

鹿角市観光産業成長戦略

(令和3年度～令和7年度)

令和3年3月

鹿角市

目次

第1章 計画の策定にあたって		
1	計画策定の趣旨	1
2	計画の位置づけ	2
3	計画の期間	2
4	計画の進行管理と評価	2
第2章 鹿角観光の現状と課題		
1	前計画の目標達成状況	3
2	鹿角観光の現状	14
3	鹿角観光の課題	20
第3章 鹿角市観光産業成長戦略の基本的な考え方		
1	基本理念	22
2	成長戦略の枠組み	22
第4章 鹿角市観光産業成長戦略の進め方【取組方針】		
1	戦略の具体的な取り組み	25
2	ワーキンググループからの提言	32
資料編		
1	KPI指標	36
2	主な事業	37
3	鹿角市観光振興計画策定委員会	39
4	鹿角市観光振興計画策定ワーキンググループ	40
5	鹿角市観光振興計画策定に係る関係例規	43

1 計画策定の趣旨

国が平成28(2016)年に示した「明日の日本を支える観光ビジョン」において、訪日外国人旅行者は令和2(2020)年に4,000万人、令和12(2030)年には6,000万人を目標に掲げており、令和元(2019)年では、3,188万人で7年連続過去最高を更新している状況です。また、日本人による国内旅行消費額は、令和元(2019)年には22兆円と、国内における旅行消費額の約8割を占めており、日本経済における観光の存在感は高まり、地域経済にとっても極めて重要な役割を果たしています。

一方で、令和2(2020)年1月以降の新型コロナウイルス感染症の影響により、国内外の観光需要は大幅に減少したものの、国の経済対策として展開している「GO TO トラベル」事業や、本市独自の観光応援事業の実施により国内旅行需要の喚起を行っており、引き続き、観光需要の回復に取り組んでいく必要があります。国は当面の間、感染拡大防止策を徹底した上で、国内旅行を強力に喚起するほか、インバウンドの段階的復活に向けた誘客促進に取り組んでいくとの見解を示しています。

本市では、「第6次鹿角市総合計画後期基本計画(H28-R2)」及び「まち・ひと・しごと創生総合戦略(H27-R2)」に観光の振興を位置づけたほか、「観光産業確立計画(H28-R2)」の基本目標に『ここにしかない素材で観光産業の確立を目指すまち・鹿角』を掲げるとともに「稼げる観光」を目指し、地域DMOの組織化と観光関連事業者、行政、各関係機関の連携体制を構築してきました。

本市の観光プラットフォームとして地域DMOが主体となり各種観光施策を展開しているほか、道の駅おおゆの開設や道の駅かづのの大規模改修を図るなど、ソフト・ハード両面の整備により観光産業の確立を推進しています。

観光立市・鹿角を世界から注目される揺るぎないものとするためには、戦略的な施策展開が必要です。国立公園十和田八幡平の大自然や地域の文化・歴史に光を当て、本物の魅力を際立たせること。多彩なコンテンツとの組み合わせによる高付加価値化。さらには、働き方や新しい生活様式を踏まえた長期滞在型のコンテンツの創出や地域の魅力を組み合わせた上質なプランを造成するなど、受入態勢の充実と観光消費額増加・収益力の強化につなげていきます。

そのため、デジタル化による発信力の強化や、マーケティングによる科学的根拠に基づいたデータ分析と調査の徹底など、地域DMOを中心とした未来志向の経営力と、持続可能な観光地づくりにより、国内は元より世界から選ばれる観光地として、感動と共感を呼ぶ「鹿角観光」を目指します。

「鹿角市観光産業成長戦略」の策定は、基本理念、基本戦略、具体的な施策の方向性を示し、鹿角に暮らす私たち一人ひとりが地域に誇りを持ち続け、観光のまちづくりに関わりを持てるよう、また、鹿角観光が産業として発展し続けられることを目指すものです。

2 計画の位置づけ

これまで「鹿角市観光産業確立計画（H28-R2）」に基づき施策・事業を展開してきましたが、計画期間が終了することから、これまでの評価を行うとともに課題解決に向けた新たな目標を設定し、「第7次鹿角市総合計画前期基本計画（R3-R7）」との整合を図りつつ、今後5年間の計画として「鹿角市観光産業成長戦略」を定めるものです。

3 計画の期間

計画の期間は、令和3（2021）年度から令和7（2025）年度までの5カ年とします。

4 計画の進行管理と評価

本戦略では、計画期間最終年度（R7）の目標値を設定し、達成度や満足度を毎年度把握するとともに、検証・評価し、地域DMOや観光関連事業者と情報共有するほか、次年度以降の取り組みに反映させます。

第2章 鹿角観光の現状と課題

1 前計画の目標達成状況

【主な取り組みと令和2（2020）年度時点における個別評価】

(1) 観光を産業として確立する

- ① 道の駅かづの（指定管理者：㈱かづの観光物産公社）を鹿角観光のプラットフォームとして、その態勢を充実・強化します。
- ② 鹿角観光ファン制度の拡充と旅行商品の提供で鹿角旅行の機会創出を目指します。
- ③ 個々の事業所が売り込みしやすい意識の醸成と環境の整備を推進します。

●かづの観光産業確立事業

プラン	概要	実施時期
かづの観光産業確立支援	観光産業確立の核となる組織に対し、必要な支援を講じています。	通年
プロモーション・セールス主導	㈱かづの観光物産公社が地域のPRを主導するよう、必要な支援を講じています。	通年
体験観光旅行商品造成販売	体験を含んだ旅行商品の造成に対し、必要な支援を講じます。	通年
モニターツアー催行	着地型旅行商品のモニターツアーを実施し、販売につなげています。	通年
本計画進行管理に係る協議会	計画の機運を高めるとともに、進捗状況を確認するため、定期的に会議を開催しています。	通年

・観光を産業として確立することを目指し、道の駅かづのの指定管理者である㈱かづの観光物産公社内に、平成28（2016）年度より支配人として外部人材1人を雇用し、市の観光プラットフォームとして体制の確立を目指しました。

また平成29（2017）年度には、さらなる観光企画力の強化を目指し、鹿角市観光プロデューサーを1人委嘱し配置することで、情報発信力や営業企画力などを高めプラットフォームとしての経営組織力を高めてきました。

この施策により、観光業をけん引する組織が明確となり、市の観光プロモーションやセールス活動が活発化され観光を産業として捉える機運の醸成につながるとともに、本格的な着地型旅行商品「かづのプレミアムツアー」の企画造成及び販売に至ったことで、宿泊事業者の連携や利益を生む体制の根底を築いています。さらに、平成29（2017）年度より市内の観光関連事業者と定期的なミーティングを実施しているほか、平成30（2018）年度には、㈱かづの観光物産公社が地域DMOに認定されたことを受け、観光産業の推進に向けた一層の取り組み強化につながっており、さらなる拡充に向けた支援が必要です。今後は、世界水準のDMOと世界遺産をツールに観光素材として生かしながら推進していきます。

●観光宣伝推進事業

プラン	概要	実施時期
観光ファンの有料会員制度創設	会員登録を無料としているファン制度をより実りあるものとするため、新たに有料制度を設け、鹿角のファン拡大に努めています。	通年
観光PR・キャンペーン・物産展開催	近隣及び大都市圏でのイベントに参加し、観光PRを行うとともに、物産販売を行い、鹿角への来訪を促しています。	通年

・鹿角観光ファンは、無料で会員登録を進めてきましたが、ファン通信の郵送にとどまるなどマンネリ化や登録者数の微増に留まるなど、期待した結果が見いだせずいたことで、平成28(2016)年度から新たに新むらさき会員制度を創設し、有料会員としてLINEなども併用し特典を附随するなど、内容を検討しながら継続しています。また、首都圏や大都市圏に出向き物産展に出展し、花輪ばやしや毛馬内盆踊りを実演するとともに、鹿角の食や観光PRを積極的に実施したことで、来訪意欲の向上につながったものと捉えています。

●かづのコンベンション開催助成事業

プラン	概要	実施時期
コンベンション開催助成	市内でコンベンション（会議、学会、企業コンベンション）を開催する団体もしくは開催の手配を受けた旅行代理店に対し、一定の助成を行っています。また、観光施設の利用を促し、市内での滞在時間拡大に努めています。	通年

・平成26(2014)年度より、かづのコンベンション開催助成金制度を設け、市内での宿泊や観光施設利用を促し、年間平均約10団体、延べ2千人の利用が得られたことから滞在につなげる誘客ツールとして一定の効果を見出したと評価しています。

●十和田八幡平まなび旅創成事業

プラン	概要	実施時期
まなび旅（教育旅行）造成支援	教育旅行を誘致するため、市内での宿泊や施設利用を企画した旅行代理店に対し、一定の助成を行っています。	通年
学校・旅行代理店への誘致セールス	周辺地域とともに北海道や南東北の学校等にセールスを行い、教育旅行の誘致に努めています。	通年

・教育旅行は実施の1年以上前に行程を決定するほか、近年の傾向として期間が短縮されるなど形態に変化がみられるため、助成内容の見直しや誘致キャラバン先の選定、既存の体験コンテンツの磨き上げ及び、掘り起こしなどについて広く検討していく必要があります。

●大湯温泉地区観光拠点施設整備事業

プラン	概要	実施時期
観光拠点施設整備	大湯温泉郷の特徴を生かし、旅行者と市民がふれあうことができる拠点を道の駅として整備し、交流人口の拡大に努めています。	通年

・平成 30（2018）年度に、道の駅おおゆがオープンし、指定管理者であるノリット・ジャパン(株)による管理運営により、令和 2（2020）年度で 3 年が経過します。今後は、運営コンセプトである「縁が輪になる、大湯のえんがわ」に重点を置き、地域の活性化や交流人口の拡大及び、地域産品を活用した土産品開発などソフト面を強化しながら、鹿角産品の販売を拡大強化するとともに、地域商社機能を有した民間の柔軟な発想による経営強化が求められます。

(2)宝の持つ魅力に光をあてる

- ① 観光立市の絶対条件である「気候」「自然」「文化・歴史」「食」を備えた異なる観光素材を組み合わせることで、鹿角にしか提供できない素材として売り込みを図ります。
- ② 光をあてることと観光客に適切に伝えることができるのは人であることから、観光のプロフェッショナルを増やすよう取り組みます。
- ③ 鹿角単体での売りにならないよう、広域連携を意識し、それぞれの点と点をつなぐことで、鹿角を「面」として売り、滞在型、リピート型を増やします。

●広域連携観光推進事業

プラン	概要	実施時期
鹿角広域観光推進会議	市、小坂町、秋田県とともに、青森・岩手との広域観光、外国人観光誘客、教育旅行誘致に努めています。	通年
盛岡・八幡平広域観光推進協議会	市、小坂町、岩手県内 10 市町村（盛岡市、八幡平市、滝沢市、雫石町、葛巻町、岩手町、志波町、宮古市、岩泉町、矢巾町）が相互の連携によって観光圏を形成し、周遊ルートの構築などを実施しています。	通年
東北観光推進機構	東北への観光客誘致のため、自治体、民間団体等で組織する同機構が策定した「日本奥の院・東北探訪ルート」により訪日外国人観光客の誘客に努めています。	通年

・広域連携の取り組みは、県のほか県北並びに近隣市町村との定期的な情報交換及び、共有を行いながら、それぞれの持つ観光資源を活用した滞在・周遊型のモデルルートを造成するなど、継続的に進めてきましたが、県をまたぐことによる周知や誘致の難しさが依然として課題といえます。引き続き、十和田八幡平の広域観光圏や東北観光推進機構と積極的に関与するとともに、効果的な事業展開につながるよう努めていく必要があります。

●かづの観光産業確立事業

プラン	概要	実施時期
市民おもてなし向上事業	観光客の受入態勢の充実を図るため、まちの案内人の育成やみんなの駅を活用した観光PRを行っています。	通年

・市の事業として案内人の育成を目指す講座開催は、令和元（2019）年度をもって終了してはいますが、観光客受入態勢の構築には、人的資源が欠かせない要素といえます。令和元（2019）年度の鹿角花輪駅前観光案内所オープンを含め、まち歩き観光への対応や国際的なコミュニケーションスキルを身につけた人材による案内など、求められるニーズに対応できる人材育成について、幅広く検討していく必要があります。

●観光アクセス充実対策事業

プラン	概要	実施時期
十和田八幡平観光ルート運行	十和田湖から八幡平を直接つなぐバスを運行し、十和田八幡平国立公園間のアクセス向上に取り組んでいます。	通年
花輪線利用促進協議会	沿線市町等とともに、JR花輪線の利用促進を図っています。	通年
大館能代空港利用促進協議会	空港周辺市町村とともに、大館能代空港の利用促進を図っています。	通年
湯瀬温泉駅乗車券類発売	湯瀬温泉郷の玄関口である湯瀬温泉駅において、乗車券類を発売しています。	通年

・観光客のアクセス対策として二次交通の充実は、継続的な課題としてあげられますが、平成28（2016）年度から新たに十和田八幡平国立公園間を結ぶ事前予約型観光バス「八郎太郎号」の運行を開始しています。乗車状況を分析し、運行期間を増やすなどの対策を講じてきた結果、利用率の向上につながっていますが、今後の動向については、民間運営などと併せた交通の拠点を模索するとともに、課題解決を含めて検討を進める必要があります。また、JR花輪線の利活用について意見交換などを行うとともに、大館能代空港羽田便の3便化対応などを含め、関係市町村との協議、連携を深めていく必要があります。

●ふれあいの森八幡平誘客促進事業

プラン	概要	実施時期
八幡平での体験プログラム	八幡平ビジターセンターを核とした自然体験型プログラムの実施とともに、人材の発掘、育成を行っています。	通年
八幡平交流物産フェア	八幡平大沼エリアでの自然や食、温泉などをテーマに観光物産展を開催し、八幡平から市内へ誘導しています。	通年
国立公園指定周年記念事業	平成 28 年に十和田八幡平国立公園の十和田八甲田地域が 80 周年、八幡平地域が 60 周年を迎えることから、各種記念事業を実施しました。	H28
国立公園内施設整備	国立公園内において、観光客等が安全、安心に利用できるよう、四阿、休憩所、木道などを整備しています。	通年

・八幡平地域の観光について、平成 28（2016）年度の十和田八幡平国立公園指定記念事業の実施のほか、環境省の国立公園満喫プロジェクトへの指定を受けたことを好機と捉え、さまざまな事業を展開してきました。また、市独自の十和田八幡平ナショナルパーク誘客促進事業を通じた八幡平ビジターセンターを主体とする体験プログラムの提供及び、定期的な情報誌の発行、山の日に合わせてイベント開催などで、八幡平地域の観光団体が一体となり、効果的なPR及びプロモーション活動が奏功し、誘客促進につながってきたものと認識しています。しかしながら、まだまだボランティアを活用しきれておらず、今後は、これまでの温泉を核とした誘客に加え、新たな観光コンテンツ開発や磨き上げに取り組み、国立公園内の規制緩和に向けた協議と並行しながら、アクティビティ素材を開発し、幅広い年代が楽しめるコンテンツ造成につなげていく必要があります。また、令和 2（2020）年度に八幡平温泉リゾート協会が主体で進める、国立公園八幡平魅力アップ構想の策定と整合を図りながら、本計画にも反映し、取り組みを強化していく必要があります。

●「森と水の癒し里かづの」森林セラピー活用事業

プラン	概要	実施時期
森林セラピー事業	森林セラピー基地である本市の恵まれた自然環境を活用し、現代人の癒し、保養、健康志向といったニーズに対応するプログラムを提供しています。	通年
医療従事者による監修プログラムの検証	森林セラピーと医療が連携することにより、さらなる付加価値を付け、独自のプログラムを構築します。	通年

・平成 19（2007）年度から森林セラピー基地として認定を受け事業を推進していますが、現状、医学的な取り扱いが不可となり、医療と連携したプログラムの積極的な提供には至っていません。セラピーロードを取り巻く環境も、大雨や強風による浸水、倒木被害や、熊による被害が懸念される中で、継続には多様な問題が山積していることから、今後、本市独自のアクティビティ活用への方向転換を模索しながら、ロード数の削減やメニュー内容の整理など、対策を講じていく必要があります。

(3) ターゲットに応じた多様なPR手法を展開する

- ① 鹿角ファンが鹿角に来訪しやすい環境をつくとともに、ファンが主体となって、インターネットを活用したSNS（鹿角いいね!など）や口コミでの新たな顧客の拡大につなげる施策を展開します。
- ② パンフレットやポスターなど、印刷物は「気候」「自然」「文化・歴史」「食」ごとに作成し、ストーリー性と内容を正確に伝え、顧客が自由に選択できる工夫を取り入れます。

●観光宣伝推進事業

プラン	概要	実施時期
観光宣伝媒体作成ワーキンググループによる原案作成	観光PRに欠かせないパンフレット、ポスター、のぼり等について、統一感のあるものを作成するため、ワーキンググループにより内容を検討しました。	H28
パンフレット・ポスターの作成	前述のワーキンググループで検討したものを実際に作成し、観光PR等で活用しています。	H29～ R2
鹿角いいね!による情報発信	ポータルサイト「鹿角いいね!」は、鹿角の人、物、出来事の情報発信に加え、ECサイトでは物産販売も行い、鹿角の魅力を売り込んでいます。	通年
ツイッターによる情報発信	たんぼ小町ちゃんとして情報発信しているツイッターに鹿角三姫など伝説の登場人物を追加するなどして、鹿角イコール伝説というイメージを加えています。	通年

・これまでのパンフレットやポスターを一新し、観光に必要な4大要素である「気候」「自然」「文化・歴史」「食」のカテゴリー別に作成し、多様化する観光客の目的に応じた情報の提供が可能となりました。またSNS（Facebook、Twitter、Line、Instagram）による積極的な情報発信や更新頻度を高めECサイトの活用による商品販売につなげています。今後、紙媒体を中心とする宣伝から形態を刷新し、デジタルの積極的な活用が求められるとともに不特定多数に向けた訴求力のある情報拡散による知名度向上と観光入込客数の増加につなげていく必要があります。

●きりたんぼ発祥の地かづのPR事業

プラン	概要	実施時期
きりたんぼ発祥まつり開催	発祥の地ならではの「発祥鍋」を開発し、祭りをメインとして売り出すとともに、きりたんぼ鍋をはじめとする鹿角の鍋料理を一堂に会するイベントを開催することで「鹿角」を売り込んでいます。	通年
たんぼ小町ちゃんノベルティ作成	きりたんぼ発祥の地かづののイメージキャラクターである「たんぼ小町ちゃん」ノベルティを作成し、観光PRに活用しています。	通年
発祥と本場きりたんぼ連携	きりたんぼを郷土料理として標榜する大館市との連携を深めるとともに、ウィンウィンの関係となるよう模索しています。	通年

・鹿角のオリジナル性を発信するため平成 28 (2016) 年度に発祥鍋を開発し「山子鍋」として徐々に定着してきたことで、平成 30 (2018) 年度のきりたんぼ発祥まつりでは来場者が 8 千人を超えるなど、発祥の地鹿角の効果的な P R につながったものと捉えています。引き続き、きりたんぼ発祥の地のイメージキャラクターである「たんぼ小町ちゃん」のイベント参加や、さらなる効果的な P R 方法を検討しながら、発祥鍋と発祥の地として定着するよう継続的な事業展開が必要です。

(4) 訪日外国人観光客の市場を見極め、世界的規模を視野に入れる

- ① 来訪の可能性のある国ごとに嗜好等を分析し、新たな地域からの誘客を目指します。
- ② 画一的な受入にならないよう、居住地域ごとの情報をネットワーク化し、プラットフォームがけん引する態勢を構築します。

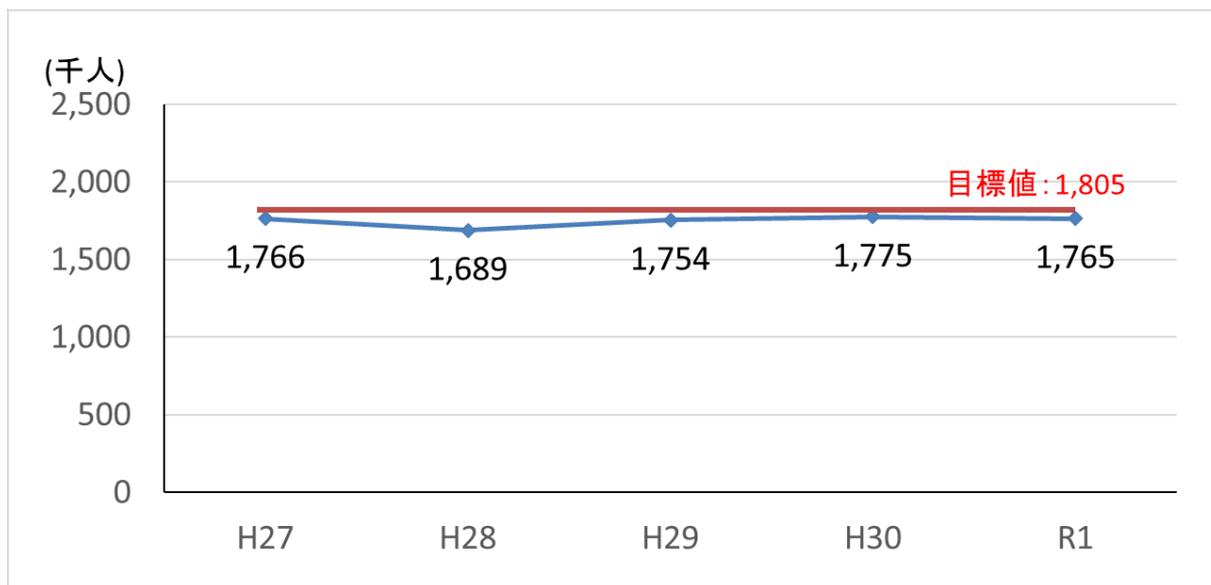
●外国人観光客誘客促進事業

プラン	概要	実施時期
外国人観光客誘客促進補助金	訪日外国人観光客を誘致するため、市内での宿泊や施設利用を企画した旅行代理店に対し、一定の助成を行っています。	通年
海外メディア等へ鹿角を P R	訪日外国人観光客に鹿角を P R するため、海外のメディアや旅行代理店を対象にしたプロモーション・モニターツアーを実施しています。	通年
タイ旅行博出展における観光セールス実施	訪日外国人観光客の中でも、タイからの観光客数が急激に伸びていることから、現地で開催される旅行博に出展し、鹿角を売り込んでいます。	通年
免税カウンター設置支援	市内での訪日外国人観光客が利用できる免税カウンターの設置を支援することで、外国人観光客の消費拡大を図っています。	通年

・平成 26 (2014) 年度から東南アジア地域をターゲットとした誘客セールス活動を実施した結果、台湾をメインに通年で団体ツアーが催行されるなど市内外国人宿泊客数は増加傾向にあり、平成 29 (2017) 年度は前年比で約 2 倍に増加しています。また、鹿角市観光プロデューサーを中心に、プロモーションや現地での誘致活動、旅行博の出展などに積極的な取り組みを展開し、民間特有の人脈を生かした営業につながったことで、令和元 (2019) 年度にはタイから初の団体ツアーが催行されるなど拡大傾向がみられています。また、花巻空港には台湾やタイ定期チャーター便が就航していることから、平成 28 (2016) 年度に岩手県空港利用促進協議会へ参画し、ネットワークを有効に活用しながら情報交換を行ってきました。さらに平成 30 (2018) 年度から令和元 (2019) 年度には、八幡平市と連携した F A M ツアーを実施し、タイのエージェントやインフルエンサーを招致し、鹿角市から八幡平市に至るモデルルートを提案したことでツアー商品の造成販売につながるなど成果が顕著に表れたものと分析しています。今後は、外国人をターゲットとした E C 市場の拡大なども期待できるため、コロナ収束を見据え、世界水準の観光マネジメント構築による新たな鹿角ならではのビジネスモデルの展開が必要となります。

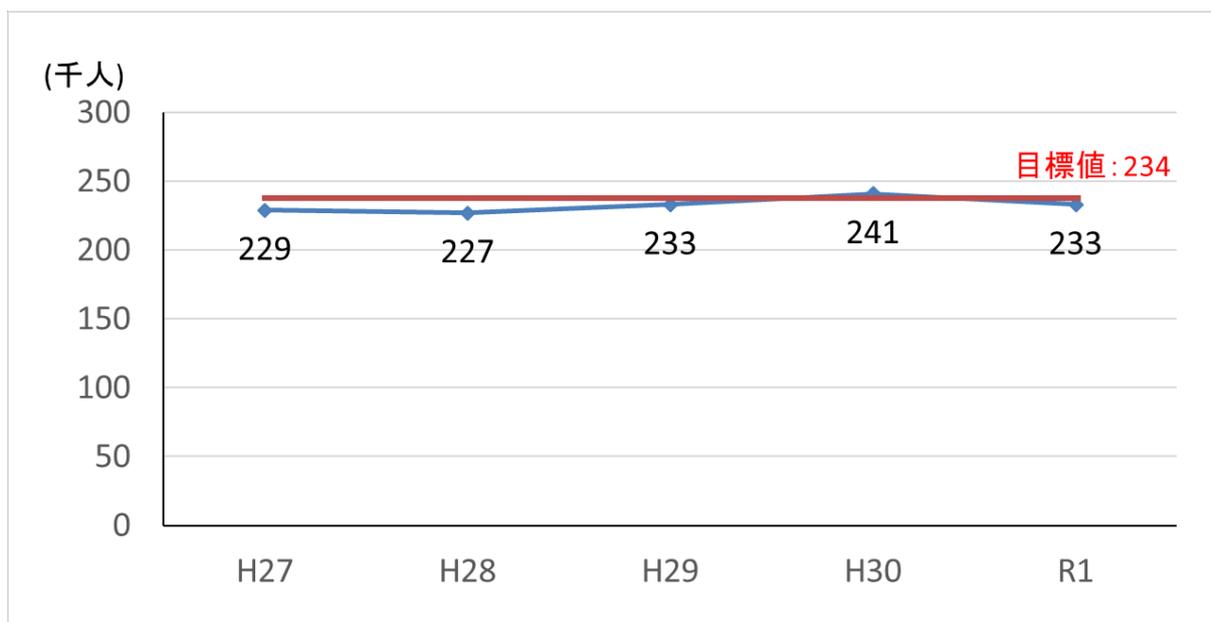
【目標値に対する評価】

(1) 鹿角市内の観光入込客数【目標値:1,805 千人（平成 28（2016）年度）】



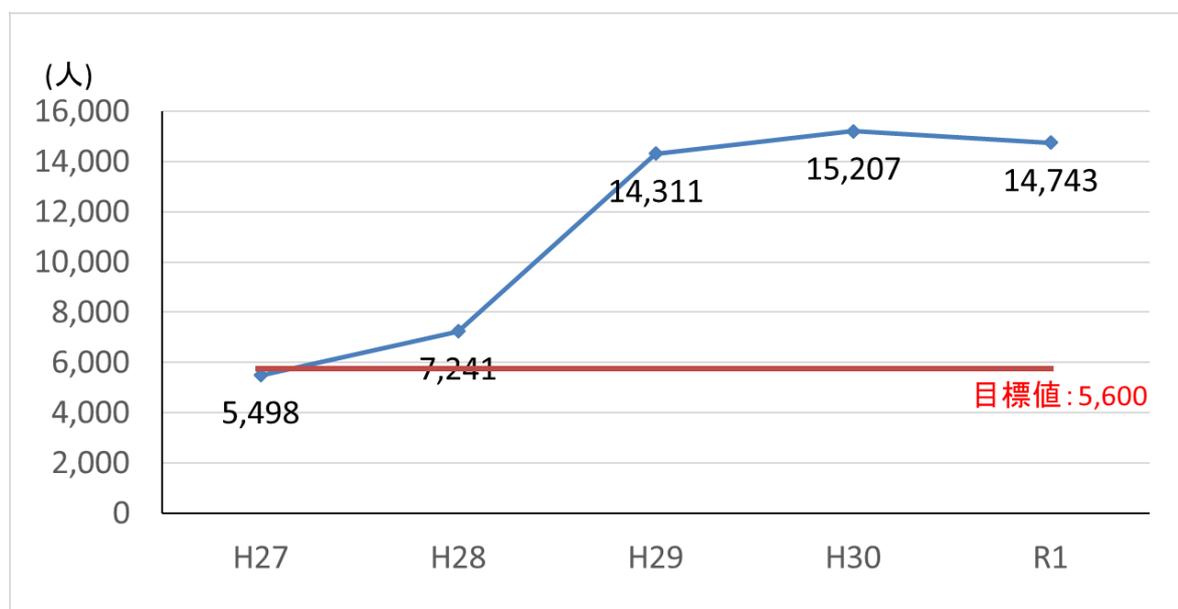
・入込客数は増加傾向にありましたが、令和元（2019）年度の減少については春の大型連休の大幅な増加がみられた後、夏以降の客足が鈍ったことや団体旅行に比較して家族や友人との個人旅行が増加傾向にあることが原因と分析しています。令和 2（2020）年度以降は、人口減少社会と新型コロナウイルス感染症が大きな影響を及ぼすことが想定されるため、誘客促進に対する柔軟かつ積極的な対応が求められます。

(2) 鹿角市内の宿泊者数【目標値:234 千人（平成 28（2016）年度）】



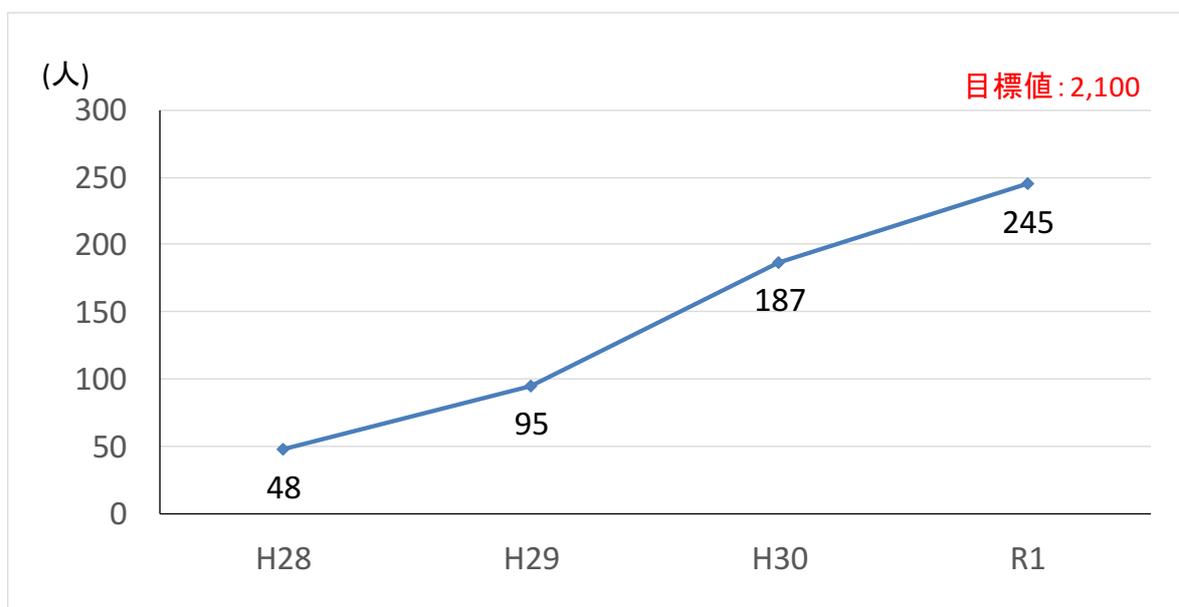
・令和元（2019）年度の宿泊客数の減少についても、観光客数の減少と同様に大型連休の影響や個人旅行が増加傾向にあることが原因と分析しています。また令和 2（2020）年度以降は、新型コロナウイルス感染症が大きな影響を及ぼすことが想定されるため、人口減少と今後発生が予測される感染拡大などの問題に柔軟に対応していく必要があります。

(3) 外国人宿泊者数【目標値:5,600人（平成28（2016）年度）】



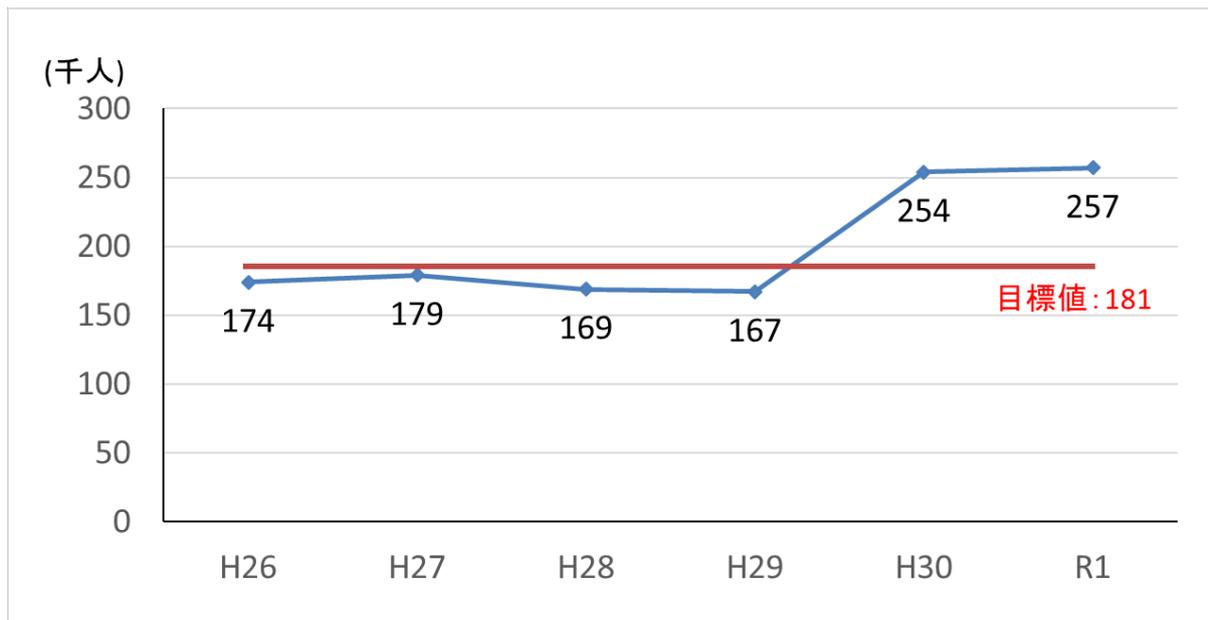
・外国人観光客の増加に伴い宿泊者数も増加傾向にあります。今後、外国人のニーズを把握し、ヘリテージ・ツーリズムを確立するとともに、国際的なコミュニケーション能力を身につけた人材育成と対応可能性を探りながら、これまで以上に市内の受入態勢を整備していく必要があります。

(4) 有料ファン会員（新むらさき会員）数【目標値:2,100人（平成28（2016）年度）】



・有料観光ファンの特典内容や、今後を見据えたデジタルの活用についても幅広く検討していく必要があります。

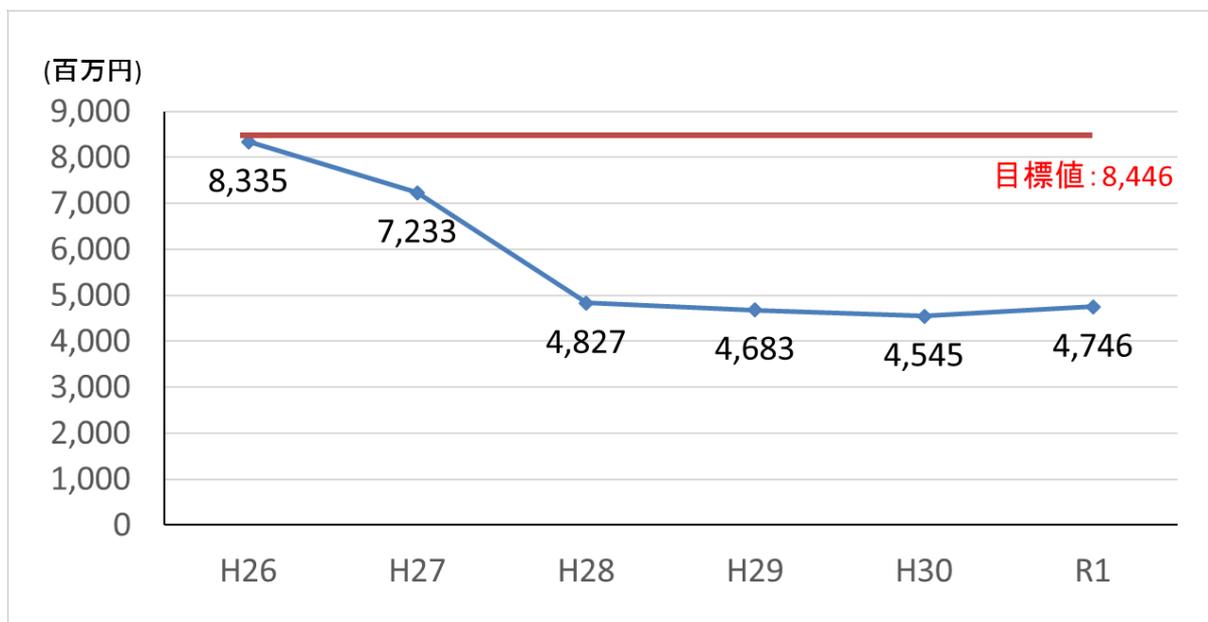
(5) 主要観光施設入込客数【目標値:181千人(平成28(2016)年度)】



※ H30年から道の駅おおゆを追加

・本市の持つ観光資源を最大限に活用し、新たな観光コンテンツ開発や磨き上げなどにより、周遊、滞在型のモデルルートを作成するなどの対策を講じながら、国内入込客数の増加を目指す必要があります。

(6) 観光消費額【目標値:8,446百万円(平成28(2016)年度)】



※ 秋田県「秋田県観光統計」に基づき作成(毎年8月末発行)

※ H28年から秋田県「秋田県観光統計」調査地点の一部変更あり

・全体の観光消費額は減少傾向にあるものの1人あたりの消費額は増加傾向に転じていることから土産品の開発など客単価の増加を目指すための取り組みを強化し、付加価値を高めていく必要があります。

【数値目標全体に対する評価】

目標値を上回った項目が、3項目（宿泊者数（平成30（2018）年度達成）、外国人宿泊者数、主要観光施設の入込客数）に及んだことから、ハード面、ソフト面を合わせた全体的な観光施策は、目指す目標を概ね達成したものと分析しています。

今後の鹿角観光は、インバウンドはもとより国内誘客の復活を視野に入れながら世界水準を目指し、積極的に取り組んでいく必要があります。そのためのプラットフォームとして地域DMO（㈱かづの観光物産公社）の推進強化に係る人材育成や、国内外の観光客受入態勢整備に必要な人材育成に対し、スピード感を持って必要な支援を講じていくことが重要です。さらに、デジタルの積極的な活用を含め、プロモーションやマーケティングなどの方向性を協議、検討しながらヘリテージ・ツーリズムの確立と合わせ、新たな時代の観光産業を積極的に推し進めることで、外貨の獲得と観光拠点の形成を目指していく必要があります。

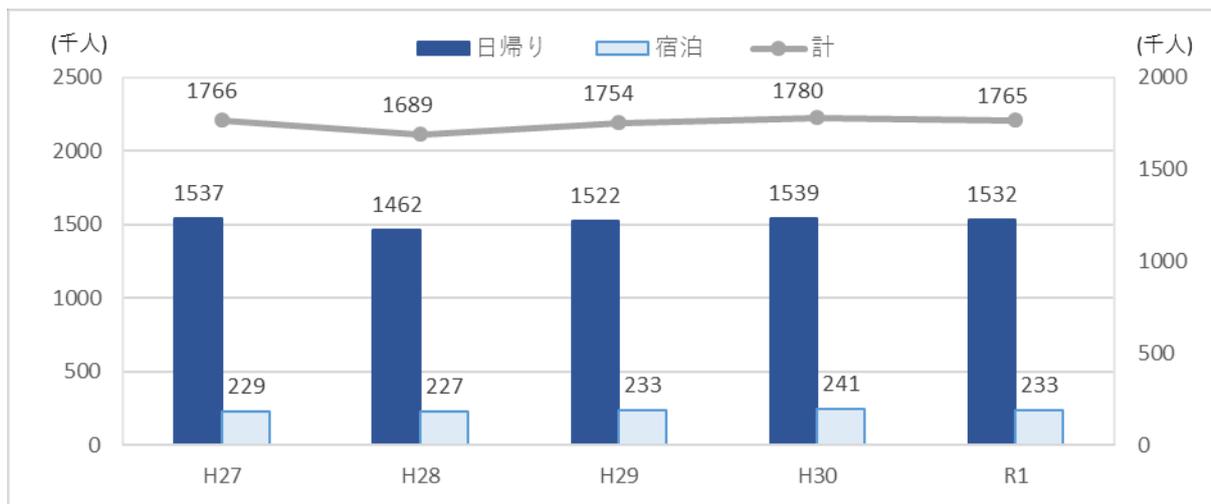
2 鹿角観光の現状

現状分析を行うにあたり、外的・内的の2つの観点から要因をまとめます。

(1) 外的要因からみた現状

本市全体の観光入込客数は約 175 万人台で推移しており、うち宿泊者数は約 23 万人で横ばい傾向にあります。

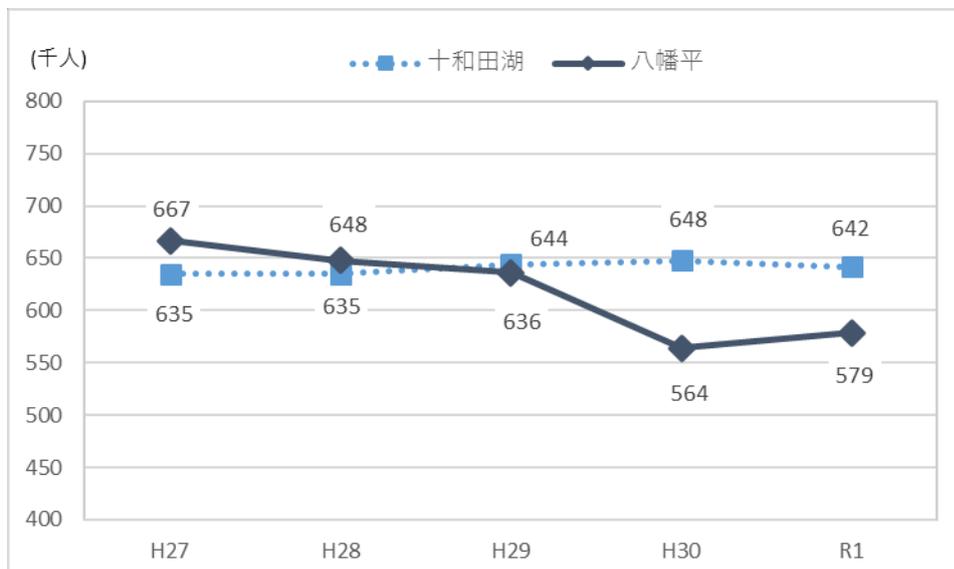
鹿角市観光入込客数の推移（鹿角市産業活力課）



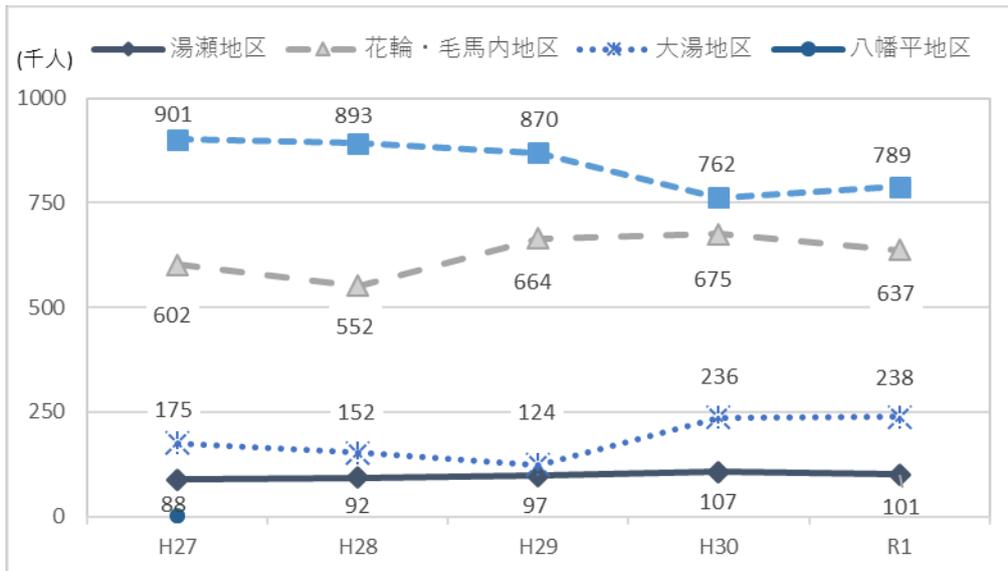
十和田八幡平国立公園に代表される自然や温泉などを、コンテンツの一つとして誘客を行ってきた観点は揺るぎないものがあります。しかし、国立公園八幡平の入込客数の減少は、宿泊施設の閉館や改修工事等の要因が関係するものと分析しているほか、これまで「国立公園」を観光資源として活用する観点を観光計画に位置づけしてこなかったことも要因の一つと捉えています。

地区別入込客数は、八幡平地区は回復傾向、大湯地区は微増傾向で、湯瀬地区、花輪・毛馬内地区では減少傾向なことから、地区ごとの魅力が伝えきれていない点も要因と考えられます。

十和田八幡平国立公園の観光入込客数の推移（秋田県「秋田県観光統計」）



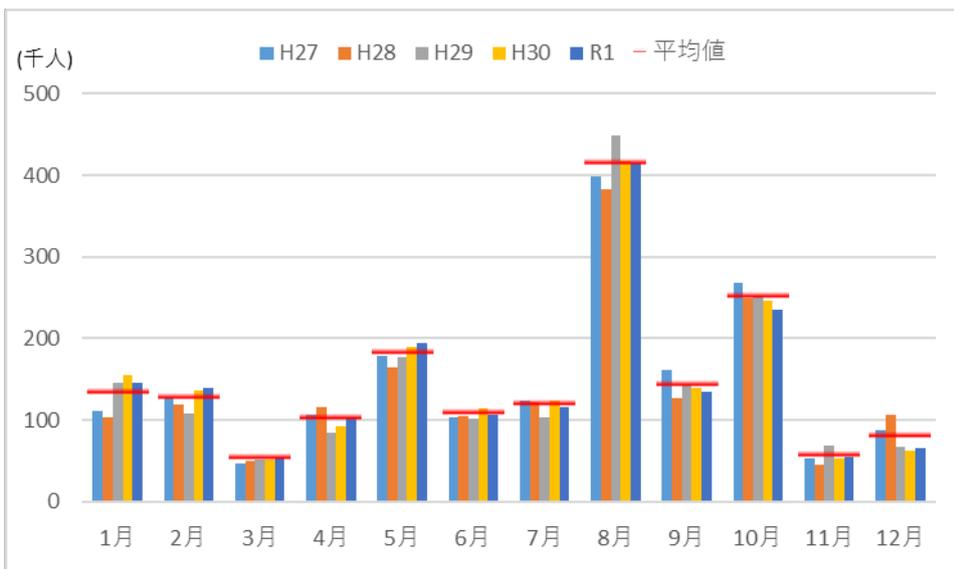
鹿角市内地区別の観光入込客数の推移（鹿角市産業活力課）



月別入込客数は、8月の祭典や帰省による入込は依然として高い水準で推移しているほか、10月の紅葉シーズンで賑わいをみせています。冬期間の1～2月は、スキー大会のほか、近年急激な伸びをみせている外国人観光客の入込も増加要因として大きく影響している点が特徴的です。

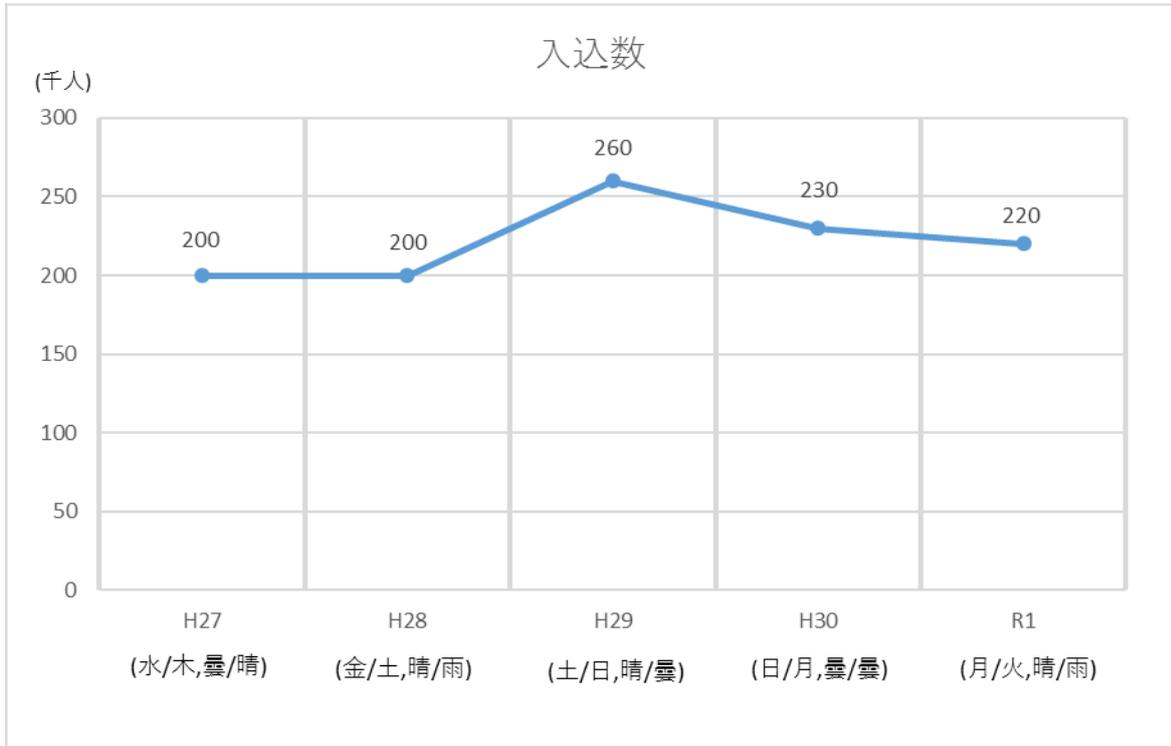
祭典は安定的な入込がみられ、特に開催日が土・日曜日の場合、増加傾向にありますので、今後も観光資源と捉え、他のコンテンツとの組み合わせによる誘客促進に取り組む必要があります。

鹿角市内月別の観光入込客数の推移（鹿角市産業活力課）

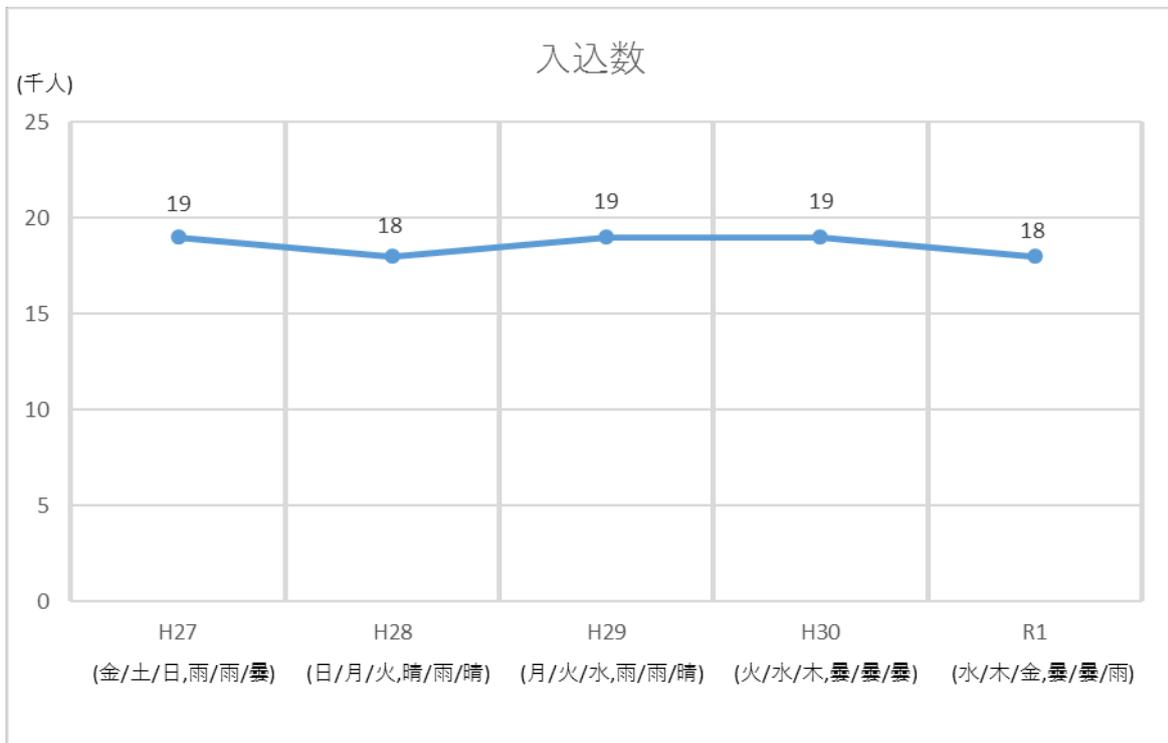


花輪ばやし・毛馬内盆踊りの観光入込客数の推移（鹿角市産業活力課）

花輪ばやし



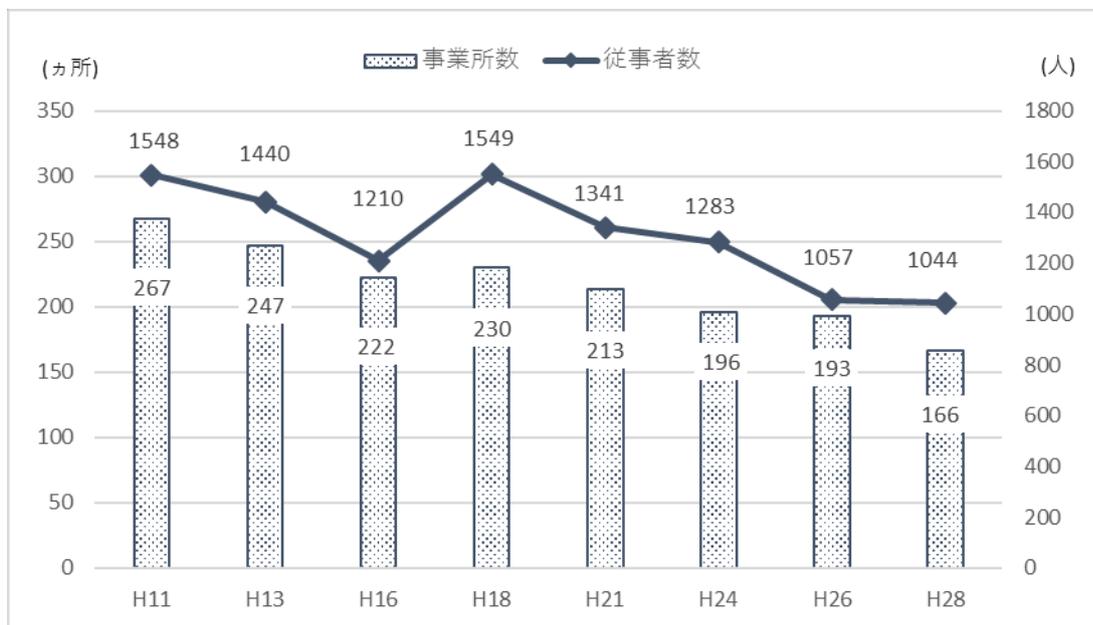
毛馬内盆踊り



(2) 内的要因からみた現状

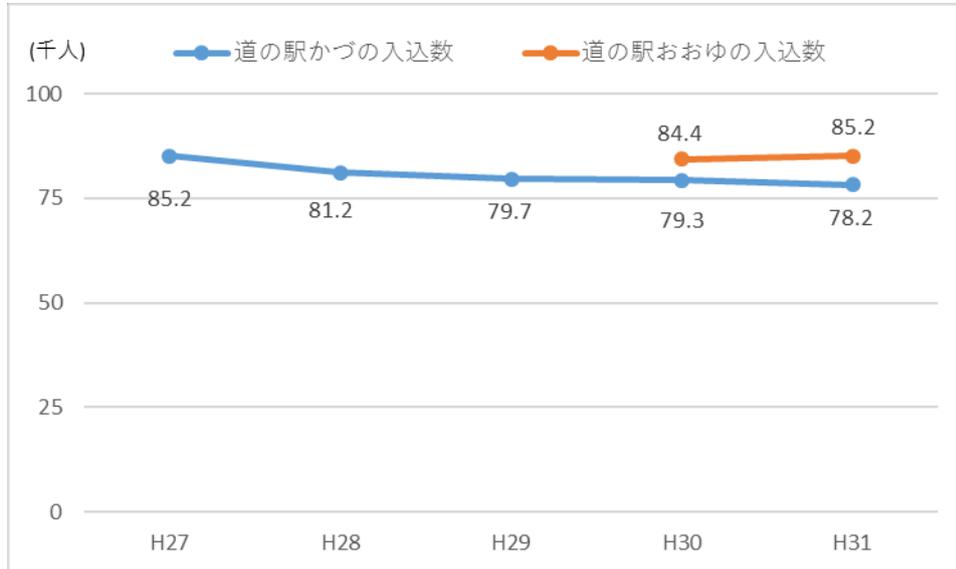
観光関連事業所数及び従事者数は、平成 18 (2006) 年に一度持ち直し基調がみられましたが、減少傾向に歯止めがかかっていません。

鹿角市内観光業の事業所数及び従事者数の推移 (総務省「経済センサス」)



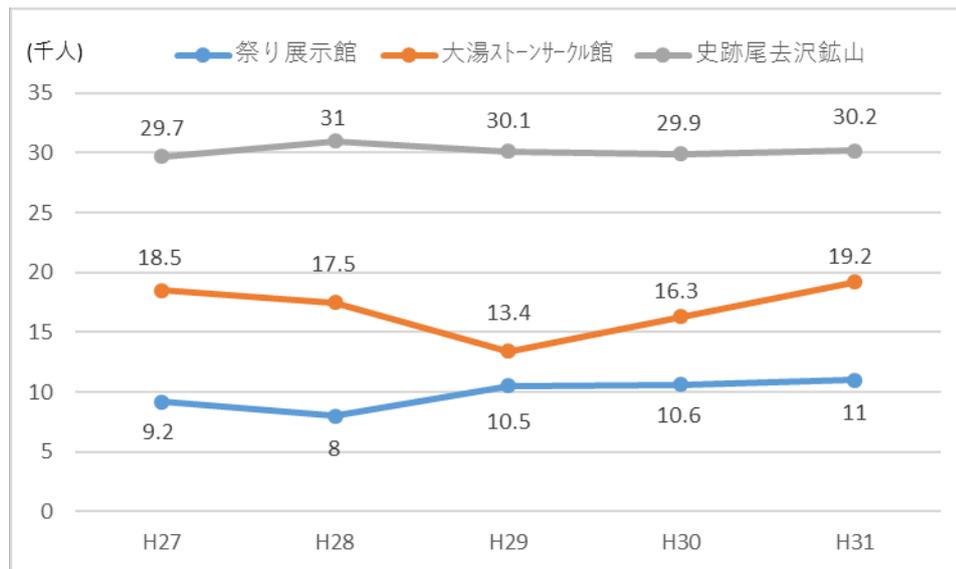
道の駅おおゆは、当初想定した入込客数の目標 4 万 5 千人を超え、年間 8 万人台で推移しています。道の駅かづのの入込客数は横ばい傾向ですが、改修工事中だったことも影響しているものと推測できます。

道の駅かづのの入込客数の推移（秋田県「秋田県観光統計」）



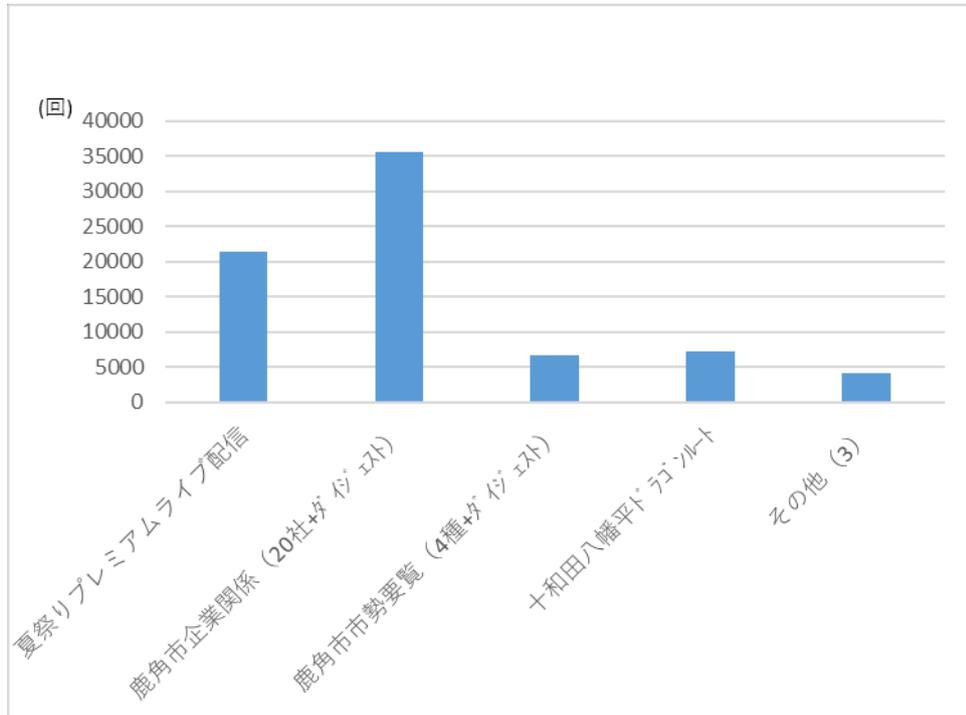
祭り展示館（道の駅かづの）、大湯ストーンサークル館、史跡尾去沢鉱山の入込数は、年々増加傾向にあります。観光立ち寄り施設と周辺イベントとの相乗効果によるものと考えられます。

祭り展示館（道の駅かづの）、大湯ストーンサークル館、史跡尾去沢鉱山の入込客数



動画再生回数は、「秋田県鹿角市鹿角いいね！」チャンネルで、令和元（2019）年度まで、十和田八幡平ドラゴンルート動画が約 7,000 回と低い水準で推移しており、チャンネル登録者数も同様に 500 人程度と非常に少ない状況にありましたが、令和 2（2020）年度に配信した夏祭りプレミアムライブ動画が、2 万回を超える再生と登録者数の増加につながっています。

動画再生回数の推移（YouTube「秋田県鹿角市鹿角いいね!」）



●チャンネル登録者数 773 人 (R2. 12 月現在)

3 鹿角観光の課題

(1) 選ばれる観光地となるためのコンテンツ開発で観光素材を高めることが必要です

本市は、観光に必要な「気候」「自然」「文化・歴史」「食」の4つのカテゴリーをすべて備えており、「観光宣伝媒体作成チーム会議（H28）」作成の観光パンフレットにより、カテゴリー別の旅を観光客が選択できる仕組みが整っています。

しかし、認知度の飛躍的な向上には至っておらず、話題性の高いプロモーションを展開するためには、鹿角をイメージしやすいインパクトの高いフレーズの設定や、エリアごとにストーリー性を持たせテーマパーク化するなどの工夫が必要です。

さらに、異なった魅力を存分に楽しめ、選択肢を広げられるよう、4つのカテゴリーと市内4つのエリアの組み合わせや、エリアからエリアへと周遊できるプラン造成が必要です。

(2) 観光業が憧れの職業として位置づけられるような人材育成が必要です

観光産業は、非常にすそ野の広い産業といわれており、地方経済の主力産業と位置づけられています。その一方で、市内の観光関連事業所数や観光業に携わる従業員数は、年々減少傾向に転じており、従事者の高齢化や人材不足が深刻化しています。そうしたなかにおいても、本市が令和元（2019）年に行なった中高生アンケートの結果からは、外国語の習得や、国際的なコミュニケーション能力を持つ人材の必要性について高い興味を示されていることから、観光案内所機能の充実も含めた魅力度向上とともに、「鹿角観光」が世界から注目され、選ばれる観光地となるための受入態勢強化を目指す人材育成が必要不可欠です。

これからの鹿角を担う世代が、憧れの職業として観光業を選択できるような機運の高まりにつながるよう、今後のあり方について人材育成の観点からも検討を深めていく必要があります。

(3) 世界遺産や国立公園を観光資源として活用することが必要です

市内に伝承される文化や縄文時代から続く歴史は、類まれな資源として他地域との差別化が可能なことから、ブランドストーリーを活かし観光コンテンツとして活用することで、多くの人を呼び込む力があります。

また、国立公園十和田八幡平の大自然を活かした魅力的な体験コンテンツ造成や、周辺施設等の整備を進めることで、新たな働き方や生活様式を踏まえた上質なプラン造成につなげていく必要があります。

(4) 情報を「届ける」ためのデジタル化の推進と科学的根拠に基づいたデータ分析が必要です
選ばれる観光地として知名度を向上させるため、科学的根拠に基づく観光動向（嗜好）調査や分析強化が必要です。ターゲットの絞り込みや情報発信の内容、PR方法を再考し、効果的に「届ける」ことを意識した戦略的できめ細やかなプロモーションが重要です。

また、新型コロナウイルス感染症拡大防止策としてのオンラインによる観光需要が一定数あることから、普段は観覧ができない特別な場所での臨場感あふれる映像や写真によって、特別な旅を体感できる可能性が広がっています。

こうしたことから、科学的根拠に基づく調査・分析と、情報発信のデジタル化を充実・強化する必要があります。

(5) 世界水準を見据えた地域DMOの組織強化と未来発想の経営による持続可能性が求められます

地域DMOである㈱かづの観光物産公社が中心となり、市内観光関連事業者や各種団体の参画による観光客受入態勢の強化と地域観光資源の磨き上げにより、世界水準のブランド力を確立するとともに、魅力ある商品づくりの徹底と、持続可能な観光地経営を進める必要があります。

第3章 鹿角市観光産業成長戦略の基本的な考え方

「鹿角市観光産業成長戦略」では、これまでに実施してきた各事業の成果や鹿角観光の現状と課題を踏まえ、次の基本理念と5つの基本戦略を定めます。

1 基本理念

あたりまえの鹿角の誇りを すべての人が楽しめる観光を目指す

本市は、観光に必要な4大要素といわれる四季の移ろいを感じる「気候」、いつでも身近に触れられる「自然」、古の縄文時代から培われた「文化・歴史」、幸せを感じる「食」といったカテゴリーを鹿角の豊富な恵みとしてすべて持ち合わせ、世界水準となり得る力があり、観光客や来訪者にとっては魅力的な資源となっています。

その一方、市民にとってはあたりまえの生活の一部であり、感銘を受け、感動を呼ぶ特別なモノとして意識されていません。今こそ私たち市民一人ひとりが、鹿角の豊富な恵みを見つめ直し、謳歌し、自信と誇りを持って国内外に発信していくことが肝要です。

そのため、成長戦略では「あたりまえの鹿角の誇りをすべての人が楽しめる観光を目指す」を基本理念として定め、「住んでよし」「来てよし」と言われる、すべての人の満足度が高い「鹿角観光」を目指します。

2 成長戦略の枠組み

すべての人の満足度が高い鹿角観光を具現化するため、観光地として高いポテンシャルを持つ市内各エリアで、感動を呼ぶ本物のコンテンツと、世界水準を目指す受入態勢の強化を軸に、地域DMOを中心としたプロモーション手法やマーケティング強化による観光地域づくりを進め、国内外からの新たな誘客促進と外貨獲得を図るため、次の5つの基本戦略により重点的に展開します。

基本戦略1 本物の持つ価値や魅力あるコンテンツにより観光素材を高める

本市は、観光に必要な4大要素といわれる「気候」「自然」「文化・歴史」「食」の基本コンテンツを備えており、これまでカテゴリー別に明確化してきました。このコンテンツを主軸に、市内を4つにエリア化（八幡平エリア、湯瀬エリア、花輪・尾去沢エリア、十和田・大湯・中滝エリア）したうえで、それぞれインパクトのある素材に着目し、磨き上げや新たな開発を行うことで、テーマ別に各エリアで充実した時間を過ごし、楽しむことが可能となります。4つの基本コンテンツと4つのエリアを横断・融合し組み合わせることで、多様なコース選択や価値の創造につなげ、選ばれる観光地を目指します。

基本戦略2 世界水準の観光地を目指す受入態勢をつくる

本市を訪れる外国人観光客は、団体旅行が多くを占め、台湾が約9割、次いで令和元（2019）年度からタイの団体旅行の入込みが見られるようになりました。これまでは中国や韓国を含むアジア圏からの来訪がほとんどでしたが、国立公園八幡平エリアを世界水準の「ナショナルパーク」として、滞在アクティビティの充実や、湯治文化に未来発想の視点を加え再生・活性化することで、欧米豪の新規市場の開拓を目指します。

また、令和2（2020）年度に地域DMO（㈱かづの観光物産公社）が、観光庁の「世界水準のDMO形成促進事業」に選定されたことで、DMO内に外国人誘客コンテンツの開発・強化、受け入れ環境対策にかかる人材登用を行っています。

今後、国際的なコミュニケーション能力を持つ人材育成や、外国人をターゲットとしたEC市場の販路拡大なども視野に入れた世界水準の観光地形成を目指します。

基本戦略3 「世界遺産」と「国立公園」の観光資源化を進める

本市は、ユネスコ無形文化遺産の大日堂舞楽や花輪ばやし、世界遺産登録候補に決定の大湯環状列石や毛馬内盆踊り、さらには1300年の歴史を誇る史跡尾去沢鉱山など類まれな資源に恵まれています。これまで先人が語り継いできた歴史と文化を、今、この地で暮らすわたしたち一人ひとりが、時の重なりに身を置く一員として、縄文から続く精神文化に誇りを持ち、次の世代に受け継いでいく必要があります。

伝統文化の保存継承や、文化財の保存管理を行うとともに、保存優先の観点から、観光客や来訪者目線の理解促進と、積極的な活用及び情報発信により「世界遺産のまち」として、認知度の向上と新たな文化の創造を目指します。

また、これまでも十和田八幡平国立公園の雄大な自然を活かした誘客の促進に取り組んでおり、その方向性は揺るぎないものですが、近年、世界の観光市場はビーチリゾートやスキーリゾートなど、自然を満喫する方向にシフトしています。国立公園の大自然を活用した自然体験を目的とした観光が、世界の7割を占める状況から、八幡平エリアでのアドベンチャーツーリズムやナイトタイムツアーなど新たな観光コンテンツの造成や、宿泊施設の整備を進める必要があります。このほか、豊富な地熱エネルギーのコンテンツ活用も視野に入れた取り組みに発展させていくことが重要です。

基本戦略4 観光デジタル化を推進する

これまでも、市ホームページや観光関連事業者・団体ホームページをはじめとするインターネット、ポスターやチラシ、パンフレット類などの紙媒体、口コミによる情報発信が期待できるSNS（Facebook、Twitter、Line、Instagram）等、多くの情報媒体を活用した情報発信に取り組んできました。

旅行形態が団体旅行から個人旅行（OTA）にシフトし、有名観光地を観光するだけでなく、体験やテーマ別に目的を持ったスタイルに変化するなど、ニーズの多様化も見られます。

観光地としての知名度向上を目指すためには、なぜ観光客が来ないのかなどの理由をすべて洗い出し、科学的根拠に基づいた調査・分析を徹底する必要性が求められており、データの細分類化による、ターゲット層や発信内容、PR方法を再考することで、効果的に「届ける」ことを意

識した戦略的できめ細やかなプロモーション手法を再考します。

また、オンラインツアーなどのバーチャルな観光体験を促進し、新たな観光消費を創出する必要があります。

このようなデジタル化の推進を視野に、本市の観光情報を、観光プラットフォームである地域DMO（(株)かづの観光物産公社）のホームページに一体化し、ユーザー目線に立った総合サイトとして、内容の充実を目指します。

基本戦略5 観光客誘客を促す分析力を強化し正確な施策を立案する

本市ではこれまで、秋田県観光統計を基にしたデータ分析を行ってきました。そのため、市としての正確なデータの蓄積が存在しない状況にあります。

今後、本市独自の観光消費額を算出することが必要で、現状を正確に把握し、PDCAサイクルの検証を確実にし、「稼げる観光」の体現につなげます。

また、ビッグデータを用いたデジタルマーケティングの導入により、これまでの取り組みを最適化し、より効率的、効果的な情報分析により、旅行ニーズを的確に把握し、観光需要や訪日外国人旅行者の動向など、観光を取り巻く環境の変化を正確に捉え、新たな市場を創造する必要があることから、マーケティング強化による、観光客の誘客促進に取り組み、地域DMO（(株)かづの観光物産公社）の未来発想の経営に基づく観光まちづくりを進めます。

第4章 鹿角市観光産業成長戦略の進め方【取組方針】

1 戦略の具体的な取り組み

前章で定めた基本理念を具現化するため、5つの基本戦略ごとの取組方針を定めます。

基本戦略1 本物の持つ価値や魅力あるコンテンツにより観光素材を高める

取組方針① 観光コンテンツの開発を進めます

【事業展開の方向性と主な施策】

・エリア観光の上質化

4つのエリア（八幡平エリア、湯瀬エリア、花輪・尾去沢エリア、十和田・大湯・中滝エリア）で、それぞれインパクトの高い素材にストーリー性を持たせるほか、これまで提供してきた体験や観光資源の磨き上げ、掘り起こしを進め、新たなターゲット層にアプローチするために必要なコンテンツ開発に取り組むことで、テーマ別に各エリアで上質な時間を過ごすことが可能となります。

・多様なコンテンツの組み合わせによる着地型旅行商品の充実

「気候」「自然」「文化・歴史」「食」コンテンツに、軸となる「国立公園」「大日堂舞楽」「花輪ばやし」「大湯環状列石」「毛馬内盆踊り」などを組み合わせることで、八幡平エリアは「雄大さと安らぎの体験」、湯瀬エリアは「伝説とローカル線体験」、花輪・尾去沢エリアは「華やかさと鉱山で体験」、十和田・大湯・中滝エリアは「～成り立ち～歴史文化と暮らしの体験」に焦点をあて、多様なコース選択や価値の創造につなげることで、滞在時間の増加と着地型旅行商品造成の選択肢を増やします。

●国立公園八幡平魅力アップ事業

プラン	概要	実施時期
「国立公園八幡平魅力アップ構想（R3～7）」に基づく事業推進	構想書に基づく「国立公園」の大自然と「温泉郷」の湯治文化などの観光資源化や、エリア観光の上質化を目指すため、コンテンツ開発や造成に取り組みます。	通年
八幡平満喫プログラム誘客促進事業	体験プログラムを開発し、新規顧客及びリピーターの獲得を目指します。	通年

●観光宣伝推進事業

プラン	概要	実施時期
道の駅かづのリニューアル企画	道の駅かづのグランドオープン（R3.4月）に伴いヘリテージツーリズム推進と合わせPRイベントを行います。	R3.5月以降 イベント毎年
観光PR及び物産展	首都圏等での観光PR活動を実施します。	通年

●きりたんぼ発祥の地かづのPR事業

プラン	概要	実施時期
きりたんぼ発祥まつり開催	山子鍋をはじめ市内飲食店等のきりたんぼ鍋をメインに、発祥の地PRイベントを開催します。	毎年 11月

たんぽ小町ちゃんノベルティ製作	鹿角市観光イメージキャラクター「たんぽ小町ちゃん」デザインのグッズ等を活用し知名度向上を図ります。	通年
-----------------	---	----

●道の駅おおゆ販売体制強化事業

プラン	概要	実施時期
道の駅おおゆ飲食スペース増床	道の駅として収益力と集客力の向上を目指すため、飲食スペースを増床します。(R3 実施設計、R4 改修工事、R5 オープン)	R3～5

【目指す成果】 (個)

指標項目	現状値 (R1)	目標値 (R7)
新たな観光キャンペーン数	-	2

基本戦略2 世界水準の観光地を目指す受入態勢をつくる

取組方針② 市民のコミュニケーション能力を高めます

【事業展開の方向性と主な施策】

- ・国際的なコミュニケーション能力を持つ人材育成
外国人旅行者が、ストレスなく快適に過ごせるよう受入環境の整備や態勢強化に取り組みます。
Wi-fi 環境の拡充やクレジット決済可能な施設及び店舗数の拡大など、受入環境の整備に取り組む必要があります。
- また、市民の対外国人への苦手意識を払しょくするため、外国語の習得など国際的なコミュニケーション能力を持つ人材育成や、観光案内所の機能強化を進めるなど、訪日外国人旅行者受入に対する市民の意識改革とホスピタリティの向上を目指します。

●インバウンド対策強化事業

プラン	概要	実施時期
外国人観光客受入態勢強化事業	観光事業者や市民を対象に英会話コミュニケーション講座等を開催し、地域らしさが伝わる観光オペレーションを行う意識改革を行います。	通年

【目指す成果】 (人)

指標項目	現状値 (R1)	目標値 (R7)
外国人観光客への聞き取り調査	-	735

取組方針③ 観光ガイドの魅力を高めます

【事業展開の方向性と主な施策】

- ・観光人材の質の向上と人材確保
これまで、まちの案内人協議会を設置し、観光客に対するおもてなしの機運醸成や観光ボランティアガイドの育成に取り組んできました。

これからは、本市の有するや文化・歴史など、本物の素材が持つ体験価値を伝えるため、質の高いガイドンスや外国人旅行者にも対応可能な人材の確保と育成を行います。

● (仮) ガイド再構築事業

プラン	概要	実施時期
(仮)ガイド再構築事業	新たな観光コンテンツによる誘客促進に取り組むため、ガイドを再構築し、受入態勢を強化します。	R4～

【目指す成果】 (人)

指標項目	現状値 (R1)	目標値 (R7)
まちの案内人数	30	35

取組方針④ 魅力度の高い土産品を開発します

【事業展開の方向性と主な施策】

- ・ 通年販売可能な土産品開発の推進

地場産品を活用した加工品など、通年販売可能な土産品を開発し、国内外への販売も可能な EC サイトの充実や、食文化体験と合わせた商品販売など、民間事業者の柔軟な発想力を生かし、販路拡大を目指します。

● 道の駅おおゆ販売体制強化事業

プラン	概要	実施時期
道の駅おおゆ販売体制強化事業	道の駅として収益力と集客力の向上を目指すため、飲食スペースを増床と合わせて販売体制強化に向けた支援を行います。	R3～5

【目指す成果】 (個)

指標項目	現状値 (R1)	目標値 (R7)
新たな土産品開発	-	3

基本戦略3 「世界遺産」と「国立公園」の観光資源化を進める

取組方針⑤ ヘリテージ・ツーリズムを推進します

【事業展開の方向性と主な施策】

・「歴史・文化」コンテンツの観光資源化

・本物の価値を見出すヘリテージ・ツーリズムの確立

ユネスコ無形文化遺産の大日堂舞楽や花輪ばやし、さらには登録が期待されている大湯環状列石や毛馬内盆踊りのほか、1300年の歴史を誇る史跡尾去沢鉱山など類まれな資源に恵まれていることが国内外から再認識されています。この文化資源を核とし、観光文化拠点としての整備を進め「世界遺産のまち」として、全国そして世界から認めらる地域の実現に取り組み、「稼ぐ文化」を体現します。

※ ヘリテージ・ツーリズム…遺産（文化遺産や自然遺産、産業遺産など）を観光資源として利用すること。

●ヘリテージ・ツーリズム推進事業

プラン	概要	実施時期
プレミアムツアー造成事業	「文化・歴史」コンテンツを主軸にした着地型旅行商品の企画造成及び販売を行います。	通年
オンラインツアー造成事業	「文化・歴史」コンテンツを主軸に、オンラインによる体験プログラムの企画造成及び販売を行い来訪意欲につなげます。	通年
ヘリテージ・ツーリズム推進支援	ヘリテージ・ツーリズムコーディネーター（営業戦略、セールス活動、通訳ガイド等）の雇用を支援します。	通年
(仮)ヘリテージ・ツーリズム体制充実支援	「稼ぐ文化」という新たな方向性を見出すため、協議会及び検討会を設置しマーケット調査等を行うとともに、先端技術による映像制作を行い、国内外からの誘客促進に取り組みます。	R4～

【目指す成果】

(個)

指標項目	現状値 (R1)	目標値 (R7)
新たな体験コンテンツ造成数 (累計)	-	15

取組方針⑥ 国立公園八幡平の魅力を高めます

【事業展開の方向性と主な施策】

・「自然」コンテンツの観光資源化

平成28(2016)年度から環境省の「国立公園八幡平満喫プロジェクト」の選定を受け、駐車場整備や自然公園内の散策路木道再整備などを行ってきました。国内外からの観光客を惹きつける要素の一つとして、国立公園の大自然を活用した自然体験を目的とした観光が、世界の観光市場の7割を占める状況から、八幡平エリアでの新たなアクティビティ開発や宿泊施設等の整備を

進める必要があります。また、豊富な地熱エネルギーや、ワーケーション等への関心の高まりも視野に入れながら、八幡平温泉リゾート協会が主体で策定した「国立公園八幡平魅力アップ構想」に基づき、エリア全体の魅力を高めるため、関係する各機関や団体と連携した取り組みを進める必要があります。

●国立公園八幡平魅力アップ事業（再掲）

プラン	概要	実施時期
「国立公園八幡平魅力アップ構想（R3～7）」に基づく事業推進	構想書に基づく「国立公園」の大自然と「温泉郷」の湯治文化などの観光資源化や、エリア観光の上質化を目指すため、コンテンツ開発や造成に取り組みます。	通年
八幡平満喫プログラム誘客促進事業	体験プログラムを開発し、新規顧客及びリピーターの獲得を目指します。	通年

【目指す成果】

(千人)

指標項目	現状値（R1）	目標値（R7）
国立公園八幡平の入込客数	579	578
八幡平温泉郷の入込客数	92	92

基本戦略4 観光デジタル化を推進する

取組方針⑦ 科学的根拠に基づく発信力を高めます

【事業展開の方向性と主な施策】

- ・鹿角の魅力を体感できるコンテンツ収集
- ・デジタル化による情報発信力の強化

これまで情報を発信することに主眼を置いて取り組んできましたが、必要なときに必要な人に「届ける」手法を高める必要があります。

本市の魅力を、視覚に訴える動画やリアルな映像により臨場感や体感が得られるコンテンツを造ることで、話題性の高いプロモーション展開につなげることが可能となります。そのうえで、デジタルマーケティングによるデータ分析や調査を徹底し、なぜ観光客が来ないのかなどの理由をすべて洗い出し、細分類化によるターゲット層の明確化や発信内容、PR方法を再考し、科学的根拠に基づく発信を強化していく必要があります。

●ヘリテージ・ツーリズム推進事業（再掲）

プラン	概要	実施時期
オンラインツアー造成事業	「文化・歴史」コンテンツを主軸に、オンラインによる体験プログラムの企画造成及び販売を行い来訪意欲につなげます。	通年
(仮)ヘリテージ・ツーリズム体制充実支援	「稼ぐ文化」という新たな方向性を見出すため、協議会及び検討会を設置しマーケット調査等を行うとともに、先端技術による映像制作を行い、国内外からの誘客促進に取り組みます。	R4～

【目指す成果】

(個)

指標項目	現状値 (R1)	目標値 (R7)
新たな体験コンテンツ造成数 (累計)	-	15

取組方針⑧ 観光危機に対応できる柔軟さを備えます

【事業展開の方向性と主な施策】

- ・バーチャルな観光体験の促進

新型コロナウイルス感染拡大防止と観光振興の両立を図るうえでは、オンラインツアーなどのバーチャルな観光体験を促進し、新たな観光消費を創出する必要があります。また、先端技術（AR、VR等）の活用による観光コンテンツの高付加価値化や、ビッグデータの活用によるエリアマネジメントなど、ウィズコロナ時代の観光サービスをデジタル化の推進で創出する取り組みに発展させます。

●ヘリテージ・ツーリズム推進事業（再掲）

プラン	概要	実施時期
オンラインツアー造成事業	「文化・歴史」コンテンツを主軸に、オンラインによる体験プログラムの企画造成及び販売を行い来訪意欲につなげます。	通年
(仮)ヘリテージ・ツーリズム体制充実支援	「稼ぐ文化」という新たな方向性を見出すため、協議会及び検討会を設置しマーケット調査等を行うとともに、先端技術による映像制作を行い、国内外からの誘客促進に取り組みます。	R4～

【目指す成果】

(個)

指標項目	現状値 (R1)	目標値 (R7)
先端技術活用による体験コンテンツ造成数 (累計)	-	5

基本戦略5 観光客誘客を促す分析力を強化し正確な施策を立案する

取組方針⑨ 市独自の観光消費額を算出し戦略的な観光地経営に活かします

取組方針⑩ 市場調査によるデータ分析を徹底します

【事業展開の方向性と主な施策】

- ・マーケティング強化による新たな市場開拓

これまで、秋田県観光統計を基にしたデータ分析を行ってきたため、市独自の正確なデータの蓄積が存在しない状況にあります。今後は、本市独自の観光消費額を算出し、現状を正確に把握したうえで検証を確実にし「稼げる観光」の体現につなげます。

また、ビッグデータを用いたデジタルマーケティングの導入により、観光客の居住地域や年代、性別、本市サイトへの流入経路ほか、リピーター層の割合や、行ってみたいエリアに実際に来訪する確度、また、どのような属性の人がそのような行動をとるのかなどのデータ分析を継続的に実施し、季節ごとのターゲットや訴求資源が想定通りの成果をもたらしているかなど、観光客の行動パターンを明らかにし、知ることで、これまで見過ごしてきた周遊ルートや来訪者ニーズなどの新たな気づきにつなげ、新規市場を開拓します。

マーケティングの強化により、将来的な旅行行動の予測や新規市場の開拓につなげることで、発展的な観光客誘客に取り組み、地域DMO（(株)かづの観光物産公社）の未来発想の経営による観光まちづくりを進めます。

●観光マーケティング事業

プラン	概要	実施時期
観光消費額推計業務	本市独自の観光消費額を算出し、現状を正確に把握することでPDCAサイクルの検証を行い「稼げる観光」の強化につなげます。	通年
デジタルマーケティング業務	ビッグデータを用いたデジタルマーケティングを導入し、科学的根拠に基づいた分析により新規市場の開拓につなげます。	R4～

【目指す成果】

(個)

指標項目	現状値 (R1)	目標値 (R7)
マーケティング分析数 (累計)	-	4

2 ワーキンググループからの提言

①「世界水準の観光コンテンツの活かし方」(グループA)

■現状と課題分析

鹿角市は、観光コンテンツの4大要素である「気候」「自然」「文化・歴史」「食」のカテゴリーすべてを持ち合わせていますが、

- ・認知度が圧倒的に低い
- ・多言語対応できる人が少数
- ・誰に来てほしいのか不明

などの問題点があげられます。市民にとっては当たり前のモノが、観光客にとっては感動を呼ぶ、特別なモノであることに気づく必要もあります。貴重な資源を観光コンテンツとして活かしていくために、次のとおり提案します。



【基本コンテンツ】

- 樹氷
- スキー、スノーシュー
- ユネスコ無形文化遺産
「花輪ばやし」「大日堂舞楽」
- 大湯環状列石
- 毛馬内盆踊り
- 十和田八幡平国立公園
- 紅葉
- 食
- 温泉

【エリアコンテンツ】

- 八幡平エリア
→トレッキング、自然探勝、樹氷、スノーアクティビティ、ドラゴンアイ、温泉、湯治
- 湯瀬エリア
→美肌温泉、溪谷美、景観
- 花輪・尾去沢エリア
→史跡尾去沢鉦山、舞、祭、食(発酵)
- 大湯・十和田・中滝エリア
→毛馬内盆踊り、雪遊び(道の駅おおゆ)、キャンプ(中滝)、温泉



「鹿角」といったら、

- 大自然×湯治×食 → 八幡平エリア
- 美肌温泉×溪谷美 → 湯瀬エリア
- 鉦山文化×祭り文化×郷土の味 → 花輪・尾去沢エリア
- 歴史・文化×温泉 → 十和田・大湯・中滝エリア

※認知度の向上に取り組まなければならない＝SNS活用、周辺の観光客の多い地域との周知

※ペルソナ設定＝①若者(20～30代) ②海外 ③特定の顧客(ファン、具合的ニーズごと)

②「新たな時代の観光PR戦略」(グループB)

■現状と課題分析

これまで、紙媒体やSNSでPRしてきたものの、観光協会、行政等、それぞれが情報発信していて情報が見つけづらい状況。新たな時代に対応していくための観光PR戦略を実現します。※新たな時代→デジタル化、観光形態の変化(規模が縮小化)

- ・トレンドの有効活用
- ・地域DMOを中心に市全体のPR力を高める

的確なPRのためには、状況に合わせた媒体・時期を選択しての発信や、市内の連携を深め、情報を統括し集約して発信することが効果的と考えます。



【トレンドとは何か】

○年齢層、地域、時期などによって、変化するもの→1種類ではない

※伝えたい相手や内容が変われば、PR媒体も変わる

○トレンドは有効活用するもの→「来て」もらって、「知って」もらって、「すごい」と思わせ「また来たい」と思ってもらうことにつなげることが大事

【情報発信は継続的に行うことが大事】

○マーケティング→発信したいコンテンツ集め→ターゲット決定→ターゲットによって媒体や時期を変える→情報発信

(☆これまでの経験や勘だけでなく、可視化したデータに基づいた発信を行う。)

【発信方法は地域DMOを中心としたPR】

○デジタルの活用→DMOを中心に情報集約、拡散

(FB、Twitter、LINE、Instagram、YouTube)

○紙媒体→パンフレット、チラシ、ポスター、fan通信など

※ターゲットによって、デジタル・紙媒体を使い分ける

紙媒体⇒デジタルコンテンツ⇒多言語化⇒全世界へ

【市全体で統一感を】

情報を統括・集約して発信していくなかで、以下のことを取り入れる！

- プロモーション展開(視覚に訴える写真や動画)
- 話題性が高く、ストーリー性重視(YouTubeなどの活用)
- インバウンドにも対応可能

③「公共施設と民間事業者の役割（観光拠点施設の役割）」（グループC）

■現状と課題分析

観光施設はこれまで、指定管理者による運営で、設置目的に沿った事業展開によって、収益増加を目指してきた。今後は、民間事業者の柔軟な未来思考の発想による運営が求められる

- ・ 話題性の高い特産品開発
- ・ 観光PR
- ・ 未来発想の経営（人材交流、外部人材の活用、観光遺産産業化ファンドの活用など）

の必要性があげられます。収益を上げて、管理者の収支がプラスになるような施設運営を進める必要性について、次のとおり提案します。



【話題性の高い特産品開発】

- ここでしか買えないもの
- 通年販売可能なもの→地域の特色あるものを活用（例:酒、山菜、肉）
- すでに存在している物→地域内に留まっている認知度の低い物



【特産品開発の事例】

「酒」～お土産にするなら、個別包装がよい

- 年間スケジュール
 - 春→統一ロゴデザイン作成
 - 夏→夏酒でケーキ
 - 秋→冷やおろしでケーキ（鹿角ならではのフルーツ「北限の桃」「鹿角リンゴ」も活用）
 - 冬→新酒でケーキ（ワインもあり）



【特産品を売るにも、施設で観光PRするにも、市民の発信力強化】

現状

- ・ 市民の発信が少ない
- ・ ネガティブ発信も目につく
- ・ 自分の住むまちを魅力的に発信できていない

●若い世代の Instagram 活用を増やすためには？！

⇒キャッチーなワードやロゴ製作

※観光施設では、斬新な発想や収益増加を目指すには、人材交流や外部人材の活用も一つの方法

④「観光危機対策」(グループD)

■現状と課題分析

新型コロナウイルス感染症の発生は、危機管理上、重大な問題が発生した事案と捉え、今後発生が予測されるさまざまな危機に備えていくためには、

- ・今後の方向性や対応、対策など

を検討する必要があります。観光関連事業者自らが、どのように取り組んでいったら最善なのかなどについて、次のとおり提案します。



【事業者の意識改革】

○事業者の高齢化、人手不足、サービス力不足問題

→このような事業者の状況を市民が温かく見守る

→市民が市中施設を積極的に使う

などの意識醸成

○料理人が少ない、特産品がない

→通年販売商品開発、レシピ開発、地元の料理自慢

○地元の人に魅力を再認識させる仕掛け作り

→来訪者の少ない今だからこそ、地場製品の活用や市民価格の設定等、魅力を生かしたプラン造成や売り込み方法を検討、実施し、リピーターの獲得を目指す。(事業者の知識をレクチャーする(金箔はり等)仕組み作り、地元のファン獲得につなげ、市民からの波及効果を狙う&事業者自体のプロ意識向上に)

【市民の意識改革】

ターゲットは鹿角市民

○隣にある非日常

観光地・温泉地のなかに暮らしている

→市民が価値を再認識する仕掛け作り

- ・事業者(鹿角市)～宿のきりたんぼ自慢

- ・年齢層に合わせてPR

事業承継

○事業承継に対する市民の意識醸成

→観光に携わりたい人を育成するために

- ・収入が上げられるようなバックアップ

- ・「うちには何もない」の口癖をなくそう!注意喚起

【資料編】 KPI 指標

1 KPI 一覧

KPI項目		R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7
旅行消費額 (百万円)	目標	- (-)	2,848 (-)	3,228 (-)	3,607 (-)	3,987 (-)	4,366 (-)	4,746 (-)
	実績	4,746 (-)						
延べ宿泊者数 (人)	目標	246,000 (7,400)	140,000 (2,000)	180,000 (4,400)	193,000 (7,000)	206,000 (9,500)	219,000 (12,100)	233,000 (14,700)
	実績	232,701 (14,743)	166,214 (1,869)					
来訪者満足度 (%)	目標	- (-)	50% (-)	50% (-)	50% (-)	50% (-)	50% (-)	50% (-)
	実績	45.8 (-)						
リピーター率 (%)	目標	- (-)	85 (-)	85 (-)	85 (-)	85 (-)	85 (-)	85 (-)
	実績	73.8 (-)						
主要観光施設入込客数 (千人)	目標	- (-)	153 (-)	203 (-)	216 (-)	233 (-)	243 (-)	257 (-)
	実績	257 (-)	189 (-)					
観光施設等来場者数 (千人)	目標	- (-)	167 (-)	214 (-)	231 (-)	247 (-)	263 (-)	279 (-)
	実績	279 (-)	198 (-)					
イベント・祭事来場者数 (千人)	目標	- (-)	- (-)	71 (-)	136 (-)	202 (-)	267 (-)	333 (-)
	実績	333 (-)	5 (-)					
国立公園来場者数 (千人)	目標	- (-)	347 (-)	374 (-)	425 (-)	473 (-)	528 (-)	579 (-)
	実績	579 (-)	322 (-)					
WEBコンテンツ（観光PR） 動画再生回数 (回)	目標	- (-)	1,000 (-)	3,000 (-)	3,300 (-)	3,630 (-)	3,993 (-)	4,392 (-)
	実績	819 (-)						
外国人観光客への聞き取り 調査 (人)	目標	-	-	220	350	475	605	735
	実績	-	-					

() の数値は外国人観光客に関するもの

調査項目	収集方法	備考
旅行消費額	「秋田県観光統計」より按分	
延べ宿泊者数	鹿角市宿泊統計調査※	
来訪者満足度	「秋田県観光統計」	鹿角市該当分を抜粋
リピーター率	「秋田県観光統計」	鹿角市該当分を抜粋
主要観光施設入込客数	鹿角市宿泊統計調査※	主要観光施設(6カ所)：大湯ストーンサークル館、八幡平ビジターセンター、先人顕彰館、史跡尾去沢鉱山、道の駅かづの、道の駅おおゆ
観光施設等来場者数	鹿角市宿泊統計調査※	<文化歴史カテゴリー>4施設：大湯ストーンサークル館、八幡平ビジターセンター、先人顕彰館、歴史民俗資料館 <産業観光カテゴリー>6施設：果樹園、史跡尾去沢鉱山、道の駅かづの、道の駅おおゆ、関善にぎわい屋敷、中滝ふるさと学舎
イベント・祭事来場者数	鹿角市観光統計調査※	<イベント>：大湯温泉雪まつり、鹿角子どもフェア、湯瀬温泉まつり、大湯温泉夏まつり、大湯温泉大太鼓まつり、ストーンサークル縄文祭 <祭 事>：大日堂舞楽、尾去沢山神社祭典、毛馬内月山神社祭典、花輪ねぶた、花輪ばやし、毛馬内盆踊り
国立公園来場者数	鹿角市観光統計調査※	
WEBコンテンツ（観光PR）動画再生回数	市公式Youtubeチャンネルの観光PRに関する動画の再生数の合計	年度末(3月末)に集計
外国人観光客への聞き取り調査	アンケート調査	外国人観光客の宿泊者数の5%相当

※鹿角市統計調査に関する項目の対象期間は1～12月

■毎年度評価（地域 DMO 主催「観光 MT」で検証・評価）行政と共有

【資料編】

2 主な事業

○継続 ◎新規 △縮小 ×廃止

事業名（ソフト関係）	R3	R4	R5	R6	R7	備考
観光イベント等育成強化事業						
祭典事業費補助	○	○	○	○	○	
観光アクセス充実対策事業						
観光路線バス「八郎太郎号」運行	○	○	○	○	○	
レンタサイクル整備	○	○	○	○	○	
花輪線利用促進協議会参画	○	○	○	○	○	
大館能代空港利用促進協議会参画	○	○	○	○	○	
十和田八幡平まなび旅創成事業						
十和田八幡平まなび旅奨励補助金	○	○	○	○	○	
観光宣伝推進事業						
観光物産展出展	○	○	○	○	○	
観光PRキャンペーン	○	○	○	○	○	
鹿角観光ファン有料会員	△	△	△	△	△	
鹿角観光ファンLINE会員	○	○	○	○	○	
道の駅かづのリニューアルイベント開催	◎					
イベント開催（ハルニシ・ツーリズム推進と合わせて）		○	○	○	○	
観光素材撮影	◎	○	×			
鹿角観光ファン通信発行	△	△	△	△	×	
郷土芸能開催支援補助金	×					
かづの観光産業推進事業						
かづの観光産業推進支援（人材雇用支援等）	○	○	○	○	○	
(仮)ガイド再構築事業		◎	○	○	○	
かづのコンベンション開催助成事業						
かづのコンベンション開催助成	×					
インバウンド対策強化事業（受入態勢）						
受入態勢強化（英会話コミュニケーション講座、案内表示整備等）	◎	○	○	○	○	
外国人観光客誘客促進補助金	○	○	○	○	○	
インバウンド対策強化事業（プロモーション）						
JNTO（日本政府観光局）参画	○	○	○	○	○	
岩手県空港利用促進協議会参画	○	○	○	○	○	
きりたんぼ発祥の地かづのPR事業						
きりたんぼ発祥まつり開催	○	○	○	○	○	
たんぼ小町ちゃん活用啓発事業	○	○	○	○	○	
「森と水の癒し里かづの」森林セラピー事業						
八幡平ふれあいやすらぎセンター運営	○	○	○	○	○	
森林セラピー事業	○	×				
(仮)トレイルウォーク活用事業		◎	○	○	○	

事業名（ソフト関係）	R3	R4	R5	R6	R7	備考
国立公園八幡平魅力アップ事業						
八幡平満喫プログラム誘客促進事業	○	○	○	○	○	
八幡平観光物産フェア(山の日)	○	○	○	○	○	
国立公園八幡平紅葉フェア		◎	○	○	○	
「国立公園八幡平魅力アップ構想」に基づく事業		◎	○	○	○	
観光マーケティング事業						
観光消費額推計	◎	○	○	○	○	
デジタルマーケティング業務		◎	○	○	○	
ヘリテージ・ツーリズム推進事業						
プレミアムツアー	○	○	○	○	○	
オンラインツアー	○	△	△	×		
(仮)ヘリテージ・ツーリズム体制充実事業		◎	○	○		
ヘリテージ・ツーリズムコーディネーター雇用支援	○	○	×			
道の駅おおゆ販売体制強化事業						
道の駅おおゆ飲食スペース増床	◎	○	○			
道の駅おおゆ販売体制強化事業	◎	○	○			

【資料編】

3 鹿角市観光振興計画策定委員会

(1) 趣旨

鹿角市観光振興計画の原案を策定するため、鹿角市観光振興計画策定要領（平成 18 年訓令第 42 号）及び鹿角市観光振興計画策定委員会要綱（平成 18 年訓令第 43 号）に基づき設置します。

(2) 名簿

役職	所属	所属役職	氏名
委員長	鹿角市	産業部長	田口善浩
副委員長	DMO（株）かつの観光物産公社	代表取締役	畠山佑介
委員	環境省鹿角管理官事務所	国立公園管理官	草嶋乃美
委員	秋田県鹿角地域振興局（地域企画課）	課長	島本 格
委員	DMO（株）かつの観光物産公社	部長	清水涼太
委員	かつの商工会	事務局長	前田一浩
委員	ノリット・ジャポン(株)	代表取締役	菅原久典
委員	八幡平温泉リゾート協会	会長	浅石敦幸
委員	特定非営利活動法人かつのふるさと学舎	理事長	黒澤 正
委員	龍門亭千葉旅館	代表取締役社長	千葉潤一
委員	湯瀬ホテル	取締役総支配人	古川哲平
委員	史跡尾去沢鉱山	支配人	成田昌幸

(3) 策定スケジュール

- 令和 2 年 7 月 31 日 第 1 回策定委員会
 - ① 鹿角市観光振興計画策定委員会について
 - ② 現計画の評価について
 - ③ 次期計画の方向性について
- 令和 2 年 12 月 17 日 第 2 回策定委員会
 - ① ワーキンググループからの提言
 - ② （仮称）鹿角市観光産業成長戦略（素案）について
- 令和 3 年 3 月 2 日 第 3 回策定委員会
 - ① パブリックコメントの結果について（実績なし）
 - ② 鹿角市観光産業成長戦略（案）について

4 鹿角市観光振興計画策定委員会ワーキンググループ

(1) 趣旨

新たな計画策定に関し、具体的施策について調査検討するため、鹿角市観光振興計画策定委員会設置要綱第6条に基づき、策定委員会委員が所属する団体や公募のほか、これからの鹿角を担う高校生も含め組織し、現状把握を行うとともに調査を深めるなかで、プランを造成するなどのグループワークを行いました。これらの結果を、策定委員会でプレゼンテーションするとともに、実現可能な施策として戦略に組み入れるよう意見を具申しました。

(2) 名簿

所属	氏名	グループ
環境省	安藤巖乙	A
環境省	草嶋乃美	
鹿角地域振興局	沓澤琢也	
八幡平温泉リゾート協会	浅石敦幸	
一般（高校生）	ライリー咲菜	
一般（高校生）	米沢魁玲	
一般（高校生）	村木純平	
(株)かづの観光物産公社DMO推進室	阿部希美	B
鹿角地域振興局	斎藤理菜	
かづの商工会	奈良 樹	
湯瀬ホテル	古川哲平	
湯瀬ホテル	笹本真司	
史跡尾去沢鉱山	小田切健太郎	C
鹿角地域振興局	藤田悠佑	
千葉旅館	千葉潤一	
(株)かづの観光物産公社DMO推進室	阿部房恵	
(株)かづの観光物産公社	佐藤未奈	
ノリット・ジャポン(株)	三上英樹	
中滝ふるさと学舎	黒澤 正	
環境省	山崎瑞季	D
かづの商工会	田中和則	
ノリット・ジャポン(株)	菅原久典	
千葉旅館	黒川花子	
史跡尾去沢鉱山	成田昌幸	
一般	村木伊織	
一般	亀谷美奈子	

※第2回目…八幡平温泉リゾート協会会員も参加

(3) ワーキンググループ開催状況

▶ 令和2年9月1日 第1回ワーキンググループ

※ 国立公園八幡平魅力アップ構想策定委員会第2回作業部会と合同開催

■ 講話:「世界に誇る鹿角観光について考える」

講師:鹿角市観光プロデューサー(地域DMO推進室長) 清水 涼太 氏

■ ワークショップ:現状把握と今後の観光推進に必要なこと

ファシリテーター: 鹿角市観光プロデューサー(地域DMO推進室長) 清水 涼太 氏

【グループA~D まとめ】

A 世界水準の観光コンテンツの活かし方	B 新たな時代の観光PR戦略 <small>観光産業成長戦略第1回WG (R2.9/1開催) まとめ</small>
<ul style="list-style-type: none">・認知度が圧倒的に低い → 認知度の向上・多言語対応できる人 少数 → 発信力強化・ ペルソナ設定が必要 → 誰に来てほしいのか? <ul style="list-style-type: none">・バズる商品がない → 特産品開発=地域商社 (そもそも交通アクセス問題あり。 そこでしか買えない物があれば来る。)・市民の発信が下手 → 市民の発信力強化 → 若い世代のInstagram、活用	<ul style="list-style-type: none">・現PRがネガティブ、バラバラ → 認知度の向上・ 観光=DMO中心 → 市全体のPR力を高める → 良いPRは、鹿角連携、一体感・ トレンドを有効活用 → 「来て」もらって、「知って」 もらって、「すごい」と思わせること <ul style="list-style-type: none">・ 事業者の意識改革 (~高齢化・人手不足・サービス力不足) → それを、市民が温かく見守る → 市民が市中施設を使う・料理人が少ない、特産品がない → 通年販売商品開発、レシピ開発 (~熊被害=ジビエ加工所)
C 公共施設と民間事業者の役割(観光拠点施設の役割)	D 観光危機対策

▶ 令和2年11月6日 第2回ワーキンググループ

■ 講話:「地域連携推進事業に係る着地型旅行商品造成事業【実践編】」

講師:(株)アクティビティジャパン、(株)かづの観光物産公社(DMO推進室)

佐々木 心也 氏

■ ワークショップ:各グループのテーマ別必要事業の具体的方法とプラン

ファシリテーター: 鹿角市観光プロデューサー(地域DMO推進室長) 清水 涼太 氏

【グループ A～D まとめ】

<p>A 世界水準の観光コンテンツの活かし方 (八幡平エリアを重点的に考える)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コンテンツ (3班すべて) →トレッキング、登山、スノーシュー ・そこにあるもの →温泉 →エネルギー (地熱発電) ・ツアー名 →「八幡平を巡る春～秋ツアー」 →「温泉×トレッキング×学び(よく歩きよく学べ)」 →「登山者の聖地 八幡平～樹氷と温泉と熊鍋」 	<p>B 新たな時代の観光PR戦略 <small>観光産業成長戦略第2回WG (R2.11/6開催) まとめ</small></p> <ul style="list-style-type: none"> ・トレンドとは何か →年齢層、地域、時期等によって変化する →1種類ではない (伝えたい相手や内容が変われば、PR媒体も変わる) ・継続的に行うことが大事! ※マーケティング→発信したいコンテンツ 集め→ターゲット決定→ターゲットによって媒体や時期を変える→情報発信
<ul style="list-style-type: none"> ・事業者で取り組む→特産品開発 ・バズる商品とは何か →地域の特色あるものを活用 例えば「酒」 (季節ごとに变化させて販売) ・年間計画 →春 統一ロゴデザイン作成 →夏 夏酒でケーキ →秋 ひやおろしでケーキ (リンゴと桃も) →冬 新酒でケーキ (ワインも) <p>C 公共施設と民間事業者の役割 (観光拠点施設の役割)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・「市民の意識改革」 ～隣にある非日常・価値の再認識 →ターゲットは「鹿角市民」 <ul style="list-style-type: none"> ・市民価格 ・市民の営業マン ・事業者 (鹿角市) ・年齢層に合わせてPR ・何度も行きたいと思わせる (多面化、ファンづくり) ・事業継承 (事業継承に対する市民の意識醸成) ・市民自ら「来てほしい」「発信したい」 <p>D 観光危機対策</p>

▶ 令和2年12月17日 第3回ワーキンググループ

■ ワークショップ:提言まとめ

ファシリテーター: 鹿角市観光プロデューサー (地域DMO推進室長) 清水 涼太 氏

【グループ A～D 提言まとめ】

P32～35 掲載

【資料編】

5 鹿角市観光振興計画策定に係る関係例規

● 鹿角市観光振興計画策定要領（平成 18 年訓令第 42 号）

（趣旨）

第 1 条 この要領は、鹿角市観光振興計画（以下「観光振興計画」という。）の策定に関し、必要な基本的事項を定めるものとする。

（基本理念）

第 2 条 観光振興計画策定の基本理念は、おおむね次のとおりとする。

（1）行政と民間の現状及び将来の社会経済動向を踏まえ、鹿角市総合計画及び各関係機関が定める諸計画との整合性を図りつつ、市の観光施策を総合的に推進するための方向性を明らかにするものとする。

（2）観光振興計画は、鹿角市総合計画に示された将来都市像の具現化を図るために必要な各種観光振興関連施策を推進する指針となるものとする。

（3）観光振興計画の策定にあたっては、直接的又は間接的に市民及び観光客等の声を反映するものとし、策定を通して鹿角観光の推進について市民の理解が深まり、実施に向けた共動体制が構築されるよう配慮するものとする。

（構成及び内容）

第 3 条 観光振興計画の構成及び主な内容は、おおむね次のとおりとする。

（1）観光振興計画の概要 計画の目的、位置付け、対象範囲、目標年次等の概要を記載する。

（2）観光振興への取組みの動向 国、県の施策等観光振興への取組みにかかる社会的動向を記載する。

（3）鹿角観光の現状と課題 鹿角観光の現状と課題等について記載する。

（4）観光振興施策の展開 基本方針、基本目標、施策体系、観光振興施策の詳細等について記載する。

（5）観光振興計画の推進 推進体制、人材育成等について記載する。

（期間）

第 4 条 観光振興計画の期間は、令和 3 年度から 5 年間とする。ただし、観光をめぐる社会経済情勢や観光客のニーズの変化に対応し、柔軟に見直しを図るものとする。

（策定体制等）

第 5 条 観光振興計画は、鹿角市観光振興計画策定委員会が原案を策定し、庁議において最終決定する。

2 観光振興計画の策定にあたっては、鹿角広域観光推進会議その他市の観光推進に関わる会議等との連携を図るとともに、随時アドバイザーに意見を求め、専門的立場等から助言を受けるものとする。

3 観光振興計画の策定にあたっては、市民、観光客のニーズを的確に捉え、計画に反映させるため、パブリックコメント等を行うものとする。

4 観光振興計画の策定にあたっては、課を横断する課題の解決のため、各課が主体的に取り組むとともに、所属長の責任のもとに、十分な協議及び検討を行うものとする。

(庶務)

第6条 観光振興計画策定に関する庶務は、産業部産業活力課において処理する。

(補則)

第7条 この要領に定めるもののほか、必要な事項は、市長が別に定める。

【資料編】

● 鹿角市観光振興計画策定委員会要綱（平成 18 年訓令第 43 号）

（設置）

第 1 条 鹿角市観光振興計画（以下「観光振興計画」という。）を策定するため、鹿角市観光振興計画策定委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

（所掌事務）

第 2 条 委員会は、観光振興計画原案を作成する。

（委員会の構成）

第 3 条 委員会の委員は、環境省、秋田県、株式会社かづの観光物産公社、かづの商工会、市施設指定管理者、宿泊事業者、観光事業者及び鹿角市で構成する。

2 委員会には、観光振興に関する有識者等のアドバイザー、オブザーバーを置くことができる。

（委員の任期）

第 4 条 委員の任期は、この要綱施行の日から観光振興計画策定終了の日までとする。

（委員長等）

第 5 条 委員会には委員長及び副委員長を置き、委員長には鹿角市から選出された者を、副委員長には株式会社かづの観光物産公社から選出された者をもって充てる。

2 委員長は会議を統括する。

3 副委員長は委員長を補佐し、委員長に事故あるとき又は欠けたときはその職務を代理する。

（ワーキンググループ）

第 6 条 観光振興計画の策定に関し、具体的施策について調査検討する作業部門として、鹿角市観光振興計画策定委員会ワーキンググループ（以下「ワーキンググループ」という。）を置く。

2 ワーキンググループが調査検討する事項は別表のとおりとする。

3 ワーキンググループは、20 人程度とし、その構成員は、委員長が指名する。

4 ワーキンググループは、委員長の指名を受けた者が主宰し、民間事業者等との連携を旨として運営する。

（庶務）

第 7 条 観光振興計画策定に関する庶務は、産業部産業活力課において処理する。

（補則）

第 8 条 この要綱に定めるもののほか、必要な事項は、委員長が別に定める。

別表（第 6 条関係）

区分	調査検討事項
グループ A	世界水準の観光コンテンツの活かし方
グループ B	新たな時代の観光 P R 戦略
グループ C	公共施設と民間事業者の役割
グループ D	観光危機対策

鹿角市観光産業成長戦略

【発行】 鹿角市産業部 産業活力課 観光交流班

〒018-5201

秋田県鹿角市花輪字荒田4番地1

TEL:0186-30-0248 FAX:0186-30-1515