

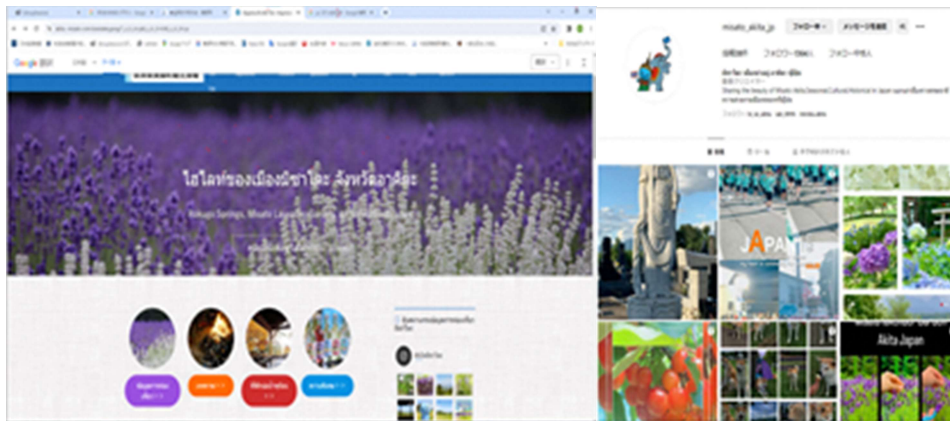
県民提案型協働創出事業 成果報告書

実施団体名	あきた美郷づくり株式会社		
取組事業名	インバウンド観光推進事業		
採 択 年 度	令和4年度（3年）	補助金額 （3年間）	3,273,176 円
事 業 概 要			
1 地域課題と事業目的 （1）課題 美郷町も多分に漏れず少子高齢化や人口減に伴う諸問題が山積しており、町の活性化が喫緊の課題となっている。 （2）目的 弊社は観光による町の活性化を期し、特に冬場の閑散期の低需要を補うと期待される東南アジア等（特にタイ）からの訪日インバウンド客の誘客を図ることにより、宿泊施設のみならず商店街と一体となったおもてなし体制を構築し、町全体の消費拡大及び賑わいの創出を目的とする。			
2 事業内容（課題解決の方法） （1）コンテンツ整備事業 タイ人向け観光コンテンツとしてスノーシューイングや雪遊び、トレッキングなどのアウトドアアクティビティの他、名水を使用した和菓子作り体験、パッチワーク体験プログラム等の企画運営を実施した。また、モニターツアー等も実施し、企画コンテンツの拡充を図った。 （2）PR体制の充実 弊社がタイ人向けのホームページ作成並びに SNS での情報発信の企画運営を実施した。更にタイ人のインフルエンサー招請や WEB コンテンツ収集も行い、手薄だったPR体制を充実させた。 （3）地域との連携 各種団体、小売店等と連携しホームページ内コンテンツの作成や飲食店に対してのタイ人向けメニュー開発等について連携して取り組んだ。			
3 実施スケジュール <令和4年度> 9-12 月 訪日タイ人マーケティング情報の収集を実施。9/29-30:ALL AKITA エージェント商談会にて商談及び JNT0 本部でのタイ市場ヒアリング。12/7:JAL 本社との会議。 2 月 2/18 秋田大学タイ人留学生による冬のモニターツアーの実施   *スノーシュー体験 *けつ滑り体験 2/24 六郷温泉あったか山にテントサウナ開設			

<令和5年度>

4月 ホームページの多言語化（タイ語含む）を実施

5月 タイ語でのInstagram発信開始



* 自社ホームページ

* 在町タイ人によるInstagram タイ語

8月 六郷温泉あったか山にキャンプサイトを開設



9月 9/9-10 秋田大学タイ人留学生による夏のモニターツアーの実施

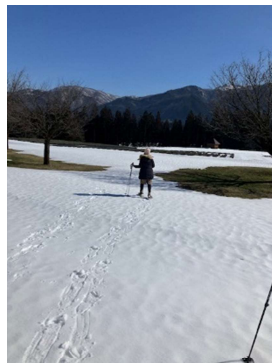


10月 美郷アクティビティ協議会の設立

11月 タイ・バンコクでの観光商談会参加



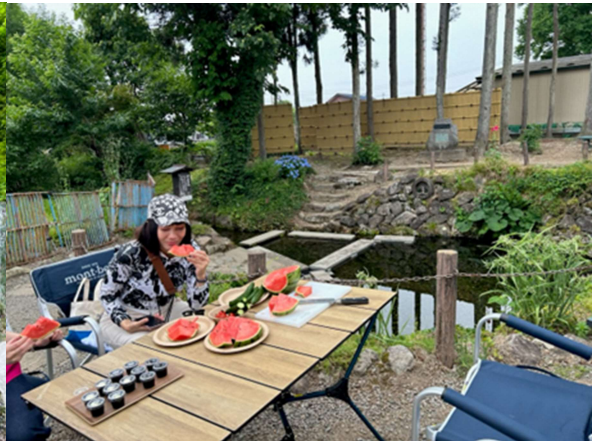
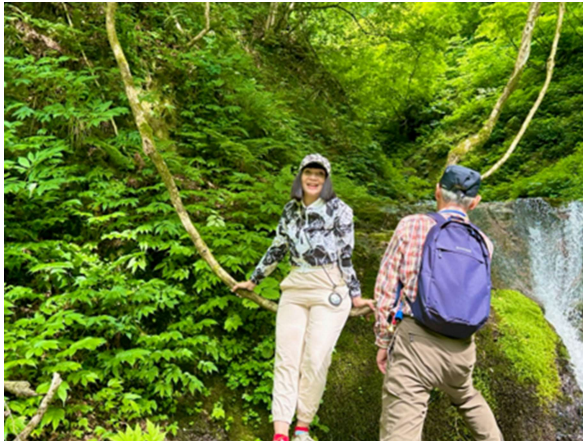
2月 タイ人インフルエンサー招請及び SNS 発信



<令和6年度>

4月 予約サイトBooking.comを活用した宿泊施設予約の開始

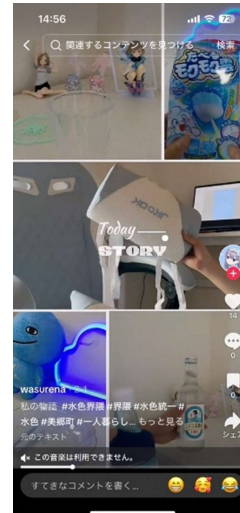
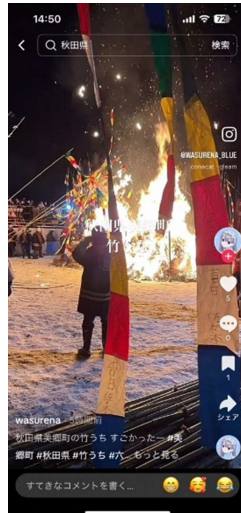
6月 6/21-22 タイ人インフルエンサー招請



6月 初夏観光動画の制作（美郷町ラベンダー園、松・杉並木、坂本東嶽邸）



7月 SNS 発信情報発信（2月まで）

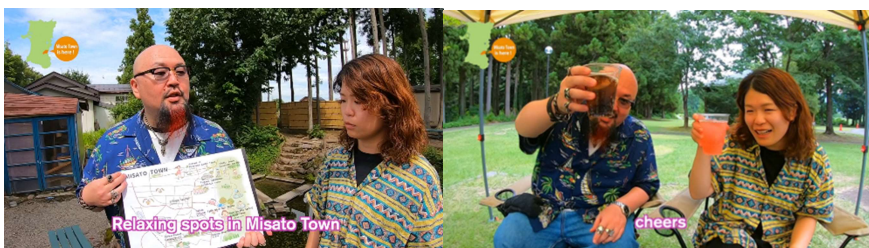


7月 7/18ALL 秋田旅行エージェント商談会参加

9月 9/21 秋田大学タイ人留学生による初秋モニターツアーの実施



9月 初秋観光動画の製作（六郷湧水群、関田円型分水工、道の駅美郷、ふれあいの森キャンプ場）



10月 JTB Bokun を活用した観光コンテンツのオンライン販売を開始

10月 タイ旅行会社招請商談会参加（秋田市）

1月 1月 6.7日秋田大学タイ人留学生による冬モニターツアーの実施



1月 TITF・タイ現地旅行会社セールスへ参加



2月 秋田県タイ現地旅行会社オンラインセールスへ参加

4 この事業で得られた成果・効果

(1) コンテンツ整備事業

美郷町ならではのコンテンツを企画しタイ人留学生を対象とした夏モニターツアーを実施。結果として地域の方との触れ合い・交流をしてみたい、写真映えのスポットに行きたいという声もあり、冬モニターツアーではウインターアクティビティの他、地域事業者と連携し、郷土料理作り体験やパッチワーク体験などを組み込んだところ非常に好評であった。

《コンテンツ造成》

- ① ネイチャーガイドとめぐる水に戯れるツアー
- ② 宿泊付きアウトドアアクティビティツアー
- ③ スノーアクティビティツアー
- ④ ウインターアクティビティツアー
- ⑤ 美郷名菓 和菓子作り体験
- ⑥ 美郷の民芸品作り体験

(2) PR体制の充実

- ①在日タイ人のインフルエンサーを招請し、ラベンダー園、アウトドアアクティビティ、文化や歴史・伝統などを体験していただき自身の SNS へ全 26 回投稿。ラベンダー園や宿泊についての問い合わせもあり、タイ在住の方々への美郷町観光コンテンツの周知に効果があった。
- ②現地旅行会社セールス、オンラインセールス等に参加したことで、美郷町の売りである「ラベンダー」「湧水」「美しい山々」「ウインターアクティビティ」などの他、県南を広域とした観光セールスを実施し、来年度以降の東北および秋田県観光ツアー造成によい PR ができた。
- ③HP の多言語化対応や体験コンテンツ情報（予約）サイトを開設することにより美郷では何ができるかをわかりやすく情報発信する基盤を作ることができた。また、インバウンド向け観光動画を制作し、自社 YouTube に投稿したほか、今後の商談等にも活用する予定である。

(3) 地域との連携

インバウンドの旅行消費額は年々増加傾向にあり地域活性化のため美郷アクティビティ協議会会員や町内飲食店等と協働しコンテンツ開発することができ、インバウンドの受入について前進することができた。

5 主な役割分担と共同

<実施団体>

あきた美郷づくり(株)

<行政(県)>

県主導による商談会や情報発信ツールの運営

<協働の取組>

県や観光連盟が主催する首都圏での旅行エージェント商談会等国内やタイ国他での販促活動への参加促進をお願いすることによって秋田県全域へのインバウンド誘客及びその消費額の増大が見込まれると想定している。

6 この事業の今後の課題・展開等

(1) 課題

タイ人向け観光コンテンツ数が増加するに連れて、高齢化が常態化している運営側の人材確保が課題となっている。

宿泊施設や2次交通のインフラ整備も課題の一つである。

(2) 対応方法

運営についてはまずはデジタル化による業務の効率化・人員削減を図るとともに、人材確保の手法についてはテレワーク時代の様々な働き方を模索している人達もターゲットにして柔軟な人事制度を構築して対応していきたい。

モニターツアーを通じて通訳の必要性を改めて実感した。

インフラの整備に関しては、美郷町と連携協議し対応策を検討したい。

■担当課室のコメント

(観光戦略課)

明確にターゲットを絞り込んだ上で、コンテンツ整備や情報発信等を行ったことが、美郷町の魅力の認知度向上につながり成果として表れてきたものと思われる。特に、コンテンツ造成における地域の連携態勢の構築は、県内において先進的な取組であることから、今後もより多くの事業者や関係機関、近隣自治体との連携を強化しながら、モデルケースとしてぜひ継続していただきたい。

(誘客推進課)

今回増設した観光コンテンツ等は、タイの旅行会社をターゲットとした場合、少人数ツアー等との親和性が高いと考えている。秋田県を周遊するツアーでは角館を観光することが多いため、武家屋敷+αの観光・宿泊先として、少人数旅行をメインとしている現地旅行会社に売り込みを図ることが効果的な誘客に繋がると感じた。

また、個人客においては2次交通の強化が重要であることはもちろんだが、レンタカーで来県される方も多いため、そのような方にアクセス情報等を発信していくことも重要と考える。いずれ県も含め広域的に誘客を図り、旅行消費額増加に繋がられるよう、今後も協働していきたい。