

観光料飲部会長報告

1. 会議名 第2回部会総会
2. 日時 2025年11月14日（金） 12：00～13：30
3. 場所 当所7階ホール80
4. 出席者 32名（部会員18名、他部会員14名）
5. 懇談
テーマ「秋田県冬の大型観光キャンペーンについて」
講師：東日本旅客鉄道(株)秋田支社 地域共創部
地域連携ユニットリーダー 國島 正晴 氏
テーマ「今年度の冬季誘客事業について」
講師：秋田県観光文化スポーツ部誘客推進課
副主幹兼サブリーダー 柏谷 耕 氏
6. 協議 任期満了に伴う正副部会長の選任について
大門一平氏（秋田印刷製本(株)／代表取締役）を部会長に選任したほか、
新任の田宮壮平氏（(有)津ねや／専務取締役）と下河良氏（(株)秋田温泉
さとみ／代表取締役社長）を含む14名を副部会長として選任した。

(1) 冬の大型観光キャンペーン実施報告と今後の取組みについて

2024年12月～2025年2月、県の観光課題である**季節による繁閑差の解消を目指し、冬の大型観光キャンペーンを実施**。その内容と今年度の取組を説明。



JR東日本 國島氏

- 秋田新幹線「こまち」の利用は前年比113%。イベント列車を運行し、合計3,700名以上が利用。
- 首都圏の駅で**「秋田犬のぬいぐるみ引換券」**を配布。回収率68.5%と高く、**来県の強い動機付け**となった。
- **インバウンドは特に台湾をターゲット**とし、台北国際旅行博への出展や、現地のコワーキングスペースでのPRイベントを実施。
- **今年度の主な取組み**：青森・函館キャンペーンとの連携
各種イベント列車（大館アメッコ市号など）の運行
「大人の休日倶楽部パス」などのお得な切符 等

(2) 2025年度秋田県冬季誘客事業

県の観光における**現状の課題分析**と、
今年度の冬季誘客事業を説明。



秋田県誘客推進課 柏谷氏

■ 秋田県の現状と課題

宿泊統計：東北最下位（2024年・300万人泊）。

季節変動：月別入込客数は冬期間が閑散期であることが明確。

要因：**二次アクセスの課題**、**海外での認知度不足**など。

■ 今年度の主な冬季誘客事業

①**あきた美食日和**：県産食材を2品目以上使用した宿泊プランを造成

②**秋田冬アソビ割**：体験・アクティビティ商品を割引価格で提供

（期間：2025年12月1日～2026年2月28日）

■ 成功のポイントとして、既存の商品に「+α」（きりたんぽ作り体験付きなど）で**高付加価値化**することや、OTAサイトに「楽しそうな表情の写真」や「英語対応可」などの**アピールポイントを明記**することが重要。

■ 主な質問・意見

- Q. (JRに対し) キャンペーン実施において、行政と効率的に連携を図るうえでの要望等はあるか。
⇒行政との連携は密にしている。本キャンペーンが行われていることが、地元の方々にあまり知られていないため、**地域の旅行会社など民間事業者の積極的な情報発信や、盛り上げが必要**だと思う。(JR東日本)
- Q. **藤田嗣治の壁画「秋田の行事」の国宝への申請を含め、活用方法等について検討いただきたい。** 国宝に認定されればインバウンド誘客が期待できる。
⇒貴重な素材であり、活用できるように検討する。(県)
- Q. 秋田冬アソビ割のクーポン予約の7割が県内という結果だが、県外客を多く呼んでいただきたい。
⇒今年度は広告予算のほとんどをSNS発信やGoogle広告に配分し、**県外からの誘客を目指している**。(県)