

酒田市観光戦略（案）および酒田市観光戦略アクションプラン（案）への 意見等の募集結果

酒田市観光戦略（案）および酒田市観光戦略アクションプラン（案）への意見等の募集を下記のとおり実施しました。

1 概要

- (1) 募集期間 令和8年1月9日から令和8年1月29日まで
- (2) 意見総数 37件

2 寄せられた意見と本市の考え方

NO.	ご意見（原文）	本市の考え方
1	<p>【観光戦略本文】</p> <p>【酒田市観光戦略の策定にあたってについて】</p> <p>冒頭の市長のことばに「観光づくりは、一部の関係者が行うものではありません。」とありますが、それにはpage4 2 ありたい姿④市民一人ひとりが地域を誇り、観光客とのコミュニケーションが促進されることが必要であります。このことは、市民が地域資源の優位性を理解すること重要であると思います。そのためには、幼少期・義務教育・高等学校や公立化される東北公益文科大学等の教育機関と連携した取り組みや市民への情報周知が必要であると思います。</p> <p>※酒田は何でもある(港・空港・高速道路・海・山・水田・果樹)けど、何にもないとの意識を変える必要があるのではでしょうか。庄内島との認識は理解できませんが、国の緊縮財政方針では相当程度、太平洋側よりインフラ整備(鉄道の整備新幹線計画は遅滞している状況で東海道新幹線整備済ですが、リニア中央新幹線整備事業、高速道においても第2東名高速整備(新東名構想道路)済であること等)は進まない現実を理解したうえで事業を進める必要があります。このことは市民に認知されているのでしょうか。</p>	<p>【記載済み】</p> <p>【アクションプラン17ページ】</p> <p>市民総案内化計画「01市民向けまち歩きツアー」「02市内小中高学校への出前講座の強化」を実施することで、大人から子供まで、市民が地域資源の優位性を理解し、「酒田には何もない」との意識を変えて行けるよう努めます。</p>

2	<p>【観光戦略全般】</p> <p>【高校・大学との意見交換について】</p> <p>酒田市には、ビジネス共創専攻(観光地域創生専攻)のある酒田南高等学校や観光・まちづくりコースのある東北公益文科大学がありますが、酒田市観光戦略(案)を作成にあたり意見交換等を実施していますか。</p>	<p>【修正なし】</p> <p>東北公益文科大学・酒田南高校とは、教育機関と行政という形での意見交換は行っておりませんが、酒田市観光戦略の策定にあたり、「酒田市の観光について考える市民ワークショップ」を3回開催しており、高校生や大学生にも参加いただきました。市内の学生の意見も観光戦略の策定に反映されていると認識しています。</p>
3	<p>【観光戦略全般】</p> <p>【友好都市等の位置づけについて】</p> <p>酒田市と友好都市である国外の交流都市の姉妹都市ジェレズノゴルスク・イリムスキー市(ロシア連邦イルクーツク州)・友好都市唐山市(中華人民共和国河北省)・姉妹都市デラウェア市(アメリカ合衆国オハイオ州)・アメリカ合衆国マサチューセッツ州ケープコッド・ライトハウスチャータースクール・台中市(台湾)国内の交流都市の東京都北区・東京都武蔵野市・沖縄県東村・鹿児島県志布志市(旧鹿児島県松山町)・宮城県大崎市(旧宮城県松山町)・岐阜県海津市(旧岐阜県平田町)・秋田県秋田市・岩手県平泉町・三重県南伊勢町の交流は観光戦略でどのような位置付けですか。交流人口拡大につながる仕組みを考慮していますか。</p>	<p>【修正なし】</p> <p>友好協定等を結ぶ交流都市は、観光戦略上、本市の観光物産プロモーションの重要なタッチポイントであると認識しています。</p> <p>なお、東京都北区や武蔵野市とは、市民相互交流によるツアーなどが実施されており、酒田ファンを増やすきっかけになっています。</p>
4	<p>【観光戦略本文 4ページ】</p> <p>【2ありたい姿について】</p> <p>2ありたい姿を①～④に示していますが、page9IVありたい姿を実現するための取組みの整理が【豊かな食】・【歴史文化】・【自然環境】・【観光まちづくりを支える基礎的な取組み】とありますが、ありたい姿とどのように整理されているのでしょうか。</p>	<p>【修正なし】</p> <p>本観光戦略では、重点的に取り組むべき3本の柱と、観光推進のための基礎的な取組みを設定し、アクションプランにて具体的な取組みを進めることで「ありたい姿」の実現を目指します。</p> <p>具体的なロジックツリーでは表していませんが、各施策が相互に結び付くことで成立する仕組みとなっています。</p>
5	<p>【観光戦略本文 5ページ】</p> <p>【酒田市を取り巻く観光の現状について】</p>	<p>【記載済み】</p> <p>【アクションプラン 16ページ】</p> <p>酒田ファン獲得と消費拡大推進事業</p>

	<p>酒田市を取り巻く観光の現状にインバウンド数が低調に推移している記載されていますが、この課題は山形県としても課題であるので山形県とも連携した取り組みが必要であると思います。</p>	<p>「06誘客プロモーションの実施と広域連携」にて、取り組みを予定しています。</p> <p>山形県が令和6年度に採択された観光庁「高付加価値なインバウンド観光地づくり事業」では、酒田市も人材育成やインバウンド誘致活動で連携しているほか、庄内観光コンベンション協会や日本海羽越広域観光推進協議会などの広域観光圏との連携はすでに行っており、今後も継続いたします。</p>
6	<p>【観光戦略本文 5ページ】 【クルーズ船の寄港について】</p> <p>クルーズ船の入港も今後増加とありますが、令和8年度からジャパネットクルーズの停泊港となるとのことですが、ジャパネットクルーズの観光客はほぼ日本人であることから、インバウンド客と違った対応でリピータ客となるような仕掛けが必要ではないでしょうか。</p>	<p>【修正なし】 【アクションプラン13ページ】</p> <p>観光関係者が一体となった観光推進体制構築事業「03クルーズ船受け入れ体制の再構築」の中で、乗客の多くが日本人であるジャパネットクルーズの対応を検討いたします。現時点では、商店街との連携によるクルーズマーケットの開催、ジャパネットクルーズ向けのパンフ・飲食店マップの作成などを進めています。</p>
7	<p>【観光戦略本文 6ページ】 【山居倉庫から「夢の倶楽」が移転したことに関する対応について】</p> <p>観光客から見た酒田の姿に山居倉庫内の観光物産機能である「夢の倶楽」が複合施設「いろは蔵パーク」に移転したことから、観光地として山居倉庫に与える影響を注視が必要とありますが、史跡となった山居倉庫の本格的な利活用はある程度長期間となるため、早急に影響調査分析して対応が必要ではないでしょうか。</p>	<p>【修正なし】 【観光戦略本文10ページ、アクションプラン5ページ】</p> <p>観光入込数調査やアンケートの結果から山居倉庫の魅力低下は明らかであると認識しています。</p> <p>山居倉庫が観光ハブ機能を維持していくために、重点アクションプランとして「01山居倉庫の内部映像の作成と敷地内周遊促進の仕組みづくり」を早期に取り組みます。</p>
8	<p>【観光戦略本文 8ページ】 【データ分析から見えた酒田の観光の姿について】</p> <p>データ分析から見えた酒田の観光の姿で東京在住者が宿泊伴う観光多くなっていますが、千葉・神奈川・埼玉の関東の観光客が多い。酒田の高等学校は関西へ修学旅行に行くケースが多いようですが、関西地方の観光客を誘客する起点と</p>	<p>【修正なし】 【観光戦略本文8ページ】</p> <p>距離にかかわらず、体験型観光や自然体験をメインにした教育旅行誘致は、全国的に知名度のある体験メニューの造成や大人数が一度に宿泊できる宿の不足などから、積極的に取り組む状況にありません。</p>

	<p>して関西の高等学校の修学旅行をターゲットとして、体験型観光や自然体験メインにして誘致することはできないでしょうか。</p>	
9	<p>【観光戦略本文 9ページ】 【ありたい姿を実現するための取組みについて】 ありたい姿を実現するための取組み 【豊かな食】①美酒美食のまち酒田の推進とありますが、山形市で実施しているような「地産地消の店」ような制度を考慮していますか。また、美酒美食とは定義があるのでしょうか。</p>	<p>【修正なし】 【アクションプラン2ページ】 北前船がもたらした料亭文化から酒田フレンチ、酒田のラーメンまで、酒田の食の歴史と魅力のイメージを「美酒美食のまち酒田」として表現していることから、明確な定義付けはありません。現時点で認知度がまだ高くないため、アクションプランでは認知度向上のプロモーションの優先順位が高くなっています。 ご提案にあります「地産地消の店」のような制度は、今後の検討課題とさせていただきます。</p>
10	<p>【観光戦略本文 9ページ】 【ウェルネスツーリズムの検討について】 ウェルネスツーリズムの検討で長期滞在富裕層へ特化したコンテンツの造成を検討しますとありますが、長期滞在富裕層が滞在施設はどのような施設想定されているのでしょうか。</p>	<p>【修正なし】 【観光戦略本文9ページ】 ウェルネスツーリズムは、本市の豊かな食、自然の活用について記載したものです。具体的な宿泊施設を想定しているものではありません。 具体的な富裕層向けの宿泊施設の誘致について取り組んで参ります。</p>
11	<p>【観光戦略本文 10ページ】 【山居倉庫の魅力向上について】 【歴史文化】①山居倉庫の魅力向上でハブ機能が維持される機能が必要とありますが、山居倉庫が酒田観光のキラーコンテンツであります。国指定の史跡でその利活用検討期間が長期に渡ることが想定されますが、昨年の「いろは蔵パーク」開業以来の集客でハブ機能が維持されているのでしょうか。少し疑問があります。</p>	<p>【修正なし】 【アクションプラン5ページ】 現状の山居倉庫のハブ機能は低下していると思われませんが、本市の観光ハブ機能を担えるのは山居倉庫だけだと認識しています。 文化財としての利活用には、その整備に一定の期間が必要となるため、整備期間中も山居倉庫の魅力を伝え、お客様に満足していただくことで集客力を維持するために、重点アクションプランとして山居倉庫の魅力化向上に取り組むものです。</p>
12	<p>【観光戦略本文 10ページ】 【酒田舞娘の支援について】</p>	<p>【修正なし】 【アクションプラン8ページ】</p>

	<p>②酒田舞娘の支援に、舞娘としての活動内容・仕事のやりがいを伝える機会を広く提供しますとありますが、子ども(幼児から高校生)と触れ合う機会や中高生の職業体験や大学生のインターシップ等は視野にいれているのでしょうか。</p>	<p>ご指摘の趣旨は、酒田の歴史と文化を伝える伝統文化の継承「01酒田舞娘の活用と知名度向上」に酒田舞娘の活用と知名度向上のためのプロモーション活動の実施として含まれており、小中学校への出前講座の実施や、習い事としての演舞の受け入れはすでに取り組んでいます。大学生との連携については、現在模索しています。</p>
13	<p>【観光戦略本文 10ページ】 【山王くらぶの支援について】</p> <p>③山王くらぶの魅力向上の「おしん」ギャラリーについては、アジアを中心に「おしん」を海外で幅広く認知されていることから、ギャラリー充実とSNSや海外のSNS等で公式ホームページに館内案内「おしん」ギャラリーの掲載がないように思えたので掲載する必要があるのでは</p>	<p>【修正なし】 【観光戦略本文13ページ】</p> <p>おしんギャラリーの充実とロケ地の周知については記載済みです。公式ホームページやSNSでの情報発信について、指定管理者との連携を図ります。</p>
14	<p>【観光戦略本文 10ページ】 【物産（伝統工芸品）の振興について】</p> <p>④物産（伝統工芸品）の振興は首都圏でのプロモーションで販売や地域の伝統工芸品を地域で認知されるように子ども(幼児から高校生)と触れ合う機会や中高生の職業体験や大学生のインターシップ等は視野に入れて検討されてはどうか</p>	<p>【修正なし】 【観光戦略本文10ページ】</p> <p>ご指摘の内容は、本文中の「本市が誇る素晴らしい伝統工芸を広く周知し、実際に触れる機会」に包含されています。なお、子供たちが伝統工芸に触れる機会の創出に努めます。</p>
15	<p>【観光戦略本文 11ページ】 【スポーツツーリズムの検討について】</p> <p>④スポーツツーリズムの検討に本市の豊かな自然をフィールドにしたスポーツ大会とは具体的はどのようなものを想定されていますか。また、女子バレーボールのトップリーグのSVリーグのアランマーレ山形が2026-2027シーズンから秋田県にホームを移転します。マーザタウンとして接点が残るようですが、これは東北で唯一アリーナがない山形県の課題でもあります。山形県の均衡ある発展を図ることも通じるのでアリーナの誘致でプロスポーツチームの誘致と交流人口の拡大を</p>	<p>【修正なし】 【観光戦略本文11ページ】</p> <p>スポーツツーリズムについては、可能性を探る状態であり、具体的な想定はありません。すでに開催されているつや姫マラソンについては、オプションルツアーの造成を検討します。</p> <p>例えば、バレーボールチームの誘致については、アリーナ等の整備に高いハードルがあり、断念したところです。</p>

	図ることも必要ではないでしょうか。	
16	<p>【観光戦略本文 12ページ】</p> <p>【観光二次交通のあり方について】</p> <p>市地域公共交通担当部署等と連携し、市内回遊性向上のための観光二次交通のあり方を検討します。とありますが国家戦略特区で無人運転バスの実証運行している自治体があるようですが、このようなことも視野にいれていますか。また、民間のホンダやウェイモ（Waymo）も自動運転タクシー事業を展開する計画があるようですが、このことも検討されていますか。</p>	<p>【修正なし】</p> <p>【アクションプラン12ページ】</p> <p>ご指摘の内容を含め、幅広に検討いたします。</p>
17	<p>【観光戦略本文 12ページ】</p> <p>【観光推進体制の再構築について】</p> <p>① 観光推進体制の再構築でまとまったより大きな組織が構築することになるものと想定されますが、マンパワーや人脈・知見の広がりにより、現在より大きな事業展開やより幅広い観光戦略の実施主体となることを期待します。</p>	<p>【修正なし】</p> <p>【アクションプラン13ページ】</p> <p>ご指摘のような効果が出せるよう、組織の再構築に努めます。</p>
18	<p>【観光戦略本文 13ページ】</p> <p>【受け入れ体制強化について】</p> <p>③ 受け入れ体制強化キャッシュレス決済の導入を促進とありますが、酒田市すべて商店・飲食店でキャッシュレス決済導入するとの目標があるのでしょうか。零細事業者に対する金銭的な支援体制が必要ではないでしょうか。</p>	<p>【修正なし】</p> <p>【アクションプラン16ページ】</p> <p>キャッシュレス決済は、各店舗での判断もございますので、すべての店舗での導入を目標としているものではありません。具体的な支援内容については、今後検討します。</p>
19	<p>【観光戦略本文 13ページ】</p> <p>【市民総案内人SNS投稿キャンペーンについて】</p> <p>④ 市民総案内人SNS投稿キャンペーンに取り組みするあたり、投稿についてルールや投稿方法のアウトラインやイベント開催に早期周知やイベント開催のSNSで発信強化期間等を取り決めするのでしょうか。また、市民総案内人であれば高齢者も対象と思いますがSNS投稿教室の開催は検討されていますか。</p>	<p>【修正なし】</p> <p>【アクションプラン 18ページ】</p> <p>キャンペーンの具体的な仕組みは今後検討して参りますが、SNS投稿の性格上、厳格なルール設定は馴染まないものと考えています。</p> <p>「市民総案内人」の表現は、ありがたい姿を表したものです。このキャンペーンを目的とした教室等の開催は考えておりません。</p>
20	【観光戦略全般】	【修正なし】

	<p>【第5世代移動通信システムについて】</p> <p>5G（第5世代移動通信システム）の事業範囲の拡大や全ての観光施設で公衆Wi-Fiとつながる事業展開も必要と思われる。</p>	<p>市内観光施設における公衆Wi-Fiの整備はほぼ完了していると考えています。</p> <p>第5世代移動通信システムについては、観光情報の取得に必須ではなく、観光戦略として取り組むべき課題ではないと考えます。</p>
21	<p>【観光戦略全般】</p> <p>【地域の伝統行事や伝統芸能について】</p> <p>地域の伝統行事(酒田祭を含む)や伝統芸能は酒田市観光戦略ではどのような位置付けとなっていますか。</p>	<p>【修正なし】</p> <p>本観光戦略では「観光で稼げる地域づくり」の実現のため、短期的・優先的アクションプランを進めることに主眼を置いています。</p> <p>酒田まつりなどの伝統行事については、今後も継続して取り組んでいくため、組織の再構築を図ります。</p> <p>黒森歌舞伎などの地域の伝統芸能は、本市の魅力ある観光素材と捉えているので、今後もPR活動に努めます。</p>
22	<p>【アクションプラン 3ページ】</p> <p>【美酒美食のまち酒田県内・首都圏プロモーションの実施について】</p> <p>02美酒美食のまち酒田県内・首都圏プロモーションの実施とありますが、食材やお酒の選定のプロセスは決まっていますか。プロモーションは2回/年とありますが、季節や酒田で開催されるイベントとの調整も行うのでしょうか。</p>	<p>【修正なし】</p> <p>【アクションプラン3ページ】</p> <p>美酒美食のまち酒田はイメージ戦略であり、食材や対象店舗を具体的に定めるものではありません。プロモーションの実施については、季節の食材の活用やイベントへの誘客につながる取り組みとなるよう努めます。</p>
23	<p>【アクションプラン 3ページ】</p> <p>【美酒美食のまち酒田県内・首都圏プロモーションの実施について】</p> <p>06市内企業と飲食店のコラボランチの実施と学校給食での地場産農産物の利用促進とあるので学校給食にも費用の一部を助成して子どもに対しても酒田の食材のよさを教育する取り組みはできませんか。</p>	<p>【修正なし】</p> <p>【アクションプラン4ページ、17ページ】</p> <p>ご指摘の内容については、本観光戦略内で触れている項目はありません。</p> <p>美酒美食のまち酒田のプロモーションにおいて、学校給食と連携した取り組みは、地域の食文化を学ぶ機会の1つではありますが、優先度は低いと考えます。</p>
24	<p>【アクションプラン 6ページ】</p> <p>【山居倉庫の内部映像の作成と敷地内周遊促進の仕組みづくりについて】</p> <p>01山居倉庫の内部映像の作成と敷地内周遊促進の仕組みづくりですが酒田観光のハブの山居倉庫の観光客の減少は早急</p>	<p>【修正なし】</p> <p>【アクションプラン6ページ】</p> <p>山居倉庫のブランド力低下への喫緊の課題と捉えており、令和8年度に内部映像の公開と音声ガイドサービスの導入に取り組む予定です。</p>

	<p>に対策が必要でありスピード感を持って取り組んでいただきたい。大型映像装置によるストーリーテリングや現在あるスマホで観光音声ガイドサービスに山居倉庫にさらに特化したものの開発やVRを活用した事業は視野にいれているのでしょうか。また、観光事業に対する史跡山居倉庫整備基本計画(長期間を要する整備計画)のインフォメーションの重要であり観光事業者との連携体制を強化していただきたい。</p>	
25	<p>【観光戦略本文 2 ページ】 【酒田市総合計画の「めざすまちの姿」と観光戦略について】 「ファンがおおく、移住者・定住者・観光客が増加する酒田」を推進するための具体的な計画であるならば、観光を「雇用を創り出し、外部からお金を稼ぐ地域経済の柱」という位置付けでデータを分析し（RESAS 等）、「総合産業化」を図るというスタンスで施策を考えるべき。狭い観光の枠組みでしか考えていない。</p>	<p>【修正なし】 【観光戦略本文2 ページ】 「観光で稼げる地域づくり」の実現のため、短期的・優先的アクションプランを進めることに主眼を置いた観光戦略としています。</p>
26	<p>【観光戦略本文 5 ページ】 【酒田市を取り巻く観光の現状について】 県内他市町村との比較がないと現状が分からない。外国人旅行者の推移も入れるべき。</p>	<p>【修正なし】 【観光戦略本文5 ページ】 観光戦略本文にすべてのデータを表記することは出来ませんでした。他市町との比較検討・外国人旅行者の推移の確認は行っています。詳細なデータは別途公開する予定です。</p>
27	<p>【観光戦略本文 9 ページ】 【ありたい姿を実現するための取り組みについて】 施策を検討する前に観光を取り巻く時代背景を分析すべき。 プロダクトアウト (product out) の観点でマーケットイン (market in) の視点がない。ややもすれば「俺ってスゴいだろう」「俺のストーリーを聞け」というウザい男、自分が話したいことを話すガイドと同じ。</p>	<p>【修正なし】 【観光戦略本文9 ページ】 観光施策の検討について、プロダクトアウト (product out) とマーケットイン (market in) 、どちらに重きを置くのか考えた際、全国の観光地の中から酒田を選んでいただくためには、酒田独自の歴史や文化・体験を磨き上げ、売り込んでいくプロダクトアウト (product out) がより重要と判断しました。お客様のニーズに応えるマーケットイン (market in)</p>

		<p>の考え方は、観光二次交通や来訪者アンケートの結果を踏まえてプロモーションや体験メニュー等へ反映させていきます。</p>
28	<p>【観光戦略本文 16ページ】 【観光戦略推進のための目指すべき体制について】</p> <p>現在、イベント等を主催している酒田観光物産協会が物産振興部門を分離して2026年度に株式会社化して全職員が転籍する予定である。今後、協会と酒田DMOで観光振興の新組織をつくることだが、実態が個人商店のDMOで事業を担うことができるのか。ほとんど丸投げで高上りになるだけではないのか。</p>	<p>【修正なし】 【観光戦略本文16ページ】</p> <p>酒田市観光戦略を効果的かつ効率的に推進するため、市、酒田DMO及び酒田観光物産協会の役割を見直します。観光プロモーション、イベント運営及び物産振興などの各機能を明確化した上で、相互の連携を深め、地域一体となって観光まちづくりを推進する体制の再構築を図るものです。</p>
29	<p>【観光戦略本文 17ページ】 【目標設定について】</p> <p>設定の根拠が不明。本来は、令和16(2034)年度の人口及び消費支出を推測し現在からの減少分を観光消費で賄い現状維持又は向上を図るというロジックが本筋。そのような論理的思考がまったくない。</p>	<p>【修正なし】 【観光戦略本文17ページ】</p> <p>将来の人口減少による税収減を観光消費で賄うことは、目標値として設定することはあり得ますが、そこに過去の消費実績等は考慮されないため、目標値として適切ではないと考えます。</p> <p>本観光戦略における目標値は、過去の観光消費の伸び率を基本に、アクションプランを実施することで伸び率が加算されることを見込んで設定したものです。</p>
30	<p>【観光戦略全般】 【アクションプランの実施について】</p> <p>経営資源に限られる中、これだけのことを実施できるのか甚だ疑問。</p> <p>貴重な経営資源を浪費することなく、効果が高いものに絞るべきではないか。</p>	<p>【修正なし】 【アクションプラン全般】</p> <p>アクションプランは喫緊の課題の解決のため、優先的に取り組むべき項目を設定しました。3年のサイクルの中で適宜見直します。</p>
31	<p>【アクションプラン 3ページ】 【02 美酒美食のまち酒田 県内・首都圏プロモーションの実施について】</p> <p>これまで酒田DMOが実施しているがどのような効果があったのか。ただ単に委託先に金を渡しているだけではないのか。</p>	<p>【修正なし】 【アクションプラン3ページ】</p> <p>首都圏や海外へのプロモーションは、酒田の食材PRに一定の効果があったと認識しています。一部は取引が継続されているほか、食を切り口とした誘客も進んでいます。</p>
32	<p>【アクションプラン 6ページ】 【05 ナイトタイムエコノミーのための夜</p>	<p>【修正なし】 【アクションプラン6ページ】</p>

	<p>間景観創出について】</p> <p>夜間景観を創出してどれだけ人が集まり、どのような経済効果が生じるのか。</p> <p>裏付けのない妄想に過ぎないのではないか。</p>	<p>ナイトタイムエコノミーは、宿泊を伴う観光誘客が期待できるため取り組むものです。</p>
33	<p>【アクションプラン 9ページ】</p> <p>【自然環境を活用した欧米豪からのインバウンド誘客強化について】</p> <p>2024年村山には 367,581 人の外国人旅行者が来ている。一方、庄内は85,923人。村山から引っ張っていく仕掛けを具体的に記述すべきではないのか。</p>	<p>【修正なし】</p> <p>【アクションプラン9ページ、16ページ】</p> <p>本市としても、内陸部から庄内への誘客は課題であると捉えており、令和8年度より酒田への宿泊と観光施設への立ち寄りを含むツアー造成を行う旅行事業者との連携を行う予定です。</p>
34	<p>【アクションプラン 12ページ】</p> <p>【二次交通の充実に向けた実証について】</p> <p>これまで何度も話題になるが解決していない。二次交通不要なツアーを造成し販売すればいいだけの話</p>	<p>【修正なし】</p> <p>【アクションプラン12ページ】</p> <p>団体旅行から個人や少人数グループ旅行へのシフト、SNSの普及による目的地の細分化、OTAによる旅行商品や体験メニューの多様化が進んでおり、それに対応するためには二次交通の整備は重要と考えます。</p>
35	<p>【アクションプラン 13ページ】</p> <p>【観光プラットフォーム機能の整備と実働について】</p> <p>酒田DMOは関係者と良好な関係が築けていない。今の体制のままでは不可能</p>	<p>【修正なし】</p> <p>【アクションプラン13ページ】</p> <p>酒田市及び酒田DMOは、今後も観光関係者との良好な関係の構築に努めます。</p>
36	<p>【アクションプラン 15ページ】</p> <p>【酒田ファン獲得と消費拡大推進について】</p> <p>目的地としての魅力を発信するために東京目線ではなく酒田目線のガイドブックを作ってはどうか（別添参照）</p> <p>時間消費（滞在時間）を促すことが観光消費額を増大させる。そのような施策を記述すべき。</p> <p>観光消費額のうち宿泊費が最大である。いかに宿泊させるか（新規・連泊・再泊）を考えるべき。</p>	<p>【修正なし】</p> <p>【アクションプラン15ページ、18ページ】</p> <p>酒田目線のガイドブックの作成はシビックプライドの醸成には効果があると思われませんが、観光誘客への効果には疑問が残ります。</p> <p>滞在時間の延長については、音声ガイドによる市内回遊性の向上やグーグルビジネスプロフィールの活用を行います。宿泊を振役取り組みについては、今後も検討を進めます。</p>
37	<p>【アクションプラン 16ページ】</p>	<p>【修正なし】</p>

<p>【06 誘客プロモーションの実施と広域連携】</p> <p>これまで酒田DMOが実施しているがどのような効果があったのか。</p> <p>現在は、Web3.0 B to C to C の時代である。その流れに乗ったプロモーションをすればいい。いいものを提供すれば勝手に拡散してくれる</p>	<p>【アクションプラン16ページ】</p> <p>酒田DMOのプロモーションの実績として、台湾台中市との観光友好協定の締結や教育旅行の誘致など、一定の成果があったと認識しています。誘客プロモーションについては、今後も効果的な方法を検討します。</p>
---	---