

# SAKATA

tourism strategy  
(2026→2034)

## 酒田市観光戦略

令和8年3月  
酒田市  
酒田DMO

国指定史跡「山居倉庫」

北前船日本遺産





## 酒田市観光戦略の策定にあたって



ここに新たな酒田市観光戦略を策定し、発表できますことを、大変喜ばしく思います。これまでの協議にご協力いただいた、策定委員の皆様、観光関係者の皆様、市民の皆様、そして関係各位に心より感謝申し上げます。

酒田は、古来より最上川舟運と北前船交易の結節点として栄え、独自の歴史と文化を育んできました。山居倉庫に象徴される米作りと流通の歴史、本間家に代表される公益の精神が根付いた風土、そして何よりも、日本海と鳥海山、庄内平野の豊かな自然がもたらす食の宝庫としての魅力は、どこにも負けない酒田の「宝」です。

コロナ禍以降の観光を取り巻く環境は大きく変化しており、国内外からの誘客なしには、人口減少が進行する地域の活力を維持し続けることは困難です。私たちは、この戦略を単なる計画書で終わらせることなく、「稼げる地域」を実現するためのロードマップと位置付けました。観光まちづくりは、一部の関係者が行うものではありません。観光まちづくりの成果を市民の皆様が実感し、自らが酒田の魅力を語れるようになることが重要です。そのためには、未来の観光人材育成や地域全体で観光客を温かく迎える受入環境の整備を市民の皆様と協働で進めて行くことが必要です。

古き良き酒田の歴史と誇りを胸に、この戦略を羅針盤として新たな一步を踏み出しましょう。

令和8年3月

酒田市長 矢口 明子



## 普遍的な酒田の価値

鳥海山に現れる数々の雪渓と黄金色に染まる庄内平野、日本海に沈む夕日と沖に見える飛島、山居倉庫の檜並木や日和山公園から眺める最上川と六角灯台など、豊かな自然が生み出す風景は、私たちの心に故郷の原風景として刻み込まれています。

「最上川 のぼれば下る稲舟の いなにはあらず この月ばかり」

最上川の文字が残された最初の記録は、平安時代の古今和歌集だと云われています。最上川の舟運文化は、遠く離れた京都の公家たちにも知られるほど古くから名を馳せていたことが伺えます。

鎌倉時代には、義経を匿い頼朝に攻められた藤原氏の姫（諸説あり）が最上川左岸の「向こう酒田」に落ち延び、徳尼公として生涯を全うしたと云われています。その後、徳尼公の従者たちは水害の多い「向こう酒田」から最上川右岸で砂丘の高台である現在の酒田中心市街地「当酒田」へ街を移転させました。従者の数にちなんで「酒田の礎を築いた三十六人衆」という言葉が今に残されています。



日和山公園 河村瑞賢像

江戸時代に入ると、河村瑞賢により整備された西廻り航路により、酒田港は御城米の積出港として大いに栄えました。

酒田に富をもたらした経済の大動脈である西廻り航路と最上川舟運文化は、鉄道の発達と共に衰退の道を辿りましたが、米の集積地として栄えた酒田には、北前船の航海安全を祈願するため豪商たちが寄進した豪華な寺社仏閣、船乗りたちが風待ちをした飛島の漁村文化、日本一の大地主「本間家」を生み出した庄内平野、米の品種改良と保管技術、鉄道の物流網を活用した山居倉庫、豊富な水資源と自然の恵みで人々の暮らしを支える鳥海山、上質なコメと豊かな水資源が育む酒田の地酒、酒田の地酒とともに楽しまれた地元食材を活かした料亭文化、料亭でお座敷を彩った芸妓と舞娘たちなど、今でも自然や歴史文化に裏打ちされた観光資源に恵まれています。



# 目次

酒田市観光戦略の策定にあたって

普遍的な酒田の価値

## 目次

I	計画の目的と位置付け.....	1
1	観光戦略策定のこれまでの経過と基本的な考え方.....	1
2	酒田市総合計画の「めざすまちの姿」と観光戦略.....	2
3	観光戦略の期間.....	2
II	酒田市の観光まちづくりの基本方針とありたい姿.....	3
1	基本方針.....	3
2	ありたい姿.....	4
III	酒田市の観光の現状と課題.....	5
1	酒田市を取り巻く観光の現状.....	5
2	観光客から見た酒田の姿.....	6
3	観光関係者から見た酒田の姿.....	7
4	データ分析から見た酒田の観光の姿.....	8
IV	ありたい姿を実現するための取り組み.....	9
1	ありたい姿を実現するための取り組み.....	9
2	アクションプラン.....	14
3	観光戦略推進のための目指すべき体制.....	16
V	ありたい姿を実現するための指標・指針.....	17
1	目標設定.....	17
2	「合言葉」と「キャッチコピー」.....	19



# I 計画の目的と位置付け

## 1 観光戦略策定のこれまでの経過と基本的な考え方

本市では、昭和57年3月に、日和山公園の本市広域観光の拠点化・市民のシンボル公園としての整備を主要なテーマの一つとした酒田市観光基本計画が策定され、鳥海山を借景とした現在の日和山公園の基礎が整備されました。

その後14年が経過した平成9年3月には、交通網の整備や旅行ニーズの変化に対応すべく「湊・酒田粋な文化に出会う街」を旗印とした酒田市観光基本計画が策定されました。観光ゾーンとして整備の方向性を定めた「山居倉庫界限」や「海鮮波止場界限」は、「山居倉庫への酒田夢の倶楽の整備」「さかた海鮮市場の整備」に繋がっています。

平成18年3月に策定された酒田市観光基本計画は、平成17年11月の酒田市・八幡町・松山町・平田町による市町合併を機に策定されました。キャッチコピーを「湊酒田 粋な文化に出会うまち」とし、従来の方針を引き継ぎつつ、旧市と旧町の観光資源を活用し、広域的に連携した回遊性向上と滞在時間の延長を目的とした取り組みが進められました。

平成28年3月には、観光関係者が一体となり、本市観光振興の方向性を一つにするため、中長期観光戦略が策定されました。観光関係者が一体となるための「観光プラットフォームの構築」と「日本版DMOの設立」が盛り込まれ、令和5年9月に一般財団法人酒田DMOが観光庁の登録DMOに認定されました。

このように、観光基本計画・中長期観光戦略を策定し、当時の社会背景等に基づく施策を着実に進めてきましたが、一方で、これまでの計画・戦略では、取り組みの方針を示すにとどまり、個々の取り組みの中間目標指標（K P I<sup>※1</sup>）が示されておらず、適切な効果検証が出来ないという課題がありました。

新たな観光戦略では、国内外からの観光客を周辺自治体と連携した広域で呼び込み、人口減少による地域経済の落ち込みを観光消費額の増加で賄うために、最終的な到達目標（K G I<sup>※2</sup>）を定め、目標達成のための短期的なアクションプランごとにK P Iを設定することで、効果検証と事業の見直しが可能な仕組みを取り入れます。

また、新たな観光戦略では、前中長期観光戦略の考え方を引き継ぎつつ、観光関係者が一体となり、酒田が観光地として選ばれることで「観光で稼げるまち」を目指します。

※1：Key Performance Indicator

※2：Key Goal Indicator



## 2 酒田市総合計画の「めざすまちの姿」と観光戦略

行政と市民がめざすまちの姿を共有し、一丸となってまちづくりに取り組むための指針である酒田市総合計画（後期計画）第三章「ファンが多く、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として、酒田市観光戦略を定めます。

## 3 観光戦略の期間

観光戦略の期間は、令和8年度（2026年度）から令和16年度（2034年度）の9年間とします。観光戦略の一部を構成する短期的なアクションプランを定め、3年サイクルで効果検証を行い適宜見直します。また、観光戦略本文についても、観光を取りまく状況の変化に対応できるよう、必要に応じアクションプランの見直しにあわせ適宜見直します。



## II 酒田市の観光まちづくりの基本方針とありたい姿

### 1 基本方針

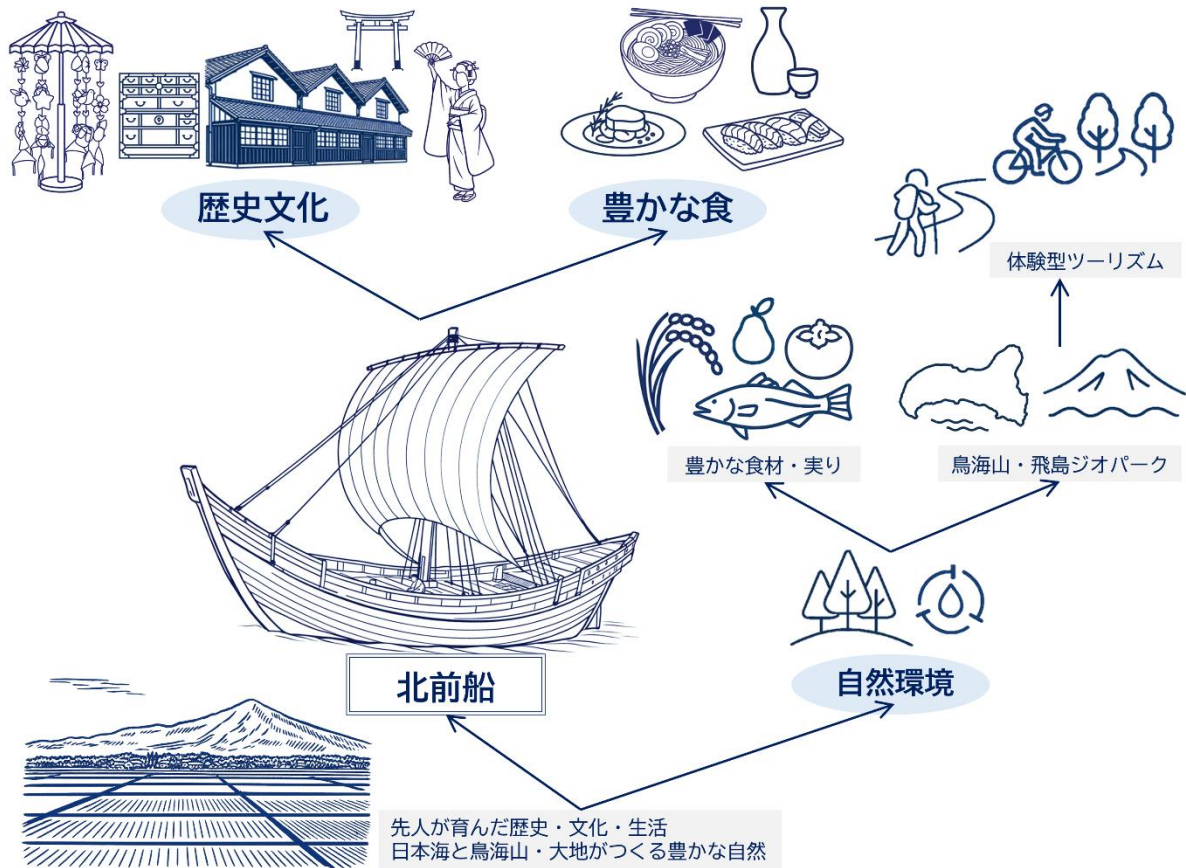
平成28年3月策定の酒田市中長期観光戦略では、「KOEKI（交易と公益）のまち・酒田」をオリジナルストーリーと定め、具体的な観光施策を展開するために「歴史・伝統（交易で栄えた豪商と雅な文化の融合）」「食・食文化（豊かな食材を使った“おもてなしの食文化”）」「自然景観（壮大な鳥海山と最上川・飛島の独自の自然環境）」「公益と豪商（本間光丘の植林事業にみる公益の精神）」の4つのサブストーリーを設定しました。

この観光戦略では、前中長期観光戦略の考え方を引き継ぎつつ、「公益の精神」は酒田市のまちづくりの根幹であると捉え、より具体的な観光推進の施策として、「北前船日本遺産を切り口とした酒田独自の歴史文化」、「北前船がもたらした料亭文化をはじめとする豊かな食」、「日本海や鳥海山、大地がつくる豊かな自然環境」を新たな観光の三本の柱<sup>01</sup>と定めます。三本の柱をストーリーとした基本方針<sup>02</sup>に沿って「自分の住むまちの魅力を知り・楽しみ・伝える」ことのできる市民と一緒に受け入れを行い、国内外の観光客から選ばれる酒田になることで、観光で稼げるまちを目指します。

#### 01 【三本の柱】



## 02 【基本方針のイメージ図】



## 2 ありたい姿

Ⅱ-1に定める基本方針のもとに観光で稼げるまちづくりを進めることで、以下のありたい姿に近づけていきます。

- ① 家族連れやクルーズ船など国内外の観光客が、観光施設や伝統文化を楽しんでいるまち酒田
- ② 料亭文化や地酒、酒田フレンチ、酒田のラーメンまで、美酒美食のまちとして認知度が高まり、生産者や食産業関係者が潤うまち酒田
- ③ プロモーション活動により酒田の認知度を向上させることで新たな観光客が増え、ガイドや観光施設が潤い観光産業に携わる人が増えるまち酒田
- 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で酒田ファンを獲得しリピーターの増えるまち酒田



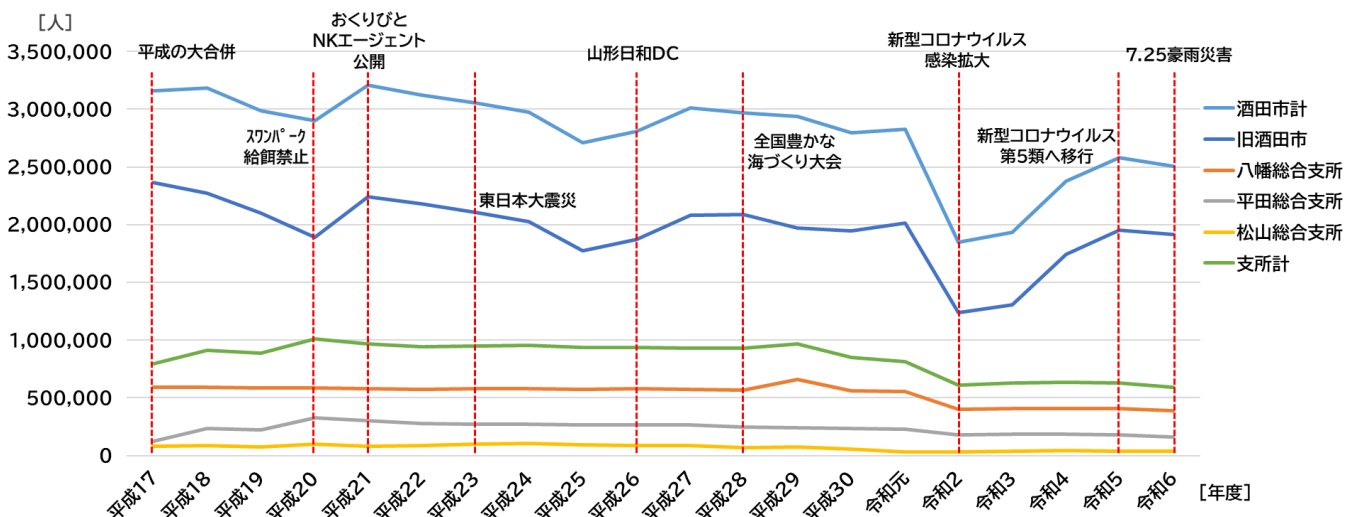
### Ⅲ 酒田市の観光の現状と課題

前章で、この観光戦略の目指すところ（目標）として、観光まちづくりの基本方針とありたい姿を定めました。この章では、その目標に対して酒田の観光の現状（課題）がどうなっているのか確認します。

#### 1 酒田市を取り巻く観光の現状

酒田の観光入込数は平成21年度の321万人をピークにゆるやかな減少傾向にありましたが、令和2年の新型コロナウイルス感染症の拡大で185万人まで急激に落ち込み、新型コロナウイルス感染症が第5類へ移行した令和5年度以降も250万人前後で推移しており、回復しきれいていません<sup>03</sup>。

03 【酒田観光入込数の推移】



出典：酒田観光入込数調査

一方で訪日外国人旅行者については、平成29年度のコスタ・ネオロマンチカの初寄港を皮切りに、酒田港の外航クルーズ船の寄港数は順調に伸びています。新型コロナウイルス感染症の拡大により令和2年度から4年度にかけては寄港がありませんでしたが、新型コロナウイルス感染症の第5類への移行からクルーズ船の寄港が増加し、令和7年度には10隻寄港しました。クルーズ船の寄港は今後も増加することが見込まれていますが、市内観光入込数調査では訪日外国人旅行者の総数は令和6年度実績で約2万人となっており、全国の訪日外国人旅行者数3,687万人に比べ低調に推移していることから、広域連携も視野に入れた対策を講じる必要があります。



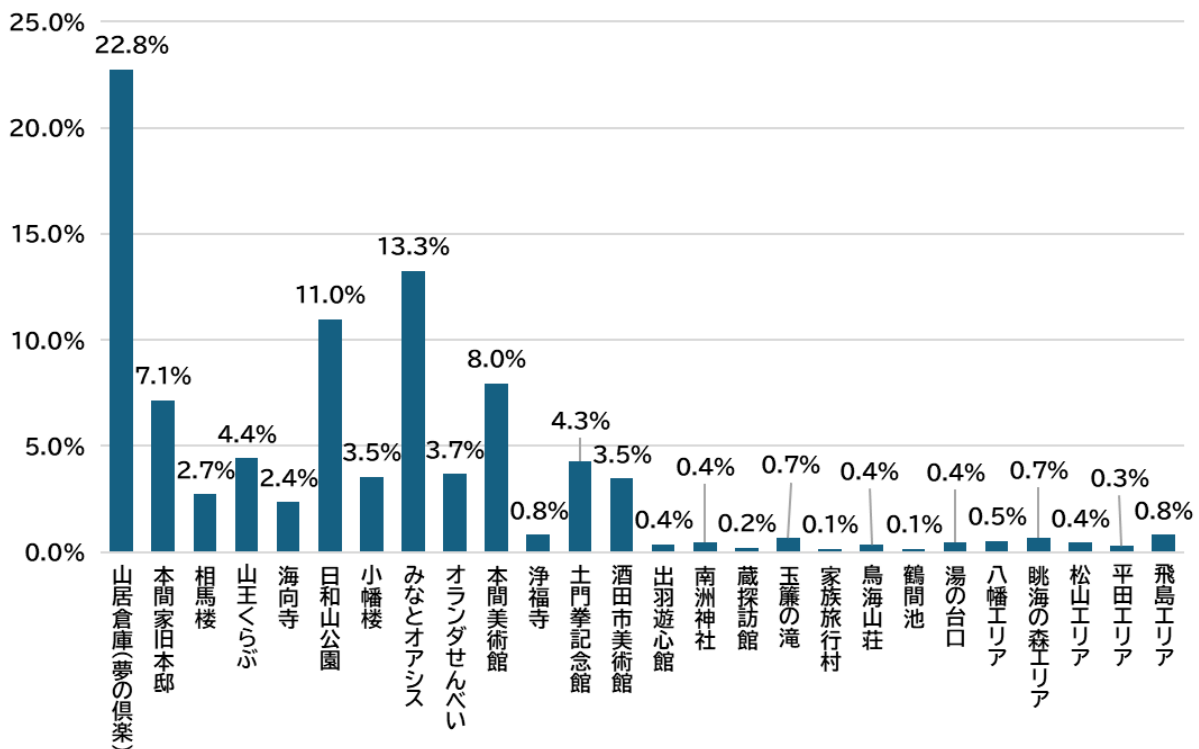
## 2 観光客から見た酒田市の姿

東北公益文科大学が観光施設と宿泊施設において令和2年から行っているアンケート調査及び令和7年度に酒田DMOが実施した大型連休時の対面による観光客へのアンケート調査によると、酒田訪問時の最初に立ち寄る観光施設と最後に立ち寄る観光施設は、いずれも「山居倉庫」がトップであり、次に「みなとオアシスエリア」が続きます<sup>04</sup>。観光客にとって、酒田の観光地といえば「山居倉庫」であり、観光のハブ機能を担っていると云えます。

(ただし、令和7年3月に山居倉庫内の観光物産機能である「夢の倶楽」が複合商業施設「いろは蔵パーク」に移転したことから、観光地としての山居倉庫へ与える影響には注視が必要)

また、本市が令和6年度に実施した首都圏在住者へのアンケート結果からは、首都圏在住者が酒田に持つイメージは、来訪歴の有無に関わらず圧倒的に「米」が多数であり、庄内平野の教科書への掲載や山居倉庫の知名度の高さが影響していると思われます。

### 04 【酒田を訪れる方が立ち寄る観光施設】



出典：令和6年度 東北公益文科大学観光動向

調査の結果からは、訪問者の年代に関わらず酒田観光への満足度は高くなっていますが、滞在時間は日帰りが多く、「目的地への途中で立ち寄ったら想像以上に楽しかった」という声が、観光客の酒田に対する評価だと推測されます<sup>05</sup>。



## 05 【酒田を訪れた観光客の満足度調査（10点満点評価）と滞在時間】

	10～9点	8～7点	6～3点	2～1点	回答数[人]		人数	割合
20代以下	122	94	37	1	254	半日以下	239	18.1%
30代	61	71	28	0	160	半日以上(日帰り)	464	35.2%
40代	89	117	31	1	238	1泊2日	391	29.7%
50代	173	153	50	1	377	2泊3日	144	10.9%
60代以上	103	126	53	1	283	3泊以上	80	6.1%
合計	548	561	199	4	1312	合計	1318	100.0%
割合	41.8%	42.8%	15.2%	0.3%	100.0%			

出典：令和7年ゴールデンウィーク・シルバーウィーク 酒田 DMO 来訪者アンケート調査

## 3 観光関係者から見た酒田の姿

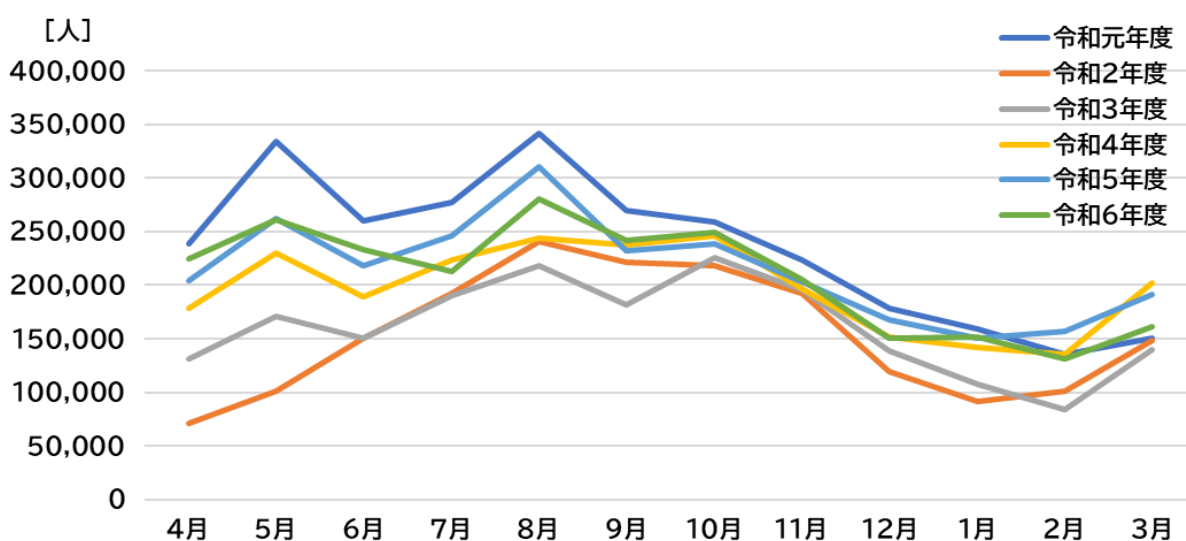
ホテル関係者からの聞き取りでは、酒田のホテル宿泊者の多くはビジネス利用であり、年間を通じて一定の稼働率を保っています。

タクシードライバーへの聞き取りでは、タクシー利用者の多くは地元高齢者の通院・買い物需要であり、平日午前中の稼働率が高くなっています。

飲食店への聞き取りでは、観光客利用の中心は土日であり、地元の常連が飲食店経営を実質支えています。

どの業界でも厳冬期である2月が観光閑散期であり<sup>06</sup>、閑散期の誘客事業が求められていますが、担い手不足により大型イベントへの実施は難しいため、DXの活用などで小規模なイベントを複数回開催するニーズが高くなっています。

## 06 【観光入込数・月別（令和元年度～令和6年度）】



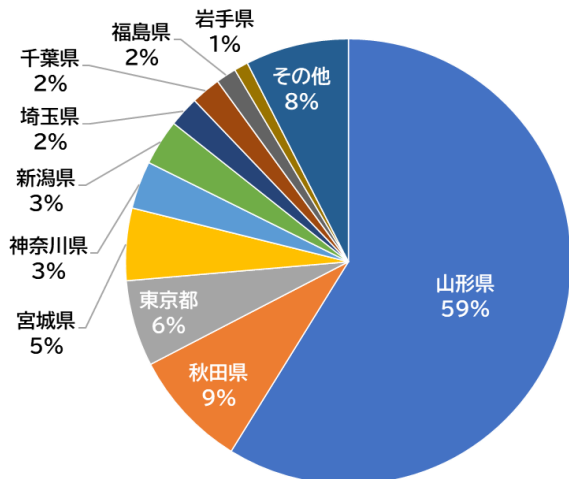
出典：酒田観光入込数調査



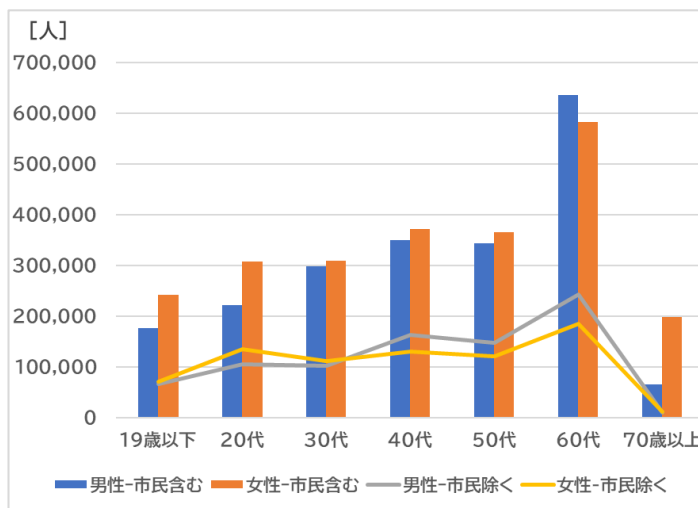
## 4 データ分析から見た酒田の観光の姿

- (1) 観光で酒田を訪問するのは、宮城県と秋田県、山形県内の日帰エリア<sup>07</sup>からの友人や家族連れの少人数グループで60歳代<sup>08</sup>が中心であり、宿泊を伴う観光は東京在住者が最も多くなっています<sup>09</sup>。
- (2) 日帰りによる立ち寄り観光が多く、観光消費額は10,000円以下が過半数を占めます<sup>10</sup>。
- (3) 市内観光施設への訪問は、山居倉庫、みなとオアシスエリアが中心であり、約6割が自家用車を利用しています。
- (4) 酒田での楽しみは「食事・地酒」で、特に海鮮へのニーズが高くなっています。
- (5) 観光客の7割以上が満足度10段階評価のうち8点以上と評価しています。

07【酒田を訪れる方はどこから来るのか】

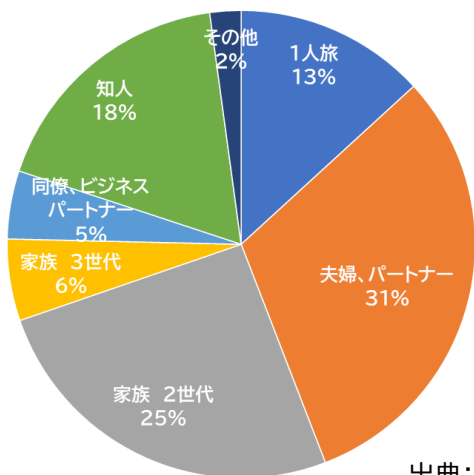


08【酒田を訪れる方の属性について】

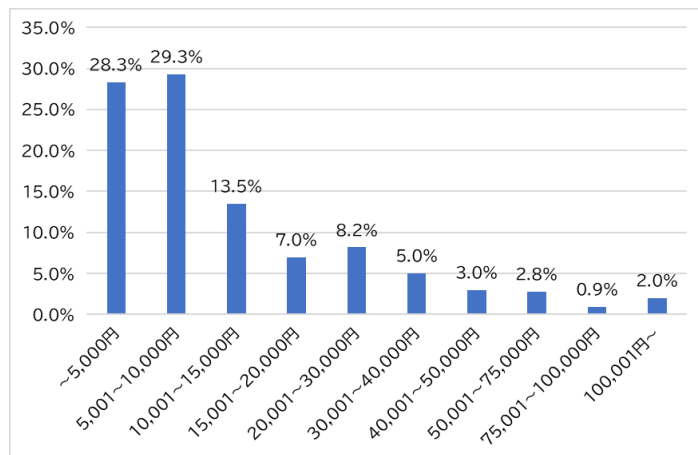


出典：東北観光 DMP(データ提供元：株式会社 Agoop)

09【酒田を訪れる方は誰と来るの】



10【酒田を訪れる方はいくら消費するのか】



出典：令和7年ゴールデンウィーク 酒田 DMO 来訪者アンケート調査



## IV ありたい姿を実現するための取り組み

### 1 ありたい姿を実現するための取り組み

前章で確認した課題を解決し、観光で稼げるまちを目指しⅡ章で定めたありたい姿を実現するために、以下のとおり各種施策に取り組みます。基本方針で定めた三本の柱ごとに取り組む施策と、観光で稼げる基盤を下支えするため当然に取り組むべき施策に分けて整理します。

#### 【豊かな食】

- (1) 美酒美食のまち酒田としての知名度を高め、飲食店への誘客を促します。
  - ① 美酒美食のまち酒田の推進：「美酒美食のまち酒田」の知名度向上のため、市内外プロモーションを実施します。首都圏飲食店での酒田フェア等のイベントを開催することで、食を切り口にした誘客事業を展開するとともに、平日夜間など観光客利用の少ない時間に市民が店舗に足を運びやすい環境の整備に努めます。飲食店の新規顧客獲得に向けたキャンペーンの実施やグーグルビジネスプロフィールの登録と活用を支援します。また、市民によるSNS投稿の促進や、美酒美食を担う料理人等に焦点を当てたプロモーション、次世代を担う人材の育成に取り組みます。
  - ② 物産（食べ物・素材）の振興：美酒美食プロモーションとして首都圏等で行われる物産展等への関係者の出展を促し、酒田食材の美味しさのストーリーと共に生産者の想いを伝える機会を創出し、酒田の食材が選ばれ販路拡大に繋げる活動を支援します。
  - ③ グリーンツーリズムの検討：田植え・稲刈り等の農業体験や、旧阿部家など中山間地における里山体験、クロマツ海岸林の保全学習など、体験を通じた交流や親子の学びの場を食育と共に提供する環境整備に努めます。関係人口の拡大だけでなく、酒田食材のファンを増やし、販路拡大による所得向上の仕組みづくりを検討します。
  - ④ ウェルネスツーリズムの検討：鳥海山麓や飛島など、自然豊かな環境の下で「安全安心な酒田食材の食事」「自然と共生する生活の体験」「デジタルデトックスによるストレスからの解放」「適度な運動による爽快感」など、国内外の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。



## 【歴史文化】

(2) 山居倉庫をはじめとする観光資源の集客機能を強化するとともに、北前船日本遺産を中心とした本市の歴史文化を生かした訪日外国人旅行者及び国内誘客の強化と受け入れ機能の充実を図ります。

- ① **山居倉庫の魅力向上**：山居倉庫は、令和3年に国指定史跡となり、保全のための耐震化工事等に相当の年数が見込まれます。今後も山居倉庫が酒田を代表する観光資源として、ブランド力と市内回遊のハブ機能が維持されることが必要です。耐震化後の下屋(倉庫をつなぐ屋根付きのスペース)を活用した展示の整備、倉庫内部の見学機能の整備、敷地内回遊の仕組みづくり、山居倉庫から市内観光施設への回遊を促す施策などを実施し、酒田観光の顔としての位置付けの確立を目指します。山居倉庫のハブ機能を強化することで、山居倉庫から距離がある土門写真美術館をはじめとする飯森山エリア、鳥海山荘をはじめとする鳥海山麓エリア、美しいロケーションを誇る眺海の森エリア、旧阿部家をはじめとする里山エリアの回遊を促します。
- ② **酒田舞娘の支援**：歴史に裏打ちされた本格的な舞娘でありながら、気軽に会える酒田舞娘は、本市の観光まちづくりに欠かせない存在です。より活躍の場を広げるために隣県や首都圏へのプロモーションを実施するほか、酒田舞娘を目指す子どもたちを増やすために、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。
- ③ **山王くらの魅力向上**：江戸時代から平成時代まで続いた料亭でありながら、明治時代に再建された建築様式が大正ロマンの雰囲気を感じさせます。その魅力を活かした訪日外国人旅行者の誘客に注力するとともに、館内の老朽化対策や冷暖房設備の整備、バリアフリー化など、日本三大つるし飾り「傘福」の展示や製作体験、「おしん」ギャラリーをより多くの国内外のお客様に楽しんでいただくための対策を進めます。
- ④ **物産(伝統工芸品)の振興**：本市には船箆笥や組み木細工、酒田光丘彫や磯草塗など、多くの伝統工芸が残されていますが、後継者不足が深刻な課題となっています。イベントや展示会など、酒田が誇る素晴らし伝統工芸を広く周知し、実際に触れる機会を作り出すとともに、製作体験のコンテンツ造成を支援します。また、市内での常設展示や販売を支援し、職人の収入が確保できる仕組みづくりを行うことで、後継者の確保を支援します。



## 【自然環境】

(3) 本市の豊かな自然環境を生かした訪日外国人旅行者・国内観光客の誘客の強化と受け入れ機能の充実を図ります。

- ① **ジオパーク推進**：鳥海山・飛島ジオパークのユネスコ世界ジオパーク認定を目指します。ユネスコ世界ジオパーク認定を契機に、鳥海山・飛島ジオパークを構成する自治体と連携し、ユネスコブランドを活用した訪日外国人旅行者誘客に取り組みます。また、ジオパーク活動の目的である「貴重な地形地質遺産や自然環境の保全」「防災や教育活動への活用」「ジオツーリズムによる体験と学習」をテーマとした市民主体の活動を促進します。
- ② **訪日外国人旅行者誘客**：欧米豪を始めとした富裕層訪日外国人旅行者に対応できる高付加価値コンテンツ造成を促進し、富裕層訪日外国人旅行者への販売チャンネルを持つ旅行会社と連携したプロモーションを実施します。
- ③ **アドベンチャーツーリズムの推進**：「鳥海山麓や飛島の大地の恵みと自然環境」「自然と共生する里山文化や北前船がもたらした湊町文化」「トレッキングやまち歩きなどのアクティビティ」を組み合わせ、一連のストーリーとして楽しめるコンテンツ造成と受け入れ体制整備に取り組みます。松山能や黒森歌舞伎など伝統芸能に触れたい外国人や、自然と触れ合う機会を求める親子から、外航クルーズ船オプションツアーへの採択まで、ターゲット層に合わせたコンテンツを複数造成し、効率的なプロモーションを実施します。アドベンチャーツーリズムは裾野が広いことから、多くの観光関係者と連携した地域経済の活性化に寄与する仕組みづくりを検討します。  
なお、飛島が本市観光資源の宝であることに間違いありませんが、定期船の就航率に課題があり、積極的なプロモーションが困難な状態にあります。今後の定期船就航率の改善等により改めて施策を検討します。
- ④ **スポーツツーリズムの検討**：本市の豊かな自然をフィールドにしたスポーツ大会への参加者を対象に、アスリート向けの食事に対応した宿泊プランや大会終了後の観光施設の割引制度など、大会と観光の双方を楽しめる環境の整備を検討します。また、鳥海山麓や庄内砂丘の海岸林などの自然環境を楽しむ環境負荷の少ないサイクルツーリズムについて、民間主体の活動を注視し、その可能性を探ります。
- ⑤ **冬ならではの誘客事業の検討**：観光客数の落ち込む厳冬期に、新規顧客の獲得につなげるため、最上川に飛来する白鳥群、鳥海山麓での雪山体験などを新しいコンテンツとして造成することを検討します。



## 【観光まちづくりを支える基礎的な取り組み】

- (4) データに基づいた効率的な観光誘客とプロモーションを実施します。
- ① **観光動向調査の実施**：本市への来訪者属性や観光消費額などのビッグデータ収集及び東北公益文科大学と連携した観光動向調査を継続して実施します。
  - ② **来訪者アンケート調査**：ビッグデータでは収集しづらい観光客のニーズや観光動向を対面アンケートで収集します。
  - ③ **データ分析専門人材の活用**：総務省の副業型地域活性化起業人制度等を活用し、収集したビッグデータを専門人材が分析し、その分析結果を共有することで、観光関係者が一体となりデータに基づく観光施策を実施します。
- (5) 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。
- ① **ニーズ調査の実施**：庄内空港、酒田駅、市内観光施設を中心に、観光二次交通のニーズ調査を実施し、調査結果を基に具体的な取り組みを検討します。
  - ② **ライドシェアの導入検討**：クルーズ船入港時など、一時的な二次交通不足解消の対策として、限定的なライドシェアの導入に向けた検討を行います。
  - ③ **電動モビリティの試験導入**：鉄道や航空機を利用して本市を訪れる観光客が気軽に利用できる電動モビリティを試験導入し、市内移動の仕組みづくりを検討します。
- (6) 観光関係者が一体となった持続可能な観光推進体制を構築します。
- ① **観光推進体制の再構築**：市（交流観光課）・（一財）酒田DMO・（一社）酒田観光物産協会がそれぞれ担っている役割・機能を見直し、観光誘客・物産振興・イベント運営などの役割を明確にすることで、効率的かつ持続可能な観光推進体制を再構築します。
  - ② **観光プラットフォームの構築**：観光関係者が酒田の観光に関する情報共有と意見交換を行うための観光プラットフォーム機能を構築し、観光関係者同士による新たな連携を促すほか、観光関係者が一体となり観光まちづくりを進めるための機運を醸成します。
  - ③ **ガイドの組織再編と人材育成**：定型ガイドコースの設定とガイドマニュアルを基本とした養成講座を実施することで、ガイド人材の確保と質の向上に努めます。コーディネーターや通訳案内士の育成を行うことで「稼げる観光ガイド」による新たなガイド組織の構築を目指します。
  - ④ **クルーズ船受入体制再構築**：クルーズ船受け入れにおける経済効果の測定を行い、効果を最大にするための持続可能な受け入れ体制を構築します。



- ⑤ **キャッチコピーとロゴマーク検討**：観光誘客や地域ブランディングの専門人材を活用し、本市が観光地として選ばれるためのキャッチコピーやロゴマーク等を設定します。
- (7) 本市への誘客と高付加価値体験の提供ができる環境を整備します。
- ① **観光事業連携による誘客**：本市への宿泊と観光施設利用を組み込んだ旅行商品を造成する旅行会社へ、本市独自のインセンティブを提供することで新規のツアーを呼び込み、リピーターの確保と観光消費額増加の仕組みづくりを行います。
- ② **体験コンテンツやお土産品開発支援**：観光施設や飲食店、ガイド関係者、地元児童生徒等による「歴史文化」「豊かな食」「自然環境」を活かしたターゲット別の体験コンテンツ造成やお土産品等の開発に支援します。自然と触れ合う機会を求める親子から、外航クルーズ船オプションツアーへの採択まで、ターゲット層に合わせたコンテンツを複数造成し、効果的なプロモーションを実施します。
- ③ **受け入れ体制強化**：施設のホームページやパンフレットの多言語化とキャッシュレス決済の導入を促進し、観光客の利便性向上による観光消費額の増加に努めます。
- ④ **広域連携の推進**：観光誘客（特に訪日外国人旅行者誘客）において、庄内観光コンベンション協会、鳥海山・飛鳥ジオパーク推進協議会、日本海羽越広域観光推進協議会、DEGAM鶴岡ツーリズムビューロー、山形県観光物産協会、東北観光推進機構、日本観光振興協会、北前船日本遺産推進協議会、東日本旅客鉄道株式会社、全日本空輸株式会社など、山形県内から東北全体を視野に入れた広域連携によるプロモーションを実施します。
- (8) 酒田が好きで、誇りを持って酒田の観光を他者に勧めることができる市民を増やします。
- ① **市民向けまち歩きツアー実施**：大人から子供まで、酒田を語れる市民を増やすため、ジオパークや日本遺産をテーマにしたまち歩きツアーや出前講座などの機会を創出します。
- ② **本市出身著名人とロケ地の周知**：シャンソン歌手の岸洋子、詩人の吉野弘、連続テレビ小説おしんのロケ地（山居倉庫や燈屋など）、映画おくりびとのロケ地（日和山小幡楼など）、バードウォッチングを題材とする漫画作品に登場する飛鳥など、本市出身の著名人やロケ地を本市の情報発信の素材として活用することを検討します。



- ③ **グーグルレビュー投稿支援**：国内外問わず利用されており、旅先での利用頻度が高く即効性のあるコンテンツとして、グーグルレビューへの投稿を促し、観光客を市内観光施設や飲食店へ誘導する仕組みづくりに努めます。
- ④ **市民総案内人SNS投稿キャンペーン**：本市のイベントや観光施設、飲食店情報を市民が自ら市民案内人としてSNS発信しPRすることで、スマートフォンの検索から酒田へ観光客を誘導できる仕組みづくりを行います。

### 【ありたい姿を実現するための取り組みを収益化するイメージ】

- (9) 別図にて観光戦略策定期間中の取り組みが収益につながるまでのロードマップを示します。

## 2 アクションプラン

IV-1で想定する施策を着実に展開していくため、短期的なアクションプランを別添のとおり定めます。アクションプランは、基本方針で定めた三本の柱をもとに優先的に注力する「重点アクションプラン」と、観光で稼げるまちを目指す上で当然に取り組むべき「観光まちづくりを支える基礎的アクションプラン」で構成します<sup>11</sup>。支えとなる基礎的アクションプランを回しながら重点アクションプランへ注力することで果実となる外貨獲得を目指します<sup>12</sup>。目まぐるしく変化する観光動向に対応するため、アクションプランは3年サイクルでの実施とし、従来のPDCA<sup>※1</sup>サイクルに代わるPDR<sup>※2</sup>や、OODA<sup>※3</sup>を意識した取り組みを進めます。

なお、IV-1で記したロードマップの第2期、第3期の取り組みについては、次期アクションプランの策定の際に、必要に応じて見直します。

※1：PDCA・・・計画(Plan)→実行(Do)→評価(Check)→改善(Action)

※2：PDR・・・準備(Prep)→実行(Do)→評価(Review)

※3：OODA・・・観察(Observe)→状況判断(Orient)→意思決定(Decide)→行動(Act)



## 11【アクションプランのイメージ図】



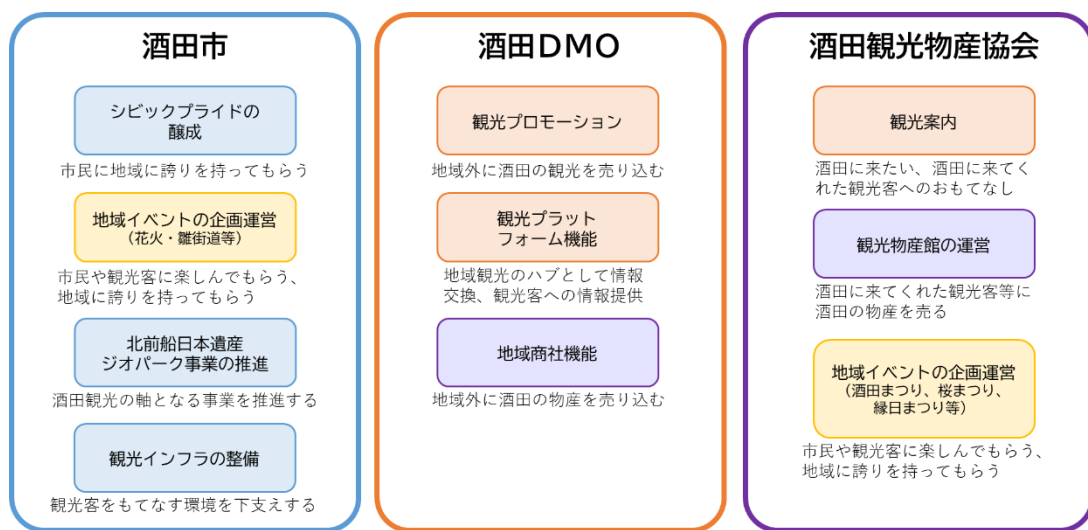
## 12【酒田の観光推進イメージ図】



## 観光戦略推進のための目指すべき体制

現在、観光物産の振興は、酒田市、一般財団法人酒田DMO、一般社団法人酒田観光物産協会が、それぞれ役割分担しながら担っています<sup>13</sup>。またイベント運営については、上記三者のほか酒田商工会議所や酒田青年会議所等の協力を得ながら実行委員会方式で企画運営しています。しかし、それぞれの人的リソース不足やスタッフの高齢化などにより、観光戦略を推進していくための組織体制は脆弱と言わざるを得ません。新しい観光戦略を効果的・効率的に進めるために既存の体制を見直し、「観光プロモーション」「イベント開催」「物産振興」等の役割を明確にした上で、それぞれが連携・協力することで一体的な取り組みが可能となる組織を構築します<sup>14</sup>。

### 13【現在の観光推進体制】



【将来像】

### 14【将来的な観光推進体制】



将来的には組織の再統合も視野に



## V ありたい姿を実現するための指標・指針

### 1 目標設定

全国的には、人口減少による国内観光客の自然増加が見込めないことから、観光戦略（計画）における達成度を表す指標（目標達成指標：KGI）を、一人当たりの観光消費額の増加と定める事例が増えています。しかし、本市は多くの観光資源に恵まれポテンシャルは高いものの観光地としての知名度は高いとは言えない現状であることから、まだまだ観光入込数の増加が期待できると考えます。そのため、目標達成指標：KGIの一つに観光入込数の増加を定めます。

一方で、Ⅱ（2）に定めるありたい姿は、観光客が増えまちが賑わうことに加え、観光客一人ひとりの観光消費が増えることで達成されると考えます。二つ目の目標達成指標：KGIを一人当たりの観光消費額の増加とし、日帰り観光消費額と宿泊観光消費額の目標を定めます。

観光入込数と一人当たりの観光消費の双方が増加することで、本市の観光による経済波及効果を高めていきます。

#### ■観光入込数

令和6年度（2024年度）2,504,965人

→ 令和16年度（2034年度）3,000,000人

#### ■一人当たりの観光消費額

##### ○日帰り観光消費額

令和6年度（2024年度）5,814円

→ 令和16年度（2034年度）7,580円

##### ○宿泊観光消費額

令和6年度（2024年度）23,846円

→ 令和16年度（2034年度）31,000円

具体的には、グーグルビジネスプロフィールの活用や、首都圏でのプロモーション活動、観光関係者と連携した誘客の仕組みづくりなどを行うことで、観光入込数の増加を実現し、市内の回遊を促すイベントやキャンペーン、高付加価値な食事や体験・お土産品の開発と販売などを実施することで、観光消費額の増加を実現します。



なお、地域全体への観光による経済波及効果をKGIにすべきという考え方からは、前ページで定めた観光入込数と一人当たりの観光消費額を掛け合わせたものが、地域全体の観光による経済波及効果であると言えます。しかし、観光入込数と観光消費が増えることで、宿泊や飲食などの需要が増え、食材や資材等の調達が増加（一次波及効果）と、生産者や関係者の所得増による消費行動の活性化（二次波及効果）が図られることが、地域全体の観光による経済波及効果であると考えますので、具体的にどのようなデータを収集分析することで正確な経済波及効果を得られるのか、今後の検討課題とします。

#### 【目標額の算出方法】

##### ■観光入込数

○コロナウイルス感染症拡大前の平成28年度～令和元年度の観光入込数平均

2,901,289 人

○令和5年度と令和6年度の観光入込数平均

2,542,892 人

○コロナウイルス感染症拡大以前の入込数を目標値に設定

##### ■観光消費額

###### ●日帰り観光消費額

○酒田市総合計画後期計画策定時の目標値設定

2021年:6,473円 → 2027年:6,800円 伸び率 5.6% 年間 0.93%

○2022年～2024年の過去3年の観光動向調査に基づく

日帰り観光消費平均額 5,814円

○新たな観光戦略では、アクションプランを実施することで伸び率 3%/年に設定

###### ●宿泊観光消費額

○酒田市総合計画後期計画策定時の目標値設定

2021年:21,550円 → 2027年:22,600円 伸び率 4.9% 年間 0.82%

○2022年～2024年の過去3年の観光動向調査に基づく

宿泊観光消費平均額 23,846円

○新たな観光戦略では、アクションプランを実施することで伸び率 3%/年に設定



## 2 「合言葉」と「キャッチコピー」

この観光戦略を推進するにあたり、観光関係者や市民等が羅針盤として共有する「合言葉」と外向けに発信していく酒田の観光を表す「キャッチコピー」を設定します。なお、キャッチコピーについては、基礎的アクションプランにおいて、専門人材を活用した設定を予定していることから、当初設定したものから見直すことを想定しています。

### 【合言葉】

観光関係者の共通認識・目指す方向性として酒田の観光まちづくりの「合言葉」を設け、関係者間での指標（羅針盤）とします。

観光地として選ばれる酒田へ

### 【キャッチコピー】

市外へのプロモーション時の共通うたい文句として「キャッチコピー」を設け、積極的に活用していきます。

食べつくそう酒田

～知っておいしい 食べておいしい 感じておいしい 期待値以上 酒田～







## 酒田市観光戦略

### 食べつくそう酒田

～知っておいしい 食べておいしい 感じておいしい 期待値以上 酒田～



### 酒田市 (地域創生部交流観光課)

〒998-8540 山形県酒田市本町二丁目2-45

電話 | 0234-26-5759

### 酒田DMO

〒998-8540 山形県酒田市中町一丁目4-10

電話 | 080-8543-5591

さかたさんぽ

<https://sakata-kankou.com/>

