

意見要旨	県での取組状況等、今後の進め方・考え方
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	
<p>◆物価高騰の状況下に対応した観光業における適切な価格対応</p> <ul style="list-style-type: none"> 適正に値上げをしていけるかという点が宿泊や体験プログラムの価格面で問われており、秋田県内もどこまで値上げできるかが重要であって、適正な値上げすることが従業員の処遇改善にもつながる。 秋田でも適正価格は強く意識したい。その上で他地域よりも割安感が出せれば、価格面での競争力が上がり、来ていただける可能性も高まる。 	<p>【観光戦略課】</p> <ul style="list-style-type: none"> 国などの関係機関・経済団体等と「価格転嫁の円滑化に関する協定」を締結し、エネルギーコスト等の上昇分を適切に価格転嫁できる気運を醸成するなど、企業経営の安定に向けた環境整備をしている。 また、観光業においては、宿泊事業者が行うサービスの高付加価値化に必要な改修などの取組に対し支援しているほか、県主催の生産性向上セミナーでは、事業者によるサービスの高付加価値化を踏まえた適切な価格設定などの事例紹介を行っている。
<p>◆付加価値の高いサービス提供が可能となる宿泊施設への支援</p> <ul style="list-style-type: none"> 海外の富裕層の方で安心して泊まれるような高価格帯の施設が秋田には少なく、他県に流出しているようなところもあるので、何か下支えできるものがあればいいかと思う。 	<p>【観光戦略課】</p> <ul style="list-style-type: none"> 宿泊事業者の生産性の向上を図るため、令和4年度から付加価値が高いサービス提供に向けた施設整備等への支援をしており、雪見露天風呂や屋外蒸し風呂の設置など、インバウンド需要にも対応した高付加価値・高価格帯の設定が可能となる施設が増えてきている。
<p>◆デジタル技術の活用に向けた観光人材の育成</p> <ul style="list-style-type: none"> 人手不足については、かなり以前から課題となっており、デジタル化の面で見ると、外国ではスマートロックで解除して部屋に入る、またはデバイスを活用して行きたいところへ行くなど、省力化の徹底と合わせて、体験コンテンツへ誘導するなどの仕組みを構築している施設もある。 AIをはじめとしたデジタル技術の活用が有効とは言われているが、現場の人にとってはどうすればいいかわからないので、専門家からの意見を取り入れるなど、行政を含めて、サポートしていくことが必要と思われる。 チャットGPTを活用することはハードルが高く、最近SNSの使い方などを習っているという方も多いと思う。いろいろな技術が出てきているが、そのスキルをどのように活用するか、絞って教える方がいいのではないか。 	<p>【観光戦略課】 【誘客推進課】</p> <ul style="list-style-type: none"> ITやインターネットなどデジタル技術を活用したプロモーション活動を促進するため、県観光連盟では「デジタルプロモーション活用セミナー」を開催しているほか、県や市町村、民間企業等で構成される秋田の観光創生推進会議では、観光エリアなどの地域が一体となった誘客活動を行うため、「データ分析ワークショップ」を開催している。 また、現在取組を進めている「秋田県観光DMP」においても、地域内でデータを主体的に活用できるよう、DMOを対象とした説明会を開催することとしている。
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	
<p>◆秋田県観光DMPの構築に向けた取組の加速と活用の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> DMPの実証エリアの拡大は非常に良い方向であると思うが、男鹿エリアでの実証事業を通じて、その手応えや次につながる取組などがあれば教えていただきたい。 DMPに参画する事業者を増やし、データを的確に収集していくことは重要であるので、今後とも進めていただきたい。 マーケティングの部分でもあり、何を誰に向かって発信するか、ということが重要となってくる。 	<p>【観光戦略課】</p> <ul style="list-style-type: none"> 男鹿のデータについては分析中であるが、あじさい寺イベントでのターゲット分析を行ったほか、地域の宿泊事業者からは顧客データを効果的に把握できたことにより、どういった層をターゲットにするべきかなどの整理が可能となったなどの意見を聞いている。 また、県が収集したデータと、東北観光推進機構で運用している東北観光DMPに蓄積されているスマートフォンの位置情報を活用した動態データなどの一体的な分析によって、いずれは観光エリアでのプロモーションに活用するなどの取組につなげることとしている。 効果的な活用に当たっては多くのデータが必要であることから、今年度は実証エリアをさらに拡大し、新たに鹿角市と仙北市においてもデータ収集をすることとしている。
<p>◆冬季誘客の促進に向けた取組の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> 同じ観光資源であっても、例えば、森であれば秋の紅葉時期に比べて、冬は相対的に魅力が下がるので、新たに付加価値を高めるためのイベントの開催などがあり得る。 繁忙期と閑散期の割合について、入込客数や宿泊者数が伸びる要因は、イベントやお祭りが関係していると思う。ぜひ、人を呼び込めるイベントの開催やイベントの情報発信に取り組んでいただきたい。 	<p>【誘客推進課】</p> <ul style="list-style-type: none"> 国内外からの冬季における県内宿泊を促進するため、観光コンテンツや食の磨き上げを行うとともに、秋田の冬ならではの小正月行事等のPRを行う冬の大型キャンペーンを開催することとしている。 また、ウインターアクティビティ等の冬の体験型コンテンツの体験費用を割り引きする誘客促進事業を起点に、県外観光客の誘客および宿泊につながるよう取り組むこととしている。

意見要旨	県での取組状況等、今後の進め方・考え方
<p>◆本県の認知度を上げる情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> 秋田にも秘境や美しい風景の場所はたくさんあるので、効果的なPRする方法はあるのではないか。知事は、秋田は食も豊かであり、有事の際も生き残れるサバイバルに強い国と言っていたが、不便などを上手にPRすることも有効であって、面白くポジティブな方向に発信すると、多く人が訪れ、交流人口の拡大にもつながっていくと思う。 知事が会議で言った「サバイバー秋田」は面白いと思った。少し遊びやコメディ要素を入れて売り出した方がインパクトがある。たくさんの情報があることによって分散され、分かりづらくなっているかもしれない。 地域全体をバランス良く、いいとこ取りのような形で宣伝すると思うが、なかなか地域の魅力が伝わらないとの意見を聞いたことがある。ビジュアル的に秋田はこういう地域、例えば、雪と秋田など、行政では絞って発信することは難しいと思うが、情報発信の方法は重要なことだと思う。 	<p>【誘客推進課】</p> <ul style="list-style-type: none"> 自然豊かな秋田の魅力を伝えるためアクティビティや自然体験をメインにした新たな旅を提案する「ブランニューアキタ」を作成し、これまでのカタログ形式ではない画像を多用した構成としている。 また、季節型観光パンフレット「Akita Fun!」を秋・冬版、春・夏版と季節毎に作成し、その時期ならではの情報発信を行っている。 劇場版アニメーション映画「THE FIRST SLAM DUNK」の公開により作品に登場するモデルやロケ地を巡る聖地巡礼が県内にも広がっており、SNS等による国内外への情報発信を通じて国内外からの誘客促進を図ることとしている。
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	
<p>◆洋上風力発電などの地域資源を活用した新たな産業観光の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> 洋上風力発電は、他の地域には無い特色があるので、観光と上手く組み合わせることができれば差別化が図られる。景観などの問題もあるが、プラスに考えて活用していくべきであり、市や観光協会、DMOなどの関係者間では観光資源化の動きが出ているので、県の方でもサポートしていただきたい。 風力発電は、クリーンエネルギーの1つであって、SDGsなどの大きな方向性にも合致しており、産業観光という形で使うことができる。こうした資源は、教育旅行などがターゲットとなり得るが、地元を巻き込んでいかないとなかなか前に進まないのがサポートが必要である。 	<p>【観光戦略課】</p> <ul style="list-style-type: none"> 秋田港と能代港では、全国に先駆けて洋上風力発電の営業運転が始まっており、行政視察をはじめとした数多くの方が本県を訪れている。 県では、こうした動きを観光需要に繋げるため、アプリ等を活用した周辺の観光情報の発信に取り組むとともに、ガイド人材の育成や新たな旅行商品の開発など、地元自治体や観光団体等による受入態勢の整備に対し支援することとしている。 また、本県では、洋上風力発電に加え、陸上風力、地熱、バイオマス、太陽光といった再生エネルギーの活用なども行われており、教育旅行を受け入れるためのコンテンツは数多くあることから、こうしたコンテンツを結合した周遊コースの開発など、誘致に積極的に取り組む自治体等へのサポートを行うこととしている。
<p>◆サステナブルツーリズムの推進による自然や文化を活かした観光地づくり</p> <ul style="list-style-type: none"> 生活観光というキーワードで、日常生活のお裾分けが経済効果となったり、普通の観光地では体験できないものであったり、里山の暮らしを体験したいという欧米の方は結構いるのではないかな。 SDGsやサステナブルのようなものは、成熟した旅行者が求めてくる場所であるので、旅行者が増えていくほど、地域にお金が落ちて里山が再生されり、海の生態系が整っていく、働く方の幸福度が上がるというような循環が、日本に先駆けて実践するようなビジョンが描ければいいと思う。 SDGsやサステナブル関連の取り組みは、やはり里山があって、1次、2次、3次産業がある秋田であればこそ説得力があると思う。地に足が着いたモデルが出てくるといいのではないかな。 地元の人と触れ合って食べるようなリアルな体験が、デジタル化に対して高付加価値となり得るのでそこに投資をするような話があった。デジタルをうまく使いつつ、一方でアナログな地域に目を向けることが必要である。 生活観光の中でも、例えば、ベテランのマタギの方との交流はその人とでしか体験できない。再び行きたいと思えば、遠くであっても行くと思う。 体験をどうやって観光に結びつけていくかということである 	<p>【誘客推進課】</p> <ul style="list-style-type: none"> 欧米旅行者の受入拡大に向けて、食と観光の組み合わせによる体験モニターツアーを実施し、受入態勢の改善につなげることとしている。 伝統工芸等の地域での体験型コンテンツの体験費用を割り引きする誘客促進事業を実施するなど、県外観光客の誘客および宿泊につなげることとしている 教育旅行の誘致を促進するため、SDGsを取り入れた探究プログラムを作成し、県外からの教育旅行の受入を行っている。プログラムでは、地域の方との交流を通じて暮らしや伝統文化を体験できるほか、持続可能な地域づくりについて学ぶことができる。
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	
<p>◆観光エリア内外をつなぐ二次アクセスの整備</p> <ul style="list-style-type: none"> 地方では公共交通機関も少ないので、例えば、外国の方が、レンタカーを借りて乳頭温泉に来て、青森県に抜けていくようなことができればいいが、できない方の場合、アクセスが悪いところには行きづらい。タクシーでは、かなりの高額になってしまうので、ライドシェアの規制緩和も含めてどのように解決していくか、観光や交流面においては課題となってくると思われる。 ゴールデンウィークは、確かに温泉郷にはかなりの観光客が来ていたが、市内の街中では人が少なく、せっかく人が集まってきている地域があるので、もう少しその経済効果が広がるような、観光地からの流れを作っていければ良いと思う。 	<p>【観光戦略課】 【誘客推進課】</p> <ul style="list-style-type: none"> 観光での二次交通は、エリアによって、主要となる宿泊施設や観光コンテンツ、交通インフラの整備など、地域によって特徴があることから、一義的には地域で課題意識を持ち、市町村や観光協会をはじめ、観光事業者の関係者間が地域の実情に即して検討していくことが必要であると考えている。 現在、鹿角市の十和田八幡平エリアや大湯地域では、DMOや市町村等による二次アクセスに係る調査を行っている。また、AI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として、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が進められており、こうした事例把握に努めることとしている。

意見要旨	県での取組状況等、今後の進め方・考え方
施策の方向性⑤ 戦略的なインバウンド誘客の推進	
<p>◆ターゲットを明確にした戦略的なプロモーションの展開</p> <ul style="list-style-type: none"> 秋田にはまだインバウンド誘客が少ないが、一方で様々な国から人は来ているので、どういった層がどこから来ているかというところを分析し、戦略を立てた上でプロモーションを展開していくことが必要である。 徳島県の祖谷では、あえて秘境の部分を、古くからの日本的なものが残っているという切り口で、欧米、特に文化への理解が深いフランス人をターゲットとし、戦略的にアプローチしている。 	<p>【誘客推進課】</p> <ul style="list-style-type: none"> 県が収集したデータと、東北観光推進機構で運用している東北観光DMPに蓄積されているスマートフォンの位置情報を活用した動態データなどの一体的な分析によって、いずれは観光エリアでのプロモーションに活用するなどの取組につなげていきたいと考えている。 欧米からの効果的な誘客に向け、発酵食に代表される本県の食文化をキーコンテンツとした市場調査や体験モニターツアーを実施し、その成果を生かし誘客促進を図ることとしている。
<p>◆インバウンド誘客の促進に向けた一次交通の確保</p> <ul style="list-style-type: none"> 台湾などの海外とのチャーター便の運航などによるインバウンド誘客も期待される中、海外から東北エリアへ直接移動できる手段の確保は重要なことである。 	<p>【誘客推進課】</p> <ul style="list-style-type: none"> 秋田空港における国際便の誘致に向け、人材不足等の課題を抱え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の取組を支援することとしている。
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	
<p>◆米粉を活用した商品開発の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> 小麦の高騰している状況下において、米粉を活用した商品をつくるチャンスであると思うし、事業者への支援を行って欲しい。 	<p>【食のあきた推進課】</p> <ul style="list-style-type: none"> 米粉は製粉事業者により粒度が異なることや、3倍程度の価格差があることなど、加工向け原材料としての課題も多いことから、単なる「小麦の代替品」としてではなく、米粉ならではの食感・加工特性を活かした利用やグルテンフリー需要への対応など「加工品としての可能性を広げる素材」として利活用を進めることが重要であると認識している。 このため、県内の食品事業者等126社で構成する「あきたコメ活プロジェクト推進協議会」に対し、農林水産部が実施する「米粉製品開発等支援事業」等の支援策に関する情報提供を行うとともに、引き続き、売れる商品づくりに向けた専門家の派遣や県内外での商談会・販促フェアの開催等により、米粉を含めた米加工分野への支援を継続する。
施策の方向性② 食品製造業の振興	
なし	<p><主な取組内容> 秋田の食をリードする食品事業者支援事業 (1) 食品事業者連携促進事業【新規】 リーディングカンパニーを目指す事業者への伴走支援を実施するとともに、食品事業者の連携を促進するため、食品産業施策の総合窓口となる伴走コーディネーターを配置する。 (2) 食のリーディングカンパニー育成支援事業【新規】 経営規模の拡大や、生産性及び企業価値の向上に資する取組等に必要な経費を助成する。 (3) 食品事業者クリエイティブ支援事業 食品事業者同士や異業種との連携・協業の取組を推進するための交流会を開催する。</p>
施策の方向性③ 多様な流通チャンネルを活用した県産食品の販売の促進	
なし	<p><主な取組内容> オール秋田で世界へ挑戦！産学官連携輸出促進プロジェクト (台湾、中国、フランス、フィンランド、韓国) (1) 地域商社と連携した共同配送事業 県内の地域商社等と連携し、共同配送など小規模事業者が輸出に取り組みやすい体制を構築するとともに、現地展示会への出展等により販路の拡大を図る。 (2) 大学等と連携した欧州向けブランディング事業 県内事業者や国際教養大学と連携し、県産品の認知度向上や販路拡大につながる取組を実施する。 (3) 北東北三県・北海道ソウル事務所物産共同事業 北東北三県・北海道ソウル事務所において、展示会への出展やバイヤー招聘等を行う。</p>

意見要旨	県での取組状況等、今後の進め方・考え方
施策の方向性④ 秋田の「食」の魅力の発信と誘客への活用	
<p>◆県内外から選ばれる発酵ツーリズムの推進</p> <ul style="list-style-type: none"> 酒粕について、台湾の方を連れていったときかなり興味を持っていた。美容に効果があるということで、韓国の方も興味を持っており、その活用方法をよく聞かれるので、レシピに加えて美容につながるシナリオなどがあればいいかと思う。 甘酒も好評で、酒粕を活用したチーズケーキのレシピなどもあるので、インバウンド誘客をターゲットとして、視覚情報として分かりやすく発信することも大切である。 別府には、例えば、温泉の蒸気を活用して蒸す、地獄蒸しというビジュアル的にもはえる食べ方があるが、秋田の発酵についても、いかに分かりやすく伝えるかが重要であるのでその点を工夫していただきたい。 発酵について、秋田が発酵文化の発祥の地であると思うので、もっとこの点をアピールして売り出すべきだと思う。 	<p>【食のあきた推進課】</p> <ul style="list-style-type: none"> 県内では酒粕（エキス）を配合した秋田美人を連想する化粧品の販売を行っている企業が複数あるほか、県総合食品研究センターでは、酒粕とジュンサイエキスからなるサプリメントに美肌効果を見い出し、県内事業者における県外化粧品メーカーからの受託販売につなげている。 また、同センターと県内酒蔵が共同で、酒粕を「血圧」「ストレス」「良質な睡眠」に効果があるときれる「ギャバ」に富んだ食品素材へと変換する技術を開発し、機能性表示食品対応素材として国内外へと展開しており、引き続き、企業との共同研究などを通じた研究開発を進めるとともに、その研究成果なども含め、情報発信に取り組むこととしている。 本県は古くから米どころであり、寒さが厳しい冬の時期の食料を確保するため、米麴を活用した独自の発酵食文化が育まれてきた歴史的経緯がある。こうした本県独自の発酵食文化をアピールするため、令和3年度にあきた発酵ツーリズムの情報を集約したガイドブック「本日あきた発酵中。」を作成し、令和4年度には内容を充実して増刷し、県内観光施設やイベント等で広く配布している。 また、ウェブサイト「本日あきた発酵中。」において、あきた発酵ツーリズム拠点施設の動画を掲載するなどの取組を行っている。今年度は、サイトを一部リニューアルし、よりわかりやすい情報発信に努めるほか、インバウンド誘客への対応として、ウェブサイトでの情報発信に加え、国際教養大学と連携し、留学生等が発酵施設を見学・体験する機会を設けて、発酵食品そのものや発酵食文化の歴史、ストーリー等を多言語で発信していただく取組も行っている。 このほか、令和2～4年度の3年間、本県の発酵食文化の伝承と情報発信を担う人材の育成を目的に「あきた発酵カレッジ」を開講しており、「あきた発酵伝道士」に認定された159人に対しては、「#あきた発酵伝道士」と付けてSNS等での情報発信を依頼している。 引き続き、ガイドブックやウェブサイト、SNSなど様々な媒体を活用した情報発信に取り組むこととしている。
<p>◆本県の「食」をキーワードとした観光振興</p> <ul style="list-style-type: none"> 男鹿のある事業者は、クラフト酒に加えてラーメンやジンを作るなど、発酵を軸に食や宿泊も含めて展開していくという動きを行っており、こうした取組は今後も増えていくだろうと思う。五城目の福祿寿も酒蔵の拠点として発酵パークという会社を作り、日本酒と発酵文化によるまちづくりをしようとしている。各地域の酒蔵や発酵業界の方々が投資していく動きがあるので、行政が支援することにより、こうした取組が増えていって欲しい。 	<p>【食のあきた推進課】</p> <ul style="list-style-type: none"> 発酵ツーリズムの推進については、あきた発酵ツーリズムの拠点となる施設整備への支援として、県内6食品事業者に対して支援したほか、発酵の郷づくりに主体的に取り組む自治体や団体に対しても補助を行っているなど、今後とも、地域と連携したあきた発酵ツーリズムに係る体験型コンテンツの充実に努めることとしている。 また、今年度は、本県の麺文化に係る情報発信を行うこととしており、発酵ツーリズムのみならず、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こととしている。

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	
<p>◆ミルハスが持つ機能を最大限活用した誘客促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ミルハスの近くの千秋公園では桜祭りなども開催しており、公園からの市内の眺めもいいし、散歩するには良い環境であるので、千秋公園を含めた活用を促す企画などもあれば、もっと交流人口が拡大するのではないか。 ミルハス単体だけではなく、例えば、MICEでは、会議終了後に近くを観光していただくことなどにつなげていってほしい。 	<p>【文化振興課】</p> <ul style="list-style-type: none"> ミルハス周辺を訪れる観光客や市民に気軽に立ち寄ってもらうため、「千秋の路」等を活用した各種写真展や館内の見学会を定期的に行っているほか、周辺のイベント等と連携し、エントランスロビーや多目的スペース等において、「芸術文化ゾーン」の各施設や久保田城址の散策に関する講演会、ミニコンサート、ワークショップなど様々なイベントを実施しており、引き続き、にぎわい創出に努めていくこととしている。 また、ミルハスの情報発信スペースにおいて、周辺コンベンション施設をはじめ、県内観光のパンフレット設置や伝統芸能のパネル展示、動画配信を行うとともに、ウェブサイトでも観光情報を発信し、本県の魅力を紹介している。

意見要旨	県での取組状況等、今後の進め方・考え方
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	
なし	<p><主な取組内容> 文化芸術による地域交流活性化事業 (1) 音楽活性化アウトリーチ事業 ① 小中高校生を対象としたアウトリーチ 県内の小中高校にプロの楽団員を講師として派遣し、児童・生徒に質の高い音楽に触れてもらう機会を提供するほか、交流を通じて音楽への興味・関心の喚起や演奏技術の向上を図るため、ミニコンサートや演奏指導を行う。 ・実施時期：令和5年9月11日(月)・12日(火) ・会場：県北地域の小中学校、県南地域の高校(吹奏楽部) ・出演者：東京藝術大学 藝大フィルハーモニア管弦楽団 ② 一般県民を対象としたアウトリーチ等 知名度の高い演奏家を招き、ミニコンサートや県民とのセッションを行い、音楽への愛着心を育むほか、地域の魅力をウェブサイト等を通じて発信し、本県の観光振興と地域活性化につなげる。 ・実施時期：令和5年10月27日(金)・28日(土) ・会場：あきた芸術劇場ミルハス小ホールA 県央地域の高校(吹奏楽部)、由利高原鉄道 ・出演者：東京藝術大学 非常勤講師 上野耕平(サクソ奏者)</p>
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	
なし	<p><主な取組内容> 劇団公演を活用した交流人口拡大促進事業 (1) 広域集客型劇場コンテンツ造成事業 あきた芸術劇場ミルハスを活用してインバウンドや県内外からの誘客を図るため、国内屈指の劇団のノウハウを生かし、東北各県の祭り等をモチーフとしたノンバーバル(非言語型)・ミュージカルを上演する。 ・公演名：祭シアター「HANA」 ・開催日：令和5年8月4日(金)～16日(水) 10公演 ・会場：あきた芸術劇場ミルハス中ホール</p>
目指す姿4：活気あふれる「スポーツ立県あきた」の実現	
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	
<p>◆日常的にスポーツを楽しむ機会の充実と運動習慣の定着</p> <ul style="list-style-type: none"> 日々の暮らしの中で日常的にスポーツに取り組める視点が大事である。私も引越してきて歩く量が随分減っているが、何か歩くことなどの日常的に運動する事に対して、インセンティブのようなものがあればいいかと思った。 歩くことに抵抗がなく、ポジティブに考えている。日頃からちょっとした運動を地元の方や観光客が楽しめる環境づくりができるといいと思う。 	<p>【スポーツ振興課】</p> <ul style="list-style-type: none"> 運動プログラムの指導者を養成し、各地域において健康教室等の実施を促進するほか、ウェブによる動画配信により、運動実施率が低い働く世代や女性においても、いつでも、どこでも、気軽にスポーツに取り組める環境整備に取り組んでいる。
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	
<p>◆スポーツイベントと「食」が連携した誘客の促進</p> <ul style="list-style-type: none"> マラソンをする方は、「食」にこだわりがあるので、大会開催時にうまくPRする場があれば、他県の方でも秋田にはすばらしい食材があることをPRできる。また、イベントは有効な集客ツールとなりうるので、集客した後どうやってつなげていくか、効果的なPRが重要であると思う。 スポーツイベントの内容によって、ターゲットとする層は大きく変わる。イベントの中で、どのように食材や日本酒などの県産品をPRしていくかが重要であるし、次の購入につながると経済効果も出てくると思う。 	<p>【スポーツ振興課】</p> <ul style="list-style-type: none"> 県外からの誘客が見込めるスポーツ大会やイベント開催への支援に当たっては、県外参加者への観光・食・文化等に係るPRを行うことを条件とし、今年度からは、より観光や食などの売り込みの強化を図られるよう補助スキームの見直しを行っている。 また、トップスポーツチームにおいても、アウェー会場での本県の観光PRを行うなどのアウェーツーリズムに取り組んでおり、引き続き、スポーツツーリズムの推進によって、本県への誘客促進や交流人口の拡大を図ることとしている。

意見要旨	県での取組状況等、今後の進め方・考え方
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	
<p>◆部活動の地域移行を見据えた人材育成と体制づくり</p> <p>シェアワークのような考え方は、例えば、学校においても教師の過重労働が問題となっているので、部活動の地域移行を見据えた取組の1つとなり得る。企業や行政の側から発信していかないと従業員側からはなかなか手を上げることはできないし、大学生や専門学校生も参加できるような仕組みがあればいいと思う。</p> <p>元プロ選手が地域の中にもいるが、資格の問題があって指導できないということを聞いたことがある。資格について、もう少し取得までのサポートができれば指導者の幅が広がり、子ども達の技術向上につながると思うので、取組を強化し、人材の掘り起こしも合わせて実施していただきたい。</p>	<p>【スポーツ振興課】</p> <ul style="list-style-type: none"> 部活動の地域移行を見据えた課題を整理する一環として、今年度は総合型地域スポーツクラブでの運動種目の拡大や、小中学生の受け入れによるモデル事業を実施・検証することとしている。 また、指導員の育成については、令和3年度より「チームAKITA強化事業」等において（公財）日本スポーツ協会公認指導者の資格取得支援を行っているほか、競技団体の指導者を対象とした研修を実施するなど、指導者の育成と資質向上に取り組んでいる。
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	
<p>なし</p>	<p><主な取組内容> 新県立体育館整備事業 (1) 概要 老朽化が進む県立体育館について、スポーツ科学センターと集約化の上、地元チームの新B1リーグへの参入も考慮して令和10年秋までに建て替える。 県の方針と国の支援策を踏まえ、民間の創意工夫が生かせるPFI手法による整備を想定している。 (2) 基本計画の検討状況 施設整備に係る基本計画を策定するため、外部委員で構成する検討委員会に意見を伺いながら検討を進めており、9月までに基本計画案を取りまとめる。</p>
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	
<p>なし</p>	<p><主な取組内容> 秋田新幹線新仙岩トンネル整備促進事業 ・JR東日本の秋田新幹線新仙岩トンネル整備計画の早期実現を目指し、JR東日本が行う調査への負担金の支出や、国等への要望活動など機運醸成に向けた取組を実施する。</p> <p>フェリー航路活性化・モーダルシフト推進事業 (1) フェリー旅行促進事業 ・フェリー旅行商品の造成支援、県民向けパンフレットの作成 (2) フェリーを活用したモーダルシフト促進事業 ・貨物の無人航送に必要なトレーラーシャーシの購入費補助 ・秋田港から新たな貨物を輸送する事業者向け輸送経費の助成</p>
施策の方向性② 航空路線の維持・拡充	
<p>なし</p>	<p><主な取組内容> 航空ネットワーク維持・誘客促進事業 (1) OTA（ウェブ専門の旅行事業者）を活用した利用促進 ・空港ウェブプロモーション、航空券とセットになった旅行商品の割引クーポン発行 (2) 航空会社と連携した利用促進 ・マイレージクラブ会員向け誘客プロモーション、就航先の空港を活用した誘客イベント (3) 他空港と連携した相互利用促進 ・就航先や乗継先の自治体と連携した利用促進プロモーション (4) 旅行商品造成支援 ・旅行事業者による県内空港を利用する旅行商品の造成支援</p> <p>大館能代空港リピーター創出支援事業 (1) 空港圏域の魅力体験お試しツアー実施事業 ・空港利用のビジネス客等を対象にした体験型ツアーの実施 (2) 空港利用者リピート宿泊支援事業 ・空港利用の県外客を対象に次回利用できる宿泊割引クーポンの提供</p>

意見要旨	県での取組状況等、今後の進め方・考え方
施策の方向性③ 利便性の高い地域公共交通網の形成	県での取組状況等、今後の進め方・考え方
◆地域社会を支える公共交通機関における人材確保対策の推進 <ul style="list-style-type: none"> 人手不足については、別府でも宿泊施設に限らず、タクシーもコロナ禍で退職した方が戻らないなど、様々な業種で影響が出ている。 	【交通政策課】 <ul style="list-style-type: none"> 本県でも運転手等の担い手不足が地域公共交通の維持に向けて大きな課題となっていることから、令和4年度は、県内の公共交通事業者の職場見学会やバス運転体験会など、公共交通機関への就業意欲を喚起するイベントを実施し、3名の就業につながった。 令和5年度は、一部の交通事業者及び業界団体が主体となって同様の事業に取り組むほか、関係機関が連携して公共交通事業への就業をアピールする高校キャラバンを実施する。
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	
<p style="text-align: center;">なし</p>	<p><主な取組内容> 鉄道軌道輸送対策事業</p> <ul style="list-style-type: none"> 安全な鉄道輸送を確保するため、第三セクター鉄道事業者が行う施設整備及び維持修繕等に対し補助する。 <p>第三セクター鉄道利用促進事業</p> <ul style="list-style-type: none"> 第三セクター鉄道の利用促進を図る各協議会への負担金支出を通じて、県内外へのPRや学校行事への利用促進、首都圏における観光情報の発信等の取組を支援する。
施策の方向性⑤ 高速道路等の整備	
◆道路ネットワークの整備による交流の促進・観光振興 <p>道路は観光客も等しく使用するが、やはり市民の安全安心が重要である。その上で、観光利用を考えていく必要がある。道路についていうと、最近はあまり聞かなくなったが、「日本風景街道」という取組がある。道路を移動手段としてばかりではなく、景観を楽しんだり、憩いや交流の場づくりを行うことで観光振興につなげる取組である。こうした点も意識しつつ、道路の整備を行ってほしい。</p> <ul style="list-style-type: none"> 高速道路の整備による弊害によってもたらされるマイナスの経済効果もあるので、今から対策等を講じて、上手に投資することによって、戦略を立てれることもあるのではないかと。 高速道路の整備によって観光客が減少した事例は過去にもある。まずはこうした現象が起こりうることを地元によく説明することが大事である。その上で、道路の整備後も素通りされることなく、立ち寄ってもらうための魅力づくりが大切である。 	【道路課】 【観光戦略課】 <ul style="list-style-type: none"> 国土交通省による日本風景街道の取組として、県内では、世界遺産白神山地、日本一の黒松並木を眺望できる県北地域の国道7号や101号を中心としたルートである「のしろ白神の道」及び旧羽州街道沿いとなる国道13号から7号、101号にかけてのルートである「菅江真澄と巡るあきたの道」の2ルートが登録されており、イベントやフォーラム等を通じて、情報発信が行われている。 県では、「秋田県道路整備計画」において、観光地と交通拠点を結ぶ路線をネットワークで整理するなど、地域の特性を踏まえながら、地域の課題とそれに対応するための道路整備の方向性を示しており、引き続き、国や市町村とも連携を図りながら交流促進や観光振興につながる道路整備を進めることとしている。 地域の観光拠点となっている道の駅については、高速道路の開通により素通りされてしまう可能性があることから、関係機関と協議し、高速道路上からの案内をしている事例もある。 また、市町村が観光振興に取り組む事例としては、にかほ市においては、将来、日本海沿岸東北自動車道（日沿道）の象潟IC—遊佐比子IC間が開通したことに伴い、国道7号の交通量が減ることが懸念されることから、道の駅ねむの丘をはじめ、地域への集客力減少への対応の一環として、同道の駅にモンベルを誘致し、自然体験型の観光を振興する「アウトドアアクティビティ拠点施設（仮称）」（2024年春開業予定）を整備する予定としている。 県では、高速道路の開通によるマイナス面の効果について他県の事例を把握しており、まずは、市町村や地域振興局を含め、情報収集に努めるとともに、建設・観光部署間で情報共有を図ることとしている。