

提 言 書

提 言 1 秋田ならではの資源を生かした観光地域づくりと誘客の推進

《提言の背景》

秋田県の延べ宿泊者数は残念ながら伸び悩んでおり、平成26年をピークに、3年連続で対前年を下回っている（H29実績：335万人）。外国人の延べ宿泊者数は順調に伸びており、平成29年には大台の10万人を超えている（H29実績：104,660人）。本県には、海外にも通用する個性的で魅力ある地域資源が豊富に存在しているものの、本県の観光は、これらのポテンシャルを十分に生かしきれていない状態にあると言える。

今後は、本県ならではの魅力が際立つ誘客コンテンツの磨き上げや、観光客のニーズに応える受入環境の整備を進め、多くの観光客に本県を選んでいただくことにより、国内外からの誘客拡大を図っていくことが求められている。このことによって、人口減少という大きな課題に直面している本県において、幅広い消費の喚起を促すとともに、観光振興により新たな雇用を生み出し、将来にわたる地域の活力維持につなげていく必要がある。

《提 言》

- 1 秋田犬を誘客に活用する際には、育まれた風土や歴史的な背景のほか、「動物にやさしい秋田」に係る官民の取組についても効果的に発信すること。
- 2 ペットと同伴可能な施設等の情報を整理・発信するとともに、ドッグラン等の施設整備を促進するなど、ペットツーリズムを積極的に推進すること。
- 3 インバウンド誘客において、ターゲットのニーズに合わせたサービスの提供を促すため、事業者が行う情報収集や社員教育などについて行政の支援を拡充するとともに、県内に在住する留学生等の積極的な参画を促すこと。
- 4 青森県及び岩手県と連携した周遊ルートの形成を図るため、北東北3県DMOの設立に向けた検討を進めること。
- 5 SNSなどからの情報の拡散が観光誘客において大きな役割を担っていることを踏まえ、「インスタ映え」するスポットの開拓・発信や様々なメディアを活用した「秋田ファン」の拡大について、行政と県民が連携して取り組むこと。
- 6 本県の雄大な自然をフィールドに「禅」を行うインバウンド向けのツアーや、自然の時間軸の中で行う企業の合宿のほか、県内の高齢者が「大人の修学旅行」として全市町村をゆっくりと巡る旅など、新たな旅の形態を提案していくこと。
- 7 県内及び隣県に展開するジオパークを結び付け、テーマ性の高い周遊観光ルートとして確立し、国内外に発信すること。

【具体的な取組方策】

1 「秋田犬の里」づくりの推進

これまで、秋田犬を活用した誘客プロモーションが展開され、本県の認知度向上に寄与してきたところであるが、秋田犬の発信においては、育まれた風土や歴史的な背景についてもきちんと伝える必要がある。また、動物の適正飼養や殺処分の減少を目的とした「動物にやさしい秋田」の取組についても、民間の取組と連携を高めながら推進しつつ、県内外に発信していくべきである。

2 ペットツーリズムの推進

ペットツーリズム市場は拡大傾向にあると言われているが、飼い主にとって犬や猫は家族同然であり、受入態勢が充実しているかどうかは重要である。ペット同伴可能な宿泊施設や観光施設が県内にどの程度あるのか、情報を整理した上で発信していく必要がある。また、ペットを同伴するための施設やドッグランの整備などに対する費用面の支援を拡充するとともに、観光施設向けのペットツーリズム受け入れに関するガイドラインを策定し、ペットが同伴可能な施設の拡大を図る必要がある。

加えて、秋田らしい新たな誘客コンテンツとして「ドッグスポーツ」※を提案する。

※ ドッグスポーツ：

一定のルールに従って犬の身体機能と技能を競う競技。飼い主とペットがともに楽しめるスポーツとして親しまれている。幅広い活動を含み、人間（ハンドラー）が参加するドッグマラソン、障害物競走などと、犬だけで行うレーシング、闘犬などがある。

3 インバウンド受入態勢の整備と留学生の参画促進

本県の観光客に占める外国人の割合は今後とも上昇を続けることが見込まれ、宿泊施設や観光施設においては、急ピッチでインバウンド対応を進めることが必要である。

外国人旅行者の消費は旺盛であるが、そのニーズは国、年代、性別、グループによって傾向が異なっており、宿泊施設に対する要求も高まってきている。事業者においては、それらに合わせたサービスを勉強し適切に対応する必要があり、情報収集や社員教育などについて、行政の支援を拡充すべきである。

また、宿泊施設や観光施設におけるインバウンド対応に際しては外国人目線によるアドバイスが有効であるほか、通訳案内士法の改正により、留学生も限定的ながら有償で通訳やガイドができるようになったことを踏まえ、県内に在住する留学生等により広汎に参画していただき、インバウンド受入態勢の改善や新たなコンテンツの整備を促進していくことが望ましい。

4 「北東北3県DMO」設立の検討

観光誘客の拡大を図る攻めの観光振興は、自らの収益で組織を運営するDMOが中心となって進めるべきである。

国内外から訪れる観光客にとって県境や市町村の境界は意味がなく、周遊観光を確立するためには県境を越えたネットワークを構築することが必要である。その規模としては北東北3県が最適であり、青森県の国際航空路線や北海道新幹線、盛岡の東北新幹線

などと本県のコンテンツを結ぶルートを構築することを念頭に、北東北3県DMOの設立を検討すべきである。

5 県民と共に進めるSNS等からの観光情報の発信

旅行市場が団体型から個人型へ移行している今日において、ウェブサイトやSNSから発信される情報が、旅行意欲の喚起や目的地の選択において大きな役割を果たしている。

SNS等を活用した誘客の拡大を図るため、県民一人ひとりが地域の身近な魅力を再発見し、県内に「インスタ映え」するスポットが多く生み出されるよう、行政がリードし、県民参加型の情報発信を進めるべきである。

県民の参加を促すには、まず県民に地域の魅力を知っていただくことが必要であることから、地元のテレビ局による自主制作番組をはじめとした地域のパブリシティを有効に活用すべきである。

また、県外への本県PRにおいては、他の地域と対比させることにより本県を際立たせるなどの工夫を採り入れることが有効である。

6 国内外の旅行者への新たな旅の提案

海外からの誘客のテーマとして、「禅」が有効である。外国人には、日本の伝統を体現するものとして禅のイメージが強く、非常に反応が良い。白神山地や田沢湖の真ん中など、秋田ならではの自然の中で行う禅体験を、本県への旅の目的とすることを提案したい。

また、本県の雄大な自然をフィールドに、企業の合宿を誘致することを検討するべきである。朝日とともに起き、日暮前に夕食を食べて就寝し、日常から離れた自然の中で様々な発見をしていただくことは、得難い体験になると考えられる。

さらに、県外客やインバウンドだけではなく、県内の高齢者が「大人の修学旅行」として全市町村をゆっくりと巡る旅を県民に向けて発信し、普及させるべきである。地域経済の循環を促す仕掛けにもなると考えられる。

7 ジオパークを連携させた周遊型・体験型観光の推進

特徴的な火山地形や地熱、温泉などに恵まれている本県では、4地域が日本ジオパークとして認定を受け、地元市町村が中心となって、学術調査やジオツーリズムの推進などに取り組んでいる。同時に、隣県においても複数のジオパークが認定されている。

県内及び隣県に展開するこれらのジオパークを結び付け、テーマ性の高い周遊観光ルートとして確立し、国内外に発信することにより、新たな体験型観光の受け皿として、インバウンド誘客の拡大に寄与していくことが期待される。

提 言 2 新たな観点からの食品産業の振興

《提言の背景》

食品産業は、原料の生産から最終製品までを県内で完結できる数少ない業種であり、県産農産物の活用や雇用の拡大の観点から、今後の成長が期待される重要な分野である。本県の「食料品・飲料等製造品出荷額等」は、東北6県では最下位にとどまっているが、平成28年の実績は1,284億円となり、4年連続で順調に増加している。

本県の食品産業は、従業員29人以下の事業所が84%を占め、地場消費を中心とする事業所が多いことから、消費者ニーズを踏まえた商品開発やマーケットへの情報発信、大消費地や海外への商流の構築等の面で、県外の大手企業に後れをとることが少なくない。そのため、意欲ある食品事業者の育成や幅広い事業者相互のネットワークの強化などを進め、県産食品群のブランド化と販路の拡大を促進していくことが重要である。

《提 言》

- 1 産地や製法の基準をしっかりと定めた上で、知的財産の保護に関する仕組みを活用しながら、県産食品のブランド力向上を図っていくこと。
- 2 本県の発酵食品について、マーケットの動向を見据えた新たなアイテムの開発や、レシピの提供による魅力的な活用法の普及などに取り組み、更なる市場の開拓を図るとともに、販売ルートの確立においても新たな切り口からの取組を進めること。
- 3 北東北3県や東北6県の食品産業が連携し、県境を越えた分業・協業体制を構築すること。
- 4 本県の食品産業の物流コストを縮減するため、北東北3県発の発送品をまとめ、安定した物量を確保して東京に送るスキームを構築すること。

【具体的な取組方策】

1 知的財産の保護などによる県産食品のブランド化

県産品の国内外への販路拡大を進める上では、その品質の高さや安全性を消費者に認知してもらうことが前提となることから、類似品や他産地との区別・差別化は重要である。産地や製法の基準をしっかりと定めた上で、地理的表示保護制度（G I）など知的財産の保護に関する仕組みを活用しながら、県産食品のブランド力向上を図っていくことが必要である。

また、ブランド化の推進にあたっては、県内外のメディアを効果的に活用し、本県オリジナルのものであるという理解を消費者や県民に広めていくべきである。

2 発酵食品等の新たな市場の開拓

古くから県民に親しまれている発酵食品であるが、本県の食の柱として更なる発展を

遂げるには、マーケットの動向を見据えた新たな市場の開拓が必要である。

具体的には、麴の活用により塩分を控えめにした食品の普及や、しょつづの粉末化による多様な用途への応用、嗜好に合わせて硬度や塩分等のバリエーションを多様にしたいぶりがっこの開発などが有望と見込まれるが、これらについて総合食品研究センターの果たす役割は大きい。

また、本県ならではの食材を全国の家や外食で広く普及させるためには、魅力的な活用法をレシピとして提供することや、食材の歴史や背景をストーリーとして伝えることが重要であることから、料理レシピ提供サービスを展開する企業と連携する等により、情報発信を進めるべきである。

加えて、県内の食品産業にとって販売ルートの確立が大きな課題となっているが、福利厚生も含めた大企業の社内販売はある程度のロットを確保することができ効果的であることから、大企業の秋田支店を窓口営業活動を行うなど、新たな切り口からの販路拡大に取り組むべきである。

3 食品製造に係る県境を越えた連携と分業

県内で最終工程までを行い製品化することにこだわるよりも、北東北3県や東北6県の食品産業が連携協定を結び、それぞれが強みを生かして柔軟に分業する合理的な仕組みを導入すべきである。県には、統一マークの導入やスキームの構築をリードするほか、ノウハウの提供等により企業の研究開発を支援することが望まれる。

4 北東北3県の連携による物流コストの縮減への取組

東北地方の食品産業は、関東の企業に比べて首都圏等への配送費が嵩むことが課題となっている。物流コストを縮減するため、北東北3県発の発送品をまとめ、安定した物量を確保して首都圏に送るスキームを構築することが有効である。

《提言の背景》

四季折々の祭りや行事、伝統芸能など、本県には多彩な民俗文化が存在し、中でも国が指定する重要無形民俗文化財は17件を数え、全国最多を誇っている。人口減少、少子高齢化が進行する中、若い世代の芸術文化への参画や伝統芸能の後継者育成が難しくなっているが、地域に根ざした文化は、地域の貴重な財産であるとともに、県民共有の財産でもあり、これをさらに豊かなものにし、次の世代へと継承していく必要がある。

また、本県の民俗文化は、国内外の観光客を惹きつける魅力を備えていることから、これらを観光資源として活用し、誘客拡大を図っていくことも必要である。

《提 言》

- 1 集落に伝わる民俗文化を維持・継承するとともに、文化の力を交流人口の拡大につなげ、地域の賑わい創出を図っていくために、県外在住者や海外の観光客に、地域の祭りに参画してもらう取組を進めること。
- 2 文化による交流人口の拡大を図るためには、まずは秋田県民が秋田の文化に親しむことが必要であることから、県民を対象にした文化イベント開催などの施策を積極的に進めること。

【具体的な取組方策】

1 県外在住者や海外の観光客の祭りへの参画の促進

四季折々の祭りや行事、伝統芸能など、本県には多彩な民俗文化が存在し、中でも国指定重要無形民俗文化財は17件を数え、全国最多を誇っている。一方で、人口減少・少子高齢化が進行する中、伝統芸能の後継者育成が難しくなっている。

集落に伝わる民俗文化を維持・継承するとともに、文化の力を交流人口の拡大につなげ、地域の賑わい創出を図っていくために、首都圏において秋田のお祭り講座を開設する等によりPRを行い、本県に縁のある県外在住者や外国人旅行者に積極的に祭りに参画してもらうべきである。

特に、外国人旅行者には、地域や祭りの歴史、文化、背景などをしっかりと伝え、その上で祭りをつくり上げていく過程から参加する体験は、非常に満足度の高いコンテンツとなる。地域や祭りの歴史、文化等を伝える点において、文化財保護に関わる方々など教育関係者との連携を強化しながら取り組むことが望ましい。

2 県民を対象にした文化振興施策の推進

文化の力で交流人口の拡大を図り、地域の元気を創出していくためには、まずは秋田県民が秋田の文化に親しみ、文化活動に参画していくことが必要である。そのために、例えば観光地で大規模な合唱イベントを開催するなど、県民を対象にした施策を積極的に進めるべきである。

提 言 4 ジュニア期からの重点的な強化と本県ならではのスポーツの振興

《提言の背景》

本県のスポーツは、少子化による競技人口の減少やトップアスリートの県外流出といった課題を抱えているほか、今後ますます進行する高齢化社会を見据え、スポーツを通じて県民が生き生きとした生活を送るための環境を整えていくことが求められている。

そのため、スポーツを「する」「みる」「ささえる」の観点から、スポーツ活動の基盤となる人材の育成や環境の充実を図るとともに、全国や世界での活躍を見据えた選手の競技力向上や、スポーツによる地域の活性化等を図っていく必要がある。

《提 言》

- 1 ジュニア期からの一貫指導体制を引き続き強化していくとともに、強化にあたっては、雪国の環境をプラスに捉えた本県独自の強化方法を積極的に採り入れること。
- 2 少子化の進展を踏まえ、強化種目について選択と集中を行い、重点化を図るとともに、本県の競技力や県民の人気などに着目し、競技成績や観客動員などで本県がトップになれるような、特定の種目に着目した振興策を実施すること。

【具体的な取組方策】

1 一貫指導体制の確立と、雪を生かした本県独自の強化の推進

全国や世界のひのき舞台で活躍できる選手の発掘と育成・強化を図るためには、ジュニア期から一貫して育成していく仕組みを構築していくことが大切である。指導者同士が、小、中、高校などのカテゴリーに分かれるのではなく、お互いに連携して、具体的なビジョンを共有しながら、各世代にあった指導や習熟内容を基に、世代を超えた調整を行う必要がある。

また、強化にあたっては、雪国であるという本県の環境をプラスに捉え、雪を利用したフィジカルトレーニングについて、その効果を分析・体系化して導入するなど、スポーツ医科学の知見を生かした本県独自の強化方法を積極的に採り入れるべきである。

2 特定の種目に着目した強化と振興

少子化の進展により、県内において競技人口が少なくなってしまった種目も見受けられるが、本県スポーツの強みと弱みを認識しながら選択と集中を行い、重点的な強化を図っていくべきである。

同時に、本県の競技力の高い種目や県民に人気のある種目、施設や環境が適している新しい種目などに着目し、ジュニア層の強化にも取り組み、競技成績や観客動員、国際大会の開催などで本県が全国のトップになれるような、特定の種目に着目した振興策を実施すべきである。

《提言の背景》

少子高齢化が急激に進み人口が減少していく中で、広大な県土を有し積雪寒冷地である本県が県全体の活力を維持していくには、県民の生活や経済活動、地域間の交流などを支える交通網の整備、とりわけ道路ネットワークの整備が不可欠である。

そのため、高速道路やこれを補完する地域高規格道路、交流・物流拠点へのアクセス道路、地域間交流と県民の生活を支える道路の整備を進めるとともに、道の駅について、情報発信や地域交流の拠点としての基本機能の強化と個性の創出を図る必要がある。

《提 言》

- 1 道路ネットワークの構築においては、そこからどのような交流が生まれるのか等を重視し、想定される効果や事後評価を分かりやすく県民に伝えること。
- 2 高齢者の通行の安全性や事故対策に配慮した道路整備を進めること。
- 3 除雪業務の委託において、単に稼働時間を基に委託料を支払うのではなく、成果に応じてインセンティブを付与する方法を導入することにより、除雪全体のレベル向上を図ること。
- 4 道の駅が、地方創生の拠点として利活用されるために、地域が一体となって魅力向上と需要の喚起に取り組むこと。

【具体的な取組方策】

1 交流の促進を見据えた道路ネットワークの整備

道路ネットワークは、それがどのような使われ方をするのか、そこからどのような交流が生まれるのかを重視しながら整備を進める必要があり、事後評価についてもより積極的に公表すべきである。

また、田沢湖畔の道路の観光利用を見据えた湖畔を迂回する道路の新設や、秋田空港から仙北地域へのアクセス改善など、観光利用の利便性向上を重視した道路整備についても検討すべきである。

2 高齢者にもやさしい道路整備の推進

高齢化が進行している本県において、高齢者の通行の安全性や事故対策がますます重要になる。高速道路の逆走の問題をはじめとした課題に対応しながら、交通の質の向上に配慮した道路整備を進めるべきである。

3 除雪のレベルアップに向けた評価の見直し

近年は記録的な大雪が度々発生し、その都度多額の行政負担が生じている一方で、特に市街地の道路において、除雪対応の遅れや仕上がりの粗さが見受けられている。

除雪の質と効率を向上させ、冬期間においても円滑な交通を確保するため、除雪業務

の委託において、単に稼働時間を基に委託料を支払うのではなく、成果に応じてインセンティブを付与する方法を導入すべきである。例えば、除雪対応の迅速さや仕上がり、除雪量等を基にした評価制度の導入や、コンテストによる優良事業者の表彰などを実施することにより、県内の除雪全体のレベルの向上が図られるものと考えられる。

4 地方創生の拠点としての道の駅の利活用促進

道の駅が、単なる通過点でなく、地方創生の拠点として利活用されるために、県外の成功事例を参考にしながら、地域が一体となって魅力向上と需要の喚起に取り組む必要がある。そのためには、食やレジャーなどの観光の要素を強化し、旅の目的地となることを目指すべきである。

《提言の背景》

本県と国内外を結ぶ広域交通ネットワークは、人の交流や物流を支える重要な社会基盤であり、県内産業や観光の振興のほか、地域を活性化していく上で不可欠なものであることから、多様な輸送手段によりアクセシビリティの向上を図り、本県への流動を拡大・強化する必要がある。

また、人口減少の進行や自家用自動車の普及に伴い、生活バス路線などを取り巻く環境が一層厳しさを増す中で、通学、通院、買い物等の日常生活に欠かせない公共交通を維持・確保していくことが重要である。

《提 言》

- 1 国際航空ネットワークの拡充によるインバウンド誘客の拡大を図るため、県民のアウトバウンド需要の掘り起こしを進めること。
- 2 インバウンドを含む誘客の拡大を図るため、国内空港と秋田空港を結ぶ国内LCC路線の誘致に取り組むこと。
- 3 地域の実情や住民ニーズにきめ細かく対応した地域交通ネットワークの維持・形成を、市町村と連携して進めていくこと。

【具体的な取組方策】

1 インバウンド誘客拡大のためのアウトバウンドの促進

インバウンド誘客の拡大を目指して国際航空ネットワークを拡充するには、安定した利用者数の確保が前提となることから、県民のアウトバウンド需要の掘り起こしが必要となる。多くの県民が海外に目を向け、観光やビジネスでの渡航が増加するよう、県民のパスポート取得への助成などの施策を検討すべきである。

2 国内LCC路線の誘致

新たな国際定期航空路線の本県への誘致については、実現までになお時間を要する状況にあるが、インバウンドを含む観光客を本県に呼び込む上で、国内LCC路線の誘致は有効な手段である。成田空港、静岡空港、福岡空港などと秋田空港を結ぶ国内LCC路線の誘致について、遠方の県とも連携しながら、取組を進めるべきである。

3 過疎地域における地域交通ネットワークの維持

高齢化の進行に伴い、自家用車を運転できない高齢者が増えていること等から、過疎地域における住民の移動手段の確保は、様々な場面で切実な課題となっている。

今後、高齢化や過疎化がますます進行することを見据え、地域の実情や住民ニーズにきめ細かく対応した地域交通ネットワークの維持・形成を、市町村と連携して進めていく必要がある。

また、県外の先進的な事例や自動運転技術の実用化研究についての情報を収集し、これらの成果をいち早く採り入れられるような態勢を築くべきである。