

# 観光料飲部会長報告

1. 会議名 第1回観光料飲部会（オープン）
2. 日時 2024年6月11日（火） 13：30～15：00
3. 場所 当所ホール80
4. 出席者 部会員等35名



5. 懇談 **「大型観光キャンペーン」について**  
東日本旅客鉄道(株)秋田支社 地域共創部  
地域連携ユニット チーフ 加藤 允 氏
6. 情報提供 **秋田県の冬季誘客事業について**  
秋田県 観光文化スポーツ部 誘客推進課  
調整・国内誘客チーム 副主幹 石戸谷 昭道 氏  
**秋田市の冬季誘客事業について**  
秋田市 観光文化スポーツ部 観光振興課  
観光担当 主任 石橋 実季 氏

# (1) 「大型観光キャンペーン」について(東日本旅客鉄道(株)秋田支社)

## ◆ 重点販売地域（重販）とは

- ・ J R 東日本が地域を指定して実施する大型観光キャンペーン。
- ・ 2024年12月～2025年2月に秋田県を重点販売地域に指定し、各自治体や観光事業者等と連携し、大型観光キャンペーンを実施する。
- ・ 本県単独の指定は6年ぶり、冬季の実施は初。

## ◆ 昨年4～6月、弘前で実施の津軽観光キャンペーン「ツガル ツナガル」

- ・ 弘前駅でのオープニングセレモニーをスタートとして、伝統工芸の講座、飲食サービス、旅行（ツアー）などを実施。
- ・ キャンペーンに合わせて特別に仕込まれた日本酒、いつもと少し違うローカルフードを期間限定で販売するなど、地元事業者とのコラボ企画も実現。
- ・ 広告宣伝等を各種雑誌媒体で実施。また全国各地で観光キャラバンを定期的に実施し、機運醸成を行った。

## ◆ 秋田での重販を見据えたトライアル施策

- ・ 今年の冬（2023.12～）にトライアル施策を複数行った。
- ・ 仙北市上桧木内の紙風船のプレミアム体験コース、角館の火振りかまくら体験、アキタノサケフェス2024など。
- ・ 重販をぜひ活用いただき、県内関係者と連携し秋田を盛り上げたい。

## (2) 秋田県の冬季誘客事業について

### ◆ 大型キャンペーン実施概要

- ・ 令和5年度に**プレキャンペーン**を実施。昨年度の継続性を意識しつつ**キャンペーン**を**一体的に実施**する。JR東日本秋田支社のほか、秋田県観光連盟や各市町村、観光事業者等と連携しながら官民一体となって事業を進める。
- ・ 昨年は370のコンテンツを収集したが、今年は500以上の収集を目標。
- ・ 秋田駅は玄関口となるため、県央エリアでの様々な食、体験、イベントなど楽しめるコンテンツを提案いただきたい。
- ・ **通常の観光コンテンツに特別感や工夫を加えた飲食メニュー**を紹介するほか、冬季の観光誘客の促進を目的とした体験型コンテンツの割引キャンペーンをアソビューと連携しながら展開する。  
※アソビュー…県が冬季誘客促進事業業務を委託した業者。レジャー・遊び・体験などを予約・購入できるサイトを運営している。

### ◆ 今後のスケジュールについて

- ・ 7月に事業者に向けた説明会を実施し、11月から販売を開始する予定。
- ・ **ガイドブックへの掲載は8月前に情報提供が必要**となる。  
(HPには随時掲載)

### (3) 秋田市の冬季誘客事業について

#### ◆ 「酒と発酵」をテーマとしたイベントを予定

- ・ 1/18(土)、2/8(土)開催予定。メイン会場は文化創造館。
- ・ 県内の地酒、地ビール、発酵食品を中心とした飲食販売を予定。
- ・ 秋田かやき祭りとの連携を検討中。
- ・ 単なる飲食イベントではなく、周辺の観光文化施設や既存事業等との連携して周遊を図り、来年度以降の集客に繋げていく。

### (4) 質疑応答

Q. 昨年のトライアル施策をどう評価しているか。

A. 地元事業者との役割分担、関係性作りが重要と捉えている。また、旅行で受け取るプレミアム感などは観光客と地元の方で異なるため、そのあたりを意識して企画を準備していきたい。

Q. コンテンツ数だけでなく、利用者数も大事。昨年の利用結果は？

A. スキーのリフト券は4.4万件の利用と売れ行きがあったが、それ以外の体験型コンテンツの利用が少なかった。今年はPRを強化して認知度を高める。