

提 言 書

1 「心を動かすあきたの観光」の実現について

《背景》

- ・ 令和6年の本県の延べ宿泊者数は3,150千人泊（対前年比+5%）と、コロナ禍前（令和元年）の約8割まで回復した。しかし、全国では対前年比+6.7%、対コロナ禍前比+10.6%となっており、本県の回復には遅れが見られる。
- ・ 特にインバウンドにおいては、本県を除く東北各県がコロナ禍前との比較において大きく宿泊者数を増やすなか、依然としてマイナスであり、更なる底上げが必要である。
- ・ 旅行形態やニーズは多様化しており、本県の特徴を生かしたコンテンツづくりや、マーケティングによる市場動向分析、その属性に応じた効果的な情報発信などのプロモーションの強化が必要である。

このような背景の下、次のとおり提言する。

《提言》

(1) 地域の力を結集した「稼ぐ観光エリア」の形成について

- 観光需要を効果的に取り込むため県内宿泊施設の魅力向上と発信力強化を図ること。
 - ・ 多様なニーズに対応する宿泊施設等の整備、高付加価値化を推進するとともに、ペット対応やバリアフリーなどでの受入サービスの多言語化を推進していくべきである。
- 観光関連産業における人材確保に向け、働きやすい職場づくりを推進すること。
 - ・ 旅館業をはじめ、女性の活躍が比較的多い観光関連産業においては、男女問わず、得意なことをお互いに活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重要であり、性別に関係なく、気持ちよく働ける職場づくりを推進していくべきである。
- DMOのエリアマーケティング力の強化を図ること。
 - ・ 秋田県観光DMPを含め、観光関連データをDMOが整理、活用できるよう支援を行うこと。

(2) マーケティングによる効果的なプロモーションの展開について

- 市場動向や特性を捉えた情報発信を行うこと。
 - ・ 観光客のニーズを捉え効果的に訴求するため、国内外におけるターゲット層を明確かつ細分化して設定するとともに、他県との差別化点を意識して情報発信を行うことが重要である。
 - ・ 県公式観光ウェブサイト「アキタファン」について、県内各所の特徴の記載や、

エリア分類、細かなニーズに対応するモデルコースの提案など、土地勘がない方にとって見やすいウェブサイトを目指した改修を行うべきである。

(3) 秋田ならではのツーリズムの推進について

- 地域資源を活用した誘客の推進に取り組むこと。
 - ・ リピーター創出に向け、特定の分野に強く関心をもつ SIT (Special Interest Tour) のニーズを掘り起こし、秋田特有の自然や文化遺産等のもつ魅力をよりきめ細やかに、外国語対応や SNS のハッシュタグの活用等も含め幅広く情報提供する必要がある。
 - ・ 白神山地をはじめとした県境の観光地について、県をまたいでの魅力発信を含め、他県との連携を図っていく必要がある。
 - ・ 伝統芸能、文化について、パフォーマンスの部分だけでなく、五穀豊穡や祈りなど、その原点となった部分、文化の継承についても大事にしながら秋田の魅力として PR すべきである。

- 観光コンテンツの質と価値の向上を図ること
 - ・ 観光消費額増加のため、経済効果として伸びしろのある観光コンテンツを見極め、市町村や観光協会、DMO 等と連携しながらビジネスとして自走できるよう磨き上げていく必要がある。

(4) 多様な旅行ニーズに対応した受入態勢の整備

- Google マップを活用した受入態勢の整備を行うこと。
 - ・ 観光エリアにおける観光施設や景勝地、飲食店等の情報を多くの旅行者が利用する Google マップへの集約を促進するべきである。

(5) データに基づく戦略的なインバウンド誘客の推進

- 多言語での情報発信を強化すること。
 - ・ 多言語観光情報サイト「STAY AKITA」の内容を、他県と差別化できる内容へ更新し、事業者等のウェブサイト等へリンクを貼って拡散していくべきである。
 - ・ Google マップ上から「STAY AKITA」へアクセスできる導線づくりなど、インターネット上での多言語での情報発信を促進していくべきである。

2 「あきたの美酒・美食」のブランド化と販路拡大

《背景》

- ・ 食品産業は、本県の製造業の中で最も事業所数が多く、県内経済を支える重要な産業の一つである一方、小規模な事業者が多く、令和4年の本県の食料品・飲料等の製造品出荷額等は、1,300 億円（全国 44 位、東北 6 位）と低位にとどまっている。
- ・ 収益性の高い商品開発や国内外への販路拡大を図るため、秋田の食のブランド化を推進するとともに、県公式ポータルサイト「千彩万食」の活用や商談会の開催、海外市場での需要が見込まれる県産品の輸出を促進する事業者支援が重要となっている。

このような背景の下、次のとおり提言する。

《提言》

(1) 食品製造事業者の競争力強化

- 新商品開発における相談体制を強化すること。
 - ・ 食品産業を振興するためには、事業者が新商品を開発する際に、気軽に相談できる体制づくりを進めることや、商品開発に意欲がある事業者同士の交流によるコラボレーションを促す必要がある。

(2) 「食」のブランド化と輸出を含めた県外への販路開拓の強化

- 多様なニーズに対応した販路拡大支援を展開すること。
 - ・ 事業者ごとに販路拡大のニーズは様々であるため、海外市場を目指す企業には現地での売り込み支援、国内市場での販路拡大を目指す企業にはマッチング商談会の開催による機会創出など、各事業者の狙いやニーズを捉えた支援を推進することが重要である。
- 県公式ポータルサイト「千彩万食」の活用を強力に進めること。
 - ・ 県内事業者のビジネスチャンスにつなげるため、「千彩万食」の掲載事業者数の増加に引き続き取り組むとともに、県外の飲食店やバイヤーにも積極的に PR する必要がある。
 - ・ 日本各地の物産がオンラインで販売されている状況を踏まえ、インターネットによる県産品の販売を推進する必要がある。
- 戦略的なブランディングの促進を行うこと。
 - ・ 発酵食品のプロモーションについては、他県との差別化という観点から、方針の再検討を行うとともに、「STAY AKITA」を活用し、国外への魅力発信を強化する必要がある。

(3) 時代のニーズを先取りした新商品開発

- 新商品開発における相談体制を強化すること。（再掲）
 - ・ 食品産業を振興するためには、事業者が新商品を開発する際に、気軽に相談できる体制づくりを進めることや、商品開発に意欲がある事業者同士の交流によるコラボレーションを促す必要がある。

(4) ターゲットを定めた「あきたの食」の発信による関係人口の増加と販売促進

- 戦略的なブランディングを図ること。
 - ・ プロモーションにおいては、食材や食品の背景やストーリー、作り手の思いなどを含めて、ブランディングを行うことで、県産食品の高付加価値化を図るべきである。

3 文化芸術が紡ぐ彩り豊かな秋田の創出

《背景》

- ・ 開館から3年が経過した「あきた芸術劇場ミルハス」は、令和6年度の利用者が約

36万人と目標を上回り、県民意識調査においても催事等を評価する声が多く寄せられるなど、本県の文化芸術の拠点として一定の成果を挙げている。

- ・ 人口減少や高齢化が進行する中、各地域で文化芸術の担い手が不足しており、文化の継承が重要な課題となっている。

このような背景の下、次のとおり提言する。

《提言》

(1) 文化芸術による交流の促進

- ミルハスの文化的な価値の維持に努めること。
 - ・ ミルハスは、格式高く文化が交わるまちの形成に大きく寄与しており、これまで以上に県民に訪れてもらえるよう、利用者や稼働率を高水準に維持していく必要がある。
- 文化交流機会の創出に取り組むこと。
 - ・ 県民が秋田に対する新しい視点や価値観を認識する機会につながることから、各分野のプロフェッショナルや多様な価値観を持った人に触れる機会、交流する機会を創出することが重要である。

(2) 文化芸術活動による秋田の魅力の磨き上げ

- 文化芸術による交流人口・関係人口の拡大を図ること。
 - ・ 国指定重要無形民俗文化財の数が全国最多という本県の特徴を生かし、観光コンテンツとして有効に活用し、交流人口や関係人口の拡大を推進する必要がある。

(3) 次代の文化芸術を担う人材の育成

- 文化芸術に触れやすい環境づくりに取り組むこと。
 - ・ 子どもたちが質の高い文化芸術に直接触れることができる機会を創出するため、アウトリーチ事業の継続等により、様々なジャンルで取組を進める必要がある。

(4) 文化芸術の魅力発信の充実

- 秋田の文化芸術の発信内容の解像度を上げること。
 - ・ 秋田には重要無形文化財が多く存在しており、秋田の文化・芸術として何を情報発信していくべきか、どこに優先順位をつけて展開していくべきか考える必要がある。

4 誇りと賑わいあふれる「スポーツ立県あきた」の実現

《背景》

- ・ 働く世代や子育て世代において、運動実施率が低い傾向にあるため、県民のだれもが、いつでも、どこでもスポーツができる環境づくりを進める必要がある。
- ・ 人口減少によりスポーツイベントを支える人材の確保が困難になる中で、ボランティア希望者への情報提供や指導者・審判員等の育成などにより、持続可能なイベント実施の仕組みづくりが求められている。

このような背景の下、次のとおり提言する。

《提言》

(1) 生涯スポーツの推進

- スポーツ実施率の向上に向けた取組を推進すること
 - ・ 市町村によってスポーツへの取組に温度差があるため、県がリーダーシップをとり、住んでいる市町村に関わらず、県全体でスポーツに関われるような情報発信や取組を推進すべきである。

(2) 全国や世界を見据えた競技力の向上

- 幼少期も含めたスポーツの裾野拡大を図ること
 - ・ 「小中学生を対象としたスポーツの裾野拡大」だけでなく、幼少期からの運動習慣づくり、栄養摂取に関する取組のほか、年代に合った指導方法を行う指導者の育成も行っていくべきである。

(3) 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

- スポーツ興行やスポーツ大会等を通じた秋田県の効果的なPRを図ること。
 - ・ トップスポーツチームは、地域の子供たちの目標になるほか秋田県を盛り上げるコンテンツになるため、その試合では、秋田の文化や食を効果的にPRするべきである。
 - ・ もっぱら観戦を楽しむ方にとっては、応援のノベルティがあるかなどが一つのポイントになるため、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と思う。

(4) スポーツを支える組織の充実、人材の確保・育成

- スポーツ活動を支える人材の確保に向けた取組を行うこと。
 - ・ 指導者やボランティア、審判員等の支える側の人材の高齢化が進み不足傾向にあるため、県全体として、人材の確保・育成を推進していくべきである。
- 教育部門との連携を図ること。
 - ・ 「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」「部活動の地域移行」などについては、今後の少子化も踏まえて教育委員会との連携が重要になる

(5) デジタル技術の活用等によるスポーツの環境整備

- 効果的な情報発信によりスポーツ環境の整備を進めること。
 - ・ 県は市町村とも連携し、県民のスポーツ活動場所の確保のための情報発信を強化する必要がある。

5 暮らしと交流を支える交通ネットワークの構築

《背景》

- ・ 本県と県外間の旅客輸送人員数は、コロナ禍前（令和元年度）の4,275千人に対し、令和5年度は4,018千人と9割程度まで回復している。
- ・ 幹線鉄道や航空路線などの広域交通ネットワークは、観光のみならず県民の社会経済活動を支える重要な基盤であり、着実に維持・拡充を進める必要がある。
- ・ バスや第三セクター鉄道などの地域公共交通については、利用者の減少や運転手不足など、厳しい状況が続いているが、住民生活に欠かせないインフラであり、観光需要を取り込みながら、ネットワークの維持・確保を図っていくことが求められている。

このような背景の下、次のとおり提言する。

《提言》

（1）住民が利用しやすい地域公共交通ネットワークの形成

- 地域公共交通の維持について強力に取り組むこと
 - ・ 車を持っていなくても生活できる秋田を目指し、地域公共交通の維持については、バス事業者への支援等、特に力を入れて取り組み続ける必要がある。
- 地域課題解決に向けた新たな交通ネットワークの構築に取り組むこと
 - ・ 地域の実情に合わせた乗合タクシーやデマンド交通、ライドシェアなど、多様な手段を検討し、市町村への手厚い支援を行うとともに、先進的な取組を横展開していくべきである。

（2）第三セクター鉄道とJRローカル線の持続的な運行の確保と観光利用の促進

- 地元企業と連携したPRや利用環境の整備に取り組むこと。
 - ・ 今後、通学利用等の減少が予想されることから、観光需要の掘り起こしのため、車内での地元の方の音声アナウンスや地元企業の広告掲示による情報量増加など、電車ならではの観光体験の創出を促進するべきである。
- ・ 利用する県民や観光客がストレスを感じず、また乗ってみたいと思ってもらうため、Wi-Fi設備や電源など、乗車環境の改善に向けた取組を進める必要がある。

（3）幹線鉄道の整備の促進とフェリー航路の維持・拡充

- フェリーの利便性周知に取り組むこと。
 - ・ 行き先によっては鉄道よりも安価に移動できる手段であるものの、その利便性が十分に知られていないため、カーボンニュートラルの視点も含め、更なる利用促進とニーズの掘り起こしに取り組むべきである。

（4）航空路線の維持・拡充

- 航空路線の利便性の周知に取り組むこと。

- ・ 秋田空港と大館能代空港の利便性を周知し、需要喚起を図る必要がある。特に秋田空港については、チャーター便を定期便に繋げるような中長期的な計画も視野に入れつつ整備を推進すべきである。

(5) デジタル技術活用による公共交通等の利便性向上と利用拡大

- Google マップを活用した公共交通等の利便性向上を図ること。
 - ・ Google マップ等でバスの現在地、到着時刻、運賃、経路といった情報をわかりやすく検索できるようにするなど、情報掲載等により、利便性の向上を図るべきである。

(6) 高速道路等の整備

- 高速道路の整備促進に取り組むこと。
 - ・ 沿線市町村等との連携を強化し、ミッシングリンクの早期解消や暫定2車線区間の4車線化について、引き続き国や関係機関に対し要望していくべきである。
 - ・ ニツ井今泉道路については、全面開通を目指すとともに、人流データ等を活用しながら、開通を契機とした隣県との観光連携に取り組むべきである。