

# 地域一体となって観光地域づくりを推進

## 観光地域意識調査

調査方法	① 2市でのワークショップ（1/21～1/24実施） ② オンラインでのアンケート調査
調査対象	観光関連事業者、他産業従事者、行政関係者、各市町村議員、地域住民（自治会など）、地元メディア、弊社理事会、弊社職員など294サンプル
回収サンプル数	177回答（60%）
調査目的	4市町村の地域全体で観光地域づくりを推進するために、地域が持つ資源や魅力、そして地域の協力関係の強さについて関係者の意識をうかがい、その意識の差や主要な課題・機会を探ることで今後の戦略の指針とする。
報告会	【日程】令和2年度中を予定。 【内容】アンケート調査結果の報告と今後の地域づくりについての意見交換等。 ※詳細については後日改めて案内。

# 「観光地域の発展度」および「地域との協力関係」の分析

## 「観光地域としての発展度」調査項目



ブランド



宿泊施設



観光名所&娯楽施設



コンベンション&  
会議施設



イベント



スポーツ&レクリエー  
ション施設



コミュニケー  
ションインフラ



アクセス&二次交通



飛行機アクセス



インバウンド客  
受け入れ態勢

## 「地域との協力関係」調査項目



組織のガバナンス  
モデル



パートナーシップ  
の強さ



地域産業による  
支援



地域住民による  
支援



地域における  
連携・協力



地域の労働力



おもてなし文化



政策・規制の影響



財源支援&財源の  
確実性



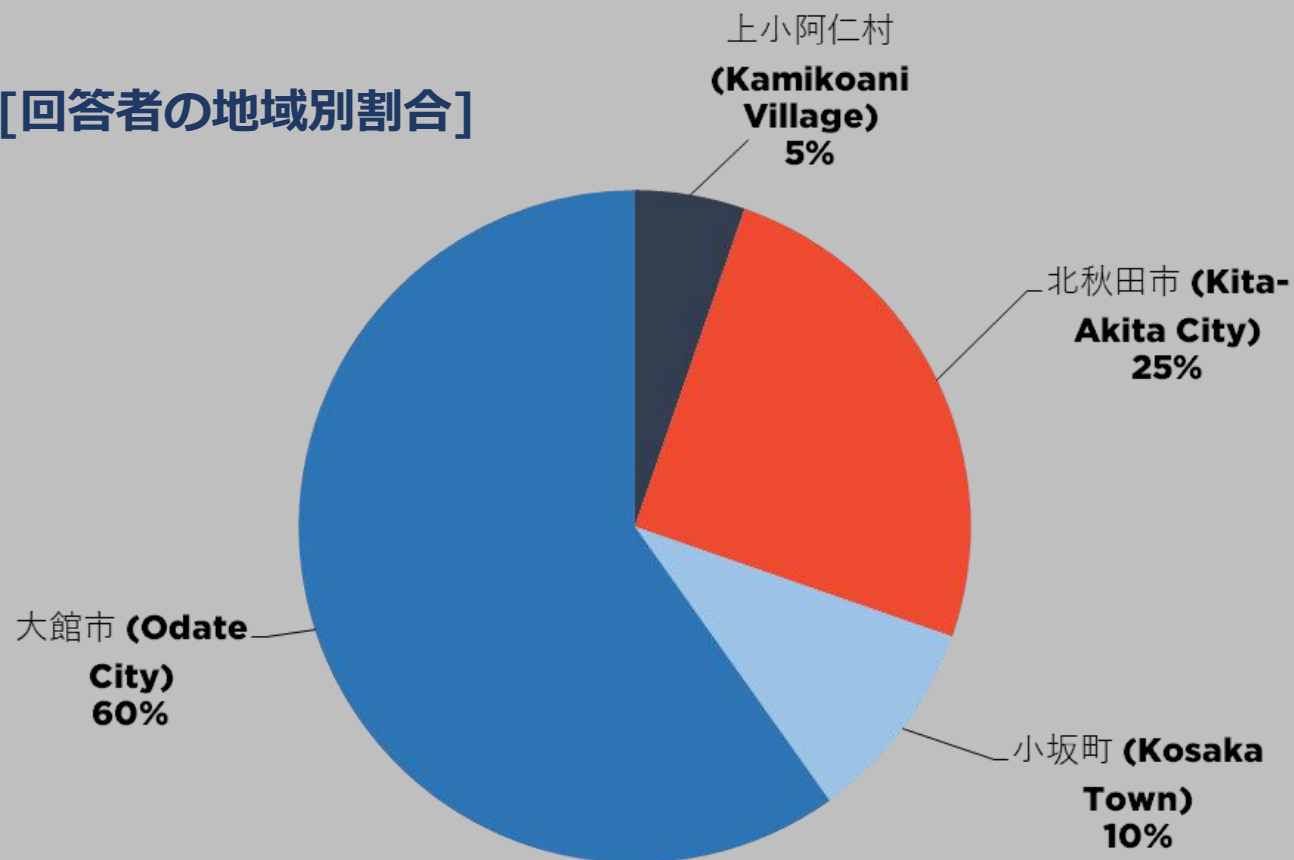
経済発展状況

# 観光地域意識調査 分析結果概要

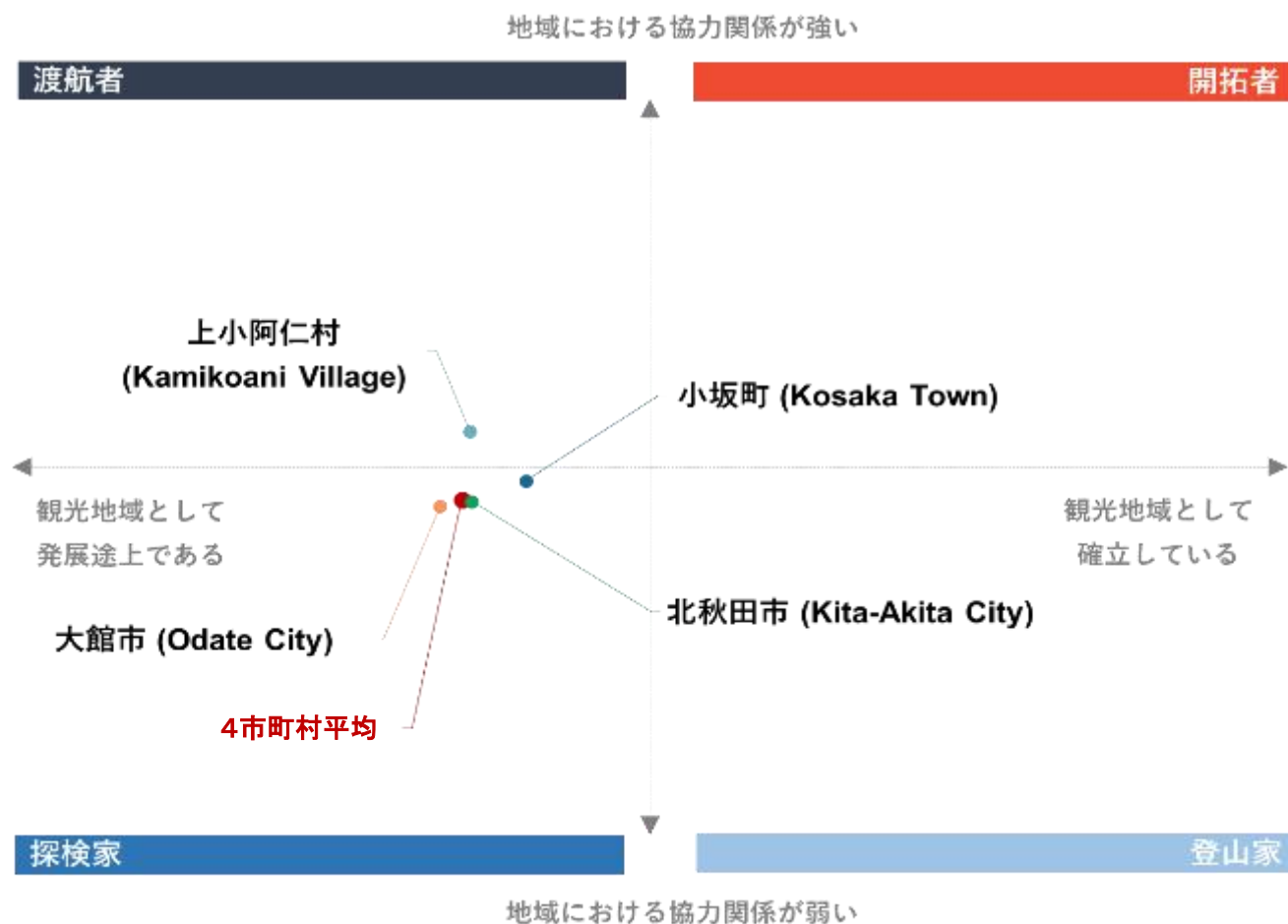
## 【調査概要】

- 観光関連団体・事業者、他産業事業者、行政、議会などの地域関係者を対象にアンケートを実施した。
- 回答数：177（回答率約60%）

## 【回答者の地域別割合】



# 当地域の現在地についての分析



- 観光地としては発展途上である「探検家」という分類に入っているものの、中間に位置しており**観光地域として着実に発展**していると言える。
- **地域における協力関係が比較的高い**数値となっており、観光地域発展として理想的なバランスとなりつつある。
- 「**観光地としてのイメージ**」が当地域の観光振興にとって最も重要であると認識されている一方、現状については10項目中9番目の評価で、最も改善が必要である。
- 「**観光施設やその他の魅力**」については重要であると認識されているとともに現状についても評価が高く、当地域の強みであると言える。

# ECサイト開設・街歩きデジタルマップ開設

北秋田

大館 秋田県 小坂

行きたい場所が スマホで見つかる!

## 街歩き デジタルマップ

観光

グルメ

温泉 etc...

こちらからアクセス!

大館市のマップ 北秋田市のマップ 小坂市のマップ

QRコード 準備中です。

アプリのダウンロードは必要ありません

企画/秋田犬ツーリズム

**とっても便利な使い方**

行きたい場所を  
カテゴリー別に検索できる!

例として  
「大館市のラーメン屋さんを探したい!」  
「北秋田市の宿泊施設を探したい!」

ON/OFF ボタンで、  
行きたいカテゴリーのピンのみ表示できます!

今、自分がいる場所を  
地図の中で確認できる!

GPSと連動しているので、イラストの地図上を歩くことができます。また、必要に応じて正確な地図と切り替えられるので、自分のいる位置も簡単に把握できます。

古地図を使って  
昔にタイムスリップ!

各市町村で古地図を表示できます! 昔と現在の街並みを見比べたり、自分が古地図のどの辺りにいるのか確認することができます。新たな発見ができるかも!

- 表紙のQRコードからサイトにアクセス!
- 右記のマークから、古地図を選んで楽しもう!

The screenshot shows the homepage of the 'kodawari AKITA Select Shop'. At the top, there are featured products like '上小田仁村名産 甘酸っぱいこはげのジュース' (Sweet and sour juice from Ushirohira). Below this is a grid of various products including bottles of drinks, packaged goods, and a small dog illustration. A 'SALE' banner is visible at the bottom left of the product grid.



こだわりのAKITAセレクトショップ

powered by AKITAINU TOURISM

LET'S  
MOFU MOFU AKITA!

# 秋田犬ツーリズムの活動が地域経済にもたらす効果調査の結果（推計）

需要項目	金額
1. 観光客需要（秋田犬ツーリズムの活動前後の観光客数を比較し観光消費額を試算）	43億1,231万円
2. 事業活動需要（H28～H30の秋田犬ツーリズムの活動費（予算の合計））	3億5,060万円
最終需要（= 1 + 2）	46億6,291万円

		生産誘発額	粗付加価値誘発額	
				雇用者所得誘発額
直接効果	百万円	2,594	1,537	740
第1次間接効果	百万円	812	429	197
第2次間接効果	百万円	719	459	168
経済波及効果	百万円	4,125	2,425	1,105
波及倍率（= ⑤ / ②）	倍	1.59		
雇用創出効果	人	473		

## 経済波及効果（推計）は、～41.2億円の経済波及効果と473人の雇用創出効果～

- ・ 経済波及効果は観光に関連する産業（宿泊、飲食、宿泊など）に大きく波及され、地域の雇用にも一定の効果があった。
- ・ 枝豆の特産品化は今後更に地域に経済効果をもたらすことが予想される
- ・ 4市町村を訪れる外国人観光客が増加傾向、観光消費額の大きい外国人が増加することは今後もっと経済効果は大きくなることが予想される。
- ・ 本来PRとして認知度を向上させるための広告費は莫大な金額が発生するが、今回は動画を通じてその内容、取り組みが話題を呼び、効果的にPRされた。

# 「北秋田・上小阿仁まるごと体験推進連絡会」発足



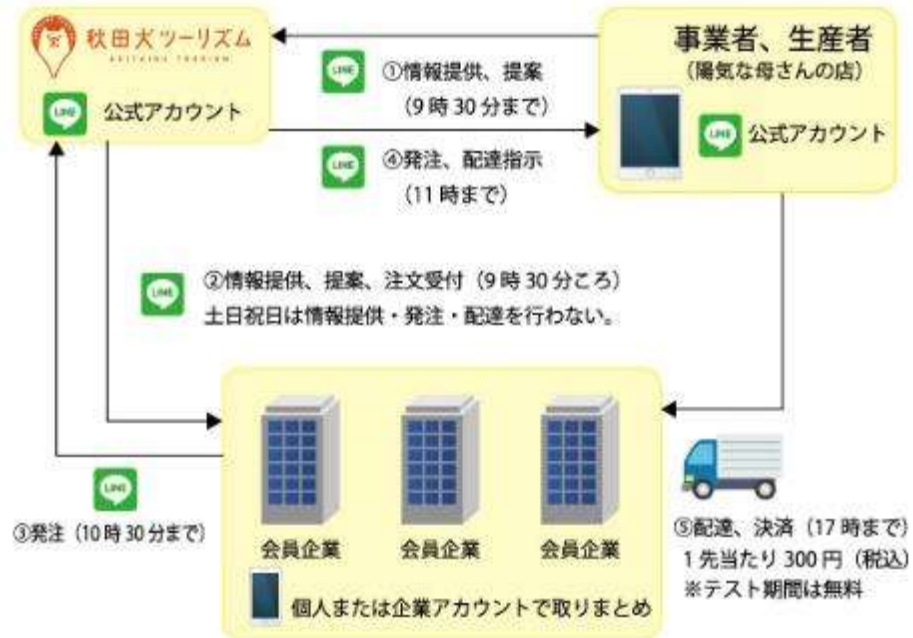
構成市町村の大館市、北秋田市、小坂町、上小阿仁村に住む農家民泊などの開業希望者の方に向け、「高収益民泊の教科書」著者、京都在住の水田佳苗氏によるWEBセミナーを5月に開催した。秋田犬ツーリズムでは昨年度より数次にわたりエリア内での農泊等開業希望者に対して研修会を開き、開業へ向けての様々な支援を行い、希望者同士のネットワークづくりを進めてきた。今年度以降はエリア内での実際の開業を目標に、そのネットワークを実効性のあるものにすべく令和2年6月1日に「北秋田・上小阿仁まるごと体験推進連絡会」を設立、自治体・DMO・「大館まるごと体験推進協議会」がサポート役となり、大館での成功事例の北秋田市・上小阿仁村への水平展開をめざす。



# 企業向け野菜等予約配達システムをテスト運用

企業向け野菜等予約配達システムフロー（テスト運用）

7月からのテスト運用を経て問題点を調整し、適切な時期に本格運用する。  
本格運用では事業者・生産者ならびに会員企業を随時追加していく。



- ・7月1日からのテスト運用に協力できる企業（5社）を募集（1か月単位の予定）
- ・秋田犬ツーリズムが企業の取りまとめ部門と連絡調整する
- ・テスト運用は7月～9月までの3か月程度を想定

人口減少による店舗利用者減少の解決策を検討していた陽気な母さんの店と都内企業向けの野菜配達システムを計画している秋田犬ツーリズムが地域内で実現可能な地域産品の消費拡大を狙いに新たな取り組みとして令和2年7月1日より運用。

連絡調整はコミュニケーションアプリの「LINE」を使い、当日朝に参加企業宛におすすめ商品を紹介。参加企業は取りまとめ用のLINEアカウントを使い社員からの注文をまとめて秋田犬ツーリズムに報告し、その日の夕方までに登録事業者が商品を企業宛配達、現金決済する仕組み。

# 新型コロナウイルス感染症拡大を受けた取組み

- ✓ 宣伝的活動はメッセージ性のあるものにシフト
- ✓ 外出自粛のムードの中、在宅の人々にも楽しめるコンテンツ作りを重視
- ✓ 自社ウェブサイトの磨き上げ、SNSでのエンゲージメント構築などのデジタル部門のブラッシュアップならびにデジタルマーケティングに注力。
- ✓ 訪日客が渡航制限などで見込めない中、近隣県など国内市場に目を向ける。
- ✓ 需要復活時に向けた受け入れ体制の充実
- ✓ 感染症対策を図ることで地域住民の方や来訪者に対しての安全安心を確保

外出制限、移動制限の状況に合わせ、5月から月単位でコロナ関連業務タスクを設定。  
それぞれのフェーズに合わせ事業者と連携しながら柔軟に対応した。