

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

デジタルマーケティングを活用した国立公園八幡平エリア振興プロジェクト

2 地域再生計画の作成主体の名称

秋田県鹿角市

3 地域再生計画の区域

秋田県鹿角市の全域

4 地域再生計画の目標

4-1 地方創生の実現における構造的な課題

〈1. 入込客数の減少と客層・ニーズの変化〉

国立公園八幡平エリアの観光客は年々減少傾向にあり、平成28年が887,598人であったのに対し、令和元年は784,330人と4年間で11.6%減少した。また、八幡平温泉郷の宿泊客数についても、平成28年が50,751人であったのに対し、令和元年は45,469人と10.4%減少しており、八幡平エリアへの観光客数の減少が八幡平温泉郷の宿泊客数にも影響していることがうかがえる（R2市統計書）。

これまでは、国立公園というネームバリューで観光客が訪れる状況にあったが、現在では人口減少に伴い国内観光客数も減少してきており、団体旅行から個人旅行へのシフトや、国内外を問わず各地の観光情報が容易かつ詳細に入手できるようになったことで旅先の選択肢が広がり、旅行形態やニーズの多様化が進んだ。このような中、同エリアは観光客の動向の変化に対する対応が遅れ、現在に至っても観光客数と宿泊客数の減少に歯止めをかけられていない。

また、同エリアにある八幡平温泉郷の宿泊客の年齢層は60代から70代が多く、若い世代の割合が少ないという実態が明らかになっている（H30八幡平温泉リゾート協会実施アンケート結果）。また、外国人宿泊者数についても、市内にある他の温泉郷（湯瀬温泉郷、大湯温泉郷）は宿泊客数全体に占める外国

人の割合が 10%から 15%程度であるのに対し、八幡平温泉郷はわずか 1 %程度にとどまっており、幅広い年代の客層の獲得やインバウンドへの対応ができていないことが課題となっている。

〈2. 通年誘客に係る観光コンテンツの不足〉

国立公園八幡平エリアの月別入込客数は、アスピーテライン開通の 4 月、ドラゴンアイ（※）シーズンの 5 月、紅葉期の 9 月から 10 月にかけて集中的に増加する傾向にあるが、アスピーテラインや周辺施設の一部が冬季閉鎖となる 11 月から 3 月の冬期間においては急激に落ち込むことが常態化している。また、温泉以外に食事や買い物などのために気軽に立ち寄ることができる施設や体験型コンテンツが少ないことから、滞在時間の増加につなげていない。

当エリアが旅行者から選ばれる場所になるためには、国立公園の観光資源を生かした通年で収益が生まれる新たなビジネスモデルの構築が必要であり、外国人観光客も意識した受入環境の整備や、魅力ある通年型観光プログラムの開発及び国内外に強力に売り込んでいくための体制づくりが課題となっている。

（※） 5 月下旬から 6 月上旬にかけての限られた時期に、八幡平頂上付近にある鏡沼の雪解けの様子が竜の目に見える自然現象。

〈3. 拠点施設の老朽化と廃屋の存在〉

八幡平ビジターセンター（環境省）の冬季閉鎖やエリア内の一部宿泊温泉施設が冬季休業となるなど、冬季観光の拠点となる施設機能が不足しており、観光客に閉鎖的な印象を与えている。また、エリア内において冬季誘客の中心的な役割を担う秋田八幡平スキー場は、ロッジをはじめとして施設全体の老朽化が進んでおり、夏季の利活用もできていない。さらには、廃業した大型ホテルの廃墟が著しく景観を損ねており、八幡平エリア全体のイメージ悪化を招きかねない状態が続いていることから、国立公園にふさわしい施設整備や景観整備が課題となっている。

〈4. 交通アクセスの脆弱性〉

公共交通バス路線が廃止されているため、来訪者のアクセス手段については、自家用車利用がほとんどであり、一部レンタカーやタクシー、温泉郷の送迎バスといった利用形態も見られるが、自家用車を利用できない来訪者にとっては利便性が十分とはいえない。市街地から八幡平エリアまでの移動手段として、さらには来訪者のエリア内での周遊性を生み出すための新たな移動手段の確保が課題となっている。

〈5. 八幡平エリアの認知度不足〉

国立公園八幡平は、岩手、秋田の両県にまたがっていることから、観光客にとっては八幡平＝岩手県と認知していることが多く、「秋田八幡平」の対外的な認知度が不足している。インターネットをはじめ、近年は SNS による情報発信を実施しているものの、携わる人材の高齢化やマンパワー不足により、対応が追いついていない。国内観光客の需要喚起と今後のインバウンドの入込増加を見据えた PR 手法の改善及び受入態勢の整備、さらには国際的なコミュニケーション能力を身に付けたガイドやコーディネーターといった人材の育成が課題となっている。

4－2 地方創生として目指す将来像

【概要】

十和田八幡平国立公園は、八甲田山、十和田湖、奥入瀬溪流からなる十和田・八甲田エリア（昭和 11 年 2 月 1 日指定）と、八幡平、秋田駒ヶ岳、岩手山などからなる広大な高原で火山帯の八幡平エリア（昭和 31 年 7 月 10 日追加指定）で構成されており、太古からの火山活動で作られた巨大なカルデラ湖と標高 1600m 級の高原地帯が、多様な動植物や多くの湖沼・湿原など、四季を通じて変化に富んだ景観を生み出している。

中でも、日本有数の火山地帯である八幡平エリアは、噴気をはじめとする様々な火山現象が見られることから、「火山博物館」とも呼ばれており、その火山によって育まれた八幡平温泉郷の湯治場は、古くから国立公園の癒しを体感できる誘客資源となっている。また、地熱資源にも恵まれていることから、大手企業による地熱発電所が複数立地されており、本市の再生可能エネルギー電力

自給率は全国でも上位に位置する 373.6%（全国 36 位、市では 1 位）を誇っている。

しかし、これらの優位性を持っていながらも八幡平エリアへの観光客数は毎年減少し続けており、若年世代の客層を獲得できていないことやインバウンドへの対応が遅れていることが主たる要因となっている。また、観光客数の減少は宿泊客数の減少にもつながっており、八幡平温泉郷では施設の老朽化や廃業に伴う廃屋が発生するなど、民間事業者のみの取組では課題解決が難しい状況となっている。鹿角市産業連関表の分析（令和元年 8 月）では、農林業、製造業とともに観光関連産業が外貨獲得産業として地域経済を牽引する役割を担っているが、八幡平エリアの観光客数の減少は、本市の「稼ぐ力」の衰退につながっていくことから、観光事業者のマーケティング力強化が喫緊の課題となっている。

そのため、観光地域づくりの牽引役である地域 DMO に新たなプラットフォームを設立し、デジタル人材及びデジタル技術を活用したマーケティング力の強化を通じて、地熱エネルギーの宝庫である八幡平エリアの優位性を引き出すとともに、外国人観光客や若者世代にも受け入れられる新たなコンテンツ開発によって更なる魅力を創出しながら、新規顧客の獲得とリピーター化を図り、エリア全体の収益力が向上していく地域の実現を目指す。

【数値目標】

K P I	事業開始前 (現時点)	2022 年度増加分 1 年目	2023 年度増加分 2 年目
国立公園八幡平の観光客数(千人)	445	225	70
国立公園八幡平の宿泊客数(人)	26, 297	8, 650	3, 668
デジタルコンテンツ分析結果を反映した WEB コンテンツ（観光 PR） 動画再生回数(回)	819	2, 481	330

2024 年度増加分 3 年目	K P I 増加分 の累計
71	366
3, 668	15986
363	3174

5 地域再生を図るために行う事業

5－1 全体の概要

5－2 の③及び5－3 のとおり。

5－2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

○ 地方創生推進交付金（内閣府）：【A3007】

① 事業主体

2に同じ。

② 事業の名称

デジタルマーケティングを活用した国立公園八幡平エリア振興プロジェクト

③ 事業の内容

国立公園八幡平エリアの観光客数及び八幡平温泉郷の宿泊客数の増加を図るため、デジタル人材を活用したデジタル観光推進プラットフォーム(地域DMO)によるマーケティングのもとで、地熱エネルギーの宝庫である八幡平の地域性を生かした観光と脱炭素社会の形成を融合したプロモーションや、体験型自然観光プログラムの開発によって認知度及び魅力度の向上を図り、国内外の誘客を促進する。

(1) 国立公園八幡平の認知度向上対策

地熱エネルギーの豊富さをもとに脱炭素社会のまちづくりを進める本市の地域性を生かし、首都圏、仙台及び県内での観光キャンペーンやPRイベ

ント及び誘客キャラバン等を開催することで、本市への観光希望者（新規の鹿角観光ファン）の増加を図り、「秋田八幡平」の対外的な認知度を上げる。また、SNS 等のデジタル技術を最大限に活用したプロモーションを強化するとともに、JNTO（日本政府観光局）と連携した外国人向けの動画配信を行う。

(2) デジタル人材を活用した受入態勢の整備

地域 DMO 内にデジタル観光推進プラットフォームを設立し、観光ビッグデータ等の分析によって観光客のニーズに応じた旅行商品やコンテンツ開発等を担う機能を創設する。プラットフォーム内には、デジタル総合プロデューサー、インバウンドマネージャー、観光 DX マネージャーのデジタル人材を配置し、マーケティングに基づいたプランの実行を事業者と連携して推進する。また、観光市民ガイド育成コーディネーターを配置し、市民ガイドの確保と育成を通じて地元受入態勢の整備を図る。

(3) 国立公園八幡平の魅力度向上対策

宿泊客数の増加によって当該エリアの収益を増加させていくため、観光客が長期滞在できる自然観光プログラムの開発・実行を観光関連団体及び事業者と連携して行い、八幡平の新たな魅力を提供することで観光客のリピーター化を図る。

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

国立公園八幡平エリアへの誘客促進を事業推進主体である地域 DMO（かづの観光物産公社）が担っていけるようにするため、本市の観光資源を生かした旅行商品等の開発と販売を当プロジェクトによって促進し、DMO 自身の収益力の強化を図っていく。旅行商品等の販売額の増加は、八幡平温泉郷をはじめとする観光事業者等の収益増加にもつながることから、将来的には会費や負担金等の導入を検討し、市の一般財源に頼らない事業運営を目指す。

【官民協働】

市及び地域 DMO（株式会社かづの観光物産公社）が当プロジェクトの中核となり、八幡平温泉リゾート協会と連携した旅行商品造成、十和田八幡平観光物産協会と連携した広域プロモーションの展開、環境省鹿角管理官事務所、一般財団法人自然公園財団八幡平支部及び鹿角市山岳会等と連携した長期滞在型コンテンツの開発など、複数の協働体制を講じることで、プロジェクトの実効性を高めていく。

【地域間連携】

本市とともに国立公園を抱える小坂町、岩手県八幡平市とともに、それぞれの自治体を持つ宣伝チャンネルを共有し、最大限に活用しながら、スケールメリットを生かしたプロモーション活動を実施する。また、隣接する自治体のみならず、仙北市や潟上市といった近隣自治体との連携を行いながら、縦軸・横軸の強化による県内観光客の誘客を図る。

【政策間連携】

マーケティング能力の強化により、ビッグデータを活用した分析結果を他産業にも生かし、地域経済の域内循環が図られる経済の流れを生み出していく。また、高いエネルギー自給率を誇る地域として、国立公園八幡平の地熱を生かした再生可能エネルギーを普及させ、脱炭素社会を促進するとともに、若者の雇用の受け皿として雇用の拡大を図る。

【デジタル社会の形成への寄与】

地域 DMO（デジタル観光推進プラットフォーム）にデジタル人材を配置し、マーケティング力を強化する。

- デジタル総合プロデューサー…プラットフォームの統括、総責任者
- インバウンドマネージャー…デジタル観光分析に基づく外国人受入態勢の整備（観光事業者等への英会話コミュニケーション講座（SNS 等のコミュニケーションツールの利活用を含む）、地域 DMO 専用ウェブサイトの多言語化等）
- 観光 DX マネージャー…観光ビッグデータを活用したデジタル観光分析に基づく誘客促進の企画・立案（マーケティング、チャットボットの運用とデータ解析、観光案内のデジタル化等）

本市の観光産業の課題をデジタルデータによって分析し、観光ニーズにマッチした旅行商品造成やコンテンツ開発を進め、新たな客層を取り込んだ観光誘客を進めるため、地域 DMO に新たに設置するデジタル観光推進プラットフォームに、デジタル総合プロデューサー、インバウンドマネージャー、観光 DX マネージャーを配置し、デジタル人材の育成を図る。

⑤ 事業の実施状況に関する客観的な指標（重要業績評価指標（KPI））

4-2 の【数値目標】に同じ。

⑥ 評価の方法、時期及び体制

【検証時期】

毎年度 9 月

【検証方法】

既存の各分野における審議会を通じて、産業界、金融界と連携しつつ市の施策を検証するとともに、計画の効果的な進め方に反映させるために設置している行政評価市民会議を活用して外部評価を実施する。また、市の政策アドバイザー及び専門アドバイザーである大学教授から総括的に助言を受け、評価の客観性を確保しながら総合戦略の検証を行う。

【外部組織の参画者】

鹿角市行政評価市民会議（8 名：市民）

鹿角市政策研究所政策アドバイザー（1 名：白鷗大学教授）、専門アドバイザー（2 名：大学教授）

【検証結果の公表の方法】

第 2 期鹿角市まち・ひと・しごと創生総合戦略を包含する第 7 次鹿角市総合計画の各施策の検証について、行政評価市民会議による評価結果を踏まえ、検証後、速やかに鹿角市ホームページで公表する。

⑦ 交付対象事業に要する経費

- ・ 法第 5 条第 4 項第 1 号イに関する事業【A3007】

総事業費 245,822 千円

⑧ 事業実施期間

2022 年 4 月 1 日から 2025 年 3 月 31 日まで

⑨ その他必要な事項

特になし。

5－3 その他の事業

5－3－1 地域再生基本方針に基づく支援措置

該当なし。

5－3－2 支援措置によらない独自の取組

該当なし。

6 計画期間

地域再生計画の認定の日から 2025 年 3 月 31 日まで

7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

7－1 目標の達成状況に係る評価の手法

5－2 の⑥の【検証方法】及び【外部組織の参画者】に同じ。

7－2 目標の達成状況に係る評価の時期及び評価を行う内容

4－2 に掲げる目標について、5－2 の⑥の【検証時期】に 7－1 に掲げる評価の手法により行う。

7－3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法

5－2 の⑥の【検証結果の公表の方法】に同じ。