

秋田県市町村未来づくり協働プログラム

北秋田市プロジェクト「まるごと森吉山観光振興プロジェクト」における 事後評価調書

1 プロジェクトの目的

森吉山エリアの観光振興を図るため、森吉山スキー場や森吉山ビジターセンター（仮称）の整備による観光基盤の拡充とともに、一年を通して楽しめる様々な体験型メニューの開発、統一的なイメージによるブランドの確立、観光案内人の育成やネットワーク化によるホスピタリティの向上などに取り組むことにより、本エリアにおいて「いつでも」「だれでも」気軽に楽しめる滞留型観光の拠点化を目指す。

2 プロジェクトの概要

策定年月日	実施期間	北秋田市 総事業費 (千円)		県事業 事業費 (千円) B	総事業費 (千円) A + B
		A	うち交付金 (千円)		
平成 25 年 5 月 21 日	H25～H28	632,710 (678,896)	200,000	5,662 (6,700)	638,372 (685,596)

※（ ）内は計画値

【プロジェクトを構成する事業】

○北秋田市事業群

事業名	総事業費 (千円)	うち交付金 (千円)	実施年度
森吉山ビジターセンター整備事業	57,893	22,000	H26～H27
森吉山阿仁スキー場機能強化事業	557,558	178,000	H25～H28
森吉山イメージアップ事業	17,259	0	H26～H28
計	632,710	200,000	

○県事業群

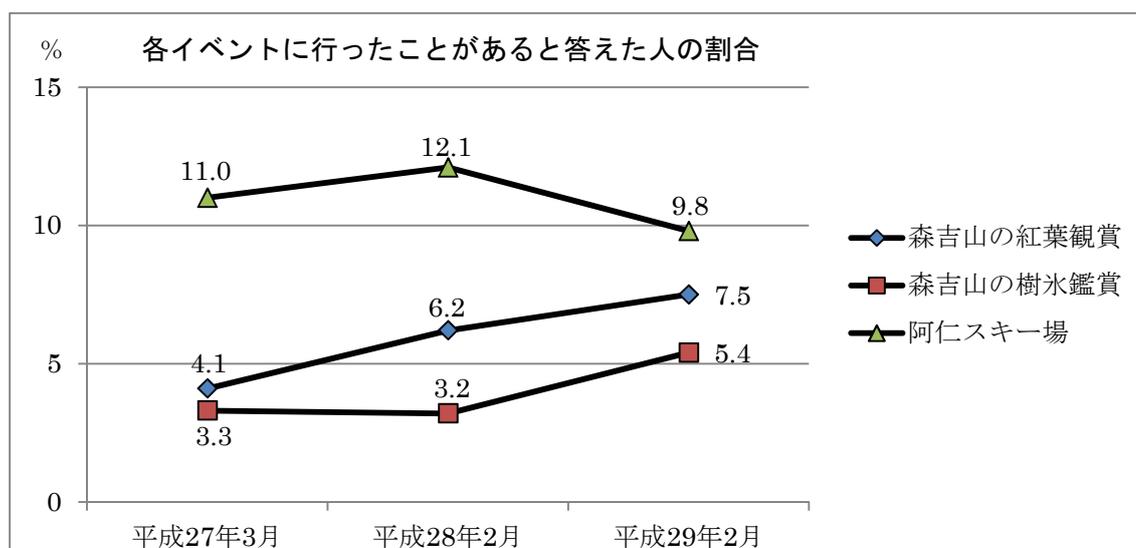
事業名	総事業費 (千円)	実施年度
森吉山スキー場管理運営協議会との連携事業	200	H25～H28
観光宣伝事業	3,813	H25～H28
滞留型観光商品開発に対する支援事業	1,649	H25～H28
計	5,662	

3 プロジェクトの成果指標と達成状況

指標名	基準値 (23年度)	目標値 (28年度)	実績値 (28年度)	達成率
北秋田市観光入込客数	1,174 千人	1,700 千人	1,245 千人	73%
阿仁スキー場利用者数	39,428 人	50,000 人	52,856 人	106%
案内人数	40 人 (3 団体)	100 人 (6 団体)	49 人 (5 団体)	49% (83%)

4 住民アンケート調査の結果

北秋田市民意識調査において、市内の観光地の利用状況等を確認したところ、「阿仁スキー場」は伸び悩んでいるが、「森吉山の紅葉観賞」と「森吉山の樹氷鑑賞」は増加しており、本プロジェクトにより、地元住民においても、森吉山の通年観光が着実に拡大している。



【調査概要】

調査期日：毎年2～3月（平成29年は、2月24日～3月10日）

調査方法：毎年の市民アンケートの一環で調査（18歳以上の市民千人を無作為抽出）

回収率：平成27年51.0%、平成28年56.4%、平成29年53.3%

5 経済波及効果分析等

北秋田市「まるごと森吉山観光振興プロジェクト」における経済波及効果は、①ハード事業費支出による効果（9億4,500万円）、②ソフト事業費支出による効果（500万円）、③来場者の消費支出による効果（4億1,500万円）を合わせると、合計13億6,400万円であったと推計される。

（単位：百万円）

	直接効果	一次波及効果	二次波及効果	総合効果
ハード事業費支出による経済波及効果	609	194	142	945
ソフト事業費支出による経済波及効果	3	1	1	5
来場者の消費支出による経済波及効果	255	107	52	415
合計	868	302	194	1,364

6 その他参考となる事項

【成果指標外の成果】

○関連フェイスブックの閲覧者数の増加

本プロジェクトを通じ、森吉山観光を紹介するフェイスブックの閲覧者数が着実に増加した。

	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度
閲覧者数（人）	929	2,579	6,571	6,991

7 民間アドバイザーの意見

（民間アドバイザー：国際教養大学（AIU）教授 熊谷 嘉隆氏）

（1）顧客目線による改善について

当地を訪れる外国人旅行者の8割は台湾人であることから、繁体字表記は正しいか、案内は十分かなどをチェックし、更なる誘客や観光消費の拡大につなげる必要がある。

また、目玉の一つであるピステンツアー（キャビン付圧雪車でスキー場を登り樹氷観賞をするツアー）に関し、利用人員や売上についてのデータを分析、動向に注視し、今後更なる誘客につなげる必要がある。

（2）環森吉の取組について

地域のシンボルとしての森吉山を中心に「環森吉」として売り出すにあたっては、当地域には食や山村生活文化、伝統芸能、マタギ文化等々盛り込む素材も数多くあるため、「案内人」も自然のみでなく、環森吉の様々な文化を語るができる人がいることが望ましい。

併せて、阿仁スキー場、森吉山荘及び打当温泉等が連携し、宿泊と観光をパッケージで推進する取組を行うことも必要である。

(3) 事業効果について

本プロジェクトの実施により、結果的に、地域にどれだけの経済効果があり、雇用が発生するのか、また費用対効果はどれほどで、更には裾野がどれだけ広げられるのかが問われる。要は本プロジェクトが北秋田市の総合計画とどのように接続するのかをしっかりと整理しつつ、更なるグレードアップを図ってもらいたい。

今回、目標としていた指標のうち、北秋田市観光入込目標、案内人数は目標に届かなかったものの、阿仁スキー場の現利用者数は目標設定時の人数39千人から目標の50千人を超えて53千人まで伸ばせたことは評価できる。

この成果を全体に繋げていくには、これまでの本プロジェクトの活動で見えてきた課題を多角的に分析し、更に態勢を強化して、その効果を地域の人達が享受できていることが目に見えるようにする必要がある。

今後、物産品の磨き上げ、新商品開発が必要となるが、その際、ロゴの「ハハハ」は十分訴求力があるため、商品には積極的にロゴを入れた方がよい。買い物袋にもロゴを入れ、「ハハハ」を見たら森吉山が思い浮かぶくらいにどんどん使うことが、ブランド化に向けた一つの手段として重要である。

(4) 知財保全について

「ハハハ森吉山」もしくは「ハハハ」のロゴについて、早急に知的財産権の保全に努める必要がある。

8 全体評価

プロジェクト構成事業については、計画した事業を概ね実施することができ、森吉山阿仁スキー場や森吉山ビジターセンターの整備による観光基盤の拡充により、「いつでも」「だれでも」気軽に楽しむことのできる滞留型観光の拠点を整備することができたと考えられる。特に森吉山阿仁スキー場の年間利用者数が年々増加し、成果指標を上回る5万3千人となったことは本プロジェクトの成果と捉えることができる。

今後は、本プロジェクトの成果を森吉山全体、さらには地域全体に効果が広がるような連携や仕組み作りが課題であると考えられる。また、来訪者向けのガイドや案内人の育成も然ることながら、地域間の連携と情報共有の仕組みの確立、地域全体で協働しておもてなしをするという意識は必須である。地域の本質的な価値や魅力を理解することは、地域住民の意識を高めることになり、意識が変わることによって生み出される全てのものの質を高めることにつながる。こういう観点では、外に目を向けるだけでなく、地域内向けのインナープロモーションも重要であると考え、今後取り組みを進めていきたいと考える。

9 今後の推進方針

民間アドバイザーの意見や全体評価を踏まえ、次のとおり推進するものとする。

(1) 顧客目線による改善について

近年、インバウンド客の増加が著しく、特に冬季に樹氷の観賞に訪れる割合が高い。このため、樹氷観賞期間中においてはゴンドラ山頂駅舎に樹氷案内人を配置し、受け入れ態勢の充実を図ることで顧客満足度の上昇、誘客につなげる。また、施設内の多言語標記についても整備を行っていく。

本プロジェクトの成果として誕生したピステンツアー・夜の樹氷観賞会については、年々認知度が高まってきており、利用者・売上についても増加傾向にある。今後の動向に注視し、必要に応じて整備を行うことで更なる誘客を目指したい。

(2) 環森吉などの広域的な視点からの取組について

本地域における案内人は自然についての案内人が大半を占めるが、伝統芸能、地域文化、マタギ文化についての案内人も少数であるが存在する。また、国指定史跡「伊勢堂岱遺跡」においてはガイドグループ、ジュニアボランティアガイドによる遺跡・施設の案内が行われている。観光におけるガイドの存在は大変重要な位置を占めると考えており、今後もこれらガイドの育成、及び連携に努めたいと考える。

宿泊と観光をパッケージで推進する取り組みについては、阿仁スキー場近隣のペンション団地においては行われており、今後は森吉山荘、打当温泉等においても連携されるように働きかけを行いたいと考える。

また、阿仁スキー場では、平成29年8月より秋田犬の展示を開始しており、今後、県が、地元市町村や一般社団法人秋田犬ツーリズム等の地域の関係者とともに、進めている「秋田犬ふれあいライン」（角館・田沢湖～内陸線沿線～大館・小坂を結ぶ地域における、秋田犬のふれあい展示と周辺の体験型コンテンツの組み合わせによる旅行商品造成等の取組）によるインバウンド誘客とも連携を図りながら、広域的な周遊ルートの形成に取り組んでいく必要がある。

(3) 事業効果について

本プロジェクトの実施により、阿仁スキー場の入込は5万3千人と成果指標の目標値を超えるものとなった。また、スキー場内のレストラン・売店共に売上、利用率が向上している。これらの成果は、今回のプロジェクトにおいて阿仁スキー場に専任のコーディネーターを配置し注力したことによる成果も一因であると考え。この成果を森吉山全体、さらには地域全体に効果が広がるような連携や仕組み作りが今後の課題であると考え。

(4) 知財保全について

北秋田市観光 PR ロゴ「ハハハ」の商標登録について検討する。

また、今後も「ハハハ」ロゴを積極的に活用し、森吉山を中心とした地域ブランドの確立に努めていきたいと考える。

【プロジェクトチーム構成員】

北秋田市	商工観光課、総合政策課
秋田県	観光振興課（幹事課）、自然保護課、地域の元気創造課（事務局）、北秋田地域振興局