

意見要旨

※意見要旨の中の網掛け意見は、第2回部会でいただいた意見

目指す姿1：「何度でも訪れたくなるあきた」の創出

施策の方向性① 自立した稼ぐ観光エリアの形成

□観光産業の生産性向上

- 1 労働生産性の向上という、雇用が減るか、売り上げが伸びるかというところだと思うが、目指すところは、雇用が無くなる方向ではなく、どうやって売り上げを上げるかということである。【吉澤部会長】
- 2 延べ宿泊者数が伸びているが、どこに泊まっているかも重要であって、サービス等の人手が比較的かからない宿泊特化型ホテルばかりではなく、高付加価値なサービスを提供している宿泊施設でも宿泊者数が増えるようになっていただければと感じた。【吉澤部会長】
- 3 IT化について、人口は減っていくので、遅かれ早かれIT化の波は、旅館業、飲食業にも流れ込んできていると思うが、現場スタッフがなかなか順応していけないようなところがあると思う。どうやって後押し、支えていくかということは悩みどころである。【丑田委員】
- 4 売れてる事業者と売れてない事業者の差が激しくなっていることであり、そこで、売れている事業者を詳しくリサーチし、今後の対応策に活用した方がいいと思う。【齋藤委員】
- 5 地域のブランディングと、アクセスの良さであり、東北でもうまくいっている宿泊施設は、コンセプトがしっかりしていて、高品質高サービスの価格帯が高めの宿泊施設である。【齋藤委員】
- 6 隣県では女性をターゲットとしたサービスが充実。人気のある旅館をモデルに、サービス・ソフト面を分析し、宿泊施設等への情報提供を行うべきである。【齋藤委員】
- 7 観光エリア内で、観光と食の分野が連携し、中長期的な視点で、コンテンツや食文化をどう作っていくかが必要である。【丑田委員】

◆DMOを中心とした地域の特性を生かした観光振興

- 8 観光協会がDMOになるケースは多いが、DMOへの移行は観光振興を行っていく上でのひとつの手段である。地域でDMOの必要性をよく議論した方がよい。【吉澤部会長】

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の運用に必要なDMPの構築

- 1 デジタルは使い勝手がいい言葉なので、人によってとらえ方も違ってくる。実施方法やそのメリット等について、観光事業者等の関係者に対し、具体的に伝えていくことが必要である。【吉澤部会長】
- 2 デジタル観光プラットフォームについて、新しい技術がたくさん出てくるので、技術を客観的に評価できる人材と体制が重要である。【丑田委員】
- 3 デジタルは日進月歩。新しいと思っていたら古くなっている。スピード感を持って行っていくことが必要である。【吉澤部会長】

◆あきたならではの魅力を組み合わせた発信力の強化

- 4 秋田は素材は良いものが多い。素材+料理の見せ方など、一つのことを発信するのではなく、発信力を倍にするような考え方が必要である。【齋藤委員】

## 意見要旨

※意見要旨の中の網掛け意見は、第2回部会でいただいた意見

- 5 秋田美人、あきたこまち、なまはげ、秋田犬、バラバラにPRしている印象。様々な事項を組み合わせて効果的に発信する取組が必要である。  
【吉澤部会長】
- 6 秋田美人は、他県にはないアピールポイントなので、PRポイントに利用すべきだと思う。  
【佐々木委員】
- 7 今後の観光や食の振興において女性ターゲットは重要であり、無視することはできない。  
【佐々木委員】
- 8 県の観光サイト「アキタファン」は、PRとしてもっと面白くすることが必要である。外国のサイトでは、少し見ただけで行きたいって思えるような、分かりやすく、ストーリー性のある映像になっている。【佐々木委員】

### 施策の方向性③ 時代に変化を捉えた秋田ならではのツーリズムの推進

#### ◆地域の特性を生かした滞在型・体験型観光の推進

- 1 観光振興ビジョンに記載している地域別プロジェクトは、大事な取組であるので、本庁とも連携して取り組んで欲しい。【丑田委員】
- 2 非日常的な感覚を味わえるという視点で、不便さを「売り」としてPRすることも出来ると思う。【齋藤委員】
- 3 「何度でも訪れたい秋田」の創出は重要である。観光客という立場を越えて、地元の人とのつながりを持つことや地域の行事等へ参加することを通じて、2回目以降も訪問したくなる仕掛けをつくっていく。【丑田委員】
- 4 教育旅行を契機に、親が子どもを連れて毎年来たいと思ってもらうことなど、観光を軸にしなから、関係人口の拡大につなげていく視点を持つべきである。【丑田委員】
- 5 非日常の世界に、デジタルの表記や施設が増えてしまうと、非日常の世界を楽しみにしてきた都市部の観光客の目で楽しむというものが少なくなってしまう。【齋藤委員】
- 6 日常の生活者の暮らしをお裾分けして、外部の人でも集落のお祭りに参加できる、文化活動に参加できるような、交流人口・関係人口の拡大が重要である。一度ご縁ができると、継続的な関わりも生まれていく。【丑田委員】

### 施策の方向性④ 旅行者の多様なニーズに応じた受入態勢の整備

#### ◆デジタル技術を活用した二次アクセスの整備による旅行者の利便性向上

- 1 AIが快適なルートを選定しながら、利用者が最短ルートで目的地まで行くことができるというサービスを提供している会社もある。  
【丑田委員】（再掲）

### 施策の方向性⑤ 戦略的なインバウンド誘客の推進

#### ◆インバウンドの再始動に向けた戦略の再構築

- 1 インバウンドはこれまでの入国規制等への反動で増えると思うが、その対応として、移動・予約・体験等のデジタル化など、受入態勢の整備を先行して取り組んでいくことが必要である。  
【丑田委員】
- 2 インバウンドのターゲットの見直しは必要。秋田が選ばれるように、という視点が大事。先手と準備が重要である。【吉澤部会長】

## 意見要旨

※意見要旨の中の網掛け意見は、第2回部会でいただいた意見

- 3 公益財団法人日本交通公社が行った調査で、アジア・欧米豪の方々はどういうきっかけがあれば日本に行ってみようと思うか聞いている。政府の安全宣言などが効果的なようだ。都道府県単位でも「うちの県は安全安心である」ことをもっと前面に押し出してもよい。【吉澤部会長】
- 4 北前船フォーラムをパリで行う国際交流事業を聞いてびっくりした。今はこのようなテーマ性を持った旅が注目をされている中で、活用ができるいい素材であると思う。【吉澤部会長】

### ◆クルーズ船を活用した県内への周遊促進

- 5 旅行エージェントだけではなく、個人の観光客からニーズ等を聞くことによって、誘客に向けたキーワードが増え、クルーズ船受入のためのサービスを向上させることができる。【齋藤委員】
- 6 単純に観光地を見せるのではなく、県内で既に人気の大手では出来ないような地域密着型のパッケージツアーを造成したものをPRして見せ、エージェントに魅力あるコンテンツを見せる必要がある。【齋藤委員】
- 7 エージェントにアプローチすることはもとより、エージェントのツアーに参加しない個人客にもニーズ収集のためのアンケートを取るなど、アプローチをして欲しい。【齋藤委員】
- 8 個人客のアンケート調査結果については、関係部署等と共有を図るほか、今後の施策に活用してほしい。【吉澤部会長】

## 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

#### □「あきたの食」の戦略的なブランディングの構築

- 1 雑誌の日本酒の特集で、秋田のお酒が取り上げられており、無農薬の米を栽培して、こだわりをもって製造していることや、酵母についても書かれていた。他の県で扱ってる特集の中にはこのような記載はなく、秋田県だけだったと記憶している。【佐々木委員】
- 2 環境への配慮について、まさに食では、欠かせないキーワードになっている。環境や社会の持続可能性を前提として事業をつくっていくところに消費者や投資家の目も向き始めている。【丑田委員】
- 3 SDGsとか、環境に配慮して作っていると、反応するのは若い方々、Z世代とかミレニウム世代だと言われており、海外では欧米の方がより反応してくる。そういった視点も、秋田は先行して行っていることがたくさんあり、どんどんアピールしていくと、次の市場の確保につながると思う。【吉澤部会長】
- 4 観光と加工品の販売、飲食は、かなり密接に紐づいており、例えば、秋田市にある、日本料理の「たかむら」のような、全国から人を引きつける和食のお店もある。秋田に来ないと味わえない、その価値を作り、どう発信していくかなど、ブランディングが重要である。【丑田委員】
- 5 品質の良いものを、妥協せず適正な価格で販売すると同時に、背景の物語や社会へのメッセージが価値を上げていくことが大事だと思った。【丑田委員】

### 施策の方向性② 食品製造業の振興

#### □食品製造業の生産性向上

- 1 食に携わる次世代の若者を育てていくような教育分野での施策のほか、世界や東京において第一線で活躍された方が秋田へUIターンしたくなる環境づくりなど、食と観光の連携が必要と思う。【丑田委員】

## 意見要旨

※意見要旨の中の網掛け意見は、第2回部会でいただいた意見

- 商品の製造業者は、より良いものを作ることに専念し、効果的な販売方法までは難しいところもあるのでは、製造事業者と販売をどう連携させるかという点で、行政が支援していただければと思う。【齋藤委員】

- パックご飯など、お米を作って売るだけではなく、加工して付加価値をつけることが大事で、米作りを止めたいと思う人たちの思い止めることにもつながる。加工することで稼げることを知らない人は多いので、行政などがサポートし、伴走支援していただけるような取り組み、体制づくりをしていただきたい。【佐々木委員】

### 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

#### ◆イベントや話題性など、機会を捉えた県産食品の戦略的なPRの推進

- 1 東北風土マラソンは、東北の名物を走りながら食べる企画で、食材と日本酒を世界に向けて発信するイベントとして、効果的にPRしている。参考として欲しい。【齋藤委員】
- 2 秋田の人たちは控えめなところがもったいないなと思っており、ニッチな分野でも、プロモーションでたくさんの情報を出していくことができれば、結果に結び付くと思う。【齋藤委員】

### 施策の方向性④ 秋田の「食」の魅力の発信と誘客への活用

#### ◆本県の優位性に着目した発酵ツーリズムの推進

- 1 発酵を売りにしている県は多い。同じようにPRをした場合、移動にかかる経費と時間で考えると、首都圏の観光客は近場を選ぶ。【齋藤委員】
- 2 秋田を選んでもらえるような差別化。生産者の思いは違うので、商品づくりにストーリーを持たせ、デジタルで消費者と生産者を繋ぐなどの取組もある。【齋藤委員】
- 3 秋田を選んでもらえるような情報発信が不足。同じ環境で同じ体験ができるなら、近くが選ばれるのは消費者の基本的な傾向。【吉澤部会長】
- 4 発酵についてもストーリー性を持って取り組むことが必要であり、行政がサポートして欲しい。【佐々木委員】
- 5 食のPRについて、オンラインイベントであるが、確かにオンラインは知る機会としても非常に有効と思うが、コロナ禍が収束してきて、首都圏では地方のイベントがたくさんあるので、オンラインとのハイブリッド型でのPRや、制作した動画も同時に使うことによって効果が発揮され、また、イベントでちょっとつまむことできっかけ作りになると思う。【齋藤委員】
- 6 秋田にも“技”があり、発酵もその1つである。この技をどうストーリーづけて、提供していくかが重要である。【吉澤部会長】
- 7 観光と物産は連携されていないことが多い。行政においては所管が違うこともあるが、観光に行って買い物をする、あるいは贈り物を受け取って行ってみたくなるという関連性がある。どうやって歩留まりの良い構造を作っていくかが大切である。【吉澤部会長】

## 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

#### ◆「ミルハス」を核とした「にぎわい」の創出

## 意見要旨

※意見要旨の中の網掛け意見は、第2回部会でいただいた意見

- 1 ミルハスでは、催し物を開催するだけではなく、県民が気軽に遊びに来られる環境づくりが必要ではないか。【佐々木委員】
- 2 地元の人が集ってこそのにぎわいであり、地域の文化を生かすことが大切であるとする。【吉澤部会長】
- 3 ミルハスという文化芸術を楽しむ人が集まるような集客できる施設が秋田市にできたので、秋田の文化芸術や伝統芸能をPRできるイベントを定期的を開催することによって、各地域の観光にもつながるのではないか。【齋藤委員】

### 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

#### ◆「ミルハス」を活用した若手アーティストの活躍支援

- 1 秋田公立美大の存在は貴重である。卒業生が地域に残りアーティストとして活躍できる環境を整えること。【丑田委員】
- 2 ミルハスにおいてもアーティストが活躍できる場を作るなど、若いクリエイターが秋田に来てくれるようなプロモーションが必要ではないか。【丑田委員】

### 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

#### ◆伝統芸能の継承と魅力の発信

- 1 特に県外在住者に秋田の魅力をアピールするには、特色ある文化や豊かな自然など「秋田ならでは」のものを守ることが大事ではないか。たとえば、伝統芸能を守るための取り組みは重要ではないか。【NHK秋田放送局長 石井委員】
- 2 「なまはげ」になるような体験は、人気があると思う。また、なまはげの担い手について、地元では一生懸命頑張っているが、なり手がなくて、相当大きな課題だと思う。学校でも、地元の伝統芸能について体験できるプログラムを作れば、担い手の確保になるかもしれないし、これらの担い手が確保されることによって、さらなる誘客につながればいいと思う。【佐々木委員】

#### □交流人口・関係人口の拡大に向けたコンテンツづくり

- 3 お祭りイベントについて、その時だけ盛り上がり、有効活用できていないとよく聞く。どうやって通年で楽しむかについては、実際に簡単でもよいので体験できることによって、PRにもなるし、地域のことも知ってもらうきっかけにもなる。【齋藤委員】
- 4 伝統行事や伝統芸能は、平時の時も含めて観光につながるような体制が望ましいと思う。また、体験プログラムの提供は、格安で体験できるものが多いが、きちんとしたプログラムが組み立てられていけば、相応の対価を払う人も増えてきているので、クオリティの高いものを作って提供していただきたい。【吉澤部会長】
- 5 秋田の日常の生活者の暮らしをお裾分けして、外部の人も集落のお祭りに参加できる、また生活の中での文化活動に参加できるような、交流人口・関係人口の拡大が重要である。一度縁ができると、継続的な関わりも生まれると思う。【丑田委員】（再掲）
- 6 文化芸術の定義を幅広く考えることは大事だと思う。そうすることにより、五城目町の里山の風景が生きてくるし、住んでいる人すべてが担い手になることができる。【吉澤部会長】

## 目指す姿4：活気あふれる「スポーツ立県あきた」の実現

## 意見要旨

※意見要旨の中の網掛け意見は、第2回部会でいただいた意見

### 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

なし

### 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

#### ◆トップスポーツチームを活用した地域の活性化

- 1 県内にプロスポーツチームがあるバスケット、サッカーなどのスポーツは人を引きつけるので、行政がしっかりとサポートして欲しい。【佐々木委員】
- 2 秋田も教師の人材不足という点では同じだと思う。秋田でのスポーツチームは、野球・サッカーとバスケ、ラグビーなど様々あるので、それぞれのチームが、地域貢献という形でいろいろな活動を行っていると思うが、行政の方でも、もっとこうした取組が広がるように支援して欲しい。【佐々木委員】
- 3 プロの方が子どもだけでは無く、高齢者も含めて様々な世代と関わっていくことで、気軽にスポーツをしてみようという機運が生まれてくると思う。【佐々木委員】
- 4 引退後のアスリートと農業とスポーツを関連付けて、農作業をしながらサッカーも教えるなどの場があってもいいし、民家を宿泊施設にして、アスリートの小さな村を作るなどでもいいかと思う。スポーツ人材の育成運動の環境をモデルとして作れないかということを考えてみた。【丑田委員】
- 5 セカンドキャリアのアスリート人材バンクのような考え方も1つかもしいない。【吉澤部会長】

### 施策の方向性③ 全国・世界で活躍できるアスリートの発掘と育成・強化

#### ◆ジュニア層の育成・強化

- 1 子どもに対して、もっとプロフェッショナルな方が指導する環境を整えることが必要と考える。【佐々木委員】
- 2 子どもの数が減少している中、単に試合に勝てばいいという考えではなく、頑張っている子どもたちの能力を伸ばす取組が必要である。【佐々木委員】

### 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

なし

## 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

### 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

#### □県民生活を支える「秋田新幹線新仙岩トンネル」の整備の推進

- 1 新幹線整備の働きかけについては、高速道路もそうだが、優先順位をつける必要があると思うので、地元の需要なのか、観光の需要なのか、両方なのかをよく見極めた上で、優先順位をつけて取り組んでいただきたいと思います。【吉澤部会長】
- 2 新仙岩トンネル整備の必要性としての災害対応については、本当に重要なので是非実施していただきたいと思いますし、いろいろな方々に理解してもらえよう、丁寧に説明していただきたいと思います。【佐々木委員】

## 意見要旨

※意見要旨の中の網掛け意見は、第2回部会でいただいた意見

- 3 一次交通は、早ければ良いものではない。説明のあった安全性など、そういうところは必要であると思う。以前、秋田では、冬に飛行機も止まれば、高速道路も新幹線も止まるなど、孤立したようなことがあったと思うが、こういうことはあってはならない。動脈としての新幹線であれば必要である。【吉澤部会長】

### 施策の方向性② 航空路線の維持・拡充

#### ◆世界文化遺産などの観光と連携した大館能代空港の利用促進

- 1 東京から来ると土地勘がないので、どの時間にどう回ったらいいか分からない。地元で丁寧に教える必要がある。各観光ポイントをこの順番で回ると、このくらいの時間がかかるなど、観光客向けに発信すべき。【吉澤部会長】
- 2 大館能代空港は、使い勝手がよくない時間帯に発着時間が設定されており、それで使う人も少ない。【佐々木委員】
- 3 平日は仕事関係の利用者が多いが、伊勢堂岱遺跡の観光客は、大館能代空港を使う方が多い。遺跡は観光の目玉なので、空港利用者のターゲットを絞ることや補助金制度の改善などを組み合わせ、利用者の増加に繋げて欲しい。【佐々木委員】
- 4 シャワー効果という言葉がある。大館能代空港、青森から入った観光客が県北で快適に過ごせるか、どう周遊に繋げていくかを考えていく必要がある。【吉澤部会長】

### 施策の方向性③ 利便性の高い地域公共交通網の形成

#### ◆地域と一体となった新たな移動手段の構築

- 1 三種町では自分たちでバスを運営しているが、これが理想である。能代では、声を上げづらく、行政も強い働きかけが無い。【佐々木委員】
- 2 公共交通は限界があり、全国的にも縮小している。一方、自助・共助交通という考え方の下、全国では買い物支援をセットで行っている事例もある。m o b i のサービスを参考として欲しい。【丑田委員】
- 3 m o b i は、スポ少の送り迎えにも活用できると思う。学校の統廃合で、子ども同士でも遊びに行きづらい環境にあり、交通手段の有無の影響は大きい。子ども・高齢者が、交通手段があることで、歩いて楽しめる環境が重要である。【丑田委員】（再掲）

### 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

#### □利用促進に向けた効果的なプロモーションの推進

- 1 住民共助による交通のような形で、低コストでの運用が可能で、かつ交流がうまれる二次交通の形も、検討することがいいのではないかと感じた。【丑田委員】
- 2 内陸縦貫鉄道は景色もいいし、時間にゆとりがある観光客はぜひ乗った方がいいと思うが、一方で、駅を降りた後の二次交通が無かったらそこから車を借りるしかない。【吉澤部会長】

## 意見要旨

※意見要旨の中の網掛け意見は、第2回部会でいただいた意見

- 3 田んぼアートなど、電車からしか見えない綺麗な景色、季節限定モデルなど、内容は魅力的である。ただし、調べてやっと分かったことなので、もっとPRすれば、都市部の方で興味を持つ人は多い。【齋藤委員】

- 4 鉄道料金だけで終わることはもったいないので、イベントを行って、そこでも限定ものを売って、食材は秋田で買えることを伝えれば消費にも繋がる。鉄道料金だけで考えると厳しいと思うので、PRをしつつ、誘客による観光との循環ができればいいと思った。【齋藤委員】

### □持続的な運行のための多方面での検討・協議

- 5 第三セクター鉄道について、今と同じやり方では、画期的に効果は出ないと思うし、観光要素を取り入れていることは分かるが、何かを変えるってことは、地元の学生の人達とかも入れるなど、もう少し考えないと難しいと思った。【佐々木委員】

- 6 鉄道会社の方と一緒にこれまでの事業を棚卸し、漫然と続けている取組があれば整理し、過去に評判の良かった取組もあるかもしれない。今このタイミングで、取り組んだ方がいいこともあり得るし、例えば、前に意見が出たSDGsの観点からすると、鉄道は基本的に環境にやさしいので、見方を変えて乗ってみたい人は増えるかもしれない。【吉澤部会長】

### 施策の方向性⑤ 高速道路等の整備

#### □高速道路等の整備と周辺観光地の活性化

- 1 道路の関係では、便利になっていくと、地域での魅力とか、案内なども充実させていかないと素通りされてしまう。【吉澤部会長】