

第3章 目指す姿と施策体系

I 目標・目指す姿

目標・目指す姿

訪れる人のところと地域を潤す持続可能な観光をめざして
～ 何度でも訪れたいくなるあきたの創出 ～

風の人と土の人※のつながりが、時間をかけて発酵し、あたらしい風土を生み出して
いく。

県民が心安らかに暮らす“高質な田舎”あきたの日常を、訪れる人々にもおすそ分け。
人も、地域も、自然も、関わりあうほど豊かになる、持続可能な観光のかたち。
心と身体が癒やされ、何度でも訪れたいくなる、美しいあきたの創出へ。

※ 風の人と土の人：風の方は観光客を含む外部から来た人、土の方はその土地・地域に住んでいる人をイメージしたもの

新型コロナウイルス感染症の影響による人々の意識や行動の変化に伴い、観光を取り巻く状況は大きく様変わりし、ゆとりある地方が注目されています。

こうした中、豊かな自然に抱かれながら、先端技術や質の高い文化、伝統が共存し、田舎であっても教養が高くゆったりと暮らす人々がいる理想の社会“高質な田舎”を標榜してきた本県は、アフターコロナにおいて大きく飛躍するチャンスを迎えています。

一方、コロナ禍においては、本県の観光産業も大きな打撃を受けており、現在の苦境を乗り越え、目の前のチャンスを確実にものにするためには、本県の優位性や潜在能力を最大限に生かしながら、稼ぐ力を身につけ、足腰の強い産業構造を確立することが必要であり、デジタル技術の活用による経営基盤の強化や、体験・滞在型観光を支える人材の確保・育成等が急務となっています。

加えて、社会情勢等の変化をしっかりと見据え、持続可能な観光を目指して着実に取り組んでいくことが重要であり、観光関連事業者はもとより、そこに暮らす人々が心を一つにして、地域への誇りや愛着を持ちながら、訪れる人々の心を癒やし、満足感を高めることができるような観光地域づくりを進めることが求められます。

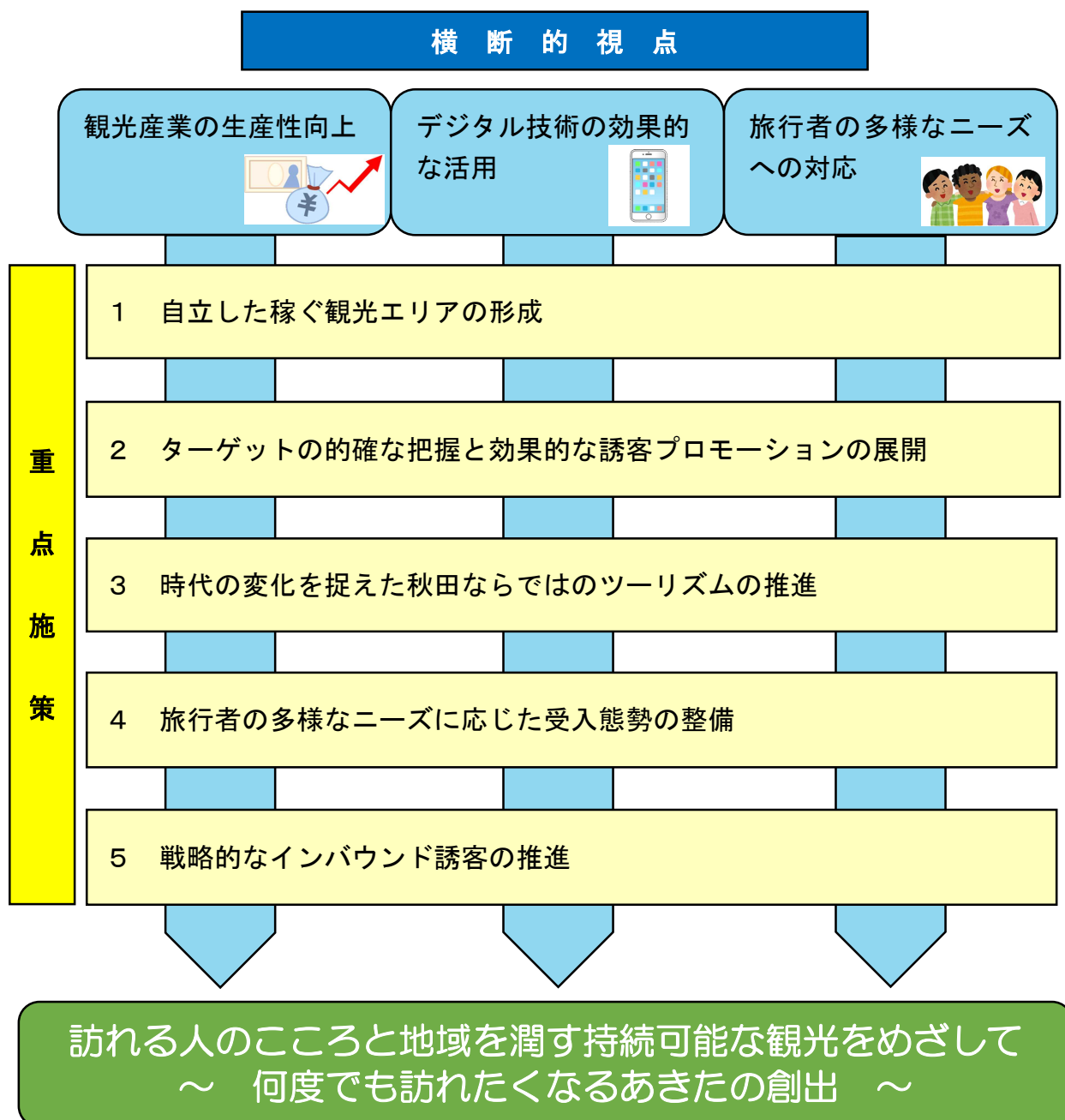
こうした考え方を踏まえ、概ね10年後を見据えた本県観光の「目標・目指す姿」を設定します。

II 施策体系

概ね10年後の「目指す姿」を実現するためには、今後、取り組むべき施策を明らかにし、それを計画的に推進していく必要があります。

この「ビジョン」においては、時代の大変革期であることを念頭に、これからの4年間で重点的に取り組むべき5つの施策を「重点施策」とし、それらを進める上での方向性と取組方針を掲げ、具体的な取組を実施していきます。

更に、それぞれの施策・事業が相乗効果を十分に発揮し、大きな成果を生み出すよう、「観光産業の生産性向上」「デジタル技術の効果的な活用」「旅行者の多様なニーズへの対応」の3つを横断的視点に位置づけ、目指す姿の実現に向けた取組を推進します。



重点施策1 自立した稼ぐ観光エリアの形成

裾野が広い観光産業を持続・発展させながら、雇用の維持・拡大、賃金水準や生産性の向上などを図り、地域経済に波及効果をもたらすためには、様々な分野・業種の関係者や地域住民が「観光で稼ぐ」という共通認識を持つことが大切です。

また、エリア全体がP D C A¹⁵サイクル等による観光地経営の改善を行うとともに、観光を支える専門人材の育成を行うなど、地域が一体となって取組を推進していく必要があります。

方向性（1） 客観的データの分析等に基づいた観光エリア経営による「稼ぐ力」の強化

観光CRM（顧客関係管理）によるロイヤルカスタマー¹⁶の創出に取り組むとともに、デジタル技術を活用した業務の効率化等による経営改善やサービスの高付加価値化を進め、観光消費額の拡大による観光エリアの「稼ぐ力」の強化を図ります。

取組方針① 観光CRM（顧客関係管理）による ロイヤルカスタマーの創出



【主な取組例】

- ・データ分析に基づく顧客への戦略的な情報発信
- ・旅アト¹⁷のフォローによる持続的な関係構築
- ・次回の来訪の促しやE C（電子商取引）サイトへの誘導

取組方針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



【主な取組例】

- ・宿泊・観光施設等におけるデジタル技術を活用した業務効率性の向上
- ・新たなビジネスの展開への取組支援や、事業拡大、多角化、課題解決等による経営基盤の強化
- ・顧客満足度の向上に向けたP D C Aサイクルによる業務改善の徹底

¹⁵ P D C A : Plan（計画）、Do（実行）、Check（測定・評価）、Action（対策・改善）の仮説・検証型プロセスを循環させ、マネジメントの品質を高めようとする概念。

¹⁶ ロイヤルカスタマー：ある企業や商品、サービスに対し、忠誠心・愛着心を持っている顧客。

¹⁷ 旅アト：旅行後の期間のことで、旅行者が旅行前に下調べをする期間を指す「旅マエ」、旅行中の期間を指す「旅ナカ」と併せて使われることが多い。

取組方針③ サービスの高付加価値化等による観光消費額の 拡大



【主な取組例】

- ・ 宿泊施設の魅力アップによる客単価の向上
- ・ 地元食材を活用した地域ならではの食の提供や特産品を活用したお土産品の開発
- ・ ガイドを活用した体験プログラムの提供



方向性（２） 多様な業種との連携によるブランド力の向上

DMOや市町村観光協会等が中心となり、宿泊、飲食、物販、運輸などの観光に直接関連する産業のみならず、農林漁業や製造業など、様々な分野・業種や地域住民とも連携し、地域の総合力を発揮するための体制を構築することにより、観光エリアのブランド力向上に取り組めます。

取組方針① 地域の特性に応じた推進体制の構築



【主な取組例】

- ・ DMOや観光協会を核とした地域の特性に対応した推進体制づくり
- ・ DMOや観光協会の活動を支える財源確保の検討
- ・ 観光エリアのブランド力向上に向けた各種研修会等の開催

取組方針② 幅広い業種や地域住民が連携した観光地域 づくり



【主な取組例】

- ・ 農林漁業や製造業との連携による新たな観光サービスの提供
- ・ 飲食業と連携した泊食分離による多様な「食」メニューの提供
- ・ 地元企業への発注などによる地域活性化への配慮
- ・ 観光客との接点（タッチポイント）における地域住民の歓迎機運の醸成

方向性（3）観光エリアを支える人材の確保・育成

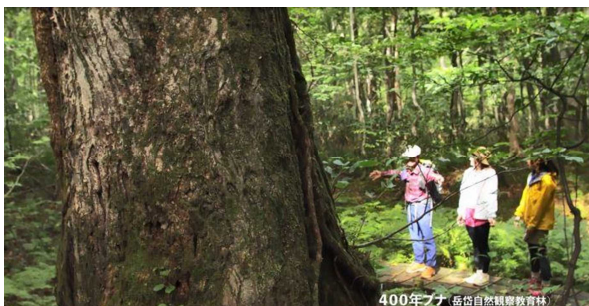
稼ぐ観光エリアの形成に必要な人材の確保・育成や、旅行者を地域住民が積極的に迎え入れるために必要なシビックプライド¹⁸の醸成に向け、観光地経営を牽引するリーダーを育成・採用するとともに、観光教育を積極的に推進します。

取組方針① 観光人材の育成・採用、外部人材の活用



【主な取組例】

- ・観光地経営を牽引するリーダーの育成・採用
- ・体験型観光の関係事業者や体験ガイド等の育成と待遇改善
- ・観光を学ぶ大学生等を県内雇用につなげる産学接続の推進
- ・農林水産系高校・大学、調理師養成機関での「持続可能な観光」を学ぶ機会の創出



取組方針② シビックプライド（地域への誇りや愛着）を育む観光教育の推進

【主な取組例】

- ・自分たちが住む地域に誇りや愛着を抱く学習機会の創出
- ・小中高生による観光ボランティアガイドの育成
- ・県庁出前講座による観光教育の充実



提供：北秋田市教育委員会

¹⁸シビックプライド：都市に対する市民の誇り。単なる「郷土愛」とは異なり、まちづくりへの積極的な参画につながるような当事者意識を伴う自負心のこと。

重点施策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

「稼ぐ観光」を実現するには、繰り返し秋田を訪れるリピーターを獲得することが重要であり、これまでのような観光客数を目標とする「量」を求める観光施策から、ターゲットとなる観光客の満足度を高める「質」を重視する施策への転換を図る必要があります。

そのためには、旅行者のニーズや動向の的確な把握を行うとともに、ターゲット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ていく必要があります。

方向性（1）デジタルマーケティング等によるニーズの的確な把握

旅行ニーズが多様化するとともに、旅行者がスマートフォンやタブレットで気軽に観光情報にアクセスできる状況にあることを踏まえ、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や、デジタルマーケティング等の積極的な活用による旅行者の嗜好や行動の分析により、本県への旅行ニーズの的確な把握に努めます。

取組方針① 官民連携による旅行者データ分析の仕組みづくり



【主な取組例】

- ・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¹⁹の構築

取組方針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



【主な取組例】

- ・インターネットによる情報発信の最適化に向けたデジタルマーケティング等の新たな手法の活用
- ・東北各県や東北観光推進機構との連携によるDMP²⁰（データ・マネジメント・プラットフォーム）を活用した分析と把握

方向性（2）ターゲットに応じた戦略的なプロモーション

ビッグデータに基づき、市場の特性や旅行者の属性・行動等を分析することにより、ターゲットを明確化し、効果的なプロモーションを展開するほか、旅行者と旅行目的地を結んだ双方向のコミュニケーションを充実させるなど、リピーター獲得に向けた旅マエから旅アトに至るまでの戦略的なプロモーションに取り組みます。

¹⁹プラットフォーム：ITの分野では、ある機器やソフトウェアを動作させるのに必要な基盤となる装置やソフトウェア等のことを指す。

²⁰DMP：インターネット上に蓄積された様々な情報データを管理するためのプラットフォームのこと。

取組方針① マーケティングに基づいたきめ細かな

誘客対策の実施



【主な取組例】

- ・デジタル技術の活用によるターゲットの特性に対応した情報発信の充実
- ・オンライン観光等による旅マエにおける訪問意欲の喚起
- ・SNS、口コミサイトによるリピーターの獲得や新たな旅行需要の喚起
- ・秋田県公式観光サイト「アキタファン」の充実及び発信強化



取組方針② 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



【主な取組例】

- ・J R 東日本との連携による大型観光キャンペーンを活用した誘客促進
- ・国内航空路線の乗継利用によるターゲット市場からの誘客促進
- ・新規路線開設等に向けたLCCなどの航空会社への働きかけ
- ・フェリーと他の交通機関を組み合わせた旅行商品の造成支援
- ・デジタル技術で拡張した「バーチャル秋田」による情報発信
- ・交通事業者と連携したブレジャーの推進



取組方針③ 北海道・東北各県等との連携による広域周遊

観光の推進



【主な取組例】

- ・東北観光推進機構と連携した広域周遊ルートの構築と情報発信
- ・世界遺産「白神山地」と「北海道・北東北の縄文遺跡群」を活用した北海道・北東北周遊ルートの形成
- ・十和田・八幡平、白神山地、鳥海山、栗駒山等の県境観光地における隣県との連携
- ・北東北三県と連携した冬季観光誘客プロモーションの展開

重点施策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

旅の目的やスタイルは、名所・旧跡を巡る物見遊山的なものから、個人の趣味や自己実現へと移りつつあるほか、密を避けた安全・安心な環境の中、家族や親しい友人と休養したり、癒やしを得ることを重視する傾向も強くなってきていることに加え、現在は、観光分野にも持続可能性やSDGsへの貢献を求める声も高まってきています。

本県においても、こうしたニーズの変化や時代の要請を踏まえ、地域の特性を最大限に生かしながら、県内の多様な分野と観光との連携・融合を図り、地域の力を結集した秋田ならではのツーリズムを推進していく必要があります。

方向性（1）新しい旅行スタイルに対応した誘客の推進

時代の変化や新しい旅行スタイルに対応しつつ、自然や食文化、温泉など、秋田の特性を生かした滞在型・体験型観光をデジタル技術も活用しながら推進するとともに、個人の多様な趣味・嗜好を踏まえた観光コンテンツの充実や、地域との関係性を深める交流機会を提供するなど、継続的な来訪を促すツーリズムを展開することにより、誘客の推進を図ります。

取組方針① 秋田の特性を生かした滞在型・体験型観光の推進



【主な取組例】

- ・サイクリングやトレッキング、SUP（サップ）²¹など、秋田の大自然を活用したアウトドア観光の推進
- ・湯治文化を生かした長期滞在型観光の推進
- ・農家民宿・農家レストランなどによる農山漁村の生活・文化・食を生かしたグリーン・ツーリズムの推進
- ・心と身体を癒やすウェルビーイング²²ツーリズムの推進
- ・鉱山、自然エネルギー等、本県の特徴を生かしたMICE（マイス）²³の誘致
- ・秋田犬を活用した誘客コンテンツの充実
- ・花火や星空体験、ライトアップされた夜の観光地巡りなど、ナイトタイムツーリズムの推進



²¹SUP（サップ）：スタンドアップパドルボード（Stand Up Paddleboard）の略。ボードの上に立ち、パドルを漕ぎながら波乗りや海上散歩を楽しむ、ハワイ発祥のウォータースポーツ。

²²ウェルビーイング：身体的・精神的・社会的に良好な状態にあることを意味する概念。

²³MICE（マイス）：Meeting（会議・研修）、Incentive tour（報奨・招待旅行）、Convention（国際会議）、Exhibition（展示会）の頭文字を取った造語でビジネストラベルの一つ。

- ・ 伝統的工芸品の製作体験や工房見学など、本県のものづくり文化を生かした誘客コンテンツの充実
- ・ 冬の伝統行事体験や酒蔵見学など、地域の文化資源を活用した冬季観光の推進
- ・ スノーアクティビティを活用した体験型観光の推進
- ・ 樹氷見学やローカル鉄道など、冬の秋田の風景を活用した冬季観光の推進



取組方針② 個人の趣味や嗜好を踏まえた観光コンテンツの充実



【主な取組例】

- ・ 世界遺産、花、ダム・橋等のインフラや城址など、多様な地域資源の利活用による観光誘客の促進
- ・ 映画・ドラマのロケ地巡りやアニメの聖地巡礼等のロケツーリズム²⁴の推進
- ・ 五能線、秋田内陸線、鳥海山ろく線等、地域鉄道の魅力を生かした誘客の促進

取組方針③ 地域との継続的な関わり合いによる 秋田ファンの創出



【主な取組例】

- ・ 旅行者と地域住民の様々な交流をきっかけとした“地域のファン”の創出
- ・ 地域の暮らしに触れる体験型観光の推進
- ・ ECサイトやライブコマース²⁵を活用した県産品の購入促進による秋田との継続的な関わりへの構築
- ・ ワークーションなど、地域との多様な関わり方を可能とする滞在環境の整備
- ・ SNS等を活用した地域情報の発信による継続的な秋田との繋がりの促進



²⁴ロケツーリズム：映画・ドラマのロケ地を訪ね風景と食を堪能し、人々のおもてなしに触れ、その地域のファンになってもらうこと。

²⁵ライブコマース：インターネットを通じた動画のライブ配信と物販を組み合わせた販売手法。

方向性（２）SDGsの視点に対応した持続可能な観光の推進

SDGsの視点を踏まえた地域社会への貢献や自然環境に配慮したサステナブルツーリズム²⁶の推進により、訪れる人と地域に住む人の双方の満足度を高めるとともに、受入側である宿泊施設や飲食店を含む観光エリアにおける持続可能性を高める取組を進めます。

また、マイクロツーリズム（近隣への宿泊・日帰り観光）による県民を中心とした県内流動を促し、身近な観光地や宿泊施設の魅力を再認識することにより、持続可能な観光を推進します。

取組方針① 地域の社会経済や自然環境等に配慮したサステナブルツーリズムの推進



【主な取組例】

- ・ 自然環境の保全や文化の継承に貢献する参加型プログラムの開発
- ・ SDGsの視点を踏まえた修学旅行プログラムの充実

取組方針② 観光エリアの持続可能性を高める取組の推進



【主な取組例】

- ・ 伝統行事・芸能の継承や保存など、地域の文化を守る取組の推進
- ・ 食品ロスへの対応や地産地消など、食の循環を考慮した取組の推進
- ・ 再生可能エネルギーの導入による二酸化炭素の削減や節電・省エネなど、自然環境を保全する取組の推進

取組方針③ 県民を中心としたマイクロツーリズムの推進



【主な取組例】

- ・ 県民が県内観光地や宿泊施設を利用することにより、地域経済に貢献するツーリズムの推進
- ・ 地域の魅力の再認識を通じた、地域を支える機運の醸成

方向性（３）多様な分野との連携・融合による交流人口の拡大

地域に根ざした食文化や伝統芸能・行事等の文化資源を掘り起こし、観光資源として磨き上げるほか、スポーツ交流を通じた地域活性化を図るなど、様々な分野を連携・融合した誘客の取組により、交流人口の拡大を図ります。

取組方針① 地域に根ざした豊かな食文化を生かした誘客の推進



【主な取組例】

- ・ 地域の食文化を生かしたローカルガストロノミー²⁷の推進

²⁶サステナブルツーリズム：地域の文化や自然環境に配慮し、観光地の本来の姿を持続的に保つことができるような取組や旅行のこと。

²⁷ローカルガストロノミー：地域の風土や歴史、文化、さらに農林漁業の営みを料理に表現すること。

- ・県内外のシェフ等の「食」を担う人材の育成及び誘致
- ・本県の発酵食文化の情報発信強化と見学や体験等ができる発酵ツーリズムの拠点となる施設の充実
- ・アンテナショップ、県産品ネット販売の活用など、旅アト需要と再訪意欲の喚起

取組方針② 伝統芸能・行事等をはじめとする文化資源の活用による誘客の推進



【主な取組例】

- ・県内外の若者等を対象とした伝統行事等の体験型プログラムの実施
- ・あきた芸術劇場「ミルハス」を拠点とした本県文化の発信
- ・伝統的工芸品の製作体験や工房見学など、本県のものづくり文化を生かした誘客コンテンツの充実（再掲）
- ・冬の伝統行事体験など、地域の文化資源を活用した冬季観光の推進（再掲）



取組方針③ スポーツツーリズムの推進による地域経済の活性化



【主な取組例】

- ・地域資源を活用したスポーツ大会等の開催支援や国内外からのスポーツ合宿誘致など、スポーツを活用した交流の拡大
- ・プロスポーツにおけるアウェイツーリズムの推進
- ・プロスポーツ試合会場での物販や秋田の祭りなどの紹介による、本県の魅力の発信



重点施策4 旅行者の多様なニーズに応じた受入態勢の整備

旅行者に一度だけではなく何度も本県に訪れていただくためには、個人化・細分化・個性化する旅行ニーズの変化やコロナ禍を機に高まった安全・安心な旅行を望む声に的確に対応することが重要です。

そのため、旅行者が快適に秋田を満喫できる滞在環境やストレスなく県内を楽しみながら移動できる受入態勢を整える必要があります。

方向性（1）快適に秋田を満喫できる滞在環境の整備

新型コロナウイルス感染症収束後も、清潔で安全・安心な滞在環境へのニーズは続くと思込まれることから、観光・宿泊施設における三密を避けたサービスの提供や受入環境の整備を後押しするとともに、多様な旅行ニーズに対応した宿泊施設の魅力向上や、高齢者・障害者をはじめ、妊婦やベビーカー利用者など、誰もが本県での旅行を楽しむことができるバリアフリー観光の実現に向けた環境整備に取り組みます。

取組方針① 旅行者の安全・安心な旅を支える 受入態勢の整備



【主な取組例】

- ・観光案内所・宿泊施設等におけるコンシェルジュ機能の強化や観光事業者による「おもてなし」の充実
- ・キャッシュレス等の非接触型機器の活用やWi-Fi環境整備の推進
- ・三密防止、従業員の健康管理等の新型コロナウイルス感染症対策の徹底
- ・旅行者との接点（タッチポイント）のデジタル化の促進
- ・災害発生時における旅行者の避難などの安全対策の促進

取組方針② 宿泊・観光施設における魅力向上への取組と バリアフリーの推進



【主な取組例】

- ・少人数・家族向け居室の改修等、旅行者のニーズに対応した宿泊施設における滞在環境の整備
- ・高齢者や障害者など、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²⁸の推進

²⁸パーソナルバリアフリー：身体障害者や高齢者をはじめとする様々な旅行者の好みや能力を基準にして、誰もが満足し楽しめる観光を実現しようとする考え方。

方向性（２）旅行者がストレスなく移動できる環境の構築

個人や小グループ、自家用車を持たない外国人旅行者などの観光需要に応えるため、二次アクセス²⁹の整備を進めるとともに、スマートフォンの急速な普及やデジタル技術の進展を踏まえ、旅マエはもとより、旅ナカの情報収集に関する利便性の向上に取り組みます。

取組方針① 二次アクセスの整備による旅行者の利便性の向上



【主な取組例】

- ・乗合タクシー、シャトルバス、レンタカー、レンタサイクル等を活用した利便性の向上
- ・A I オンデマンド乗合タクシー³⁰やM a a S（マース）³¹など新たなモビリティサービスの導入に向けた支援
- ・バスロケーションシステム³²等のデジタル技術の活用による移動環境の整備
- ・乗合バス等へのI Cカード導入支援による地域公共交通の利便性の向上



図 バスロケーションシステムのイメージ

取組方針② デジタル技術等を活用した旅ナカにおける観光情報の充実



【主な取組例】

- ・QRコードの活用やスマートフォンへのプッシュ配信等による観光情報の発信
- ・G o o g l e マップへの観光情報等の登録充実

²⁹二次アクセス：拠点となる空港や鉄道の駅から観光地までの交通アクセスのこと。

³⁰A I オンデマンド乗合タクシー：タクシーの予約・配車作業にA I（人工知能）の技術を活用した新しい移動手段のこと。予約の状況に応じてA Iが最適なルートを自動で計算し、効率的な配車・運行を行う。

³¹M a 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。

³²バスロケーションシステム：GPS等を用いてバスの位置情報を収集し、バス停の表示板や携帯電話、パソコンに情報提供するシステムのこと。

重点施策5 戦略的なインバウンド誘客の推進

新型コロナウイルス感染症の拡大により、インバウンドは全国的に大きく落ち込みましたが、今後、ワクチン接種の促進や経口薬の普及により、徐々に回復してくることが見込まれます。

インバウンド需要の回復を見据え、外国人の旅行ニーズの的確な把握に基づく効果的なプロモーションを推進するほか、外国語表記の充実などの受入態勢の整備を促進するなど、新たなインバウンド戦略を構築することが必要です。

方向性（1）ターゲットを的確に捉えた誘客の推進

アフターコロナの旅行ニーズの変化等を踏まえ、対象市場の見直しを行うとともに、デジタルマーケティングの活用により外国人旅行者の動向等を把握し、ターゲットを的確に捉えた戦略的なプロモーションを実施します。

取組方針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強化



【主な取組例】

- ・ 渡航再開の状況や国際情勢など、市場の動向を的確に捉えた誘客の推進
- ・ デジタル技術の活用によるターゲットの特性に対応した情報発信の充実（再掲）
- ・ インバウンドに対応したランドオペレーター³³機能の充実
- ・ デジタル技術で拡張した「バーチャル秋田」による情報発信（再掲）
- ・ ALT（外国語指導助手）・技能実習生・留学生など、在留外国人を対象としたモニターツアーの実施
- ・ 世界に向けた秋田の「NOUHAKU（農泊）」による誘客促進
- ・ 北東北三県と連携した冬季観光誘客プロモーションの展開（再掲）

取組方針② インバウンド誘客における新たなゲートウェイ戦略の推進



【主な取組例】

- ・ 対象市場の特性を踏まえた国際チャーター便の誘致強化
- ・ 羽田空港や新千歳空港等からの乗継利用の促進
- ・ 成田空港等の国際空港と秋田空港・大館能代空港を結ぶLCCの誘致等による新規路線の開設
- ・ 仙台、青森空港など国際定期便を有する近隣空港を活用した誘客促進

³³ランドオペレーター：旅行会社の依頼を受け、旅行先のホテルやレストラン、ガイドやバス・鉄道などの手配・予約を専門に行う会社のこと。

取組方針③ クルーズ船の誘致活動の推進



【主な取組例】

- ・海外船社や旅行会社を対象としたファムツアー³⁴等の実施による誘客促進
- ・環日本海クルーズ推進協議会等の広域連携組織と連携した海外船社幹部の招へいなどによる誘致活動の推進

方向性（２）インバウンド回復を見据えた受入態勢の整備促進

インバウンド需要の回復を見据え、宿泊施設や飲食店等における多言語表記の充実を支援するほか、海外の食文化への対応を促進する取組を支援します。

取組方針① 異文化理解に基づいた受入態勢の充実



【主な取組例】

- ・最新技術による多言語翻訳機能等の利活用の促進
- ・外国人旅行者に対応した多言語表記の充実
- ・観光案内所や観光施設におけるインバウンド対応力のレベルアップ支援
- ・キャッシュレス等の非接触型機器の活用やW i - F i 環境整備の推進（再掲）
- ・災害発生時における外国人旅行者の避難などの安全対策の促進



取組方針② 多様な食文化への対応の促進



【主な取組例】

- ・ベジタリアン、ヴィーガン³⁵等に対応した食事メニューの提供
- ・飲食業と連携した泊食分離による多様な「食」メニューの提供（再掲）
- ・地域の食文化を生かしたローカルガストロノミーの推進（再掲）

³⁴ファムツアー：海外旅行会社の訪日旅行責任者や海外メディアの旅行ライターなどを自らの地域に招へいする視察旅行のこと。

³⁵ヴィーガン：卵や乳製品を含む動物性食品を一切口にしない完全菜食主義者。