

第4章 観光戦略の展開（アクションプログラム）

本章では、前章の酒田市中長期観光戦略（新酒田物語）を受けて、オリジナル・ストーリーを具現化するためのサブ・ストーリーの具体的な展開方法等について記述し、さらには実現に向けた観光推進体制の構築や観光プロモーションの展開、観光の推進に関する環境整備について明示している。

（1）サブ・ストーリーごとの観光施策の展開

①歴史・伝統の活用【サブ・ストーリー①】

➡ 交易で栄えた豪商と雅な文化の融合

<豪商の面影を残す歴史的資源>

酒田は北前船や最上川舟運による交易で栄えた商都であり、今なお豪商の面影を残す本間家旧本邸や旧鑑屋など歴史的資源が現存している。

<京都からもたらされた雅な生活文化>

これらの豪商は北前船で栄華を極め、北前船の往来で賑わった港町酒田にもたらされた京の文化は、長い時代の流れの中で生まれ、酒田の伝統文化として成熟・継承されてきた。

北前船の歴史や文化を残す様々な建物や資源は、従来より観光資源として活用してきた。しかし、これらの歴史・文化的な資源を観光資源としてさらに活用するためには、従来のような活用方法だけでなく、新たな視点をもって戦略的に活用しなければならない。

<オリジナル・ストーリーとの関連>

酒田の歴史はまさに“交易”の歴史である。酒田の街なかには“交易”に関連する貴重な歴史的資源が数多く残っており、歴史や文化の地域資源を活用した観光開発はすでに進んでいるところである。

今後は、街なかの回遊を促進するために、情報発信機能や街なかガイド機能の強化、観光ルートの整備が重要である。



【酒田柳小路屋台村「北前横丁」】



【山居倉庫】



【傘福】



【旧笠屋】



【雛人形】



【「相馬樓」の酒田舞娘】

◆施策例

●さかた歳時記

酒田の歴史や伝統と食文化、祭りなどを関連付けた情報を提供する。情報を一元化することによって酒田の観光が一覧でき、来訪目的や来訪時期について動機づけを行う。多くのイベントや祭り情報と、歴史や食文化を連動させることによって、酒田の魅力を発信する。

●観光案内機能の充実

酒田への来訪を促し、来訪者の回遊性を高めるため、情報発信機能の強化や街中案内機能の充実などに取り組む。

●北前船を活用したイベント開催

酒田の発展を支え、酒田のシンボルともなっている北前船を活用した、様々なイベントを開催する。

●外国人観光客の誘致

外国人観光客の誘致に向け、酒田市の歴史や文化資源を巡るモニターツアーや海外教育旅行、外航クルーズ船の誘致に取り組む。

●回遊性を高める観光ルートの創設

観光客誘致を目的に、市内の回遊性を高めるとともに、周辺地域との連携による広域観光ルートを造成する。

②食・食文化の活用【サブ・ストーリー②】

➡ 豊かな食材を使った“おもてなしの食文化”

＜地形・地勢から見た庄内地域の食の特徴＞

鳥海山と出羽三山に抱かれる庄内平野は、夏と冬の気温差が40度近くにもなる独特の気候や、最上川・赤川の恵みによって、多彩かつ味わい深い食材に恵まれている。特に農産物では、昔ながらの在来作物が数多く残り、特徴的な食材として今なお食されていることもこの地域の特色の一つである。

＜北前船交易と酒田の食・食文化＞

北前船によって酒田が大坂と直結したことで、酒田からは「庄内米」や、一級品として名を馳せた「紅花」などが上方向けに運ばれ、反対に酒田には上方の文化がもたらされた。特に、京の食や食文化は、今なお酒田の色濃く根付いている。

＜庄内の米と湧水から生まれる酒田の酒＞

今や海外からも注目されている日本の米。当地域の「庄内米」は、国内トップクラスの等級を誇り、全国ブランドともなっている。

また、酒田市内には7つもの酒蔵が存在する。質の良い米ときれいな水に恵まれ、それぞれの蔵人のこだわりにより造り続けられている日本酒の味は格別で、食資源の中でも重要な位置を占めている。

＜酒田のフレンチ＞

一方、多くの食材や農産物等を活かした調理手法についても固有の資源が存在している。その一つがフレンチであり、「樗」（1968年～）や「ル・ポットフー」（1973年～）など酒田を代表するフランス料理店が生まれ、東京・大阪などからグルメツアーが組まれるほどであった。これら伝説のレストランは現在でも存在し、その流れを受け継いだ料理人たちが「酒田フレンチ」として磨き上げている。

＜豊かな食文化＞

酒田には、料亭文化（上方から伝わった食文化）やフレンチ以外にも、豊富な海産物を素材とした寿司やラーメンなど地域性のあるメニューをバラエティー豊かに取り揃えて、幅の広い「食」が提供される地域である。地域の食は旅行目的の一つとなるため、当地の豊かな食文化を素材として観光客の誘致に取り込む。

＜オリジナル・ストーリーとの関連＞

酒田市を中心とする庄内地域の固有の自然食材や食文化を、北前船交易や最上川舟運の歴史性と関連させ、“交易”のオリジナル・ストーリーと連携し、それら

のサブ・ストーリーとしての展開を図る。



【サクラマス（県魚）】



【岩ガキ】



【刈屋梨】



【酒田の地酒】



【酒田のラーメン】



【酒田フレンチ】

◆施策例

●酒田・庄内の食を活用したイベントの開催

酒田・庄内の食を一堂に集めた食のフェスタなど、様々な調理方法で料理された「庄内の食」に関するイベントや、酒田・庄内の食材を活用した料理コンテストなど、酒田・庄内の食に拘ったイベントを開催する。

●外国人モニターツアーの開催

外国人に庄内の食材や料理の魅力を認識・発信してもらうため、酒田の食や食文化を体験するモニターツアーを実施する。

●フレンチに合う日本酒

近年、海外では日本酒がブームとなっており、フランス料理にも合うと言われている。これを機会に“酒田の酒”と“酒田フレンチ”の2つの要素を結び付けるものとして“酒田フレンチに合う酒田の地酒”を、市内のフレンチ・レストランで提供する。

●日本酒の試飲スペースの設置

酒田市内には7つの酒蔵があり、各々が個性ある日本酒を製造している。この7つの酒蔵が一堂に会し、各酒蔵自慢のお酒が試飲でき、気に入った酒を購入できる施設の整備を検討する。

③自然景観の活用【サブ・ストーリー③】

➡ 壮大な鳥海山と最上川・飛島の独自の自然環境

<酒田市の自然景観の特徴>

酒田市には鳥海山や日本海、最上川や庄内平野などの雄大な自然景観や、山居倉庫をはじめとする歴史的、文化的な景観が多数存在する。市では市民から推薦された魅力的な景観30景を選定しており、酒田の素晴らしい自然景観を再認識できるものとなっている。

<鳥海山の魅力と飛島の歴史性>

鳥海山は数えきれない噴火を繰り返してきた活火山でありながら、天然のダムと言われるほどの湧水群を持つ山でもある。この湧水が鳥海山の生態系を育み、私たちは豊かな自然の恩恵を受けながら独自の文化を築いてきた。

また、飛島には全国でも貴重な漁村文化が色濃く残り、島の自然は島民の生活様式と共に大きく姿を変えてきた歴史を持つ。

鳥海山と飛島には、二つを結びつける伝説や習慣が数多く残り、自然と歴史を同時に体験できる貴重な場所となっている。

<鳥海山・飛島ジオパーク構想>

ジオパークとは、ジオ（大地）の活動がもたらす貴重な地形・地質の上に成り立つ自然環境と、そこで暮らす人間の文化を一体として学べる場所のことである。

鳥海山・飛島ジオパーク構想では、「日本海と大地をめぐる水の命の循環」をテーマに、地域に眠る貴重な資源を掘り起し、環境保全・自然教育を通じて地域を知ること、自分の住む地域の誇りを持つことを基本にした地域の活性化に取り組んでいる。

<市郊外の自然豊かな里山エリア>

酒田市内の郊外に目を向けると、八幡エリアや平田エリア、松山エリア、眺海の森エリアには今でも豊かな里山の風景が残っており、また、それぞれのエリアには、これらの自然を満喫できる施設がたくさんあり、同時にそばが食べられるお店も点在しているなど、ゆっくり自然や歴史を楽しむことができるとともに、食も十分に満足できるエリアである。

<オリジナル・ストーリーとの関連>

以上のように、鳥海山や飛島などを中心とする自然環境は酒田にとって重要な観光資源である。よって、これらの自然環境を酒田の観光の入り口とし、これら

に歴史や公益の精神などを結びつけることで、新たな観光テーマを見出すことができ、また、酒田の観光が重層的に展開をするためにも不可欠である。



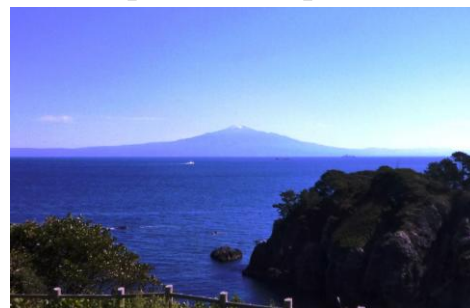
【鳥海山（春）】



【鳥海山（冬）】



【飛島】



【飛島の鼻戸崎からみた鳥海山】



【眺海の森からみた夕陽】



【ライトアップされた玉簾の滝】

◆施策例

●酒田の自然や気候風土を活用したイベントの開催

酒田の特徴的な自然環境や気候風土を活用し、多様なイベントの開催や、酒田を体感できる独自のツアーを実施する。

●ジオパーク関連イベントの開催

鳥海山・飛島ジオパークの日本ジオパーク認定を目指して、市民の機運醸成のため現地視察ツアーを開催する。

●観光施設等のライトアップによる夜間景観の形成

滞在型の観光を促進するため、夜間景観の魅力向上を図る観光施設等のライトアップ事業を行う。また観光施設のみならず、新井田川河畔の桜並木や玉簾の滝のライトアップなど、自然景観を対象としたライトアップも行い、通年型の観光を推進する。

④公益と豪商の活用【サブ・ストーリー④】

➡ 本間光丘の植林事業にみる公益の精神

<本間光丘による植林事業>

南北 33km、長さ日本一の庄内砂丘は、シベリア下ろしの北西風が日本海から吹きつけ、1年を通じて砂嵐を巻き起こしていた。本間家三代目・本間光丘は、この砂嵐を防ぐため、私費を投じて“西浜砂防林植林事業”に取り組んだことで知られている。

<本間家の累代による公益活動>

本間家は、三代目・光丘だけにとどまらず、町立酒田商業高校や山形高等学校建設時の支援や各種団体に対する寄付行為など、累代様々な社会貢献活動や事業を行っている。

また、二代目・光寿の弟・本間宗久は「相場の神様」とも言われ、氏が考案した手法が、今でも株式相場や商品先物相場などの投機の世界で相場の指標を求め手段として国境を越えて活用されている。

<東北公益文科大学の開学>

平成 13 年、酒田市に開学した東北公益文科大学は、日本で唯一の公益学の教育・研究を行う大学である。研究対象は経済、行政、財政、経営管理、国際協力、教育、福祉、医療、環境保全など多岐にわたり、公益学部はいわゆる学際的・総合的学問を学べる学部であるといえる。

<究極の“公益”の極み「即身仏」>

日本国内におよそ十数体ある即身仏のうち、庄内地域には6体、酒田（日吉町の海向寺）には2体の即身仏が安置されている。自分の体を後世に残すことによって、いつまでも民衆のために祈り続けるお姿は、まさに公益の極みである。

<オリジナル・ストーリーとの関連>

このように、即身仏はまさに“公益”の極みであるが、酒田の豪商「本間家」も累代にわたり公益的な活動を実践してきた。この意味で、本間家の歴史は「世のため人のために尽くす」公益活動を実践してきた歴史である。この“公益”の精神は、いまでも酒田市民の精神的根幹に奥深く根付いており、観光振興への取り組みにおいても重要な精神性・おもてなしの心として育まれている。このおもてなしの心をもって観光客を迎え入れることが重要である。



【本間家旧本邸】



【光丘文庫】



【東北公益文科大学】



【庄内砂丘と黒松の防風林】



【三代目・本間光丘】



【海向寺の即身仏】

◆施策例

●東北公益文科大学と連携した観光人材の育成

日本で唯一の公益学の教育・研究を行う大学である東北公益文科大学との連携し、酒田の観光を支える人材を育成する。

●公益の精神を体感するイベントの開催

累代に渡って公益に貢献してきた本間家の歴史や、即身仏に思いを馳せるツアー、ボランティア精神、公益の精神を体感するイベントを開催する。

●土門拳の活動と公益（仮）

酒田市出身の世界的写真家である土門拳の活動に関して、生い立ちを含む歴史的背景や活動内容についてあらためて見直し、社会的リアリズムが社会に及ぼした影響等について、特に公益の観点から採り上げる。

(2) 観光推進体制の構築

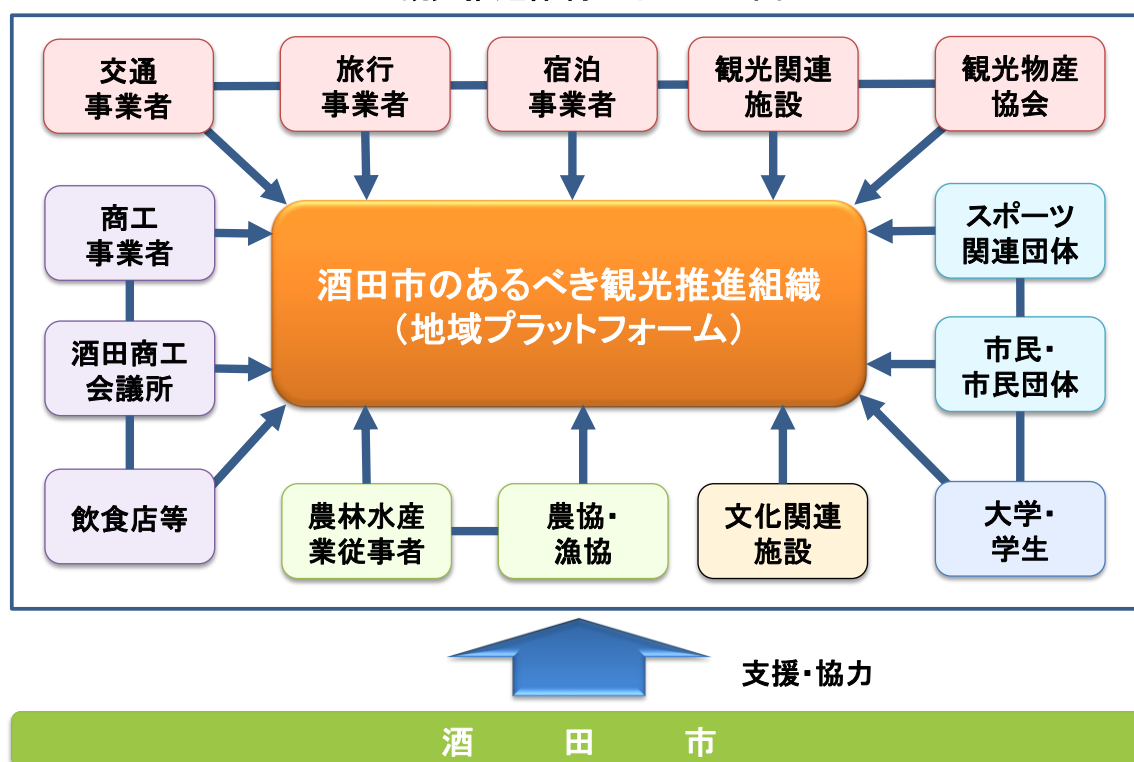
① 地域プラットフォームの創設

全国的な観光推進組織の今後のあり方や取り組みの方向性に鑑み、観光推進組織のあり方としては、多様な主体が連携できるような酒田市の関係団体等が一致団結して「オール酒田」の観光推進を目指していく。

組織形態はもとより、多様な主体が連携できるような枠組みとするため、以下に酒田市の観光推進組織のイメージを示した。行政は推進組織を支援・協力することに専心し、主体はあくまで観光推進組織の構成メンバーとした、現在、国が推進している日本版DMO⁶のような組織体制を目指す。

そして、様々な主体が連携した観光推進組織は、地域のプラットフォームとしての役割を担い、関係者の円滑な事業運営を全面的に実施するとともに、事業によっては自ら主体的に企画・運営していくことが可能となるような組織を作ることが望まれる。

<観光推進体制のイメージ図>



⁶日本版DMO (Destination Marketing/Management Organization) : 地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協働しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人のこと (引用：観光庁)

② インバウンド⁷に対応した受け皿組織づくり

近年急激に増加している訪日外国人旅行者（インバウンド）に対応し、外国語が堪能なガイドの育成や、外国語の表記のある案内看板やパンフレット、さらには外国人が興味を持ちそうな観光資源等の開発とプロモーション等に関して、統一かつ円滑な対応を行うための専門的な受け皿組織をつくる。

国でも訪日外国人による経済効果を都心部から地方への波及を目指し、地方空港の着陸料の補助なども表明しており、今後、庄内空港を利用したインバウンド客の誘致が現実味を帯びてきており、日本各地での争奪戦が繰り広げられることも予想される。また、山形県唯一の重要港湾である酒田港への大型外航クルーズ船の受け入れも見据え、国内観光のみならず、インバウンドを視野に入れた体制づくりについて検討を行う。

③ 関係省庁や関連機関との連携

酒田市中長期観光戦略の実施に当たっては、庄内地域やさらに広域での連携によって、ダイナミックなエリアの魅力向上を図る。現在実施されている広域連携事業は、以下の通り。

● 広域観光圏連携活動との連携

庄内観光コンベンション協会、日本海きらきら羽越観光圏、庄内北部定住自立圏構想、鳥海国定公園観光開発協議会、鳥海山・飛島ジオパーク構想推進協議会などで様々な広域連携事業が実施されている。中には成果が見えにくい活動があるのも現状である。再度共通目標の認識を持ち、成果を具体的に図るわかりやすい指標を持って事業を推進する。

例えば、広域での二次交通手段の課題を解決するため、各市町を回遊する交通手段を共同で整備することによって、観光客の広範な観光行動を促進し、連携事業のインフラとなるよう整備を行うなど、必要に応じて検討会等を設ける。

● 国・観光庁との連携

酒田市中長期観光戦略の実施にあたっては、政府が進める観光立国政策や観光庁の事業の進捗状況等を十分に見極め、積極的に支援を仰ぐなど、国等の公的補助金等の獲得も視野に入れながら事業展開を進める。

そのため、国等の施策や推進方針等について常に視野に入れながら積極的に情報収集と分析を行い、事業の方向性を検討していく。また、県等の観光政策の方向性や周辺市町とも情報交流を行いながら、協調・連携して進めていく。

⁷外国から自国への観光移動のこと（訪日外国人）。

(3) 観光プロモーションの展開

① 国内旅行者向けプロモーション

<首都圏での観光客誘致プロモーションと物産展の開催>

庄内地域の食や食材をアピールするための、物産展の開催と観光客誘致プロモーションを行う。実際に庄内の食を試食してもらい、来訪の動機づけを促すとともに、魅力をアピールすることで、新酒田物語を認知してもらう。

旅行会社等へのプロモーションに関しては、首都圏の旅行会社、及びキャリア系の旅行会社に対して、継続的で地道なプロモーション活動を展開し、一つでも多くのツアー誘致を行う。

<旅行関連サイト等と連携したプロモーション>

旅行専用サイト「じゃらん」、「楽天トラベル」、「Yahoo!トラベル」など、旅行関連サイトと連携し、庄内の旅をメインとしたキャンペーンを展開する。専用サイトでの宣伝等はもちろん、特別なモデルツアーを提供したり、モニターツアーを実施したり、観光客のメリットを出したプロモーションを行う。

また、庄内の食に関するアピールを行い、土産品や景品などを提供して、庄内に来てもらうことを前提としたキャンペーンを行う。

<SNS（ソーシャルメディア）の活用>

実際に影響力の強い口コミ、facebook等（ソーシャルメディア）で酒田の魅力を拡散する。観光物産協会などの公式メディアのほかに、参加メンバーでも積極的に拡散できるよう、グループメディアを設置する（「新酒田物語」SNSグループなど）。なお、この取り組みは、国内向けのみならず海外向けのコミュニティとしての意識を持って実施することが重要であるため、在酒の外国人を巻き込むことも必要である。

② 海外旅行者向けプロモーション

<広域連携による海外プロモーションの展開>

海外で開催されている旅行博等のイベントに出展し、直接顧客を誘致するプロモーションを展開する。そのためには、酒田市だけでは訴求力に乏しいため、山形県、庄内地域全体を含めた広域連携によるプロモーションを行う。

<訪日外国人向けの観光資源のモニタリング>

外国人目線での観光振興を図るため、海外の旅行会社及び雑誌社等を含めてモニターツアーなどの招聘事業を行い、庄内地域や酒田の観光の魅力を理解し

てもらおうと同時に、何が訪日外国人にとって魅力的な資源であるのかモニタリングする。

さらに外国人留学生等を活用して、酒田の観光の魅力を情報発信するとともに、海外の学校を対象として、日本文化を学ぶ教育旅行の誘致を行う。

<MICE⁸等の誘致とプロモーション>

海外の学会や世界大会などの国際的なMICEを誘致するために、MICEアドバイザーを採用するなど積極的な活動を展開するとともに、コンベンションの開催やエクスカッション⁹による観光の魅力などをアピールするためプロモーションを行う。また外国人向けパンフレットや専用サイトの構築など、多言語を用いたPR活動などを行う。

<クルーズ船の誘致プロモーション>

酒田は山形県唯一の港湾都市であり、大型旅客船の寄港可能な港や埠頭を持っている。立地的に酒田は陸からのアクセスがあまりよくない地域であり、港町という海の玄関口を活用した施策の展開を図る。

そのため、大型クルーズ客船を誘致して、酒田周辺から庄内全体の観光をアピールし、港湾利用料や市内観光のインセンティブなど、あらゆる手法での誘致を行う。特にクルーズ船は訪日外国人の誘客に対して非常に効果的であり、日本海側の立地を活かして、中国やロシア、韓国などを中心としたプロモーション活動を展開する。

⁸ MICE : Meeting (会議・研修・セミナー)、Incentive tour (報奨・招待旅行)、Convention または Conference (大会・学会・国際会議)、Exhibition (展示会) の頭文字をとった造語でビジネス旅行の形態

⁹ エクスカッション : 従来の見学会や説明を受けるタイプの視察とは異なり、訪れた場所で案内人の解説を聞きながら、参加者と意見を交わし、地域の自然や歴史、文化など、様々な学習的内容で専門家の解説を聞くとともに、参加者も現地での体験や議論を行い理解を深める見学会

(4) 観光の推進に関する環境整備

① 情報環境整備 (Wi-Fi 等)

観光庁が平成 23 年 10 月に実施した「訪日外国人に対するアンケート調査」によると、旅行中に困ったことの第 1 位に「無料公衆無線 LAN 環境」が上げられている。平成 27 年 6 月に観光立国推進閣僚会議にて決定された「観光立国実現に向けたアクション・プログラム 2015」においても「外国人旅行者が利用しやすい無料公衆無線 LAN 環境の整備を促進する」と記載されており、各地で整備が進められている。

酒田市内でも、ホテルなどでは無料公衆無線 LAN の環境が整備されているものの、外国人観光客の誘致に向けて、無料公衆無線 LAN の環境の整備を拡充していく必要がある。

② お土産品となる名物・名産品の開発

外国人旅行者のみならず日本人にとっても、旅先での名物や名産品の買い物は旅行の楽しみの一つとなっている。酒田市においては、新鮮な魚介類や農産物などを買い求める日本人旅行者は多いものの、これは酒田独自のものとは言えず、また外国人旅行者には不向きである。

旅行者のニーズに応えるには、酒田に来た記念や思い出となる、酒田でしか手に入らない、酒田独自の名物や名産品の開発を進める必要がある。

③ 滞在型観光メニューの開発

酒田市の観光の課題でも記したとおり、酒田市を訪れる観光客は日帰りが多く、また日帰り客の平均滞在時間も 4 時間弱と短い。

そのため、酒田市内での滞在時間の拡大や、宿泊してもらえるような滞在型観光メニューの開発を進める。本項 (1) サブ・ストーリーごとの観光施策の展開の施策例で列記した各種事業も滞在時間の延長に資するメニュー開発となるが、特に宿泊客を増大させるため、泊まることが必然となるよう夜を楽しむことのできる観光メニューが必要となることから、酒田の夜の魅力づくりも同時に進める。

④ 交通ネットワークの整備

酒田に観光で訪れる際の首都圏からのアクセスでは、鉄道で酒田駅を利用するか、高速バス、あるいは庄内空港を利用した航空便、自家用車による交通手段が一般的である。

しかし鉄道では、山形新幹線で新庄経由、上越新幹線で新潟経由のいずれも所要時間で約 4 時間かかる。飛行機を利用しても、羽田空港と庄内空港は約 1 時間

であるが、庄内空港から酒田市内までは連絡バスで約 40 分ほどかかる。路線も 1 社体制である。また高速道路についても首都圏から直結する道はなく、いずれもかなりの所要時間を要する。

今後、酒田の観光を振興していくためには、交通ネットワークの整備が必要不可欠である。国等に対しては、山形新幹線の延伸や庄内空港のダブルトラック化、日本海沿岸東北自動車道の延伸等を含めた交通ネットワークの整備を求めていく。