

提 言 書 (案)

提 言 1 観光産業の生産性向上に向けた取組の推進について

《提言の背景》

令和3年の本県の延べ宿泊者数は2,626千人泊（対前年比+3.2%）となっており、「あきた県民割キャンペーン」等の下支え効果もあり、全国平均（対前年比-4.2%）に比べ、コロナによる落ち込みが少ない傾向となっている。

また、令和4年4月の延べ宿泊者数は203千人泊（対前年比+18.1%）であったほか、GWについても、観光事業者からは旅行者が増えてきているとの意見が多くあるなど、徐々にではあるが人の動きは戻りつつある。

一方で、観光産業は、コロナ禍以前から、デジタル化の対応への遅れや不規則な労働時間、他の産業に比べ低い労働生産性などの構造的な課題を抱えるとされ、営業利益は全国的に概ねマイナス傾向で推移している。

こうした課題を克服しながら、観光を持続的に発展する産業としていくため、戦略的にマーケティングを行える体制を構築するとともに、宿泊施設における高付加価値化の推進や、新たな旅行ニーズを踏まえた滞在型・体験型コンテンツづくり、インバウンド戦略の見直しと対策の強化など、観光消費額の増加につながる取組を進めていく必要がある。

このような背景の下、次のとおり提言する。

《提 言》

- 1 観光産業の生産性向上に向け、宿泊施設における付加価値の高いサービス提供につながる取組を推進すること。
- 2 多様化する旅行ニーズに対応するため、戦略的なマーケティングを進めるとともに、本県の魅力を組み合わせたプロモーションを展開すること。
- 3 観光を通じて地域とのつながりを創出する視点を踏まえた、滞在型・体験型コンテンツの開発・磨き上げに取り組むこと。
- 4 インバウンドの本格的な再開を見据え、宿泊施設等における感染防止対策を講じつつ、ターゲットの見直しや受入態勢の整備など、戦略の再構築を進めること。
- 5 クルーズ船を活用した本県の周遊観光を促進すること。

【具体的な取組の方向性】

1 観光産業の生産性向上に向けた取組の推進

- 宿泊施設における客室の高品質化や食事の磨き上げなどにより、施設が持つ強みを明確にし、付加価値の高いサービスを提供するなど、売上増加につながる取組をさらに進めていく必要がある。（1-①-1, 2, 5, 1-②-4）
- 宿泊施設の魅力向上を図るとともに、DMOを核としてエリア内の事業者が連携を図りながら、二次アクセスの改善による周遊観光の拡大を進めるなど、観光エリアの

魅力向上を図っていく必要がある。(1-①-8, 1-④-1)

- あきた芸術劇場ミルハスでの大規模イベント、地域の祭りやスポーツ大会等による誘客の流れを、宿泊施設での付加価値の高いサービス消費や県内各観光エリアへの周遊観光につなげるなど、観光消費額を増加させる仕組みが必要である。

(1-①-7, 2-①-4, 2-④-7, 3-①-3)

2 観光データマネジメントプラットフォーム（DMP）の構築

- 多様化する旅行ニーズに対応するため、本県を訪れる旅行者層に合わせた旅行商品の造成やサービスの提供などが可能となるよう、戦略的なマーケティングを行うことが重要であることから、旅行者属性などの基本データはもとより、嗜好などの細かなデータも収集し、分析する基盤となる「観光データマネジメントプラットフォーム（DMP）」の構築を、DXの専門家とも協議しながら、スピード感をもって進めていく必要がある。(1-①-4, 6, 1-②-2, 3)

- DMPデータについては、地域の観光事業者による活用にもつながるよう、その活用方法やメリット等を分かりやすく説明しながら、データ収集・提供の協力を求めている必要がある。(1-①-3, 1-②-1)

- 県公式観光サイト「アキタファン」の内容については、「秋田美人」や「あきたこまち」、「なまはげ」、「秋田犬」などの素材を組み合わせ、本県が持つ魅力を最大限伝えられるよう充実を図るとともに、SNS等を活用しながら、想定されるターゲット層へデジタルプロモーションとして発信していく必要がある。

(1-②-4, 5, 6, 7, 8, 2-③-2)

3 本県の特性を生かした滞在型・体験型観光の推進

- 「秋田犬とのふれあい」や「角館文化体験」、「白神山地トレッキング」など、本県の特性を生かし、非日常的な感覚を味わえる滞在型・体験型観光を推進するとともに、そうしたコンテンツづくりにあっては、地域振興局や地元市町村のほか、DMO、観光協会、観光事業者などが連携し、地域一体となって取り組む必要がある。

(1-③-1, 2, 5)

- 地域の祭りなどの伝統行事については、人口減少や高齢化の進行により担い手不足が課題となる中、保存・伝承に係る視点も踏まえつつ、交流人口・関係人口の拡大につながるコンテンツづくりを進めていく必要がある。(1-③-3, 5, 6, 3-③-3, 4, 5)

- 教育旅行においても、地域とふれあう機会をつくるなど、交流人口・関係人口の拡大につながる魅力あるプログラムを提供していく必要がある。(1-③-4)

4 インバウンドの本格的な再開を見据えた戦略の再構築

- 引き続き、台湾やタイなどを重点市場としつつも、コロナ後の旅行ニーズ等の変化を踏まえて、重点市場を見直すとともに、北前船寄港地フォーラムによる国際交流事業などの機会も活用しながら、本県の観光や食を、海外へ積極的に発信していく必要がある。(1-⑤-2, 4)

- 訪日外国人旅行者の利便性の向上を図るため、多言語対応の観光情報の発信、AIなどを活用した観光案内、宿泊予約システムの導入など、デジタル技術を活用した受入態勢の整備を図る必要がある。(1-⑤-1)

- コロナ禍において、外国人旅行者が旅行の再開を検討する要因としては、「渡航先の安全宣言」が出されていることが大きいとの調査結果もあることから、受入施設での感染防止対策の徹底を図るとともに、安全・安心に係る情報発信を行っていく必要がある。(1-⑤-3)

5 クルーズ船を活用した周遊観光の促進

- クルーズ船の利用者に対し本県の観光に係るアンケートを行い、その結果をもとにクルーズ船の受入態勢の充実を図るとともに、旅行会社に対しては、地域密着型パッケージツアーの造成とそのPRを強化するなど、クルーズ船を活用した県内における周遊観光につながる取組をさらに進めていく必要がある。(1-⑤-5, 6, 7, 8)

※DMO (Destination Management Organization)

観光地経営の視点に立った地域づくりの舵取り役として、関係者と連携しながら、観光地域づくりを実現するための戦略を策定、施策を実施する法人。

※DMP (Data Management Platform)

インターネット上に蓄積された情報を一元管理するプラットフォーム。所有するデータや外部データなどを組み合わせて管理・分析し、エビデンスに基づいた戦略立案や効果的な施策を進める基盤となるもの。

- 【具体的な取組の方向性】中、塗りつぶしのカッコ書きは、「資料2 第1回・第2回 観光・交流部会意見一覧」の意見No.と対応。(例えば、(1-⑤-1)は、目指す姿1、施策の方向性⑤、意見のNo.1)

提 言 2 県産食品の市場での優位性の確保と収益性の向上について

《提言の背景》

令和元年の本県の食料品・飲料等の製造品出荷額は、1,335億円（全国44位、東北6位）と2年連続で減少しており、コロナ禍における外食需要の低下などにより、さらに減少が見込まれる一方で、令和3年の加工食品・日本酒輸出額は、11.5億円（対前年+73%）と日本酒を中心に大幅に増加した。

本県の食品製造業は、小規模事業所が8割以上を占め、商品開発や消費地への販売方法など、多様化する市場ニーズへの対応に課題があるとされている。

魅力ある食の素材を活用し、県産食品の市場での優位性の確保と収益性を高めるため、食品製造業の生産性向上・競争力強化に向けた取組を行うとともに、付加価値が高い商品開発と国内外への販路の拡大を強化していく必要がある。

このような背景の下、次のとおり提言する。

《提 言》

- 1 食品製造業の生産性向上に向け、事業者間連携を進めるとともに、事業者が新分野に取り組む際には、専門家によるきめ細かな支援を行うこと。
- 2 商品開発に当たっては、SDGsの視点も組み込むなど、ブランディングも合わせて行うこと。

【具体的な取組の方向性】

1 食品製造業の生産性向上に向けた取組の推進

- 新たに開発する商品が市場に受け入れられるためには、品質だけでなく、プロモーションや販路等に関するノウハウも必要であることから、販売事業者などとの連携を積極的に進める必要がある。(2-②-2)
- パックご飯などの秋田米を使用したコメ加工品は、付加価値が高く裾野が広い分野であり、新たな分野に取り組む事業者には、きめ細かな情報提供が不可欠であることから、専門家による開発から販売までの一貫した支援を行う必要がある。(2-②-3)
- 県外で活躍している経営者の培ってきた経験や独自のノウハウは、非常に貴重なものであることから、こうした人がAターンをし、起業しやすい環境をつくる必要がある。(2-②-1)

2 県産食品の戦略的なブランディングの構築

- SDGsの考え方は、若い世代のほか、欧米人にも好感を持たれていることから、食の分野においても、こうした考えを取り入れてブランディングするなど、付加価値が高く、差別化が図れる商品を開発していく必要がある。(2-①-1, 2, 3, 4, 5)
- 県内で行われるマラソンやスポーツ大会などにおいて、地元食材や県産食品を提供するなど、話題性を打ち出しながら、県産食品等の効果的なPRを行う必要がある。(2-③-1)
- 発酵ツーリズムは、他県でも同様の動きが見られる競合状態にあることから、オンラインとのハイブリッド型イベントの開催や、デジタル技術により生産者と消費者をつなぐ取組のほか、コンテンツにストーリー性を持たせるなど、秋田を選んでもらえ

るよう差別化を図る必要がある。(2-④-1, 2, 3, 4, 5, 6)

提 言 3 ミルハスを核とした文化芸術・伝統芸能活動の活性化について

《提言の背景》

県主催などの文化事業への来場者数は、令和元年の450,445人に比べ、令和3年は69,947人となっており、コロナ禍で多くの行事が中止となったことなどにより、県民が芸術文化に触れる機会は大きく減少している。

同時に、多くの文化団体等にとっては、コロナ禍の影響で活動の機会が失われているほか、伝統芸能の分野においては、担い手不足などの構造的な課題も抱えている。

今年6月にプレオープンした「あきた芸術劇場ミルハス」は、2007席の大ホールと800席の中ホールを有する東北では最大級の施設であり、9月のグランドオープン以降、多彩な文化芸術の公演等が行われるなど、本県の文化芸術の拠点としての役割を担っている。

また、ミルハスでは、全国レベルのコンベンションの開催も予定されており、県全体の「にぎわい」を創出し、観光と連携した交流人口・関係人口の拡大に向けた役割も期待されている。

このような背景の下、次のとおり提言する。

《提 言》

- 1 ミルハスを核としたにぎわいの創出に向けた取組を行うこと。
- 2 伝統芸能等への理解を深めるため、若い世代向けの体験型プログラムづくりなどの取組を進めること。

【具体的な取組の方向性】

1 ミルハスを核としたにぎわいの創出

- 大規模イベントなどの開催はもとより、多くの県民や旅行者が気軽に立ち寄り、本県の文化芸術・伝統芸能に触れ、楽しめるような施設とするとともに、誘客の流れを周辺観光にもつなげるような仕組みをつくる必要がある。(3-①-1, 2, 3)
- 本県の文化芸術活動を支える上で、秋田公立美術大学は、人材確保・育成のための重要な機関であることから、大学出身者を含めた若手アーティストが、ミルハスを拠点として、県内でも活躍できる環境を整える必要がある。(3-②-1, 2)

2 伝統芸能を活用した体験型プログラムづくり

- 「男鹿のナマハゲ」等の伝統芸能については、旅行者等を対象とした「体験型プログラム」などの取組により、伝統芸能への理解をより深めながら、通年で楽しめる仕組みとしていくとともに、担い手の育成・確保に向けた機会としても活用する必要がある。(3-③-1, 2, 4)

提 言 4 トップスポーツチームの活用とジュニア層への適切な指導について

《提言の背景》

本県には、バスケットボールの「秋田ノーザンハピネッツ」や、サッカーの「ブラウブリッツ秋田」、ラグビーの「秋田ノーザンブレッツ」などのトップスポーツチームがあり、県民の一体感の醸成はもとより、地域が持つ魅力の発信も行っている。

また、スポーツ教室の開催など地域に密着した活動により、スポーツ参画人口の拡大にも大きく寄与しているほか、交流人口の拡大や地域の活性化においても重要な役割を担っている。

このほか、将来の本県スポーツ界を支えるジュニア層においては、中学校及び高等学校の運動部活動指導者の人材不足が課題となっていることから、必要な資質と能力を身に付けた人材の育成が必要となっている。

このような背景の下、次のとおり提言する。

《提 言》

- 1 トップスポーツチームを活用した地域貢献活動を進めること。
- 2 ジュニア層の競技力の向上を図ることができる適切な指導体制を構築すること。

【具体的な取組の方向性】

1 トップスポーツチームによる地域貢献活動の促進

- チームが行う地域貢献活動は、報道を通じてスポーツへの関心を高め、県民のスポーツ実施率の向上にも期待できることから、今後とも継続して支援する必要がある。

(4-②-1, 2, 3)

- 第一線を引退した選手は、ジュニア層への指導はもとより、県民へのスポーツ活動の普及にも貢献できる貴重な人材であることから、地域の中で、アスリートの経験を生かしながら活動できる環境の整備を進める必要がある。(4-②-4, 5)

2 ジュニア層への適切な指導体制の構築

- ジュニア層の育成については、適正な指導がなされるよう、運動部活動指導者の資質の向上に努めながら、人材確保を図っていく必要がある。(4-③-1, 2)

提 言 5 県民の社会・経済活動を支える交通インフラの整備と維持について

《提言の背景》

秋田新幹線や航空路線をはじめとした広域交通について、本県と県外間の旅客輸送人員数は、コロナ禍における行動制限などの影響により、令和元年の5,384千人と比べ、令和2年は1,676千人と大きく減少した。

しかしながら、県民の社会・経済活動を支えるためには、本県と首都圏を結ぶ秋田新幹線の新仙岩トンネルの整備計画の推進や、大館能代空港東京羽田線の3往復運航の定着など、交通インフラを着実に整備していく必要がある。

また、住民の生活に欠かせない地域公共交通については、人口減少や運転手不足、コロナ禍の影響など、厳しい状況が続いている中、コミュニティ交通への転換などを進め、地域公共交通ネットワークの維持・確保を図っていく必要がある。

このような背景の下、次のとおり提言する。

《提 言》

- 1 県民の社会・経済活動を支える秋田新幹線の新仙岩トンネルの整備推進及び、世界文化遺産などの観光資源を活かした大館能代空港の利用促進を図ること。
- 2 地域公共交通を維持していくため、乗合交通サービスの導入などの新たな移動手段の確保に向けた検討を市町村に促すこと。
- 3 第三セクター鉄道の利用促進につながる効果的なプロモーションを展開するとともに、持続的な運行に向け、これまでの取組について評価・整理を行うこと。

【具体的な取組の方向性】

1 秋田新幹線新仙岩トンネルの整備と大館能代空港の利用促進

- 秋田新幹線新仙岩トンネルについては、利便性の向上はもとより、豪雨や降積雪等による災害対策などへの強化が期待されることから、本県と首都圏を結ぶ重要なインフラとして、着実に整備を推進していく必要がある。(5-①-1, 2, 3)
- 大館能代空港の利用促進については、白神山地や伊勢堂岱遺跡、大湯環状列石等の世界遺産などの活用が有効であることから、周遊観光ができる旅行商品の造成や情報発信のほか、二次アクセスの充実など、利用者の増加につながる取組を行っていく必要がある。(5-②-1, 2, 3, 4)

2 地域と一体となった新たな移動手段の確保

- 三種町が住民団体等に委託して運行している「ふれあいバス」は、人口減少下にあつて地域住民の「共助」による優れた取組であることから、新たな運行形態の一つとして、こうした取組を他の地域にも広げていく必要がある。(5-③-1)
- 地域公共交通は、交通ネットワークの再編の中で、m o b iのような新しい乗合交通サービスの導入についても市町村に検討を促していく必要がある。(5-③-2, 3)

3 第三セクター鉄道の利用促進に係るプロモーションと持続的な運行に向けた検証

- 田んぼアートなどは、季節限定で、電車からしか見えない非常に価値の高い魅力的なものであることから、誘客に向けた積極的な情報発信やイベントを開催するほか、

二次アクセスの充実にに向けた検討も行うなど、利用者の増加につながる取組を行う必要がある。(5-④-1, 2, 3, 4)

- 将来にわたる持続的な運行については、地域の若者の意見を取り入れた対応策の検討や、これまで行ってきた取組を評価・整理するなどの検証を行っていくことが必要である。(5-④-5, 6)

※m o b i

WILLER株式会社とKDDI株式会社が提供するエリア定額乗り放題サービス。複数のユーザーが利用するシェア型のオンデマンド交通サービス。A I機能の活用により、利用者は出発地から目的地まで最適なルートで移動できる。