作成

秋田県全体の宿泊者数については、全国や他の東北各県の動向と同様、コロナ禍による大きな落ち込みを経て現在は回復傾向にあります。コロナ禍前までには至っていない状況です。また、外国人宿泊客数については、全国の増加割合に比べると低く、全国や東北全体で過去最高の実績を更新している中、秋田県はインバウンドを取り込めていない状況となっています。



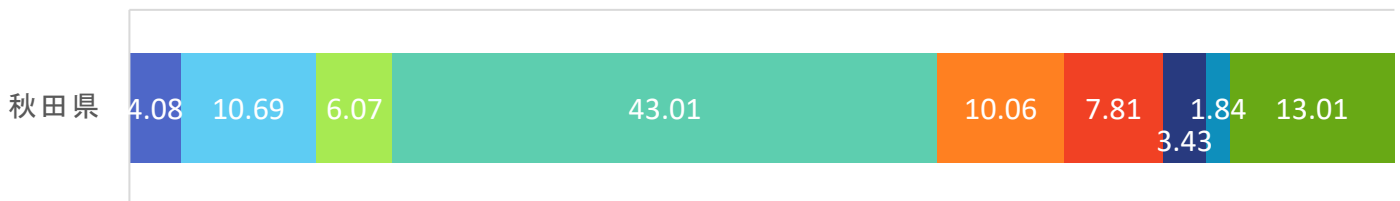
資料) 観光庁「宿泊旅行統計」をもとに作成

秋田県における令和6年の延べ宿泊客数での市場別シェアでは東北全体と同様に台湾のシェアが高くなっています。これは令和5年12月から秋田空港と台湾桃園国際空港を結ぶ直行便（タイガーエア台湾）が運行されているほか、青森空港、花巻空港、仙台空港でも台湾直行便があることが要因のひとつと考えられます。

市場別シェア

（2024年宿泊者数比較）

■ 韓国 ■ 中国 ■ 香港 ■ 台湾 ■ 東南アジア ■ 北米 ■ 欧州 ■ 豪州 ■ その他

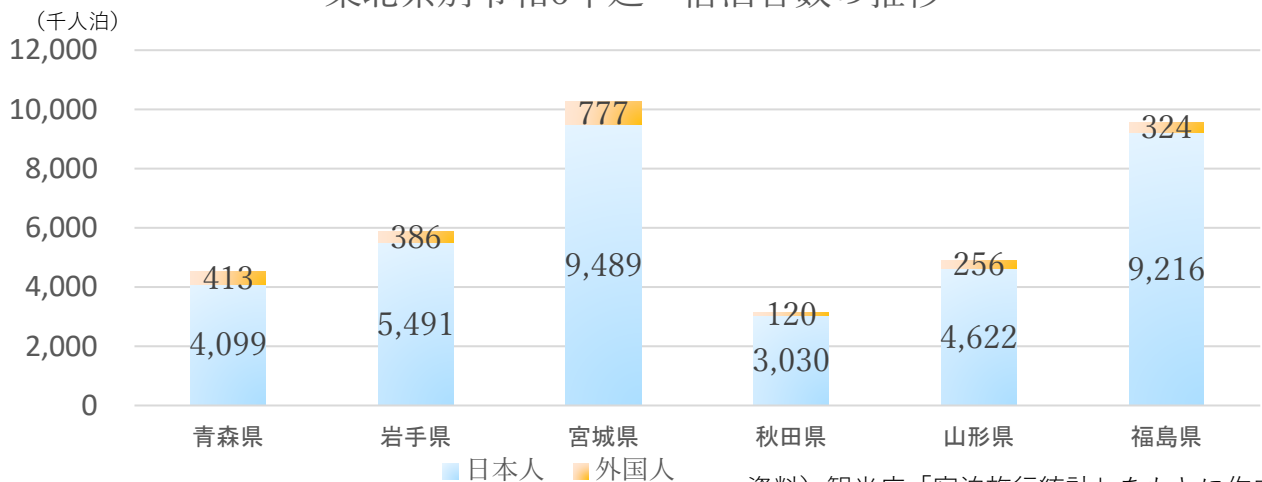


資料) 観光庁「宿泊旅行統計」をもとに作成

(2) 東北6県との比較

令和6年の延べ宿泊客数について東北6県を比較すると、秋田県は6県中最下位となっており、日本人宿泊者数でシェア率8.43%、外国人宿泊者数については5.26%とさらに低くなっています。外国人宿泊者数に限ると、前年比（令和5年）で秋田県は25.1%増となっていますが、増加率も6県中最下位となっています。また、コロナ禍前比（令和元年）では、東北6県中で唯一減少しているという結果となっています。

東北県別令和6年延べ宿泊客数の推移



資料) 観光庁「宿泊旅行統計」をもとに作成

1 大仙市の観光の現状

大仙市は、秋田県のほぼ中央部に位置し、農業や商工業、医療、福祉、教育などの都市機能と自然が調和した四季折々に美しい表情を見せる田園交流都市です。

古くから県南部の交通の要衝として発展し、現在も秋田新幹線や秋田自動車道などの高速交通体系が整備され、首都圏から1日行動圏にあるなど、多彩な観光・交流が可能な都市となっています。

東西44km・南北40kmの山間部に囲まれ、仙北平野に広大な市域が広がる本市は、夏は高温多湿、冬は低温厳寒で最大積雪119cmとなる豪雪地帯で、四季のコントラストが観光の基調をなしています。

観光資源については、日本最高峰の花火大会のひとつと称される全国花火競技大会「大曲の花火」や国指定重要無形民俗文化財「刈和野の大綱引き」等の歴史ある行祭事、国指定名勝旧池田氏庭園や国指定史跡払田柵跡等の史跡・文化財など特色ある様々な資源を有しています。

また、真木真昼県立自然公園のニッコウキスゲや川口溪谷、美山湖紅葉などの溪谷・滝・湖沼も多く存在しているほか、県内有数の穀倉地帯を背景に、全国屈指の生産量を誇る米やいぶりがっこをはじめとした豊かな農産物・農産加工品を有し、県内最多の酒蔵で製造される味わい深い地酒など「食」に関する資源を数多く持った地域となっています。



本市における最大の観光資源は、全国的にも知名度のある全国花火競技大会「大曲の花火」であり、100年以上の歴史を持つ日本最高峰の花火競技大会のひとつと称されています。優勝者には内閣総理大臣賞を含む権威ある賞が授与され、開催日の毎年8月の最終土曜日には全国から選抜された一流の花火師たちが日本一を目指してその技術を競います。来場者数は雄物川河川敷に設営した観覧席だけで約10万人を数え、本市に大きな経済波及効果をもたらす秋田県を代表するイベントのひとつとなっています。また、「大曲の花火」は、夏の大会だけではなく、「大曲の花火 春の章」、「大曲の花火 秋の章」も開催されており、国内外から多くのファンが訪れています。さらに、「大曲の花火」のほかにも「神岡南外花火大会」をはじめ市内各地で様々な花火が打ち上がっており、「毎月花火が打ち上がるまち」として多くの観光誘客を図っています。



全国花火競技大会「大曲の花火」

本市は花火以外にも、貴重な文化財や歴史ある行祭事、豊かな食文化や特色あるイベントなど魅力ある観光資源を有しています。



国指定名勝 旧池田氏庭園

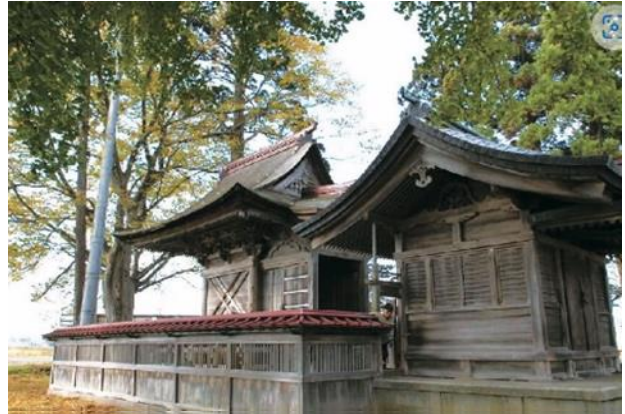
国指定重要文化財 旧池田家住宅洋館



国指定史跡 払田柵跡



国指定重要無形民俗文化財 刈和野の大綱引き



国指定重要有形文化財 古四王神社



ドンパン祭り



全県500歳・全国500歳野球大会



全国屈指の収穫量を誇るお米



米どころ大仙の味わい深い日本酒



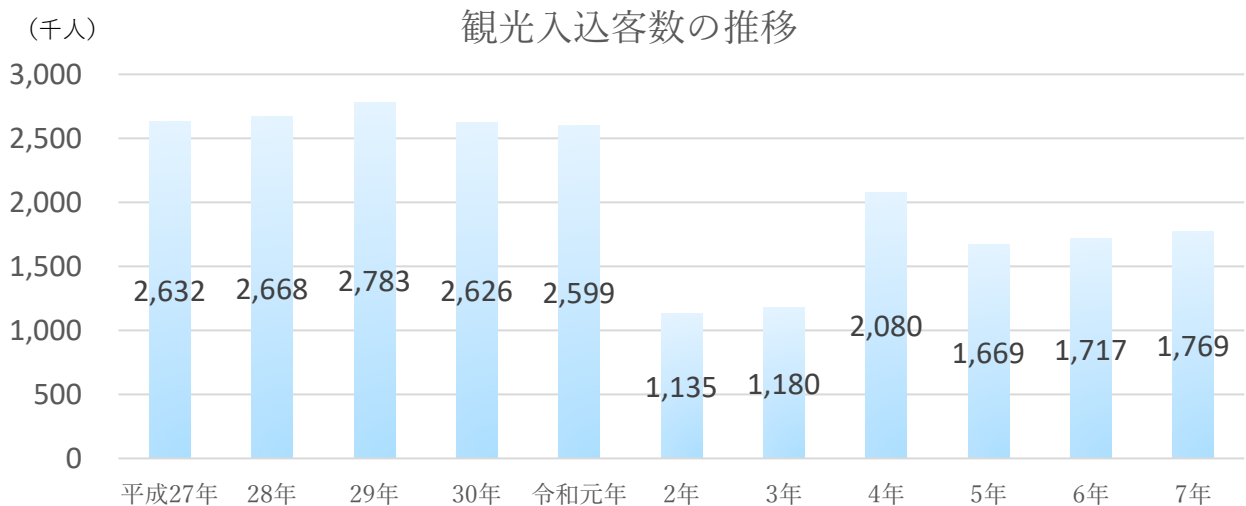
いぶりがっこ



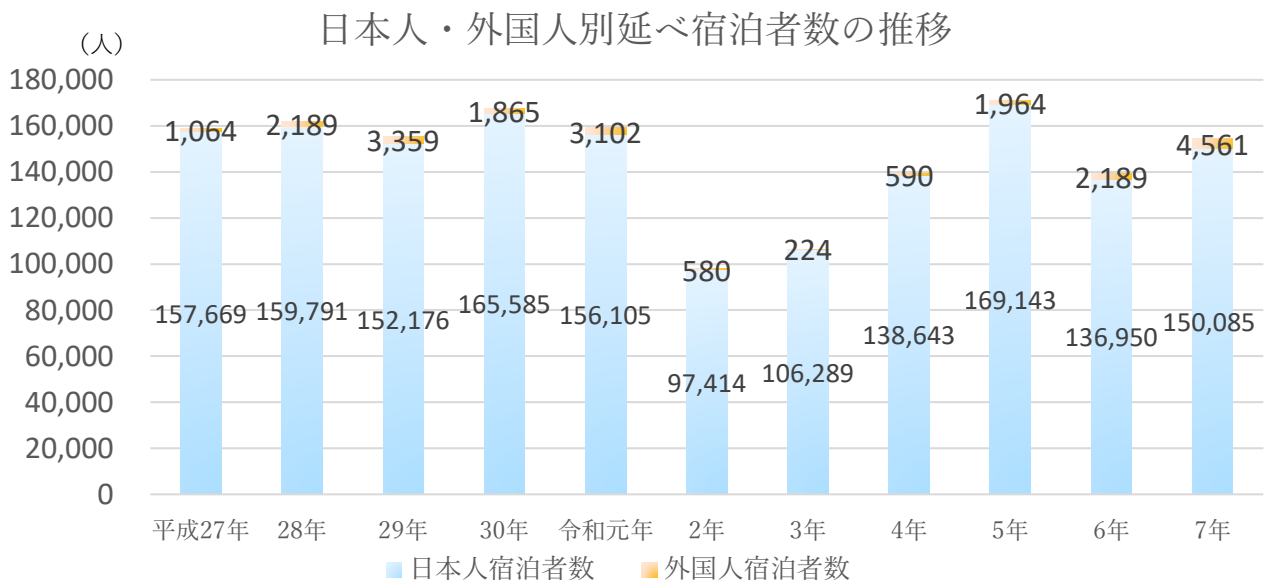
特色ある「食」資源

大仙市の観光入込客数と宿泊客数

本市の観光入込客数については、令和元年までは260万人前後で推移していましたが、コロナ禍により大きく落ち込み、その後は徐々に回復傾向を示しています。行祭事や観光関連施設別の観光入込客数を見ると「大曲の花火」や特色あるお祭り・イベントなどによる集客割合が比較的大きく、一時的な賑わい創出にはつながっているものの周遊観光や通年観光の実現には至っていない状況となっています。



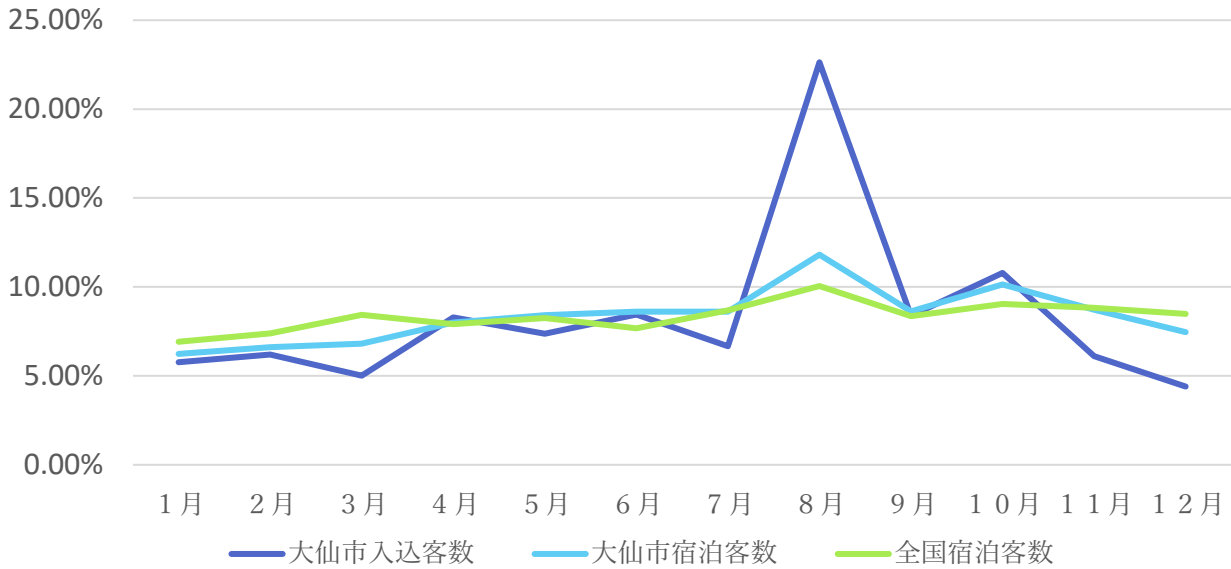
本市の宿泊者数は、全国や東北と同様に、コロナ禍の令和2年～3年に大きく減少し、令和4年以降は回復傾向にありますが、コロナ禍前の実績までには回復していない状況が続いています。一方、外国人宿泊者数については、全体数に占める割合は少ないものの、直近4年は増加しており、本市においてもインバウンドが増加していることを示しています。



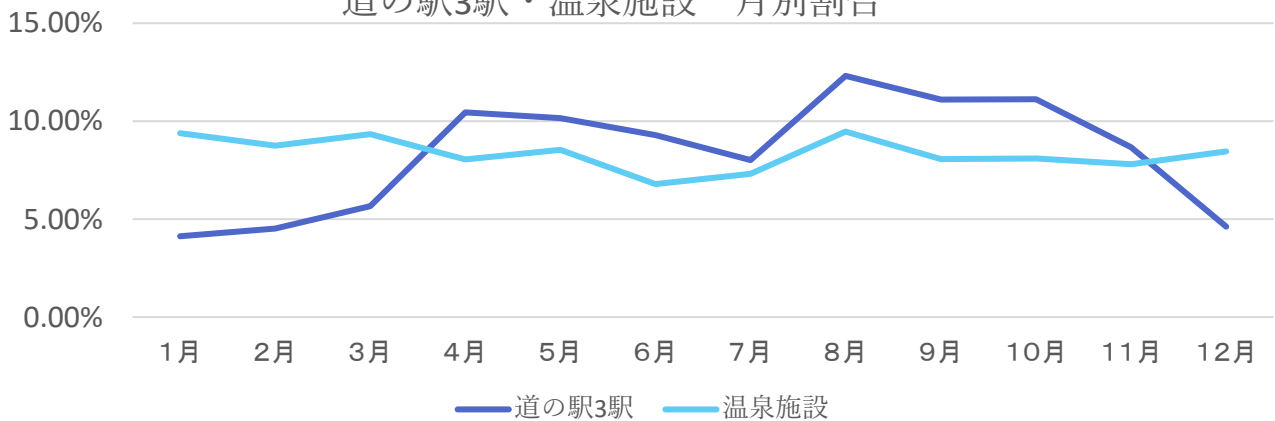
観光入込客数と宿泊客数の月別割合

本市の入込客数と宿泊者数の月別割合を比較すると、全国的な行楽シーズンとなる8月が最も割合が高くなっており、大仙市においては「大曲の花火」の影響で突出して割合が高くなっています。また、観光施設のうち道の駅の入込客数はこの月別割合と相関がみられますが、温泉施設は月別の差異が少なく平準化されています。

入込客数・宿泊客数 月別割合



道の駅3駅・温泉施設 月別割合



	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
入込客数	5.76	6.19	5.00	8.29	7.37	8.45	6.66	22.63	8.37	10.78	6.10	4.40
宿泊客数	6.24	6.61	6.80	8.00	8.41	8.60	8.60	11.81	8.62	10.13	8.72	7.46
(参考)全国 宿泊客数	6.91	7.39	8.43	7.90	8.25	7.68	8.68	10.05	8.36	9.04	8.82	8.48
道の駅	4.13	4.52	5.67	10.45	10.15	9.28	8.01	12.31	11.1	11.11	8.66	4.62
温泉施設	9.39	8.75	9.33	8.04	8.53	6.79	7.31	9.46	8.06	8.09	7.8	8.45

第3次観光振興計画期間の主な取組

基本方針1 知ってもらう！（プロモーションの強化）

デジタル媒体を活用した情報発信

コロナ禍での移動制限によりデジタル媒体を活用した情報発信が急速に進んだことを受け、本市においてもデジタルを活用したプロモーションを実施

- 観光・物産デジタルPR動画の制作・配信
- 地酒をとおした首都圏プロモーションの実施
- 大仙市ホームページ（観光ページ）のリニューアル
- 「だいせん観光PRサポーター」の設置・SNS配信
- デジタル・スタンプラリーの実施 など

首都圏への観光PRによる露出強化

本市への観光誘客を図るため首都圏で開催される観光イベントに積極的に参加

- 首都圏主要駅での観光キャラバンへの参加
- 友好交流都市・座間市ふるさと市民まつりへの参加
- 「せたがや区民まつり」への参加
- 「青の洞窟SHIBUYA」への参加 など

インバウンド観光の推進

インバウンド誘客に向けた初の試みとしてITFへの参加やファムツアーを実施

- 台北国際旅行博（ITF）への大仙市ブースの出展
- 台湾旅行エージェントを招いたファムツアーの開催 など

フィルム・コミッションによる魅力発信

本市観光PRとしてテレビ番組や映画製作へ協力

- テレビ番組への参加及び撮影協力
- 映画製作への協力 など



基本方針 2

来てもらう！（受入れ体制の整備）

「道の駅」の機能強化

道の駅の観光案内機能の強化や「道の駅かみおか」の再整備計画策定等に着手

- 市内道の駅の観光案内機能の強化
- 「道の駅かみおか」の再整備に向けた基本構想・基本計画の策定
- 「道の駅なかせん」への店舗誘致 など

大仙市観光情報センターの機能強化

本市の玄関口であるJR大曲駅に隣接する市観光情報センターの機能強化を実施

- 西口下りエスカレーターの新設
- 2階インフォメーションホールのリニューアル
- 1階ふれあい広場の大規模改修
- エレベーター・自動ドアの改修、西口タペストリーの更新 など

基本方針 3

満足してもらう♪（観光コンテンツの開発）

真木真昼県立自然公園と周辺の自然を活用した誘客事業

自然豊かな地域資源を活かしたイベント開催、スキー場のグリーンシーズン活用

- 「大仙アウトドアフェス&大台スキー場グレンデラン」、「太田黄桜まつり」の開催
- ニッコウキスゲ鑑賞和賀岳登山、川口溪谷紅葉親子トレッキング教室の実施 など

文化観光の推進

本市の文化財の活用として観光誘客と文化財の認知度向上を推進

- 角間川旧三家ライトアップの実施
- 「大正ロマンカフェ in 旧池田氏庭園」の実施
- 「刈和野の大綱引き」が体験できる文化観光プレミアムツアーの実施 など



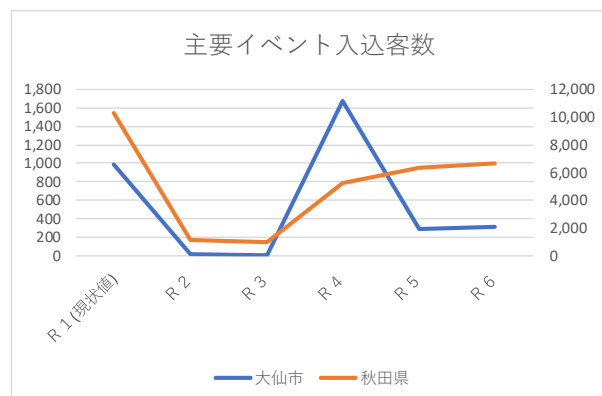
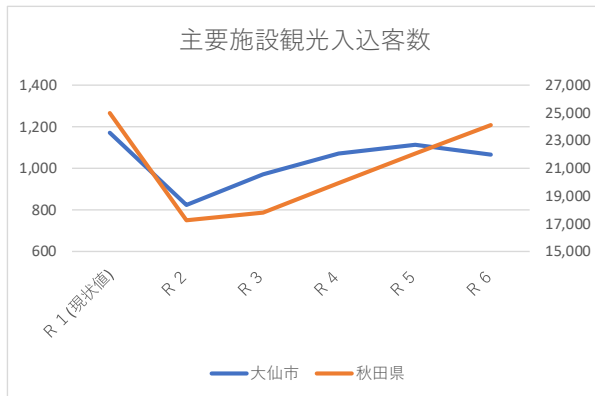
2 第3次大仙市観光振興計画の評価・検証

1 主要観光施設入込客数（千人／年）

年度	R 1(現状値)	R 2	R 3	R 4	R 5	R 6	R 7(目標値)
大仙市	1,172	824	971	1,069	1,111	1,067	1,227
秋田県	24,958	17,249	17,755	19,944	22,041	24,121	

2 主要イベント入込客数（千人／年） 別紙①

年度	R 1(現状値)	R 2	R 3	R 4	R 5	R 6	R 7(目標値)
大仙市	986	11	0	1,669	285	309	1,062
秋田県	10,312	1,111	983	5,234	6,313	6,686	



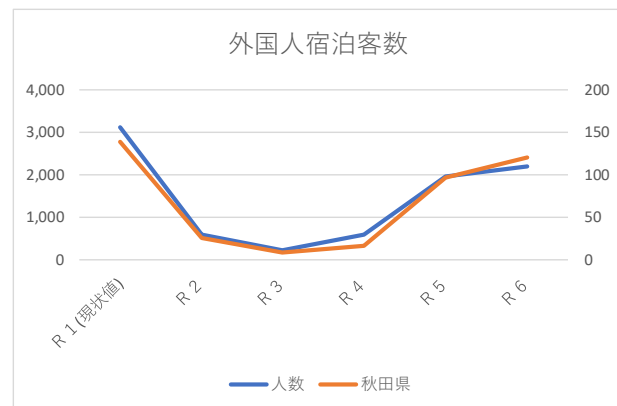
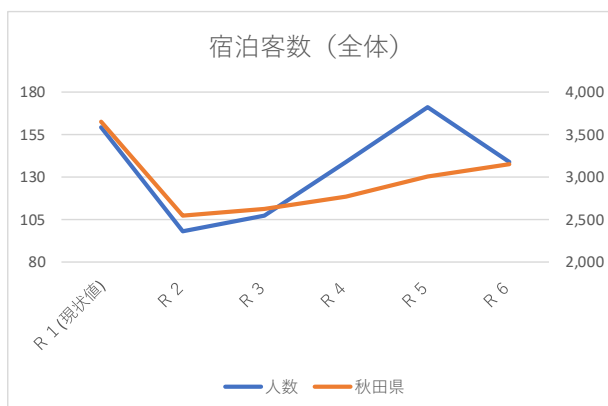
- 主要施設の入込客数は、新型コロナウイルスの影響により令和2～3年と大きく落ち込んでいる。以降に回復傾向がみられるものの、全体としてはコロナ前水準にいたっていない状況となっている。
- 主要イベントの入込客数は施設よりも新型コロナウイルスの影響が強く出ている。また、令和5年から「大曲の花火」に関する入込客数がイベント全体から会場入場者数に変わったことで、花火大会は元通り開催されているが、入込客数としては大きく減少している。なお、令和4年の伸びは「種苗交換会」が大仙市で開催（91万人）されたことによるもの。

3 宿泊者数（全体）（千人／年）

年度	R 1(現状値)	R 2	R 3	R 4	R 5	R 6	R 7(目標値)
人数	159	98	107	139	171	139	185
秋田県	3,654	2,546	2,626	2,772	3,000	3,150	

4 外国人宿泊者数（人／年）※秋田県全体は（千人／年）

年	R 1(現状値)	R 2	R 3	R 4	R 5	R 6	R 7(目標値)
人数	3,102	580	224	590	1,964	2,189	3,257
秋田県	139	25	8	16	96	120	



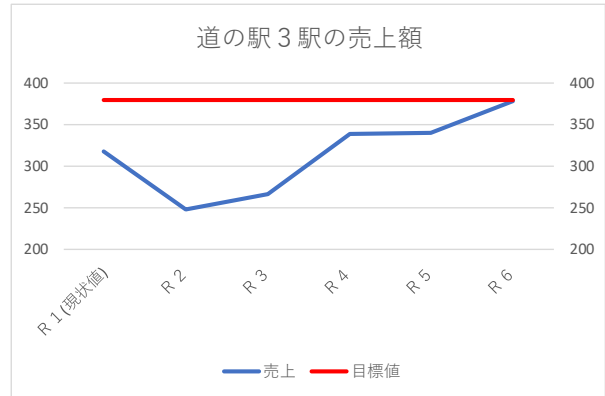
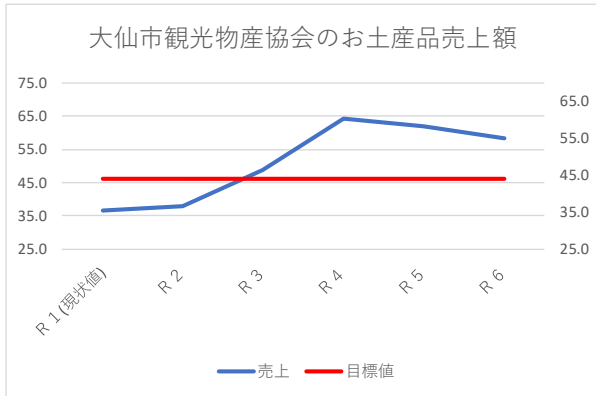
- 宿泊客数については入込客数同様に新型コロナウイルスの影響で令和2～3年に大きく落ち込み、その後回復傾向が伺える。洋上風力関係者需要などもあり、令和元年から比べると中里温泉など宿泊をやめた施設もある中で、令和元年を上回る結果となった。
- 令和6年における外国人宿泊客数は、コロナ後の回復は見られるものの現状値とした令和元年と比べても大きく下回っており、インバウンド需要を取り込めていない状況となった。ただ、令和7年については4,561人と大きな伸びが見られており、インバウンドの増加が示されている。

5 大仙市観光物産協会のお土産品売上額（百万円）

年度	R 1(現状値)	R 2	R 3	R 4	R 5	R 6	R 7(目標値)
売上	36.7	38.0	48.7	64.3	61.9	58.3	44.0

6 道の駅3駅の売上額（百万円）

年度	R 1(現状値)	R 2	R 3	R 4	R 5	R 6	R 7(目標値)
売上	317	248	266	339	340	378	380

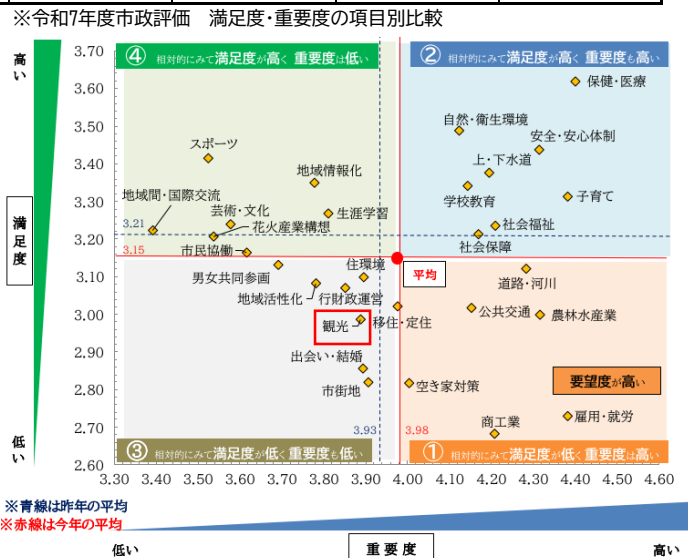
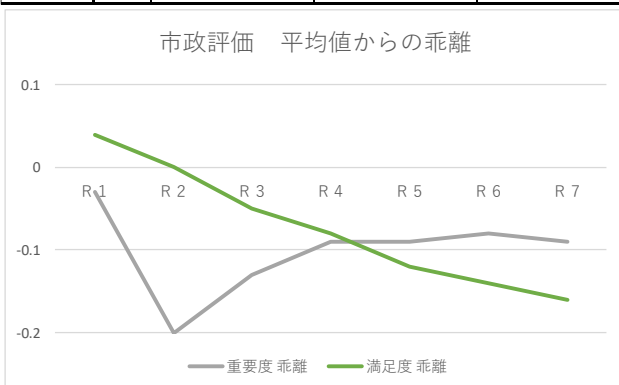


- 観光消費の指標として、第3次観光振興計画から取り入れている「大仙市観光物産協会のお土産品売上額」、「道の駅3駅の売上額」は現状値とした令和元年度から20%の増としている目標値に対して、大仙市観光物産協会と道の駅運営事業者の努力もあり順調に売上を伸ばす結果となった。
- 市としても、観光情報センターのリニューアル（令和2年）や、特産品の発送支援事業などを行い、各KPIの底上げを図っている。

(参考) 市政評価で見る「観光」

※平均値：「観光」を含む全事業の評価の平均値

		R 1	R 2	R 3	R 4	R 5	R 6	R 7
重要度	観光	3.86	3.75	3.75	3.85	3.88	3.85	3.89
	平均	3.89	3.95	3.88	3.94	3.97	3.93	3.98
	乖離	-0.03	-0.2	-0.13	-0.09	-0.09	-0.08	-0.09
満足度	観光	3.25	3.29	3.18	3.17	3.09	3.07	2.99
	平均	3.21	3.29	3.23	3.25	3.21	3.21	3.15
	乖離	0.04	0	-0.05	-0.08	-0.12	-0.14	-0.16



評価者が毎年同一でないため、平均値からの乖離で集計。コロナ禍で低下した重要度がコロナ後以降も回復できていない状況にあり、満足度も低下傾向が見られることから、観光の重要性を広く市民へ啓発していくことが求められている。

3 大仙市観光の課題

- 本市は、全国的にも知名度が高い全国花火競技大会「大曲の花火」をはじめとした行祭事、史跡・文化財、豊かな食文化・地酒など特色ある観光資源を有していますが、周遊観光や通年観光に結びついていない状況にあります。また、秋田新幹線や秋田自動車道などの高速交通体系が整備され、多彩な観光・交流が可能な都市となっていますが、日帰り・通過型観光が中心となっています。
- 本市の観光消費を増加させるためには、交流人口の底上げと滞在時間の延伸などが必要であり、観光資源を有機的に結びつけ周遊観光・通年観光化を促す仕組みづくりや、多様な主体との連携による持続可能な観光地づくりを戦略的に推進する体制の整備が課題となっています。
- コロナ禍の収束以降、日本全体でインバウンドが急増し、本市においても外国人観光客が増加傾向にあります。総じて滞在期間が短く、観光消費の増加は限定的となっており、本市に長く滞在し観光を楽しんでいただける仕組みづくりや広域的なインバウンド誘客体制の構築が課題となっています。
- 観光振興を図る上で重要な要素となる物産について、本市は他に誇る様々な物産を有していますが、総じて全国的なブランド化には至っていない状況にあり、その魅力を広く伝え、販路拡大を後押しする仕組みが必要となっています。また、人口減少に伴う市場の縮小が進んでいることを踏まえ、国内だけでなく国外にも目を向けた戦略的な市場開拓が重要となっています。
- 本市の観光関連施設については、観光誘客の柱として多くの交流人口を生んでいますが、さらなる誘客を図るためには多様化するニーズを的確に捉えた機能の強化が求められています。また、観光関連施設については大仙市誕生前に整備した施設が多く、経年劣化が進んでいることから、本市の将来を見据えた施設のあり方について検討が必要となっています。



大仙市の観光に関するSWOT分析

本市の地域特性を強み（Strengths：自社の優位な資源や能力）、弱み（Weaknesses：改善が必要な内部課題）、機会（Opportunities：市場や環境要因）、脅威（Threats：外部リスク）として整理します。

Strengths（強み）

- ・日本最高峰の花火大会のひとつ全国花火競技大会
「大曲の花火」をはじめとした各地の花火大会等
- ・「刈和野の大綱引き」をはじめとした多彩な歴史観光資源
- ・「旧池田氏庭園」や「払田柵跡」をはじめ他に誇る文化財
- ・県内有数の穀倉地帯
- ・米やいぶりがっこをはじめとした豊富な「食」資源
- ・四季折々に美しい自然、広大な田園風景
- ・県内最多の酒蔵とそこで醸された味わい深い地酒
- ・県内屈指の交通の要衝（秋田新幹線、秋田自動車道等）
- ・宿泊、飲食店、バス、タクシー等を有するハブ機能 など

Weaknesses（弱み）

- ・人口減少による地域経済の縮小
- ・産業分野の担い手不足、後継者不在
- ・宿泊施設・宿泊キャパシティの不足
- ・二次交通の不足
- ・花火以外総じて知名度が低い観光資源
- ・通年で体験できる観光コンテンツ不足
- ・周遊観光化につながるコンテンツ不足
- ・データに基づく戦略的取組の不足 など

Opportunities（機会）

- ・全国的なインバウンドの増加
- ・団塊ジュニア世代の観光需要の増加
- ・円安による地場産品の輸出機会拡大
- ・日本食、日本酒の世界的需要の拡大
- ・観光DXの進展
- ・日本ならではの体験を求めるトレンド
- ・広域観光の推進による連携の機運の高まり など

Threats（脅威）

- ・日本全体の人口減少の進行による観光需要の低下
- ・人口減少・高齢化による観光人材の不足
- ・豪雨や豪雪などの自然災害リスク
- ・熊出没の頻発化 など

積極戦略 （強み × 機会）

本市の魅力、デジタルを中心とした効果的な情報発信と旅行者との接点づくりを行います。

差別化戦略 （強み × 脅威）

旅行者が求める体験重視の通年型観光コンテンツや、本市ならではの花火・歴史・文化・食・自然・四季を組み合わせたコンテンツを創出していきます。

改善戦略 （弱み × 機会）

積極的なプロモーション展開と、通年型観光コンテンツの磨き上げによるインバウンド誘客の推進を行います。

防御戦略 （弱み × 脅威）

観光地域づくり法人(DMO)を中心として、観光地としての高付加価値化やスルーガイド等の稼ぐ力を高められるよう、データや市場分析に基づく戦略的な取組を行います。

第3章 ビジョンとコンセプト

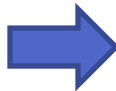
1 第4次観光振興計画の基本構想

観光は、宿泊・飲食・物産・交通のみならず、農業や地場産業の振興にも関わる裾野の広い産業であり、地域経済に広く波及するだけでなく、雇用の維持・創出、人口流出の抑制、関係人口の創出にもつながるなど、地方創生の実現に寄与する重要な要素のひとつです。

本計画は、こうした観光振興の重要性を踏まえ、スピード感を持って観光施策に取り組んでいくための新たな指針として位置づけるものであり、観光消費額の拡大による持続可能な地域づくりを念頭に、明確なビジョンとコンセプトを定め、3つの基本方針のもと、取り巻く環境の変化や国の観光政策の動向を把握しながら、特色ある観光資源や優れた立地条件などを活かした本市ならではの施策を効果的かつ計画的に進めていきます。

観光振興計画の目指すもの

観光消費額の拡大



持続可能な地域づくり

2 ビジョン／大仙市が目指すべき観光地の姿

「感動と感激」 花火と文化が彩り 人との出あいがある

四季・食・体験が融合した 持続可能な滞在型観光都市

世界に誇る花火と文化・四季・食・体験を融合し、「今まで誰も見たことも聞いたこともない」「魅入られて没入する」ことで得られる感動と感激に満ちあふれた旅を提供し、人と人が出あい、つながる、持続可能な滞在型観光都市を目指します。

また、秋田新幹線や秋田自動車道などの充実した高速交通体系を活かした「ハブ」として、市域を越え、各地域に点在する観光資源を「線」で結ぶ、広域観光の滞在拠点となり、多くの人を訪れる広域ハブ観光地とします。

3 コンセプト／ビジョン実現に向けた概念

「感動と感激」を生むコンテンツの創出 と ホスピタリティの向上
デジタルの積極活用による 持続可能なだいせん観光の推進

ビジョンの実現に向け、「感動と感激」が得られるコンテンツの創出として、「大曲の花火」をはじめとした行祭事、史跡・文化財、地酒など特色ある様々な観光資源を活かした付加価値の高いコンテンツや、地域の歴史や食文化を体感できる高質なプログラムの創出、既存の観光コンテンツの磨き上げなどに取り組んでいきます。

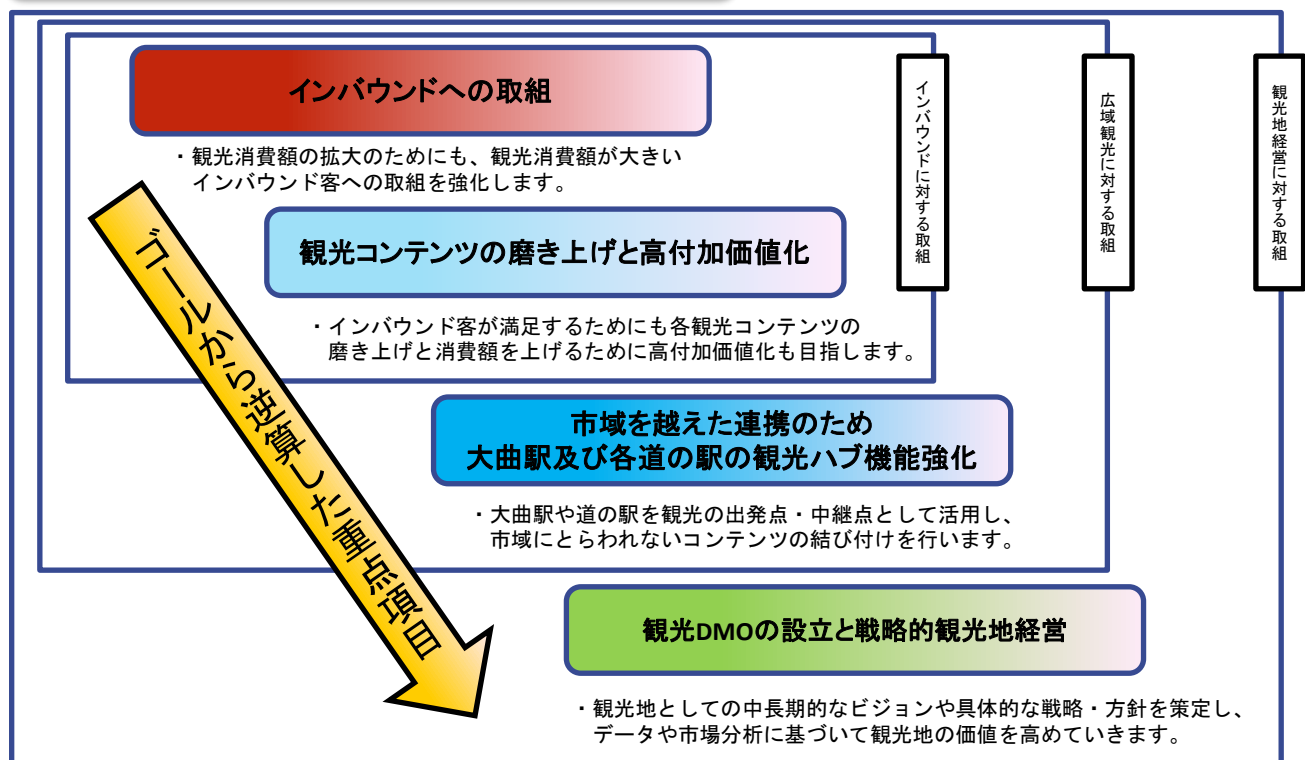
また、旅行者が安心して訪れることができ、人々の心に残る滞在価値を提供できるホスピタリティの向上にも力を入れるとともに、デジタル技術を活用した情報発信と観光のデジタル・トランスフォーメーションを推進し、ターゲットに応じた戦略的なプロモーションとサービス品質の向上に取り組むなど、新たなステージを切り拓く持続可能なだいせん観光を推進していきます。

4 持続可能な地域づくりに向けた観光消費額拡大へのアプローチ

「観光消費額の拡大」へのアプローチについて、バックキャストイングにより、ゴールから逆算した重点項目を段階的に設定し、今後、人口減少等を背景に縮小が見込まれる地域経済の維持・拡大を図り、持続可能な地域づくりにつなげていきます。

観光消費額の拡大へのアプローチ

今後、縮小が見込まれる地域経済の維持・拡大、持続可能な地域づくりに向けて観光消費額の増加を目指します。



第4章 基本方針

1 観光振興計画の基本方針

本計画の基本構想やビジョン、コンセプトなどを踏まえ、基本方針を次のとおり設定します。

基本方針 1

旅行者が求める観光コンテンツの創出と磨き上げ (観光コンテンツの創出と磨き上げ)

「旅行者が求める観光コンテンツの創出と磨き上げ」として、旅行者のニーズが高く、通過型観光から滞在型観光へシフトする上で重要な要素となる参加・体験型コンテンツの創出・磨き上げに取り組んでいきます。また、本市の特徴である花火と文化、豊かな食や美しい四季などを融合した独自性のあるコンテンツを創出するとともに、地域資源をストーリー化し磨き上げることで満足度とリピート率を向上させ、交流人口の底上げを図ります。さらに、本市で完結する観光ではなく他市町村や他県に訪れた観光客が大仙市に訪れる仕掛けづくりや本市を起点に他地域を周遊する広域観光ハブ機能を強化するほか、本市が誇る豊かな「食」資源や特産品をコンテンツとした誘客促進にも取り組んでいきます。

基本方針 2

旅行者に優しい受入体制づくり (受入体制の整備)

「旅行者に優しい受入体制づくり」として、観光拠点施設等の魅力向上や機能強化に取り組むとともに、増加する外国人旅行者に対応した多言語案内やフリーWi-Fi・キャッシュレス決済の導入、トイレ・休憩スペースの充実など、旅行者が安心して来訪できる環境の整備を進めていきます。また、観光は「人と人との出会い」でもあり、笑顔のもてなしや迅速な対応がその観光地の印象を形づくることを念頭に「選ばれる観光地」を目指したホスピタリティやサービス水準を高める取組を進めていきます。さらに、旅行者のアクセシビリティ・回遊性の向上を図るための既存公共交通機関の活用促進や新たな移動手段の検討を進めていきます。

基本方針 3

旅行者に伝わるプロモーションの展開 (プロモーションの強化)

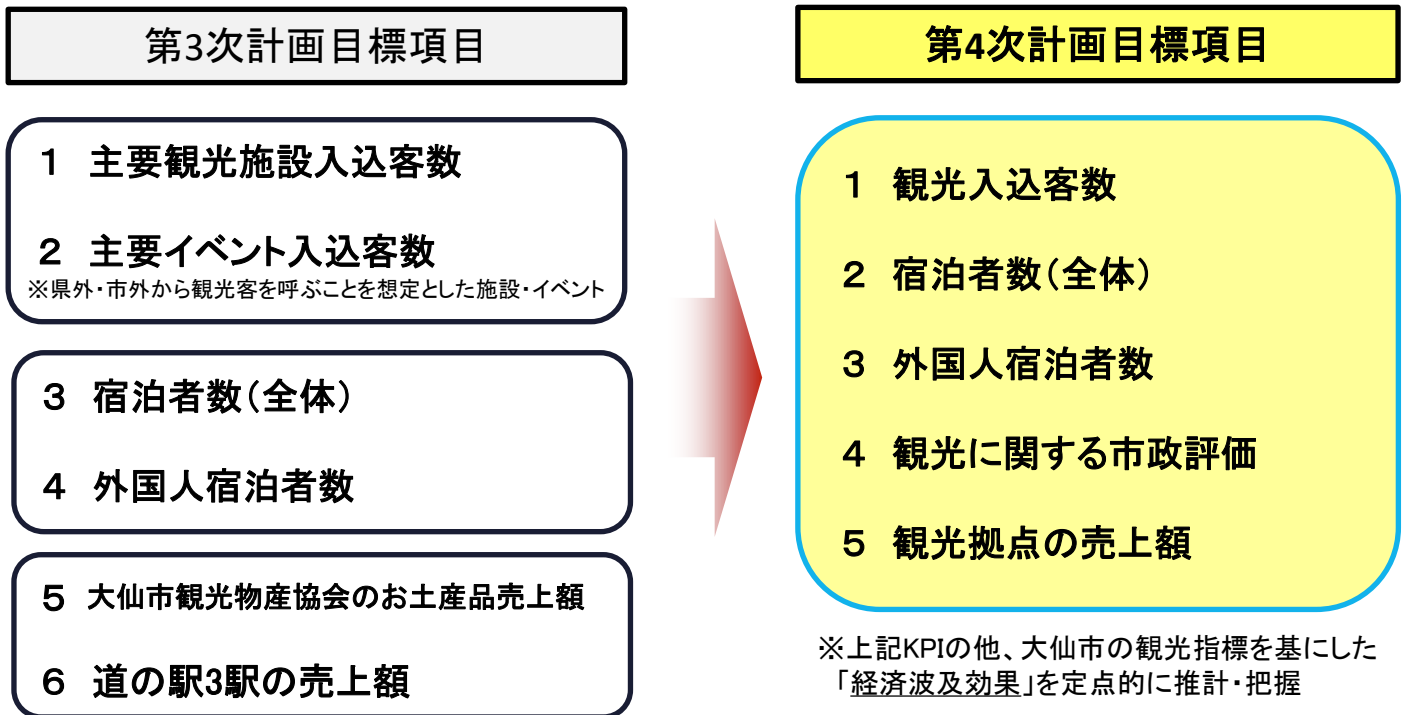
「旅行者に伝わるプロモーションの展開」として、デジタル媒体を中心とした効果的なプロモーションに取り組んでいきます。旅行者の多くは出発前にSNSや検索エンジン、OTA※等を通じて情報収集するとされており、「旅マエ」段階からデジタル上で地域の魅力を的確に伝え存在感を示すことが重要であることから、旅行者が実際に見るプラットフォーム上で、体験コンテンツや受入環境、交通アクセス等を一元的に分かりやすく整理した情報を提供していきます。また、デジタルだけではなく「人」を起点とした情報発信や様々なイベント・多様な主体との連携によるPRにも取り組んでいきます。さらに、旅行者目線に立って、知りたい情報に素早くたどり着ける導線の設定やモデルコース・テーマ別特集を用意するなど「行ってみたい」を「行動」に結びつけるプロモーションを行うほか、様々な地域資源や機会、季節を組み合わせた情報発信にも力を入れていきます。

※OTA Online Travel Agentの略で、インターネット上だけで取引を行う旅行会社

第5章 目標と重点施策

1 観光振興計画の目標について

第4次観光振興計画では、「観光消費額の増加」を最終目標とし、その達成に向けたプロセスを定量的に測定する5つの目標を設定します。なお、本計画では、目標項目の設定を行うこととし、具体的な数値目標（KPI）については、観光振興の実効性を高めるため、別に定める「第4次観光振興計画アクションプラン」において設定することとします。



■第4次観光振興計画アクションプランと目標数値（KPI）について

本計画では、基本方針で示すとおり、今後において観光地域づくり法人「大仙市版DMO（仮称）」の設立を目指すこととしており、その設立の際に必要な「観光地経営戦略」との整合性を図り、実効性のある観光振興施策に取り組んでいくため、第4次大仙市観光振興計画に紐づくアクションプランの策定を行い、その中で、数値目標（KPI）とその目標を達成するための施策・事業を設定します。

- ・観光地経営戦略の策定（DMO登録のための必須項目）

⇒ この地域をどのような観光地としていきたいか



進捗・データ指標に基づいて随時見直します

2 目標達成に向けた重点施策

本計画の基本方針である「観光コンテンツの創出と磨き上げ」、「受入体制の整備」、「プロモーションの強化」ごとに目標の達成に向けた重点施策を設定します。また、重点施策に紐づく具体的な取組については、下記内容のほか、別に定める「第4次観光振興計画アクションプラン」において掲載し、施策効果が最大限発揮できるよう適時実行に移していくこととします。

基本方針 1

旅行者が求める観光コンテンツの創出と磨き上げ (観光コンテンツの創出と磨き上げ)

① 「体験」を重視したコンテンツの開発

- ・既存体験型コンテンツのブラッシュアップと高付加価値化
- ・国内外の観光ニーズを捉えた体験型コンテンツの掘り起こしと創出促進

② 花火・歴史・文化や食・自然・四季などを組み合わせたコンテンツの創出・磨き上げ

- ・花火や文化財などを組み合わせた文化観光コンテンツの創出と磨き上げ
- ・県内最多の酒蔵や特色ある食、自然や四季等を活かしたコンテンツの創出と磨き上げ
- ・スポーツツーリズム、フィルムツーリズム、ルーラルツーリズムの推進

③ 周遊・通年観光化と広域ハブ観光の促進

- ・観光コンテンツの組み合わせによる周遊観光・通年観光化の促進
- ・優れた都市機能や立地条件等を活かした本市を起点とする広域ハブ観光の促進

④ 「食」資源や特産品等を活かした観光誘客の促進

- ・本市の豊かな「食」資源や特産品等を観光コンテンツとした誘客促進
- ・地場製品の魅力向上・ブランド化の促進

基本方針 2

旅行者に優しい受入体制づくり (受入体制の整備)

① 観光拠点施設の魅力向上・機能強化

- ・「地方創生・観光を加速する拠点」となる道の駅への移行に向けた機能強化
道の駅かみおかのリニューアル、道の駅なかせんの再整備検討等
- ・市観光情報センターの機能強化
インバウンド対応も含めた観光案内、物産PR、休憩、賑わい創出など施設機能の充実
- ・ニーズに応じた市温泉施設の運営改善

② 観光人材の育成・確保とホスピタリティの向上

- ・観光ガイドなどの観光人材の育成・確保
- ・観光関連事業者のホスピタリティ向上促進、インバウンド対応の強化
案内・メニュー等の多言語化、店舗等のフリーWi-Fiやキャッシュレス決済の導入促進

③ アクセシビリティ・回遊性の向上

- ・多様な二次交通手段（鉄道、路線バス、タクシー、レンタカー等）の活用促進
- ・観光資源と組み合わせた新たな移動手段の検討

基本方針 3

旅行者に伝わるプロモーションの展開（プロモーションの強化）

① だいせん観光の魅力発信

- ・デジタルを中心としつつ様々な媒体を組み合わせた効果的な情報発信、旅行者との接点づくり
- ・「人」を起点としたプロモーションの展開
観光PRサポーターの活躍促進、市民や地域おこし協力隊、大仙ファンによる情報発信
- ・「連携」によるプロモーションの展開
各種大会・イベントとの連携推進、他自治体・関係機関・団体との連携強化、映画製作等への協力
- ・インナープロモーションの推進
インナープロモーションによるシビックプライドの醸成、市民との協働による情報発信

② 旅行者目線に立った情報集約と提供

- ・市内の体験型コンテンツの情報集約と旅行者目線による効果的な情報発信
- ・旅行事業者や個人・団体等への観光コンテンツや二次交通情報も含むパッケージの提案
- ・広域観光ハブとしての情報発信・誘客促進
新幹線停車駅を有し、高速交通体系が整備されているほか、宿や飲食店、温泉等が立地し、バス・タクシー・レンタカー等の二次交通機関がある、本市の観光ハブ機能の優位性をPR

③ 様々な地域資源や機会、季節を組み合わせた魅力の発信

- ・観光と特産品を結びつけた海外・首都圏等へのシナジープロモーションの展開
国際旅行博への出展、首都圏や友好交流都市等で開催されるイベントへの参加
- ・大仙市を旅の目的地とする魅力発信
田舎暮らしやアウトドア、花火体験、アクティビティ体験などの機会、季節を組み合わせたコンテンツ情報の発信
- ・本市特産品の販路拡大・海外展開の促進



第6章 観光振興計画の推進

1 連携と協働による効果的な取組の推進

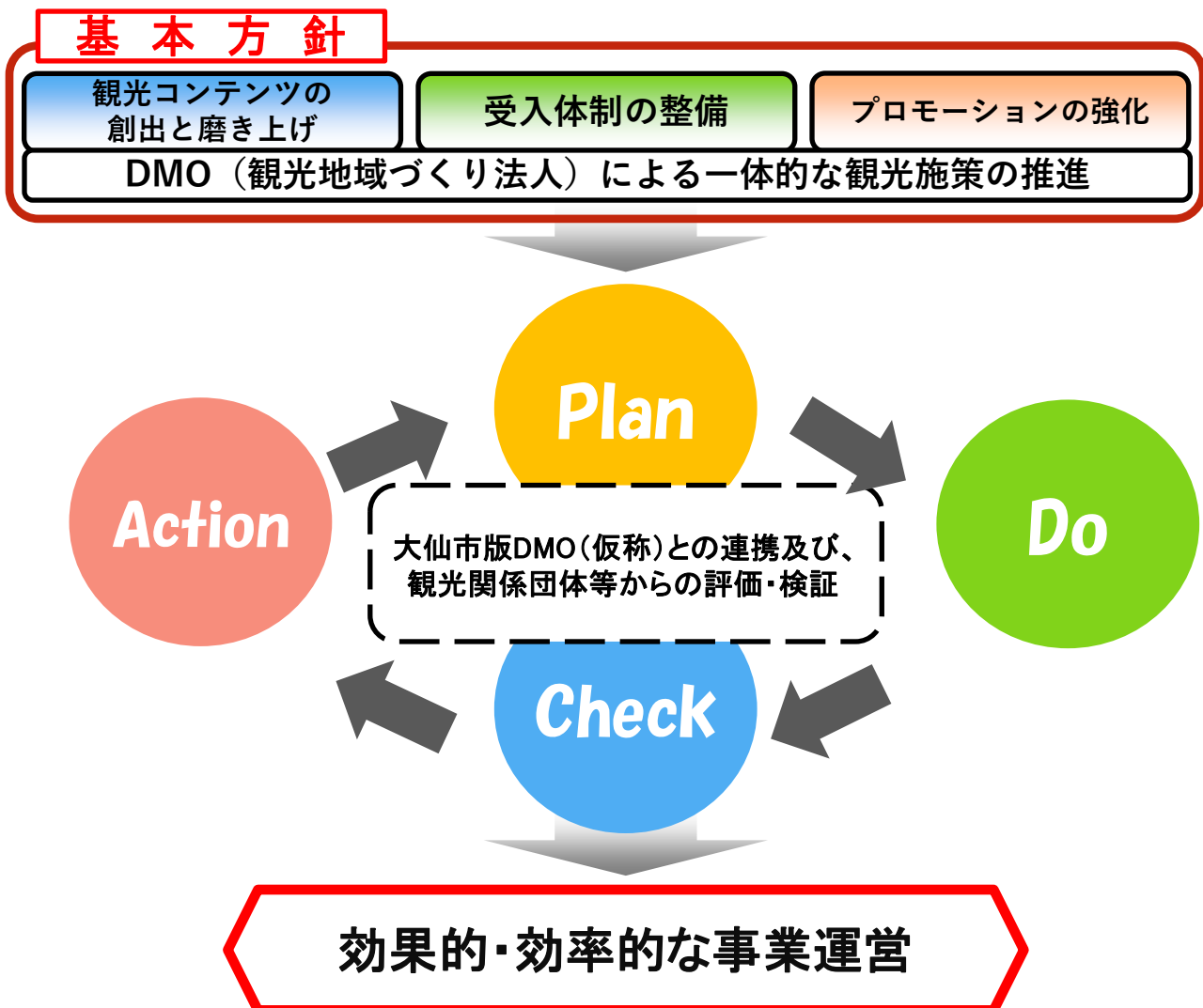
本計画に基づく取組は、本市と観光関係団体、商工団体等の各種団体、県・関係市町村、民間業者及び市民等の多様な主体による連携と協働のもと計画的に推進していきます。また、今後組織化を進める大仙市版DMO（仮称）との連携を図るとともに、庁内各部署との連携と情報共有により効果的な観光施策を進めていきます。

2 計画の進捗管理

本計画の進行管理は、別に策定するアクションプランにおいて設定する目標値（KPI）の達成状況を把握し、評価・検証を行いながら、適宜、施策の見直しを図るなど、PDCAサイクルにより進めていきます。

3 計画の評価体制

本計画の評価については、観光交流課において毎年度実施するとともに、適宜、本計画策定委員会委員に計画の進捗状況等を報告し、評価・検証を行う体制を構築します。



大仙市観光振興計画策定委員会

■ 委員名簿

(敬称略)

所 属	役職	氏 名
秋田県仙北地域振興局	総務企画部長	檜山 善春
大曲商工会議所	副会頭	伊藤 俊也
大仙市商工会	事務局長	菅 哲哉
一般社団法人大曲青年会議所	理事長	進藤 祐太
一般社団法人大仙市観光物産協会	代表理事	鈴木 直樹
東日本旅客鉄道株式会社 県南地域共創オフィス	室長	佐々木 尚文
大仙市企画部	部長	佐々木 英樹
大仙市経済産業部	部長	鎌田 篤史
大仙市観光文化スポーツ部	部長	加賀 貢規
大仙市観光文化スポーツ部観光交流課	観光推進専門監	天川谷 茂

■ 観光振興計画の策定経過

令和7年

- ・ 9月26日 第1回 策定検討委員会
- ・ 10月30日 第2回 策定検討委員会
- ・ 11月26日 第3回 策定検討委員会
- ・ 12月10日 大仙市議会産業建設常任委員会協議会

令和8年

- ・ 2月10日 パブリックコメント募集
～2月20日
- ・ 3月 6日 大仙市議会産業建設常任委員会協議会



大仙市

第4次大仙市観光振興計画

【令和8年度～令和12年度】

発行 令和8年3月

編集 大仙市観光文化スポーツ部観光交流課

〒014-8601 秋田県大仙市大曲花園町1番1号

ホームページ <https://www.city.daisen.lg.jp/>