

意見要旨

※網掛けは第2回部会での意見

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

◆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

- ・ 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。【丑田委員】
- ・ 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、来ていただければ可能性も高まる。【吉澤部会長】

◆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

- ・ 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。【丑田委員】

◆デジタル技術の活用に向けた観光人材の育成

- ・ 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。【丑田委員】
- ・ 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。【佐々木委員】
- ・ 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、絞って教えることがいいのではないか。【齋藤委員】

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

◆秋田県観光DMPの構築に向けた取組の加速と活用の推進

- ・ 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。【吉澤部会長】
- ・ 体験をどうやって観光に結びつけるか。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。【吉澤部会長】

◆冬季誘客の促進に向けた取組の強化

- ・ 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。【吉澤部会長】
- ・ 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。【齋藤委員】

◆本県の認知度を上げる情報発信

- 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と。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、不便なところを上手に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。【佐々木委員】
- 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。【佐々木委員】
- 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。【佐々木委員】
- 「川原毛大湯滝」に行ってきたが、全て県外ナンバー車で、事前に調べて水着を着ている方もいた。周辺には、「川原毛地獄」があり、秘境の地として外国の方にとっても魅力ある観光地であると思うので、もっとPRした方がいい。【佐々木委員】
- 認知度を上げるためには、知ってもらふ母数を増やすことが必要であり、まずは知ってもらわないと何も始まらない。有名な方々が秋田に来る機会があれば、県産食品を提供すると発信してくれる可能性があるため、イベントなどの機会を活用するなど、秋田の認知度向上につながるような取組を増やして欲しい。【齋藤委員】
- 青森県のInstagramを見ていたら、ワンピースを田んぼアートとして描いたという情報があった。ファンが多いコンテンツを活用して、知ってもらふ機会をつくる必要がある。【齋藤委員】

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

◆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

- 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。【佐々木委員】
- 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ためサポートが必要である。【吉澤部会長】

◆自然や文化を活かしたサステナブルツーリズムの推進

- 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と。【丑田委員】
- 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、地域にお金落ちて里山が再生され、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。【丑田委員】
- 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と。【吉澤部会長】
- 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必要がある。【丑田委員】
- 生活観光の中でも、例えば、ベテランのマガ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。【丑田委員】

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

※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③ 利便性の高い地域公共交通網の形成

◆地域公共交通を補完する新たな交通サービスの活用に記載

施策の方向性⑤ 戦略的なインバウンド誘客の推進

◆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

- 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。【吉澤部会長】
- 徳島県の祖谷では、あえて秘境の部分で、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。【吉澤部会長】

◆インバウンド誘客の促進に向けた主要となる交通手段の確保

- 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。【丑田委員】

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

◆米粉を活用した商品開発の推進

- 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。【佐々木委員】

施策の方向性② 食品製造業の振興

◆新たな事業展開に向けた伴走支援コーディネーターによるきめ細かな支援

- 食品製造業を支援する伴走コーディネーターを知らない事業者が多くいると思うので、もっとPRしていただきたい。【佐々木委員】
- コーディネーターが伴走支援する際は、販売方法などのプロモーションについても支援していただきたい。【佐々木委員】
- 県産食品について、デザインパッケージが重要で、商品購入やリピート率にも影響してくるので、こうした面にも力を入れた方がいいと思う。【齋藤委員】
- 良いものを作るということは大前提としても、いかに価値が高いものを作るか、それを適正価格で売っていくことが大切である。さらに、手に取って見たいようなデザイン、試験販売や人の目に触れる機会づくりなどを行っていく必要があると思う。【吉澤部会長】

◆商品開発力の向上のための学ぶ機会の提供とネットワークづくり

- SDGsやサーキュラーエコノミーのようなキーワードを持って、食品製造に取り組んでいる事業者は、県内外に多くいると思うので、こうした人々が学び合う交流会のような取組は意味があると思う。【丑田委員】

施策の方向性③ 多様な流通チャネルを活用した県産食品の販売の促進

◆外国への輸出促進に向けた戦略の構築

- サステナビリティなどの新しい価値を持った食品は、世界的にも非常に注目されやすい傾向があり、こうした取組を行っている企業はアジアなどの現地調査を自ら行い、どこにビジネスチャンスがあるかなどを学んでいる。ヨーロッパ圏も含め、自らの五感で海外市場の可能性を感じることができる機会がもっと増えれば良いと思う。【丑田委員】
- 北欧は、秋田と東北にとって親和性が高い。和食についても、繊細で多様なものということで興味が高い分野である。商圏としてのボリュームは小さいが、一点突破で北欧からヨーロッパに広がりを見せるという戦略もあり得ると思う。【丑田委員】

施策の方向性④ 秋田の「食」の魅力の発信と誘客への活用

◆県内外から選ばれる発酵ツーリズムの推進

- 酒粕について、台湾の方を連れていったときに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あればいいかと思う。【齋藤委員】
- 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。【齋藤委員】
- 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。【吉澤部会長】
- 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。【佐々木委員】

◆本県の「食」をキーワードとした観光振興

- 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ていこうとしている。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。【丑田委員】

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

◆ミルハスが持つ機能を最大限活用した誘客促進

- 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な。【佐々木委員】
- ミルハス単体だけではなく、様々な施設と連携をする。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につなげていく。【吉澤部会長】

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

◆専門家などを活用した文化芸術に触れ合う機会の提供

- 静岡県では、小中学生向けにデザインやプログラミングなど、さまざまな分野で活躍するアーティストやクリエイターなどが講師となって文化芸術の楽しさを伝えてくれる「ふじのくに子ども芸術大学」という活動を行っている。県内においても、例えば、県内の子ども達が将来の文化芸術分野を担う人材となるような、ミルハスを拠点としたきっかけとなるイベントがあればいいと思った。【佐々木委員】
- 美大と地域に住む方々、学生、子どもたちが触れ合い、プロジェクトを組むようなことによって、次の10年に向けて本格的に花開く時代になるかもしれない。小中学生や市民を対象としたアウトリーチとして、美大の学生が参加することも良いことかと思う。【丑田委員】

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

◆劇団を活用した本県文化の魅力発信

- 東北各県の祭りをモチーフとするというなど、地域性に特化することによって、他では見れない秋田ならではのミュージカルというものであれば、県外客はもとより、インバウンド誘客にも魅力的なコンテンツとなり得る。また、参加型ミュージカルという点も大変貴重であるので、地域性の点も含めて、もっとPRしていただきたい。【齋藤委員】

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

◆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

- 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。私も引っ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。【丑田委員】
- 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。【吉澤部会長】

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

◆スポーツイベントと「食」が連携した誘客の促進

- 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。【齋藤委員】
- 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。【齋藤委員】

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

◆部活動の地域移行を見据えた人材育成と体制づくり

- 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。【佐々木委員】
- 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。【佐々木委員】

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

◆新県立体育館の整備に向けた最適なPFI手法の導入

- 北海道のエスコンフィールドはスポーツ施設ではあるが、民間の稼働仕組みが組み込まれている。競技のための体育館だけではなく、より幅広い視点でもって、さらに地元の方々が参加しやすいという点も踏まえた整備計画としていただきたい。【丑田委員】
- PFI手法について、全国的に手がけている事例が多数あると思うので、成功のポイントのほか、改良が必要な点なども事前にリサーチすることが必要かと思う。稼働施設となるのであれば人がたくさん集まるので、観光への波及効果があるような活用方法も必要である。【齋藤委員】

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

◆秋田新幹線新仙岩トンネルの整備に向けた機運の醸成

- ・ 秋田新幹線新仙岩トンネルの整備については、災害のための整備ということ住民の方に分かるように周知をすることが重要であると思う。【佐々木委員】

◆フェリーを活用した誘客の促進

- ・ フェリーについては、私も時々利用しており、閑散期の利用はライダーの1人旅や、ご夫婦の方が多いという印象を持っている。個人で調べて旅行する方々がターゲット層としては多いイメージがあるので、そういった方が喜ぶような特典、パッケージプランを考えた方が良いのではと感じた。【齋藤委員】

施策の方向性② 航空路線の維持・拡充

◆観光資源を活用した大館能代空港の利用促進

- ・ 青森県側に宿泊するケースも多いと思うので、空港周辺の地域をどのように活性化するか、難しいことではあるが、いろいろな方法を考える必要がある。【佐々木委員】
- ・ 大館能代空港を起点に本県を訪れた方に対し、どこを観光すればいいか、どこに泊まるかなどの観光コースをしっかりと情報発信することが重要である。【吉澤部会長】
- ・ 周辺の観光資源が乏しいので、例えば、白神山地が目的だとすると、大館能代空港からこういった観光ルートがあるかなど、分かりやすい周遊コースがあれば利用者はもっと増えると思う。【齋藤委員】

施策の方向性③ 利便性の高い地域公共交通網の形成

◆地域公共交通を補完する新たな交通サービスの活用と分かりやすい情報提供

- 自家用車を各家庭に1～2台持っていることが当たり前である地方都市においては、その割合がおそらく4割ぐら
いにはなると思われる。そのため、戦略3における公共交通の利用促進というのは、カーボンニュートラルの挑戦
との関係でも、非常に大きな意味のある取組である。【豊田委員】

- Googleマップを活用したシステムについて、観光客には便利だと思うが、地元では高齢者が多く、こうし
た方がシステムを利用できるかは疑問である。人手不足などによってタクシーも減っている中で、デジタルに不慣
れな人も簡単に利用できるようなシステムを考えてほしい。【佐々木委員】

- Googleマップを活用したシステムについて、観光客や若い方々にとっては便利だと思う一方で、高齢者の
方々は制度を知らないと思うので、両方にアプローチするのであれば、その方法を考えていかないといけない。
【齋藤委員】

- Googleマップを活用したシステムについて、地域住民を含め、どうやって周知していくか、使い勝手をど
う高めるかは大切な視点だと思う。いいシステムなので、効果的な周知方法を考えてもらいたい。【吉澤部会長】

- 環境負荷の低減という視点のほかにも、交通弱者への支援と行った観点からも二次交通を整備する必要があると
思う。「川原毛大湯滝」についても、魅力的な観光資源へのアクセスの改善という視点において考える必要があ
る。【吉澤部会長】

- 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。【丑田委員】

- 地域公共交通の利用促進については、地域のインフラとして維持することが重要である。公共交通機関を活用し
た、歩いて楽しめるまちづくりは、五城目の朝市エリアでも重要視されている。こうしたインフラを、観光とも連
動しながら運用することは大事である。【丑田委員】

- ライドシェアのような規制緩和についても考える時期にきていると思う。さらに、宿泊施設、レストランによる
有償送迎を一部解禁することも必要ではないかとの意見も聞いており、公共交通機関でカバーできない部分につい
て、観光とセットで考えることによって、補完的な取組になると思う。【丑田委員】

- 地域公共交通網の形成はとても重要であり、人材確保の対策として就職者を増やす努力は行うべきであるが、一
方でやはり限界があると思われる。ライドシェアなどの規制緩和は、法改正が伴うので現時点では導入が難しい
が、そろそろ議論する環境になってきたかと思われる。ライドシェアには大きな可能性があり、全国に先駆けて
チャレンジすることが重要だと思う。【丑田委員】

- 二次交通全般に関わることであるが、使い勝手のよい交通基盤の構築に向けて、いろいろと課題はあると思う
が、規制緩和の必要性などについて、どうやって国へ現状を訴えていくかも考える必要がある。【吉澤部会長】

◆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

- 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。【吉澤部会長】

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

◆第三セクター鉄道における利用者拡大に向けた新たなチャレンジの実施

- 久しぶりに秋田内陸縦貫鉄道に乗ってみた。決して天気は良くなかったが、アジア系の観光客が雪景色を楽しん
でいて、雪を知らない方にとっては、非日常的な雰囲気であったと思う。観光目的としての活用は戦略としてあり
得る。【吉澤部会長】

- アイディアベースであるが、内陸縦貫鉄道で観光に力を入れるということであれば、例えば、保護猫を入れてコ
アな層を狙うなど、新たなチャレンジをすることが必要かと思う。【佐々木委員】

- 第三セクター鉄道の利用促進について、利用者に対し乗ることを目的とした施策もあり得るが、それだけではなく、そもそもの観光の目的を作る、何かを見せる・体験させることを目的として、その手段として鉄道を使っただけで取組が有効かと思う。【齋藤委員】

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

- 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ことが必要である。最近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。【吉澤部会長】
- 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。【佐々木委員】
 - 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。【吉澤部会長】