

各位

平成23年 7月 6日  
株式会社 北都銀行

男鹿地域の観光振興に関する提言について

株式会社北都銀行は、株式会社フィデア総合研究所と協働で、男鹿市の観光振興に向けての提言を秋田県並びに男鹿市に、別紙の通り提出しております。

以上

男鹿地域の観光振興に関する  
提 言 書  
[概要版]

平成 23 年 7 月



## 提言1

# 男鹿ブランドの“食”を創り出す、広める。

秋田県への要請事項	男鹿市への要請事項
<ul style="list-style-type: none"><li>▶ CAS<sup>(注)</sup>設備の整備とCAS共同運営事業体に対する一定期間の助成(概算事業費:1億5千万円)。</li><li>▶ 公設民営方式による地場産品販売施設「(仮称)男鹿うまいもの市場」の整備(概算事業費:2億円)。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ 地場産魚介類の地産地消を推進するために、秋田県漁業協同組合と男鹿地域の流通事業者、加工事業者、宿泊・飲食業者との協議機会の設置と協議の調整。</li><li>▶ 地域食材開発、産品・料理レシピ開発、および登録商標取得に係る民間活動への助成拡充(年間5百万円程度を3年間)。</li></ul>



### 先導プロジェクトの提案

#### ①男鹿「地産地消」推進プロジェクト

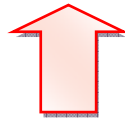
- ▶ 地元産水産物の一定量を域内流通させる協定を締結するため、秋田県漁業協同組合、同男鹿地域の支所と地域内流通事業者、加工事業者、宿泊施設、飲食事業者との協議を開始する。
- ▶ 公設民営方式によりCAS設備を導入し、秋田県漁業協同組合と関係事業者によるCAS共同運営事業体を置き、地域食材の高鮮度安定供給と地域内流通・消費の基盤を整備する。

#### ②“男鹿の食”ブランド化プロジェクト

- ▶ 現在進行中の秋本由紀子氏(㈱デザイン&プランニングクリエイティブ久松・取締役)との地元魚介類を活用した料理・レシピ・産品開発をスケールアップし、より組織的・継続的に取組み、新“男鹿の名物料理、名産品”を創る。当面の食材は、ハタハタ、タイ、イワガキ、アワビ、フグ、本マグロ、を想定する。
- ▶ 大分県佐賀関の「関さば」「関あじ」のように、男鹿産の特定の水産物、食品を商標出願し、ゆくゆくは地域団体商標「男鹿〇〇〇」の取得を目指す取組を開始する。例えば、「男鹿のしょつつる」「男鹿焼きそば」「男鹿ハタハタ」といった登録商標名称でブランド化を図る。
- ▶ 以上の取組みは、「(仮称)男鹿地域観光推進センター」(後述)を設置して推進する。

#### ③(仮称)男鹿うまいもの市場整備プロジェクト

- ▶ “男鹿の食”の販売拠点として、「(仮称)男鹿うまいもの市場」を公設民営方式で船川港～JR男鹿駅周辺に整備し、賑わいの場を創り出す。
- ▶ 参考となる事例として、山形県酒田市の「さかた海鮮市場」がある。従前、賑わい空間とは縁遠かった酒田港港湾区域に公設民営方式により平成15年に整備された同施設は、今日では年間約70万人を集客する観光・食提供の拠点となっている(施設概要:鉄骨造り一部2階建て、延べ面積741.75㎡、概算事業費:2億1千8百万円)。



## 男鹿「食のブランド化」に向けての基本方針

- ①地元食材の地産地消化を促すため、既存流通ルートの改革を目指す。
- ②男鹿産食材(特に水産物)の有効活用を図るため、地域外の食の専門家を活用し、料理、加工品、土産品の開発を進める。
- ③他地域、観光客、一般消費者への販路を確立するため、販売拠点の整備、販路開拓に着手する。
- ④CASの導入とその運営組織づくりを進め、地域食材の高鮮度安定供給を図る。



### 現状と課題

#### － 活かし切れない豊富で特徴的な“食”資源 －

- |  |                                       |
|--|---------------------------------------|
| ① 現在の流通ルートでは地元産の魚介類(地魚)は、漁協から仲買を通じて地域外に移出。域内への流通量が極めて手薄。 | → 飲食施設、宿泊施設で地元食材が利用される(地産地消)仕組み作りが課題。 |
| ② 調理方法が洗練されていなく、素材の新鮮さだけに頼る現状。                           | → 地元食材を活かす料理・レシピ作りが課題。                |
| ③ 「しょつつる」「男鹿焼きそば」を除いて加工食品の種類が少なく、土産品が手薄。                 | → お土産品、域外流通に耐えられる土産品の開発が必要。           |
| ④ 魚介類、加工食品、お土産品を販売する拠点が少なく、土産品の売上げにつながらず。                | → 販売拠点の整備が急務。                         |
| ⑤ 「イワガキ」「フグ」「本マグロ」が男鹿ブランドとして流通してない。                      | → “男鹿産”を冠したブランディング策、流通プロセス整備が課題。      |

(注) Cells Alive System : 従来の冷凍技法による食品の凍結融解に伴う食味の低下を大幅に低減することを可能にした冷凍技術。 CAS 冷凍、CAS 凍結、細胞蘇生システムともいう。

## 提言2

# 国定公園にふさわしい景観を創る。

秋田県への要請事項	男鹿市への要請事項
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 温泉郷の廃ホテル撤去方法の検討と撤去実施。</li> <li>▶ 公設民営方式による地場産品販売施設「(仮称)男鹿うまいもの市場」の整備。(再掲)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 専門家による JR 男鹿駅前、温泉郷の景観整備計画の策定と景観整備事業の実施。</li> </ul>



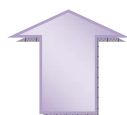
### 先導プロジェクトの提案

- ① JR 駅前および男鹿温泉郷景観整備計画・整備事業の策定・実施
  - ▶ 専門家を招聘して JR 男鹿駅前および男鹿温泉郷の景観整備計画を策定し、同計画に基づき景観整備事業を推進する。
  - ▶ 温泉郷の廃ホテルを撤去する方法を調査し、早期に撤去する。
- ③ (仮称) 男鹿うまいもの市場整備プロジェクト (再掲)
  - ▶ “男鹿の食”の販売拠点、として、「(仮称)男鹿うまいもの市場」を公設民営方式で船川港～JR 男鹿駅周辺に整備し、賑わいの場を創り出す。



### 景観整備に向けての基本方針

- ① JR 男鹿駅前の街並み景観整備を図り、国定公園の玄関口として観光客を迎えるにふさわしい体裁を整える。
- ② 温泉郷の街並み美観・景観整備を図り、滞在客の満足度を上げる温泉情緒を醸成する。
- ③ 公設民営方式「(仮称)男鹿うまいもの市場」を JR 男鹿駅～船川港周辺に整備し、賑わいの場の核とする。(再掲)



### 現状と課題

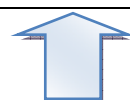
#### — 遅れている景観整備、景観の刷新が必要 —

- |   |   |
|---|---|
| ① 国定公園の玄関駅である JR 男鹿駅前、宿泊地となる温泉郷の街並み景観は見劣り。景観整備が一時代前の状態。 | → 観光客の期待をふくらませるように、街並み景観を刷新することが課題。           |
| ② JR 男鹿駅前周辺に賑わいが感じられず、寂れた印象。                            | → 男鹿半島周遊の起点・JR 男鹿駅前～船川港周辺まで観光客を引き込む仕掛けづくりが課題。 |

### 提言3

## 滞在型観光を拡大させる各種ツーリズム活動の推進。

秋田県への要請事項	男鹿市への要請事項
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 推進母体「(仮称)男鹿地域観光推進センター」設置への協力。</li> <li>▶ 男鹿「医療ツーリズム推進構想」策定への支援。</li> <li>▶ スポーツイベント、文化イベント誘致・開催への助成。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 推進母体「(仮称)男鹿地域観光推進センター」設置の発起と関係者間の調整。</li> <li>▶ 同センターの当面の運営費の助成(年間 5 百万円程度を 3 年間)。</li> <li>▶ 男鹿「医療ツーリズム推進構想」策定への支援。</li> </ul>



### 先導プロジェクトの提案

#### ①スポーツイベント、文化イベント誘致・開催プロジェクト

- ▶ 男鹿半島の環境はアウトドアスポーツに極めて適している。これを活かしてスポーツツーリズムによる滞在型観光を拡大するため、トライアスロン、自転車ロードレース、パラグライダー、スポーツフィッシング、ゴルフなどのスポーツイベント・競技大会を誘致・開催する。
- ▶ 男鹿温泉郷の「五風」、男鹿市民文化会館などを拠点として活用し、演劇、音楽、文化講演会などの文化イベントを誘致・開催する。
- ▶ 文化イベントに関しては、「たざわこ芸術村(劇団わらび座)」との連携を図ることにより、来訪客が秋田県内を回遊する仕組みをつくる。

#### ②合宿誘致プロジェクト

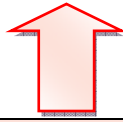
- ▶ スポーツイベント、文化イベントと組み合わせて、大学、高校、各種競技団体のスポーツ合宿、文化系サークル(オーケストラ、吹奏楽、コーラス、演劇)の合宿や、宿泊をとまなう体験イベント(例えば、スポーツフィッシング体験イベント+ファミリー向け講習会)を誘致・開催し、滞在型観光の拡大につなげる。

#### ③男鹿「医療ツーリズム推進構想」策定

- ▶ 男鹿地域を秋田県における医療ツーリズムの拠点のひとつとすることによって、インバウンドも含めた滞在型観光の拡大を図る。
- ▶ この取組みには医療・病院関係者、大学、旅行代理店など多方面からの参画が必要となる。このため、男鹿「医療ツーリズム推進構想」を策定し、ベースとなる中期的なプランを確立する。

#### ④「(仮称)男鹿地域観光推進センター」の設立

- ▶ 各種ツーリズム活動の推進、イベントや合宿などの誘致・開催活動を担う推進母体として「(仮称)男鹿地域観光推進センター」を設置する。
- ▶ 同センターは、上記の他、前述の“男鹿の食”ブランド化プロジェクトの推進など、男鹿地域の観光振興に関する中核組織と位置づけ、関係業界、行政、金融機関などからの出向者による専従者を配置する。



## 各種ツーリズム活動推進の基本方針

- ① 滞在型観光を拡大させるため、スポーツツーリズム、文化ツーリズム、医療ツーリズム、体験型観光の振興を図る。
- ② スポーツイベント、文化イベント、競技大会の誘致・開催を図り、イベント等と組み合わせたスポーツ系・文化系合宿の誘致を進める。
- ③ 各種ツーリズム活動拡大のための推進母体を設立する。



## 現状と課題

### — 新たな需要層開拓による滞在型観光の拡大が必要。そのための推進体制づくりが課題 —

- |   |   |                                   |
|---|---|-----------------------------------|
| ① 自然景観、食資源、「なまはげ」などの文化資源は他にない強み。ただし、そのブラッシュアップだけでは集客増に限界あり。 | → | 滞在型観光を拡大させるメニュー・仕組みが弱い。           |
| ② 男鹿の環境・資源を活かした特定の滞在目的に絞ったツーリズムへの取組みが欠如。                    | → | ターゲットを明確にした新たな需要層開拓を目指す早急な取組みが課題。 |
| ③ 観光施策の体系化・計画性・継続性が欠如。施策効果が顕在化しないうちに終わる危惧。                  | → | 施策を集約的に一貫して推進する機能強化・推進体制づくりが課題。   |

## 提言4

# インバウンド観光振興のための基盤整備。

秋田県への要請事項	男鹿市への要請事項
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 関係各県と連携した空路網開設（中国、タイ、ベトナム⇔秋田、庄内、仙台）に係る航空会社、国への要請活動の実施。</li> <li>▶ インバウンド観光振興関連事業の拡充。</li> <li>▶ 東北各県共同のマーケティング活動、プロモーション活動の実施。</li> </ul>	



### インバウンド観光振興に向けた基本方針

- ①インバウンド観光客拡大のため集客インフラとしての航空路網（韓国以外）の開設を進める。特に、中国、タイ、ベトナム⇔秋田、庄内、仙台の空路拡大を図る。
- ②地元関連事業者の啓発活動、マーケティング活動、共同プロモーションを実施する。その結果を「アイリス」効果により増大する秋田県への国内観光客の取り込みにもつなげる。



### 現状と課題

#### － インバウンドへの対応が未着手。受入体制整備が課題 －

東アジア（特に中国）からのインバウンド観光は有望な需要層。しかし、男鹿地域がインバウンド観光に対応するための環境整備はほとんど未着手。



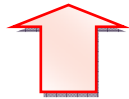
新たな需要層としてのインバウンド観光導入に向けた地元の受入体制整備、プロモーション活動推進体制の構築が課題。



## 提言5

# トップセールスについて

秋田県への要請事項	男鹿市への要請事項
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ JR 東日本に対して、男鹿線と五能線(世界遺産・白神山地)を組み合わせた商品企画(DESTINATION・キャンペーン等)要請活動の実施。</li> <li>▶ 関係各県と連携した空路網開設(中国、タイ、ベトナム⇄秋田、庄内、仙台)に係る航空会社、国への要請活動の実施。</li> <li>▶ インバウンド観光に係る東北各県共同のマーケティング活動、プロモーション活動の実施。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 競技団体、文化系団体、スポンサー候補に対するイベント誘致セールスの実施。</li> <li>▶ 大学、高校等への合宿誘致活動の実施。</li> <li>▶ 各地教育委員会、学校等に対して各種体験学習の場、修学旅行の適地としての男鹿地域PR活動の実施。</li> </ul>



### トップセールス拡充の考え方

- ①国内外の旅行代理店、航空会社、JR 東日本、各地教育機関(大学、高校等)、競技団体、文化系団体へのトップセールスにより、「スポーツイベント、文化イベント誘致・開催プロジェクト」「合宿誘致プロジェクト」「インバウンド観光の振興」を推進し、集客拡大を図る。
- ②トップセールスの際、男鹿地域が体験型観光に適している点ーなまはげ、GAO、漁業体験などの体験素材が豊富にあることーを訴求する。

－ 以上 －