

(様式 5-1)

地域重点施策推進事業事後評価調書(令和3年度実施分)

地域振興局名

北秋田地域振興局

(地域施策推進事業)

事業名	部名	部長名	担当課	担当班名	電話番号	事業目的・必要性	事業費 (円)	事業実施状況	事業実施主体	事業 対象者	事業決定月日 (部局長会議等) 及び評価確定日	事業効果 (成果・満足度)	自己評価
若者の地元定着支援事業	総務企画部	高橋公康	地域企画課	企画・観光振興班	0186-62-1251	高校生を対象に地元企業がより身近に感じられるような機会を提供することにより、地元の産業や仕事に対する理解を早い段階から深めてもらい、県内への就職促進と地元定着を推進する。 また、若者の地元定着に向けては、企業に健康経営について学んでもらい、健康経営優良法人の増加により、若者の地元定着につなげる。	209,651	・高校2年生を対象に、オンラインで企業説明会を開催した。教室内にブースを設け、企業が生徒に対して、仕事の概要ややりがいについて、説明した後、意見交換を行った。 開催日：R4.2.14、オンライン開催、参加者 大館桂桜校2年生206名、企業等33事業所 ・高校生の保護者向けの県内就職普及啓発事業を実施した。 開催日：R3.7.10、場所 大館国際情報学院高校、参加者 保護者約60名 ・健康経営に対するスタートアップセミナーを開催した。 開催日：R4.2.25、場所 プラザ杉の子(大館市)、参加者 商工団体及び市村等 30名	県	高校生、保護者、地元企業・事業所、商工団体、行政	令和3年4月1日	(参加生徒) ・参加した生徒へのアンケートでは、自分の進路を考える上で「参考になった」との回答が89%であり、満足度は高かった。 ・説明会の参加を機に、県内への就職を考えてみようと思った生徒も複数おり、一定の成果があった。 (セミナー参加者) ・アンケート結果では、セミナーが健康経営導入に「とても役に立った」「役に立った」との回答が合わせて100%であり、満足度は高かった。	・就職を間近に控えた高校生に、地元企業・事業所が直接説明し、意見交換することにより、理解が深まった。 ・高校生の進路選択にあたり、保護者の与える影響は大きいものがあり、保護者自身が正しい知識を身につけるためのアプローチが必要と思われる。 ・健康経営に対する理解はまだまだ不十分であり、商工団体等の健康経営に対する理解が進んだ。
若者の地元定着支援事業	建設部	工藤利一	企画・建設課	企画監理班	0186-62-3111	地元高校生(土木・建築系)、小中学生や保護者を対象とした現場見学会等を実施し、社会基盤の整備を担う建設業への理解と関心を深めてもらうことにより、地元企業への若年者就職の契機とする。	185,018	①建設現場見学会 ・秋田北鷹高校 R3.11.2 参加者12名 ・大館桂桜高校 R3.11.5 参加者33名 ②小中学生現場見学会 ・女子優先！現場見学会 R3.8.6 参加者32名	県、北秋田建設業協会	①管内の技術系高校の生徒 ②小中学生、保護者等	令和3年4月1日	①管内の技術系高校の生徒 ・参加した高校生へのアンケートでは、「建設業は地域の経済発展に重要な役割を果たしていると思う」が10割だった。 ②小中学生、保護者等 ・参加した小中学生へのアンケートでは、「参加満足度」はほぼ全員が満足、「体験会に参加して良かった」が9割を超えた。	・建設業の魅力に直接触れることで、地元企業への理解と関心が深まったと感じる。 ・小中学生については、左官屋さん体験、重機操作体験、測量体験と全てが自分で何かを行う内容であったため、子供達の反応は良く、建設業へ興味をもってもらったことへの一定の効果があつたものと思われる。

事業名	部名	部長名	担当課	担当班名	電話番号	事業目的・必要性	事業費 (円)	事業実施状況	事業実施主体	事業 対象者	事業決定月日 (部局長会議等) 及び評価確定日	事業効果 (成果・満足度)	自己評価
中学生向け企業博覧会事業	総務企画部	高橋公康	地域企画課	企画・観光振興班	0186-62-1251	次代の大館・北秋田地域を担っていく子どもたちに、地元の優れた企業や仕事を紹介し、ふるさとへの愛着心の醸成と今後の進路選択の幅を広げてもらい、地元定着を促進する。	526,843	・中学生を対象に、企業説明会を開催した。参加企業・事業所のブースを設け、企業が生徒に対して、仕事の概要ややりがいについて、説明した後、意見交換を行った。 ①開催日：R3.7.7、場所 北秋田市民ふれあいプラザ コムコム、参加者 北秋田市・上小阿仁村内中学校(5校)1年生又は2年生187名、企業等21事業所 ②開催日：R3.7.13、場所 大館市立中央公民館、参加者 大館市内の中学校(9校)1年生又は2年生544名、企業等21事業所	県	中学生、地元企業・事業所	令和3年4月1日	(参加中学生) ・参加した中学生へのアンケートでは、「とても勉強になった」「勉強になった」との回答が合わせて96%であり、満足度は高かった。 ・「ふるさとの企業や職業の種類を新しく知ることができた。」「進路や目標を考える上で参考となった。」という意見が多く寄せられた。	・中学生が地元企業・事業所から、直接仕事の内容等について直接聞く機会は多くないことから、参加生徒、企業・事業所には有意義であったと考えられる。 ・中学生の段階で、将来の仕事や職業観が育まれ、将来のより良い選択の実現につながると思われる。
											令和4年5月20日	(参加事業所) ・参加した企業・事業所へのアンケートでは、「とても有意義だった」「有意義だった」との回答が合わせて100%であり、満足度は高かった。	
世界遺産(候補)ガイドの外国語対応サポート事業	総務企画部	高橋公康	地域企画課	企画・観光振興班	0186-62-1251	令和2年1月、本県の伊勢堂岱遺跡や大湯環状列石を含む「北海道・北東北の縄文遺跡群」がユネスコの世界文化遺産に推薦されたことを受け、今後県内外だけではなく、海外からの観光客も増えることが予測される。 そのため、現在日本語でガイドを行う伊勢堂岱遺跡ジュニアボランティアガイド(JVG)が、外国人観光客に遺跡の魅力を英語で伝えるサポートを行うことを通じて、外国語対応の一助とするほか、地元に対する誇りや愛着心を醸成することを目指す。	316,009	JVGを対象とした伊勢堂岱縄文館及び伊勢堂岱遺跡の英語ガイド体験事業を次のとおり実施した。 ・参加者：中学生11名、高校生4名 ・日程：R3.7.31～8.2(3日間) ・内容： [1日目]英語でのコミュニケーションの練習 [2日目]英語ガイド文作成・練習 [3日目]英語ガイド体験 ・その他：事業終了後、参加者が英訳したものを集約したリーフレットを1,500部製作し、参加者へ配布するとともに伊勢堂岱縄文館へ寄贈した。	県	伊勢堂岱遺跡ジュニアボランティアガイド	令和3年4月1日	・参加者へのアンケートでは、全員(100%)が「英語コミュニケーションに対して自信が増した」と回答した。 ・参加者の80%が「秋田県への誇りや愛着が生まれた」と回答した。 ・参加者の40%が「将来秋田県内で生活していきたい」と回答した。	・伊勢堂岱遺跡ジュニアボランティアガイドの英語対応への自信の向上が見られた。 ・伊勢堂岱遺跡ジュニアボランティアガイドである中学生や高校生にとって、外国人に英語で地元の遺跡を紹介するという貴重な体験となり、参加者、北秋田市教育委員会及び遺跡関係者等に好評であった。
											令和4年5月20日		

事業名	部名	部長名	担当課	担当班名	電話番号	事業目的・必要性	事業費 (円)	事業実施状況	事業実施主体	事 業 対 象 者	事業決定月日 (部局長会議等) 及び評価確定日	事業効果 (成果・満足度)	自己評価
北秋田発・地域で取り組む健康づくり	鷹巣阿仁福祉環境部	相澤 寛	健康・予防課	健康・予防班	0186-62-1166	健康づくりに時間を割く余裕のない働き盛り世代を対象に、健康寿命を延ばすためのより良い食習慣の普及を、機会を捉え地域の人材と連携し行うことで、健康長寿・北秋田地域の実現を目指す。	192,000	・食生活改善推進員と共に事業所訪問による健康教室を開催。健康レシピの試食や減塩と生活習慣病予防に関する講話を実施。 ①開催日：R3.9.27 (社福)県北報公会、参加者28名 ②開催日：R3.10.7、新東北メタル(株)、参加者79名 ・「北秋田発・健康レシピ」(野菜も摂れる減塩&簡単レシピ)の考案と普及。食生活改善推進員並びに管内市村と共にレシピを考案、調理と撮影を行い地元紙において発信(北鹿新聞5回、秋北新聞11回)。地域振興局ウェブサイトに掲載。(株)伊徳2店にレシピ設置8回16種類、健康サポート薬局にレシピ設置等。 ・レシピ集の作成 200部	県	地域住民(働き盛り世代)	令和3年4月1日	(事業所の健康教室参加者) ・2事業所でのアンケート結果から、5段階評価のうち4以上が約83%と満足度は高かった。 ・試食については「塩分少なめののに味もしっかり感じられ、とてもおいしかった。」「自分の生活習慣を改めて見直す必要があると感じた。」という意見が寄せられた。	・管内市村や食生活改善推進員が課題としていた「働き盛り世代の健康づくり」を推進する場を作り、事業終了後も北秋田市と北秋田市食生活改善推進協議会において継続実施する環境を整備することができた。 ・減塩に配慮したオリジナルレシピを考案するにあたって、食生活改善推進員の自主性と意識を高めることができ、活動の活性化につながった。 ・より身近な場で健康づくりを意識し行動変容につなげるため、いとく2店における情報発信を実施することができた。 ・3年間のレシピをまとめたレシピ集を作成し、全市町村や関係機関に配布したことで、より広く普及することができた。 ・今後は北秋田市と食生活改善推進員が主体となって事業を実施していくことになるが、地域の事業所等と連携し実施出来るよう支援していく。
								令和4年5月20日			(食生活改善推進員の活性化) ・全ての事業実施において、食生活改善推進員の積極的な参加を得られた。 (局ウェブサイト閲覧数) ・1,463件(R4.5.11現在) ※前年比595件増		
地域の子ども・子育て支援事業	鷹巣阿仁福祉環境部	相澤 寛	企画福祉課	調整・障害者班	0186-62-1166	新型コロナウイルスの影響により、様々な活動が制約を受ける中、コロナ禍だからこそ、野外保育の良さ、大切さを知ってもらい、緑豊かな大館・北秋田地域で自然と共に生きる力を育み、県民共通の願いである、次代を担う子ども達の健やかな成長につなげることを目的とする。	39,750	開催日 R3.11.21 場所 大館市桂城公園内(大館市) 参加者 35家族95名 内 容 公園内に家族連れを対象としたプレーパーク(遊具やたき火台など)を設置し、身体や道具を使った遊びを通じて子どもの自立性や挑戦の意欲を養うイベントを開催。	県	管内在住の親子(就学前～小学生程度を想定)	令和3年4月1日	(実施内容について) ・参加者にアンケートを実施したところ、「外でのびのび遊びたい」「イベントをもっと行って欲しい」といった親子が屋外で楽しめるイベントを望む声が多かった。	・コロナ禍により、子どもを存分に遊ばせる機会が減ったなか、親子の絆を深めながら、自然と親しむという事業の目的は達成できた。 ・アンケートによると、木登り・雪遊び・魚釣りといった「親子で楽しめる体験型のイベント」を希望する回答があった。今後の事業を行う際の参考としたい。 ・参加者のイベント了知については、FBまたは知人からの情報提供を受けた人の割合が約44%であった。今後は、ターゲットへの行動が効果的に促せる情報発信の仕組みを考えたい。
								令和4年5月20日			(イベント周知について) ・初めて参加した家族のうち、約37%は新聞にて情報を得たとの回答があった。報道機関への投げ込みの有効性が再確認できた。		

事業名	部名	部長名	担当課	担当班名	電話番号	事業目的・必要性	事業費 (円)	事業実施状況	事業実施主体	事業 対象者	事業決定月日 (部局長会議等) 及び評価確定日	事業効果 (成果・満足度)	自己評価
地域で支える引きこもり支援体制の構築事業	大館福祉環境部	相澤 寛	企画福祉課	調整・障害者班	0186-52-3955	ひきこもりの実態把握や関係機関の連携、あるいは住民への普及啓発などの対策が依然として不十分な状況にあることから、引き続き関係機関同士の情報共有、サポート体制の構築、住民への普及啓発等を実施していく必要がある。	46,070	①管内ひきこもり担当者会議 ひきこもり当事者や家族の支援体制構築に向けて、各市町村のひきこもり支援の情報共有や意見交換を行った。 開催日：R3.6.29 会場：北部老人福祉総合エリア 出席：市町村、社会福祉協議会、ひきこもり居場所設置者等22名 内容：・各支援機関から取組状況を報告・意見交換を行った。	県	ひきこもり相談支援機関等	令和3年4月1日	・担当者会議では、大館鹿角北秋田地域のひきこもり相談支援に携わる関係者が集まり、各機関のひきこもり相談支援の現状について情報共有でき、また市町村の垣根を越えて顔の見える関係づくりができた。	・令和2年度から事業を継続しており、初年度は関係者との意見交換により現状把握や情報共有等関係機関同士の連携に重きを置き、令和3年度はそれまでの取組に並行して、地域におけるひきこもりに対する正しい知識の啓発に努めた。 次年度は関係機関との連携強化を継続して行い、会議や研修会、個別事例の検討等を通して地域ごとの社会資源や当事者の特徴に合った支援体制構築に取り組んでいく。
								②ひきこもり相談支援担当者研修会 管内のひきこもり相談担当者、支援機関担当者等を対象に、ひきこもりに対する理解や支援方法等を学ぶ研修会を開催。 開催日：R3.12.17 会場：北部老人福祉総合エリア 講師：秋田大学助教、大仙市子ども・若者支援センター「ふらっと」施設長 ロザリン・ヨン氏 対象：市町村、社会福祉協議会、職親協力事業所、ひきこもり居場所設置者等 内容：ひきこもり相談支援のプロセスと地域との関わりについての講話と居場所「ふらっと」の紹介、講師を交えた参加者同士の意見交換を行った。			令和4年5月20日	・ひきこもり支援リーフレットについては、関係機関から取組状況や意見等を取りまとめて作成し、関係機関や民生委員へ配布することで、支援の窓口や居場所について普及・啓発を行うことができた。	
目指せにんにく産地！北秋田地区にんにくプロジェクト	農林部	齊藤英樹	農業振興普及課	産地・普及班	0186-62-1835	「にんにく」の産地化に向け、在来優良種子のウイルスフリー化や難防除害虫であるイモグサレセンチュウの侵入防止対策、基本的な栽培技術情報の提供、当管内に適した栽培技術を検討する。	200,000	にんにく種子のウイルスフリー化(無病種子の作成)を秋田県立大学に委託し、優良種子の確保を進めた。 さらに別途、イモグサレセンチュウの混入診断を行い、健全なほ場を選定し、種子の生産を行った。	県	生産者	令和3年4月1日	作成された優良種子を基に、在来品種「えつり赤にんにく」の生産拡大に向けた取組が強化された。	・生産者への技術指導を通じて、年々作付面積の拡大や、生産数量が増加しており、産地化が進んでいることから、今後も継続して、産地化支援を行う。
										令和4年5月20日	センチュウの有無等、土壌診断に基づいた適切な栽培管理が実施され、高品質化に向けた生産者の意識が高まった。		

事業名	部名	部長名	担当課	担当班名	電話番号	事業目的・必要性	事業費 (円)	事業実施状況	事業実施主体	事業 対象者	事業決定月日 (部局長会議等) 及び評価確定日	事業効果 (成果・満足度)	自己評価
「とんぶり」産地復活事業	農林部	齊藤英樹	農業振興 普及課	産地・普及 班	0186-62- 1835	一連の作業上で多くの作業時間 を要する除草作業の効率化を 図っていくことで、既栽培者の 面積拡大及び新規作付の増大 につながるよう支援をしていく。	139,904	除草剤の登録拡大に向けた試験 が行われ、効率的な除草体系の 確立が図られた。	県	生産者	令和3年4月1日	面積拡大を進める上で課題とな る定植後の初期除草について、 除草剤の登録拡大で作業の効 率化の目処が立ったため、今 後の新規作付者の確保に向け て、弾みがついた。	・新規栽培者の確保・誘導を進 めたものの、新たな作付者の確 保には至らなかった。 ・業たはこの廃作者等他、作目 から切り替えや、農業生産法人 での新規作付等を誘導しながら、 今後とも新たな作付者の確保 に努める。
											令和4年5月20日		
あきたシャボン販売支援 事業	農林部	齊藤英樹	農業振興 普及課	産地・普及 班	0186-62- 1835	これまでの周知活動で、卸売業者 やフランス料理店からの引き 合いが出てくるなど、徐々に「あ きたシャボン」の認知度は上 がってきている。しかし、シャボ ンの主産地であるフランスから の家きん肉の輸入が解禁され たことや、国内他産地でも去勢 鶏のブランド化が進められたこ とにより、競争が激化している。 そこで、あきたシャボンの持つ ている特色を一層強みにPRし、 数ある競合品から実需者に選 択してもらえる食材として認知 度を向上させ、安定的な販路を 確立していく。	35,590	日本エスコフィエ協会発行協会 誌記事(料理コンクール決勝食 材周知用)へのサンプル提供(2 羽)。	県	日本エスコ フィエ協会	令和3年4月1日	料理人の視点からあきたシャボ ンの特徴を捉えたPR記事が協 会員フランス料理人に配布され た。 また、東京事務所職員がホテル ニューオータニに県産食材PR のため訪問した際に記事を読み、 関心を持っている旨の話題 が出ており、食材のPRが図ら れたと認識している。	・一皿単価の高いフランス料理 の関係者に広くあきたシャボン をPRした。また、令和4年度開 催の日本エスコフィエ協会主催 の決勝食材に採用されたことに より、食材の実績が積み上がる ことが期待される。
											令和4年5月20日		
直売果実販売チャネル拡 大支援事業	農林部	齊藤英樹	農業振興 普及課	産地・普及 班	0186-62- 1835	スマートフレッシュ処理は、果実 の劣化を抑制するため、長時間 の輸送を伴う輸出においても有 利なツールとなる。販売チャネ ル確保のために、スマートフ レッシュを活用し、長期貯蔵販 売のみならず、輸出等も見据え た取り組みを行う。	187,015	スマートフレッシュの処理を3回 実施し、その品質低下の抑制 効果を実証した。 輸出防疫上必要なシンクイムシ を防除するため、フェロモント ラップ調査を行い、発生消長に 応じた防除を実施した。 タイ向け輸出の残留農薬調査 を実施し、安全性が確認され た。	県	生産者	令和3年4月1日	諸外国へのリンゴの輸出を進 める上で課題となる長期保存と 病害虫防除について、課題解 決が進んだことから、一定の目 処がついたと考えられる。	・令和4年1月にはタイ国への輸 出が実施され、県産オリジナル 品種の「紅あかり」りんご150キ ロが販売された。現地の反応も 良好であったことから、今後も 継続的に実施していく。
											令和4年5月20日		
使って魅せよう秋田スギ	農林部	齊藤英樹	森づくり推 進課	林業振興 班	0186-62- 1445	伐採適期を迎えた秋田スギの 利用拡大のため、県民をはじめ 広く一般の方々に木を見て、触 れる機会を設けることで森林・ 林業への理解醸成と木材利用 の喚起を図る。	34,985	・秋田県立鷹巣技術専門校生 (住宅建築科)の協力により、フ リーレイアウト家具「組手什(く でじゅう)」の部材を製作した。 ・製作品は、地元利用客及び県 外観光客等をターゲットとし、秋 田内陸線2駅及び北秋田市観 光物産協会案内所に配布・設 置した。 ・首都圏での木材イベントに展 示し、秋田スギのPRを図った。	県	学生(製作 者)、県民 等	令和3年4月1日	・制作に携わった建築学生に県 産秋田スギの利用の意識付け が図れた。 ・設置先や観光及びイベント来 訪者の森林・林業、木材利用や 秋田スギについての理解の向 上が図れた。	・秋田スギを材料として利用す る者、また製品として利用する 者の両方に対して働きかける事 業とすることができた。 ・木製品を使った(製作や設置) 者、魅た(一般、来県)者を通じ て、秋田スギのPRが図られ、今 後の利用拡大のきっかけとなる ものと思われる。
											令和4年5月20日		

事業名	部名	部長名	担当課	担当班名	電話番号	事業目的・必要性	事業費 (円)	事業実施状況	事業実施主体	事業 対象者	事業決定月日 (部局長会議等) 及び評価確定日	事業効果 (成果・満足度)	自己評価
交通事業者等と連携した 秋田の縄文遺跡群PR事業	総務企画 部	高橋公康	地域企画 課	企画・観光 振興班	0186-62- 1251	令和2年1月、ユネスコの世界 文化遺産に推薦され、令和3年 7月に世界遺産に登録された伊 勢堂岱遺跡について、大館能 代空港や秋田内陸線など地域 交通インフラを活用して縄文遺 跡群をPRし、観光客等への情 報発信を強化する。	1,394,648	①大館能代空港 ロビー用電照広告掲出R3.7.28 ～10.27 パネル展示 1回目 R3.4.26～5.10 2回目 R3.7.21～8.6 3回目 R3.12.24～R4.1.7 ②秋田内陸線関係 阿仁合駅ウエルカムステーショ ンでのパネル展示：R4.1.25～ 2.28 ③道の駅等関係 遺跡ロールアップパナーの展示 期間：R3.4～R4.3 場所：大館能代空港、道の駅た かのす、道の駅かみこあに、北 秋田地域振興局、コムコム ④鹿角地域振興局合同 管外観光施設でのパネル展 示：秋田空港：R4.28～5.6 秋田ふるさと村：R3.6.21～28 ⑤世界遺産「白神山地と縄文遺 跡群合同フェア（鹿角・山本 地域振興局と合同） 開催日：R3.11.7 場所：ALVEきらめき広場 内容：パネル展示、出土品展 示、世界遺産ミニ講座、周辺観 光PR等 ⑥商工団体連携PR 制作したシールの商品貼付に より購入者等へ遺跡PR ⑦北秋田地域観光PRフェア 開催日：R4.3.12～13 場所：秋田県アンテナショップ 「あきた美彩館」 内容：遺跡パネル展、小学校制 作のぼり旗展示、北秋田地域 物産販売等	県	観光客	令和3年4月1日 令和4年5月20日	・鹿角地域振興局と連携し、大 湯環状列石と伊勢堂岱遺跡を 「秋田の縄文遺跡群」として、世 界遺産登録後は、山本地域振 興局とも連携し、「秋田の世界 遺産」として全県に向けて周知 した。伊勢堂岱遺跡のウェブサ イトの閲覧者数が令和2年度の 7,865から令和3年度は23,414 へと伸びた。 ①大館能代空港ロビー用電照 広告掲出では、空港搭乗者約1 万人に、パネル展示では、空港 搭乗者約8千人に向けてPRし た。 ②阿仁合駅ウエルカムステー ションでのパネル展示では、来 場者約1千人に向けてPRした。 ③道の駅等でのロールアップパ ナーの掲示では、少なくとも道 の駅入込客及び空港搭乗者約 35万人に向けてPRした。 ④管外観光施設でのパネル展 示では、GW期間搭乗者及び入 村者約2万人に向けてPRした。 ⑤世界遺産合同フェアでは150 名の来場者があり、秋田の世 界遺産の魅力を知ってもらう機 会となった。 ⑥北秋田市商工会員販売商品 等への貼付用として遺跡PR用 シールを2万枚配布し、PRした。 ⑦観光PRフェアでは約3千人の 来場者があり、北秋田地域の 魅力発信を行った。	・遺跡への観光誘客を促進する ためのPR活動等を積極的に展 開し、大館能代空港や秋田内 陸線など地域交通インフラを活 用した縄文遺跡群PRを行うな ど観光客等への情報発信を行 うことができた。 ・地元以外での認知度を高める ため、秋田市を中心に近隣エリ アでのPRを行い、北秋田地域 への訪問意欲を喚起する必要 がある。

事業名	部名	部長名	担当課	担当班名	電話番号	事業目的・必要性	事業費 (円)	事業実施状況	事業実施主体	事業 対象者	事業決定月日 (部局長会議等) 及び評価確定日	事業効果 (成果・満足度)	自己評価
内陸線を活用した観光誘客促進事業	総務企画部	高橋公康	地域企画課	企画・観光振興班	0186-62-1251	内陸線を利用する観光客等が車窓からの景色を楽しみ、沿線の観光情報を入手しながら移動できるように、田んぼアートによる景観向上とQRコードを活用した観光情報の提供を行うことにより、秋田内陸線の利用促進を図る。	947,792	・田んぼアートを秋田内陸線沿線2カ所で実施した。 実施箇所 北秋田市小淵、平里 ・QRコードを活用した情報発信事業 伊勢堂岱遺跡紹介パネル及び阿仁合駅街歩きマップをQRコードによりスマホ等で読み込む多言語版データを制作。 ・広域観光促進事業 伊勢堂岱遺跡のパネル展を実施 開催日：R3.9.17～11.30、場所 秋田内陸線角館駅待合室スタジオ	県	観光客	令和3年4月1日 令和4年5月20日	・内陸線乗客のアンケートでは、85%の方が「満足・大満足」と回答し、「田んぼアートを見るために乗車したい」という回答も51%となるなど、満足度は高かった。 ・QRコードの活用により、既存情報の利活用の拡大につなげることができた。 ・紅葉時期の角館駅における伊勢堂岱遺跡のパネル展示により、観光客を内陸線を利用した遺跡観光への誘導につなげることができた。	・地域住民や様々な関係機関の協力により、内陸線沿線を彩る魅力的な観光コンテンツを創り上げることができた。 ・QRコードをスマホで読み込むことにより、既存の情報に手軽にアクセスすることができ、観光客の利便性の向上につながった。 ・角館駅でのパネル展実施により、首都圏等からの新幹線利用者を内陸線等を利用した世界遺産への誘導につなげることができた。 ・田んぼアートにより沿線の魅力発信に取り組むとともに、内陸線の取組を活用した伊勢堂岱遺跡及び周辺観光施設の周遊による誘客の拡大取り組むものとする。
県内外への北秋田地域の魅力発信事業	総務企画部	高橋公康	地域企画課	企画・観光振興班	0186-62-1251	県及び観光連盟が主催する観光PRイベントや、管内の市村、観光事業者等と連携して行う観光PR・物産販売において、地域の特産品や観光施設等の情報発信を行い、管内への誘客を図る。	287,531	・管内の事業者と連携した旅行エージェントやメディアへの訪問についてはZoomを活用しオンラインで実施した。 オンラインエージェントセールス実施日：R4.1.18、管内参加事業者7社、エージェント 5社 ・管内最新情報の提供と意見交換のため首都圏エージェント訪問を実施した。 実施日：R4.3.11、訪問エージェント 5社 ・管内リモートワーク施設（7施設）について、秋田県移住・定住ポータルサイト「秋田暮らしはじめの一步」にて紹介記事を掲載するとともに、管内ワーケーションPR動画（YouTube）を作成・配信（北秋田市地域おこし協力隊斎藤美奈子氏による）し、同サイトのコンテンツとするとともに、各市村ページとのリンクで一体的に情報発信した。	県	観光客、首都圏・隣県在住者	令和3年4月1日 令和4年5月20日	・オンラインでのPRを実施したことで、東京のエージェント5社に管内の情報発信のほか、管内参加事業者とエージェントが連絡を取り合うことができるようになった。 ・首都圏エージェント訪問では、オンラインセールス後の最新情報の提供と意見交換を直接訪問し実施することで、より深いPRができた。 ・管内リモートワーク施設の紹介記事の閲覧数は公開から3月末までで全施設合計732となり、管内ワーケーションPR動画の再生回数は配信から3月末までで1,200回となった。	・PRイベントへの参加については新型コロナウイルスの感染状況を踏まえ、適宜判断していく必要がある。 ・首都圏のエージェントへのPRは、直接訪問ではなく、引き続きZoom等を活用しオンラインでの実施を検討していく必要がある。
森吉山を中心とした地域の観光情報発信事業	総務企画部	高橋公康	地域企画課	企画・観光振興班	0186-62-1251	株式会社山と溪谷社と令和2年度に実施したモニター特派員のツアー取材記事を登録会員が多い情報サイトに掲載することで、幅広い登山愛好家へ森吉山の登山情報・周辺地域の魅力発信を行い、認知度の向上と、当地への訪問意欲の喚起を図る。	825,000	- R3.2.5～8に実施したモニターツアーの取材記事を「ヤマケイオンライン」に掲載し、情報発信を行った。 - 掲載期間：R3.11.15～R4.1.15 - 掲載内容：森吉山（樹氷観賞、トレッキング、夜の樹氷観賞） - マタギ文化体験（マタギ語り、かんじき体験、雪中鍋）、等	県	登山客、観光客	令和3年4月1日 令和4年5月20日	・掲載期間のページビューは10,412PVとなり、Facebookいいね数も2,162を記録した。ツアー関係者のSNSにも関係記事の掲載、シェアが複数確認されており、ヤマケイオンライン記事以外でも一定の発信を実施できた。	・モニターツアーの取材記事掲載を通して、幅広い登山愛好家へ冬季の森吉山の登山情報・周辺地域の魅力を発信することができた。 ・引き続き、雑誌広告によるパブリシティの獲得やエージェントセールスにより、森吉山の四季の魅力をPRし、周辺観光地・施設との周遊による誘客の拡大に取り組むものとする。