



無断転載・複製禁止

# 秋田県観光DMPLレポート

秋田県観光戦略課  
2025.9 - 2025.11 秋季分析

# 秋田県観光DMPレポートについて

2025年9月1日～2025年11月30日 秋季分析編

## データで描く、秋田の宿の未来地図

これまで宿泊業の経営は、長年の「経験」と「勘」に支えられてきました。しかし、旅行者のニーズが多様化し、予約のデジタル化が進む現代において、「データ」という客観的な羅針盤を持つことは、経営の安定と収益の最大化に不可欠です。本レポートは、県が運用する「秋田県観光DMP」の膨大なデータから、皆様の明日の集客・単価アップ・業務効率化に直結するヒントを抽出したものです。

## 本レポートを支える「3つのデータエンジン」



### 旅行者データ 分析システム

「関心」の所在を知る  
旅行前：何に興味を持ち、何を調べているか

- 県公式HP「アキタファン」PV
- SNS（Facebook等）反応数
- 検索キーワード分析



### 広域データ 分析システム

「移動」の実態を知る  
旅行中：どこから来て、どこへ移動したか

- エリア別 来訪者数
- 来訪者の居住地分析
- 人気立ち寄りスポット



### 宿泊データ 分析システム

「予約」の構造を知る  
結果：いつ、誰が、いくらで宿泊したか

- 日別宿泊者数トレンド
- 予約リードタイム
- 客単価・旅行形態

## ▼ 3つのデータを統合・分析 ▼

秋田県観光DMPレポート（宿泊事業者様向け 経営支援資料）

# 本レポートの歩き方

データの見方と経営への活かし方

## 第1部：集客 の入り口 (関心・動態 データ)

旅行前～旅行中の動きを分析。「誰に」「何を」アピールすべきかが見えます。

1 **Web・SNSデータ (PV数・人気投稿)**  
●**ネタ作り**：「今、何が検索されているか」を知り、自社SNSの発信内容を調整する。(例:夏祭り情報の検索増→会場へのアクセスを訴求)



2 **来訪者数・居住地 (GPS動態)**  
●**ターゲット選定**：自分のエリアには「どの県」から人が来ているかを知り、Web広告の配信地域を絞り込む。

3 **人気立ち寄りスポット**  
●**周遊提案**：顧客が「他にどこに寄っているか」を知り、その施設と連携したプランや、モデルコースの提案を行う。

### 活用イメージ

「Webデータで『紅葉』の検索が増えているから、関東からの来訪者向けに『抱返り渓谷・小安峡』の見頃情報や、新米・きりたんぼ鍋の魅力をSNSにアップして予約につなげよう！」

## 第2部：収益 の最大化 (宿泊実績デ ータ)

実際に予約に至った結果を深掘り。販売管理（レベニューマネジメント）の核心です。

4 **宿泊統計・稼働率 (観光庁統計)**  
●**立ち位置確認**：県全体の平均と自社を比較し、「市場全体が悪いのか、自社だけが悪いのか」を客観視する。

5 **日別宿泊者傾向 (需要の波)**  
●**シフト管理**：混雑日は「高単価・人員増」、閑散日は「販促強化・人員調整」を行う。



6 **居住地別 宿泊傾向 (近隣/遠方)**  
●**プラン造成**：近隣県利用が多いなら「直前割・ドライブ」、遠方なら「早割・交通セット」など、距離に応じたプランを作る。

7 **予約時期 (リードタイム)**  
●**販売タイミング**：「いつ予約が入るか」を知り、早割の終了時期や直前割の開始時期を最適化する。

8 **単価層別 傾向 (価格受容性)**  
●**適正価格**：エリアの相場観を知り、「安売りしすぎているか」「高すぎて選ばれていないか」を見直す。

9 **旅行形態別 (ソロ/家族/グループ)**  
●**商品造成**：一人客が多いなら「夕食・晩酌セット」、ファミリーなら「子供料金設定」など、客層に合った商品を作る。

# Web・SNS関心度分析

対象期間：2025年9月～2025年11月  
データ出典：旅行者データシステム

## 秋季分析の総括サマリー

2025年秋季（9月～11月）のウェブ・SNS動向を分析しました。ウェブサイトの全体PV数は前年比14%減（1,360,087件）となりましたが、\*\*関西・中国・四国地方（+59%）\*\*や\*\*中部地方（+39%）\*\*といった西日本・遠方からの関心が劇的に増加しています。SNSでは「十和田八幡平」や「森吉山」の紅葉コンテンツが高リーチを記録し、県外層の秋の旅行意欲を強く刺激したことが伺えます。

## 1. 主要ウェブサイト閲覧状況

順位	ウェブサイト名	PV数	前年比
1	秋田県公式観光サイト「アキタファン」	699,538	-9%
2	田沢湖角館観光協会	445,085	-11%
3	男鹿市公認観光情報サイト「男鹿なび」	101,515	-42%
4	鹿角市観光交流情報サイト「旅するかづの」	81,052	-14%
5	秋田犬ツーリズム	17,133	-27%
6	横手市観光推進機構	9,544	-19%

### サイト別PV数シェア推計

秋田県公式観光サイト「アキタファン」	699,538
田沢湖角館観光協会	445,085
男鹿市公認観光情報サイト「男鹿なび」	101,515
鹿角市観光交流情報サイト「旅するかづの」	81,052
秋田犬ツーリズム	17,133
横手市観光推進機構	9,544

## 2. 閲覧者の居住地分析（秋田県公式観光サイト「アキタファン」）

### 居住地別 PV数（地域ブロック別）

関東	295,468
関西中四国	98,342
秋田県内	98,747
東北県外	69,347
北海道	61,896
中部	53,343

居住地ブロック	PV数	前年同期比
関東	295,468	-30%
関西・中四国	98,342	+59%
秋田県内	98,747	0%
東北（県外）	69,347	-16%
北海道	61,896	+25%
中部	53,343	+39%

### 3. SNS注目投稿ランキング

1

投稿日：2025/09/27

【八幡平の紅葉が織りなす、錦絵のような絶景！】秋田の紅葉もこれから見頃！十和田八幡平国立公園のパンoramaを紹介。

👁️ リーチ: 10,734 #十和田八幡平 #紅葉

2

投稿日：2025/10/04

【空中散歩で絶景を独り占め！紅葉の絨毯が広がるパノラマビュー】森吉山（阿仁ゴンドラ）から見下ろる紅葉が見頃に。

👁️ リーチ: 8,828 #森吉山 #阿仁ゴンドラ

3

投稿日：2025/09/10

【秋田が誇るご当地グルメ！見て、作って、味わう！】横手やきそばフェスティバル2025開催。ソウルフードの魅力を発信。

👁️ リーチ: 7,992 #横手やきそば #秋田グルメ

4

投稿日：2025/09/13

【秋の盆踊り！？優雅なる舞～風流踊交流フェスタ～】日本三大盆踊りとされる西馬音内盆踊りの魅力を紹介。

👁️ リーチ: 7,070 #風流踊 #西馬音内盆踊り

# Web・SNS関心度分析

対象期間：2025年9月～2025年11月  
データ出典：旅行者データシステム

## 4. 宿泊事業者様への分析アドバイス

秋季のデータから読み取り、来年度の計画立案に役立てて頂きたいヒントです。

### 西日本（関西・中四国）層の取り込み

今期、関西・中四国エリアからのPVが前年比1.5倍以上に急増しています。遠方客は滞在時間が長く、単価も高くなる傾向があるため、連泊プランやプレミアムな夕食オプションの提案が非常に有効です。

### 「紅葉×アクティビティ」の視覚訴求

SNSでは阿仁 Gondola や八幡平など「乗り物や展望台からの紅葉」が強い反応を得ています。宿の周辺の紅葉スポットを「どう移動して楽しむか」という具体的な動線情報を提供することが予約の決め手となります。

### 定番グルメと「体験」のセット

横手やきそば等のグルメ投稿は安定して高いリーチを誇ります。「ただ食べる」だけでなく、調理工程や歴史背景を伝えるコンテンツが好まれています。朝食での郷土料理提供や、地元の食文化紹介を強化しましょう。

### 関東圏のリピーター対策

関東圏のPVが落ち込んでいますが、これは新規層の関心が他県へ流れている可能性を示唆します。既存顧客（メルマガ等）への「秋田の深掘り情報」や「秋季限定プラン」の発信で、リピーターの呼び戻しを図る時期です。

### 💡 来年度・秋季（9月～11月）に向けた戦略的展望

今秋の最大の特徴は、\*\*西日本（+59%）と中部（+39%）からの関心の爆発的増加\*\*です。来年度に向けては、この「遠方・高単価層」を確実に予約へ繋げるための早期アプローチが鍵となります。SNSで実証された「十和田八幡平」や「森吉山」などの強い視覚コンテンツをフックに、宿泊者向けの「紅葉時期に合わせた先行予約特典」や、移動手段（レンタカー等）をセットにしたストレスフリーな周遊プランを夏頃から発信し始めることで、他県との競合に競り勝つ戦略を推奨します。

# 来訪者数（GPS動態）・人気スポット分析 2025年9月～2025年11月 秋季分析

## 1. 全体概況（延べ来訪者数）

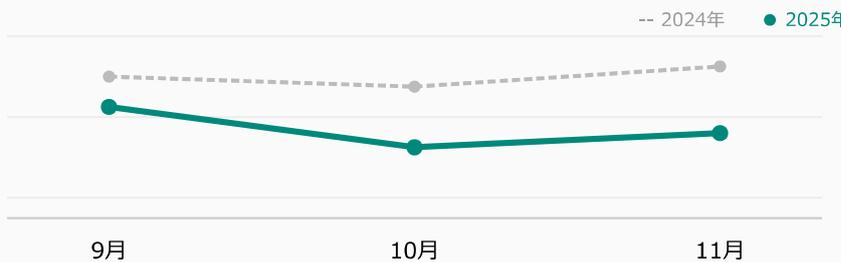
※2024年同期との比較。旅行者動態データ提供元：株式会社Agoop。

2025年 秋季 合計  
**2,126 万人**

2024年 秋季 合計  
**2,271 万人**

前年同期比  
**▲ 6.4 %**

月別来訪者数推移（2024 vs 2025）



## 2. エリア別来訪数（上位10エリア）

順位	来訪エリア	来訪数(2025)	前年比	規模推計（シェア）
1	秋田・南秋	991.0 万人	▲ 6.4%	
2	横手	171.4 万人	▲ 9.9%	
3	由利・にかほ	159.9 万人	▲ 4.6%	
4	大館・北秋田・小坂	156.7 万人	▲ 7.3%	
5	能代・山本	153.0 万人	▲ 3.8%	
6	仙北	138.8 万人	▲ 11.4%	
7	大仙・美郷	119.0 万人	+ 0.0%	
8	鹿角	107.9 万人	▲ 5.4%	
9	湯沢・雄勝	75.5 万人	▲ 1.1%	
10	男鹿	52.7 万人	▲ 12.0%	

### 3. 居住地別分析・人気スポットランキング

#### 居住地別シェア



#### 秋季インサイト

全体的に前年割れの中、**関東圏居住者**は-1.6%と健闘。また**中部地方(+11.8%)**が増加。紅葉や秋の味覚が遠方客の強い動機付けとなっています。

#### 【東北居住者】人気スポット

順位	場所	2025年	昨対
1	秋田駅	137.8万人	▲11%
2	秋田竿燈まつり会場	66.4万人	▲7%
3	秋田市立千秋美術館	47.9万人	▲8%
4	秋田県立美術館	46.7万人	▲5%
5	天然温泉ホテルこまち	38.8万人	▲3%

#### 【関東居住者】人気スポット

順位	場所	2025年	昨対
1	秋田駅	13.2万人	+5%
2	秋田市立千秋美術館	6.0万人	+17%
3	秋田竿燈まつり会場	2.9万人	▲8%
4	大曲駅	2.7万人	▲6%
5	秋田県立美術館	2.3万人	▲9%

### 4. 宿泊事業者様への具体的なアクション

#### 【関東圏客】美術館と連動した宿泊プラン

関東圏客は秋田駅周辺の美術館への関心が昨対比で大幅に伸びています。展示内容に合わせた「芸術の秋」プランや、チケット提示特典などを通じて滞在を促しましょう。

#### 【東北圏客】日帰り+αの「近場プレミアム」

東北近隣客の減少幅が大きいいため、宿泊だけでなく「個室ランチ+入浴」といった、日帰りで秋の味覚を楽しむプランの再構築による需要喚起が必要です。

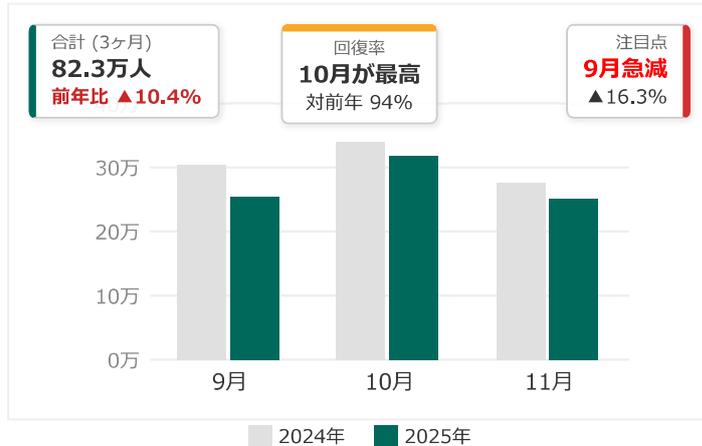
#### 【エリア戦略】県南エリア（横手・にかほ）の維持

横手・由利・にかほエリアは県北に比べ来訪規模を維持しています。周辺の観光資源（蔵、山、海）を組み合わせた周遊案内の強化が、連泊の鍵となります。

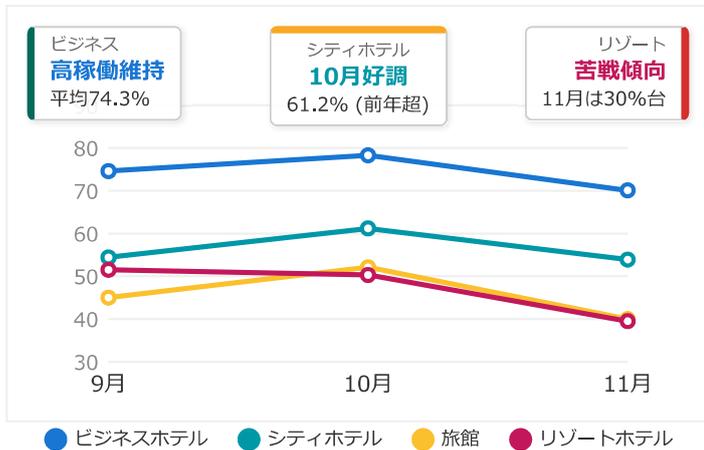
## 1. 延べ宿泊者数の推移（前年同月比）

月	2024年（人）	2025年（人）	前年比
9月	304,010	254,600	▲ 16.3%
10月	338,770	318,580	▲ 6%
11月	276,590	250,730	▲ 9.3%
合計	919,370	823,910	▲ 10.4%

※出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」より集計



## 2. 施設タイプ別 客室稼働率の推移



施設タイプ	9月	10月	11月	平均
ビジネスホテル	74.6%	78.3%	70.1%	74.3%
シティホテル	54.4%	61.2%	53.9%	56.5%
旅館	45.0%	52.1%	40.0%	45.7%
リゾートホテル	51.5%	50.3%	39.5%	47.1%

※太字・緑背景は前年同月比プラス

### 分析レポート&アドバイス

#### 1. 宿泊者数全体の減少と9月の課題

今期（9-11月）は全期間において宿泊者数が前年を下回り、全体で前年比▲10.4%となりました。特に9月の落ち込み（前年比▲16.3%）が顕著です。秋の行楽シーズン初動における集客が課題となっており、連休以外の平日需要を喚起するキャンペーンや、早期予約特典などの対策が求められます。

#### 2. 「シティホテル・旅館」の底堅さ

全体的な需要減の中、シティホテルは9月・10月ともに前年比プラスの稼働率（10月は61.2%）を記録しました。旅館も9月・10月は前年を僅かに上回るなど健闘しています。都市部のイベント需要や、付加価値の高い宿泊プランが選好されている可能性があります。単価維持と満足度向上によるリピーター確保が鍵となります。

#### 3. 「リゾートホテル」の苦戦と対策

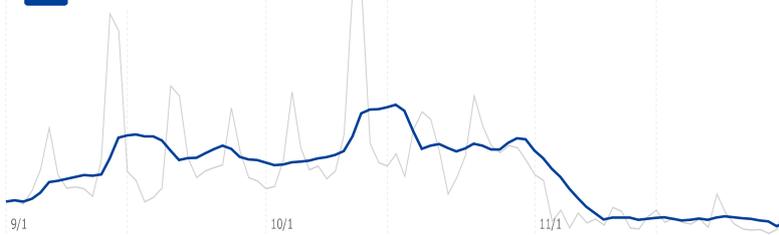
リゾートホテルは全月で前年を下回り、特に紅葉シーズンの10月に前年比▲12.3ポイントと大きく稼働を落としました。天候要因の可能性もありますが、体験型コンテンツの拡充や、インバウンドを含めたターゲット層の見直しなど、「目的地」として選ばれるための魅力再構築が急務です。

# 日別宿泊傾向（需要の波） - 2025秋季

対象期間：2025年9月1日～11月30日 | 出典：宿泊データ分析システム

【凡例】灰色線：日次実績 / 青太線：トレンド（7日移動平均）

## 1 鹿角エリア



### 【分析コメント・アドバイス】

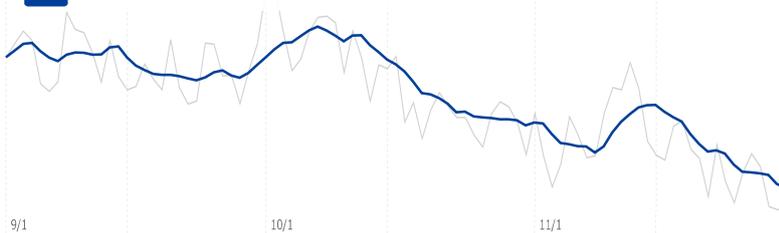
#### ■期間実績

合計：10,492泊 / ピーク：10/12

#### ■事業者様へ

八幡平や大沼周辺の紅葉は10月上旬が見頃です。紅葉登山客やドライブ客に向けた「朝食早出し」や「昼食おにぎり」対応などが喜ばれます。

## 2 大館・北秋田・小坂エリア



### 【分析コメント・アドバイス】

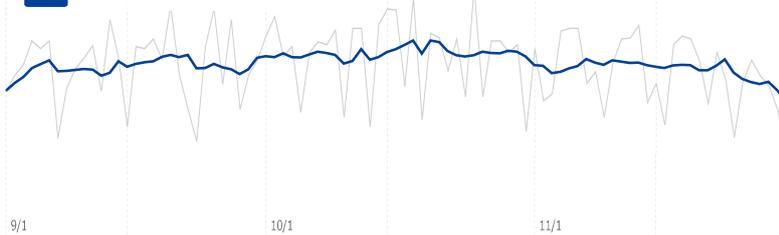
#### ■期間実績

合計：33,052泊 / ピーク：10/2

#### ■事業者様へ

10月の「本場大館きりたんぼまつり」は県内外から集客がある一大イベント。新米シーズンの食をフックに、体験型プランの提案も有効です。

## 3 能代・山本エリア



### 【分析コメント・アドバイス】

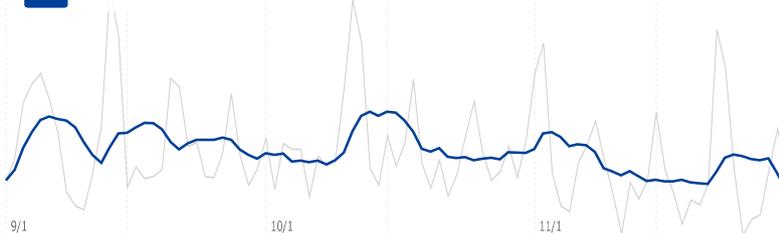
#### ■期間実績

合計：16,454泊 / ピーク：10/25

#### ■事業者様へ

「きみまち阪」の紅葉シーズン（10月中旬～）はカップルや夫婦層の来訪が期待できます。白神山地へのアクセス拠点としても訴求しましょう。

## 4 男鹿エリア



### 【分析コメント・アドバイス】

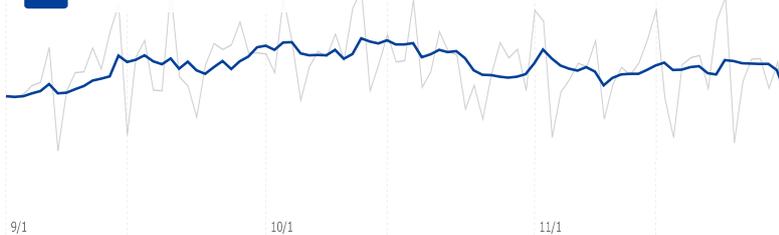
#### ■期間実績

合計：8,118泊 / ピーク：9/13

#### ■事業者様へ

秋の男鹿半島は、寒風山や入道崎からの夕陽が美しい季節。なまはげ太鼓ライブなどの夜間コンテンツとセットで宿泊の付加価値を高めましょう。

## 5 秋田・南秋エリア



### 【分析コメント・アドバイス】

#### ■期間実績

合計：52,469泊 / ピーク：10/12

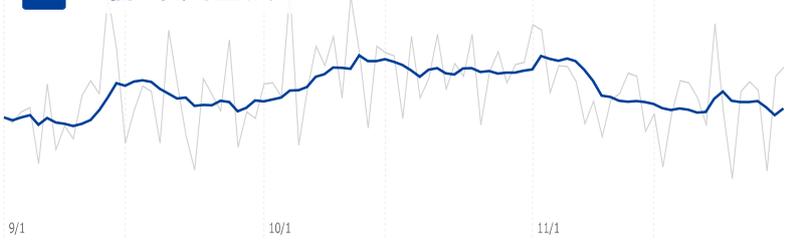
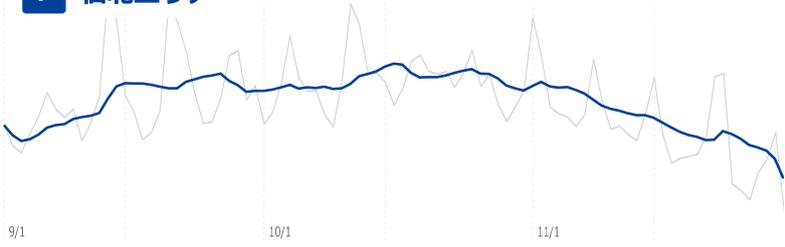
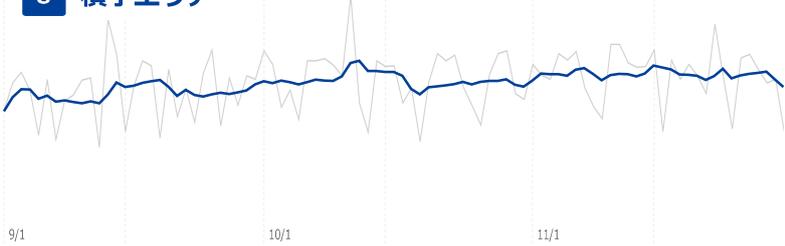
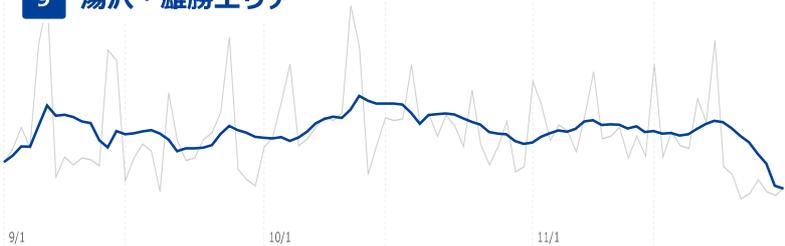
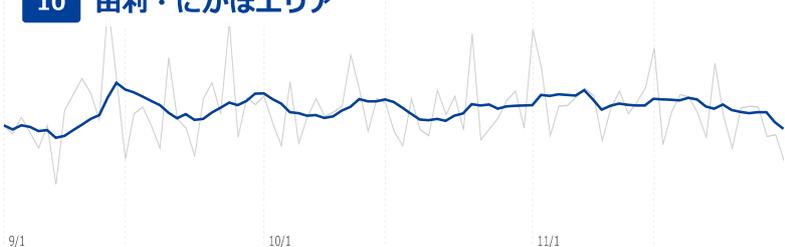
#### ■事業者様へ

芸術の秋、県立美術館や千秋公園の散策と絡めたプランが有効です。MICEやビジネス需要も回復する時期のため、連泊プランの整備も忘れずに。

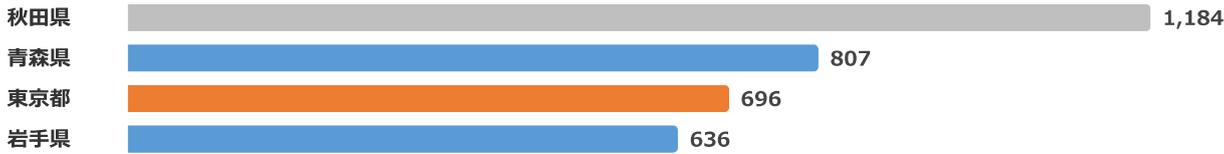
# 日別宿泊傾向（需要の波） - 2025秋季

対象期間：2025年9月1日～11月30日 | 出典：宿泊データ分析システム

【凡例】 灰色線：日次実績 / 青太線：トレンド（7日移動平均）

<h2>6 大仙・美郷エリア</h2>  <p>9/1 10/1 11/1</p>	<h3>【分析コメント・アドバイス】</h3> <p>■ 期間実績 合計：12,709泊 / ピーク：10/4</p> <p>■ 事業者様へ 10月の「大曲の花火 秋の章」は宿泊需要の特異点となります。観覧席チケット付きプランや送迎サービスの有無が予約の決め手になります。</p>
<h2>7 仙北エリア</h2>  <p>9/1 10/1 11/1</p>	<h3>【分析コメント・アドバイス】</h3> <p>■ 期間実績 合計：36,811泊 / ピーク：9/13</p> <p>■ 事業者様へ 秋の最繁忙期です。抱返り溪谷や角館、田沢湖高原の紅葉（10月中旬～）で予約が埋まります。高単価設定と早期の在庫出しで収益最大化を。</p>
<h2>8 横手エリア</h2>  <p>9/1 10/1 11/1</p>	<h3>【分析コメント・アドバイス】</h3> <p>■ 期間実績 合計：20,979泊 / ピーク：10/11</p> <p>■ 事業者様へ 旬を迎えるリンゴ狩りや「増田の蔵」の散策は秋の人気コンテンツ。横手やきそば等のB級グルメと合わせた「食欲の秋」プランがおすすめです。</p>
<h2>9 湯沢・雄勝エリア</h2>  <p>9/1 10/1 11/1</p>	<h3>【分析コメント・アドバイス】</h3> <p>■ 期間実績 合計：12,277泊 / ピーク：9/6</p> <p>■ 事業者様へ 小安峡大噴湯や川原毛地獄など、紅葉と温泉のコントラストが最強の強みです。10月中旬のピークに向け、絶景写真を活用したWeb発信を強化しましょう。</p>
<h2>10 由利・にかほエリア</h2>  <p>9/1 10/1 11/1</p>	<h3>【分析コメント・アドバイス】</h3> <p>■ 期間実績 合計：15,594泊 / ピーク：9/13</p> <p>■ 事業者様へ 鳥海山麓の紅葉ドライブや由利高原鉄道からの車窓が魅力。法体の滝など紅葉スポットへの立ち寄りを提案し、周遊滞在を促しましょう。</p>

## 1. 鹿角



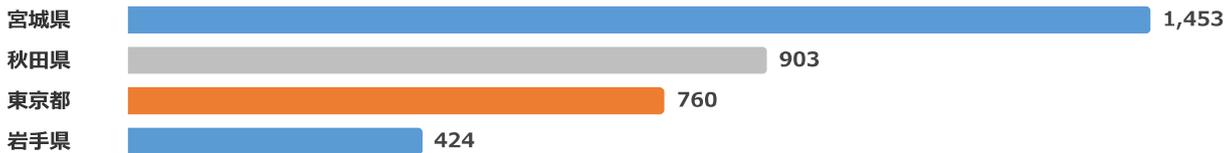
**POINT** 県内需要に加え、隣接する青森・岩手からの流入が強固。北東北3県周遊ルートの中核として、十和田・八幡平エリアとの連携が重要。

## 2. 大館・北秋田・小坂



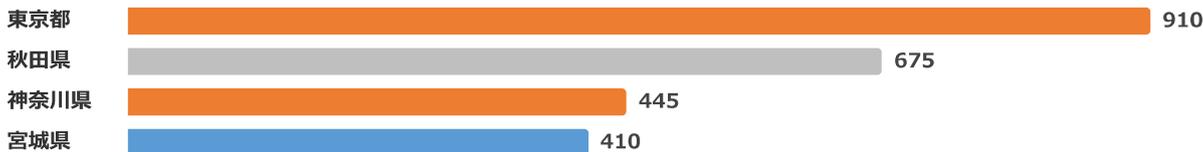
**POINT** 埼玉・神奈川・静岡がTop3を独占。秋季の教育旅行（修学旅行・林間学校）受入が宿泊数を大きく牽引している特異な傾向。

## 3. 能代・山本



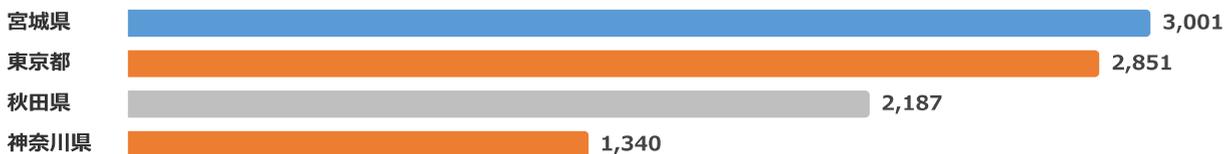
**POINT** 宮城県からの流入が最多。紅葉シーズンの白神山地等の自然観光資源が、東北近隣および首都圏客を誘引している。

## 4. 男鹿



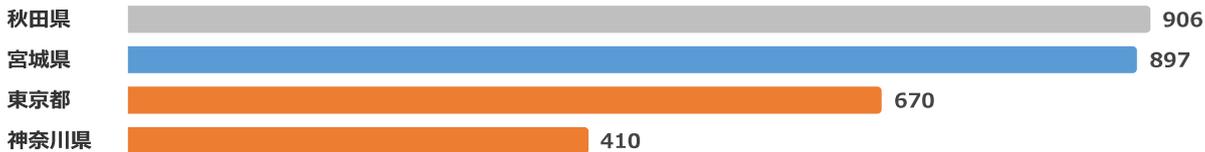
**POINT** 首都圏（東京・神奈川）に加え宮城からの人気も高い。なまはげ・水族館など独自性の強いコンテンツが広域から客を惹きつける。

## 5. 秋田・南秋



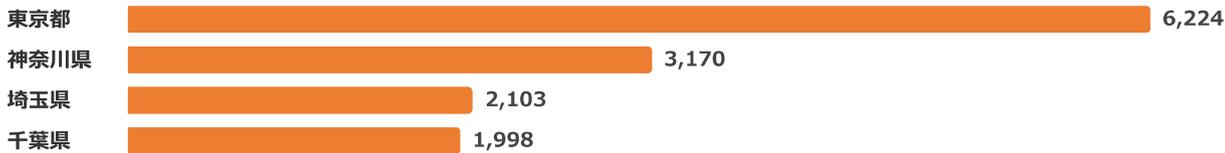
**POINT** 宮城・東京・神奈川からのアクセス拠点として機能。ビジネス・観光双方の需要により、広域からバランスよく集客できている。

## 6. 大仙・美郷



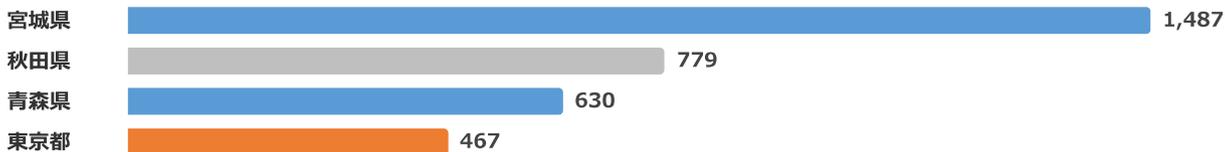
**POINT** 県内需要と宮城県からの流入が拮抗して高い。秋のイベント需要に加え、近隣県からのアクセスの良さが寄与。

## 7. 仙北



**POINT** 首都圏（東京・神奈川・埼玉・千葉）が上位を独占。紅葉期の乳頭温泉郷や角館が全国的な集客ブランドとして機能している。

## 8. 横手



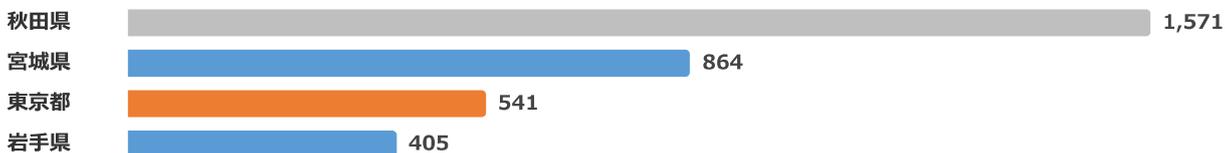
**POINT** 宮城県からの流入が圧倒的。県南の交通結節点として、近隣県（宮城・青森）からの周遊・ビジネス需要を取り込んでいる。

## 9. 湯沢・雄勝



**POINT** 県内需要がトップ。小安峡などの紅葉スポットが県民需要を喚起。首都圏（東京・神奈川）からの来訪も多く、広域集客力がある。

## 10. 由利・にかほ



**POINT** 県内客が主力。鳥海山周辺の自然観光が県民のリピーターを確保しつつ、宮城・岩手方面からの誘客も図れている。

### 【総括】

秋の行楽シーズンにおいては、エリアごとのターゲットが明確に分かれる結果となった。

「**仙北・男鹿**」は東京都をはじめとする首都圏（遠方）からの観光客が牽引し、紅葉や温泉といった強力な観光資源が広域集客を実現している。

一方、「**大館・北秋田**」では埼玉県・神奈川県・静岡県が上位を占めており、これは教育旅行（修学旅行等）の受け入れが大きく寄与していると考えられる。

県南および沿岸部では「**宮城県・秋田県内**」のシェアが高く、近隣・足元商圏からの安定した集客が地域の宿泊需要を支えている構造が見て取れる。

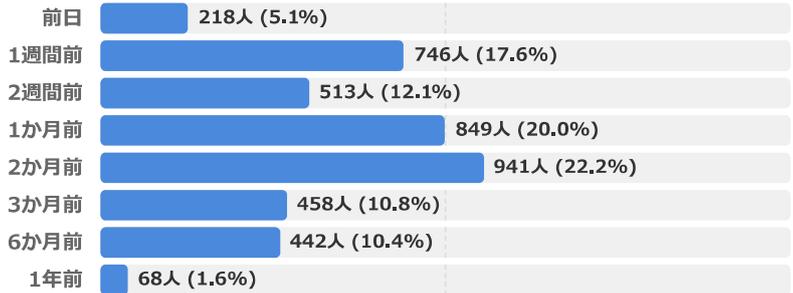
# 予約時期（リードタイム）

対象期間：2025年9月～2025年11月 秋季分析

## 1. 鹿角

### 📌 一コマメモ

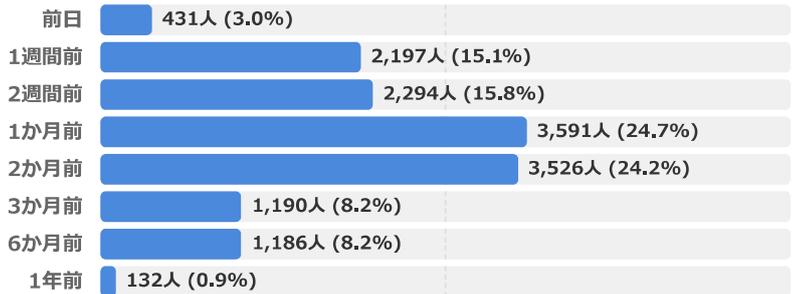
「2か月前」の予約が最も多く（22.2%）、次いで「1か月前（20.0%）」「1週間前（17.6%）」となっています。紅葉シーズンを含んでいるため、比較的早期に旅程を確定させる動きが見られます。



## 2. 大館・北秋田・小坂

### 📌 一コマメモ

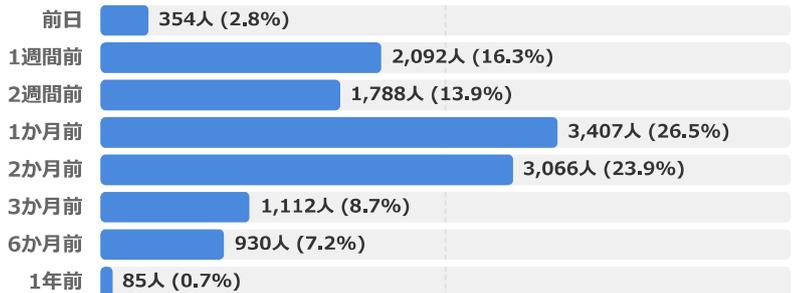
「1か月前（24.7%）」と「2か月前（24.2%）」の予約だけで全体の約49%を占めており、非常に計画的な利用者が多いエリアです。直前（前日～1週間前）の割合は約18%に留まります。



## 3. 能代・山本

### 📌 一コマメモ

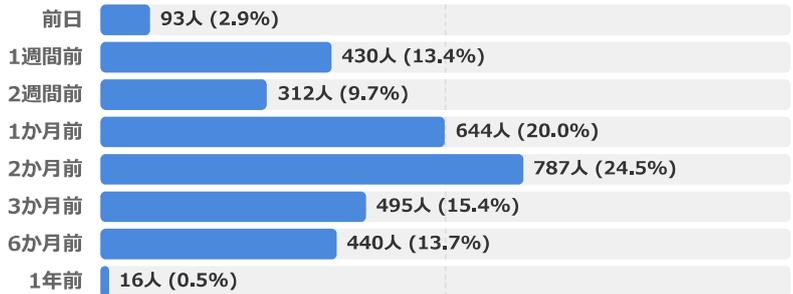
「1か月前」の予約が最多（26.5%）で、「2か月前（23.9%）」が続きます。有効回答の過半数が1か月以上前の予約で占められており、早期予約の傾向が強いエリアです。



## 4. 男鹿

### 📌 一コマメモ

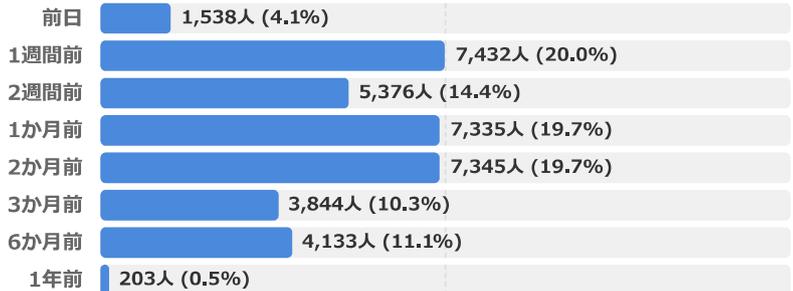
「2か月前」の予約が24.5%でトップとなり、人気観光地らしく早めの予約確保の動きが顕著です。「6か月前」などの長期リードタイム予約も13.7%存在します。



## 5. 秋田・南秋

### 📌 一コマメモ

「1週間前（20.0%）」の直前予約が最多ですが、「2か月前（19.7%）」「1か月前（19.7%）」もほぼ同数で拮抗しており、ビジネス需要と観光需要がバランスよく混在しています。



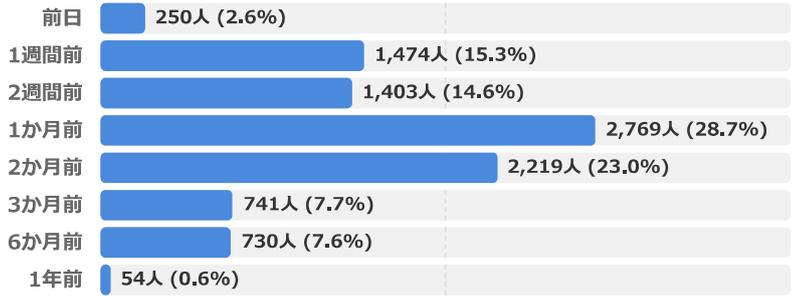
# 予約時期（リードタイム）

対象期間：2025年9月～2025年11月 秋季分析（続き）

## 6. 大仙・美郷

### 📌 一口メモ

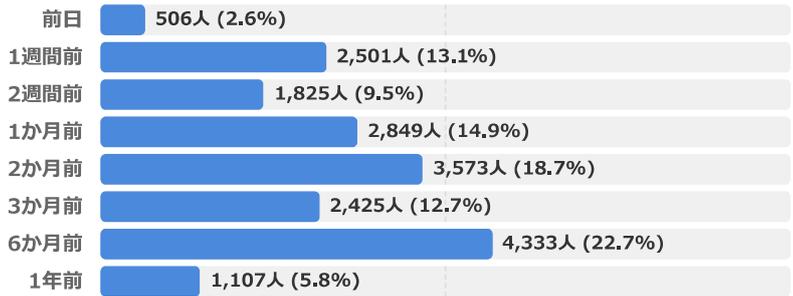
「1か月前」の予約が28.7%と突出して多くなっています。1～2か月前で全体の約半数（51.7%）を占めており、1か月程度の余裕を持った旅行計画が主流です。



## 7. 仙北

### 📌 一口メモ

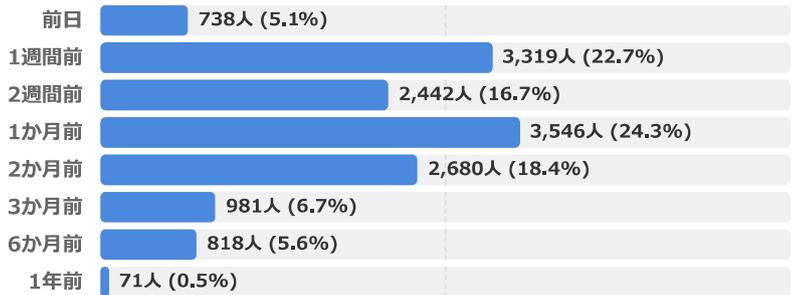
最大の特徴は「6か月前」の予約が22.7%でトップであることです。紅葉の名所（角館・田沢湖・乳頭温泉郷など）を抱え、半年前から予約が埋まる極めて高い人気を示しています。



## 8. 横手

### 📌 一口メモ

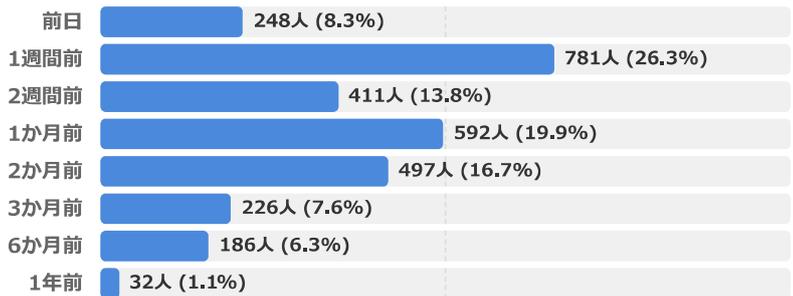
「1か月前（24.3%）」が最多ですが、「1週間前（22.7%）」も僅差で続いています。早期の観光計画と、直前の利用需要の両方が活発なエリアです。



## 9. 湯沢・雄勝

### 📌 一口メモ

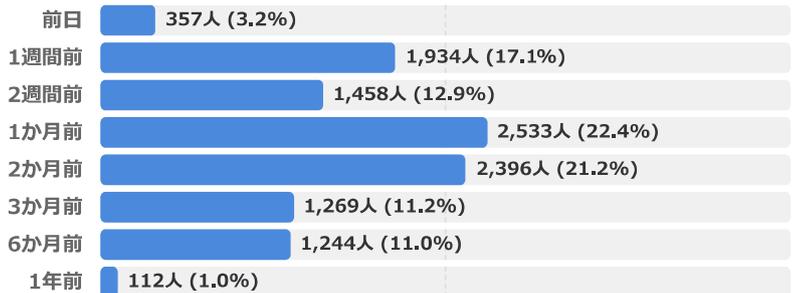
不明データを除外して集計した結果、「1週間前」の直前予約が26.3%で最多となりました。次いで「1か月前（19.9%）」が続き、比較的直前の予約需要が高い傾向が見られます。



## 10. 由利・にかほ

### 📌 一口メモ

「1か月前（22.4%）」「2か月前（21.2%）」が中心となっており、典型的な観光地の予約パターンを示しています。3か月以上前の早期予約も合計で2割を超え、堅調です。



# 単価層別傾向（価格受容性）

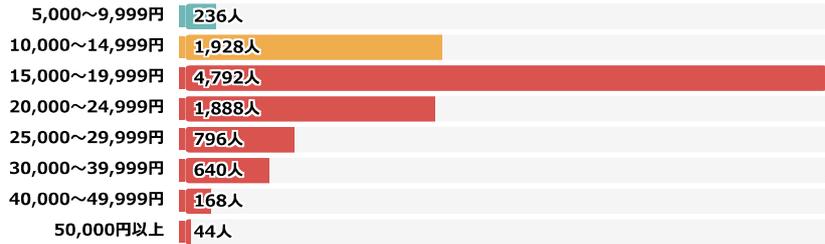
対象期間：2025年9月～2025年11月（秋季分析）

■ 9,999円以下（低価格帯） ■ 10,000円～14,999円（中価格帯） ■ 15,000円以上（高価格帯）

## 1. 鹿角エリア

### 【一コマメモ】

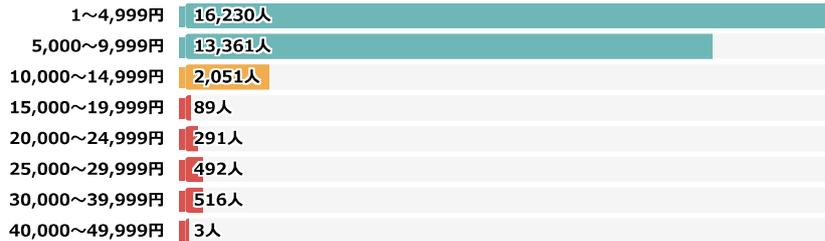
15,000円～19,999円の高単価層が最多（約4,800人）となり、2万円以上の層も非常に厚いのが特徴です。十和田・八幡平の紅葉シーズンに加え、きりたんぼ発祥の地としての「食」の魅力が、高付加価値プランの販売を力強く後押ししています。



## 2. 大館・北秋田・小坂

### 【一コマメモ】

5,000円未満の層と、5,000円～9,999円の層で全体の9割以上を占めています。ビジネス需要が底堅いエリアですが、新米シーズンのきりたんぼ鍋など「秋の食」を全面に出した夕食付きプランの強化で、1万円台への単価アップを図る余地があります。



## 3. 能代・山本エリア

### 【一コマメモ】

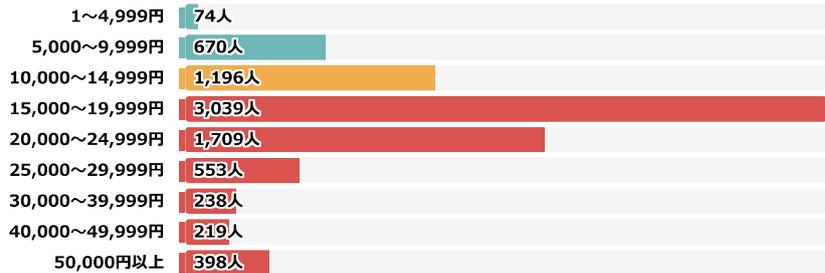
5,000円～9,999円の価格帯が圧倒的なシェア（約1.4万人）を誇ります。世界遺産・白神山地の紅葉需要を取り込みつつ、地酒やハタハタ等の季節の食材をセットにした高付加価値プランで、1万円以上の層を拡大する施策が有効です。



## 4. 男鹿エリア

### 【一コマメモ】

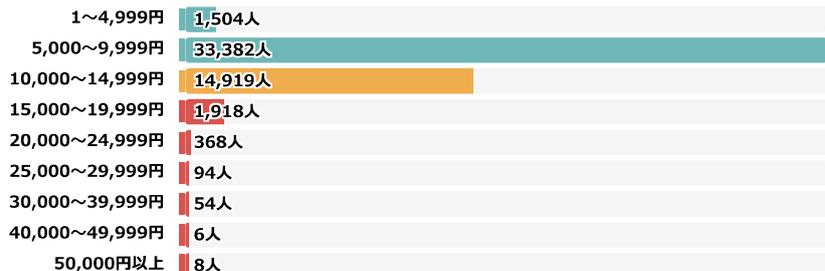
15,000円～19,999円が主力で、2万円以上の層も合計で約2,900人と非常に厚く、高単価な宿泊需要が高いエリアです。名物「石焼料理」や秋の海産物を売りに、食事満足度を高めることでリピーター獲得につながる戦略が推奨されます。



## 5. 秋田・南秋エリア

### 【一コマメモ】

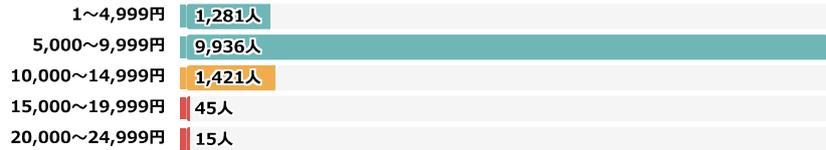
県都らしく宿泊者数が圧倒的です。5,000円～9,999円が最多ですが、1万円台の層も1.5万人近く存在します。MICEやイベント需要に加え、千秋公園の紅葉や美術館など市街地観光と食を絡めたプラン展開が期待されます。



## 6. 大仙・美郷エリア

### 【一コマモ】

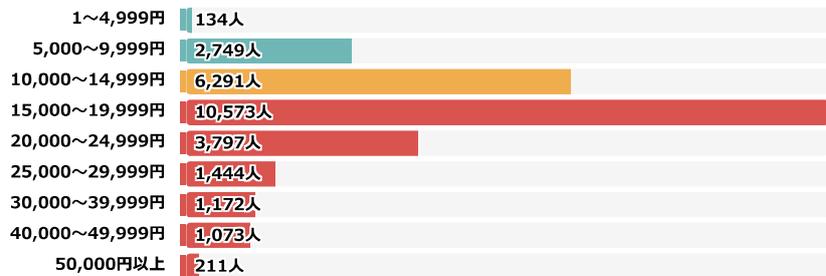
5,000円～9,999円の層が中心です。「大曲の花火・秋の章」開催時には高単価需要も発生しますが、平時は手頃な価格帯が好まれます。収穫の秋を迎え、地元の米や酒造探訪など、地域資源を活かした体験型プランでの差別化が鍵となります。



## 7. 仙北エリア

### 【一コマモ】

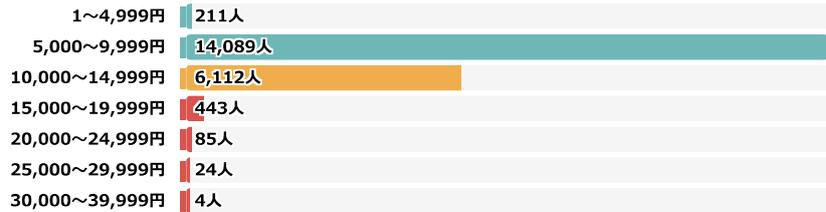
15,000円以上がボリュームゾーンであり、特に2万円～5万円以上の層も極めて厚い、県内屈指の高単価エリアです。角館や乳頭温泉郷の紅葉需要が絶大で、富裕層向けの特別体験や長期滞在プランなど、さらなる上質さの追求が奏功します。



## 8. 横手エリア

### 【一コマモ】

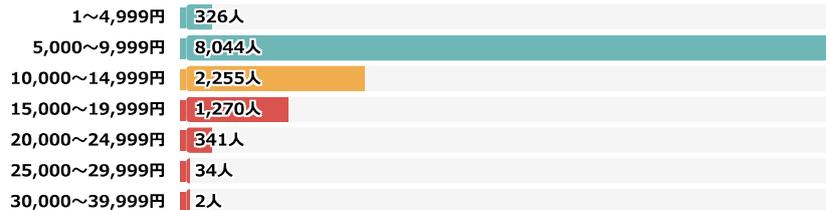
5,000円～9,999円が主体ですが、1万円台前半の層も約6,000人と堅調です。増田の蔵などの町並み散策や、発酵文化・フルーツ狩りといった秋ならではの体験コンテンツを付加価値として訴求し、満足度と単価の向上を目指しましょう。



## 9. 湯沢・雄勝エリア

### 【一コマモ】

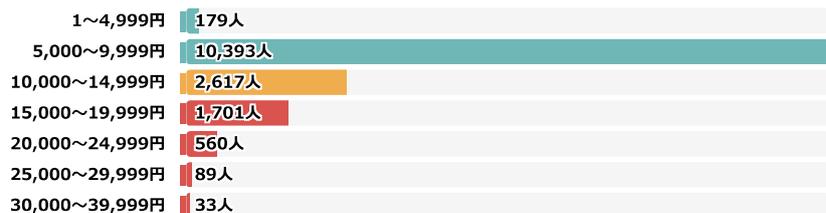
5,000円～9,999円がボリュームゾーンですが、小安峡などの紅葉名所を有するため、秋季は観光需要が高まります。日本三大うどんの一つ「稲庭うどん」や地熱活用など、地域独自の資源を生かした滞在プランが有効です。



## 10. 由利・にかほエリア

### 【一コマモ】

5,000円～9,999円が主力ですが、1万円以上の層も合計で約5,000人と健闘しています。鳥海山の紅葉や、晩秋から冬にかけての鱈などの海産物をフックに、食事重視のプランで単価アップを図るのが効果的です。



# 旅行形態別宿泊傾向

対象期間：2025年9月～2025年11月 秋季分析  
出典：宿泊データ分析システム

■ 家族(子供連れ) ■ 夫婦、男女ペア ■ 女性グループ ■ 男性グループ ■ 男女グループ ■ 一人

## 1. 鹿角

家族(子供連れ)	16.6%	(1,739)
夫婦、男女ペア	31.3%	(3,280)
女性グループ	9.1%	(960)
男性グループ	11.0%	(1,149)
男女グループ	23.9%	(2,508)
一人	8.2%	(856)

総宿泊者数: 10,492人

**一メモ** 夫婦・男女ペアが最も多く、次いで男女グループが続きます。一人利用の割合が低く、複数人での観光目的の滞在が主流です。紅葉シーズン等の観光需要を強く反映した構成となっています。

## 2. 大館・北秋田・小坂

家族(子供連れ)	0.6%	(197)
夫婦、男女ペア	3.6%	(1,202)
女性グループ	1.5%	(492)
男性グループ	55.7%	(18,397)
男女グループ	2.8%	(925)
一人	35.8%	(11,836)

総宿泊者数: 33,049人

**一メモ** 男性グループが約1.8万人と突出しており、一人利用も1万人を超えています。観光よりも、工事関係やビジネスによる長期滞在等の需要が地域全体を支えている構造が見て取れます。

## 3. 能代・山本

家族(子供連れ)	0.8%	(135)
夫婦、男女ペア	4.0%	(650)
女性グループ	0.6%	(91)
男性グループ	16.6%	(2,735)
男女グループ	1.2%	(204)
一人	76.8%	(12,637)

総宿泊者数: 16,452人

**一メモ** 一人利用が圧倒的多数（約1.2万人）を占めており、典型的なビジネス需要型と言えます。男性グループも一定数見られますが、個人客向けのサービス充実が満足度向上の鍵となりそうです。

## 4. 男鹿

家族(子供連れ)	11.9%	(930)
夫婦、男女ペア	40.1%	(3,132)
女性グループ	9.3%	(728)
男性グループ	15.4%	(1,203)
男女グループ	17.9%	(1,397)
一人	5.4%	(425)

総宿泊者数: 7,815人

**一メモ** 夫婦・ペア層が中心で、家族連れやグループ旅行もバランスよく入っています。一人利用が極端に少なく、典型的な観光地型の宿泊構成です。秋の行楽需要を順調に取り込んでいます。

## 5. 秋田・南秋

家族(子供連れ)	3.0%	(1,549)
夫婦、男女ペア	10.2%	(5,224)
女性グループ	3.4%	(1,768)
男性グループ	22.2%	(11,401)
男女グループ	2.9%	(1,510)
一人	58.2%	(29,914)

総宿泊者数: 51,366人

**一メモ** 県都であるため一人利用（ビジネス）が約3万人と最大ですが、夫婦や男性グループの絶対数も県内有数です。ビジネスと観光の両面で多様なニーズが混在するエリアです。

# 旅行形態別宿泊傾向

対象期間：2025年9月～2025年11月 秋季分析  
出典：宿泊データ分析システム

## 6. 大仙・美郷

家族(子供連れ)	3.0%	(384)
夫婦、男女ペア	4.2%	(530)
女性グループ	1.5%	(192)
男性グループ	18.0%	(2,287)
男女グループ	3.5%	(451)
一人	69.8%	(8,865)

総宿泊者数: 12,709人

**一メモ** 一人利用が主体となっており、ビジネス需要がベースです。男性グループがそれに続きますが、家族や夫婦の割合は比較的低く、平日のビジネス利用が中心と推測されます。

## 7. 仙北

家族(子供連れ)	3.3%	(1,180)
夫婦、男女ペア	43.0%	(15,428)
女性グループ	10.0%	(3,603)
男性グループ	12.4%	(4,470)
男女グループ	13.1%	(4,714)
一人	18.1%	(6,510)

総宿泊者数: 35,905人

**一メモ** 夫婦・男女ペアが1.5万人超と突出しています。女性グループや男女グループも多く、紅葉シーズンの乳頭温泉郷や角館などが強力な誘客力を発揮し、高単価層の取り込みに成功しています。

## 8. 横手

家族(子供連れ)	1.5%	(312)
夫婦、男女ペア	6.0%	(1,254)
女性グループ	1.1%	(231)
男性グループ	26.0%	(5,448)
男女グループ	3.0%	(621)
一人	62.5%	(13,113)

総宿泊者数: 20,979人

**一メモ** 一人利用が1.3万人で最多、次いで男性グループとなっており、ビジネス色の強い構成です。一方で、かまくら館や増田の蔵など観光資源もあるため、カップル層の開拓に余地があります。

## 9. 湯沢・雄勝

家族(子供連れ)	1.0%	(89)
夫婦、男女ペア	8.0%	(738)
女性グループ	2.9%	(270)
男性グループ	16.7%	(1,542)
男女グループ	15.8%	(1,458)
一人	55.6%	(5,127)

総宿泊者数: 9,224人

**一メモ** 一人利用が中心ですが、男性グループと男女グループが拮抗しています。ビジネス利用に加え、地域行事や地元の集まり等での利用も推測されます。

## 10. 由利・にかほ

家族(子供連れ)	3.4%	(526)
夫婦、男女ペア	13.7%	(2,126)
女性グループ	3.6%	(561)
男性グループ	14.4%	(2,243)
男女グループ	5.6%	(865)
一人	59.3%	(9,208)

総宿泊者数: 15,529人

**一メモ** 一人利用が最多ですが、夫婦・ペアや男性グループもそれぞれ2000人規模で存在します。ビジネス需要をベースにしつつ、鳥海山麓等の観光利用も一定数見られ、バランスが取れています。

## データ提供やその他の分析に関するお問合せ先

参加宿泊事業者が直接利用できない「旅行者データ分析システム」と「広域データ分析システム」のデータ提供依頼や、「宿泊データ分析システム」のデータの見方やその他の分析手法に関しては、下表のとおり各宿泊施設の所在する市町村に応じて、秋田県観光連盟や各観光地域づくり法人（DMO）にお問い合わせください。

施設の所在する市町村	連絡先
鹿角市・小坂町	株式会社かづの観光物産公社 DMO推進室 (地域連携DMO) ✉ kazunodmo@k-dmo.co.jp ☎ 0186-22-0520
大館市・北秋田市・上小阿仁村・小坂町	一般社団法人秋田犬ツーリズム (地域連携DMO) ✉ info@visitakita.com ☎ 070-2020-3085
能代市・藤里町・三種町・八峰町	一般社団法人あきた白神ツーリズム (地域連携DMO) ✉ akita-shirakami@as-t.jp ☎ 0185-74-7115
男鹿市	株式会社おが地域振興公社 DMO推進室 (地域DMO) ✉ i.suzuki@namahage.co.jp ☎ 0185-47-7150
秋田市・潟上市・大潟村・八郎潟町・五城目町・井川町	一般社団法人秋田県観光連盟 (地域連携DMO) ✉ info@akita-kanko.com ☎ 018-860-2270
大仙市・美郷町	一般社団法人秋田県観光連盟 (地域連携DMO) ✉ info@akita-kanko.com ☎ 018-860-2270
仙北市	一般社団法人田沢湖・角館観光協会 (地域DMO) ✉ info@tazawako-kakunodate.com ☎ 0187-42-8280
横手市	一般社団法人横手市観光推進機構 (地域DMO) ✉ info@yokote-kankou.jp ☎ 0182-38-8652
湯沢市・羽後町・東成瀬村	一般社団法人秋田県観光連盟 (地域連携DMO) ✉ info@akita-kanko.com ☎ 018-860-2270
由利本荘市・にかほ市	一般社団法人秋田県観光連盟 (地域連携DMO) ✉ info@akita-kanko.com ☎ 018-860-2270