

令和4年度 秋田県観光振興ビジョンに基づく主な取組結果について【重点施策】

資料2

※1：指標名①「アキタファン」アクセス数 ②観光地点等入込客数 ③延べ宿泊者数 ④外国人延べ宿泊者数 ⑤観光消費額 ⑥来訪者満足度 ⑦リピーター率

※2：方向性毎の評価（a、bの判定数に基づき判断したもの。観光振興ビジョンに関する総合評価は、別添【資料3】に記載）

施策体系	ビジョンに記載している主な取組の例	令和4年度の主な取組・成果	課題・今後の対応等	指標※1・達成率	判定	評価※2
重点施策1 自立した稼ぐ観光エリアの形成						
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						
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	①データ分析に基づく顧客への戦略的な情報発信 ②旅アトのフォローによる持続的な関係構築 ③次回の来訪の促しやEC(電子商取引)サイトへの誘導	①R4年度より、データに基づく観光施策の実施を可能とする「秋田県観光データマネジメントプラットフォーム(秋田県観光DMP)」の構築に向け、男鹿エリアを皮切りに旅行者データの収集・分析に係る実証事業を開始、次年度以降の取組を整理 ②③経営効率化に向けたデジタル技術を活用したシステム導入(PMS、POS、自動チェックイン機等)への助成(8件)	◎DMPIについて、事業者によってデータ活用に対する理解に大きな差がある。 →新たに対象エリアを広げつつ(鹿角市・仙北市)、一方で地域での活用を促進するため、DMOを対象とした研修会を開催する。	⑥ 90.0% ⑦ 102.6%	b a	A
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	①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 ②新たなビジネス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 ③顧客満足度の向上に向けたPDCAサイクルによる業務改善の徹底	①経営効率化に向けたデジタル技術を活用したシステム導入(PMS、POS、自動チェックイン機等)への助成【再掲】 ②宿泊施設におけるサービスの高付加価値化(個室露天風呂、サウナ、ペット対応客室等)に向けた施設整備等への助成(16件) ②観光事業経営の知識・動向を学ぶ「観光秋田未来塾(テーマ:外国人材の受入と活用)」を開催(R5.2月開催、26名) ②③経営者を対象とした生産性向上セミナー(テーマ:人口減少時代における新たな観光需要の創造)を開催(5月開催、3地域、計55名)(R5.2月開催、3地域、計44名)	◎1人当たりの観光消費額は、他県と比較すると低い。 →宿泊施設におけるサービスの高付加価値化に向けた取組を支援する。 →滞在期間が長く、観光消費額が高いインバウンド誘客の拡大に向けた取組を進める。	⑤ 123.8%	a	
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	①宿泊施設の魅力アップによる客単価の向上 ②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 ③ガイドを活用した体験プログラムの提供	①宿泊施設におけるサービスの高付加価値化に向けた施設整備等への助成【再掲】 ①②宿における県産食材を生かした食の磨き上げ、食や酒とタイアップした高単価の新プラン造成に向けたセミナーを開催(6月～7月開催、計62名)(食事プラン造成アドバイザー、5施設、計15回) ③秋田ならではの自然や文化を活用した体験型コンテンツ等の商品化、販路確立の支援(ゆざわ観光ガイド魅力アップ事業、他8件)				
方向性(2) 多様な業種との連携によるブランド力の向上						
取組方針① 地域の特性に応じた推進体制の構築	①DMO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 ②DMOや観光協会の活動を支える財源確保の検討 ③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	①誘客や受入態勢の強化に繋げるため県内DMOの連絡会議の開催 ①DMO設立を目指す湯沢雄勝地域の動きを支援するため、地元で開催される会議への出席 ②(なし) ③経営者を対象とした生産性向上セミナーを開催【再掲】	◎観光エリア一体となった誘客促進に向けた取組が不足している。 →事業者を対象としたエリア全体の価値を高めて集客につなげている事例を紹介するなどのセミナーを開催する。	② 90.3% ③ 95.6% ⑤ 123.8%	b b a	B
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	①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 ②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 ③地元企業への発注などによる地域活性化への配慮 ④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	①首都圏企業に勤める会社員を対象とした、「宿泊」・「食」・「体験」等の観光コンテンツを組み合わせたモニターツアーの実施(2地域:9組15名) ②(なし) ③経営改善システムの導入や付加価値が高いサービス提供に係る施設整備の補助金申請に当たり、県内発注を行う申請事業者に対し審査で加点 ④(地域別プロジェクトで対応)	◎農泊について、事業者の高齢化のほか、誘客に向けた活動に差がある。 →事業継続等に関する現状把握に努めるほか、農泊推進の拠点となる「秋田県農泊ネットワーク(仮称)」を設立を目指し、関係団体等と協議する。			
方向性(3) 観光エリアを支える人材の育成・確保						
取組方針① 観光人材の育成・採用、外部人材の活用	①観光地経営を牽引するリーダーの育成・採用 ②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 ③観光を学ぶ大学生等の県内雇用につなげる産学接続の推進 ④農林水産系高校・大学、調理師養成教育機関での「持続可能な観光」を学ぶ機会の創出	①経営者を対象とした生産性向上セミナーを開催【再掲】 ①最新の観光事業経営の知識・動向を学ぶ「観光秋田未来塾」を開催【再掲】 ②県認定の「あきた白神認定ガイド」資格を更新するための講習等を実施(5月、9月、10月、ガイド資格更新者数:5名) ③新卒者等を対象とした連盟会員企業による就職説明会を開催(7月開催、8団体、学生10名)(R5.2月開催、9団体、学生9名) ③連盟会員企業のアルバイト求人情報を県内大学等に提供(2施設、2名採用) ④ノースアジア大学において、秋田県観光振興ビジョンに基づく施策を紹介したほか、3事業者から宿泊・観光業の取組に係る講演を実施(11月、学生約20名参加)	◎観光業における人材不足が深刻となっている。 →経営者を対象とした職場環境の改善を目指したセミナーを開催するほか、従業員の意欲・スキルの向上を図るワークショップを開催する。	⑥ 90.0% ⑦ 102.6%	b a	B
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	①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 ②小中高生による観光ボランティアガイドの育成 ③県庁出前講座による観光教育の充実	①教育旅行等の新規参加者向け研修会の開催(10月開催、20名) ①SDGsをキーワードとした農泊地域での教育旅行のPRを実施(市場調査:R5.2月、札幌市・仙台市)(事業者向け研修会:R5.3月、2回開催(大館市・美郷町)、計34名) ①世界遺産白神山地をフィールドとする白神体験塾による環境教育を実施(小学4～6年生対象)(夏季プログラム:7月～8月実施、61名)、(秋季プログラム:10月、35名) ②(なし) ③本県の観光の特色や状況等に係る県庁出前講座を開催(5回、247名) ③グリーン・ツーリズムに係る県庁出前講座を開催(6月開催)				

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						
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						
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	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	①R4年度より、データに基づく観光施策の実施を可能とする「秋田県観光データマネジメントプラットフォーム(秋田県観光DMP)」の構築に向け、男鹿エリアを皮切りに旅行者データの収集・分析に係る実証事業を開始、次年度以降の取組の整理【再掲】	◎デジタルマーケティングによって把握した本県に関心の高いターゲット層に対する認知度を高める必要がある。 →ターゲットの分析を進めるほか、東北及び新潟県と連携した広域的なプロモーションを展開する。	① 140.5%	a	A
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	①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 ②東北各県や東北観光推進機構との連携によるDMP(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	①県公式観光サイト「アキタファン」へ誘導するWEB広告、SNS等によるデジタルプロモーションの配信と結果の調査・分析(「アキタファン」へのアクセス数2,108千件) ①データに基づくマーケティング手法の取得等に向けたワークショップの開催(R5.3月開催、16名) ②東北観光DMPの動態データを活用した国内・海外(欧州・アジア圏)観光客のニーズ分析を実施				
方向性(2) ターゲットに応じた戦略的なプロモーション						
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	①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 ②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 ③SNS、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 ④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	①県公式観光サイト「アキタファン」へ誘導するWEB広告、SNS等によるデジタルプロモーションの配信と結果の調査・分析【再掲】 ①デジタルプロモーションの活用に向け、連盟会員企業を対象とした研修会を開催(R5.3月開催、19名) ①連盟会員企業を対象としたデジタルプロモーション導入経費への助成(3件) ①③県が運用している各種SNSを活用し、秋田の旬の情報や魅力を発信(あきたびじょんInstagramフォロワー数26,024) ①インフルエンサーによる連盟会員施設等のSNSを活用した情報発信(8月:ミルハス近隣施設等)(9月:旧料亭金勇・道の駅ふたついで等) ②オンライン観光の導入に向けた連盟会員企業を対象としたワークショップの開催(6月～8月:3回実施、12名) ②オンラインツアーの開催(R5.1月小安峡温泉で開催、3名参加) ④集客力の高いページや閲覧度の高いページを毎月分析し、さらなる検索上位を狙えるように説明文のリライトや訴求力の高い写真への差し替えを随時実施	◎デジタルマーケティングによって把握した本県に関心の高いターゲット層に対する認知度を高める必要がある。 →ターゲットの分析を進めるほか、東北及び新潟県と連携した広域的なプロモーションを展開する。 ◎他県と比べて低い観光に関する認知度を高める必要がある。 →効果的なプロモーションを展開するためにターゲットを絞り込んだデジタルプロモーションを継続していく。	① 140.5%	a	B
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	①JR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 ②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 ③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 ④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 ⑤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 ⑥交通事業者と連携したプレジャーの推進	①北東北三県、JR東日本等と連携した大型観光キャンペーンの実施(キャンペーン期間:7/1～9/30) ①近隣県からのツアー客に対して連盟会員施設(宿泊除く)で使えるクーポンを発行(7月～R5.3月:1,140枚) ②小松空港・広島空港・宮崎空港圏域を対象とした羽田空港乗継旅行商品の造成・販売への支援(9月～R5.2月:13件催行、送客数287名)と誘客プロモーションの実施(8月:宮崎市、金沢市、広島市でイベント及びメディア訪問等実施) ③LCCや国際空港の運営会社との継続的な情報交換の実施 ④フェリーと県内航空路線、もしくは秋田新幹線を組み合わせた旅行商品造成に対する支援(新千歳線との組合せによる旅行商品1件、送客数14人) ⑤秋田ならではの自然や文化を活用した体験型コンテンツ等の商品化、販路確立の支援【再掲】 ⑥(なし)				
取組方針③ 北海道・東北各県等の連携による広域周遊観光の推進	①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 ②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 ③十和田・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 ④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	①主要な海外市場において、東北観光推進機構や各県との連携により旅行会社の招請や現地旅行博への出展等を実施し、広域周遊を促進 ①北東北三県合同事務所(名古屋、大阪、福岡)と連携し、旅行エージェントやマスコミを招請した旅行商品造成促進やセールスを実施 ②首都圏での商談会によるPR、ファムツアー、映像制作等によるプロモーションを実施(商談会3回) ③(地域別プロジェクトで対応) ④関係自治体が共同で取り組むイルミネーションイベント開催への支援(十和田湖冬物語実行委員会、1団体)				

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

方向性(1)新しい旅行スタイルに対応した誘客の推進

<p>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</p>	<p>①サイクリングやトレッキング、SUPなど、大自然を活用したアウトドア観光の推進 ②湯治文化を生かした長期滞在型観光の推進 ③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 ④心と身体を癒やすウェルビーイングツーリズムの推進 ⑤鉱山、自然エネルギー等、本県の特徴を生かしたMICE(マイス)の誘致 ⑥秋田犬を活用した誘客コンテンツの充実 ⑦花火や星空体験、ライトアップされた観光地など、ナイトタイムツーリズムの推進 ⑧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 ⑨冬の伝統行事体験や酒蔵見学など、地域文化資源を活用した冬季観光の推進 ⑩スノーアクティビティを活用した体験型観光の推進 ⑪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</p>	<p>①②④⑧⑩⑪秋田ならではの自然や文化を活用した体験型コンテンツ等の商品化、販路確立の支援【再掲】 ①雑誌「山と溪谷 夏山JOY2022」(令和4年7月1日発行)の誌面及び登山情報サイト「ヤマケイオンライン」内に設置した特設サイトによる白神山地に係る情報を発信 ①真木真屋エリアでのアクティビティの魅力を実験してもらいイベントの開催(10月、アクティビティ参加者133名) ①真木真屋エリアでのアウトドア・アクティビティのPR及び集客のため、首都圏在住ガイド等向けのモニターツアーの実施(6月、10名参加) ①トレイルランニング大会開催前に登山道の刈払いを実施(8月、トレイルランニング参加者185名) ③首都圏企業に勤める会社員を対象とした、「宿泊」・「食」・「体験」等の観光コンテンツを組み合わせたモニターツアーの実施【再掲】 ③学生を対象とした、各種体験を含めた農家民宿での滞在型旅行を促進する地域を支援(4地域:高校生8名、大学生18名(うち留学生3名):延128泊) ③農家民宿・農家レストランの起業希望者を対象に実践研修を開催(11月開催、8人) ⑤(なし) ⑥エリアなかいちでの「秋田犬」展示や秋田犬ふれあい情報センターで、県内の秋田犬展示施設の情報発信の実施(91日間展示)(来場延べ数24,742人) ⑦⑨ナイトタイムコンテンツを活用した企画等の実施(※コンテンツ内容:花火を活用した夜の誘客イベントなど、延べ68事業)</p>	<p>◎旅行形態やニーズが多様化しているものの、本県の特徴を生かしたコンテンツが不足している。 →世界遺産や国指定重要無形民俗文化財等の多様な自然・文化の魅力を最大限PRするほか、洋上風力発電などの新たな旅行資源を活用した受入態勢の整備に係る市町村等の取組を支援する。 ◎閑散期における、コンテンツの掘り起こしや磨き上げが必要となっている。 →冬季を中心とした、コンテンツの磨き上げやPRを支援する。</p>	<p>② 90.3% ③ 95.6%</p>	<p>b b</p>	<p>B</p>
<p>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</p>	<p>①世界遺産、ダム・橋等のインフラや城址など、個人の趣味や嗜好に対応した観光資源の利活用の推進 ②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の推進 ③五能線、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</p>	<p>①世界遺産を活用した誘客に係る首都圏での商談会によるPR、ファミツアー、映像制作等によるプロモーションを実施 ①気球に乗り世界遺産を上空から楽しむ「世界遺産魅力アップ事業」を、大湯環状列石(7/31、10/23)と伊勢堂岱遺跡(7/24、10/16)で実施(搭乗数:168名) ②秋田ゆかりのアニメ・マンガのキャラクターを活用した各種事業の実施(7/20、埼玉県・熊本県とクレヨンしんちゃん家族都市協定を締結) ②県外メディア制作サイドへの積極的な売り込み、関係構築(全国ロケ地フェアに参加) ②ロケ支援ネットワークの連携強化(ジャパン・フィルムコミッション認定研修へ出席) ③JR東日本秋田支社、沿線市町村等により組織される五能線沿線連絡協議会へ参加 ③第三セクター鉄道が実施する貸切列車の割引利用への助成(4月～R5.2月まで実施、2事業者へ助成) ③第三セクター鉄道が実施するリピーターチケットの無償提供への助成(4月～R5.2月まで実施、2事業者へ助成) ③観光イベント列車のリニューアル整備への助成(由利高原鉄道「ノスタルジックトレインちようかい号」及び「鳥海おもちゃ列車」)</p>	<p>◎閑散期における、コンテンツの掘り起こしや磨き上げが必要となっている。 →冬季を中心とした、コンテンツの磨き上げやPRを支援する。</p>	<p>⑥ 90.0% ⑦ 102.6%</p>	<p>b a</p>	<p>B</p>
<p>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</p>	<p>①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 ②地域の暮らしに触れる体験型観光の推進 ③ECサイトやライブコマースを活用した県産品の購入促進による継続的な関わり合いの構築 ④ワーケーションなど、地域との多様な関わり方を可能とする滞在環境の整備 ⑤SNS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</p>	<p>①市町村等との協働による地域課題解決型のワーケーションコンテンツの発掘・磨き上げ(10コンテンツ) ②「地域課題を通じた地域の人との交流」が得られるワーケーションモデルツアーの実施(3回/県央:9/1～4、県南:10/17～20、県北:R5.1/21～24) ③経営効率化に向けたデジタル技術を活用したシステム導入(PMS、POS、自動チェックイン機等)への助成【再掲】 ④本県でワーケーションを行う企業や団体への支援(10万円・11件) ④企業等のワーケーションを誘致した旅行事業者への支援(30万円・1件) ④ワーケーションガイドブック等を活用した大都市圏企業等へのアプローチ(ガイドブック・ガイドマップ各1,700部作成) ⑤県が運用している各種SNSを活用し、秋田の旬の情報や魅力を発信【再掲】 ⑤インフルエンサーマーケティング、動画制作及びプロモーションによるワーケーションの認知度拡大(インフルエンサーマーケティングによるリーチ数約31万件)</p>	<p>◎閑散期における、コンテンツの掘り起こしや磨き上げが必要となっている。 →冬季を中心とした、コンテンツの磨き上げやPRを支援する。</p>	<p>⑥ 90.0% ⑦ 102.6%</p>	<p>b a</p>	<p>B</p>

方向性(2)SDGsの視点に対応した持続可能な観光の推進

<p>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</p>	<p>①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 ②SDGsの視点を踏まえた修学旅行プログラムの充実</p>	<p>①秋田ならではの自然や文化を活用した体験型コンテンツ等の商品化、販路確立の支援【再掲】 ②教育旅行に係る新たなコンテンツ開発・磨き上げ等の取組への助成(19件) ②教育旅行誘致に係る説明会の開催、セールス活動の実施(誘致キャラバンの開催:7/12～14札幌)(誘致説明会の開催:8/31札幌)(その他取組内容:大都市圏での商談会5回) ②SDGsをキーワードとした農泊地域での教育旅行のPRを実施【再掲】</p>	<p>◎教育旅行について、SDGsを取り入れたプログラムなど、ニーズに対応したコンテンツの増加が急務となっている。 →新規コンテンツの商品化と既存のコンテンツをブラッシュアップしつつ、ニーズ調査で本県へ興味を示す学校を対象とした招聘事業を行う。</p>	<p>② 90.3%</p>	<p>b</p>	<p>B</p>
<p>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</p>	<p>①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 ②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 ③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</p>	<p>①伝統行事の体験型プログラムを活用したワークショップの開催(9月～R5.1月計6回、参加者150名)と実演披露・成果発表会の実施(R5.2/5、参加者924名) ①伝統芸能(秋田民謡)を次世代に継承することを目的とした若手主体の公演の実施(6/18、参加者900名) ①秋田を代表する伝統芸能や伝統行事が一堂に会した祭典の実施(あきた2022伝統芸能フェスティバル:男鹿市、10/22～23、参加者40,457名) ②県内食品製造業におけるSDGsの取組を推進するための研修会や機能性食品素材に係る情報交換会を開催したほか、酒粕を肥料に使用した資源循環型の酒造りの実証を実施(1蔵元) ③観光事業者が行う省エネルギー化に向けた設備整備等(LED化、二重サッシ、省エネ型エアコン設置等)への助成(49件)</p>	<p>◎文化芸術を担う若手や文化芸術活動を行う団体等を支援し、県全体の文化振興の向上を図る必要がある。 →文化団体等が行う活動への助成や文化芸術活動に取組やすい環境づくりを進め、県民が文化芸術に触れあう機会の確保や若手の育成を図る。</p>	<p>② 90.3%</p>	<p>b</p>	<p>B</p>
<p>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</p>	<p>①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 ②地域の魅力の再認識を通じた、地域を支える気運の醸成</p>	<p>①あきた県民割キャンペーンなどの実施により県民の県内流動を促進(933,416人泊) ①学生を対象とした、各種体験を含めた農家民宿での滞在型旅行を促進する地域を支援【再掲】 ②(地域別プロジェクトで対応)</p>	<p>◎文化芸術を担う若手や文化芸術活動を行う団体等を支援し、県全体の文化振興の向上を図る必要がある。 →文化団体等が行う活動への助成や文化芸術活動に取組やすい環境づくりを進め、県民が文化芸術に触れあう機会の確保や若手の育成を図る。</p>	<p>③ 95.6%</p>	<p>b</p>	<p>B</p>

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

<p>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</p>	<p>①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 ②県内外のシェフ等の「食」を担う人材の育成及び誘致 ③本県の魅力ある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 ④アンテナショップ、県産品ネット販売の活用など、旅ア需要と再訪意欲の喚起</p>	<p>①宿における県産食材を生かした食の磨き上げ、食や酒とタイアップした高単価の新プラン造成を支援【再掲】 ②(なし) ③地域をあげて発酵の郷づくりに取り組む団体等が行う誘客に向けたプロモーション活動への助成(2件) ③あきた発酵ツーリズムガイドブックの情報更新(12月発行)及びウェブサイトやSNSを活用した情報発信 ④アンテナショップを活用した特産品販売や毎月定例イベントのほか季節のイベント等の開催(5件)</p>	<p>◎発酵ツーリズムについて、他自治体でも同様の取組がなされていることから、差別化を図る必要がある。 →郷土食や特産品等、本県独自の食コンテンツを広く活用し、食と観光との連携による食の周遊化に向けた取組を推進する。</p>			
<p>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</p>	<p>①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 ②あきた芸術劇場「ミルハス」を拠点とした本県文化の発信 ③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) ④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)</p>	<p>①伝統行事の体験型プログラムを活用したワークショップの開催と実演披露・成果発表会の実施【再掲】 ①学生を対象とした、各種体験を含めた農家民宿での滞在型旅行を促進する地域を支援【再掲】 ②あきた芸術劇場ミルハスの開館を契機とした多彩な文化芸術公演の実施や文化・観光情報の発信(開館記念式典:6/5、参加者742名)(グランドオープン記念特別公演:9/23、参加者1,893名)(県民・市民参加型ミュージカル公演:R5.1/14・15、参加者1,339名) ③秋田ならではの自然や文化を活用した体験型コンテンツ等の商品化、販路確立の支援【再掲】 ④ナイトタイムコンテンツを活用した企画等の実施【再掲】</p>	<p>◎ミルハスの開館に伴う文化振興に関する気運の高まりを県民の文化芸術活動の促進と県全体の文化振興につなげる必要がある。 →ミルハスの優位性を最大限にPRし、集客力のある公演や周辺施設等と連携したイベント等を実施する。</p>	<p>② 90.3%</p>	<p>b</p>	<p>B</p>
<p>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</p>	<p>①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 ②プロスポーツにおけるアウェイツーリズムの推進 ③プロスポーツ試合会場での物販や秋田の祭りの紹介による、本県の魅力の発信</p>	<p>①県が補助する地域の活性化を図る目的で開催されるスポーツ大会等において、本県の観光や物販のPR・販売等を実施(100[*]。チャレンジマラソンほか、採択件数:4件) ①県外のスポーツ団体、県内のスポーツ団体と交流を図る県内合宿や大会に対して補助(スポーツ合宿等による延べ宿泊者数:1,430人) ②プロスポーツチームと連携し、ユニフォーム、試合会場内のバナー等への本県情報の掲出による情報発信に対する支援(ユニフォームに本県ロゴを掲出し、ホーム・アウェイ戦に出場した試合数:110試合) ③県外事務所とプロスポーツチームが連携し、物販及び観光PRブースを出展(ブラウブリッツ秋田のアウェー戦での実施、5/15ジェフ千葉戦、7/6横浜FC戦)</p>	<p>◎スポーツ大会等の開催に当たり、観光PR等に係る取組を充実させる必要がある。 →開催支援に当たっては、観光・文化・食などの多様な観光資源を活用した効果的なPRなどの取組の拡充について、大会主催者等に対し協力を求める。</p>			

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

方向性(1)快適に秋田を満喫できる滞在環境の整備

<p>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</p>	<p>①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 ②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 ③三密防止、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 ④旅行者との接点(タッチポイント)におけるデジタル化の促進 ⑤災害発生時における旅行者の避難などの安全対策の実施</p>	<p>①連盟会員施設のスタッフを対象としたおもてなしなどの接客スキル向上につながる研修会を開催(6月開催、3ヶ所、28名) ②宿泊施設におけるサービスの高付加価値化に向けた施設整備等への助成【再掲】 ③空気清浄機など、新型コロナウイルス感染防止対策に係る設備整備等への支援(R3年度実施済) ③新型コロナウイルスの感染防止対策として、自然公園内の公衆トイレ(14箇所)等の改修を実施 ④経営効率化に向けたデジタル技術を活用したシステム導入(PMS、POS、自動チェックイン機等)への助成【再掲】 ⑤(なし)</p>	<p>◎旅行者に優しい「心のバリアフリー対応認定制度」について、県内で認定を受けている施設は4施設のみとなっている。 →県及び県観光連盟主催の講習会や会議の場など、あらゆる機会を活用して、制度の周知を図る。</p>	<p>② 90.3% ③ 95.6%</p>	<p>b b</p>	<p>B</p>
<p>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</p>	<p>①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 ②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の推進</p>	<p>①宿泊施設におけるサービスの高付加価値化に向けた施設整備等への助成【再掲】 ②バリアフリー状況の調査、観光コンシェルジュ(バリアフリー担当)の配置(バリアフリー状況調査 10件)(マナー研修、9月開催、2ヶ所、17名)(旅ガイドの発行、3,000部) ②高齢者や外国人を含む、全ての観光客を対象とした相談等を行う「あきた旅のサポートセンター」、「秋田バリアフリーツアーセンター」の運営(問い合わせ件数965件) ②バリアフリー対応や情報発信に積極的に取り組む観光施設を対象とした「心のバリアフリー対応認定制度(観光庁)」に係る周知を実施(宿泊施設:3件、観光案内所:1件)</p>		<p>⑤ 123.8%</p>	<p>a</p>	

方向性(2)旅行者がストレスなく移動できる環境の構築

<p>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</p>	<p>①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 ②AIオンデマンド乗合タクシーやMaaS(マース)など、新たなモビリティサービスの導入に向けた支援 ③バスロケーションシステム等のデジタル技術の活用による移動環境の整備 ④乗合バスへのICカード導入による地域公共交通の利便性向上</p>	<p>①AIを活用した目的地までのマッチングサービス「nearMe」を活用した実証事業を秋田空港のエアポートライナーの一部路線で実施したほか、美郷町内においても観光シェアタクシーとして実証事業の開始に向けた検討を開始 ②市町村や交通事業者等が行うデジタル技術の活用による利便性向上の取組等への助成(市町村・事業者向けオープンデータ活用講座2回開催、デジタルサイネージ設置運用実証試験4カ所) ③バスロケーションシステムを導入する乗合バス事業者等への助成(2件) ④交通系ICカードの導入によりキャッシュレス化を図る乗合バス事業者への助成(1件)</p>	<p>◎コミュニティ交通やデマンド交通など、地域の実情に応じた効果的な交通ネットワークの確保が課題となっている。 →交通事業者や市町村が主体による先進的・モデル的な取組への補助を通じて、デジタル技術を活用した新たなモビリティサービスの導入を促進する。 →二次アクセスについて、「nearMe」を活用した実証事業の検証を行う。</p>	<p>② 90.3%</p>	<p>b</p>	<p>B</p>
<p>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</p>	<p>①QR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 ②Googleマップへの観光情報等の登録充実</p>	<p>①経営効率化に向けたデジタル技術を活用したシステム導入(PMS、POS、自動チェックイン機等)への助成【再掲】 ②県内の観光関連事業者(市町村、DMO、民間事業者等)向けにGoogleマップの活用方法等に係る実務的なセミナーを開催(9月～11月:開催回数5回、参加者計67名、登録スポット数50件)</p>				

重点施策5 戦略的なインバウンド誘客の推進

方向性(1)ターゲットを的確に捉えた誘客の推進

<p>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</p>	<p>①渡航再開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 ②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) ③インバウンドに対応したランドオペレーター機能の充実 ④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) ⑤ALT(外国語指導助手)・技能実習生・留学生など在外外国人を対象としたモニターツアーの実施 ⑥世界に向けた秋田の「NOUHAKU(農泊)」の誘客促進 ⑦北東北と連携した冬季観光誘客プロモーションの展開(再掲)</p>	<p>①各市場の渡航再開状況等を踏まえた、各種誘客施策の推進(台湾、韓国、中国、タイの現地コーディネーターによる情報の収集・発信) ①県公式観光サイト「アキタファン」へ誘導するWEB広告、SNS等によるデジタルプロモーションの配信と結果の調査・分析【再掲】 ①デジタルプロモーションの活用に向け、連盟会員企業を対象とした研修会を開催【再掲】 ①連盟会員企業を対象としたデジタルプロモーション導入経費への助成【再掲】 ②SNS等を活用したFIT向けの情報発信の実施(リーチ数10,093千件) ③台湾からの少人数ツアーの誘客促進に向け、ランドオペレーターと現地旅行会社のマッチングを実施 ④秋田ならではの自然や文化を活用した体験型コンテンツ等の商品化、販路確立の支援【再掲】 ⑤県内大学留学生向けのモニターツアーの実施 ⑥学生(留学生を含む)を対象とした、各種体験を含めた農家民宿での滞在型旅行を促進する地域を支援【再掲】 ⑦東北観光推進機構や各県との連携による国内在住の海外メディア招請等の実施(旅行会社、インフルエンサー招聘)</p>	<p>◎コロナの影響等により訪日市場や旅行ニーズが変容している状況を踏まえ、今後のターゲット市場を検討する必要がある。 →滞在日数や観光消費額が多く本県のコンテンツに親和性を有する欧州市場を新たなターゲットに据え、市場調査や情報発信等を実施する。</p> <p>◎インバウンド需要の回復が見込まれている中、クルーズ船の誘致などに向けた他都道府県との競争が激化している。 →インバウンド需要の回復に向け、市場特性に応じたSNS等での継続的な情報発信を行うとともに、クルーズ船の継続的な寄港を促進する。</p> <p>◎秋田空港の国際線受入に係る人材不足等により、最重点市場である台湾からの直行便誘致が遅れている。 →グランドハンドリング等関連事業者による人材確保に向けた取組を支援する。</p>	<p>① 140.5% ② 90.3% ④ 162.8%</p>	<p>a b a</p>	<p>A</p>
<p>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</p>	<p>①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 ②羽田空港や新千歳空港等からの秋田空港への乗継利用の促進 ③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 ④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</p>	<p>①台湾において、チャーター便の運航再開に向け、現地旅行会社や航空会社へのセールス等を継続的に実施 ②乗継利用を含む両空港イン旅行商品の造成支援 ③LCCや国際空港の運営会社との継続的な情報交換の実施 ④台湾から仙台空港等を利用して本県を訪問・宿泊するツアーに対し広告費を支援(6ツアー、197名)</p>				
<p>取組方針③ クルーズ船の誘致活動の推進</p>	<p>①海外船社や旅行会社を対象としたファムツアー等の実施による誘客促進 ②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</p>	<p>①海外船社や旅行会社を対象としたファムツアーを実施(2回)、ランドオペレーター等旅行会社等との商談会を実施(1回、5社、11名参加) ②全国クルーズ活性化会議等の参加団体と連携しながら、海外のクルーズ船社等との商談を実施(幹部招聘は実績なし)</p>				

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

<p>取組方針① 異文化理解に基づいた受入態勢の充実</p>	<p>①最新技術による多言語翻訳機能等の利活用の促進 ②外国人旅行者に対応した多言語表記の充実・観光案内所など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 ③キャッシュレスなどの非接触型機器の活用やWi-Fi環境整備の推進(再掲) ④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</p>	<p>①②観光案内所スタッフを対象とした訪日外国人観光案内対応研修を開催(9月開催、8団体、8名)(R5.1月開催、14団体、18名) ②観光コンシェルジュ(インバウンド担当)の配置(問い合わせ件数54件) ②館内案内等を多言語翻訳するサービスを提供(5団体、22件) ③経営効率化に向けたデジタル技術を活用したシステム導入(PMS、POS、自動チェックイン機等)への助成【再掲】 ④(なし)</p>	<p>◎訪日外国人の旅行ニーズは多様化しており、旅行者の満足度を向上させるための受入態勢を強化していく必要がある。 →観光案内所での対応力強化のほか、現地発着旅行商品の造成・販売に向けた体制づくりを支援する。</p>	<p>② 90.3% ⑥ 90.0%</p>	<p>b b</p>	<p>B</p>
<p>取組方針② 多様な食文化への対応の促進</p>	<p>①ベジタリアン、ヴィーガン等に対応した食事メニューの提供 ②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) ③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)</p>	<p>①ハラール・ビーガンなどの食の多様性に係るセミナーを開催(R5.1月開催、11団体、21名) ②(なし) ③宿における県産食材を生かした食の磨き上げ、食や酒とタイアップした高単価の新ブランド造成を支援【再掲】</p>	<p>◎自然災害への対応として、観光業における危機管理体制の整備を図る必要がある。 →観光庁や日本観光振興協会が作成したBCP作成手引きなどのツールを周知する。</p>			