

秋田県市町村未来づくり協働プログラム

男鹿市プロジェクト「男鹿の恵みを活かす観光振興プロジェクト」における事後評価調査

1 プロジェクトの目的

男鹿市を訪れる観光客のみならず、市民もまた生きがいや夢を持ちながら暮らすことのできる“住んでよし、訪れてよし”の男鹿の共創の実現に向け、市内周遊観光と地域活性化の拠点となる複合観光施設を整備するとともに、女性にとっても魅力ある、豊かな地域資源の磨き上げや受入態勢の整備に取り組むことにより、交流人口の拡大と地域活性化を図る。

2 プロジェクトの概要

策定年月日	実施期間	男鹿市 事業費 (千円) A	交付金 (千円)	協働事業費 (千円) B	総事業費 (千円) A + B
H28. 3. 25	H28～R1	988, 681 (932, 094)	200, 000	4, 267	992, 948

※（ ）内は計画値

【プロジェクトを構成する事業】

○男鹿市事業群

事業名	総事業費 (千円)	うち交付金 (千円)	実施年度
複合観光施設整備事業	915, 483	200, 000	H28～H30
通年・滞在型観光推進事業	1, 876	0	H28～H29
男鹿ブランド化推進事業	10, 462	0	H28～H30
受入体制向上事業	4, 990	0	H28～H30
男鹿観光マネジメント体制構築事業	55, 870	0	H30～R1
計	988, 681	200, 000	

○協働事業群

事業名	総事業費 (千円)	実施年度
港内県有地の有効活用	0	H28～R1
半島周遊を促す二次アクセス環境の充実	2, 639	H28～R1
隣県や首都圏等での観光プロモーションの展開	1, 628	H28～R1
計	4, 267	

3 プロジェクトの成果指標と達成状況

指標名	基準値 (H26 年)	目標値 (R1 年)	実績値 (R1 年)	達成率
複合観光施設利用者数（人）	—	180,000	211,072	117%
入込客数（千人）	2,039	2,220	2,472	111%
宿泊者数（千人）	154	190	117	62%

4 市民意識調査による道の駅おが満足度

満足度	割合
非常に満足	2.3%
やや満足	14.7%
どちらともいえない	34.0%
やや不満	26.0%
非常に不満	23.0%

※令和2年2月実施。回答数 n=530。

5 その他参考となる事項

項目名	H30 年 【開業当時】	H30 年末	R1 年末	備考
物産館の売上額（千円）	—	242,555	270,447	H30.7.1 開業
出品登録者数（人）	85	159	191	

6 経済波及効果分析等

男鹿市「男鹿の恵みを活かす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（12 億 5,800 万円）、②ソフト事業費支出による効果（6,300 万円）、③プロジェクト成果による効果（25 億 9,400 万円）を合わせると、合計 39 億 1,500 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	822	257	179	1,258
ソフト事業費支出による経済波及効果	45	10	8	63
プロジェクト成果による経済波及効果	1,710	578	306	2,594
合計	2,577	845	493	3,915

※ 端数処理の関係で、総合効果とその内訳の合計が一致しない場合がある。

7 民間アドバイザーの意見

(民間アドバイザー：一般社団法人気仙沼地域戦略 理事 廣野一誠 氏)

(1) 魅力ある加工品の開発、販売

男鹿市は秋田県の漁獲量の 56.4%、水揚げ金額の 41.5%を占め、豊富な水産資源が強みであり、道の駅オガーレには数多くの鮮魚や水産加工品が並んでいる。お得感のある紅ズワイガニの脚の詰め合わせ、印象的なパッケージの鯛めしやぶりごはん、料理の材料が一式揃ったアクアパッツァやタラ汁のミールキットなど、商品開発にも力を入れて取り組んできている。水産加工品以外にも、しょつつるなどの調味料、梨などの農産物、日本酒や地ビール、ナマハゲに関連したお菓子やグッズなど、充実した商品ラインナップが確保できていると感じられた。

今後の課題としては、魅力的な商品を存続させていくための売上をいかに確保するか、という点が挙げられる。気仙沼市での事例で言えば、地元高校生と水産加工会社が協力して開発した「なまり節ラー油」という商品があり、一定の人気・知名度を確保できていたのだが、食べるラー油ブームの収束とともに売上が縮小していった結果、水産加工会社が求める売上規模に達することができなくなり、あえなく廃盤となってしまった。

せっかく作った新商品を存続させていくためには、採算ラインを超える売上規模を確保することが欠かせない。道の駅の駅長には、他の道の駅の駅長やスーパーのバイヤーなどの経験を有している人材が着任していると聞くので、来訪者への販売に限らず広く販路開拓の努力を継続し、魅力的な商品ラインナップを維持していただければと思う。

(2) 男鹿駅周辺との連携

JR男鹿駅と道の駅オガーレを結ぶエリアは、新駅舎建築と合わせて、駅への来訪者が一帯を回遊できるような開発が総合的に計画され進められている。敷地内においては、秋田犬「つばき」とのふれあい処や、移設された船入踏切や線路など、様々な観光・滞在コンテンツが用意されている。

ただ、地方の鉄道利用者数は年々減少傾向にあり、集客の要として依存することは難しい。今後の課題としては、来訪者がどのような交通手段・経路で来訪・滞在しているのかを把握し、適切なコンタクトポイントで誘客を図るとともに、地元民からも愛されて利用されるための企画を打っていくことが必要だと考えられる。

(3) 平日の物産館売り上げ確保

旅行者目線では、魅力的な商品ラインナップが確保できていると感じられるが、地元民に対して行った満足度調査では、「やや不満」が 26%、「非常に不満」が 23%とネガティブな結果が出たと聞く。時化による不漁で商品が著しく不足してしまったことがあり、地元民の高い期待に応えられなかったことが原因のようだが、厳しい評価に肩を落とすことなく、今の路線を継続していただければと感じる。

実際、生産者の名前を表に出している商品を買ってみて、その品質の良さから指名買いのリピーターに転じている地元民もいるとのこと。出品登録者も年々増えているとのこと

なので、引き続き、今の路線で商品ラインナップの拡充を地道に続けていくことが王道だと考える。

(4) 宿泊客数の増加

令和元年度は、宿泊客数の目標として19万人という数字を掲げていたが、実績は11万7千人に留まる結果となっている。実際には、域内の宿泊施設のキャパシティに十分な余裕があるわけではなく、当初設定した目標が高すぎた面もあると思う。コロナ禍によってインバウンドなどの遠方からの集客が難しい環境下においては、必ずしも宿泊にこだわらず、日帰り圏内のターゲット層にとって魅力的な食事・物産・体験を用意することに注力するのも一つだと考える。

参考までに、気仙沼市での事例として、マレーシア向けのインバウンド旅行商品造成が一定の成果を出した際には、他地域との役割分担を意識した商品造成を行った。少しでも多くの魅力を伝えたい立場としては、あれもこれもと滞在コンテンツを提案したくなってしまう。特にインバウンド向けの誘客を考える際には、広く東北エリアで数日間を過ごすルートで検討し、文化遺産は平泉、温泉は秋保、景勝地は松島へと譲り、気仙沼は「漁師体験と牡蠣」に特化することで、無事に旅行商品のルートに組み込まれることへと結実した。

また、広いエリアに長期滞在しているターゲット層が周辺都市に宿泊している場合、彼らにとって男鹿市は日帰り圏内の行き先へと変わる。こういった観点でも、日帰り圏内にとって魅力的なコンテンツを用意していくことは、ゆくゆくは宿泊客数の増加へと寄与するものと考ええる。

(5) 全体的アドバイス

何より、当日の関係者間のやり取りを見ていて、コミュニケーションの垣根が低く、前向きな協力関係が築けていることが素晴らしいと感じた。一組織だけでは達成できない成果も、複数の組織が前向きに足並みを揃えていくことで、良い成果に結実する可能性は高まる。

今後のポイントとしては、継続的に事業に取り組んでいく気運をいかにして醸成していくか、ということだと思う。そのためには、生み出した成果を対外的に発信して、前向きに続けていく気運を維持していくことや、関係者が事業に対して注げるエネルギー量を把握して、無理なく継続的に関わってもらえるように配慮していくことが大事になってくると思われる。

良い兆しだと感じたのは、鮮魚を出品している漁業者からの「自分で値段をつけた魚が売れてお金が入ってくるのが面白い」という声。収益が上がることも継続の大事な条件の一つだが、取組自体が楽しいというのは非常に強い。こういった形で前向きに関わってくれる事業者が、飲食店、農家、食品メーカー、体験アクティビティ事業者などに広がっていくと素晴らしい。

8 全体評価

プロジェクト構成事業については、概ね計画通りに事業が実施されており、特に複合観光施設は、本市の新たな拠点として整備され、成果指標を達成しているほか、現在では地域産業振興の一翼を担い、市内事業者の新たな商業施設としての地位を確立している。複合観光施設の整備は観光入込客数にも影響しており、成果指標達成の一助となったと推測されることから、本プロジェクトが実りあるものであったと捉えることができるが、宿泊客数は成果指標を達成しておらず、本市の課題として更なる取組を検討するものである。

今後は本プロジェクトの成果や民間アドバイザーによる意見を基礎とし、地域とともに「住んでよし、訪れてよし」の男鹿の共創」実現に向け取組を進めていく。

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）魅力ある加工品の開発、販売

引き続き販路拡大を目的とした事業を展開し、商品開発費用や新たな販路を求める地元事業者を支援するため、オガーレへの出品やふるさと納税の返礼品登録を軸に、需要と供給のバランスを考えた提案と事業者ニーズに沿った事業推進を図る。

（２）男鹿駅周辺との連携

男鹿駅周辺との連携については、周辺個別店舗との更なる関わりを継続するほか、令和３年度には男鹿駅周辺整備事業により男鹿駅とオガーレとの接続整備が完成し、一体的な事業展開が可能となることから、駅前という立地や容易にイベント開催が可能な設備など、強みを最大限に生かした事業の推進を図る。

（３）平日の物産館売り上げ確保

物産館について、今以上の出品者を募り、地元が一体となった運営を目指すことで地元民の満足度向上を目指す。海産物が売りの物産館であるため、時化による商品未入荷もあるが、急速冷凍商品による代替えなど売り場を動かすことを考えていく。

また、アンケート調査結果の分析を行うほか、市民のニーズを十分に把握し、満足度を向上させる品揃えや商品展開等を図る。

（４）宿泊客数の増加

宿泊者数の増加という目標は維持しつつ、近年増加傾向にある日帰り客の維持及び増加も視野に注力していく。さらには日帰り客に対して、地形的、景観的魅力を加味したアクティビティなどをブラッシュアップして提供することで滞在時間を長くする取り組みを推進すると同時に、ユネスコ無形文化遺産である「男鹿のナマハゲ」を核とした商品で魅力あふれる男鹿をアピールし、結果として宿泊客数が増加するような事業展開を図る。

【プロジェクトチーム構成員】

男鹿市	企画政策課、観光課、農林水産課、建設課、男鹿まるごと売込課
秋田県	地域づくり推進課（幹事課）、観光振興課、秋田うまいもの販売課、水産漁港課、港湾空港課、秋田地域振興局