

鹿角地域【目指す姿】北東北のど真ん中！から世界遺産・国立公園の魅力を発信！ ～90分圏内で秋田・青森・岩手を楽しむ～

※評価方法：理想とする姿を目指した取組が進んでいるかなどの定性的評価

プロジェクトの柱		取組方針	令和５年度の主な取組・成果	総合評価※	課題・今後の対応方針
1	世界文化遺産の「縄文遺跡群」をセールスポイントとした広域連携	(1)体験型観光コンテンツの開発 (2)広域連携による観光誘客	(1)体験型観光コンテンツの開発 ①JOMON体感事業によるコンテンツ開発等(鹿角市) ・縄文食メニュー(R3) ・AR・VR体感メニュー(R4) (2)広域連携等による観光誘客 ①深緑から紅葉までぐるっと十和田八幡平観光キャンペーン(盛岡広域振興局と共同) ・十和田八幡平観光パスポート発行:23,000部 ・キャンペーン期間7/22～11/6) ②御所野・大湯・是川・縄文周遊ルートの確立(岩手県北広域振興局と青森県三八地域県民局と共同) ・縄文周遊マップ作成:県内配布用4,000 ・スタンプラリー:7/27～11/30 ③世界文化遺産登録PRパネル展(北秋田地域振興局と共同) ・5/22～6/27、7/3～7/25、9/1～9/29、10/3～10/31 計4回開催 ④白神山地と縄文遺跡群共同パネル展(北秋田・山本地域振興局と共同) ・8/11、秋田駅東西連絡自由通路ぼぼろーどにて開催 ⑤ボランティアガイドの研修(伊勢堂岱遺跡・御所野遺跡と合同) ・11/12、是川石器時代遺跡にて開催 ⑥「大湯環状列石」二次アクセスの検証(鹿角地域振興局) ・タクシーへの半額助成を実施(7/27～10/31)	B	◎大湯環状列石(ストーンサークル館)の入込客数は対前年比で回復傾向だが、引き続き縄文遺跡群を中心とした誘客コンテンツの造成やPRが課題となっている。 →次年度はスタンプラリーを紙媒体からデジタルへ変更し、若者層にも興味を持ってもらうとともに、デジタル化により詳細のマーケティング調査が可能となるため、今後の観光施策の参考データとして活用していく。また、広域連携をしている遺跡同士が双方でPR展示を実施するなど、スケールメリットを生かした取組を引き続き展開する。
2	「鹿角でSDGsを学ぶ！」をテーマにした教育旅行の誘致	(1)鹿角の強みを生かしたSDGs学習メニューの開発 (2)岩手県及び周辺自治体と連携した教育旅行の誘致・PR	(1)鹿角の強みを生かしたSDGs学習メニューの開発(鹿角地域振興局) ①北海道及び北東北の中学校の先生を対象にSDGsに関するアンケート調査を実施 ・324校中110校から回答 (2)周辺自治体と連携した教育旅行の誘致・PR ①学校・旅行会社等を対象に鹿角地域の素材を売り込むキャラバン等を実施(鹿角市・小坂町・かづのDMOと共同) ・7月、11月で北海道への誘致活動を実施 ②観光・宿泊施設、教育関係者等による意見交換会を実施(鹿角地域振興局) ・9月、3月で開催	C	◎鹿角地域への来訪実績の多い北海道の学校では、飛行機を利用した関東への教育旅行の検討が増加しており、今後同地域からの教育旅行受入に影響があると想定される。 →継続的な誘致が課題であることから、鹿角地域一体としてSDGs学習プログラムの作成等コンテンツの磨き上げのほか、キャラバンによる学校訪問を通した誘致活動を展開する。また、新たな売り込み先として首都圏と中心とした関東地方への誘致も検討する。
3	「十和田八幡平国立公園」における新たな魅力創造による誘客促進	(1)八幡平温泉郷エリア (2)十和田湖「西湖畔」エリア (3)十和田湖「和井内」エリア	(1)八幡平温泉郷エリア ①八幡平の魅力アップに向けた構想の策定(鹿角市) ・魅力アップ構想に係る実施設計委託を実施し、E-BIKEを活用したサイクリングコースを試作 ②八幡平二次アクセス整備検討 ・八幡平地区において、鹿角市を中心にNPO法人による自家用有償旅客運送制度の活用を検討 (2)十和田湖「西湖畔」エリア ①アクティビティ及びワーケーションの拠点となる十和田ふるさとセンターの整備(小坂町) (3)十和田湖「和井内」エリア ①「和井内」地区道の駅の周辺整備(小坂町) ・R6に道の駅十和田湖オープン予定 ②ヒメマスによる誘客促進(小坂町) ・道の駅十和田湖でのヒメマス関連の展示等を整備中 ③鹿角・小坂二次アクセス整備検討 ・鹿角花輪駅と十和田湖をハブとした鹿角地域乗合周遊タクシーを検討	B	◎十和田八幡平国立公園では、入込客数が対前年比で回復傾向だが、コロナ禍前の数値には回復しておらず、誘客対策が課題となっている。 →八幡平での新たなアクティビティであるサイクルツーリズムの推進のほか、鹿角地域全般における二次アクセスの整備を検討する。また、「かづのDMO」のエリアに新たに小坂町が加わり地域連携DMOとなり、今まで以上に鹿角市と小坂町を一体としたPRを実施する。

北秋田地域 【目指す姿】リアル“な”体験から リアル“を”体験する奥秋田への誘い ～来なくとも楽しめる 来たらもっと楽しめる 大館・北秋田～

プロジェクトの柱		取組方針	令和５年度の主な取組・成果	総合評価※	課題・今後の対応方針
1	SDGsに深く関わるマタギ文化を学べるコンテンツづくり	【リアル“な”体験(仮想体験)】 【リアル“を”体験(現実体験)】	【リアル“を”体験(現実体験)】 (1)マタギ体験の提供(秋田犬ツーリズム) ①マタギと一緒に山を歩くインバウンド向けロングトレイル ・造成中のコンテンツではあるが、同事業のアドバイザーを通じATWSで海外のエージェントへ紹介。 ・全般的に反応が良く、興味を持ったエージェント1社がヒアリングに訪れた。同コンテンツへの期待値の高さを確認。 ・観光庁「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり事業」におけるモデル観光地に八幡平エリアが指定されたことを受け、北東北ならではのコアバリューを見出すため当エリアを舞台に同事業の意見交換会を開催。マタギの暮らしを感じられるエクスカージョンを実施し、この地域の人々の生活の中にあるコアバリューを探った。 ・「みちのく潮風トレイル」をはじめとしたロングトレイルコンテンツを海外向けに販売している岩手県の旅行会社と協力し、マタギロングトレイルを商品化するとともに欧米豪富裕層向けに磨き上げていくことで合意。	C	◎マタギ体験の提供については、ルート上にある「安の滝」へ向かう林道が豪雨で崩落し復旧の目途が立たないことや、仙北市玉川温泉周辺におけるクマ被害防止のための入林禁止措置により、これまでに開拓したベストルートでの商品化を断念した。 →状況の改善が難しいことから、まずはショートトレイルの商品化に取り組み、ロングトレイルについても別ルートの開拓・商品化を目指す。 ◎海外の人々の心を動かす「ここにある生活」の価値を表現するために、「マタギ」ならではのサスティナビリティを具現化していく作業が必要。 →観光庁のモデル観光地に指定された八幡平DMOや周辺のDMO、アドベンチャートラベルに関する調査を実施する環境省と連携し、北東北に共通するコアバリューを見出しながら同事業を推進していく。
2	伊勢堂岱遺跡を核とした縄文文化を体験できるコンテンツの開発	【リアル“な”体験(仮想体験)】 【リアル“を”体験(現実体験)】	【リアル“な”体験(仮想体験)】 (1)世界遺産「伊勢堂岱遺跡のXR化」(北秋田市) ①バーチャル体験コンテンツを整備(一般公開はR5.4月～) 【リアル“を”体験(現実体験)】 (1)縄文の暮らしや文化の体験(北秋田市) ①北秋田市縄文まつり」の開催(9/9) ・内容:勾玉づくりや土器・土偶づくり、縄文料理体験等(参加者数:1,201名)	B	◎整備したバーチャル体験コンテンツのさらなる周知が必要であるほか、縄文文化を体験できるイベントを開催し、世界遺産への誘客を図ることが求められる。 →遺跡への誘客促進に向けた取組を進めていく。
3	キラーコンテンツの「秋田犬」を活用したアニマルツーリズムの推進	【リアル“な”体験(仮想体験)】 【リアル“を”体験(現実体験)】	【リアル“を”体験(現実体験)】 (1)ハチ公生誕100年プロジェクト(大館市) 渋谷区等関係機関と協働で、ハチ公生誕100年を記念した誘客イベントを実施したほか、大館市において2つの関連イベントを開催。 ・大館うたの日(8/11 集客2,000人) ・ハチ公生誕100年フェスティバルin大館(11/11～12 集客14,800人) (2)秋田犬とのふれあい体験をアクティビティとして商品化(秋田犬ツーリズム) 秋田犬に会える大館市の旅館「ふるさわおんせん」で、宿泊者以外でも参加できる「秋田犬とのふれあい体験」を商品化し、一般発売を開始。 (3)渋谷の企業向け「ハチ公から秋田を知る」研修旅行(秋田犬ツーリズム) 渋谷の商業施設と連携し、そこで働く人たちを対象に、ハチ公や秋田犬を切り口とした研修旅行を実施。 (テーマ:秋田の魅力と課題、渋谷で働きながらできる地域貢献／計3回実施 27人参加)	B	◎ハチ公に関連した事業について、継続して取り組んでいく必要がある。 →令和5年度に引き続き、8月11日に第2回大館うたの日を開催し、ハチ公に関連した事業を継続していく。 ◎秋田犬への負担を考慮して、参加人数の上限などを設ける必要がある。 →販売開始後も随時調整、見直していく。 ◎「秋田犬の里」における体験のニーズが高い。 →施設側と協議しながら、従来の展示方法よりも秋田犬との距離が近づくような体験を商品化できるよう検討していく。 ◎研修で学びにつながった体験のプログラム化 →さらに充実した研修旅行に磨き上げるとともに、他の企業へも展開できるようプログラム化していく。
4	”奥秋田”を体感できるアクティビティの提供	【リアル“な”体験(仮想体験)】 【リアル“を”体験(現実体験)】	【リアル“を”体験(現実体験)】 (1)樹氷教室【森吉山の樹氷案内協議会】(北秋田市) ・樹氷教室(参加者数:771名) (2)森吉山自然観察会【森吉山阿仁スキー場】(北秋田市) ・ピستنツアー体験(参加者数:74名) ・夜の樹氷鑑賞会(参加者数:82名) ・自然観察会(参加者数:142名) (3)SUP・カヤック体験【R4ガイド資格取得者】(北秋田市) R4年度事業でガイド資格を取得した方のアクティビティ自走化支援として、モンベル・アウトドア・チャレンジを実施。(参加者数:SUP体験12名、カヤック体験13名) (4)野遊びSDGsの推進(大館市) 五色湖エリアでの施設整備や体験メニューの検討。 (商品設計会議6回、体制整備会議7回、モニターツアー3回) (5)自転車をはじめとしたスポーツツーリズム(北秋田地域振興局) 秋田内陸線沿線を巡るテストライド(11/4)を予定していたが、雨天により中止。 (6)「奥秋田」大館の食・歴史・産業コンテンツ開発(秋田犬ツーリズム) 野遊びSDGs事業と連携し、田代名産たけのこのブランド価値向上を目的とした検討会を開催したほか、きりたんぼと比内地鶏をアレンジした新たなグルメの開発を進めている。	C	◎樹氷教室について、収入は受託収入のみで、行政依存からの脱却が課題。また、インバウンドに対しては、指差しツールしかなく、多言語対応に課題がある。 →有償化コンテンツ造成を進め、自走化を目指す。森吉山自然観察会については、現地だからこそ体験できるコンテンツの提供を継続して実施する。 ◎森吉山の自然体験について、ガイド資格取得者により、日本レクリエーションカヌー協会(JRCA)公認団体「森吉山パドルクラブ」が設立され、モンベルホームページでの販売が開始される等、受入れ体制の構築へ繋がった。 →まだ認知度が低いため、情報発信等により認知向上、誘客拡大を図っていく。 ◎SUP・カヤック体験について、継続した提供体制の構築が課題となっている。 →地域住民と協働し地域ならではの体験メニュー等の造成に向けたワークショップ及びモニターツアーを開催し、持続可能な提供体制を構築し、商品化を図る。 ◎サイクルツーリズムの推進について、地域が一体となって進める必要がある。 →大館市等が主催するサイクルイベントと連携するほか、コースマップの作成などサイクルツーリズムを推進し誘客の拡大を図る。 ◎新たな食コンテンツについて、原材料確保や価格設定など、いずれも商品化に向けた課題が残っている。 →どのような食コンテンツとして商品化できるか検討を重ね、形にできるものは改良を加えながらイベント等の機会にモニタリングを実施するなど、親しまれるグルメやお土産品となれるよう議論と改良を継続していく。

山本地域【目指す姿】世界自然遺産「白神山地」に代表される “本物の大自然”と“人”にやさしいサステナブルな観光地域づくり

プロジェクトの柱		取組方針	令和５年度の主な取組・成果	総合評価※	課題・今後の対応方針
1	自然保護と観光振興の両立に向けた白神が有する価値の地元理解促進と地域ブランドの確立		(1)DMO月次会議への参加・課題共有 DMOあきた白神ツーリズムと、白神山地に関連する取組や課題などを共有し、地域ブランド確立について検討や協議を継続。 (2)白神ブランド確立に向けた取組の実施 ①屋久島ガイドを招聘し、白神認定ガイドとの相互研鑽を通じて、ガイドング技術向上と世界遺産相互の連携を図った。(6月) ②白神山地世界遺産登録30周年を記念した「あきた白神観光フォトコンテスト」の実施。(9月～2月 応募291件) ③昨年度開設したInstagramに加え、白神山地の情報に特化したFacebookを開設し、白神山地の情報を多角的に発信。 ④白神山地と同時に世界遺産に登録された屋久島と連携した誘客を図るため、両方の森・景観・水・生き物に焦点を当てた動画を作成。	C	◎白神山地周辺のSDGsに関連する観光資源(洋上風力発電や縄文遺跡群など)の価値を十分に活かし切れていない。 →洋上風力発電や縄文遺跡群などと連携した取組を実施し、広域的に白神ブランドの確立を目指す。 →白神の自然や地域資源などをテーマとしたフォトコンテストを開催し誘客を図る。 ◎令和6・7年度、県道西目屋ニツ井線の道路防災工事に伴い、紅葉時期の10月を除き岳岱自然観察教育林方面が全面通行止めになっている。 →それぞれの季節で白神山地周辺で楽しめる体験型観光コンテンツの造成・発信を行う。 →白神山地周辺地域の情報をinstagram、Facebookやホームページなどで発信していく。
2	環境と人にやさしい受入体制の充実	(1)地域認証制度の創設によるエコフレンドリー(自然に優しい)な取組の推進 (2)エコカーのレンタル・送迎拠点の整備 (3)初心者でも手軽に自然体験アクティビティを楽しめるグッズレンタルの整備	(1)地域認証制度の創設によるエコフレンドリー (自然に優しい)な取組の推進 ①能代山本地域の小中学生に対し、ジュニアボランティアガイドの検討や環境学習に取り組む可能性について関係機関と協議。 ②「子ども環境探偵団」地元の子どもたちが体験活動を通じて白神の自然について感じるイベント開催。(能代市) ・11/3～4 19人参加 (2)エコカーのレンタル・送迎の拠点整備 ①エコカーレンタルに関するアンケートを事業者・利用者に対して実施。(EV車エコカーレンタルの意識や要望は高くなかった。) ②サイクルツーリズムのコースを設定したほか、自転車愛好家とテストライドを実施。 ・10/24 6人参加 (3)グッズレンタルの整備・予約システムの導入(あきた白神ツーリズム) ①体験型コンテンツのOTA販売を導入。(ActivityJapanなど)	C	◎白神山地が現状では教育旅行の受け入れ先となっていないなど、県北エリアが有するSDGsのポテンシャルを活かし切れていない。 →環境学習は、管内市町教育委員会など小中学校の教育現場と協議を進め、プログラム内容を構築していく。 ◎レンタカーのハイブリッド車導入は進んでいるが、EV車に関して価格や充電スポット等課題が多く、積極的な活用の機運がない。 →洋上風力発電事業者と連携したEV公用車を活用したカーシェアの導入可能性検討等、引き続き導入方法を検討する。 →より一層環境に配慮した移動手段として、サイクルツーリズムを推進していくため、管内24コースを設定し、コースマップ及びサイト誘導カードを作成、サイクルイベント配布や道の駅配置で周知するとともに、県北振興局と連携した広域ルートの可能性を探る。 ◎グッズレンタル導入はサイズ・数量調整の課題や需要把握など多くの課題があり、導入に向けて引き続き検討を要する。 →OTA販売は新たな体験コンテンツを地域と造成するほか、様々な可能性を探るためセミナーや勉強会を開催し、OTAサイト事業者との連携を進めていく。
3	「本物の大自然」と「地元住民との交流」を核とした誘客の拡大	(1)あこがれの場所「白神」で楽しむ多様な体験メニューづくり (2)風土・暮らしの観光コンテンツ化 (3)DMOなどとの連携によるプロモーション	(1)「白神」で楽しむ多様な体験メニューづくり ①ブナの学校運営協議会と共同で新たな観光コンテンツを組み合わせたツアーを造成し、モニターツアーを実施。(8、9、10、1月) ②能代木材産業連合会との連携により、環境にやさしい木材コンテンツを造成し、組子細工体験の講習会、動画作成を実施。(令和6年度以降に管内観光事業者に水平展開) ③世界自然遺産と文化遺産の将来的な広域周遊を目指すため、講演会・ワークショップ「ブナ帯文化～白神山地と縄文～」を開催し、コンテンツ作りに関する意見交換を実施。(11月) (2)地域団体が主催した関連イベントに参加して情報収集・検討を実施。 (3)DMOなどとの連携によるプロモーション ①秋田市で「白神山地と縄文遺跡群世界遺産PRパネル展」開催 (鹿角・北秋田地域振興局共同)。(8月) ②秋田市で「世界遺産登録30周年記念シンポジウム」開催(自然保護課主催)。(9月) ③ブナの学校運営協議会を通じたJR・青森県との共同プロモーションの実施。 (東京での講座:8月、ツアー:9月、10月) ④埼京線・中央総武線トレインチャンネル等による白神山地30周年観光誘客。(9月) (JR東日本協力、青森県共同) ⑤4年度実施した「五能線フォト投稿キャンペーン」応募作品を、東能代駅跨線橋内に展示。(JR東日本協力) ⑥管内関係団体による「あきた白神」30周年ロゴ共通利用。 ⑦30周年に実施するイベントリーフレットの作成。 ⑧春の白神ウィーク(6/10-18)、秋の白神ウィーク(10/21-29)の開催。(藤里町) ⑨「留山森の音(ね)物語」留山を会場に音楽会の開催。(7～11月 計4回 109人参加)(八峰町)	B	◎白神山地が本来有する価値である「人と自然との関わり、文化、風土」について、積極的な活用が見られず、隣接する文化遺産との連携も不足している。 →世界自然遺産と縄文文化を組み合わせ「ブナ帯文化」を軸に観光コンテンツを造成。 →鉄道利用、二次アクセスと新たなコンテンツを結んだコースを提案・商品化を進める。 →造成した木材体験コンテンツを管内観光事業者に広め、OTA販売等で体験者数を増やしていく。 ◎白神山地への来訪者数は減少し続けており、関係者が一体となったPRが不可欠。 →白神山地への誘客促進のため、地域や本庁関係課と連携して、首都圏のほか、まだ白神周辺を訪問したことのない県内や隣県を中心にPRしていく。 →白神山地と屋久島の自然の魅力を比較した映像を活用し、自然に魅力を感じる層をターゲットに誘客を図る。 →ブナの学校運営協議会を通じて鉄道利用者を中心に情報発信、プロモーション、現地ツアーを行う。

秋田地域 【目指す姿】大自然を満喫するアクティビティの充実と日常生活の魅力発信による”生活観光”の推進

プロジェクトの柱		取組方針	令和５年度の主な取組・成果	総合評価※	課題・今後の対応方針
1	男鹿の海・山で楽しむ、アクティビティなどの充実・提供	(1)「アクティビティ」の充実による誘客の推進 (2)男鹿ならではの「食」の充実による誘客の推進 (3)多様な「宿泊」の展開	(1)「アクティビティ」の充実(男鹿市) ①E-bike等を活用したスポーツツーリズムやナマハゲ文化を軸としたナマハゲ文化ツーリズムを推進。 ②遊覧船を活用した男鹿半島西海岸の優良なコンテンツの磨き上げやPRを実施。 (2)男鹿ならではの「食」の充実 ①洋上風力発電会社と市内高校が連携し、未活用魚を使用した商品を販売。 ②民間団体が国際海藻サミット(令和5年度文化庁「食文化ストーリー創出・発信モデル事業」採択)を開催し、男鹿の海藻食文化を発信。 (3)多様な「宿泊」の展開 ①男鹿温泉郷の宿泊施設のリニューアル、男鹿駅前における複数の宿泊施設新設に向けた動きなど、多様な宿泊ニーズへの対応が進展している。	C	◎季節ごとのアクティビティや体験プログラム等について、継続的に周知していく必要がある。 →管内の体験プログラム等の情報をまとめたパンフレットを振興局で新たに作成する。その他の分野についても、関係機関と連携して周知や事業者の支援等を行う。
2	「五城目朝市」から広がる暮らしを楽しむ”生活観光”の推進	(1)「暮らしから染み出てくる魅力のおすそ分け」をキーワードにした「生活観光」の推進 (2)「生活観光」をきっかけとした関係人口等の拡大と地域の活性化	(1)(2)「生活観光」の推進(秋田地域振興局) 湖東3町(五城目町・八郎潟町・井川町)における生活観光について、関係町、商工会と連携し、個人向け、家族向けの2回のモニターツアーを実施の上、モデルプランを作成した。	C	◎モデルプランにおける観光コンテンツについては、継続的に事業展開している事業者がいいため、事業者育成等も含めた取組が必要となる。 →令和6年度にオープンした宿泊施設において、生活観光の要素を取り入れたオプションの開発を予定しているなどの動きがある。引き続き関係機関と連携の上、事業者の支援等を行っていく。
3	交通結節点における観光情報の発信強化によるプレジャー需要等の開拓		(1)観光情報の発信強化(秋田地域振興局) 秋田駅周辺の宿泊者等の管内周遊を促すため、秋田管内の観光情報を掲載したガイドブック『ぶちたびあきた』を作成した。	C	◎コロナ禍を経て変化している観光客のニーズへの対応が必要である。 →『ぶちたびあきた』を引き続き作成するほか、管内の体験プログラム等の情報をまとめたパンフレットを振興局で新たに作成し、多様なプレジャー需要に対応する。

由利地域 【目指す姿】人の営みと自然の営みが共存・融合・調和する鳥海エリア

プロジェクトの柱		取組方針	令和５年度の主な取組・成果	総合評価※	課題・今後の対応方針
1	鳥海山ブランド力を生かした観光振興	(1)由利地域における域内観光の振興と交流人口の拡大 (2)由利・庄内両地域の交流促進と他圏域からの誘客促進による交流人口の拡大	(1)由利地域における域内観光の推進を図る体制(由利地域観光推進機構) ①由利本荘市、にかほ市、管内観光事業者等と連携し、県外の旅行会社60社へ訪問営業 ②管内周遊イベントの実施 ・にかほんじょうはるめぐりスタンプラリー2023(期間4/8～5/21、応募者902人) ・由利地域道の駅バトル(期間9/1～10/31、実食数2,023、投票数1,391) ③由利地域の2市を周遊する旅行商品への助成事業を実施(助成実績:5社の6商品) ④インスタグラムを活用し、由利地域の魅力をテーマとした写真投稿キャンペーンを開催 ・(夏)期間7/1～9/30 応募159件、(冬)期間12/1～2/29 応募146件 (2)環鳥海地域における広域的な観光推進を図る体制(環鳥海連携事業実行委員会) ※環鳥海地域:秋田県由利本荘市・にかほ市、山形県酒田市・遊佐町の3市1町。 ※各種事業は山形県の庄内総合支庁と連携して実施。 ①広域周遊観光イベントの実施 ・まるっと鳥海わくわくキャンペーンスタンプラリー(7/1～10/31、応募者1,081人) ②山形県と連携した環鳥海共同プロモーションの実施 ・新潟駅の駅たびコンシェルジュでのPRの実施(6/3～4) ・「ハイウェイフェスタとうほく」への出展(9/16～17、会場:仙台市、延べ来場者約5万3千人) ③鳥海山をテーマとしたインスタグラム投稿キャンペーンの実施(7/1～12/31、応募690件) ④登山系YouTuberによる鳥海山登山動画の制作 ・8月下旬に「オトナ女子の山登り」チャンネルに動画を投稿。登山動画は約4万回以上再生。	C	◎鳥海山自体の知名度は高いが、その周辺の「由利地域」や「環鳥海地域」の認知度は高くない。また冬季の話題や観光コンテンツが少ない。 →ローカルな地域名のみでは他県の方には伝わりづらいため、秋田県や山形県の地域であることを強調したり、名所や名物と併せた情報発信により、認知度を高めていく。 →冬季のイベント実施に取り組む団体等への支援や、地域の冬の魅力や日本酒を対象とした各種キャンペーンを実施する。
2	各種アクティビティ等の充実による誘客の促進	(1)アウトドア・アクティビティの充実 (2)スポーツを通じた交流人口の拡大 (3)観光コンテンツとしての由利高原鉄道の充実	(1)アウトドア・アクティビティの充実 ①にかほ市アウトドア拠点施設(モンベル直営店併設)の整備等(にかほ市) ・令和6年6月オープン予定として、工事が進行中。 (「ニカホ アウトドア ベース」という名称で6/28にオープン済。) ②インスタグラムを活用し、由利地域の魅力をテーマとした写真投稿キャンペーンを開催【再掲】 ・(夏)期間7/1～9/30 応募159件、(冬)期間12/1～2/29 応募146件 ③モンベルと連携したアウトドア体験イベントの開催(由利本荘市・にかほ市) ・由利本荘市(9/23～24:法体園地キャンプ場) ・にかほ市(7/29:にかほっと、10/21:南極公園周辺) (2)スポーツを通じた交流人口の拡大 ①ナイスアリーナヘススポーツ合宿・大会等の誘致(由利本荘市) ・Vリーグ日立Astemoリヴァーレ合宿(8/7～14) ・第39回全国選抜フットサル大会(9/14～18) 等 (3)観光コンテンツとしての由利高原鉄道の充実 ①イベント列車の運行(由利高原鉄道) ・「こいのぼり列車」(4/22～5/5)、「たなばた列車」(6/24～7/7)、「忘年会列車」(12/2)、「クリスマス列車」(12/16～25)、おひなっこ列車(3/1～3/31)など、季節のイベントや行事に合わせて運行。 ・12/23は、市内のバー等と連携し、矢島駅待合室でお酒や生演奏を楽しめるクリスマスパーティを開催。 ・イタリアンのランチが車内で楽しめる「レストラン列車 affeto treno」の運行(5月、8月、9月、10月、11月) ②沿線の観光スポットと併せた情報発信(由利高原鉄道 ほか) ・SLAM DUNKの聖地として話題になった森子大物忌神社への、最寄り駅からのアクセスマップの作成等。 (4/21～11/30までのカメラ計測による来訪者数:8,183人) ③駅弁の開発(由利高原鉄道 ほか) ・地元住民やホテルと協力し、県産食材を使用した駅弁(予約制)を開発。	C	◎日本海東北自動車道の整備が進むことで由利地域へのアクセス向上が見込まれる一方、素通利につながる恐れもある。そのため、当地域への立ち寄りにつながるよう、ニカホアウトドアベース等とも連携して管内のアクティビティ、コンテンツ等の周知や利活用を図っていく必要がある。 →管内の事業者や団体等向けに、新しく導入されたアクティビティの体験会(E-bikeの試乗会を想定)を実施する。また、地域の観光資源と組み合わせた誘客を行っている由利高原鉄道とは、情報発信等でも連携しながら利用促進を図っていく。
3	「エコ」「ジオ」「環境」等を切り口としたサステナブルツーリズムの推進	(1)鳥海ダムを活用した観光コンテンツの開発 (2)ジオパークの活用による観光産業の振興	(1)鳥海ダムを活用した観光コンテンツの開発 ①ダム建設現場見学のための展望台設置(鳥海ダム工事事務所) ・6月上旬～11月上旬 ・建設現場見学会(7/26、10/24)への参加:134人 ②ダム工事見学周遊ツアーの実施(由利本荘市、由利高原鉄道) ・7月～10月、135人参加 (2)ジオパークの活用による観光産業の振興 ①ジオサイト等における観察・体験ツアー等の実施(由利本荘市、にかほ市、にかほ市観光協会 等) ・加田喜沼湿原:生きもの調査(7/23) ・中島台・獅子ヶ鼻湿原:春恋スノートレッキング(4/8)、GGトレッキング(5/28、6/18)、紅葉ギンガトレッキング(10/21、10/25)、ジオサイトスノートレッキング(巾山・冬師 等 1月～2月) ②行政職員に向けたジオパークセミナーの開催(鳥海山・飛島ジオパーク推進協議会) ・由利地域振興局で開催(10/3)	C	◎専門知識を持たない一般の方にも、ダムやジオパーク等の魅力や価値を分かりやすく伝えていく必要がある。 →各団体等でガイドの育成を行っているほか、ガイド付きのツアーやアクティビティを実施しており、情報発信等で協力して、認知度向上と誘客促進を図っていく。 →ジオパーク認定商品の購入者を対象としたキャンペーンを実施し、ジオパーク及びそれにちなんだ商品のPRを図る。

仙北地域 【目指す姿】アウトドア・アクティビティの聖地化とスノー&ナイト体験型観光の推進

プロジェクトの柱		取組方針	令和５年度の主な取組・成果	総合評価※	課題・今後の対応方針
1	田沢湖エリアや真木真屋エリア等を活用したアウトドア・体験型観光の推進	(1)大自然の魅力・恵みを全身で感じられる体験型コンテンツの造成・磨き上げ (2)乗り物を活用した自然満喫プランの推進 (3)ICT技術を活用した観光の推進	(1)大自然の魅力・恵みを全身で感じられる体験型コンテンツの造成・磨き上げ ①夏場のスキー場を活用した観光コンテンツの開発(仙北地域振興局) ・大台スキー場で3回イベントを開催。(7/23そば打ち体験、9/9ヨガ体験、10/7パラグライダー体験) ②夏場のスキー場の賑わいづくり(仙北地域振興局) ・ミハラステラス付近に、コスモスのお花畑を制作。 ③デジタルパンフレットの作成(仙北地域振興局) ・10/31納品、SNSや美の国あきたネットで公開。 ④親子トレッキング教室(大仙市) ・10/28開催、3組参加、対象は小学生及び保護者。 ⑤春～秋に山登り教室(大仙市) ・4～10月で7回開催し、計126人参加。主な対象は市民。(市外の方も参加可能) ⑥田沢湖リゾートイベント事業の実施(仙北市) ・4/1より仙北市におけるリゾート推進に関する活動を行う地域おこし協力隊を採用。 ・仙北市の景観価値を活用したリゾートの推進について課題整理と可能性検証を実施。 ⑦グリーンツーリズムブラッシュアップ事業の実施(仙北市) ・グリーンツーリズム提供事業者を対象とした先進地視察を実施。(12月) ⑧トリアスロン合宿誘致事業の実施(仙北市) ・モニターツアーとして現役アスリートを招聘(7月、10月)したほか、合宿誘致に向けたPR動画を作成。 ⑨秋田アウトドアベース主催「TAZAWAKO BLUE WEEK 2023」の開催(仙北市) ・アクティビティ提供事業者が中心となって構成された「秋田アウトドアベース」主催で、アウトドア・アクティビティ体験イベントを開催。(仙北市後援) ・開催日:7/3～7/9 (メインイベント7/8～7/9) ・7/3～7/7は参加者に湖畔のクリーンアップ活動を呼びかけ。7/8～7/9は屋台の出店や特別なアクティビティを提供。 ⑩砂防堰堤を活用したボルダリング施設の整備(仙北市) ・5月中旬～11月中旬で実施し、利用者数は14団体、460人 ⑪田沢湖畔の利用適正化に向けた意見交換等の実施(仙北市、田沢湖・角館観光協会、振興局ほか) ・7/26に田沢湖湖面利用適正化推進協議会発足 ⑫美郷町アクティビティ協議会(MAC)の設立(あきた美郷づくり株式会社) ・10/11設立。会員:12事業所(個人会員含む)+美郷町商工観光交流課 ⑬インバウンドに関するモニターツアーの実施(あきた美郷づくり株式会社) ・9/9～9/10(1泊2日)で秋田大学タイ人留学生6名を対象にモニターツアーを実施。 ・体験内容:七滝山トレッキング、湧水群巡り、ニテコサイダー工場見学、ミズたたき体験 等 ⑭MOC(モンベル・アウトドア・チャレンジ)登山イベントの実施(美郷町) ・計4回実施し、25人参加。 ⑮観光ガイドの育成(美郷町) ・美郷町ネイチャーガイド認定。(カヌーガイド4名、スノーシューガイド12名) (3)ICT技術を活用した観光の推進 ①角館オンデマンド交通「よぶのる角館」運行(仙北市) ・通年運行を行い、利用者数は10,004人(地元4,284人、観光客5,720人) ②二次交通に関する実証実験(ミズモシャトルの運行)(美郷町) ・JR大曲駅から美郷町内の観光地・観光施設への新たな二次交通の確保による利便性向上を目指した実証事業を実施。(期間:6/10～8/12、予約件数40件、利用人数54人)	C	◎田沢湖畔付近はアウトドア・アクティビティが充実しているが、その他の地域ではまだまだコンテンツが少なく、認知度も低い。 →関係機関と協力しながら、モニターツアーの実施等、新たなコンテンツの造成及び商品化に向けた取組を行う。 →昨年度までに作成した動画やパンフレット、SNSなどを活用して情報発信を行い、認知度向上に繋げる。
2	冬季及び夜の観光地としての魅力強化	(1)スノー体験型コンテンツの強化 (2)冬まつりや酒蔵等の地域資源を活用した冬と夜の誘客促進	(1)スノー体験型コンテンツの強化 ①ヤマノサウナの運営(あきた美郷づくり株式会社) ・通年営業。予約91件。 ②出張サウナテント事業(大仙市観光物産協会) ・協和スキー場と太田の火まつり会場にてテントサウナ体験会を実施。 (2)冬まつりや酒蔵等の地域資源を活用したスノーアクティビティの集約 ①冬まつりスタンプラリーの実施(仙北地域振興局) ・応募者数:143名 ②雫石・田沢湖・角館地域による誘客促進(振興局、仙北市、田沢湖・角館観光協会ほか) ・周遊ガイド制作(1万部) ・スタンプラリー実施(3エリア合計2,418件(雫石969件、田沢湖312件、角館1,137件)) ③五感で体感! 武家屋敷で秋田の地酒を学ぶ体験(田沢湖・角館観光協会) ・酒屋さんのお話を聞きながら、地酒とおつまみのペアリング料理を楽しむモニターツアー(国内向け)の実施。 ・12/2、1/13の開催で計19人参加	C	◎冬季は観光客が落ちこむ。 →隣県と連携したスタンプラリーの実施や、冬まつりと絡めたスタンプラリーの実施など、冬期間に管内及び周辺エリアを周遊してもらうための取組を継続的に行い、冬季の誘客に繋げる。

平鹿地域 【目指す姿】魅力ある地域資源を活かした横手ファンの獲得

プロジェクトの柱		取組方針	令和５年度の主な取組・成果	総合評価※	課題・今後の対応方針
1	地域の食文化や歴史に触れる体験型観光の推進	(1)体験メニューの充実/触れて学べるツーリズムの推進 (2)特色ある食文化の情報発信の強化	(1)体験型観光コンテンツの造成 ①観光庁補助事業を活用し、横手の食文化や歴史に触れる2つの体験型観光コンテンツを造成(横手市) ・コンテンツ1.「横手のかまくら」を拡大開催！かまくら×横手城のロケーション、空間を独り占めできる「あなただけの特別なかまくら体験」 (コンテンツ提供者:横手市観光協会等(コンテンツ造成委託先:WAmaging)) ・コンテンツ2.雪国の生活が育んだ発酵食を中心とした「あなただけの横手料理体験」 (コンテンツ提供者:ワンダーマート(コンテンツ造成委託先:ワンダーマート)) (2)イベントを通じた特色ある食文化の情報発信 ①横手やきそばフェスティバル2023(横手やきそば四天王決定戦実行委員会) ・9/23-24秋田ふるさと村で開催し、10,019人が参加。 ・横手やきそばの麺を使ったアレンジレシピを募集し99件の応募があり、採用された4件をイベント限定で提供。 ・横手やきそば作り体験ブースを設営し40組が体験。 ②発酵フォーラム2023inよこて(横手市) ・10/7浅舞地区交流センターで開催し、95人が参加。 ③あきたまるごと食の祭典(横手市観光協会) ・11/3-5秋田ふるさと村で開催し、来場者数は約11,000人。	B	◎横手独自の特色ある食文化をイベントを通じて情報発信することはできているものの、通年で体験できるコンテンツが少ない。令和6年度以降は、通年や複数回にわたる体験プログラムなど、単発で終わらないコンテンツの造成を進める。 →市内の酒造会社と連携した酒造りを一貫して体験するコンテンツの造成など、通年や複数回にわたる体験コンテンツの充実のほか、既存の体験型観光コンテンツの磨き上げや、高付加価値化に向けた商品造成等のセミナーを開催する。 →発酵食等の食文化をPRするためのイベントを継続して開催する。
2	マンガや内蔵の文化保存と継承が息づく増田エリアの回遊促進	(1)増田エリア内のアクセス向上/回遊促進 (2)まんが美術館と増田のまちなみが融合する取組 (3)まちなみ散策促進	(1)増田エリア内のアクセス向上/回遊促進 ①タクシーを活用した利便性向上のための情報発信(横手市) ・横手の魅力を詰め込んだラッピングタクシーの運行。(タクシー事業者数:5) ②まんが美術館と町並み回遊のための相互観光情報提供 ③増田の町並みへのストリートWi-Fiの整備・保守(横手市) ④デジタルサイネージ(増田地域2箇所)を活用した観光情報の発信(横手市) ⑤漫画コンテンツを用いた街歩きアプリ「ON THE TRIP」の利用促進 (2)まんが美術館と増田のまちなみが融合する取組 ①エヴァンゲリオン大博覧会に連動した、増田の町並みとまんが美術館をめぐるスタンプラリーの実施(横手市 増田まんが美術館財団) ・コラボメニュー・商品の提供。 ・7/1-9/24で実施し、大博覧会来場者数28,909人、スタンプラリー参加者数6,471人。 (3)まちなみ散策促進 ①地域通訳案内士の育成(横手市) ・観光庁長官の同意を得て、地域通訳案内士育成等計画を策定。 ・語学、ホスピタリティ、増田エリアを始めとした地域観光等に関する研修を実施。 (令和5年度は英語の地域通訳案内士8名を新規認定、3月末時点での地域通訳案内士認定者数は15名)。	C	◎増田の町並みと増田まんが美術館それぞれに訴求する観光客にはギャップがある。継続して回遊するための仕組みづくりが必要である。 →回遊促進のためWi-Fiを利用した観光施設デジタルマップの運用を検討する。 →横手市内への2次アクセス向上のため、空路利用者を対象に秋田空港から横手市内まで送迎車を運行する。 →まんが美術館の企画展と連動したスタンプラリーを継続して実施する。 →中国語圏からの来訪者に対応するため、新たに中国語の地域通訳案内士を育成する。
3	スポーツと融合した誘客促進と気軽に滞在できる環境の充実	(1)スポーツイベントを通じた誘客促進 (2)多様なニーズに対応した施設の整備	(1)スポーツイベントを通じた誘客促進 ①サイクリングイベント「旬感よこてフルーツ&米ロード かまくら・ライド2023」の開催(かまくら・ライド実行委員会) ・9/17に開催し、参加者380人。 ・各エイドでは横手焼きそば、ババヘアアイス、洋ナシ&ぶどうジュースなど、地域にちなんだ食事を提供。 (2)多様なニーズに対応した施設の整備 ①ワーケーションの受入強化、インバウンド対応のための施設改修等の実施(観光庁補助事業) ・横手市中心部の宿泊施設(6施設)や観光施設(3施設)を対象とした施設改修。	C	◎繁閑期の平準化とともに宿泊施設の利用者を増やすための取組が必要。 →イベントから派生した新たなメニューを作り出すことで誘客の平準化を図る。また、ナイトタイムコンテンツへの誘引及び隣接地域のコンテンツ販売の連携を図る。 →各種イベント等との連携によるプロリーグを目指す団体のPR活動を支援する。

雄勝地域 【目指す姿】雄勝地域の人の魅力で、リピーターを生み出す

プロジェクトの柱		取組方針	令和５年度の主な取組・成果	総合評価※	課題・今後の対応方針
1	地元の人「顔が見える観光マップ」を通じた「名物人」との交流による「ここでしか味わえない雄勝」の体験	【観光マップのイメージ】	(1)「ガイドウォークゆざわおがち」の開催(雄勝地域振興局) ・湯沢市・羽後町でガイドツアーを実施 ・7/1～8/6、全5コース、43名参加 (2)「やま歩き、まち歩き2023」の開催(湯沢市観光物産協会) ・9/9～11/3、全12コース 124名参加 (3)顔が見える観光マップ作成 ・作成地区:羽後町地区、名物人データベース:7人掲載 ・令和5年度はデジタルのみ作成し、令和6年度は紙媒体での印刷を予定。 (令和6年度西馬音内盆踊り観光PRブースにて、配布予定)	B	◎名物人による観光マップの制作に向けて、新たな人材の発掘のほか、各地区でのガイド技術の向上や人材育成を進めていく必要がある。 →名物人の人材確保・育成を進め、データベースを拡充する。 →顔が見える観光マップを紙媒体で印刷し、デジタルと紙媒体の両方での周知に努め、更なる誘客に繋げる。
2	「非日常」を体験する度に「レベルアップ(成長)」を実感する旅の提供による誘客の推進	【レベルアップ(成長)を実感する旅のイメージ】	(1)かむろ夏の恵み おいしく学ぶ「自然＆有機栽培」体験ツアー(湯沢市観光物産協会) ・第1回:7/29、第2回:10/7、計19人参加 ・コース内容:「夏野菜の収穫」や「秋野菜の種まき」体験等 (2)冬の仙人修行体験・小安峡温泉インバウンドモニターツアー(東成瀬村・湯沢市) ・1月20日～22日(2泊3日)、10人参加 ・コース内容:写経・座禅・断食・スノーシュー体験 等	C	◎一度だけでなく何度も訪れたいくなるような魅力的な観光コンテンツや地域づくりが必要である。 →インバウンド向けモニターツアーを実施し、コンテンツの磨き上げや新たな魅力の発掘を行う。 →モニターツアー実施後のフィードバックを分析し、改善すると共に、関係事業者等と連携を取りながら、より満足度が高いコンテンツづくりに取り組んでいく。