

独自戦略1	地域資源である食と観光の魅力に着眼した潟上経済活性化
-------	----------------------------

施策8	潟上市の新たな観光スタイル「体験・滞在型観光」の促進
-----	----------------------------

1 令和4年度 施策の方向性	
<p>潟上市は県都秋田市並びに観光地男鹿市のほぼ中間に位置するため、市内観光拠点（道の駅等）には往来する多くの観光客が集うことから、この人流を拠点から市街地へ誘導することで当地域の交流人口拡大が大きく期待できる。</p> <p>商工会では、潟上市の新たな観光スタイルとして、佃煮・味噌・醤油の伝統的なものづくりや果樹もぎ取りなどを体験し、新たな価値を見出す「コト消費」を前面に打ち出した「体験・滞在型観光」を促進し、潟上経済の活性化を目指す。</p>	

2 事業概要	
※（ ）は活動目標値	
(1) 体験型観光コンテンツ造成事業	<p>伝統産業や1次産業に新たに「コト消費」を充実させるため、“見る・学ぶ・体験する”を狙った体験型観光コンテンツを造成及び収集した。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■活動内容 ・体験観光コンテンツの実施状況把握と整備</li> <li>■達成状況 ・体験型観光コンテンツの造成及び収集：5件（5件）</li> </ul>
(2) 体験型観光コンテンツPR支援事業	<p>各事業者が観光客を誘客するために、ホームページやSNS等によるPR手法について、専門家等とのチーム支援により、より効果的な発信方法を支援した。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■活動内容 ・専門家による講習会の開催</li> <li>■達成状況 ・専門家による体験型コンテンツのPR支援件数：1件（5件） ・認知度UPセミナー：10社 24名</li> </ul>
(3) 観光情報サイト構築事業	<p>観光拠点を管理する行政や1次産業を支援する団体、商工業者を支援する商工会など地域内関係機関が一体となったサイトを構築した。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■活動内容 ・潟上市一体型観光情報サイト設置のための関係団体への事業概要説明並びに協力・情報提供依頼</li> <li>■達成状況 ・ホームページによる関係機関・団体情報の掲載：0回（5回）</li> </ul>
(4) 観光商品情報発信強化事業	<p>観光情報サイトにより食や体験型観光コンテンツ、イベント情報など潟上の魅力を発信し、体験・滞在型観光を推進することで、観光客を誘客し地域内事業者の利益につなげた。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■活動内容 ・サイト構築のためのデザイン構成検討並びに整備 ・情報提供シート作成</li> <li>■達成状況 ・ホームページによる観光情報の発信：2回（5回）</li> </ul>

3 施策目標及び達成状況					
施策目標	実績値（目標値）				
	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
(1) 体験型観光への参加者数	—				
体験型観光に参加した人数	(—)	(20人)	(40人)	(60人)	(80人)
達成状況	—				
(2) 観光情報サイトの閲覧者数	1,788件				
ホームページ内の観光ページの閲覧者をカウント	(500件)	(600件)	(700件)	(800件)	(1,000件)
達成状況	達成				

4 施策目標に関する検証	
(1) 体験型観光への参加者数	<p>《効果があった事業及びその内容》 何が良かったのか</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・体験型観光コンテンツ造成事業 体験型観光コンテンツの実施状況を把握するとともに、関係団体に対して「地域一体型観光情報サイト」開設に伴う情報提供及び協力依頼を実施し、共通認識が得られたこと。</li> </ul> <p>《検討の余地がある事業及びその内容》 何が悪かったのか</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光サイト構築事業 コロナ過において体験型観光を控える傾向が強くなり、体験型観光サイト構成のための提案・協議のみでPRまで至らなかったこと。</li> </ul>
(2) 観光情報サイトの閲覧者数	<p>《効果があった事業及びその内容》 何が良かったのか</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光商品情報発信強化事業 認証特産品情報を2回発信したことにより観光情報サイト閲覧数が増加し、広く商品紹介ができたこと。</li> </ul> <p>《検討の余地がある事業及びその内容》 何が悪かったのか</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光情報サイト構築事業 サイト構築の協議に留まり、情報発信に至らなかったこと。</li> </ul>

5 次年度への改善点	
(1) 観光情報サイト構築事業	<p>食の情報発信を継続するとともに、体験型観光コンテンツやイベント情報、団体情報等の観光情報サイトを構築し情報を発信する。</p>
(2) 観光商品情報発信強化事業	<p>観光情報サイトに随時新規情報を発信するため、関係団体からの積極的な情報収集に努める。</p>