

発言要旨	部会No	委員名
施策1：「心を動かすあきたの観光」の実現		
施策の方向性① 地域の力を結集した「稼ぐ観光エリア」の形成		
<p>◆観光エリアを支える人材の確保・育成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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も大切なことだと思う。 <p>◆宿泊施設の高付加価値化への支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・宿泊施設支援にあっては、まちづくりや都市整備、空き家の除却等、様々な分野と連携しながら勤めることで、付加価値向上や観光誘客につながる可能性もあるのではないかな。 ・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、一言でも良いのでインターネット上に多言語で記載するべきである。 <p>◆DMOや観光協会を中心とした観光地域づくりへの支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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もらいたい。 	<p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p>	<p>黒川委員</p> <p>芦立委員</p> <p>豊田委員</p> <p>吉澤部会長</p>
施策の方向性② マーケティングによる効果的な誘客プロモーションの展開		
<p>◆戦略的なマーケティングによる効果的な情報発信の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光客のニーズを捉えて提供しなければ観光サービスとしては売れない。ターゲット層を明確に設定し、秋田の観光で売れるものは何かという視点から、取組を展開していく必要がある。 ・観光客のニーズに応えるものを売るというマーケットインの考えについても重要である。その一方で、例えば日本一のものなど、秋田として自慢できるものや独自性を、観光関係者がしっかりと認識し、マーケティングの視点も含め、他県との差別化点等、見定めて取り組んでいくことが必要である。 ・冬季・インバウンド誘客による繁閑差の解消は重要であるが、冬季以外の既に観光客が来ている時期に「稼ぐ」体制づくりができていくかという視点も必要である。イベントがない時期でも、常時楽しめる秋田の魅力の発信が不可欠である。 ・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、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、非常に良い体験であり、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な。 <p>◆観光情報がウェブ上に「存在し、検索できる」環境の構築</p> <ul style="list-style-type: none"> ・クルーズ船の乗客のように一度きりの訪問者であっても、彼らが秋田での体験をSNSや口コミで発信することで、次の観光客につながったり、県民が秋田県の良さを認知するきっかけになったりすることもあるため、そうした発信の追跡と活用を検討してはどうか。 ・「なぜ観光客が秋田に来るのか(行ってみたいと感じるのか)」、本質的な部分を改めて振り返り、発信していく分野を見極めることが大切である。「自然」を売りにしている都道府県が沢山ある中で、どのように差別化して誘客に繋げるかはとても重要だと感じる。 ・観光客が秋田への旅行計画を立てる時点でインターネット上に情報がなければ、情報がないのと同義である。インターネット上で情報発信を強化するとともに、多言語での情報発信についても県が主導し進めていくべきである。 ・県の多言語ウェブサイト「STAY AKITA」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。事業者の方々に、ウェブサイトを紹介するとともに、Googleマップや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。 ・「STAY AKITA」の内容について、他県との差別化を図って欲しい。 ・アキタファンについて、例えばエリアを選ぼうとする時など、土地勘のない方ではわ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。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。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。 ・男鹿では、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要因ではないかとみている。情報発信においては、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。 	<p>1</p> <p>1</p> <p>1</p> <p>2</p> <p>1</p> <p>1</p> <p>1</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p>	<p>豊田委員</p> <p>吉澤部会長</p> <p>守屋委員</p> <p>吉澤部会長</p> <p>芦立委員</p> <p>黒川委員</p> <p>豊田委員</p> <p>豊田委員</p> <p>豊田委員</p> <p>芦立委員</p> <p>吉澤部会長</p>

発言要旨	部会No	委員名
施策の方向性③ 秋田ならではのツーリズムの推進		
◆秋田の特性を生かした多様な観光コンテンツの磨き上げ		
<ul style="list-style-type: none"> ・なまはげや竿燈などの伝統芸能、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。伝統芸能のパフォーマンス部分のみが取り上げられていると感じられる現状を改善し、その文化的背景やストーリーを伝えることが重要である。いつでもどこでも観光客が喜ぶからと見せていると、自ら大切な文化を安売りしてしまうことにつながるのではないかと懸念する。 	1	芦立委員
<ul style="list-style-type: none"> ・白神山地、奥入瀬溪流等をはじめとした県境の観光地については、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のではないかと懸念する。 	1	芦立委員 黒川委員
<ul style="list-style-type: none"> ・竿燈祭りのように既に人を呼び込む力を持つコンテンツを磨き上げるのではなく、経済効果として伸びしろがあるコンテンツの磨き上げを行うべきである。観光産業の成長のためには、ビジネスとして成立するのかがという視点が必要である。 	1	豊田委員
<ul style="list-style-type: none"> ・秋田が距離的に「行きにくい場所」という認識は、ポジティブな要素として活用できるのではないかと懸念する。「今しか見られないかもしれない」という、消滅の危機にある文化を観光コンテンツとして取り上げ、その希少性を活かした誘致方法も検討すべきである。 	1	芦立委員
<ul style="list-style-type: none"> ・メジャーとまでいえない全国大会（鹿角の声良鶏の鳴き声を競う大会、土崎の港の唄全国大会など）には、遠方からも熱量の高い人々が集まっている。こうした人々こそ、県外から繰り返し秋田を訪れたい、秋田を大切にしたいと思ってくれる可能性があるため、特定の顧客層（ニッチ層）のニーズを掘り起こし、よりきめ細やかな体験の情報を提供する必要がある。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しながら取り組んでいただきたい。 	1	芦立委員
<ul style="list-style-type: none"> ・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うる。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行ければ良いと思う。 	2	黒川委員
<ul style="list-style-type: none"> ・何か特化したことを打ち出せば人が動く可能性はある。更に、文化芸術を好む人たちがクリエイターは、その土地を非常に尊重し、そこでしかできないことをやりたがる傾向が非常に強く、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と懸念する。 	2	芦立委員
<ul style="list-style-type: none"> ・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S I Tに分類される方々は、リピーターになる可能性がある。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。 	2	吉澤部会長
施策の方向性④ 多様な旅行ニーズに対応した受入態勢の整備		
<ul style="list-style-type: none"> ・（再掲）県の多言語ウェブサイト「STAY AKITA」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。事業者の方々に、ウェブサイトを紹介するとともに、Googleマップや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。 	2	豊田委員
<ul style="list-style-type: none"> ・Googleマップに英語の案内を掲載するだけでも来る人がいる。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Googleマップへ集約すれば、旅行計画を立てることができ、更に高い効果が見込める。 	2	豊田委員
施策の方向性⑤ データに基づく戦略的なインバウンド誘客の推進		
◆戦略的な情報の発信とデジタルを活用した受入態勢の強化		
<ul style="list-style-type: none"> ・（再掲）観光客が秋田への旅行計画を立てる時点でインターネット上に情報がなければ、情報がないのと同義である。インターネット上で情報発信を強化するとともに、多言語での情報発信についても県が主導し進めていくべきである。 	1	豊田委員
<ul style="list-style-type: none"> ・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。 	2	豊田委員

発言要旨	部会No	委員名
施策2：「あきたの美酒・美食」のブランド化と販路拡大		
施策の方向性①食品製造事業者の競争力強化		
<p>◆事業者間連携の促進や異業種との連携による新商品の開発・販売への支援</p> <ul style="list-style-type: none"> 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時に、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。 	2	守屋委員
施策の方向性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		
<p>◆販路拡大とポータルサイト等を活用した情報発信の促進</p> <ul style="list-style-type: none"> 販路拡大支援は国内外それぞれで展開する必要がある。海外市場を目指す企業には現地訪問支援、国内市場にはマッチング商談会の機会創出など、各事業者の狙いやニーズを捉えた取り組みを進めるべきである。 新しく開設された県産食品紹介ウェブサイト「千彩万食」は、県外の飲食店などのバイヤーにも積極的にPRし、多くのバイヤーに見てもらえるようにする必要がある。このウェブサイトは各事業所にとってビジネスチャンスにつながる可能性があるため、今後も活用を推進すべきだ。 県産食品紹介ウェブサイト「千彩万食」について、とても見やすく良質なウェブサイトであると感じた。県外へのアプローチはもちろんのこと、県内でも観光事業所や宿泊事業所に向けてぜひ広く発信してほしい。 <p>◆戦略的なブランディングの促進</p> <ul style="list-style-type: none"> 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、そこからさらに海外へも発信していくということが必要だと思う。ぜひ発酵食品をはじめとする他の食品についても展開して欲しい。 	1 1 1 2	守屋委員 守屋委員 黒川委員 豊田委員
施策の方向性③時代のニーズを先取りした新商品開発		
<ul style="list-style-type: none"> (再掲) 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時に、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。 	2	守屋委員
施策の方向性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		
<p>◆観光分野と連携したプロモーションの実施</p> <ul style="list-style-type: none"> 秋田県の発酵食品プロモーションは5年以上実施されているが、秋田の加工食品の差別化には至っていないと感じられる。そのため、このプロジェクトは一定の役割を終えたと整理し、発酵食品以外のアプローチ方法や売り込み方を検討する段階に来ているのではないかと。 秋田県内には豊富な湧き水があり、これを食品づくりに活用するだけでなく、食や食材をプロモーションする際に、その背景に豊かな美しい水があることなど、背景やストーリーを含めて魅力を伝えれば、高付価値化につながる可能性があるのではないかと。 秋田の商品については、内容やその魅力についての説明が足りていないと感じている。商品の質だけでなく、その質をどのように紹介するかも考える必要がある。 JR秋田支社で昨年作成した「あきたの北のほうスイーツマップ」は、お客様が手に取り持って帰る姿が多くみられた。紙媒体からデジタルへ以降している社会情勢ではあるが、一方で紙媒体での発信の必要性もまだ感じるところである。 情報発信については各企業が既に行っているが、もっともっとアピールできる機会があれば良いと思う。少し視点を変え、インスタ映えするような発信の仕方もあるのではないかと。 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った。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ものであるため、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。 インターネットでの情報発信を強く求める。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。 	1 1 1 1 2 2 2	豊田委員 芦立委員 豊田委員 黒川委員 村上委員 守屋委員 豊田委員

発言要旨	部会No	委員名
施策3：文化芸術が紡ぐ彩り豊かな秋田の創出		
施策の方向性①文化芸術による交流の促進		
◆外部専門家との交流促進 ・県外や海外のクリエイターを招き、地元の人々と一緒に創作活動やワークショップを行うことで、市民や県民が秋田に対する新しい視点や価値観、得意なこと（特性）を認識する機会を作るべきだ。	1	芦立委員
◆ミルハスの文化的価値 ・ミルハスの素晴らしさは、ミルハスがあることによって秋田市の中心部が格式高く文化が交わるまちになり、若者にとって「ここだったらそのまま住み続けてもいいかもしれない」と思えるような文化的な価値を生み出していることにある。	1	豊田委員
施策の方向性②文化芸術活動による秋田の魅力の磨き上げ		
・秋田の魅力として文化や文化財があり、文化振興の取り組みは次の観光への投資なのだ解釈している。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。	2	吉澤部会長
施策の方向性③次代の文化芸術を担う人材の育成		
・人材育成は非常に難しく、短期間で出来ることではない。文化創造館の場合、多くの人を集客できるイベントか、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きと考えている。	2	芦立委員
施策の方向性④文化芸術の魅力発信の充実		
◆秋田の文化芸術の明確化と発信 ・秋田には無形文化財がたくさんある中で、秋田の文化・芸術として何を情報発信していくべきか、検討の余地がある。解像度を上げて、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。 ・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しながら取り組んでいただきたい。	1	芦立委員
	2	芦立委員

発言要旨	部会No	委員名
施策4：誇りと賑わいあふれる「スポーツ立県あきた」の実現		
施策の方向性①生涯スポーツの推進		
◆スポーツ実施率の向上 ・市町村の人口規模によってスポーツへの取り組み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、県内全体の人々がスポーツに関われるような情報発信や取り組みを推進するべきである。	1	村上委員
施策の方向性②全国や世界を見据えた競技力の向上		
◆スポーツの裾野拡大 ・「小中学生を対象としたスポーツの裾野拡大」だけでなく、幼少期からの身体づくり、栄養摂取、年代に合った指導方法、そして指導者の育成といった要素も不可欠である。そのため、幼稚園に入った頃からそうした取り組みを進め、より広い視点で捉える必要がある。	1	村上委員
施策の方向性③スポーツを通じた地域づくりと交流・関係人口の拡大		
◆トップスポーツ興行やスポーツ大会等を通じた交流人口の拡大 ・ブラウブリッツ秋田やノーザンハピネッツのようなトップスポーツチームの活躍は、地域の子供たちの目標や秋田県の将来への道標になる。スポーツ大会では、秋田の文化や食をスポーツと一緒に効果的にPRするべきだ。 ・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ではないか。Tシャツでも良いと思うが、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。	1 2	村上委員 村上委員
施策の方向性④スポーツを支える組織の充実、人材の確保・育成		
◆スポーツを支える団体・組織等との連携強化とボランティア人材の発掘 ・指導者側の高齢化が進んでいるため、県全体として、地域でのボランティアスポーツを推進していくべきである。 ・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。	1 2	村上委員 村上委員
施策の方向性⑤デジタル技術の活用等によるスポーツの環境整備		
◆情報発信と運動・スポーツ環境の整備 ・県は市町村へ働きかけ、活動場所の確保に向けてより手厚い支援や情報発信をしてほしい。	1	村上委員

発言要旨	部会No	委員名
施策5：暮らしと交流を支える交通ネットワークの構築		
施策の方向性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		
◆地域の実情に応じた公共交通の維持・活性化と情報発信の強化		
<ul style="list-style-type: none"> 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、多様な試みを計画に積極的に盛り込むべきだ。特に、学校統合や部活動の地域移行によって子供たちの交通手段が不足しているため、市町村への手厚い支援が望まれる。 	1	村上委員
<ul style="list-style-type: none"> 「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。 	2	豊田委員
<ul style="list-style-type: none"> 次期総合計画では、中長期的な視点から、空飛ぶ車のような災害、医療、福祉、観光など複合的な課題解決につながる可能性があるチャレンジングな取り組みを交通分野で検討すべきでないか。 	1	吉澤部会長
施策の方向性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		
◆沿線観光資源を活用した新たな利用者の掘り起こしへの支援		
<ul style="list-style-type: none"> 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。 	2	豊田委員
<ul style="list-style-type: none"> 第三セクター鉄道の利用促進については、地域について詳しい人や専門家の方に協力してもらい、こうした電車の中ならではの体験を提供することについては、色々と工夫できる余地があるのではないか。 	2	芦立委員
<ul style="list-style-type: none"> 由利高原鉄道や内陸縦貫鉄道については、ぜひ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のほか、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と思うので、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。 	2	豊田委員
施策の方向性③幹線鉄道の整備の促進とフェリー航路の維持・拡充		
<ul style="list-style-type: none"> 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、電車で帰ってくるよりも安い。更に新潟発が22時過ぎになるので、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。 	2	豊田委員
<ul style="list-style-type: none"> 新幹線については、所要時間短縮も必要だが、車内Wi-Fiも5Gもつながらない区間があるため、Wi-Fiが使えるようにしてほしい。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。 	2	豊田委員
<ul style="list-style-type: none"> 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。長い移動でWi-Fi等がつかない場合、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もうまく活用できれば良いと思う。 	2	芦立委員
<ul style="list-style-type: none"> 特定特急券について、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、内陸線の利用促進も含め、車を使わない移動を県民が検討するきっかけになるかもしれない。 	2	芦立委員
施策の方向性④航空路線の維持・拡充		
<ul style="list-style-type: none"> 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絵を描き、整備を推進すべきでないか。 	1	吉澤部会長
<ul style="list-style-type: none"> 大館能代空港について、昨年度初めて利用し利便性を認知した。割引やキャンペーン等がない状況においても、認知度向上に向け発信を強化する必要がある。 	1	黒川委員
施策の方向性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		
<ul style="list-style-type: none"> Googleマップなどの既存のツールにバスの現在地、到着時刻、運賃、経路といった情報を載せることができるのではないか。海外からの訪問客を含む多くの利用者が便利になる取組である。 	1	芦立委員
施策の方向性⑥高速道路等の整備		
◆沿線観光資源を活用した新たな利用者の掘り起こしへの支援		
<ul style="list-style-type: none"> 二ツ井-今泉がつながると青森との交流性が非常に高くなる。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、さらに取り組みを深めていってほしい。 	2	豊田委員
<ul style="list-style-type: none"> 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や、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。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。 	2	村上委員