

事業コード	03010216		政策コード	03	政策名	未来の交流を創り、支える観光・交通戦略			
事業名	秋田犬の魅力アップ促進事業		施策コード	01	施策名	ビジネスとして継続・成長していく総合戦略産業としての観光の推進			
			指標コード	02	施策目標(指標)名	お客様と秋田犬への観光を結び付けるネットワークづくり			
部局名	観光文化スポー	課室名	交通政策課		班名	(tel)	担当課長名	担当者名	東海林遼

評価対象事業(計画)の内容

事業年度 平成28年度 ~ 平成32年度

1. 事業立案の背景(施策目標の達成のために今なぜこの事業が必要なのか)  
 インバウンドを含めた観光誘客において地域間の競争が激化する中、秋田県への誘客拡大を図るためには、他県との差別化が可能な、秋田県ならではの観光資源を活用したPRが効果的である。秋田犬は、日本では「忠犬八公」のエピソードでも有名であるが、海外では、「Akita」として高い知名度を誇り、「Akita」の検索数は、「Mount Fuji」の2倍を超えている。その秋田犬を核とした観光地域づくりを進め、国内外からの誘客にフル活用することにより、外国人等の観光客に本県を訪問する動機を与え、国内外からの誘客を拡大するとともに、地域の足を支える三セク鉄道等地域交通の利活用拡大を含めた、地域の創生を図る。

3. 事業目的(どういう状態にしたいのか)  
 海外で知名度が高い「秋田犬」を活用し、国内外からの観光客の増加や、秋田犬の里である本県の魅力アップを図る。  
 (重点施策推進方針との関係) 重点事業として要望 その他事業として要望

2. 住民ニーズの状況  
 ニーズを把握した対象  
 受益者 一般県民 (時期: H27 年 07 月)  
 ニーズの把握の方法  
 アンケート調査 各種委員会及び審議会 ヒアリング インターネット  
 その他の手法 (具体的に )  
 ニーズの具体的内容

4. 目的達成のための方法  
 事業の実施主体 県及び公共交通事業者等  
 事業の対象者・団体 観光客及び秋田犬愛好家等  
 達成のための手段  
 秋田犬の地元の大館能代空港や秋田内陸線等のイメージアップや利便性向上を図るとともに、秋田犬をテーマにした観光PR・県産品販売や写真コンテスト等を実施する。

比較した代替手段及び選択した手段の有効性  
 秋田犬は、世界的に高い知名度を誇る本県オリジナルの地域資源である。平成28年4月には、地域連携DMO「(一社)秋田犬ツーリズム」が設立されたところであり、県、市町村、民間の協働により、「秋田犬」をフル活用した観光誘客につなげることができる。

把握していない場合の理由及び今後の方針

理由	
今後の方針	

5. 事業の全体計画及び財源 単位(千円)

順位	事業内訳	左の説明	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度	全体(最終)計画
01	秋田犬の里「大館能代空港いらしやいませ」事業	秋田犬の地元の空の玄関である大館能代空港で、秋田犬等に関する情報コーナーを設置するなど、空港のイメージアップと利用促進を図る。	15,635	10,000	9,000	7,000	5,000		46,635
02	秋田犬リムジンバス整備事業	大館能代空港リムジンバスを秋田犬にラッピングするとともに、バス乗り場やバス車内を多言語化することにより、インバウンドを含む観光客の利便性向上を図る。	2,672	3,000	2,000	1,000	1,000		9,672
03	秋田犬列車整備事業	秋田内陸線及び鳥海山ろく線の車両を秋田犬をイメージした内装や外装(ラッピング等)への改装等を行い、インバウンドを含む観光客の利便性向上を図る。	79,038	100,000	75,000	50,000	25,000		329,038
04	秋田犬世界写真コンテスト開催事業	秋田犬保存会協力のもと、秋田犬を集めた写真教室や世界に公募する写真コンテストの開催等を通じて、秋田犬を広く国内外にアピールし、観光誘客の拡大を図る。	5,184	5,000	4,000	3,500	3,000		20,684
05	「秋田犬の里」首都圏キャンペーン事業	首都圏をターゲットに、JR主要駅等における集中プロモーションを展開するとともに、観光と食に関する各種イベント等におけるPR活動をリレー方式で実施する。	97,000	92,000	89,000	86,000	83,000		447,000
財源内訳			199,529	210,000	179,000	147,500	117,000		853,029
国庫補助金			99,764	105,000	89,500	73,750	58,500		426,514
県債									
その他									
一般財源			99,765	105,000	89,500	73,750	58,500		426,515

6. 事業の効果を把握するための手法及び効果の見込み

事業の期待される成果 来秋者の「秋田犬」への期待に応えるため、受け地側の整備を進めることにより、国内外へのプロモーションの効果が向上し、入込客数の拡大が期待される。

指標	指標名	大館能代空港の羽田線利用者数							指標の種類
	指標式	大館能代空港の羽田線利用者数							成果指標 業績指標
	年度別の目標値（見込まれる成果による指標）								
	指標	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度	最終年度
	目標a			130,000	132,000	133,000	134,000	135,000	135000
	実績b	データ等の出典							
	東北 全国	大館能代空港管理事務所発表の空港利用状況							

把握する時期 当該年度中 月 翌年度 04月 翌々年度 月

指標	指標名								指標の種類
	指標式								成果指標 業績指標
	年度別の目標値（見込まれる成果による指標）								
	指標	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度	最終年度
	目標a								
	実績b	データ等の出典							
	東北 全国								

把握する時期 当該年度中 月 翌年度 月 翌々年度 月

指標を設定することができない場合の効果の把握方法  
 指標を設定することが出来ない理由  
 \_\_\_\_\_  
 見込まれる効果及び具体的な把握方法(データの出典含む)  
 \_\_\_\_\_

事業の必要性

現状の課題及び施策目的に照らした事業の必要性  
 秋田犬は海外で高い知名度がありながら、観光客がふれあえる場所が極めて限られている等、現時点では観光資源として活用できない状態にあり、受入態勢の整備として、当事業は重要である。

住民ニーズに照らした事業の必要性  
 交流人口の拡大による地域の活性化を図る上で、地域住民にとっても観光誘客の拡大が必要である。

事業の県関与の必要性  
 法令・条例上の義務 内部管理事務 県でなければ実施できないもの  
 民間・市町村で実施可能であるが、県が関与する必要性が認められるもの  
 県、市町村、民間が協働することで、強力なPRにつなげることができる。

政策評価委員会意見		重点事業の適合及び指標・目標値の適合性判定

重点事業 その他