

戦略3 観光・交流戦略

現状・課題

[旅行者ニーズの多様化と旅行スタイルの変化への対応]

コロナ禍で落ち込んだ観光需要の早期回復と共に、旅行者の価値観や趣味・嗜好の多様化に対応した観光コンテンツの開発や、新たな旅行スタイルに対応した受入態勢の整備が求められています。

[観光消費額等の低迷]

繁忙期と閑散期で宿泊者の変動が大きいこと等により、観光・レクリエーション目的の観光消費額は全国下位に低迷し、宿泊業における労働生産性も全国平均を大きく下回っています。

本県の観光消費額と全国順位
(観光・レクリエーション目的)

2018年	2019年	2020年
869億円	559億円	223億円
37位	46位	47位

出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

[訪日旅行再開を見据えたインバウンド戦略の見直し]

新型コロナウイルス感染症の拡大により外国人旅行客は激減したものの、世界的な感染症の収束後には、清潔で衛生的なイメージの日本に対する訪問意欲の高まりも想定され、インバウンド戦略の再構築が求められています。

[食品製造業における市場での対応力の不足]

本県の食品製造業（食料品、飲料等）は小規模・零細事業者が多く、販売、商品開発、情報発信の基盤が脆弱であり、価格競争や市場のニーズへの対応力が不足しています。

食料品製造業の製造品出荷額等
(2019年)

(百万円)

東北順位	県名	製造品出荷額等
1位	宮城県	657,946
2位	岩手県	390,229
3位	青森県	378,540
4位	山形県	327,281
5位	福島県	312,767
6位	秋田県	111,846

出典：経済産業省「工業統計調査」

[コロナ禍による消費者ニーズの大きな変化]

健康志向や非接触・非対面型の購買などコロナ禍により生じた消費者ニーズの大きな変化への対応が求められています。

[食についての「秋田ならではの」情報発信の不足]

「食」や「発酵」をテーマとした誘客が全国で進められ競合が発生している中、秋田の食の優位性や特徴についての情報発信が不足しています。

[高齢化等に伴う文化の担い手の減少]

高齢化や若者の県外流出によって、伝統芸能や文化活動の担い手の確保が困難な状況にあります。

[秋田の文化についての情報発信の不足]

本県ならではの文化が十分に県民に知られていないほか、観光分野等での活用が進んでいないことから、その魅力を県内外に発信することが求められています。

戦略3の
ねらい

価値観の変化と地方への関心の高まりを好機と捉え、食や文化、スポーツをはじめとする多様な分野と観光との連携・融合により、交流人口の更なる拡大を図ります。

戦略3が目指す“4年後の姿”

目指す姿1 「何度でも訪れたい秋田」の創出 (P72)

時代の流れや価値観等の変化に柔軟に対応し、裾野の広い観光産業の「稼ぐ力」を引き出すとともに、旅行者が何度でも訪れたい魅力的な秋田の観光の実現を目指します。

“四つの元気”



< 施策の方向性 >

- ① 自立した稼ぐ観光エリアの形成 (P72)
- ② ターゲットの的確な把握と効果的な誘客プロモーションの展開 (P72)
- ③ 時代の変化を捉えた秋田ならではのツーリズムの推進 (P73)
- ④ 観光客の多様なニーズに応じた受入態勢の整備 (P73)
- ⑤ 戦略的なインバウンド誘客の推進 (P73)

目指す姿2 「美酒・美食の秋田」の創造 (P75)

市場における県内食品製造業の優位性を確保し、収益性を向上させるとともに、秋田の豊かな「食」による誘客と交流の拡大を目指します。

“四つの元気”



< 施策の方向性 >

- ① 消費者ニーズを捉えたオリジナル商品の開発と秋田の「食」のブランド化 (P75)
- ② 食品製造業の振興 (P75)
- ③ 多様な流通チャネルを活用した県産食品の販売の促進 (P76)
- ④ 秋田の「食」の魅力の発信と誘客への活用 (P76)

目指す姿3 文化芸術の力による魅力ある地域の創生 (P78)

秋田の文化芸術に対する若者等の関心が高まり、次の世代の担い手が確保されることにより、地域の伝統芸能等が維持・継承された魅力的でにぎわいのある地域の実現を目指します。

“四つの元気”



< 施策の方向性 >

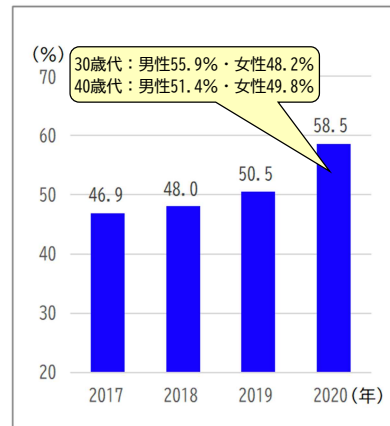
- ① あきた芸術劇場を核とした文化芸術の発信とにぎわいづくり (P78)
- ② 文化芸術活動の促進と次代を担う人材の確保・育成 (P78)
- ③ 文化芸術を通じた交流人口・関係人口の拡大 (P79)

現状・課題（続き）

[伸び悩む働く世代等のスポーツ実施率]

成人の週1回以上のスポーツ実施率は年々向上しているものの、働く世代や子育て世代の実施率が伸び悩んでいます。

成人の週1回以上のスポーツ実施率



出典：秋田県スポーツ推進委員協議会「全県体力テスト・スポーツ実態調査」

[ジュニア層における競技成績の低迷]

高等学校強化拠点校制度や中学生強化選手指定制度等により、ジュニア期からの一貫した指導体制を構築して強化を図ったものの、国体における少年種別の成績は低迷しています。

国体における少年種別の成績

開催年	2017	2018	2019
獲得得点	218.5	97.0	81.5
()内は都道府県平均	(323.6)	(315.7)	(321.8)
都道府県順位	30	44	47

※2020年及び2021年は中止

出典：(公財)秋田県スポーツ協会資料に基づき県作成

[国内外とのアクセスの改善・拡充]

首都圏や国内外の主要都市とのアクセスにおいて、速達性、安定性等の向上が求められています。

[地域公共交通を取り巻く環境の悪化]

人口減少の進行や乗務員不足により乗合バス路線の運行本数や利用者の減少が顕著となるなど、住民生活を支える地域公共交通の維持が困難になっています。



[脆弱な幹線道路ネットワーク]

県民の生活や経済活動、地域間交流等を支える高速道路ネットワークにおいて、ミッシングリンクが存在しています。

戦略3が目指す“4年後の姿”（続き）

目指す姿4 活気あふれる「スポーツ立県あきた」の実現（P81）

スポーツ参画を促進する“Sport in Life”の考え方を踏まえスポーツを行うことが生活習慣の一部となることにより、スポーツを通じて地域に活力とにぎわいをもたらされ、全ての県民が幸福で豊かな生活を営む元気な秋田の実現を目指します。

“四つの元気”



<施策の方向性>

- ① ライフステージに応じた多様なスポーツ活動の促進（P81）
- ② スポーツを通じた地域づくりと交流人口・関係人口の拡大（P81）
- ③ 全国・世界で活躍するアスリートの発掘と育成・強化（P82）
- ④ スポーツ活動を支える人材の育成と環境の整備（P82）



目指す姿5 国内外との交流と住民の暮らしを支える交通ネットワークの構築（P84）

幹線鉄道や航空路線、フェリー航路等の広域交通や高速道路が整備・拡充されるとともに、乗合バスやコミュニティ交通、第三セクター鉄道など地域公共交通が維持・確保され、交流の持続的拡大や住民生活を支える交通ネットワークが構築された社会を目指します。

“四つの元気”



<施策の方向性>

- ① 幹線鉄道の整備の促進とフェリー航路の維持・拡充（P84）
- ② 航空路線の維持・拡充（P84）
- ③ 利便性の高い地域公共交通網の形成（P85）
- ④ 第三セクター鉄道の持続的な運行と観光利用の促進（P85）
- ⑤ 高速道路等の整備（P86）



目指す姿1 「何度でも訪れたくなるあきた」の創出



秋田県公式観光サイトアキタファン
(<https://akita-fun.jp>)



“四つの元気”

施策の方向性① 自立した稼ぐ観光エリアの形成



裾野の広い観光産業が持続的に発展できるよう、地域住民を含めた様々な分野・業種の関係者が“観光で稼ぐ”という共通認識を持ち、地域が一体となった観光地経営の取組を促進します。

【主な取組】

- (1) ロイヤルカスタマーの創出に向けた観光CRM※1導入への支援
- (2) デジタル技術の活用による観光関連事業者の経営改善の促進
- (3) 観光消費額の拡大に向けたサービスの高付加価値化等に対する支援
- (4) DMO※2や観光協会を中心とした地域の特性に応じた観光地経営を促進する体制づくりへの支援
- (5) 幅広い業種や地域住民が連携した観光地域づくりへの支援
- (6) 観光エリアを支える人材の育成・確保への支援

※1 CRM：カスタマー・リレーションシップ・マネジメントの略語。顧客との関係性やコミュニケーションを管理する仕組み。日本語では「顧客関係管理」と呼ばれる。

※2 DMO：デスティネーション・マネジメント・オーガニゼーションの略語。地域にある観光資源に精通し、多様な関係者と協同した観光地域づくりを総合的に担う調整機能を備えた法人。

◀ 選択・集中プロジェクト ▶



施策の方向性② ターゲットの的確な把握と効果的な誘客プロモーションの展開



デジタルマーケティング等により誘客のターゲットを的確に把握するとともに、その特性に応じた最適な観光情報を提供するなど、効果的な誘客プロモーションを展開します。

【主な取組】

- (1) オープンデータ等を活用した観光デジタル情報プラットフォームの構築
- (2) デジタルマーケティングを活用した旅行者の動態やニーズの把握
- (3) マーケティングに基づいたきめ細かな誘客対策の実施
- (4) 国内市場の特性や動向を踏まえた誘客プロモーションの展開
- (5) 北海道・東北各県等の連携による広域周遊観光の推進

◀ 選択・集中プロジェクト ▶



施策の方向性③ 時代の変化を捉えた秋田ならではのツーリズムの推進

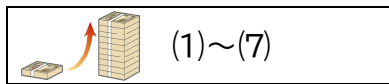


新たな旅行スタイルの浸透やSDGsに貢献する観光分野への期待など、時代の要請を的確に捉え、県内の多様な分野との融合を図りながら、地域の特性を最大限に生かした“秋田ならではの”のツーリズムを推進します。

【主な取組】

- (1) 豊かな自然や温泉など秋田の特性を生かした滞在型・体験型観光の推進
- (2) 世界遺産や酒蔵など個人の趣味や嗜好を踏まえた観光コンテンツの充実
- (3) 観光を契機とした地域との継続的な関わり合いによる秋田ファンの創出
- (4) 地域の社会経済や自然環境等に十分に配慮したサステナブルツーリズムの推進
- (5) 観光関連事業者による観光産業の持続可能性を高める取組への支援
- (6) 県民を中心としたマイクロツーリズムの推進
- (7) 食・文化・スポーツなど多様な分野と観光の融合による交流人口の拡大の推進

◀ 選択・集中プロジェクト ▶



施策の方向性④ 観光客の多様なニーズに応じた受入態勢の整備



快適に秋田を満喫できる滞在環境や、旅行者がストレスなく目的地に到達できる移動環境など、多様化する旅行ニーズに対応した受入態勢の整備を促進します。

【主な取組】

- (1) 旅行者の安全・安心な旅を支える受入態勢づくりへの支援
- (2) 高齢者や障害者等を含む全ての旅行者を歓迎するためのパーソナルバリアフリーの推進
- (3) AIデマンド型タクシーやMa a S[※]など二次アクセスの整備による観光客の利便性の向上への支援
- (4) デジタル技術等を活用した“旅ナカ”における観光情報の提供

※Ma a S（マース）：複数の交通機関の検索・予約・決済をスマートフォン等で一括して提供するサービスの総称。

◀ 選択・集中プロジェクト ▶



施策の方向性⑤ 戦略的なインバウンド誘客の推進

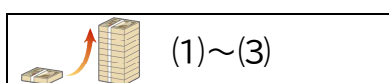


市場の動向を踏まえたゲートウェイ戦略を再構築するとともに、効果的なプロモーションの展開や受入態勢の整備を促進します。

【主な取組】

- (1) アフターコロナを見据えた対象市場の見直しとプロモーションの展開
- (2) クルーズ船の誘致活動の推進
- (3) 多言語表記などインバウンド回復に備えた受入態勢の整備への支援

◀ 選択・集中プロジェクト ▶



指標

指標名	単位	実績値		目標値				出典
		2019	2020	2022	2023	2024	2025	
① アキタファンアクセス数	千件	—	—	1,500	1,620	1,740	1,860	県調べ
② 観光地点等入込客数 (延べ人数)	千人	35,270	18,360	28,000	31,000	35,000	37,000	県「秋田県観光統計」
③ 延べ宿泊者数	千人泊	3,654	2,546	2,900	3,000	3,300	3,700	観光庁「宿泊旅行統計調査」
④ 外国人延べ宿泊者数	人泊	139,400	25,380	10,000	20,000	35,000	70,000	観光庁「宿泊旅行統計調査」

目指す姿2 「美酒・美食のあきた」の創造



施策の方向性① 消費者ニーズを捉えたオリジナル商品の開発と秋田の「食」のブランド化



コロナ禍により変化した消費者ニーズを捉えた新商品の開発や、秋田ならではの素材や技術等の強みを生かした商品群の創出と戦略的なブランディングを促進し、国内外において県産食品の存在感を高めます。

【主な取組】

- (1) 研修等を通じたネットワークの拡大や人づくりによる商品開発力の強化
- (2) 酒米新品種を活用した高品質な県産清酒や米加工品等の開発への支援
- (3) 県産低利用素材等の有する機能性成分を活用した新商品の開発への支援
- (4) 資源循環型日本酒製造モデルの確立・普及

◀ 選択・集中プロジェクト ▶



施策の方向性② 食品製造業の振興

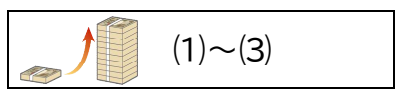


消費者のライフスタイルの変化に対応して、生産から加工、流通・販売までの付加価値の高いバリューチェーンを構築するとともに、新商品の開発や製造工程の効率化を促進し、県内食品製造事業者の競争力の強化を図ります。

【主な取組】

- (1) マーケティングノウハウや製造管理手法等の専門知識を有する事業の中核を担う人材の育成への支援
- (2) 先進技術の導入や現場の改善活動に取り組む事業者に対する支援
- (3) マッチング機会の創出による事業者間連携の促進

◀ 選択・集中プロジェクト ▶



施策の方向性③ 多様な流通チャネルを活用した県産食品の販売の促進

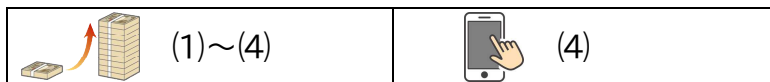


イベント等の様々な機会やアンテナショップ等を活用したプロモーションのほか、オンラインを活用した販路開拓など、国内外のマーケットニーズを踏まえながら、県産食品の戦略的な販売を促進します。

【主な取組】

- (1) 展示会への出展等による販路拡大とSNS等を活用した情報発信の強化
- (2) 輸出対象国のニーズに対応した商品開発と商談会等の実施への支援
- (3) 輸出事業者の拡大に向けた共同輸送への支援と事業者ネットワークの構築
- (4) ネット取引等の拡大に向けた取組への支援

◀ **選択・集中プロジェクト** ▶



施策の方向性④ 秋田の「食」の魅力の発信と誘客への活用

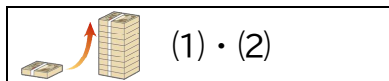


秋田が誇る食の魅力を県内外に伝えるため、様々なチャネルを活用した情報発信を行うとともに、県内の「食」関連のコンテンツの磨き上げを行い、誘客を促進します。

【主な取組】

- (1) 誘客ツールとなり得る魅力的な「食」の発掘・磨き上げとSNS等による情報発信
- (2) 発酵拠点施設の整備や発酵食品を使った新商品の開発への支援

◀ **選択・集中プロジェクト** ▶



指標

指標名	単位	実績値		目標値				出典
		2019	2020	2022	2023	2024	2025	
① 総合食品研究センターの技術支援による加工食品の新商品開発件数	件	80	74	56	69	83	83	県調べ
② 食品製造事業者の取引先マッチング成約件数	件	—	7	10	10	10	10	県調べ
③ 加工食品・日本酒の輸出金額	百万円	735	668	740	860	1,000	1,163	県調べ
④ 発酵ツーリズム拠点施設への来場者数	千人	26	35	39	43	47	52	県調べ

(モニタリング指標)

・食料品・飲料等製造品出荷額等
(従業員4人以上の事業所)

出典：経済産業省「工業統計調査」

など

目指す姿3 文化芸術の力による魅力ある地域の創生



施策の方向性① あきた芸術劇場を核とした文化芸術の発信とにぎわいづくり

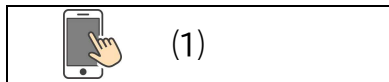


「あきた芸術劇場ミルハス」における質の高い文化芸術活動を推進するとともに、本県ならではの文化資源を県内外に発信することにより、県全体のにぎわいの創出につながります。

【主な取組】

- (1) 伝統芸能、民謡など本県ならではの文化公演の開催とオンラインを活用した映像の配信への支援
- (2) 県内文化施設等と連携したにぎわい創出イベント等の実施

◀ 選択・集中プロジェクト ▶



施策の方向性② 文化芸術活動の促進と次代を担う人材の確保・育成



地域活性化に向けて文化芸術を活用するとともに、若者が関心を持って文化活動等に参加しやすくするための環境整備を進め、地域の文化の担い手となる人材の確保・育成を推進します。

【主な取組】

- (1) 文化芸術団体が行う地域の活性化の取組に対する支援
- (2) 若手アーティストの発表機会の確保や文化活動への支援
- (3) 優れた文化活動や作品等に対する顕彰など文化芸術活動に取り組みやすい環境づくりの推進

施策の方向性③ 文化芸術を通じた交流人口・関係人口の拡大

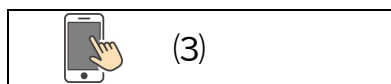


地域の文化資源の魅力向上を図りながら県内外に発信し、交流人口・関係人口の拡大を図ります。

【主な取組】

- (1) 地域に根ざした文化資源を活用した大規模イベント等の開催への支援
- (2) 県内外の若者を対象とした伝統行事等の体験型プログラムの実施や伝統芸能をテーマとしたイベントの開催
- (3) オンライン配信等の手法を取り入れた文化芸術イベントの実施や動画配信サイト等を活用した文化情報の発信
- (4) 伝統行事や民俗芸能等の文化資源の観光への活用など他分野と連携した取組の促進

◀ 選択・集中プロジェクト ▶



指標

指標名	単位	実績値		目標値				出典
		2019	2020	2022	2023	2024	2025	
① 文化事業への来場者数	人	450,445	54,435	135,000	270,000	360,000	455,000	県調べ
② あきた芸術劇場で開催される大規模イベント・興行数 ※1	件	—	—	42	42	42	42	県調べ

※1 … 参加者約1,500人規模以上のイベント等を集計

目指す姿4 活気あふれる「スポーツ立県あきた」の実現



施策の方向性① ライフステージに応じた多様なスポーツ活動の促進

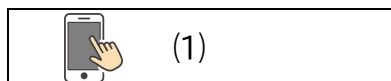


誰もが日常的にスポーツに親しむ機会の充実により運動習慣の定着を図ります。

【主な取組】

- (1) スマートフォンアプリ等のデジタル技術を活用した運動機会づくり
- (2) 運動教室等の開催とあきた元気アップ運動認定指導者の育成・派遣
- (3) 秋田県スポーツ推進委員協議会等の関係団体との連携の強化

《 選択・集中プロジェクト 》



施策の方向性② スポーツを通じた地域づくりと交流人口・関係人口の拡大



スポーツイベントや合宿の誘致、オリンピック（パラリンピック）・レガシーを生かしたスポーツ交流等を進めるとともに、観光との連携によるスポーツツーリズムを推進するほか、トップスポーツチームと地域との連携・協働の促進を図ります。

【主な取組】

- (1) 各種スポーツイベントやスポーツ合宿等の誘致・支援
- (2) 市町村によるホストタウン交流への支援
- (3) オリンピアンを活用したオリンピック教室等の実施
- (4) トップスポーツチームによる秋田の情報発信やスポーツ参画人口の裾野の拡大に資する取組の促進
- (5) 地域の観光に活用可能なスポーツ活動の掘り起こし

施策の方向性③ 全国・世界で活躍するアスリートの発掘と育成・強化



ジュニア層と女性アスリート等への支援を強化するほか、コンプライアンスの徹底とスポーツ団体のガバナンスの強化等を促進します。

【主な取組】

- (1) “チームAKITA強化・育成システム”の一貫指導体制によるジュニア層の育成・強化
- (2) 女性アスリートや障害者アスリートの活動への支援
- (3) 指導者や審判員に対する研修やスポーツ科学センターの機能強化による多面的な支援
- (4) スポーツ関係者へのコンプライアンスに関する研修等の実施

施策の方向性④ スポーツ活動を支える人材の育成と環境の整備



地域のスポーツ活動の活性化に向け、総合型地域スポーツクラブや地域に根ざしたスポーツ団体の運営の充実を図るとともに、スポーツ施設の計画的な整備・改修を行うほか、老朽化が進む施設の建替えについて検討を行うなど、県民のスポーツ活動の基盤整備を進めます。

【主な取組】

- (1) 総合型クラブの自立的な運営への支援と研修機会の充実によるスポーツに関わる人材の育成
- (2) 計画的な既存スポーツ施設の改修
- (3) 新体育館や新スタジアムの整備に向けた検討

指標

指標名	単位	実績値		目標値				出典
		2019	2020	2022	2023	2024	2025	
① 成人の週1回以上のスポーツ実施率	%	50.5	58.5	67.0	68.0	69.0	70.0	秋田県スポーツ推進委員協議会「全県体力テスト・スポーツ実態調査」
② 国体における少年種別の獲得得点	点	81.5	—	140.0	160.0	180.0	200.0	(公財) 秋田県スポーツ協会調べ
③ スポーツ合宿等による延べ宿泊者数	人泊	—	—	900	1,200	1,400	1,500	県調べ

目指す姿5 国内外との交流と住民の暮らしを支える交通ネットワークの構築



国内航空路線



フェリー 秋田航路



乗合バス



秋田新幹線「こまち号」



秋田内陸線「縄文号」



日本海沿岸東北自動車道 蟹沢IC付近

施策の方向性① 幹線鉄道の整備の促進とフェリー航路の維持・拡充



本県と首都圏等との時間距離の短縮や利便性の向上により、人の往来や物流を活性化させるため、幹線鉄道の高速化や安定運行の確保に取り組むとともに、海上交通ネットワークを担うフェリー秋田航路の活性化に向けて、貨物・旅客の両面における利用の促進を図ります。

【主な取組】

- (1) 秋田新幹線新仙岩トンネル整備計画の具体化に向けた関係団体と連携した国への働きかけと機運の醸成を図る活動の実施
- (2) 奥羽・羽越新幹線の整備促進に向けた沿線県との連携による国への提案・要望活動と機運の醸成を図る活動の実施
- (3) 県民へのPR強化と各寄港地や他の交通モードとの連携によるフェリー秋田航路の利用の促進
- (4) モーダルシフトの推進等によるフェリー秋田航路の貨物利用の促進

施策の方向性② 航空路線の維持・拡充



地元自治体の取組や観光振興施策等を総動員し、新たなエリアからの誘客を含めた利用拡大を図るとともに、新規路線の誘致等に取り組み、本県の航空ネットワークの維持・拡充を図ります。

【主な取組】

- (1) 大館能代空港における東京羽田線3往復運航の定着に向けた県民の利用の促進や周辺観光資源の活用による誘客の促進
- (2) 旅行スタイルの変化に対応した旅行商品の造成への支援や乗継の利便性が高い地域への重点プロモーションの実施

- (3) LCCを含めた新たな需要が見込まれる新規航空路線の誘致や既存航空路線の拡充に向けた働きかけの実施
- (4) 空港利用促進協議会等との連携による秋田空港・大館能代空港の受入態勢の整備
- (5) 国際チャーター便の誘致

施策の方向性③ 利便性の高い地域公共交通網の形成



市町村や交通事業者等と連携した地域公共交通網の改善、サービス水準の向上やデジタル技術の活用への支援等により、地域公共交通の利便性の向上と利用の拡大を促進します。

【主な取組】

- (1) 市町村や交通事業者等が取り組む路線の見直しやサービス水準の改善への支援
- (2) 乗合バス路線やコミュニティ交通の運行への支援
- (3) NPOや自治会等が主体となる自家用有償旅客運送など新たな移動手段の構築への支援
- (4) 乗務員不足や高齢化への対応など地域公共交通の維持・確保に向けた取組への支援
- (5) 地域公共交通に係る情報のオープンデータ化やバスロケーションシステムの導入などデジタル技術の活用による利便性の向上等への支援

◀ 選択・集中プロジェクト ▶



施策の方向性④ 第三セクター鉄道の持続的な運行と観光利用の促進



地域の重要な交通手段である秋田内陸縦貫鉄道と由利高原鉄道の持続的な運行を確保するため、施設や車両の安全対策等への支援を継続するとともに、本県を代表する観光資源として沿線地域と連携した情報発信等を行い、県民の利用の掘り起こしと国内外からの利用の拡大を図ります。

【主な取組】

- (1) 鉄道事業の経営安定化に必要な運営費への支援
- (2) 鉄道の安全運行に必要な施設や車両の改修・維持修繕への支援
- (3) 誘客コンテンツの整備とPRへの支援
- (4) 世界文化遺産等を活用した新たな利用者の掘り起こしへの支援

施策の方向性⑤ 高速道路等の整備

安全・安心で、快適な質の高い幹線道路ネットワークの構築に向けて、関係機関の連携により、高速道路のミッシングリンクの解消や機能強化に取り組むとともに、企業立地や観光振興につながる道路の整備を推進します。

【主な取組】

- (1) 交流や経済を支える高速道路網の整備
- (2) 高速道路を補完して広域交流を支える幹線道路網の整備
- (3) 物流・交流拠点へのアクセス道路の整備
- (4) 誰にでも分かりやすい道路案内標識の整備

指標

指標名	単位	実績値		目標値				出典
		2019	2020	2022	2023	2024	2025	
① フェリー秋田航路旅客利用者数	人	45,806	13,771	18,400	42,800	47,600	49,000	県調べ
② 県内空港国内定期航空路線利用者数	千人	1,435	297	888	1,386	1,546	1,591	県調べ
③ 県民1人当たりの乗合バス利用回数	回	11.5	9.3	10.7	11.0	11.3	11.5	県調べ
④ 第三セクター鉄道利用者数	千人	423	311	376	399	411	423	県調べ
⑤ 県内高速道路の供用率	%	90	92	92	93	93	96	県調べ

(モニタリング指標)

・秋田県と県外間の旅客輸送人員数（自動車除く）

出典：国土交通省「旅客地域流動調査」

など