

| 議事                                              | テーマ                           | 発言要旨                                                                                                                                                                                           | 発言者     |
|-------------------------------------------------|-------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| 秋田県総合計画 政策<br>2 観光・交流に係る<br>指標の達成に向けた<br>提言について | 観光人材の確保・<br>育成                | 地域全体として外国語対応可能な人材が圧倒的に不足しており、インバウンド対応人材の育成が喫緊の課題である。                                                                                                                                           | 山本友文委員  |
|                                                 |                               | 外国語対応可能な人材として国際教養大の学生を採用する動きも有効な手法の一つだが、現場のニーズから自発的に研修を実施する流れが理想的である。                                                                                                                          | 東風平蒔人委員 |
|                                                 |                               | 観光従事者の中には自身の担当エリアの情報しか把握していない者も多いため、県内の関係者が互いの地域を知り、回遊を促すような人材交流の仕組みがあってもよいのではないか。                                                                                                             | 阿部円香委員  |
|                                                 | 受入態勢の強化                       | 過去に県の高付加価値化支援補助金への応募を検討したが、コンサルタントの導入が必須条件であったため断念した経緯がある。現場の実態に即して、制度要件を見直す余地があるのではないかと。                                                                                                      | 阿部円香委員  |
|                                                 |                               | 多様な体験プログラムをワンストップで予約・決済できるシステムがあると非常に利便性が高い。OTA経由で訪れるFIT層は、事前のリサーチなしに長期滞在する傾向があるため、現地で手軽に体験を提案できる仕組みがあれば、顧客満足度の向上につながるはずだ。                                                                     | 山本友文委員  |
|                                                 |                               | 仙北市において地域限定のOTAを導入しているが、小規模なOTAへの掲載は、登録の手間に対して集客効果が見込みにくく、結果として掲載商品が増えない悪循環に陥っている。一方、集客力のあるアジア系体験OTA（KlookやKKdayなど）への掲載を希望しても「需要が低いため掲載する意味がない」と弾かれてしまう現状がある。県や観光連盟などが窓口となり、掲載に向けた働きかけを行ってほしい。 | 東風平蒔人委員 |
|                                                 | 戦略的な誘客プロ<br>モーションとコンテ<br>ンツ造成 | プロモーションには、ターゲットに深く刺さる尖ったコンテンツが必要である。弊社のカフェでは、クルーズ船の乗客向けに、自然散策や出張料理人による昼食などを組み合わせた高単価なオーダーメイド体験を用意している。                                                                                         | 山本友文委員  |
|                                                 |                               | 大仙市の花火を制作する会社と連携し、外国人旅行者が日中に自身で花火を作り、夜にプライベートで打ち上げるという高単価プランの造成を進めている。ハイシーズンに限らず、特別な体験を通じて高単価な商品を販売する取り組みを強化したい。                                                                               | 東風平蒔人委員 |
|                                                 |                               | 県内で展開される魅力的なコンテンツについて、県や周囲が積極的に紹介する仕組みづくりが必要である。同時に、我々のような宿泊事業者側も、それらを顧客に提案できるだけの知識を持たなければならない。                                                                                                | 阿部円香委員  |
|                                                 | FIT層をターゲットと<br>した誘客と受入態勢      | FIT層が求める宿泊施設は、プライベート空間でリラックスできる小規模な一棟貸し切り施設だと考えるが、既存の高付加価値化補助金は10室以上の増室といった要件があり、小規模施設は対象外となりやすい。スモールスタートでの起業を後押しするような支援策が望ましい。                                                                | 東風平蒔人委員 |

| 議事                                              | テーマ                      | 発言要旨                                                                                                                           | 発言者     |
|-------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| 秋田県総合計画 政策<br>2 観光・交流に係る<br>指標の達成に向けた<br>提言について | FIT層をターゲットと<br>した誘客と受入態勢 | 秋田市内のホテルではインバウンド客の多さを実感するが、彼らは「人前で裸になりたくない」という文化的背景から大浴場やサウナをあまり利用しないため、一般的な温泉旅館での受け入れはハードルが高いのではないが。プライバシーを確保できる空間が強く求められている。 | 山本友文委員  |
|                                                 | FIT層をターゲットと<br>した誘客と受入態勢 | 温泉は日本人には訴求力が高いが、インバウンド特有のニーズには一般的な支援策がうまくマッチしないケースがある。F I T層のニーズに応じ、支援策の要件緩和を検討する余地があるだろう。                                     | 吉澤清良部会長 |
|                                                 | 二次交通ネットワー<br>クの充実        | 言葉が通じなくても行き先と料金が明朗で、クレジットカード決済が可能なライドシェアこそ、地方に積極的に導入すべきである。                                                                    | 山本友文委員  |
|                                                 |                          | ライドシェアは実際に利用してみないと利便性が伝わりにくい。首長自らがドライバーを務めるような、インパクトのある実証実験を実施するののも一つの手ではないか。                                                  | 吉澤清良部会長 |
|                                                 |                          | 田沢湖周辺で「タッチでタクシー」の導入を試みたが、施設側の協力不足や、電話・FAX配車に慣れたタクシー会社がネット通知を見落とすといった課題があり、定着に至らなかった。タクシー業界の意識改革が鍵となる。                          | 東風平蒔人委員 |
|                                                 |                          | 駅から離れたディープな観光スポットへ行きたいというニーズに対し、既存の路線バス等は使い勝手が悪いため、代替手段の構築が急務である。                                                              | 阿部円香委員  |
|                                                 | スポーツ等との連携<br>による交流拡大     | 秋田は交通量が少なく景観の良い道路が多いため、サイクルツーリズムに非常に適しており、大きな強みになり得る。                                                                          | 山本友文委員  |
|                                                 |                          | サッカー等のメジャースポーツに限らず、マイナースポーツやサイクリングなど、コアなファンが集まる競技のキャンプ地誘致も有効ではないか。                                                             | 東風平蒔人委員 |
|                                                 | 食や文化等と観光<br>の連携・融合       | クルーズ船の寄港時に、秋田市で竿燈まつりの演技を見られなかったことなど、代表的なコンテンツが団体客向けに適切に配置されていない課題を感じた。                                                         | 東風平蒔人委員 |
|                                                 | 日本酒の輸出促進                 | 日本酒の輸出については海外からのオファーが多いものの、減じての交渉等のための渡航費や宿泊費の高騰により多大な経費がかかる点が大きな障壁となっている。                                                     | 山本友文委員  |
|                                                 |                          | 小規模生産の商材を海外展開する事業者に対し、展示会への渡航費などを定款的に補助する制度があるとありがたい。                                                                          | 阿部円香委員  |

| 議事                                              | テーマ                 | 発言要旨                                                                                                           | 発言者     |
|-------------------------------------------------|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| 秋田県総合計画 政策<br>2 観光・交流に係る<br>指標の達成に向けた<br>提言について | 文化芸術活動の振興           | 「わらび座」のように、言語の壁を越えて楽しめる参加型コンテンツをもっとアピールすべきだ。                                                                   | 阿部円香委員  |
|                                                 | 旅行消費額の分析<br>と今後の方向性 | 旅行消費額を引き上げるためには、どこに伸び代があるのかを把握することが重要だ。競合する他県との消費内訳の差分を分析できれば、目標達成に向けた効果的な投資先が明確になるはずだ。                        | 東風平蒔人委員 |
| その他                                             | 全体を通した意見<br>等       | 県出身者には面白い発想を持つ人材が多数存在している。そうした人々のアイデアを後押しし、実行に移せるような支援制度があるとよい。                                                | 山本友文委員  |
|                                                 |                     | 市町村の枠組みを超えた「文化圏」としての広域連携体制が構築できれば、特定のコンテンツを目当てに訪れるインバウンド客を取り込みやすくなるのではないか。                                     | 阿部円香委員  |
|                                                 |                     | FIT層のニーズに合致した宿泊施設やコンテンツを創出する機運づくりが必要だ。地域を牽引するエンジンとなるような熱意ある事業者に惜しみない支援を行うことで、尖ったコンテンツが生まれ、結果として宿泊客の増加につながるはずだ。 | 東風平蒔人委員 |