

(3) 基礎調査からみた酒田市の観光動向

① 来訪者アンケート調査

●来訪者調査（街頭面接調査：山居倉庫、山王くらぶ、日和山公園、さかた海鮮市場、土門拳記念館の5カ所）の調査結果

<資料編（3）酒田市来訪者の動向調査（街頭面接調査 集計結果） 参照>

- 来訪者の約8割が日帰り、もしくは酒田市内に宿泊していない客。
- 酒田市内宿泊者の平均宿泊数は1.37泊。
- 日帰り客及び酒田市内には宿泊しない来訪者の市内平均滞在時間は3時間47分。
- 酒田市への来訪目的は約7割が観光で、イベント及び飲食目的は1割。
性別年代別では、男性、女性とも60代で観光目的が8割強。
訪問地点別では、さかた海鮮市場来訪者において食事目的の割合が高い。
居住地別では、県内居住者（市内居住者を除く）において食事目的の割合が高い。
- 同行者は6割が家族で平均同行人数は3.3人。
性別では、女性においては年齢が高くなるほど、家族連れの割合が高まる傾向。
訪問地点別では、さかた海鮮市場来訪者において家族連れの割合が高い。
居住地別では、県内居住者において家族との割合が高い。
また、市内居住及び外国人旅行者では他エリアからの来訪者に比べ同行人数が多い。
- 平均総消費額（交通費+宿泊費+土産代+飲食費+入場料+その他）は約33,300円。
性別では、男性が女性を7,000円ほど上回る（うち交通費が4,500円）。
訪問地別では、土門拳記念館及びさかた海鮮市場来訪者において土産品購入金額が高くなる反面、山王くらぶ、山居倉庫来訪者の土産品購入額が低い。
- 情報入手手段はインターネット（パソコン）が約3割、次いで家族・友人の話（口コミなど）が約2割。
年代別では、若年層においてインターネットの割合が高く（男性はパソコン、女性はスマートフォン）、高齢者層は紙媒体の割合が高い。また、若年女性（10～30代）は家族・友人の話（口コミなど）の割合も高いが、40代男性では家族・友人の話（口コミなど）の割合が低い。
- 来訪者の8割強が酒田市への来訪に満足（大変満足、満足、やや満足）している。
性別では、男性よりも女性において「大変満足」の割合が高く、ほぼ全ての年代で「大変満足」の割合が男性を上回る。
訪問地点別では、山王くらぶに来訪した人の満足度が高くなる反面、さかた海鮮市場に来訪した人の満足度が低い。
居住地別では、遠方からの来訪者ほど満足度が高い。

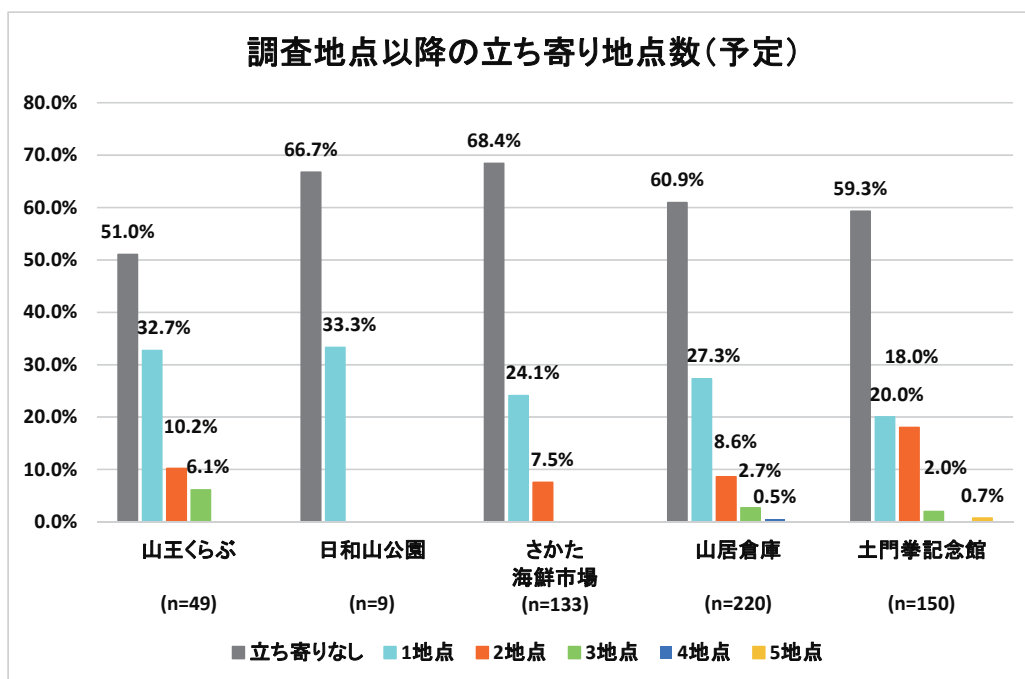
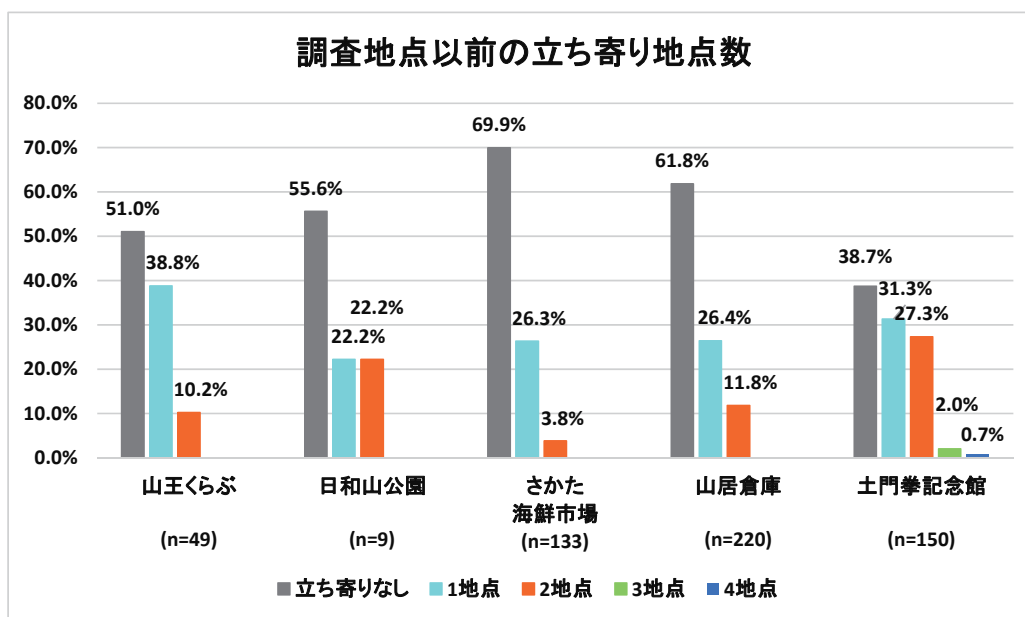
○酒田市来訪者の9割弱が再来訪意向を持つ。

性別年代別では、10代男性を除くと、若年層ほど再来訪意向が高い。

訪問地点別では、土門拳記念館に来訪した人の再来訪意向が若干低い。

居住地別では、酒田市の近隣に居住する人ほど再来訪意向が高い。

*** 酒田の主力観光地点での調査であったため、認知度はそれなりに高かったものの、観光地点を巡る回遊型の観光行動はみられなかった。**



② 酒田市のイメージ調査（インターネット調査）

●酒田市の観光におけるイメージ及びニーズ調査（インターネット調査）結果

<資料編（4）酒田市の観光におけるイメージ及びニーズ調査 参照>

****スクリーニング調査^{注1)}結果（n=10,837）****

○関東1都6県及び東北地方（新潟県含む）居住者の7割が酒田市を知って（地名のみを知っている人も含む）おり、3割の人が酒田市に訪れたことがある。（全体）酒田市を知らない人のうち、酒田市に訪れたいと思う人が2割存在している。酒田市に訪れたいとした人で、訪れたいと思う人が多い観光地点はさかた海鮮市場・みなと市場、玉簾の滝、眺海の森、初孫酒造資料館蔵探訪館の順となる。

****本調査（n=1,059）****

○酒田市を知っている人の、酒田市に対する印象は、『おしん』や『おくりびと』のロケ地」が32%、次いで「歴史のある街」の27%、「酒蔵が多い」の23%、「自然豊かな街」の22%が続く。

年代別では、若年層ほど酒田市への印象が弱く、高齢者層ほど多様な印象を持つ。

特に高齢者層では、港町や歴史のある街に対する印象が強い。

また酒田市をよく知っている人でも、港町や歴史のある街に対する印象が強い。

○酒田市を知っている人のうち、約4割の人が酒田市に訪れたことがある。

○酒田市への訪問回数に関しては、初めての人が33%となるが、11回以上訪れている人も17%存在している。

○酒田市を訪れた目的は観光が68%、次いでビジネスの17%が続く。

性別では、男性は食事、女性は買い物を目的として訪れる人の割合が高い。

○酒田市を訪れた際の主な目的地は、男女とも酒田市が約4割と最も多いが、鶴岡市を主な目的地とする人も15%程度存在している。

性別では、男性40・50代で秋田県を、女性60代で庄内地域以外の山形県内や、宮城県、福島県を主な目的地とする割合が高い。

○酒田市の観光地点として広く知られているものは、知名度順に、鳥海山、本間家旧本邸、山居倉庫、土門拳記念館である。

年代別では、若年層ほど、酒田市の観光地点の知名度が低くなり、男女とも40代以下の半数以上が酒田の観光地点を全て知らない。

一方、高齢者層や酒田市に訪れたことがある人に関しては、本間家旧本邸、本間美術館、山居倉庫、土門拳記念館などの知名度が高い。

注1)：実際の調査を行う前に、母集団の中から特定の条件に合致する標本を抽出するために行われる調査

○酒田市内で訪れたことがある観光地点に関しては、山居倉庫が23%で最も多く、次いで、本間家旧本邸、さかた海鮮市場・みなと市場、土門拳記念館と続くが、酒田市を訪れたことがある人の約4割の人が酒田市内の観光地点を訪れていない。

性別年代別では、若年層ほど酒田市内の観光スポットを訪れていない人の割合が高く、特に酒田市を訪れたことがある女性の20・30代では6割以上の人が市内の観光地点を訪れていない。

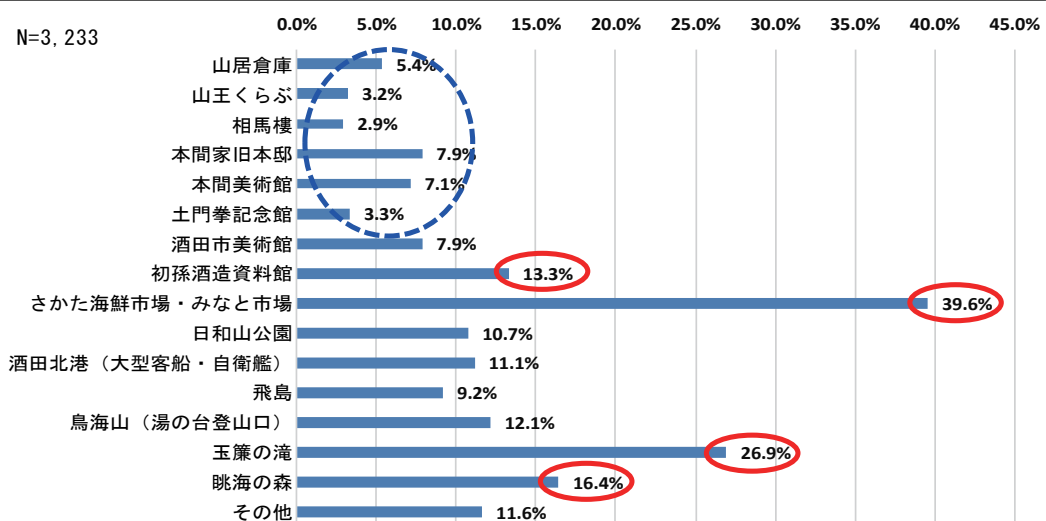
○酒田市を訪れた際の満足度に関しては、男性より女性の満足度が高い。

性別では、男性の40代以下で満足度が高くなるものの、50・60代の満足度が低く、大変満足したとする人は存在しない。一方、女性の40・50代は満足度が高くなるものの、男性とは反対に20・30代の満足度が低く、特に30代の満足度の低さが際立つ。

○酒田市への来訪意向に関しては、男女ともに半数近くの人が来訪意向を持っている。特に、男性の60代、女性の30代及び60代の来訪意向が高い。

酒田市への来訪意向を酒田市を訪れたことがある人とない人で比較すると、訪れたことがある人の来訪意向が明らかに高く、訪れた回数が多くなるほど来訪意向が高くなる傾向がみられる。

*** インターネット調査の結果からは、山居倉庫、山王くらぶ、相馬樓、本間家旧本邸、土門拳記念館など、これまでの酒田の主力観光地点への来訪意向が低く（酒田市を知らない人）、観光客のニーズとの間で乖離が生じている。逆に来訪意向が高い観光地点は、海鮮市場・みなと市場、玉簾の滝、眺海の森、初孫酒造資料館蔵探訪館などで、「飲食」や「景観」などが今後の酒田の観光を推進していく上でポイントとなる。**



訪問したい観光スポット (酒田市を知らない人)

③ 観光関係者ヒアリング調査

*観光関係者へのヒアリング調査では、以下のような課題と提案（分野別）が明らかとなった。それぞれ、課題と提案を分野別に整理した。

<課題>

課題	<ul style="list-style-type: none">・市内の観光関連関係者同士の連携が取れていない。・観光系や福祉系に限らず、様々な主体との連携が必要。・観光関連の各団体がバラバラに動いており、一体となった取り組みが出来ていない。・酒田市内には観光バスの団体客がまとまって食事を取れる場所がなく、観光バスの団体客のための食事場所や駐車場が整備されていない。・乗務員の高齢化が進み、若い人材確保が急務であるなど、乗務員の人員不足が一番の問題（タクシー業界）。・観光関連施設が点在しており、集積されていない。・最上川の舟運と北前船の基点として栄えた港町酒田ではあるが、酒田の玄関口となる酒田駅前に広がる駐車場やヨットのモニュメントなどから、港町としての雰囲気を感じられず、期待と現実のギャップを与えている。・酒田市にも烏海山への登山口があるが、交通の便が悪く、宿泊施設も揃っていない。・酒田には温泉のある宿泊施設が少ないため、冬場の観光が弱い。・寒鱈など冬の味覚による誘客を図り、通年型の観光地への転換が求められている。・飛島は魅力的な観光スポットであるが、島内には民宿しかなく、相風呂・共同トイレであったり、ふすま1枚の仕切りであったりと、若い女性グループが安心して宿泊できる施設がない。・若い女性グループが安心して宿泊できる5～10室程度の客室に、レストランや売店を併設した宿泊施設が飛島に欲しい。・酒田駅前の無料駐車場の問題の解決など、今は駅前の開発が先決である。
----	---

<提案>

資源の魅力	<ul style="list-style-type: none"> ・フランスで「日本の即身仏」が有名であるが、海向寺に2体もあり、外国人観光客に向けての資源として魅力が高い。 ・産業観光の関係では、酒田にはエプソン、花王、本間ゴルフなどの工場があり、産業観光も進められる。 ・食品系の産業観光としては、酒田米菓の「オランダせんべいFACTORY」も面白い。 ・酒田のウリは「食べ物」であり、醤油・魚介系の「酒田のラーメン」や「海の幸」「すし屋」「酒田の郷土料理」などが活用できる。 ・酒田は冬の時期の食の魅力が特に高い。 ・「北前船」で打ち出すなら、本物を作って浮かべることが必須。さらに、船の中で食事ができたらより魅力を感じる。 ・酒田には赤ネギなど魅力的な農産物が多く、地元産物による農家レストラン事業を街なかで進めていきたい。 ・「食の都庄内」と掲げられているように、庄内エリアの観光の魅力はなんと言っても「食」である。 ・庄内エリアは気候風土に恵まれているため、海、山、平野毎に、四季それぞれで美味しい食べ物が揃っている（米、野菜、魚、肉、フルーツ）。 ・酒田観光の2枚看板は「食」と鳥海山や飛鳥などの「自然環境」である。
連携	<ul style="list-style-type: none"> ・ホテルに泊まれば観光施設に無料で入場できるなど、市内の交通機関との連携による割引などの連携方策も必要。 ・庄内エリア一帯で活用できるマルチクーポン（飲食、買い物、施設入場料など）などの導入も求められる。
情報発信	<ul style="list-style-type: none"> ・自然豊かな庄内の魅力が目に見える、身体に感じさせる情報発信が必要。 ・外部への情報発信を「酒田」という地名からも「酒」をもっと使ってもらいたい。 ・酒田の売りとしては「鳥海山の眺望」「フレンチ」などもあるが、庄内エリアを一つの観光地として捉え、酒田だけではなく、庄内エリア全体として情報発信していくことが必要。
交通	<ul style="list-style-type: none"> ・酒田及び鶴岡エリアに新幹線の停車駅の誘致が必要であり、その際には鶴岡と酒田で駅の取り合いをするのではなく、お互いに納得できる妥協点を探る必要がある。例えば庄内町等に誘致するのも一つの良い案でないか。 ・庄内空港という空路と大型フェリーが寄港する海路など交通の要の港として発信していくことも重要。 ・山居倉庫周辺には駐車場が少なく、さらに整備する必要がある。 ・空港は全日空しか運航しておらず、運航の時間帯も良くない。
体制	<ul style="list-style-type: none"> ・着地型観光の受け皿が不足している。 ・観光物産協会の体制強化が必要。 ・市全体として、観光推進体制をしっかりと組むべき。 ・観光戦略会議のような会議体を恒常的に開くことが望ましい。 ・観光に対する外部の目（専門家等）が必要。

＜調査結果のまとめ＞

- * 来訪者アンケート調査やインターネット調査の結果によると、酒田市内の訪問地点が市内中心部エリアの山居倉庫や本間家旧本邸、さかた海鮮市場・みなと市場、日和山公園、土門拳記念館などに集中（P.60 Q7 及び P.69 Q6 参照）しており、眺海の森や玉簾の滝、飛島など郊外エリアの観光地点にはほとんど訪れていない。
- * 一方、高度情報化社会の進展により、人々の価値観が様々に変化している中、観光に対するニーズも多様化してきている。
インターネット調査の結果から、酒田市のことを知らない消費者では、眺海の森や玉簾の滝、初孫酒造資料館蔵探訪館に対する訪問ニーズが高くなる一方、酒田市の主要観光地点である中心部の山居倉庫や本間家旧本邸、山王くらぶなどに対するニーズが低く（P.66 Q5 参照）、現状の観光地点と消費者（旅行者）ニーズとでミスマッチが生じている。
- * また、来訪者アンケート調査の結果にも示したとおり、酒田市内に訪れた際の回遊性が非常に低くなっている。これは、訪れる観光地点の情報は得ているものの、他の観光地点に関する認知度の低さ（P.67 Q2 参照）が原因の一つと考えられる。