

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

奥秋田サステイナブルツーリズムプロジェクト ～地域の強みをサステイナブルな取り組みに
進化させ、稼ぐ観光へ～

2 地域再生計画の作成主体の名称

秋田県大館市、秋田県北秋田市、秋田県小坂町、秋田県上小阿仁村

3 地域再生計画の区域

秋田県大館市、秋田県北秋田市、秋田県小坂町、秋田県上小阿仁村の全域

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. 人口減少及び少子高齢化に伴う地域コミュニティと歴史・生活文化の維持

人口減少が続く日本においては、地域コミュニティを維持し土着の歴史・文化を継承していくことは、全国における地方都市の共通の大きな課題であるが、全国一の人口減少率（2020年▲6.15%）及び高齢化率（2020年 33.55%）となっている秋田県においては、全国一深刻な課題とも言える。特に当エリアの人口減少率・高齢化率は、2020年数値で、大館市▲6.94%・39.48%、北秋田市▲9.56%・44.86%、小坂町▲12.54%・45.08%、上小阿仁村▲13.47%・52.86%（RESAS人口構成より）と、県の数値を大きく上回っており、切迫した最重要課題となっている。

これに伴い各地域のコミュニティによって受け継がれてきた秋田を形作る様々な文化、例えばマタギに代表される狩猟文化、伝統舞踊などの芸能文化、各農村に残る生活文化などが危機に瀕しており、この影響はそれぞれの文化そのものの存続のみならず、他の地域の持続性に関する課題にも及んでいるその1つとして、マタギを継承する人が少なくなるにつれ、山林の整備が疎かになり、田畑の放棄地が増えるなど自然環境と景観の維持も年々困難となってきた。

2. 地域外への人とお金の流出

地域経済においては、地域外からの流入（外から稼ぐこと）により地域内収支を黒字にすることが、人口減少下でも経済を維持していくために重要であり、マイナスが続くと、他要因もあり間接的ではあるが、「地域経済の衰退→街の衰退→店舗の減少→シャッター街」につながってしまう。当エリアにおいても、地域内収支・地域経済循環率が、大館市▲322億円・89.0%、北秋田市▲462億円・67.5%、小坂町36億円・114.7%、上小阿仁村▲53億円・48.7%（RESAS地域経済循環図2015年より）と、観光とリサイクルが主産業である小坂町を除き大きくマイナスとなっており、「外から稼ぐ」ことへの取り組みが必要となっている。このことから、裾野が広く且つ他業種への波及効果が高い、最も効果的な「観光」への施策がエリアの重点施策となっている。

人の流出に関しては、秋田県における新卒者の就労・進学による純流入（流入－流出）は、就職では▲0.7千人、進学は▲1.6千人（RESAS新卒者就職・進学 2019年数値）と少子化により人数は少ないが、ともにマイナスとなっている。新卒者の人口7,011人（2019年秋田県年齢別人口流動調査報告書18歳人口）と比較すると、流入分を差し引いても、就職で1割、進学で2割超がマイナスとなっており、少子化に加え若年層の定住も大きな課題となっている。この流出を補うため、これまでも移住者拡大の施策として住居支援に取り組んできているが、成約件数は令和元年度の34件をピークに頭打ちとなっている。また、移住相談も平成25年から開始しているが、同じく令和元年度の153件で頭打ちとなっており、移住誘致だけでなく中長期間当地域に滞在する仕組みを構築することが求められている。

4-2 地方創生として目指す将来像

【概要】

○これまでの取り組みと新たな課題

十和田八幡平国立公園以外にメジャーな観光地を有していない当地域においては、まずは観光目的地としてこのエリアを知っていただくことが最優先課題であったことから、キラコンテンツ『秋田犬』を活用したプロモーションを主体として取り組んできた。

その一つである秋田犬アイドルグループ「MOFUMOFU☆DOGS」によるミュージックビデオは、国内外に大きなインパクトを与えた。youtube再生回数が約120万回を超え、国内外のメディア露出298件と広告換算金額では約7億円と大きな効果を得られ、『秋田犬』、地域連携DMO・一般社団法人秋田犬ツーリズム（以下、「DMO秋田犬ツーリズム」という。）そしてこのエリアの知名度は格段に向上した。

また、プロモーションの両輪として観光コンテンツ作りにも注力し、「マタギ語り」や「着物で大館名所歩き」、「秋田犬散歩体験・ドローン体験・そば打ち体験」など、これまでの定番体験のほかにインバウンドにも対応した新規メニューも開発した。

これらは、エリア内の民間と連携を密にし協同で取り組んできたことの成果であり、これまでの事業活動が認められた観光庁の「重点支援DMO」登録、農水省の「SAVOR JAPAN（農泊食文化海外発信地域）」認定、第6回「ジャパン・ツーリズム・アワード DMO賞」など数々の受賞からも分かる。

[主な実施内容（H29～R2）]

- ・国外向けPR活動の実施（台湾の旅行エージェントを招聘したツアーや商談会、シンガポールにおけるプロモーション等）（H29年度）
- ・WEBページで来訪者をコーディネートする、AI秋田犬の開発。（H30年度）
- ・オリジナル土産品の開発製造（不二家ミルキーの秋田犬コラボ商品、ギンビス社との「秋田の枝豆」スナックの販売等）（H30年度）
- ・英語・日本語・中国語繁体字版のパンフレットを製作。ツイッター「AI秋田犬モフー」アカウントの運営。（R1年度）
- ・地域内のスモールビジネス活性化に向けた、ECサイト「こだわりAKITA」を開設。（R1年度）
- ・街歩き観光拠点としての、石田ローズガーデン整備。（R2年度）
- ・秋田犬の里等の「観光施設VR映像」や、感染症対策を啓発する「秋田犬手洗い動画」の製作。（R2年度）
- ・オーダーメイド可能な圏域のツアー予約システム「DISCOVER奥秋田」の製作、運営開始。（R2年度）

一方、現在はコロナ禍により2020年度以降大幅に減少に転じたが、入込客数では平成28年度の3,363千人から令和元年度の3,573千人（日帰り入浴除く）の210千人の増、宿泊者数では362千人から433千人の71千人の増となっており、当エリアの観光振興に一定の寄与はあったが、観光消費額は23,994百万円から30,707百万円に、外国人宿泊者数は8千人から11千人に、ともに目標を下回る微増となっており、もはやこれまでの既存観光コンテンツの磨き上げによる誘客方法だけでは、頭打ちとなっている。

○サスティナブルへの取り組みの必要性

近年の観光の動向として、オンライン予約エージェントBooking.comの調査にて国際旅行者の81%が「来年は少なくとも1度は持続可能な宿泊施設を利用したい」と回答しているように、観光目的地選定の要因のひとつとしてサスティナビリティが挙げられ、特に外国人観光客や修学旅行・教育旅行においては、その度合いが高くなっている。そのような時代の潮流のなか、当エリアは鉱山技術を活かした家電リサイクルや廃プラスチックリサイクル、有価金属リサイクル（レアメタル抽出等）などのリサイクル産業が盛んな地域であるものの現状は施設見学等にとどまっているため、当地域の歴史的背景を組み合わせることによる顧客体験の向上に大きな余地を残している。またエリア内には十和田八幡平国立公園や「北海道・北東北の縄文遺跡群」のひとつである伊勢堂岱遺跡を有しているほか、狩猟文化＝縄文を連想させる「マタギ」や、隣接には世界自然遺産の「白神山地」を有しておりエコツアーを中心とした新規顧客獲得にあたり、当地域固有の優位性がある。

観光消費額（消費単価）をあげる新たな戦略が必要な今、当エリアの強みである自然と古の先人による世界遺産や、地域産業に根差したサスティナブルな取り組みを、レジャー観光だけでなく教育、企業研修等様々なニーズに合わせ再編集することで付加価値を向上させ、新たな稼ぐ観光を構築するものである。

(将来像)

『古の自然と人の世界遺産（白神、縄文）を有する国が司る地域。世代、性別を超えた未来のあるべき旅づくり。』を当エリアの全体テーマとして、次の3つをゴールとしたサステイナブルツーリズムを構築する。

・エコツーリズムを核としたサステイナブル・デスティネーションの確立

小坂鉱山に端を発する製錬リサイクル施設や曲げわっぱの材料である秋田杉の廃材を用いた人工木材など、当地域特有のエコツーリズム資源を磨き上げ他の地域に無いサステイナブル・デスティネーションの地域ブランドを確立する。世界的なサステイナブル・ツーリズム認定機関GSTCのトレーニングを現職員が修了していることから、将来的にはGSTC指標に基づいた認証機関として構成市町村や北東北のブランドを世界に発信する。また、サステイナブルな取り組みは、労力もコストもかかり、どうしても事業者だけでは取り組みにくいのが現状であるが、意識づけ・きっかけづくり・後押しをDMOが行うことより、地域事業者のみならず地域住民も含めて地域全体での持続可能性への取り組みを推進する。

※エコツーリズムは、持続可能な観光・サステイナブルツーリズムの一部。

・北奥羽の広域的な連携による相互発着型観光

連携の強みを活かし更なる誘客を促進するため、世界遺産（自然・文化）と国立国定公園、そして「サステイナビリティ」で繋がる北東北3県の自治体及びDMOが広域連携し、それぞれが発地または着地となる「発着型観光」を定着させる。

・持続可能性に重きを置いた長期的に稼ぐ観光の枠組み構築

レジャー旅行市場のほか、教育市場（修学旅行、教育旅行、留学）、MICE市場（企業研修、講演や会議、イベント・フェア）などの組み合わせによる、多角的な誘客と通年観光の推進を行う。事業者の安定収入につなげるため、オフシーズンにはビジネス向けに、オンシーズンにはファミリーや修学旅行向けになど、冬季や閑散期などにも集客を可能とした年間を通して収入を得られる仕組みを構築する。

【数値目標】

KPI①	地域への経済波及効果							単位	百万円
KPI②	教育市場（修学旅行・教育旅行・留学）収入							単位	千円
KPI③	農家民宿関連（農泊・農業体験・きりたんぼ作り体験等）収入							単位	千円
KPI④	来訪者の地域のサステイナブルな取り組みに対する評価（5段階評価）							単位	ポイント
	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)	2024年度 増加分 (3年目)	2025年度 増加分 (4年目)	2026年度 増加分 (5年目)	2027年度 増加分 (6年目)	KPI増加分 の累計	
KPI①	10,845.00	542.00	542.00	1,085.00	1,085.00	1,085.00	-	4,339.00	
KPI②	1,422.00	142.00	427.00	853.00	853.00	853.00	-	3,128.00	
KPI③	709.00	71.00	213.00	425.00	425.00	425.00	-	1,559.00	
KPI④	0.00	3.09	0.03	0.24	0.06	0.06	-	3.48	

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

○ 地方創生推進タイプ（内閣府）：【A3007】

① 事業主体

2に同じ。

② 事業の名称

奥秋田サステイナブルツーリズムプロジェクト ～地域の強みをサステイナブルな取り組みに進化させ、稼ぐ観光へ～

③ 事業の内容

国内外のマルチクラスをターゲットとした、環境・文化の振興を志向するすべての人々を対象に、『未来に向けて自然と暮らしを守り、活かし、つなげる。恒久なる時空を超えた、成長する・貢献する旅づくり』をコンセプトに、北奥羽の広域的な連携による相互の発着型観光となる「旅づくりの拠点」整備と、『環境にやさしい、身体にやさしい、人にやさしい奥秋田』をコンセプトに、「環境、産業、教育、文化、自然」などの様々な分野に当エリアの強みであるサステイナブルを付加価値として新たに加えた、モノ（商品）とコト（観光）を開発し、「稼ぐ観光、豊かな暮らし」に繋げるものである。

具体的な取り組みとしては、次の2つを柱とする。

1. エコツーリズムを核とした新たな市場開拓と稼ぐ仕組みづくり

レスポンスブルツーリズムやエコツーリズム等「サステイナビリティ」に関する感度が高いレジャー旅行市場のほか、教育市場（修学旅行、教育旅行、留学）、MICE市場（企業研修、講演や会議、イベント・フェア）等、レジャー目的だけでなく多角的な顧客層に対し、当地域の強みであるサステイナブルな取り組みを体感できるエコツアー商品の開発・磨き上げを行い誘客を図る。

その際、現在リサイクル施設等への見学ツアーを実施している「あきたエコタウンセンター」と連携を深め、エコツアー体験の拡大と充実化に力を入れる。例えば、見学コースのひとつである秋田ウッド（株）では廃木材と廃プラスチックを利用した再生木材を製造しており、廃木材には大館市の郷土工芸品である「大館曲げわっぱ」の製造過程で出る端材も使用されている。しかし、現状は単なる工場見学にとどまり、この地域循環のストーリーを体験できるプログラムとなっていない。また、世界でも有数の複合リサイクル製錬所である小坂製錬（株）は、かつて栄えた小坂鉱山によって発展した技術に起源があるものの、その歴史を体感できる「小坂鉱山事務所」がコースに組み込まれていないなど、人流を促し更なる経済効果を生むための余地は大きいと言える。このような既存の持続可能な取り組みの魅力のほか、白神山地や北海道・北東北縄文遺跡群のひとつである伊勢堂岱遺跡などの世界遺産における体験を、DMO秋田犬ツーリズムが持つ観光の専門性、具体的にはガイディングやインタープリテーションの向上のノウハウとかけ合わせ、各顧客ニーズに合わせてカスタマイズすることで他地域には無い価値を加えた商品を開発し、当地域に外貨をもたらす。

※レスポンスブルツーリズムは、より旅行者の責任に重きを置くツーリズム。

2. 観光を活用した地域の自然・文化・経済の持続可能性向上のための態勢整備

1) 地域における持続可能性に配慮した取り組みの拡大支援

上記のようなエコツーリズム推進の施策は、観光業のみならず地域の幅広い産業や住民のサステナビリティへの取り組みがあつてこそ来訪者にとって説得力があるものとなり、現在当地域が抱えている持続可能性に関わる問題の解決につながる。観光商品だけでなく、多様な来訪者が利用できる2次交通のオンライン予約システム等のサービス、土産品をはじめとした地域産品の開発や地域飲食店・農家との連携を行い、持続可能な取り組みを拡大することで「サステナブル・デスティネーション」の地域ブランドを確立していく。また、この地域ブランドを構成市町村に留めず、白神山地や北海道・北東北縄文遺跡群を有する北東北全体に拡大することで、海外に誇れるサステナブル・デスティネーションの形成を目指す。既に関係性を構築している北東北3県の自治体やDMOと連携し、新たに開発するモノ（商品）とコト（観光）を広域的に波及・浸透させるために、まずは新しい広域観光戦略を策定し、その後、「広域観光DXプラットフォーム」の構築、Web旅行（お金が落ちる仕組みのサロン実装）などを随時アップデートしていく。

2) 修学旅行・農泊にかかる持続可能な実施基盤の確立

既述の通り、エコツアーを中心として教育目的の来訪を促進するうえで、これまでも官民共同で取り組んできた修学旅行及び農泊の持続可能な運営のための課題抽出・再構築は不可欠である。例えば、受入人数が増加するに従い、高齢者の多い受け入れ側に負担が増大してしまうことなどが挙げられる。これまで修学旅行生誘致を担ってきた「大館市まるごと体験推進協議会」の観光部局への統合（予定）など、連携を更に深めて修学旅行・農泊の持続可能性にかかる課題解決を行う。

3) 海外留学生受け入れのためのプログラム開発、枠組みの整備

小坂町に開校した日本語学校「Akita Inaka School」、大館市の国内でも先進的な小中学校教育「大館ふるさとキャリア教育」など、当地域には他地域に無い教育の強みがある。これらをDMO秋田犬ツーリズムが取り組んできたインバウンド誘客のノウハウと組み合わせ、留学生受け入れの枠組みを整備していく。

特に注力するこれら教育に関する施策は、幼少期に人生観を変える特別な体験をした場所・旅が親から子、孫へと伝承され、その土地や人のファンとなり、更には第二のふるさと、移住へとつながっていくことを目指すものである。また、地元にとっても交流により地域の活性化、シビックプライドの醸成にもつながることから、地域内外の世代を横断した地域内も共に成長する「SDGs 共育旅行」を創造する。

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

本事業の商品（モノ）開発により、自社ECサイト「こだわり秋田セレクトショップ」での販売による手数料収入の増加が見込まれるほか、自社オリジナル商品の販売収益の増加も見込まれる。

また、本事業で新たに構築する広域観光プラットフォームにおいても、開発した商品（コト）を販売することにより、手数料の収入が見込まれる。

このほか、今年度末に完成予定のドネーションサイトについても、本事業による自然・動物の新たなサステナブルな取り組みによる付加価値を加え、国内外へ活動をアピールすることにより、寄付額の増加が期待される。特に、寄附文化が進んでいる欧米や秋田犬でつながった国をターゲットに、プロモーションを展開する計画である。

【官民協働】

事業推進主体として設立する「奥秋田サステナブルツーリズム推進協議会」に、飲食業や旅館業、お土産店、修学旅行（体験、教育）関係者などが参画し、自ら取り組むべき課題であるとの意識づけと地域独自のルールを設定することにより、その実効性を高める。

【地域間連携】

自治体同士及びDMO同士の交流があり、且つ世界遺産（自然・文化）と国立国定公園で繋がる北東北の自治体・DMO等が、自然や文化、エコ・リサイクル、温泉、アクティビティなどそれぞれの強み・得意分野における取り組みを波及させ、様々な分野において「サステナビリティ」を導入し広域連携することにより、他との差別化を図り、「十和田八幡平、白神エリア」＝「サステナブル・デスティネーション」の地域ブランドを確立することができる。

また、広域連携により情報システム「広域観光DXプラットフォーム」の構築が可能となり、広域的な発着型観光に手がけることができ、誘客促進が図られる。

【政策・施策間連携】

それぞれの分野の発展、進化として位置付け進められてきた政策が、「サステナビリティ」というキーワードで「観光」に結び付けられ、新たな付加価値による経済効果が見込まれる。

また、経済効果が新たな雇用を生み、地域経済の活性化につながるほか、「サステナビリティ」を伝統芸能や催事、歴史など地域文化・教育に広げることにより、事業者のみならず住民も巻き込んで地域を見つめなおすことになり、シビックプライドの醸成と地域コミュニティの維持に発展することが期待される。

【デジタル社会の形成への寄与】

取組①

北東北3県の自治体及びDMOが広域的に連携し、構築する情報システム「広域観光DXプラットフォーム」は、世界自然遺産（白神山地）や世界文化遺産（北海道・北東北縄文遺跡群）、国立国定公園などの広範囲な観光資源をワンストップで提供することができ、デジタル社会の形成に寄与することが期待される。

理由①

「広域観光DXプラットフォーム」に集約することで探訪者の利便性が向上される。

取組②

駅や空港といった交通拠点と観光スポットを結ぶ乗合タクシーが運行されているが、既存のサービスは電話予約のみとなっており、特にインバウンドにおいては言語や通貨におけるハードルが高く、せっかくのサービスも利用に結びついていない。二次交通への需要を確実に利用に結びつけ、来訪に繋げるため、多言語対応のオンライン予約・決済サービスを導入する。

理由②

インバウンドを含む多様な観光客が乗合タクシーを利用しやすくなり、人口減により継続が難しくなっているタクシー会社においても観光客の利用機会損失を減少させる。

取組③

該当なし。

理由③

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

【地方公共団体名】	【外部組織による検証】			
	【検証時期】	【検証方法】	【外部組織の参画者】	【検証結果の公表の方法】
秋田県大館市	毎年度 9 月	大館市総合計画及び総合戦略推進懇談会において検証を行う。	産業界、国・県・市、大学、金融機関、労働団体	検証後、議会・本市ホームページ・広報等で公表する。
秋田県北秋田市	毎年度 9 月	北秋田市総合戦略検証会議において検証を行う。	産業界、国・県・市、大学、金融機関、労働関連団体、報道機関 など	市HP等で公表
秋田県小坂町	毎年度 9 月	小坂町まち・ひと・しごと創生総合戦略策定懇談会において検証を行う。	町民、産業、金融、労働部門	HP、広報紙等により、町民に分かりやすく公表する。
秋田県上小阿仁村	毎年度 9 月	上小阿仁村総合戦略会議委員会において検証を行う。	産業界、国・県・市、大学、金融機関、労働団体	村民に分かりやすい形で速やかに公表する。

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 283,961 千円

⑧ 事業実施期間

2022年4月1日 から 2027 年 3 月 31 日 まで
※企業版ふるさと納税との併用による事業実施期間延長適用

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

(1) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間

年 月 日から 年 月 日まで

(2) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間

年 月 日から 年 月 日まで

(3)該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間

年 月 日から 年 月 日まで

6 計画期間

地域再生計画の認定の日から 2027 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。