

---

## (2) 観光戦略策定の視点

酒田市の中長期観光戦略の策定にあたっては、以下のような戦略策定の視点を持って、あらためて酒田市の観光資源を見直し、資源特性を洗い出すとともに、資源の再編集と物語化を行うことによって戦略の策定を行う。

### ① 「これなら人が呼べる酒田の“ウリ”」の確立

酒田の地域資源の洗い出しと再整理を行い、これなら人が呼べる酒田の“ウリ”（最も有力な観光資源）を確立する。

酒田は最上川舟運や北前船寄港地として栄えた交易の歴史があるとともに、北前船交易で栄えた豪商による公益事業の歴史という二つの側面があり、これらの歴史が融合した国内有数の商都であった。よって、酒田の歴史を“交易”と“公益”で再編集し、酒田の“ウリ”として国内外に訴求することで地域独自の魅力を発信し、酒田の観光を活性化する。

その意味で、酒田の“ウリ”の確立とは「酒田ブランド」（市民の誇りと訪問客からみた信頼）を構築するものであり、他地域からの来訪を促進するために必要な過程である。この過程においては、特に地元住民だけではなく“外からの目線”を中心として地域資源を再評価し、地域資源の観光資源化を目指していく。

### ② 既存観光資源のリノベーションと新たな観光資源の活用

酒田市は、現段階では「観光地」であるとは言えない。大量消費型で観光客がどっと押し寄せるような既存の大型観光地の観光戦略とは差別化し、多品種・多頻度型の観光を目指すという考え方が有効である。たとえ一つ一つの単位は小さくても、何度も訪れる来訪者（リピーター）を着実に増やす戦略が効果的だと考えられる。

現代は旅の“個人化”と“テーマ化”という大きな潮流の中にある。既存資源は大量消費型の観光スタイルになっているが、時代の流れに沿って酒田の観光を考えた場合、既存観光資源の再構築（リノベーション）を行うとともに、新たな地域資源（未活用資源）を発見・活用し、既存観光資源と新たな地域資源を融合させた酒田独自のストーリーを作り、新たなテーマづくり（イノベーション）につながる施策を確立する。

既存の観光資源についても、従来型の古い形態・体制での魅せ方ではなく、今日の顧客ニーズの変化に対応できるよう、新たな魅せ方についても検討する。

### ③ 酒田の「オリジナル・ストーリー」の確立

いかに地域独自の資源であっても、固有のオリジナル・ストーリーがなければ

---

伝わらない。地域資源の魅力を伝える物語が来訪者に感動を与え、より興味深く地域を知りたい、訪ねたいという動機につながる。

例えば、鳥海山にもたらされた恵みと、最上川舟運と北前船交易による文化を軸とした酒田独自のストーリー（酒田ブランド）の確立は、地域の共通認識の醸成と対外的プロモーション戦略の基盤となる。

オリジナル・ストーリーは、市民自らが認識し地域の誇りとして感じる柱である。

#### ④ 酒田の個性を光らせるサブ・ストーリー（観光プログラム）の創出

オリジナル・ストーリーを軸として、これらに関連する酒田市の多様な地域資源を再編集し、それぞれの魅力を引き出せるよう、サブ・ストーリーを構築し、そのストーリーに沿った観光プログラムの創出により誘客を図る。オリジナル・ストーリーを具現化するためのサブ・ストーリーは、テーマ性を重視した個別具体的な施策として設定し、計画・展開していく。また創出する観光プログラムは、サブ・ストーリーを深く楽しむための長期滞在型のプログラムを含めて策定し、滞在型観光を推進するための一つの方策とする。

オリジナル・ストーリーと連動したサブ・ストーリーによって、現在の酒田の観光施策の展開を「酒田物語」とすると、これまでの観光施策とは違った売り出し方として、特に“新しさ”を強調するために「新」の文字を入れて、「新酒田物語」としてアピールする。

そして、サブ・ストーリーに沿って共通のニーズを持った顧客層ごとにマーケティングを行い、属性に合ったプロモーションを行うなど、効率的な事業を展開する。新たな観光プログラムとして事業化を図り、サブ・ストーリーで来訪動機を高め、顧客を誘致し、何度でも訪れたいような魅力を付加したプロモーションを行う。

プロモーションのターゲットは国内だけではなく、海外も対象とし、酒田市の魅力と日本固有の地方の魅力について、さまざまな機会を捉えてプロモーション活動を行う。

#### ⑤ 地域の総合力を活かす

「新酒田物語」をベースとして、酒田市内の観光関係者はもとより、庄内地域全体での誘客を図るため、観光交流活動が地域経済の「けん引役」となるよう、地域の商工関係者や市民を巻き込んで、地域の総合力を活かせるような観光地域づくりの体制構築とプログラムづくりを行う。まさに観光を新たな産業として確立し、観光産業が地域産業の再生の軸としての役割を担い、地域経済の発展を促進する。

---

そのため、地域資源に係る農林水産業者や商工業者、交通事業者、観光事業者、市民団体等、幅広い関係者らが結集した会議体（組織体）を作り、情報交流と連携・協働を行いながら、個々具体的に事業を進めていく。関係者が結集した体制を作ることによって、相乗効果のあるダイナミックな事業連携が可能となり、波及効果の高い事業の推進を図ることができる。そのため、行政や民間が一体となって事業を推進する、地域プラットフォームとしての観光推進体制を構築する。

また、具体的な事業の推進にあたっては、市内の回遊性を高めるための二次交通のあり方について検討を行い、さらに新たな酒田の名物や名産品を開発することによって地域ブランド力を高める取り組みなど、同時並行的に取り組みを推進する。

## ⑥ 庄内地域が連携して取り組む広域観光連携

来訪者にとっての酒田市は、非常に限られた地域として捉えられがちである。酒田市は庄内地域の一部である。庄内地域は日本海に面しており、北は秋田県、南は新潟県に接している。これまでも、庄内地域全体で広域観光振興が進められてきたところであるが、具体的な事業連携や協働による事業展開は思うように進んでいないのが現状である。

魅力的な観光資源は行政区域等に関わらず庄内地域全体に及び、関連しながら点在している。出羽三山（月山、羽黒山、湯殿山）をはじめ庄内地域の食や歴史・文化の魅力、日本海に面して続く海岸線、海・山・川などの連続した自然景観は、広域的に観光するに適した地域でもある。

そこで、各市町がそれぞれの強みを活かし、弱みを補完し合えるような広域的な観光資源の編集を進め、それぞれの地域がテーマに沿って連携して取り組むことのできる事業を創出することによって、庄内地域全体としての魅力が高まると考えられる。酒田の魅力を高めることは庄内地域全体の観光にも貢献し、地域の観光の魅力を総合的に高めることにもつながる。

いずれにしても、各市町が連携して観光振興に取り組むことによって、庄内地域全体が通年型・滞在型の観光を促進する地域となることが可能なのである。

## ⑦ 酒田の観光の魅力の発信

上記のような観光資源の再構築とストーリー化、さらには多様な主体の結集による強固な観光推進体制のもと、積極的な観光振興の取り組みを行う。その際もっとも重要なのは、顧客である観光客への情報提供である。どんなに優れた観光資源や観光商品を構築できても、顧客に情報が届かなければ意味がない。顧客が求めている情報を的確に提供する積極的なプロモーション活動が不可欠である。

そのため、メディアやマスコミ等を活用したり、動画配信やブログ、SNS等

---

のソーシャルメディアによって情報を拡散するなど、顧客の好みや行動特性に応じた情報提供の仕組みについて検討を行う。特に顧客が求めている情報を、マーケティング活動によつて的確に把握し、必要な顧客に必要な情報が提供できるようにする。対象となる顧客は国内外に及ぶため、酒田の魅力やストーリーの魅力を国内外に積極的に情報発信していく。