

令和7年度秋田県総合政策審議会

第2回 観光・交流部会

(議事要旨)

1 日時 令和7年7月30日(水) 午後2時～午後4時

2 場所 秋田地方総合庁舎6階 610会議室

3 出席者(敬称略)

【観光・交流部会委員】

吉澤 清良・・・立命館アジア太平洋大学サステイナビリティ観光学部教授

黒川 花子・・・株式会社千葉旅館 取締役

守屋 奈美・・・有限会社石孫本店 総務企画・海外担当

豊田 哲也・・・国際教養大学 中嶋記念図書館長・教授

【専門委員】

芦立 さやか・・・NPO法人アーツセンターあきた 秋田市文化創造館ディレクター

村上 聖子・・・秋田県総合型地域スポーツクラブ連絡協議会 幹事長

【県】

観光文化スポーツ部 次長 高島 知行

米田 裕之 ほか関係課長等

4 吉澤部会長あいさつ

本日、カムチャツカ半島で地震があった。観光分野の危機管理や、何かあった際のレジリエンス(回復力)については、非常に大きな課題の一つである。危機管理については、当部会だけで議論できるものでなく、これまでも取り扱っていないが、観光に限らず、議論する必要性を感じたところである。ぜひ忌憚のない意見を出していただきたい。

5 議事

(1) 次期総合計画における観光・交流戦略の推進に係る施策の提言について

●吉澤部会長

資料1に基づき、まずは前回の部会で意見がなかった分野を中心に意見をいただきたい。まずは目指す姿1について、事務局から説明をお願いします。

□大森観光戦略課長

(重点戦略3 目指す姿1-①、1-④の主な取組について資料1により説明)

●吉澤部会長

施策の方向性①「自立した稼ぐ観光エリアの形成」に関して、人材確保に向けた施策やマーケティングの強化について説明があった。稼ぐ観光エリアということで、まずは、宿泊関係について意見があればお願いしたい。

○黒川委員

当旅館ではベッドの部屋がなかったため、3年ほど前に高付加価値化に向けて、ベッドの部屋への改修を行った。高付加価値化については、それぞれの施設において、顧客のニーズや補助金のメニュー等をチェックしながら取り組んでいくしかないのではないか。エリア全体で高付加価値化を進める、という視点においては、私の中にはまだ答えやアイデアがない。

旅館業をはじめとする観光関連産業は、女性の活躍が比較的多い業種である。男女問わず、得意なことをお互いに生かし、支え合っていくことが、観光客を受け入れるという視点においても大切なことだと思う。

●吉澤部会長

観光エリアの形成という点で、個別の取組の積み重ねが強い観光エリアを形成する。また、男女ともに働きやすい環境にすることで、結果として女性活躍につながるのではないか。

○芦立委員

人材確保に関する宿泊施設改修補助事業の内容について、対象者や周知方法はどうなっているか。

□大森観光戦略課長

宿泊事業者を対象とし、施設の高付加価値化や人材確保支援等を目的として補助事業を行っている。メニューは3種類あり、一つ目は高付加価値化に向け、インバウンドに対応した客室の整備やグレードアップなどを対象としている。二つ目は人材確保に関して、従業員の待遇改善に資する寮や休憩室の整備などを対象としている。三つ目は、新たな施設整備を行う方への補助である。これは施設整備そのものではなく、設備導入などを対象としている。補助率は2分の1であり、高付加価値化については補助限度額が750万円、人材確保については寮などの支援で600万円、新規設備導入については500万円と、補助上限額が異なっている。周知については、地域振興局のほか、観光連盟や関係団体、市町村を通じて知らせている。

○芦立委員

ニーズが多様化している現状において、従来の事業者以外の新規参入する方々に対して、どのように情報が行き渡るのか、また Airbnb に載っているゲストハウスのような、個人でも参入できる取組に対してもこの補助事業の対象となっているのか、確認したく質問した。

●吉澤部会長

この「稼ぐ観光エリアの形成」という項目では、特に宿泊事業が取り上げられているが、観光関連産業まで含めて「稼ぐ観光」を求めていくべきではないか。文化芸術、スポーツの分野における「稼ぐ観光」に関して、芦立委員の意見を伺いたい。

○芦立委員

クリエイター等が創造的な視点や造形力を駆使して特徴的な部屋づくりや、観光客が喜ぶツアーやアクティビティづくり、地域の風土とのつながりを作るような観光サービスの開発など、トータルで事業を起こす例を全国でいくつか聞いている。まちづくりや都市整備、空き家の活用事業と連携することで、観光につながる可能性もあるのではないか。文化芸術を支援していくことで、その土地の良さや特徴を生かした、その場所でしかできない取組が広がっていくようにして欲しい。

○村上委員

スポーツ観戦を例に挙げると、普段そのスポーツをする方にとっては自身の競技力向上や、他県のチームとの交流などがインセンティブになる。

もっばら観戦を楽しむ方にとっては、応援のノベルティの有無などが一つのポイントではないか。Tシャツ等でも良いと思うが、企業とコラボして秋田の観光をPRする商品を作成するなど、付加価値をつけることができれば良いのではないか。

●吉澤部会長

秋田県観光連盟がDMOになっていると思うが、ガイドラインが令和7年10月1日から見直され、DMOに求められるハードルが格段に上がる。今後、マーケティングに重きを置くという話と関連して、様々なデータをDMOが整理、活用できるよう、DMOのエリアマーケティング力の強化には引き続きしっかりと取り組んでいただきたい。

方向性①について、昨年度の意見では、例えばデジタル技術の活用や経営の効率化、人材育成に関する意見があり、特に人材育成という点では、従業員の方が秋田の自然、歴史、文化などの知識を高められる教育の機会を提供すべき、などの意見があった。1年でこれらすべての意見を反映出来るというわけではないため、委員の皆さんには、昨年度の提案や議論と重複しても構わないので、意見を出してもらいたい。

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」について、例えば質の高い旅行商品の開発や、多様なニーズに応じたストレスフリーな旅の提供、ペット連れ旅行など新しい旅行形態への対応などについて説明があった。この項目について何か意見があればお願いしたい。

○豊田委員

インバウンドの受入態勢の整備は進んでいると感じている。施設側の整備も引き続き必要だが、同時に情報発信も重要である。昔、オーストラリア大使館の女性から、夫の足が大きいので、スキーブーツのレンタルを探すのに苦労したという話を聞いたことがある。日本全国どこのスキー場でも大きなサイズは揃えていると思うが、ウェブサイトに「当スキー場には29cmのブーツがあります」と具体的に書いてくれなければ、安心してそこには行けない。

同様に、各観光関連施設等においては、ペット対応やアレルギー対応など、多様なニーズへの対応をインターネット上に掲載する必要がある。その際、多言語で情報発信しなければ、インバウンド客にとっては情報がないのと同じである。是非、英語で情報発信をしてほしい。

インバウンド等への情報発信の際に、役立つのがGoogleマップである。Googleマップは優秀で、英語対応だけでなくロシア語や中国語にも対応しているため、最大限に活用すべきである。事業者の方々も、ウェブサイトがあるならば、Googleマップ上にウェブサイトのリンクを貼ってほしい。

県の多言語ウェブサイト「STAY AKITA」は素晴らしいのだが、そこに紹介されている多くの施設で、Googleマップ上にリンクが貼られていない。「STAY AKITA」から施設の情報に辿り着けない。事業者の方々に、「STAY AKITA」を紹介するとともに、Googleマップや自社のウェブサイト上でリンクを貼ってもらえるよう、協力を求めていくべきだ。是非、改めて声がけてほしい。

●吉澤部会長

「STAY AKITA」等での情報集約が進んでいるにも関わらず、それ自体の認知度が低いのは残念だ。打開策としてGoogleマップの効果的な活用は大切だと思う。多くの人が

Google マップを使っている。自社独自の情報発信ツールにこだわるのではなく、多くの人が使っているツールをしっかりと活用していくべきである。

○黒川委員

旅行者のニーズの変化について、昨年から今年にかけて目立ったのは、縄文文化を好む客層のリトリートなどの団体宿泊である。縄文リトリートについては、全国各地から青森空港に集合し、当旅館に二泊するという団体客がいた。評判が非常に良く、今年も予約をいただいた。縄文文化など、特定の分野に強く惹かれる方はリピーターになり得る。コアなファン層に向け、例えば縄文に自然などを絡めて、秋田に対するイメージに合った情報発信を進めていければ良いと思う。

●吉澤部会長

この分野は、目指す姿として「何度でも訪れたくなる秋田」を掲げているが、縄文など特定の分野に関心がある客、いわゆるSIT (Special Interest Tour) は比較的リピーターが期待できる。今の話で、また一つ素材が見つかったのではないか。

続いて、目指す姿2について意見を伺う。まずは施策の方向性②について、事務局から説明をお願いします。

□佐藤食のあきた推進課長

(重点戦略3 目指す姿2-②の主な取組について資料1により説明)

○守屋委員

食品製造業の振興については、新商品を開発したいと思ったときに、気軽に相談できるような体制づくりが重要である。普段からコミュニケーションの機会を多く設けることで、様々な事業者の話が進みやすいと思う。

●吉澤部会長

食品製造業の振興という大きな分野の話であり、様々な意見をいただきたい。参考までに、昨年度は、女性をはじめとした消費者に受け入れられるようなデザインや、衛生管理・認証取得に関する意見があった。昨年も議論に挙げた差別化という観点から、豊田委員、何か意見はあるか。

○豊田委員

繰り返しになるが、インターネットでの情報発信を強く求める。コロナ禍をきっかけにECサイトの利用が増え、日本各地の物産がオンラインで販売されるようになったが、秋

田のものは Amazon などに出回らない状況がずっと続いていた。遠方から来る観光客は、予算も大きくなり、ホテルも高いところを利用する傾向がある。お土産を買うときも、遠方のものは価値が増すため、やはりネットで物を売らないといけない。少し言い過ぎかもしれないが、秋田県の食品業界のインターネット対応は非常に遅れているように見受けられるため、意識を改め、インターネット販売を推進してもらいたい。

○芦立委員

食は五感を刺激する非常に大切な要素だと思う。インターネット上の画面だけでは伝わりきれない、食べて美味しいと、その場でしか感じ得ない非常に大切な要素をどう発信していくかが重要である。作り手の思いやストーリー性、その土地の水質や原材料などアピールできる要素はたくさんあるのではないかな。多言語での発信のほか、様々な形で見せることができれば良いと思う。

○豊田委員

観光やビジネスで秋田を訪れた人に、秋田の物の良さを秋田で味わってもらうことが、その後のマーケティングに非常に効いてくる。観光と物産で連携したプロジェクトを推進する必要がある。

その点で日本酒は成功していると感じている。秋田のインバウンド観光が振るわない中で、日本酒の輸出は非常に伸びている。秋田県酒造組合では、輸出について様々なシステム構築や売り込みを行い、輸出拡大に取り組んでいる。また、秋田県内のレストランでは秋田の美味しい日本酒を提供するようになるなど、日本酒に触れられる機会が増えている。ビジネスや観光がきっかけで秋田を訪れた方に、秋田の日本酒を味わってもらい、「秋田の駅前でもた飲みたい」と思わせ、そこから更に海外へも発信していくことが必要だと思う。食品に関するプロジェクトは5年、10年と時間がかかるが、秋田県酒造組合の成功例もあることから、ぜひ発酵食品をはじめとする他の食品についても続けてもらいたい。

○村上委員

皆さん御存知の通り、稲川町は稲庭うどんの名産地である。稲庭うどんは全国、そして海外へと進出している非常に大きな産業である。地域としては、インバウンドのお土産やスキー大会の景品にするなどして、稲庭の地域外の人たちに発信している。

情報発信については各企業が既に行っているが、より多くのアピールできる機会があれば良いと思う。ただし、秋田県のPRは非常に奥ゆかしいと感じるため、もう少し視点を変え、インスタ映えするような発信の仕方も必要になってくるのではないかな。

○黒川委員

昔は、旅館でお菓子を買って、お土産としてみんなに配るのが普通だったと思う。しかし、数年前に「道の駅おおゆ」ができてからは、そこで買い物をして帰るといのが、オ

一ソドックスなパターンになった。宿泊客からは、旅館でしか売っていないものはないのかとよく聞かれるが、当館では宿独自の商品開発までは、手が回っていない。最近、昔からの郷土料理や漬物などが、比較的売れている印象である。新しい商品も素敵だとは思いますが、やはり昔からある商品も大切であり、そういったものに興味を惹かれる客層が増えてくるのではないかと感じている。

●吉澤部会長

目指す姿3に関して意見を伺う。施策の方向性②について前回意見がなかったため、まずは現在取り組まれている内容について事務局から説明をお願いします。

□永須文化振興課長

(重点戦略3 目指す姿3-②の主な取組について資料1により説明)

○芦立委員

秋田市文化創造館では、一定期間国内外のクリエイターが秋田に滞在して制作を行う事業を行っていて、市民と共に制作活動を行う。国内外に募集したところ、アフリカや南米など遠く離れた土地に住む方を含め、69の国と地域から応募があった。応募内容を見ると、秋田の土地柄や文化に関心を持っており、広報としての効果も非常に大きかったと思う。

結果としてインドネシアからアーティストを招へいすることになったが、その方が滞在することで、秋田の魅力などを彼女の視点で見つけ、その視点を県民が共有し、自分たちの良いところを自覚したり、見つめ直したりといったことにつながっていくと良いと思う。さらに、彼女がインドネシアに戻ったときに、秋田の良さを広めてくれることも期待できる。

また、現在、県立美術館と市立千秋美術館と連携して「タグチアートコレクション」という、国内有数の美術作品コレクションを有する財団の展覧会を合同開催している。県外からも著名人を含め多くのアートファンが来ており、好きな人にとっては行動力を高めるコンテンツとなっている。何か特化したことを打ち出せば人が動く可能性はあるということである。さらに、文化芸術を好む方やクリエイターは、その土地を非常に尊重し、その土地の食や、そこでしかできないことを見つける傾向があり、多少費用をかけてでも特別な経験をしたいという気持ちが強い。そういった客層を呼び込むことも、一つの方法ではないか。

●吉澤部会長

感度の高い方々が秋田に集まることによって、県民が自分たちの良さを再認識したり、そういった方々が自身の感性で発信してくれたりなど、様々な効果があるのだと改めて感じた。別府でも、現代芸術を中心に芸術振興に長らく取り組んでおり、おそらく全国でも先進事例の一つとなっている。それが直接的に別府温泉の宿泊客の増加につながっているかは判断できかねるが、別府が現代芸術などにも理解のある街だ、という地域イメージの

向上には大いに貢献していると思う。

前回、観光・交流部会の扱う範囲が多岐に渡るという話があったが、人の誘致に文化を活用する、いわゆる観光に活用することの難しさを私たちも感じている。秋田の魅力として文化や文化財があり、文化振興の取組は次の観光への投資と解釈している。そのため、すぐに結果が出るものではないかもしれないが、後の世代へつないでいくことによって何十年か先に、秋田県の魅力的な資源となる可能性を秘めているのだと思う。

次に人材育成、特に若手の人材育成について意見を伺いたい。

○芦立委員

秋田公立美術大学は、秋田で未来の文化を創り出す若い世代を育てるべく、じっくり学ぶために、短大から4年制になったという背景がある。人材育成は非常に難しく、短期的にできることではない。秋田市文化創造館の場合、多くの人を集客できたり、メディア受けしたりするかという視点ではなく、自身が何か発想したり、思いついたりしたことの実現に向けて一歩進む、ということに対して大きな価値を見出す、という視点で日々市民の支援を行っている。そういったことの集積によって、新しい秋田の文化が育っていくと考えている。

これはつまり、価値が定かでない、どうなるか分からないことに対してスタッフが対応しなければならないということであり、ルールや前例がないケースが非常に多い。スタッフはそれらに対応する能力を、学んでいかなければならないが、異常事態や予期せぬことが起きたときにも対応できる能力を育てているともいえる。海外からの観光客、クルーズ船で週に何回か来る観光客への対応なども、楽しんで、うまくコミュニケーションをとる人材が育ってきていると日々感じている。分からないことに対して不安を持つのではなく、面白がる人材を育てるという観点が、文化芸術の分野にはあるのかもしれない。

●吉澤部会長

続いて目指す姿5について意見を伺いたい。交通に関する項目だが、方向性①と⑤について事務局から説明をお願いします。

□鶴岡交通政策課長

(重点戦略3 目指す姿5-①、5-④の主な取組について資料1により説明)

□永澤道路課政策監

(重点戦略3 目指す姿5-⑤の主な取組について資料1により説明)

●吉澤部会長

施策の方向性①「幹線鉄道の整備の促進」について、説明があったが、補足の説明をお

願います。秋田新幹線はどちらかというと観光利用を意識する路線である。秋田新幹線と沿線地域の持続的発展プロジェクトに関する連携協定で、今年度から3か年にわたって何かを始めるとのことだが、具体的にどのようなことが進められるのか教えてほしい。

□鶴岡交通政策課長

後日回答させていただく。

○豊田委員

今年4月からGoogleマップで秋田港発のフェリーの経路を表示するようになったとのことだが、それで利用客が増えたなどの情報はあるか。

□鶴岡交通政策課長

後日回答させていただく。

○豊田委員

フェリーで新潟方面に行く場合、個室でも片道一泊6,500円から7,000円程で、電車で行くよりも安い。さらに、新潟発が22時過ぎになるため、新潟で遅くまで飲んでから帰ってくるができるが、秋田のほとんどの人が使っていない。是非、県からフェリーの利便性について周知を行ってほしい。

□米田観光文化スポーツ部次長

昨日、東京で新幹線に関係する要望活動に参加した。トンネルができることによって、安全性や安定走行はもちろんのこと、沿線地域の住民の生活の充実や経済の充実が図られると期待している。作ってからではなく、プロジェクトと並行して、トンネルができたときの効果を最大化していこうという取り組みを行っている。JRと沿線自治体、経済団体がメンバーとなっているが、日常の新幹線利用の呼びかけのほか、交流人口の創出、産業振興や農業振興など、様々な分野で経済効果を生み出していくための取組を、今年から3年間で進めていくこととなっている。

●吉澤部会長

それらの取組は県が主体的に行っていくということか。

□米田観光文化スポーツ部次長

県だけでなく、JRと沿線自治体、経済団体が協力して進めていく。

●吉澤部会長

観光は基本的に地域の活性化に資するものだと考えており、その意味でこの新幹線のプロジェクトは非常に興味深い。3年間ということだが、適宜情報提供をお願いしたい。

○豊田委員

新幹線については、所要時間の短縮も必要だが、車内 Wi-Fi や 5 G もつながらない区間があるため、Wi-Fi を使えるようにしてもらいたい。ユーザーエクスペリエンスの点からは重要な問題だと感じているため、JR の問題ではあるが、機会があれば県からも伝えてほしい。

○芦立委員

新幹線については、秋田区間で車内販売がないのが残念である。JR が最近、新幹線で移送し、その日にしか食べられない食材や土産品を東京で販売する取組をしていると思うが、そういったことが可能であるなら、秋田区間の車内販売を充実させることもできるのではないか。また、長い移動で Wi-Fi がつながらないのであれば、乗客は暇になって情報を欲する状態になるかもしれない。その状況をうまく利用し、秋田の県産品や観光地の音声案内を流したり、中吊りなど車内広告をうまく活用したりできれば良いと思う。

先日、初めて特定特急券の存在を知ったが、その料金の安さに驚いた。指定席券がなくても安い料金で新幹線に乗ることができることを知らない県民も多いのではないか。この情報をもっと広まれば、秋田内陸線の利用促進も含めて有意義な電車移動を促し、車以外の移動手段を県民が検討するきっかけになるかもしれない。私のように子連れで移動する場合、家族パックのようなものがあれば、より利用を促進できるのではないか。

○豊田委員

特定特急券の話ということであれば、ネットで買えるようにしてほしい。JR に言うべきことだが、切符売り場に行かないと売ってくれないのは不便である。

●吉澤部会長

続いて方向性④、第三セクターについて意見を伺いたい。秋田内陸縦貫鉄道と由利高原鉄道の二つがあり、生活交通と観光の両面で利用促進するとのことだが、両鉄道とも生活交通としては運営が厳しい中で、観光に期待するところが大きいと思う。観光でいかに利用を促すかがポイントになると思うが、意見をいただきたい。

○豊田委員

由利高原鉄道については、通学で使っている人がまだ多いが、今後は使う人が減ってい

く。秋田の魅力の一つとして、維持していくことは非常に重要であり、財源を投入していくべきところではないか。

○芦立委員

J Rでは鳥海山・飛島ジオパーク推進協議会と連携し、ジオパークの職員が羽越本線の車内放送で鳥海山についての話をする特別運行をしたとのことである。観光客のみならず地元の方にも好評だったとのことであった。地域に詳しい人や専門家に協力してもらい、こうした「電車の中ならではの体験」の提供について、色々と工夫できる余地があるのではないか。

●吉澤部会長

鉄道事業再構築実施計画に基づいた取組とはどのようなものか。

□鶴岡交通政策課長

主にみなし上下分離方式というところで、安全対策などインフラの部分は県が支援しながら、事業者は運行に集中し、利便性や収益性の向上に取り組んでいくという形である。そういった取組について、国からの重点的な支援を受けられる仕組みになっている。

●吉澤部会長

続いて施策の方向性⑤、高速道路の整備について、意見を伺いたい。

○豊田委員

湯沢横堀道路や二ツ井今泉道路について、全線開通するのはいつ頃の予定か。

□永澤道路課政策監

国が事業主体であるが、今のところ全線開通の時期は示されていない。

○豊田委員

二ツ井今泉道路がつながると青森との交流性が非常に高くなる。難しいことかもしれないが、二ツ井今泉道路の開通を契機として、青森や山形との観光連携については、更に取り組を深めていてもらいたい。

電車や新幹線の中での情報が少ないという話があったが、東京の地下鉄と地方の電車が一番違うのは情報量である。車内広告があるかどうかというのは、楽しさに影響する。新幹線や在来線はJ Rの路線であるため難しいかもしれないが、由利高原鉄道や秋田内陸縦

貫鉄道については、是非、車内広告の充実をお願いしたい。

民間事業者や地元の商工会への声かけやポスターを印刷する程度であれば、それほど費用はかからないのではないかと。県の事業として、車両を県の観光プロモーションの広告でジャックするくらいの勢いでやってほしい。20年程前に、湘南の江ノ島電鉄で、地元の美術大学生が地元の観光スポットを紹介していた。数百万円かかったとのことだが、これは、数百万円程度の予算規模で、由利高原鉄道や秋田内陸縦貫鉄道の利用者の体験価値を劇的に高めることができるということである。そういったリーダーシップを取るとすれば、県の役割になると思うため、是非、検討してもらいたい。

○黒川委員

議題の高速道路の整備とは少し離れてしまうが、鹿角地域は盛岡や弘前に近いという特殊な環境にある。奥入瀬溪流は住所としては青森県だが、このほかにも秋田県からアクセスに不便がない他県の観光地はあると思う。当旅館から、奥入瀬溪流に向かう台湾の団体客もおり、非常に滞在時間も長い。秋田県のサイトを見ても奥入瀬という言葉は入っていない。私が見つけられなかっただけかもしれないが、例えば青森県にある観光地を秋田県のサイト載せるべきではない、という暗黙の了解などがあるのか。

□安保誘客推進課政策監

暗黙のルールというものはない。しかし、自県の素材を売りたいという思いが強く、隣接している県の素材やコンテンツをPRする形はなかなかやりにくいというのが正直なところである。しかし、白神山地や鳥海山など、県をまたぐ観光素材はたくさんある。例えば鳥海山であれば、環鳥海地域で、秋田と山形が協力してPRしている事例もあり、そのほかについても、可能な限り協力していきたい。

●吉澤部会長

積年の課題といったイメージがある。繰り返しになるかもしれないが、秋田県は県境に魅力的な資源が非常に多いため、あまり所在地にこだわることなく、積極的に情報発信してもらいたい。

高速道路について、まずは県民の流れ、それから物流が大切であり、そしてそういったものを観光に利用させてもらおう、ということだろう。人がどのように流れているかというデータは様々な形で収集できるため、観光に力を入れるときにはデータを踏まえて、プロモーションしていくべきである。

以前、国土交通省が日本風景街道などの取組を行っていたが、現在はあまり耳にしなくなった。シーニックルートのようなもので観光に貢献するものがあるならば、その名称は使い続けていかなければ定着しない。九州で言えば、別府から阿蘇に抜ける「やまなみハイウェイ」があり、観光ルートとして定着している。

前回の部会で意見が出なかった部分については、一通り意見を伺った。改めて目指す姿5から1に遡って意見を伺っていきたい。

○村上委員

湯沢市では東北中央自動車道が横堀、山形へ通じるということで非常に話題になっている。どこから人の流れを持ってくるか、物流の関係など、やはり道路というのは非常に重要なものである。横堀道路については、インターチェンジの降り口が雄勝の道の駅付近になるという話を聞いており、そこから観光にもつながる可能性があるかと非常に希望を持っている。

また、山形は素晴らしい魅力があるところであり、秋田県と交流できるような何かがあれば、お互いの良いところをどちらに行っても見られる、知れるということになる。これから何年かかるか分からないが、開通すれば大きな人の流れにつながる。新幹線だけでなく、高速道路も流通の拡大につながるため、県としても積極的に取り組んでいただきたい。

○豊田委員

交通については、前回も申し上げたが、やがて我々も車なしの生活になる。公共交通を維持することの重要性を強調したい。

今の20代女性の運転免許取得率は増えているが、実際に車を運転する生活を送っている人は半分もいない。例えば、夫婦で移住してくる場合、夫婦が揃って車の運転ができるという家族はせいぜい全体の4分の1である。全国の自治体で、夫婦揃って車の運転ができる4分の1の人たちを取り合っている状態であり、これではあまりにもレッドオーシャンである。

車がなくても生活できる、ということを提案していく必要がある。秋田市や横手市などに限定されるかもしれないが、車がなくても生活できる。免許を持っていれば、土日にはタクシーを利用したり、レンタカーを借りたりすれば、秋田の観光地にも行ける。こういった生活を提案できれば、20代の方から見た魅力が全く変わってくる。若い人に秋田に留まってもらう、来てもらうためにも、あるいは高齢者が豊かな生活を維持し続けるためにも、公共交通、特にバスが大切であり、そこに力を入れて支援し続けてほしい。一人のユーザーとして切に願います。

●吉澤部会長

目指す姿4「活気あふれるスポーツ立県あきたの実現」について、何か強調しておきたいことがあればお願いしたい。

○村上委員

観光・交流部会においてスポーツを議論することになっているが、この中の「スポーツ活動を支える人材と環境」や「スポーツを通じた地域づくり」となると、やはり学校教育との切り離しはできない。地域移行についても、今後の少子化も含めて教育委員会との接点が必要になる。この点をどのように考えているのか。

□加藤スポーツ振興課長

現在、並行してスポーツ計画という、次期総合計画よりも、もう少し細かい計画を策定している。この策定については、教育委員会なども参画しており、しっかり連携して取り組んでいきたい。

●吉澤部会長

前に村上委員が、小中高だけでなく幼少期からスポーツに触れる大切さがあると発言されていた。教育機関だけでなく、地域団体とも密接に関わってくる部分であり、そういった連携の意識も、是非持っていただきたい。

続いて目指す姿3「文化芸術の力による魅力ある地域の創生」について、追加で意見があればお願いする。

○芦立委員

前回は発言したが、秋田発の様々な民俗芸能や文化に関わる全国大会など、県が運営する文化芸術に関するサイトに情報は載っているかもしれないが、外国語対応や、ハッシュタグ等も含め、幅広く情報を掲載し、海外の人にも伝わる工夫をしながら取り組んでいただきたい。

●吉澤部会長

続けて目指す姿2「美酒・美食のあきた」の創造について意見があればお願いする。

○守屋委員

他の分野とも関わるが、情報を必要としている方がしっかりキャッチできるような情報発信が重要である。観光客向けのものや、事業者向けのものなど、様々なところに関わってくる。事業者に対しては、例えば電話で「こういうものがありますよ、ちょっと見てみてください」という声かけでも良い。また、「アキタファン」や「STAY AKITA」のサイトについて、情報を届けたい人にしっかり届けるため、例えば二次元コードを空港の至るところに貼るなど、発信については積極的に取り組んでほしい。

県内には農家レストランが多く点在している。こういった情報もしっかりとネットに掲載することで、国内外を問わず興味を持つ方はたくさんいるのではないかな。

豊田委員から、「Google マップに英語の情報を」との意見があり、当店でも取り組んだところ、海外の方が訪れるようになり、情報源を尋ねると、やはり Google で見たからだという話だった。少しずつだが、効果が上がってきているところを是非、共有したい。英語対応が全くできない、という場合もあるかもしれないが、情報の掲載自体は手軽にできるため、もっと色々な事業者にこういった情報発信に取り組んでいただきたい。県

でも事業者へ発信を促してほしい。

○豊田委員

石孫の事例は、Google マップに英語で案内をすれば、それだけでも来る人がいるということである。更に効果があるのは、そのエリアの様々な面白い場所や郷土料理を扱うお店などの情報がまとまって Google マップに載っていることである。これにより、現地に行く前から旅行計画を立てることができるため、旅行の動機に大きく関わってくる。

繰り返しになるが、「STAY AKITA」という素晴らしいウェブサイトを作って、良いコンテンツを入れていても、これを Google マップからアクセスできるようにするかしないかで、情報の届く範囲が全く変わってしまう。この点は是非改善してほしい。

前回、秋田発酵ツーリズムが他の地域と差別化できていない、やめた方が良いのではないかと発言したが、やはり継続した方が良いと思った。その理由としては、「STAY AKITA」にも、「アキタファン」にも秋田の発酵食品の紹介がない。まずはそういったサイトでの紹介を行うべきである。

○守屋委員

「アキタファン」にも石孫の情報は載っているはずだが、発酵ツーリズムとしても情報は載せてほしい。このツーリズムが何であるのか、秋田には多くのお酒や味噌、醤油がある、という説明の導線がほしい。

●吉澤部会長

宿泊施設、特に旅館でも泊食分離が進んでいるが、地域によっては周辺に飲食店がないところも多い。旅館は日本文化の特徴的なものであり、一泊二食という形を、むしろPRした方がよいのではないかとも思う。宿泊先で、その地域に根差した料理が出てくるというのは、非常に良い体験だと思う。時代に逆行するかもしれないが、旅館の料理を、丁寧に紹介していくといったPRもできるのではないか。

○黒川委員

泊食分離は、京都のようなインバウンドが多く訪れる地域ではかなり進んでいると聞いている。しかし、私たちの地域では、曜日によっては夜に食事をする場所がないところもあり、一泊二食の提供をやめる方向になるのは、まだまだ先のことだと思う。旅館では、食事、特に夕食のメニューについては、地元のものを使うというのを最優先して考えている。宿泊客のニーズをこちらで把握、分析し、可能な限り、それに合わせて料理を提供していく、という部分は取り組んでいきたいと思っている。

また、夕食のメニューはセットメニューになるため、海外の方向けに希望言語でお品書きを作るようにしている。いつも難しいと思うのは、日本語の「〇〇和え」といった表現が、翻訳しづらいということである。手間ではあるが、あまりシンプルにしすぎると、料

理の良さ等が伝わらないということもあるため、バランスを取りながら秋田の食をアピールしていきたい。

●吉澤部会長

それでは最後に、目指す姿1「何度でも訪れたい秋田」について、何か意見があればお願いします。

○豊田委員

前回の部会でもあったが、「何度でも」というスローガンは、観光ビジネスの視点からは、そぐわないのではないか。遠方から来る人は消費額が大きくなる傾向にあるが、1回しか来ない。観光のスローガンとしては「行ってみたい秋田」であるべきだと考えている。ウェブサイト上に魅力的なものをたくさん載せて、「1回行ってみようかな」と興味を持ってもらえるような秋田を目指してスローガンを検討してほしい。

●吉澤部会長

資料によると、ターゲットを仙台や東京の女性と設定しているが、マーケティング戦略室が設立され、より詳細にターゲット設定をするものと思う。どういう人たちだったら何回も来てくれるのか。今日の話の中で、アートやスポーツなど、特定の分野に興味関心のある、いわゆるSITに分類される方々は、リピーターになる可能性があるかもしれない。もう少し丁寧にターゲット設定をして、「こういった層は何回も来てもらおう」、「こういった層は1回だけかもしれないけれど、情報発信の面で貢献してもらおう」といったように、ターゲットをうまく色分けしていくと、より効果的な施策になっていくと思う。

○芦立委員

観光ウェブサイトの「アキタファン」についてだが、例えばエリアを選ぼうとするときなど、土地勘のない方では分かりにくい仕様になっていると感じた。ルートを探す機能も非常に使い勝手が悪い。

メインペルソナの設定に近い、神奈川県在住の私の母に「アキタファン」の使用を勧めてみたが、使い方が難解で、「もうきりたんぼだけで良い」となってしまった。秋田県民以外の方が実際に使ったときにどうなるかという検証が必要であると思う。私自身は秋田の奥深さは計り知れないと思っている。県内各所の特徴や、エリア分けなど、海外の目線も含め、もっと色々な形でプラン、モデルコースを示してほしい。

□高島観光文化スポーツ部次長

この目指す姿「何度でも訪れたい秋田」は、現在の総合計画に従って記載したものである。次期総合計画については作成中のため、今後案をお示しし、議論いただきたいと考えている。

○豊田委員

「STAY AKITA」について、構成も見やすく、楽しめるウェブサイトだと感じた。日本語版はないが、英語版や中国語版、フランス語版などがある。ただし、内容として温泉などを強調しているが、それらは東北の隣県にもあるものである。秋田にしかない縄文遺跡や秋田犬、秋田杉、秋田の水の恵みの話などが、項目として全く出てこない。他県と差別化できるような内容へのアップデートを検討してほしい。

□高島観光文化スポーツ部次長

「STAY AKITA」は、構築してから5～6年経過している。これを作ったときのコンセプトは、秋田で売りにできるものを強調し、種類は少なくとも内容を深くというものだったが、インバウンドの増加も踏まえ、より多くの誘客につながるよう、色々な種類の情報を発信していかなければならないと感じている。ウェブサイトの構築についても、アップデート内容を部内で検討しているところであり、様々意見をいただきながら作業を進めていきたい。

●吉澤部会長

土地勘のある人は、行きたい場所が明確であるため、自分で調べることができるが、土地勘がなければ、判断に迷ってしまうことも多いだろう。JRや大手旅行会社は、パッケージツアーを作って、オススの観光コースを提案している。例えば、参考例としてそういったものを並べてみる、そして「〇〇さんのおすすめ」等も記載できれば特別感も出る。

少し規模は違うが、二次交通で類似の取組があり、男鹿半島が一時注目を集めた。そこでは、乗り合いタクシーを走らせる際に、見所など、観光コースに関する情報も併せて掲載した。これが利用率の増加につながったひとつのポイントではないかとみている。

情報発信では、これまで蓄積されてきた推奨観光コースのようなものを載せることも検討してほしい。

それでは、以上で議事（2）について終了とする。次回、第3回部会では、これまでの意見を踏まえ、提案書案について意見をいただく。提言書の構成は次期総合計画のものになるため、そのように御承知いただきたい。

【閉会】