

## 7. 鳥海山観光のターゲット

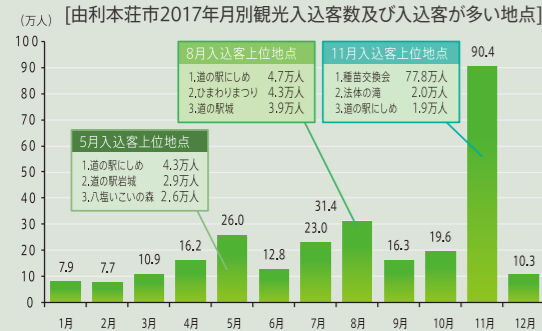
### 開拓・拡大が期待される鳥海山観光のターゲット

居住地	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 県内・東北近県に居住する個人旅行者・パッケージツアー旅行者</li> <li>② 東京都を中心とする首都圏、並びに秋田新幹線沿線地域の北関東居住者</li> <li>③ 市内・県内の日常的な日帰りお出かけ層</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 特別体験を期待する層(特に欧米豪、近隣アジアからの日本リピーター)</li> <li>② 白神山や平泉、角館などの既存著名観光地と組み合わせた周遊観光を行う団体・個人旅行者</li> <li>③ 秋田港等から入港するクルーズ船で来訪する主にアジア圏旅行者</li> </ul>
地域間連携	<ul style="list-style-type: none"> <li>秋田県にかほ市、山形県遊佐町、酒田市など、鳥海山を囲んで市境を接する市町を周遊する観光客や登山者</li> <li>出羽三山、岩手三山、蔵王、岩木山などの東北圏内修験道系観光地を来訪する個人旅行者やパッケージツアー旅行者</li> <li>舞鶴、新潟、酒田、函館など、北前船寄港地として著名な観光地を来訪した人</li> </ul>	
目的(個人)	<ul style="list-style-type: none"> <li>自然環境の中でのびのびとした体験を希望するファミリー層</li> <li>写真映えし、人に自慢できる特別な景色や体験ニーズのある若年層</li> <li>観光客が少ない“隠れた名所”を来訪する旅行慣れた熟高年層</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>地質、地形(ジオサイト)、民俗地理学等に興味関心のあるマニア層</li> <li>インフラツーリズム目的層</li> <li>日本百名山を踏破している登山者</li> </ul>
目的(団体)		<ul style="list-style-type: none"> <li>テクニカルビジット(国内外からの産業視察、行政視察)</li> </ul>

### 参考 由利本荘市の観光の状況(抜粋)

#### ■ 由利本荘市の月別観光入込客数

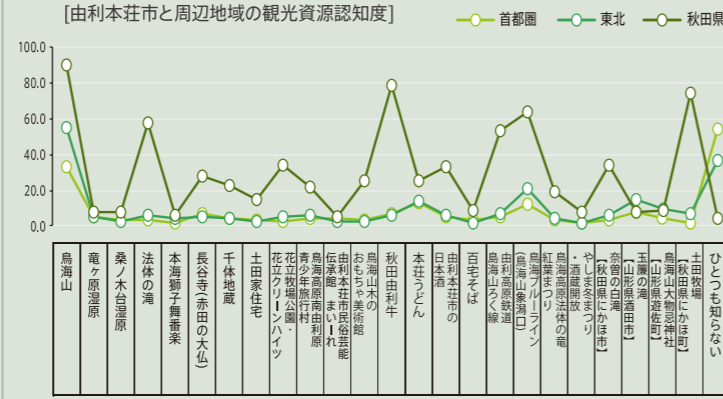
由利本荘市の観光入込客数を月別にみると、2017年11月が約90万人と突出する。由利本荘市が誕生してから初めて実施された「種苗交換会」への入込客数がその多くを占めたためである。その他の月は、8月が約31万人、5月と7月が20万人台で多く、1・2月は10万人を下回る。



出典:「平成29年秋田県観光統計」、由利本荘市

#### ■ 由利本荘市と周辺地域の観光資源認知度

由利本荘市や周辺エリアの観光資源の認知率をみると、「鳥海山」は比較的認知率が高いものの、『東北』エリアにおいても、「鳥海山」以外の多くの資源で認知率が1割未満となり、「ひとつも知らない」が4割近くにのぼる。



出典:「由利本荘市の観光に関するインターネット調査」(2018 由利本荘市)

#### ■ 訴求力のある観光資源

※調査対象者に市内及び周辺地域の観光資源に対する説明を行い、本市への来訪意向が高まったかどうかを確認



出典:「由利本荘市の観光に関するインターネット調査」(2018由利本荘市) [全体と比較] +10pt以上 +5pt以上 +5pt以上 -10pt以上 30s未満

来訪意向喚起に結びついた観光資源(複数回答)は、「鳥海山」が58.5%で最も高く、半数を超えている。以下「秋田由利牛」「法体の滝」が44.0%、「鳥海ブルーライン」が42.3%の順になった。強く意向喚起に結びついた観光資源も、「鳥海山」が最も高い。次いで「秋田由利牛」が18.9%、「鳥海ブルーライン」が17.2%と続く。性別別にみると、『男性×ミドル層』では「由利本荘市の日本酒」、「女性×若年層」は「鳥海山木のおもちゃ美術館」と「花立牧場公園・花立クリーンハイツ」、「女性×シニア層」では「鳥海ブルーライン(鳥海山象潟口)」「奈曾の白滝」「長谷寺」となった。



## 1. ビジョン策定の背景・目的

いま、日本の観光は、国内旅行市場規模の縮小、観光地間の競争の激化、情報通信手段の発達やVR・AR等のデジタル技術の進展、来訪する外国人の増加と多国籍化、並びに訪日リピーターの地方分散、度重なる自然災害に伴う国内外観光客の安心安全意識の向上など、大きな変化の時期を迎えている。これに加え、市場の観光や教育に関するニーズ変化も大きい。ダムや橋などを対象とするインフラツーリズムが伸長し、これを国土交通省が強く推進していることや、教育のあり方の見直しから、アクティブラーニングの場としてミュージアム機能への期待が大きいこと、農業やものづくり産業と観光を組み合わせた地域振興の推進などが挙げられる。

現在、「鳥海ダム」の建設事業が2028年度竣工を目指して進められており、これを地域の社会インフラとしてのみならず、観光資源として活用することを視野に入れている。また、由利地域においては「鳥海山木のおもちゃ美術館」が開館し、地域の新たな集客拠点としての役割が期待されている。上記地域を含む鳥海山エリアを従来のように単なる景勝地として来訪者に楽しんで頂くだけではなく、複層的な歴史や資源を有する地域の個性を伝えるストーリーを構築し、それを実現できる観光資源整備の方向性を定めていくことが、当該エリア“ならではの”持続的な観光発展につながると考えられる。

これらの環境変化を見据えながら、「由利本荘市観光振興計画」の達成ビジョンとして掲げる「鳥海山を核とした広域観光振興の推進」の具体的な指針を示し、今後取り組むべき方向性を示すために、本ビジョンを策定する。

## 2. 本計画の位置づけ

本ビジョンは、上位計画である「由利本荘市観光振興計画」における6つの基本戦略を踏まえ、これに掲げる『鳥海山を核とした広域観光振興の推進』を具体的に推進していくための方向性を明らかにするためのものであるとともに、関連する個別事業の総合的指針となるものである。

## 3. 鳥海山エリアの観光を取り巻く課題

### ■ 国内の観光を取り巻く社会環境・市場環境の変化

#### ■ 国内の人口減少と旅行市場の高齢化

- 人口減少に伴う、将来的な国内旅行市場の縮小
- 国内観光客の高齢化や若者の自家用車離れに伴う、自家用車利用から公共交通旅行へのシフト
- 観光関連施設におけるユニバーサルデザインの必要性
- 特に地方部における観光関連産業従事者や事業継承者、維持管理者の減少
- 空き家や空き地、耕作放棄地、シャッター街・廃墟などの増加による地域景観の悪化
- 次世代に地域資源を維持継承するための、環境への配慮意識の高まり

#### ■ 観光ニーズの多様化と旅行目的の細分化

- 観光対象となるモノ・コトの範囲の拡大
- 民泊、農泊、宿泊宿泊、ゲストハウス・簡易宿所など、地域の生活や日常に触れたり、宿泊者どうしが交流する体験宿泊ニーズの伸長
- 若年層における日本文化を見る・体験することへのニーズ拡大
- 旅行目的の細分化と安全な環境の整備を通じたひとり旅市場の拡大

#### ■ 高度情報化社会の進展

- 情報収集の簡便化による来訪箇所決定や旅行手配行動の間際化
- SNS、クチコミサイトなどを通じた消費者自身による情報収集・情報発信機会の拡大
- 旅行(交通や宿、タクシー、食事、体験など)の予約・決済環境のICT化
- インターネット環境を活用した消費者参加型イベントの増加

#### ■ 訪日観光客数の増加

- 訪日観光客の多国籍化に伴う、多様な文化習慣・宗教への対応の必要性
- 訪日観光客の個人旅行化の進展による、道路標識や案内表示、パンフレットなどの多言語化の必要性
- 観光関連産業に従事する外国人被雇用者の増加
- 外国のクレジットカードにも対応したATM整備の必要性

#### ■ 安全意識の高まり

- 老朽化した観光関連施設の耐震化に向けた取組の進展
- 災害発生時の観光客を含む流動人口の安心・安全の担保に対する必要性の高まり
- 災害・事故後の早期復興、観光需要の早期回復に向けた事前の体制構築への社会的ニーズの高まり

### ■ 鳥海山エリア観光のSWOT分析表

	強み (Strength)	弱み (Weakness)
<b>内部要因</b>	<b>活用・推進</b> <ul style="list-style-type: none"><li>□ 観光活用をあらかじめ見込んで鳥海ダムを整備できる</li><li>□ 文化資源と自然資源の特性を併せ持つ鳥海山</li><li>□ 鳥海山信仰に由来する伝統芸能</li><li>□ 登山、湿原トレッキング等のニーズが一定程度ある</li><li>□ タブレット交換を行う希少性の高い由利高原鉄道</li><li>□ 自宅そば、秋田由利牛等の地場産品</li><li>□ 宿泊施設が一定数あり、温泉がある</li></ul>	<b>改善</b> <ul style="list-style-type: none"><li>□ 広い面積に資源が点在し周遊が困難</li><li>□ 鳥海山周辺の道路標識が少なく、道路が狭い</li><li>□ 地域アイコンとなる施設がない</li><li>□ 鳥海登山には登山口から片道約4時間を要する</li><li>□ 唯一性が高く競争力の強い資源や景観がない</li><li>□ 世間的に認知されているお土産・グルメがない</li><li>□ 降雪のため冬期の観光需要を見込みにくい</li><li>□ 資源の認知度が極めて低い □ 観光関連産業に従事する人が少ない</li></ul>
<b>外部要因</b>	<b>機会 (Opportunity)</b> <ul style="list-style-type: none"><li>□ インフラツーリズムの国の積極的推進、ニーズ拡大</li><li>□ SNS等を通じた消費者自身による情報発信機会の拡大による、消費者起点のマイナー観光地のメジャー化</li><li>□ インバウンドの伸長と個人化・地方へのシフト</li><li>□ 体験観光や地域の人々との交流ニーズの拡大 □ 「鉄道の旅」の拡大</li></ul>	<b>脅威 (Threat)</b> <ul style="list-style-type: none"><li>□ 国内旅行人口の減少</li><li>□ マイカー人口の減少</li><li>□ 東北圏内観光地間の競争の激化</li><li>□ 鳥海山の噴火リスク</li><li>□ リニア中央新幹線等の大都市間交通網への注目の高まり</li></ul>

## 4. 鳥海山エリアが目指す観光ビジョン

# 「五感で感じる山岳ミュージアム鳥海山」の実現

～豊かな自然と信仰・文化、産業を通じた体験価値の創造～

古くから信仰の山であった鳥海山の価値は、美しい山容や湿原、生態系等にとどまらず、関連する神社の存在や今に伝わる伝統芸能、地域の農畜産物まで広く派生する。その歴史と、集落の持続可能性を象徴する鳥海ダムとその周辺地域を核とし、自然と共生する地域の昔と今、そして未来に向けた暮らしぶりを多角的に伝えることができるミュージアムのような観光地となることを目指す。自然と力いっぱい遊びたい人、インフラや歴史文化に興味がある人、景勝地や温泉で癒されたい人などあらゆる人に対して異なる視点での発見を提供できる観光地であり続けることが、観光地としての持続可能性に繋がる。

## 5. 観光ビジョンの実現に向けた基本方針

### ■ ターゲット層の拡大 (ターゲット層の裾野を広げる)

既存ターゲット層のニーズに合致する整備強化を通じた継続的な誘客強化はもちろん、多角的な資源の魅力づくりや他地域との連携等を通じ、ターゲット層の裾野を拡大する。

### ■ 広域観光と滞在型観光の両立 (複数の資源やひとの動きを繋げる)

地域経済の継続的な発展に観光産業が寄与するためには、周遊観光における立寄り客と、地域内にじっくり滞在する目的性の高い観光客の双方をバランスよく獲得し、来訪箇所や来訪季節の平準化を図ることが有効である。

### ■ 土着的な価値の可視化 (オリジナルの価値を伝えていく)

鳥海山エリアにある個々の自然資源や歴史文化資源をみると、視覚的なインパクトや唯一性が高いものに恵まれている状況とは言えない。しかしながら、地理的特性に紐づく、土地が有する独自性(ローカル性・土着性)は極めて高い。鳥海山を核として、自然と文化が混ざり合う地域の土着性を市場に浸透させていく。

### ■ 新たな資源価値の創造 (価値の源泉をつくる)

国内外の観光市場のニーズを踏まえ、既存観光資源や既存産業を守り伝承するだけでなく、これを活かし現代の解釈を加えて新たな観光魅力(商品、体験、食、施設やサービスなど)を積極的に創造していく。

## 6. 観光基本戦略

### 1. 環鳥海観光推進のための道路環境整備 < 来訪者の周遊利便性を高め、来訪意欲を喚起する環境基盤をつくる >

鳥海山エリアの来訪価値と周遊の利便性をともに高めていくための道路環境整備を推進する。道路自体の質を向上させるのみならず、観光資源へのアクセス改善や眺望の確保、沿道的美観など、来訪者の観光行動に繋げることを視野に入れた整備を行い、ドライブ時のストレスが少なく、「走って楽しい、新たな発見に繋がる道路」の実現を目指す。

(1)鳥海山を取り巻くドライブ環境の改善 (2)短時間登山を可能とする環境の整備

### 2. 既存観光資源の価値向上と機能拡張 < 感覚に訴えるわかりやすい魅力とこだわりのある観光体験をつくる >

多様なニーズを持つ国内外の観光客に対して、何度でも来訪する価値がある場所になるために、「鳥海山ならではの」という独自性があり、かつ誰かに自慢できる特別な資源や体験、物産を創出し、それを市場に提供する。これらの取組を通じて、未開拓市場の拡大とリピーターの獲得に向けた観光地づくりを推進する。

(1)「鳥海山」ブランドコンセプトの構築と発信 (2)法体園地を「地区の顔」と位置つけた機能強化 (3)既存資源の活用機会拡大と質の向上

### 3. インフラツーリズム先進事例としての確立

< インフラツーリズムの先駆的事例となる鳥海ダム整備を行い体験価値を訴求する >

鳥海ダムの観光による活用を通じた価値の最大化を通じ、インフラツーリズムの国内における先駆的事例となることを目指す。観光集客に寄与するダムサイト周辺における付帯設備の整備や景観保全、アクティビティの導入を検討するほか、地域の治水やダムそのものへの理解を深めるための工事中見学や完成後の施設見学等を通じ、地域観光の核の一つとして育てていく。

(1)観光を見据えたダム設備の充実 (2)ダム周辺箇所における体験観光コンテンツの充実 (3)鳥海ダム独自のコンテンツ創出と提供 (4)ダム建設中の観光活用推進

### 4. 旅行行動をサポートする基盤整備とネットワーク強化

< 旅行者が必要な情報やサービスにストレスなく達成できる環境を整備する >

旅行者の情報収集や観光体験、決済等の一連の行動の流れをスムーズにし、滞在満足度を高めることを目的とし、インターネット環境や決済環境等を国際基準に適合させていく。また、来訪者の行動を繋げ、周遊観光に効果的に結び付けていくために、複数の観光関連事業者間の連携を一層強化し、各種のコンテンツやサービス、情報等を旅行者に適切に届けていく。

(1)情報通信・決済環境の整備 (2)来訪者の観光行動を繋げ、周遊と消費に結びつける仕組みづくり (3)観光資源・地域間の連携体制の強化