（案）
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

大仙市

【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　大仙市観光の状況　・・・・・・・・・・・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　知ってもらう！　（プロモーションの強化）
　　基本方針２　来てもらう！　（受入れ体制の整備）
　　基本方針３　満足してもらう♪（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
（受入れ体制の整備）

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、アクションプラン

１　観光振興計画の目標　・・・・・・・・・・・　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り組みの推進　・・・・　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、本計画に紐付く実行計画として別に定める第4次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設定（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）

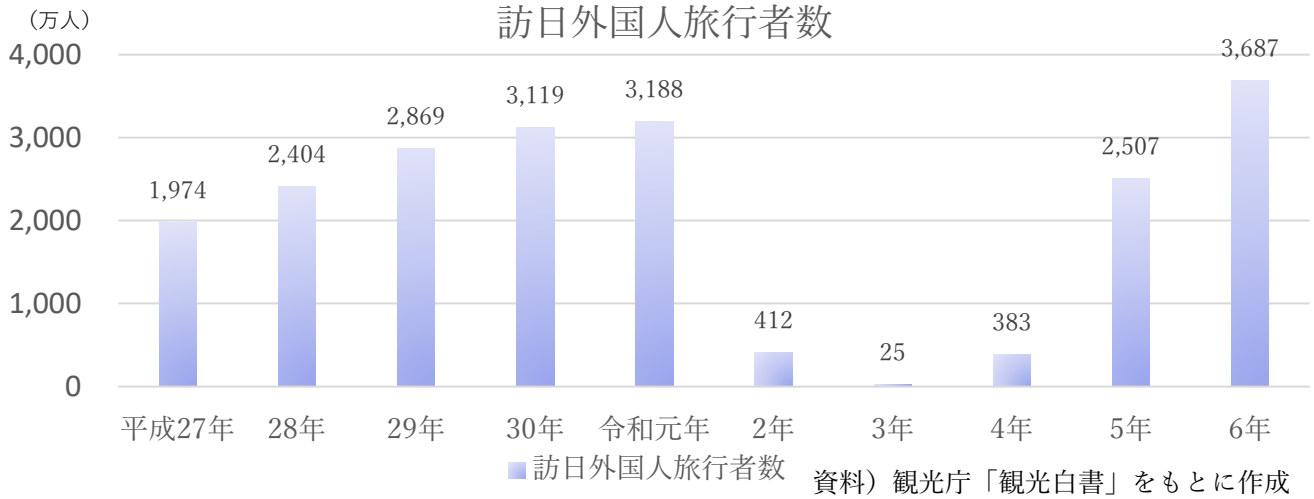
等

第1章 観光の動向

1 全国の観光動向

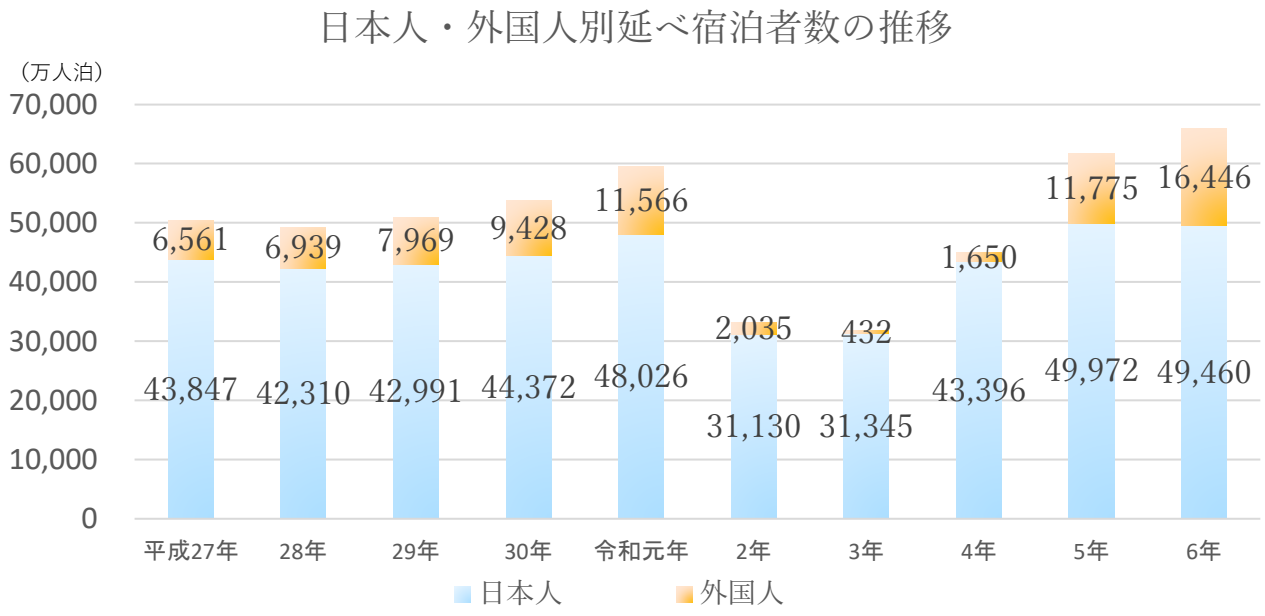
（1）訪日旅行の状況

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年度から令和6年度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。



資料）観光庁「観光白書」をもとに作成

令和5～6年の推移では、日本人宿泊者数の横ばい傾向、外国人宿泊者数の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。

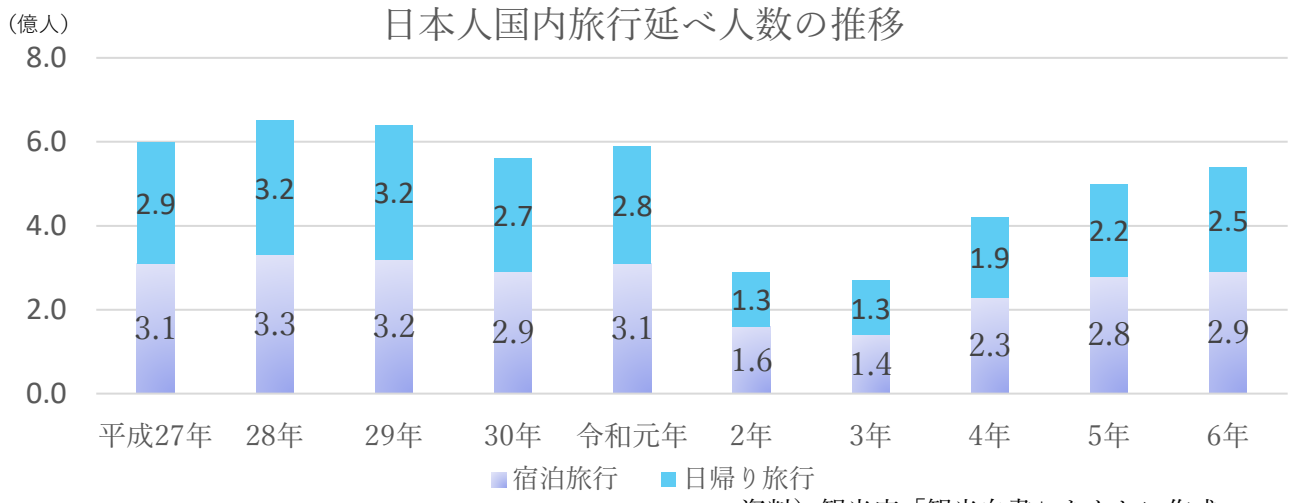


資料）国土交通省「宿泊旅行統計調査」をもとに作成

（2）国内旅行の状況

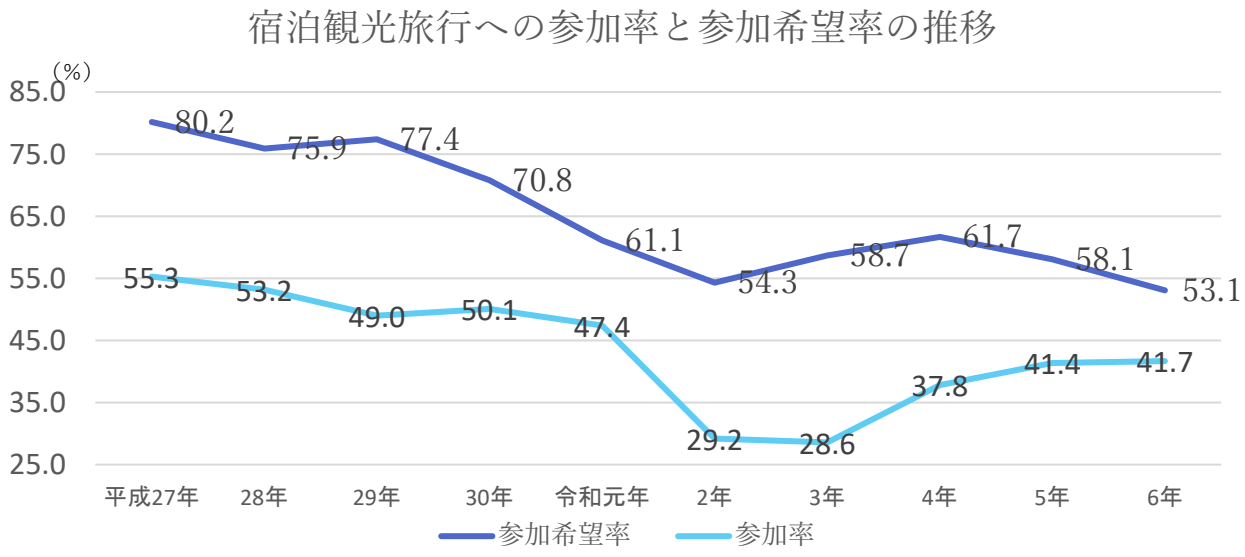
国内旅行については、コロナ禍以前は国内旅行も延べ旅行者数は堅調に推移していましたが、令和2年～3年のコロナ禍で移動制限や外出自粛により大幅減少となっています。その後、令和4年の水際措置緩和や全国旅行支援などの政策により国内需要は急速に持ち直し回復した一方で、延べ旅行者数は令和元年を1割程度下回る状況となっています。

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。



資料）観光庁「観光白書」をもとに作成

一方、日本観光振興協会が実施している令和7年度版「国民の観光に関する動向調査」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、実際の参加した（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。



資料）日本観光振興協会「観光の実態と志向」をもとに作成

（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されています。

※1 DXとは、業務のデジタル化により効率化を図るだけではなく、データ分析・利活用により変革を促す技術やビジネスモデル
※2 DMOとは、観光地域づくり法人の略称であり、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とは、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とは、「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）:

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。

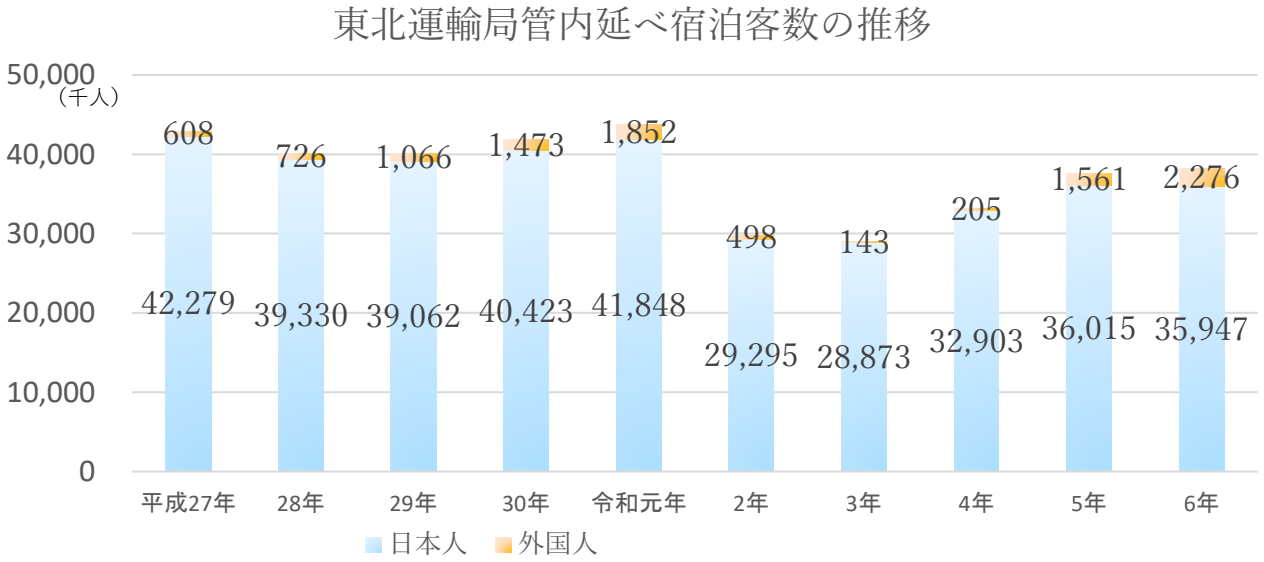
2030年に向けた長期目標訪日外国人旅行者数：

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

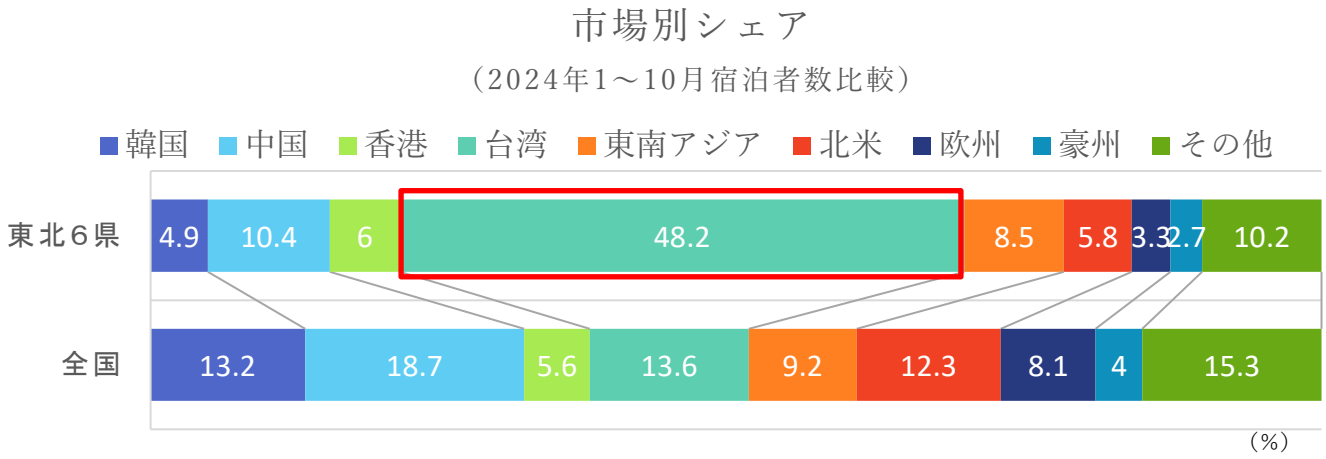
（1）東北の観光の状況

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」などの取組みが始まっています。



資料）観光庁「宿泊旅行統計」をもとに作成

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付きつつあります。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たことから、東北観光の主要成長要因はインバウンドにシフトしたと言えます。また、東北のインバウンドの特徴として国籍別で台湾に偏っている状況などがうかがえます。

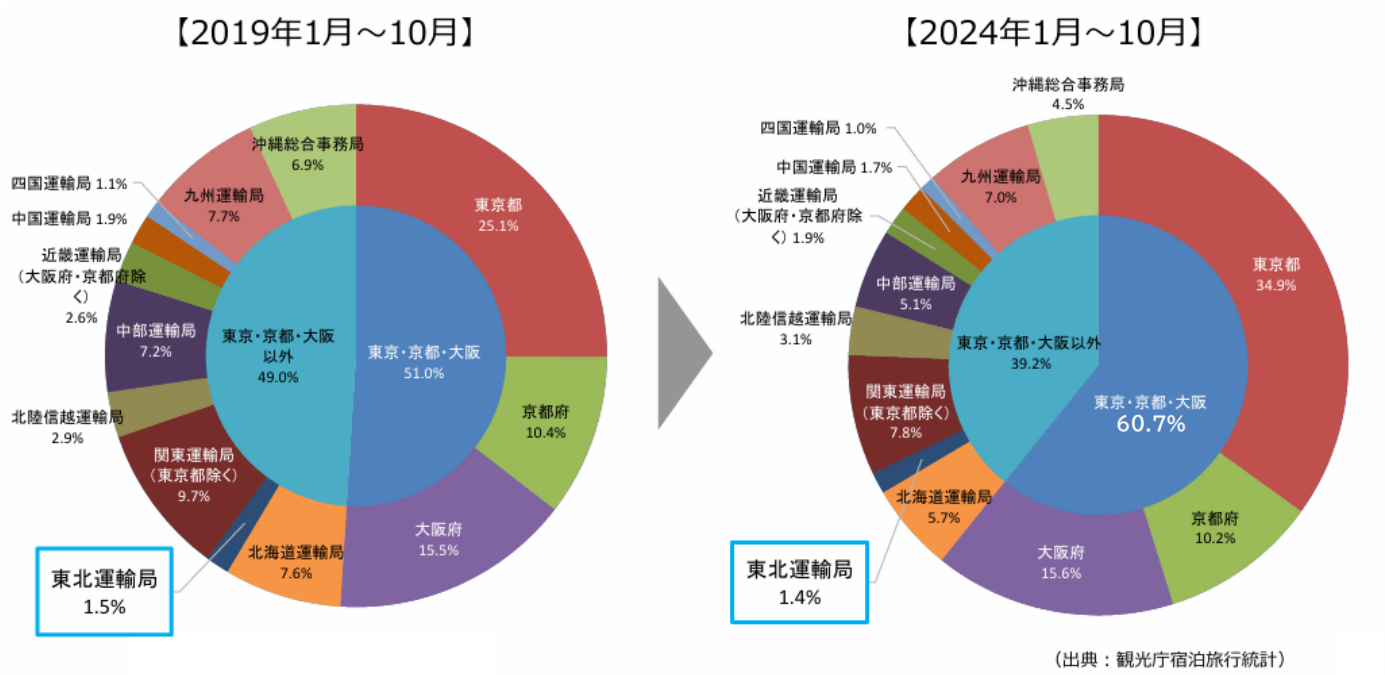


資料）国土交通省東北運輸局「2025年度東北ブロック訪日プロモーション実施方針」をもとに作成

（2）東北運輸局の訪日プロモーション方針

令和6年の東北における外国人宿泊者数は大きく伸びているものの、地域別シェア率をみると東京・京都・大阪で60.7%と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の造成、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。

※訪日外客とは。日本政府観光局(JNTO)や観光庁の統計において、「日本に訪れた観光・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。



（出典：観光庁宿泊旅行統計）

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客の増加

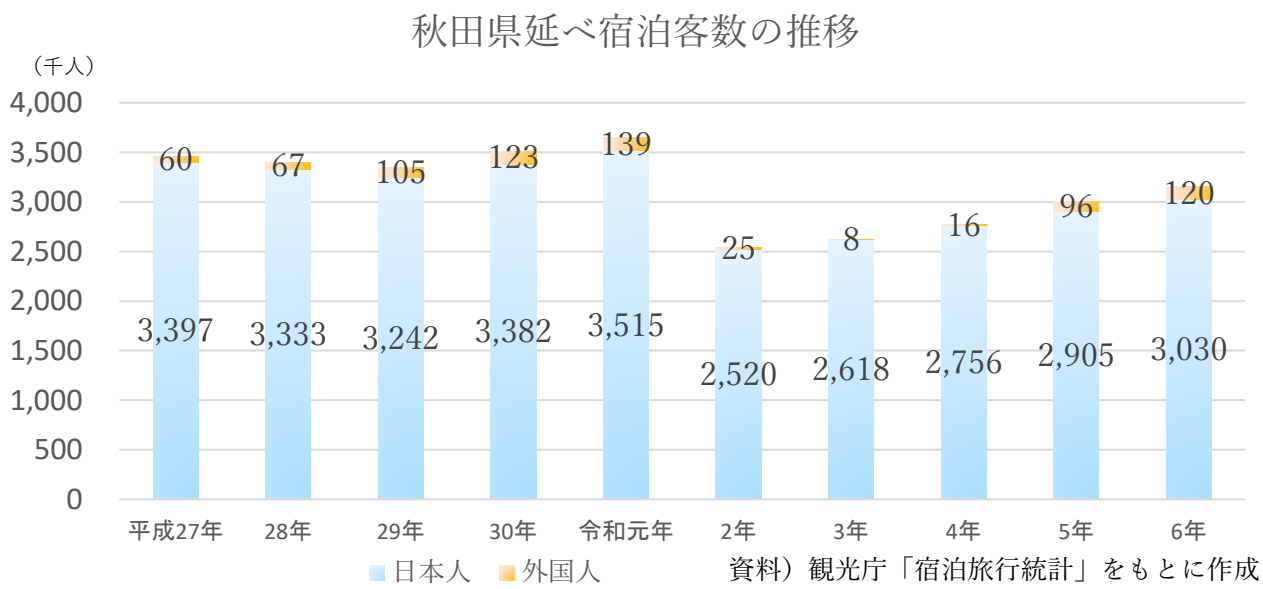
戦略②　東北で磨き上げて観光コンテンツの重点的な発信

戦略③　高付加価値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

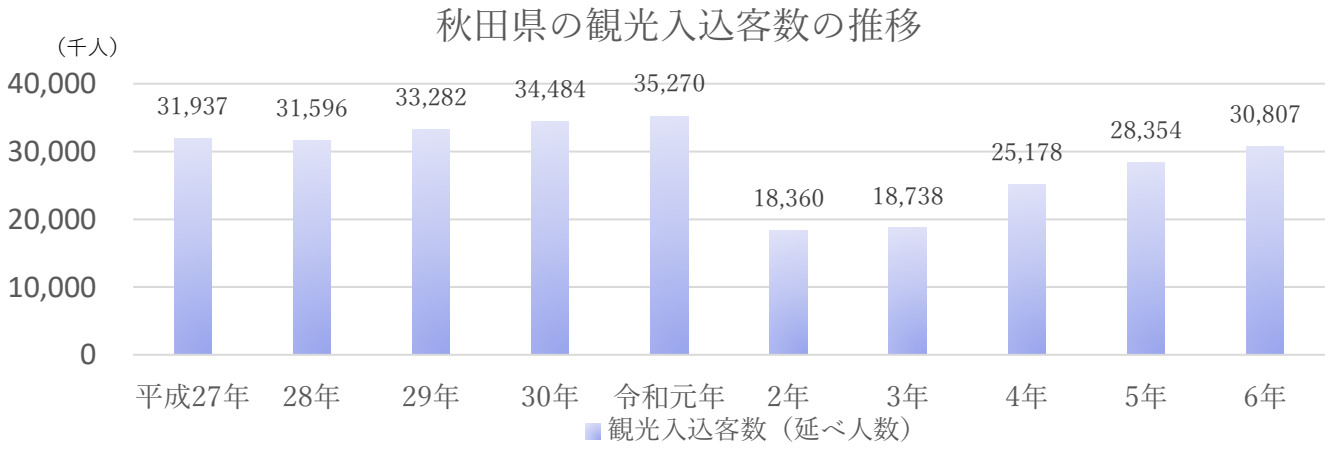
（1）秋田県の観光の状況

秋田県全体の宿泊者数については、コロナ禍の影響を受け対前年比で約7割にまで減少しました。コロナ禍収束後は全国や他の東北各県の動向と同様に回復傾向にありますが、コロナ禍前までには至っておらず、全国の増加割合に比べると低く、全国や東北全体で外国人宿泊客数が過去最高を更新している中、秋田県内にインバウンドを呼び込めていない状況となっています。



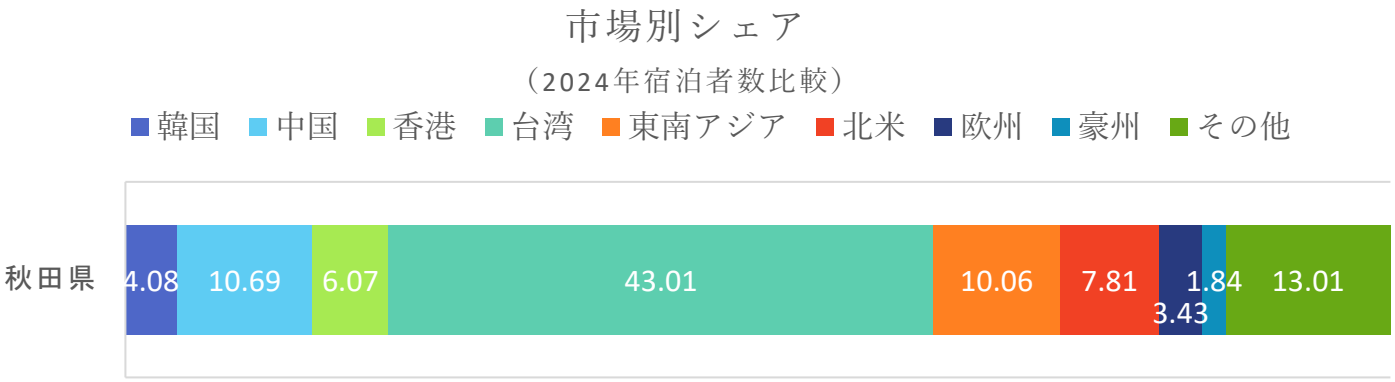
資料）観光庁「宿泊旅行統計」をもとに作成

秋田県全体の観光入込客数については、コロナ禍で行祭事・イベントが中止された令和2～3年度に大きく減少しました。現在は回復傾向にありますが、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７年のツキノワグマの異常出没は観光分野にも影を落としており、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

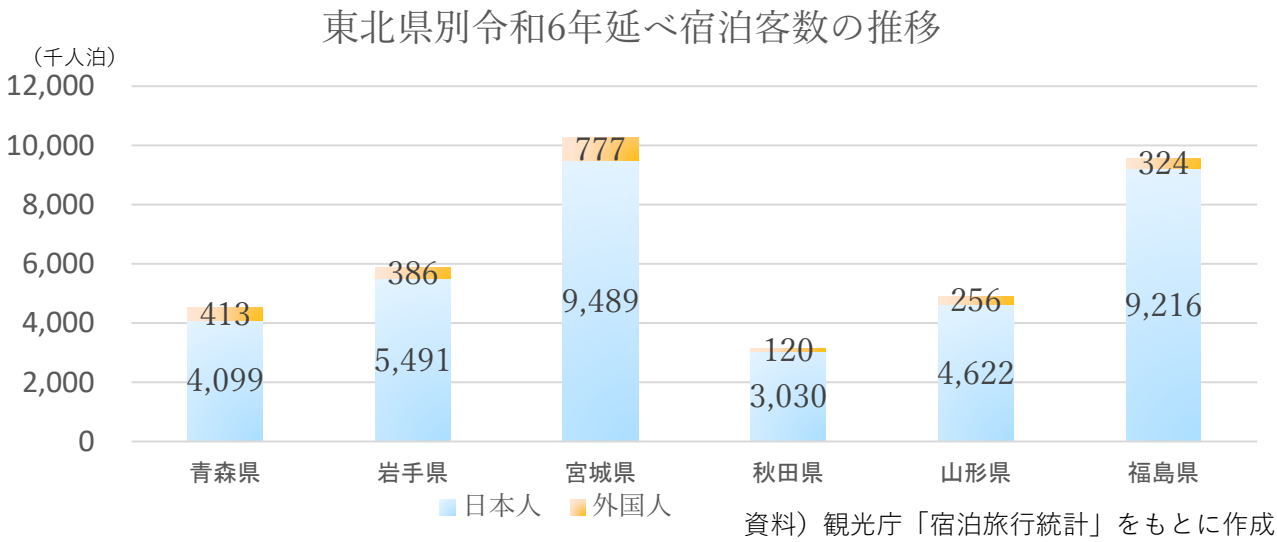
秋田県における令和6年の延べ宿泊客数での市場別シェアでは東北全体と同様に台湾のシェアが高くなっています。これは令和5年12月から秋田空港と台湾桃園国際空港を結ぶ直行便（タイガーエア台湾）が運行されているほか、青森空港、花巻空港、仙台空港でも台湾直行便があることが要因のひとつと考えられます。



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%で、外国人宿泊者数においては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。



資料）観光庁「宿泊旅行統計」をもとに作成

第2章　大仙市の観光

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」などの歴史ある行祭事、国指定名勝旧池田氏庭園や国指定史跡払田柵跡などの史跡・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渓谷、美山湖紅葉などの渓谷・滝・湖沼も豊富に存在しているほか、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。





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。



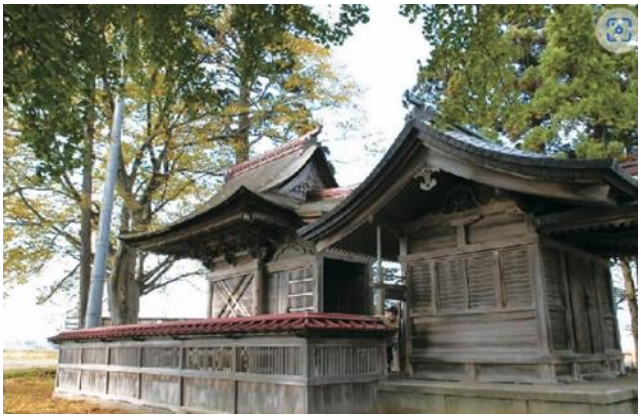
国指定名勝 旧池田氏庭園
国指定重要文化財 旧池田家住宅洋館



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



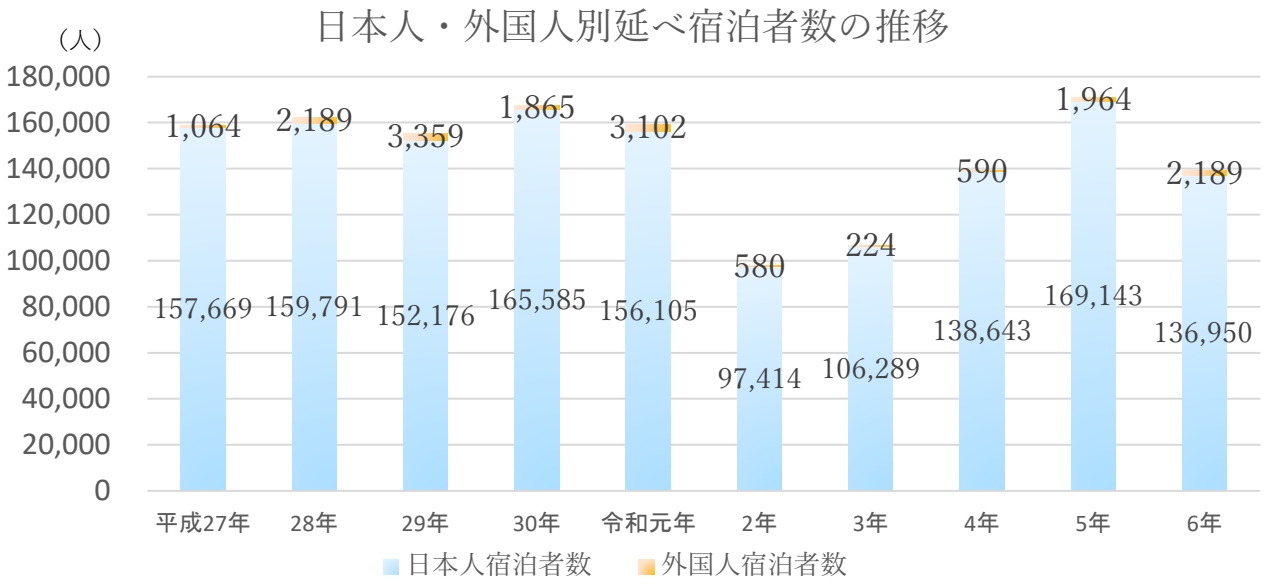
いぶりがっこ



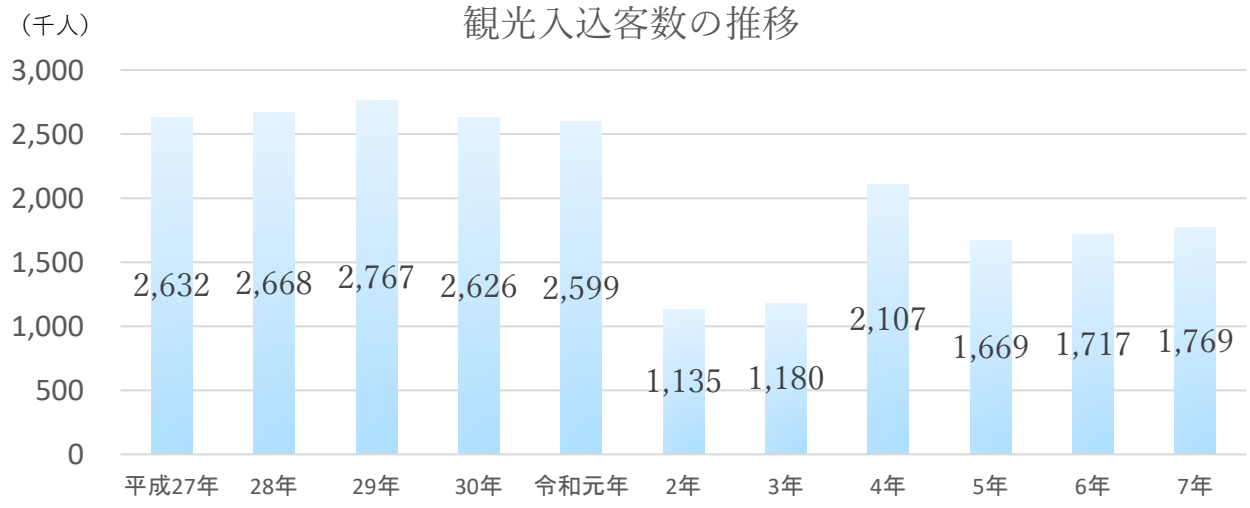
特色ある「食」資源

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。

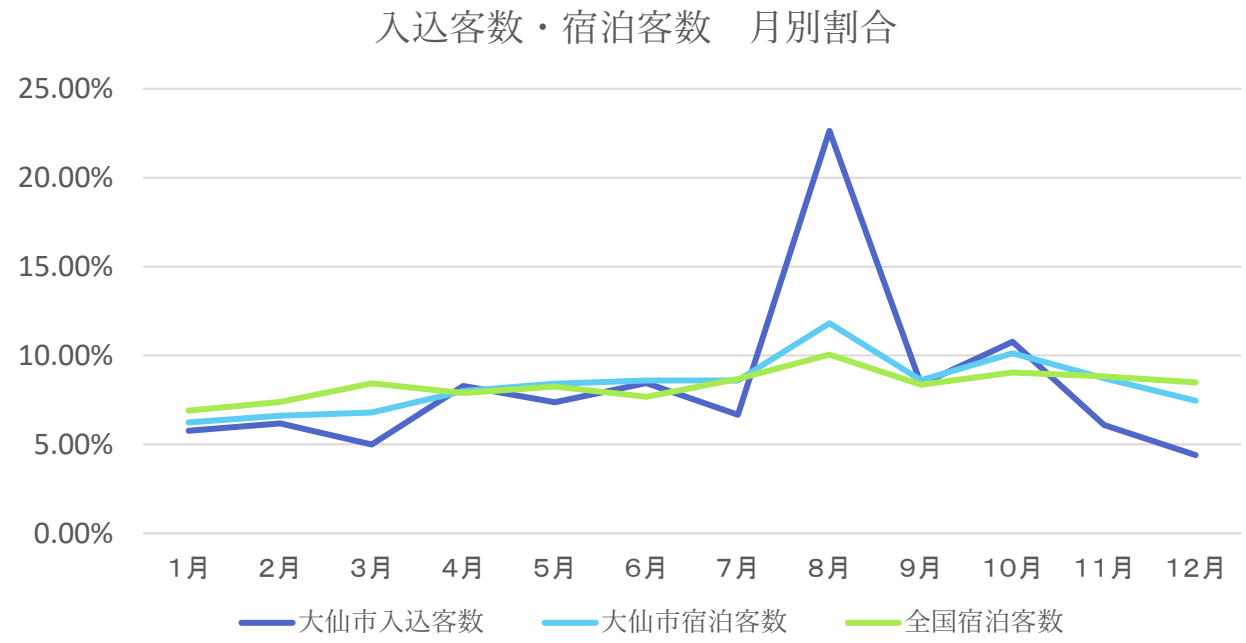


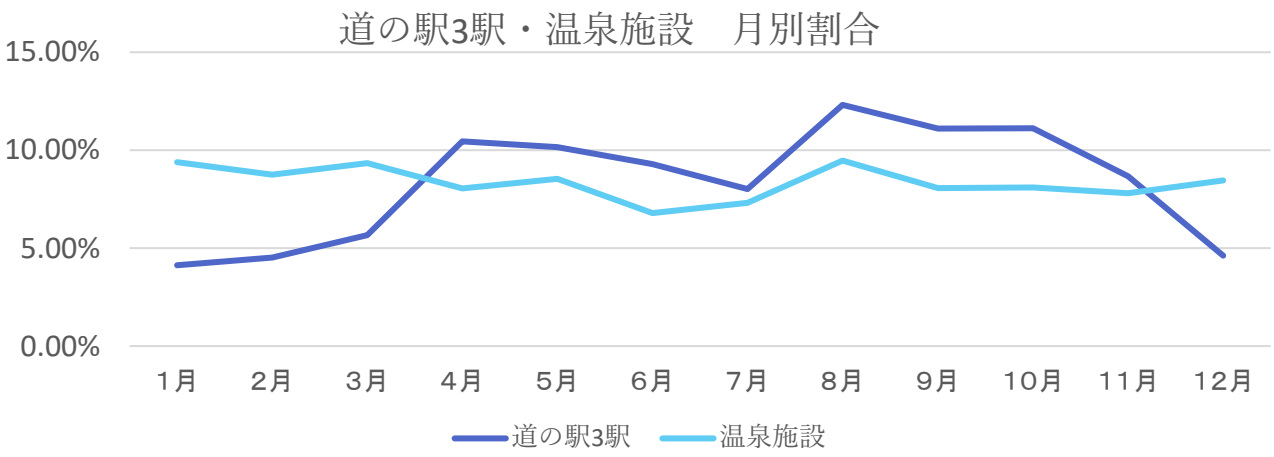
本市の観光入込客数については、令和元年までは約260万人で推移していましたが、コロナ禍により大きく落ち込み、その後は徐々に回復傾向を示しています。また、行祭事や観光関連施設別の観光入込者数を見ると「大曲の花火」や特色あるお祭り・イベントなどによる集客割合が比較的大きいことが分かっており、一時的な賑わい創出にはつながっているものの、周遊観光や通年観光の実現には至っていない状況となっています。



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、全国的にも行楽シーズンとなる８月が最も割合高くなっていますが、大仙市においては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。





	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(一部抜粋)

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、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。

〈主な取り組み〉

- ○ 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。

〈主な取り組み〉

- ○ 首都圏主要駅での観光キャラバンへの参加
- ○ 友好都市・座間市ふるさと市民まつり等への参加
- ○ せたがや区民まつりへの出展
- ○ 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。

〈主な取り組み〉

- ○ 台北国際旅行博（ITF）への大仙市ブースの出展
- ○ 台湾旅行AGTを招いての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。

〈主な取り組み〉

- ○ 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

大仙市観光情報センターの機能強化

本市の玄関口・JR大曲駅に隣接する大仙市観光情報センターの機能強化を実施。

〈主な取り組み〉

- ○　インフォメーションホールの改修
- ○　ふれあい広場の大規模改修
- ○　西口タペストリーの更新　　など

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、スキー場のグリーンシーズンの活用、アウトドア体験の魅力を広く発信。

〈主な取り組み〉

- ○　大台スキー場ゲレンデランの開催
- ○　太田黄桜まつりの開催　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。

〈主な取り組み〉

- ○　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





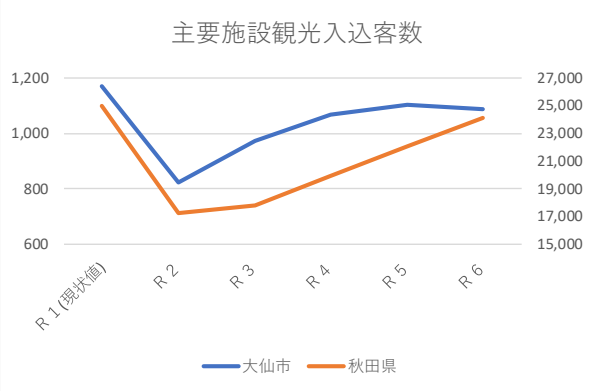
2　第3次大仙市観光振興計画の評価・検証

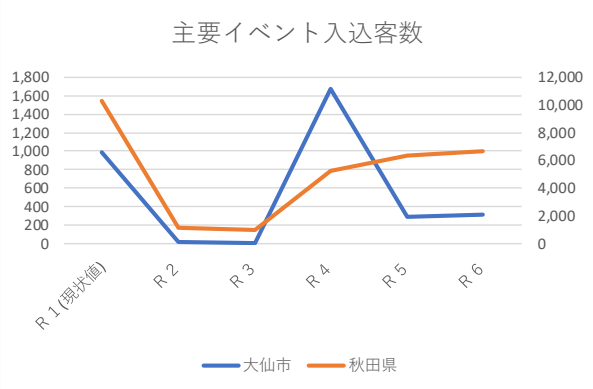
1　主要観光施設入込客数（千人／年）

年度	R１(現状値)	R２	R３	R４	R５	R６	R７(目標値)
大仙市	1,168	823	971	1,069	1,104	1,087	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	R１(現状値)	R２	R３	R４	R５	R６	R７(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	





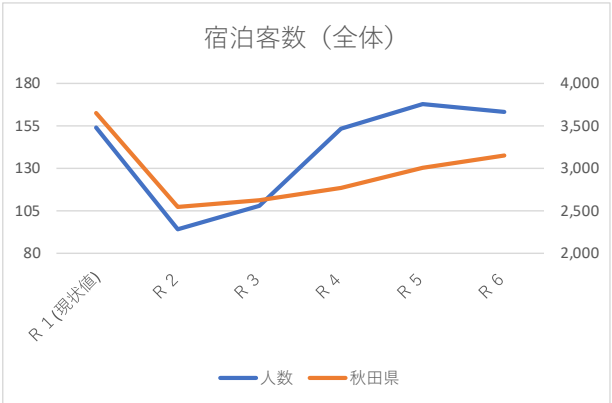
●主要施設の入込客数は、新型コロナウイスの影響により令和2～3年度と大きく落ち込んでいる。以降順調に回復傾向がみられるものの、全体としてはコロナ前水準にいたっていない状況となっている。
●主要イベントの入込客数は施設よりも新型コロナウイルスの影響が強く出ている。また、**令和5年度から「大曲の花火」に関する入込客数がイベント全体から会場入場者数に変わったことで、花火大会は元通り開催されているが、入込客数としては大きく減少している。**なお、**令和4年度の伸びは「種苗交換会」が大仙市で開催（91万人）されたことによるもの。**

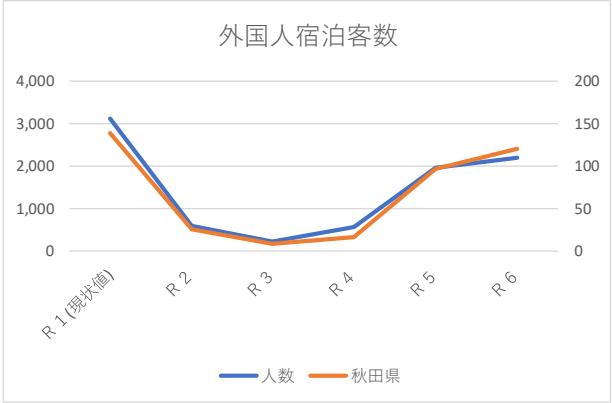
3　宿泊者数（全体）（千人／年）

年度	R１(現状値)	R２	R３	R４	R５	R６	R７(目標値)
人数	154	94	108	153	168	163	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	R１(現状値)	R２	R３	R４	R５	R６	R７(目標値)
人数	3,102	580	224	569	1,964	2,189	3,257
秋田県	139	25	8	16	96	120	





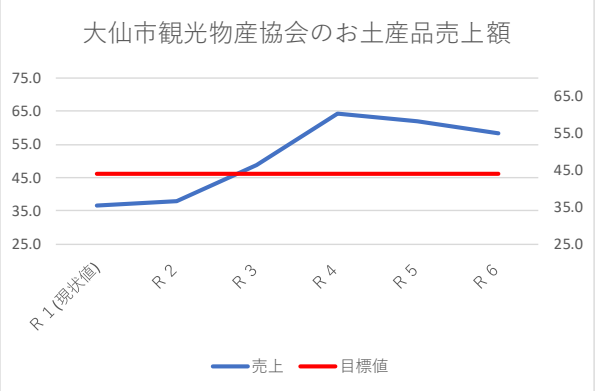
●宿泊客数についても入込客数同様に新型コロナウイルスで令和2～3年に大きく落ち込み、その後回復傾向が伺える。洋上風力関係者需要などもあり、令和元年から比べると中里温泉など宿泊をやめた施設もある中で、令和元年数値を上回る結果となった。
●一方、外国人宿泊客数は、コロナ後の回復は見られるものの現状値とした令和元年と比べても大きく下回っており、インバウンド需要を取り込めていない状況となった。ただ、令和7年度では上半期速報値では2,277人と大きな伸びが見られる。

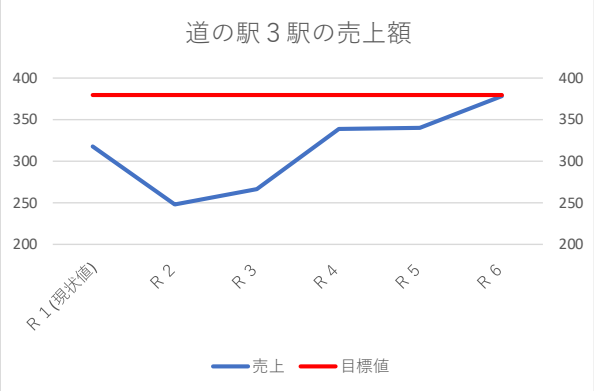
5　大仙市観光物産協会のお土産品売上額（百万円／円）

年度	R１(現状値)	R２	R３	R４	R５	R６	R７(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／円）

年度	R１(現状値)	R２	R３	R４	R５	R６	R７(目標値)
売上	317	248	266	339	340	378	380

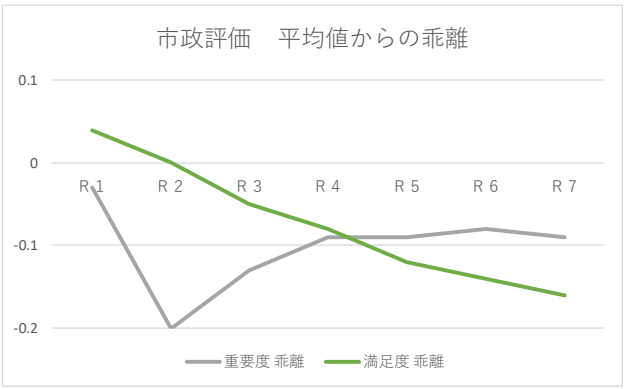




●観光消費の指標として、第3次観光振興計画から取り入れている「大仙市観光物産協会のお土産品売上額」、「道の駅3駅の売上額」は現状値とした令和元年度から20%の増としている目標値に対して、大仙市観光物産協会と道の駅運営事業者の努力もあり順調に売上を伸ばす結果となった。
●市としても、観光情報センターのリニューアル（令和2年）や、特産品の発送支援事業などを行い、各KPIの底上げを図っている。

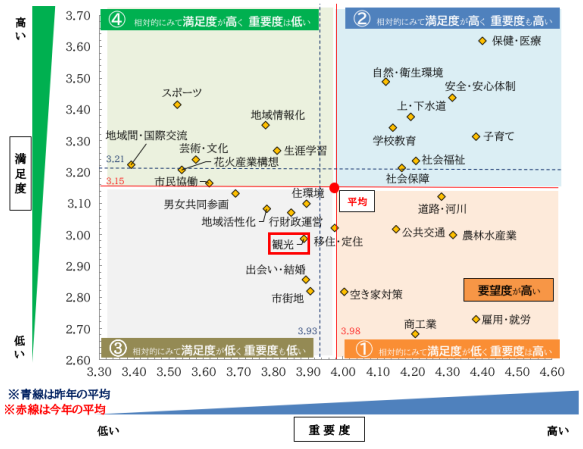
（参考）市政評価で見る「観光」　　※平均値：「観光」を含む全事業の評価の平均値

		R１	R２	R３	R４	R５	R６	R７
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。満足度も低下傾向が見られ、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る。

※令和7年度市政評価　満足度・重要度の項目別比較



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が、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
・県内屈指の優れた交通結節点
・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
・熊の異常出没　など

積極戦略（強み × 機会）

本市の魅力を、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行きます。

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みを行います。

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はなく、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、多くの人が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

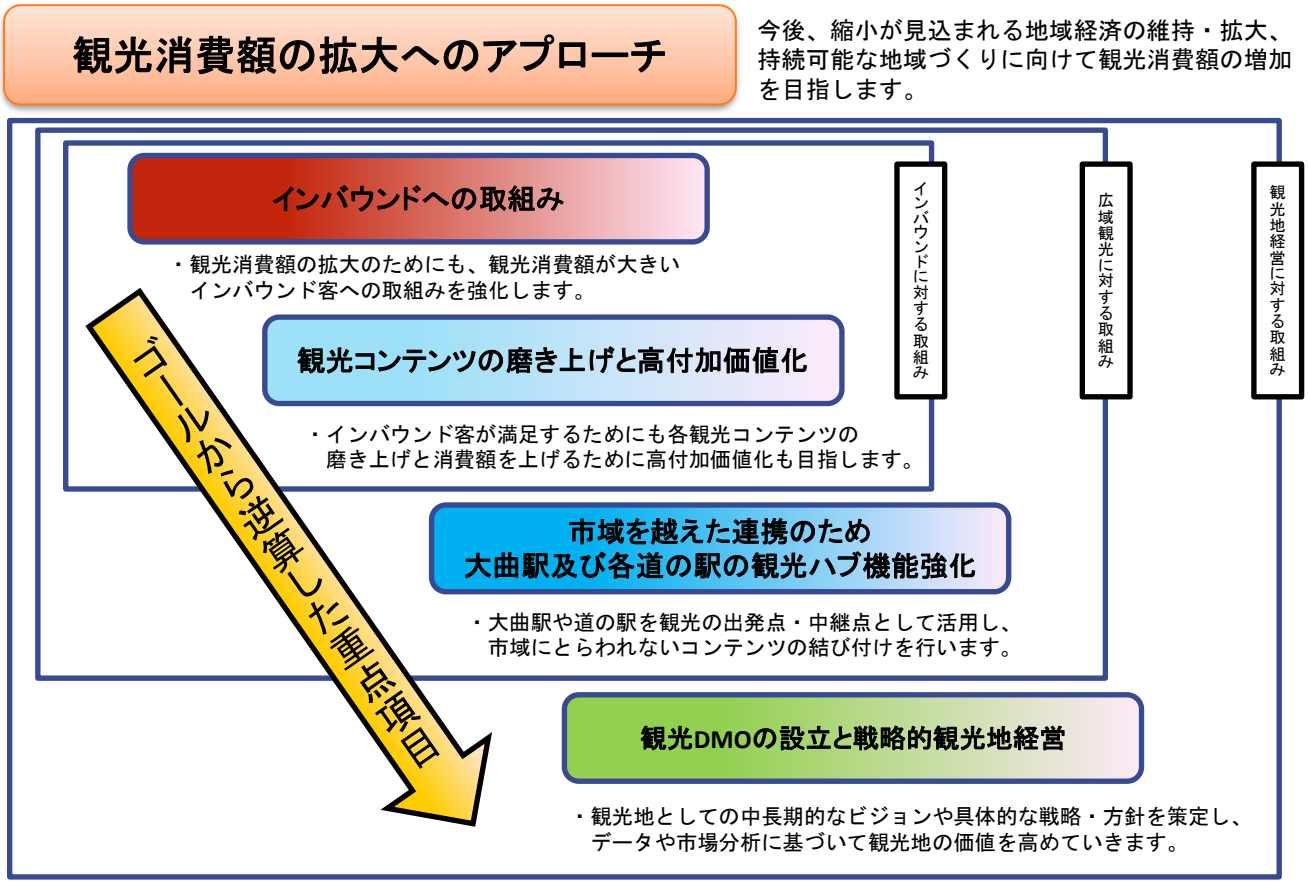
「感動と感激」を生むコンテンツの創出 と ホスピタリティの向上
デジタルの積極活用による 持続可能なだいせん観光の推進

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に向けて、「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、バックキャスティングにより、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。



第4章 基本方針

1 観光振興計画の基本方針

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）

旅行者が現地で求める体験型コンテンツは単なる通過型から滞在型消費へシフトする重要な要素となり、観光消費につながっていきます。旅行者のニーズは、視聴覚中心の観光から、参加・体験型の観光を求める傾向が強まっています。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の向上を促進します。また、大仙市の特徴でもある花火と文化、豊かな食と美しい四季を融合したコンテンツの創出・磨き上げにより独自性を高め、インバウンド需要にも対応していきます。さらに、インバウンドを見据えて、市域にとらわれず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や、大仙市から他地域に周遊する周遊観光・通年観光の基盤を構築します。

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）

旅行者が安心して訪れるためには、その観光地が来訪者の不安を解消できる環境の整備が重要です。そのためには、多言語案内、無料Wi-Fi、キャッシュレス対応、トイレ・休憩スペースの充実など、観光拠点施設の魅力向上や機能強化が必要となってきます。観光は人と人との出あいであり、笑顔のもてなしや迅速な対応は、その観光地そのものの印象となることから、選ばれる観光地としてホスピタリティやサービス水準を高めていきます。

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）

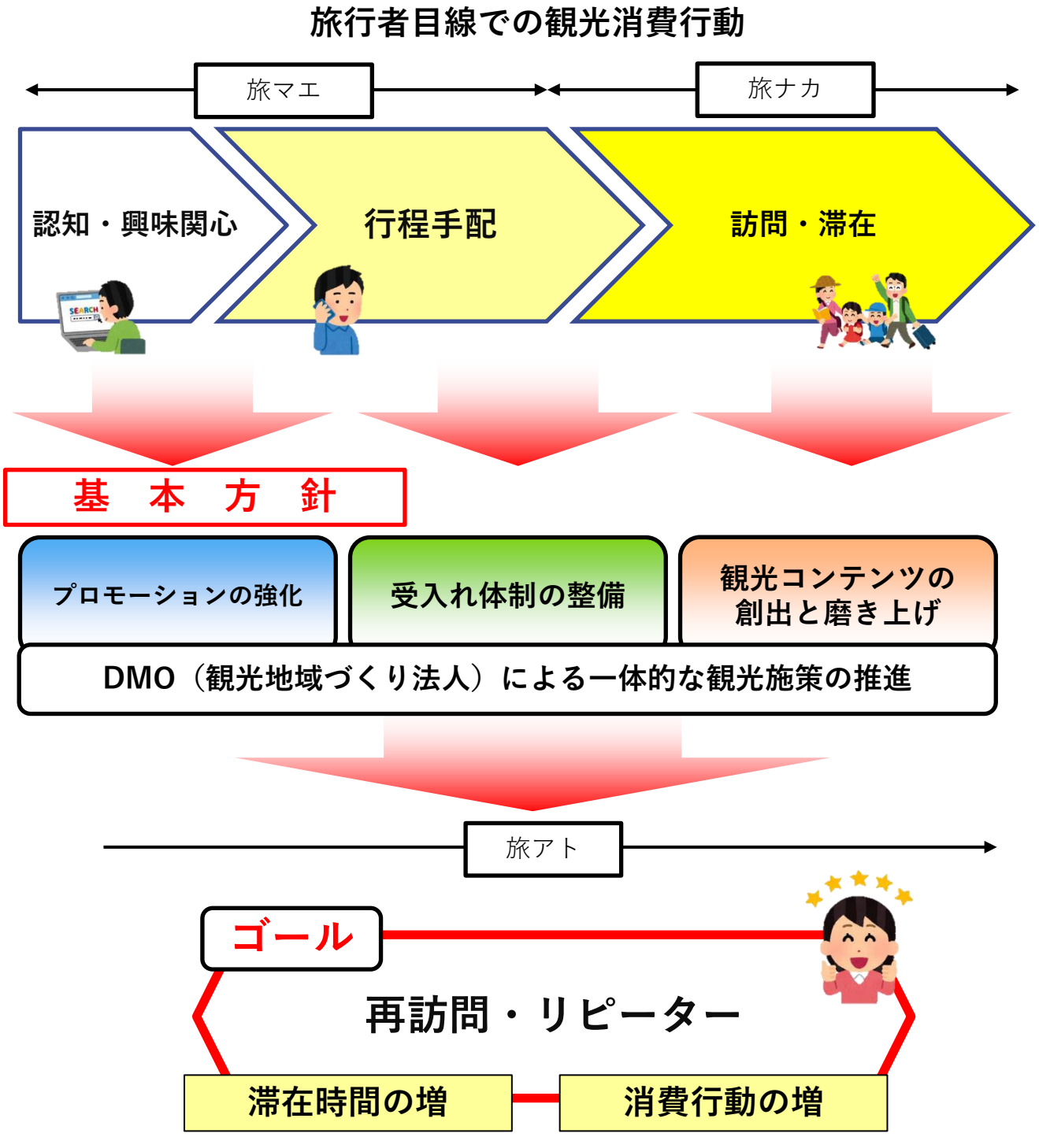
旅行者の多くは出発の1～4か月前からSNSや検索エンジン、OTAを通じて情報収集するとされており、いわゆる「旅マエ」段階から地域の魅力を的確に伝えることが不可欠となっています。デジタル上でいかに存在感を示せるかが、選ばれる地域となりえるかを左右するため、旅行者が実際に見るプラットフォーム上で、交通アクセス、受入環境、体験コンテンツを一元的に分かりやすく整理することが重要となります。また、旅行者目線に立って、知りたい情報に素早くたどり着ける導線やモデルコース、テーマ別特集を用意することで、「行ってみたい」を行動に結びつけるプロモーション強化を行います。

基本方針１ 基本方針２ 基本方針３

DMO（観光地域づくり法人）の設立推進

横断的に重視する施策

本市における持続可能な観光地域づくりを行う司令塔としてDMO（観光地域づくり法人）の設立を図るとともに、ＤＭＯを中心とした多様な関係者を巻き込んだ体制を構築し、データに基づく戦略的な観光振興策の立案や統一的かつ一体的な情報発信による効果的な観光誘客を進めていきます。



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「観光消費の増加」を最終目標とし、「観光消費の増加」を測定できる基準として設定します。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3次計画目標項目

1 主要観光施設入込客数

2 主要イベント入込客数
※県外・市外から観光客を呼ぶことを想定とした施設・イベント

3 宿泊者数（全体）

4 外国人宿泊者数

5 大仙市観光物産協会のお土産品売上額

6 道の駅3駅の売上額

第4次計画目標項目

1 観光入込客数

2 宿泊者数（全体）

3 外国人宿泊者数

4 観光に関する市政評価

5 観光拠点の売上額

※上記KPIの他、大仙市の観光指標を基にした「経済波及効果」を定点的に推計・把握

■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DMO版（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となる「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付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・事業を設定することとします。

・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**

観光地経営戦略の原案 ＝相互連携＝ 第4次観光振興計画 アクションプラン

※進捗・データ指標に基づいて随時見直す

2　目標達成に向けた重点施策

目標達成に向けた重点施策について、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」ごとに重点施策を設定します。また、重点施策に紐付く具体的な施策については、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」において登載し、施策効果が最大限発揮できるよう適宜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
・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
・本市を起点とした広域ハブ観光の促進

④「食」による観光誘客の促進

・「食」や特産品を観光コンテンツとした誘客促進

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など市内道の駅の機能強化
・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導入やキャッシュレス決済の導入促進

③ アクセス性・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
・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

大規模な大会やイベントと連携した観光PRの推進、他自治体・関係機関・団体との連携強化

・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パッケージの提案　（二次交通情報も含む）

・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、宿や飲食店、タクシー、レンタカー、温泉等が立地する本市の観光ハブ機能の優位性をPR

③　様々な資源や機会、季節を組み合わせた魅力の発信

・観光と特産品と結びつけた首都圏等へのシナジープロモーションの推進

・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と機会、季節を組み合わせたコンテンツ情報の発信









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り組みの推進

本計画に基づく事業は、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、民間業者およ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、庁内各部局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、PDCAサイクルにより検証を図りながら、適宜施策の見直しを行っていきます。

3　計画の評価体制

本計画の評価体制として、本計画にかかる策定委員に引き続き、具体的な取り組みの進捗状況について評価・検証、意見等を諮っていきます。

