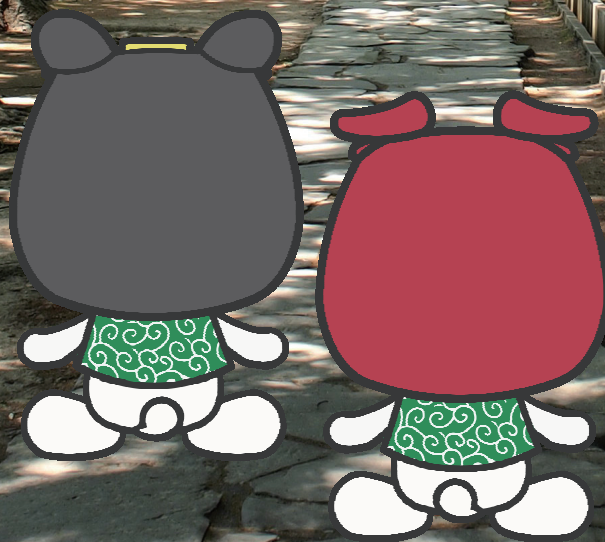


酒田市中長期観光戦略

# 新酒田物語（概要版）

「～広めよう！」酒田自慢“増やそう！”酒田ファン“



# 1. 酒田市中長期観光戦略策定の背景・目的

## (1) 酒田市中長期観光戦略策定の背景・目的

酒田市は江戸時代、北前船交易の重要な寄港地として繁栄しました。その後、流通変革やモータリゼーション化等により「港町・酒田」の賑わいは失われていきましたが、今なお当時の繁栄を偲ばせる港町文化、北前船により持ち込まれ発展した京の文化や食文化等が色濃く残っています。

また、酒田市は「おしん」や「おくりびと」等の魅力的な映画のロケ地や、山居倉庫、山王くらぶ、本間家旧本邸などを中心的な観光資源として多くの観光客を迎え入れてきました。しかしながら、昨今では多様化する消費者ニーズに必ずしも的確に答えきれず、観光客の伸び悩みといった状況となっています。

そのため、今後の酒田市の観光を推進していくにあたり、昨今の社会状況や観光を取り巻く環境の変化、消費者ニーズの多様化などを踏まえつつ、市民や民間事業者を巻き込み、さらには庄内地域が連携して観光に取り組んでいくために、中長期の観光戦略を策定します。

### ●外的要因

- ・人口減少社会の到来
- ・国内旅行の長期的な減少
- ・観光需要に関する価値観の多様化
- ・訪日外国人旅行者の増大
- ・国内旅行における地域間競争の激化

### ●内的要因

- ・知名度が低い
- ・酒田に行く動機がない
- ・リピーターが少ない
- ・既存の観光地と観光客ニーズとの乖離
- ・関係機関の役割分担が不明確

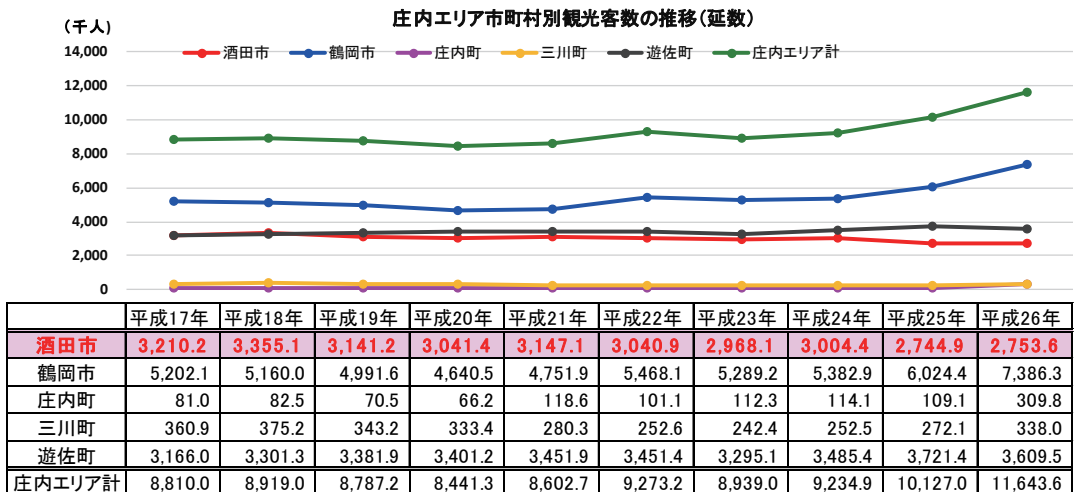
## (2) 酒田市中長期観光戦略の期間

計画期間：平成28年4月～38年3月までの10年間  
※前期5年間で中期計画期間と定め、必要に応じて計画期間の見直しを行う。

# 2. 酒田市の観光の現状

## (1) 伸び悩む酒田の観光

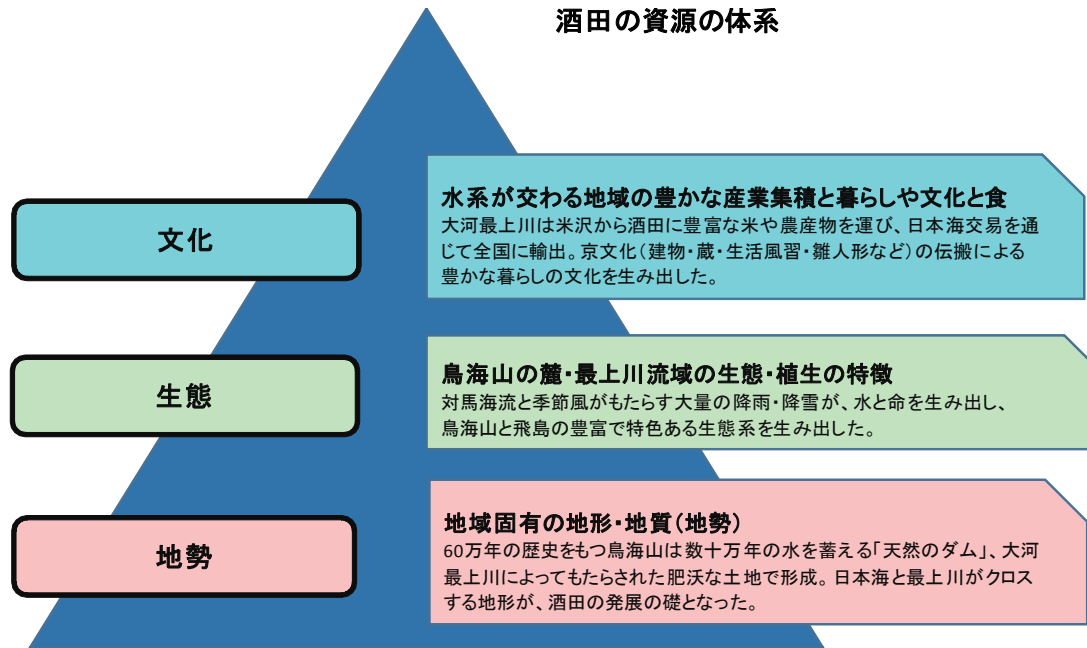
平成17年に比べ、平成26年時点では、庄内地域全体の観光客数は約20%増加している中で、酒田市は約14%減となっています。



## (2) 酒田市の観光資源とその特徴

酒田は最上川舟運と北前船交易の結節点である港町として、港から市内中心部にかけて往時の歴史を感じさせる多くの資源を有しており、これらが現在の主要観光資源となっています。

また、山形県の最高峰鳥海山、母なる川最上川の河口に開けた肥沃な大地と日本海に面した港町酒田は、飛島なども含めた固有の地形・地質をもち、その大地が育んだ里地里山の豊かな生態系や食資源など、山岳信仰とともに、河川と日本海交易の財の蓄積をもとに発達してきた豊かな暮らしの文化や産業が積層しています。



## (3) 酒田市の観光に関する SWOT 分析

酒田市の観光を推進していくためには、この地域の「強み」を活かし、観光市場の機会を勝ち取ることが最優先される手法です。また、地域の「弱み」を克服することも重要な視点ですが、単に弱みを克服するだけでなく、「弱み」を「強み」に転換するといった逆転の発想も必要です。

		強み (Strength)	弱み (Weakness)
地域		・地域の観光資源の強みは何か ・他に考えられる強みは何か	・地域の弱みは何か ・他に考えられる弱みは何か
	①	北前船による歴史、文化、交易	① 市内観光資源や施設の認知度が低い
	②	おいしい食べ物	② 名物・名産品が少ない
	③	クルーズ船の寄港	③ 既存観光施設と観光客ニーズの乖離
	④	美しい自然景観	④ 宿泊施設の不足(客室数)
	⑤	多様な祭り・イベント	⑤ 市内全域の二次交通が不足
	⑥	公益の精神	⑥ 市民が地域の魅力に気づいていない
市場環境		機会 (Opportunity)	脅威 (Threat)
		・市場変化の機会はないか ・他に考えられる機会はないか	・競争相手の反撃の脅威は何か ・類似参入の脅威はあるか
	①	観光客の個人化・少人数化	① 本格的な人口減少化社会の到来
	②	観光ニーズの多様化・成熟化	② 国内観光需要の地域間競争の激化
	③	訪日外国人旅行者の急増	③ 訪日外国人観光客誘致の全国的取り組み
	④	外航クルーズ船の増加	④ 外航クルーズ船誘致に取り組む地域の増加
	⑤	鳥海山・飛島ジオパーク認定に向けた取り組み	⑤ 着地型観光に取り組む地域の増加
⑥	ミシュラングリーンガイドジャポンでの評価		

### 3. 酒田市中長期観光戦略

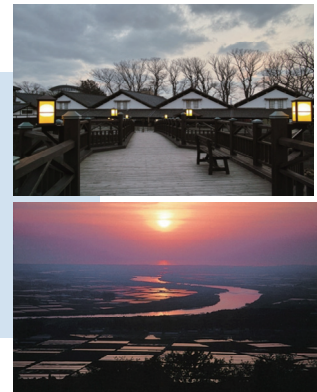
酒田市の観光の現状やSWOT分析等を受けて、あらためて酒田市の観光における課題を整理し、課題に対応するための、酒田市中長期観光戦略を策定します。

#### (1) 酒田市の観光の課題整理

酒田市の観光の現状分析	課題	各種調査結果
<ul style="list-style-type: none"><li>◆観光資源・地域資源の現状</li><li>◆観光入込者数の現状</li><li>◆庄内地域の観光の現状</li><li>◆やまがたデスティネーションキャンペーンの状況</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>*酒田の知名度が低い</li><li>*日帰り観光客が多い</li><li>*観光客の市内回遊に乏しい</li><li>*既存観光施設が観光客ニーズと乖離</li><li>*宿泊機能が不足</li><li>*二次交通手段が不足</li><li>*情報発信機能が脆弱</li><li>*観光推進体制が無い</li><li>*関係者の役割分担が不明確</li><li>*関係機関の連携が不足</li><li>*名物・名産品のイメージが少ない</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▼既存の観光資源が弱い</li><li>▼回遊型の資源が不明確</li><li>▼酒田の認知度が低い (来訪者調査より)</li><li>▼「食」をうまく活かしていない</li><li>▼集中と選択でアピール不足</li><li>▼関係機関の連携がない (ヒアリング調査より)</li><li>▼認知度7割、来訪経験3割</li><li>▼若年層ほど認知度が低い</li><li>▼飲食や景観の魅力が高い (インターネット調査より)</li></ul>

#### (2) 観光戦略策定の7つの視点

- ① 「これなら人が呼べる酒田の“ウリ”」の確立
- 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
- ③ 酒田の「オリジナル・ストーリー」の確立
- ④ 酒田の個性を光らせる「サブ・ストーリー（新酒田物語）」の創出
- ⑤ 地域の総合力を活かす
- ⑥ 庄内地域が連携して取り組む広域観光連携
- ⑦ 酒田の観光の魅力の発信



#### (3) 酒田のオリジナル・ストーリー

オリジナル・ストーリーとは、酒田独自の地域性が生み出した固有の理念や観光振興の基本的な思想に基づくものであり、市民自らが認識し地域の誇りとして感じる柱となるものです。

##### <“交易”：北前船や最上川舟運で栄えた酒田の特性>

酒田は最上川河口に位置しており、最上川を通じて内陸から紅花や米など豊かな農産物が数多く集積した商都です。さらに、北前船交易の寄港地として、全国各地から集積した豊かな食材は北前船でもたらされた京の文化と融合し、現在でも酒田の食文化として根付いているなど、まさに交易都市として発展を遂げてきました。

##### <“公益”：豪商「本間家」等による地域風土としての特性>

北前船交易で栄えた豪商たちは“酒田三十六人衆”とよばれ、本間家のように、私財を投じて町のために様々な投資を行うなど、公益に資する事業を積極的に行ってきた豪商も存在します。

このように、酒田は“交易”と“公益”で発展してきた地域であることから、酒田の観光を考える場合には酒

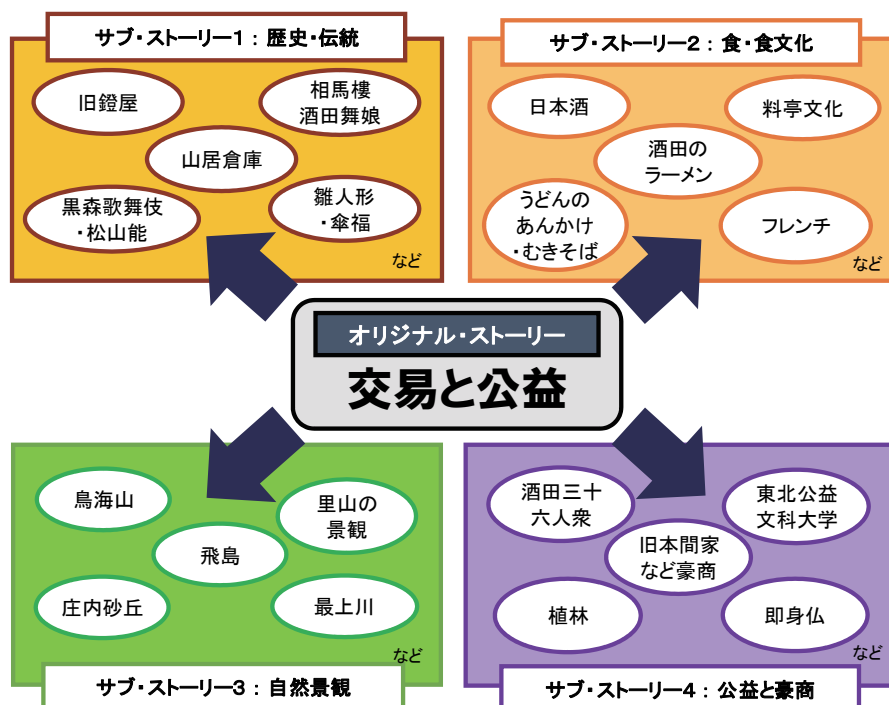
田の地域性や土地の歴史・文化を十分に踏まえて進めていくことが重要です。

よって、酒田の中長期観光戦略のオリジナル・ストーリーとして、“交易”と“公益”を2つの柱として設定し、「KOEK I（交易と公益）のまち・酒田」とします。

## KOEK I（交易と公益）のまち・酒田 ～ 港町文化とおもてなしのまち・酒田 ～

### (4) サブ・ストーリー「新酒田物語」の構成

オリジナル・ストーリーである「KOEK I（交易と公益）のまち・酒田」を核としながら、具体的な観光施策を展開するために、酒田の「強み」である「歴史・伝統」や「食・食文化」、「自然景観」、「公益と豪商」をサブ・ストーリーとして設定します



### (5) 観光戦略のスローガン

具体的な事業展開を行う際には、関係者等が共通の目的をもって一丸となって事業を進めていくことが必要です。そのためには、多くの市民や地域事業者などが、それぞれの立場で観光に係わってもらうため、観光振興の共通のスローガンを設定して、わかりやすい言葉で酒田市の観光に対する市民理解と協働を求めることが重要です。

特に、観光振興の施策実施のためには市民が酒田市の魅力・観光資源を理解し、観光振興に係わってもらうため、観光関係者等と市民が協働しながら進めていく体制づくりが求められています。

#### <観光戦略のスローガン>

広めよう！ “酒田自慢” 増やそう！ “酒田ファン”

## 4. 観光戦略の展開(アクションプログラム)

### (1) サブ・ストーリーごとの観光施策の展開

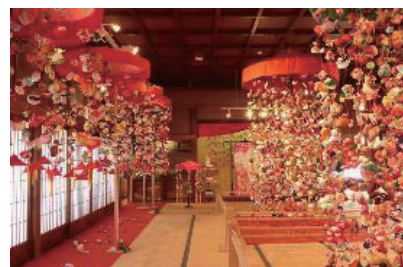
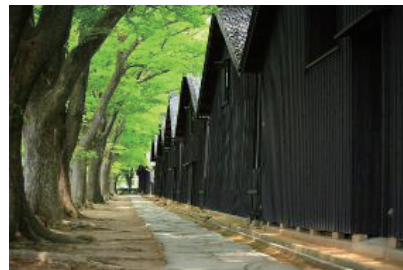
#### ①歴史・伝統の活用(交易で栄えた豪商と雅な文化の融合)

##### ◆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”の歴史です。酒田の街なかには“交易”に関連する貴重な歴史的資源が多数残っており、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きています。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となります。

##### ◇施策例

- ・さかた歳時記
- ・酒田独自の祭りやイベントの活用
- ・北前船寄港地ネットワークを活用したイベント開催
- ・外国人観光客の誘致
- ・回遊性を高める観光ルートの創設
- ・伝統工芸の保存と活用
- ・街あるき観光の推進
- ・山居倉庫を守る「ケヤキ」の保全活用



#### ②食・食文化の活用(豊かな食材を使った“おもてなしの食文化”)

##### ◆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、サブ・ストーリーとしての展開を図ります。

##### ◇施策例

- ・北前船によってもたらされた食文化の提供
- ・酒田・庄内の食を活用したイベントの開催
- ・外国人モニターツアーの開催
- ・「庄内米」を体感できるプログラムの造成
- ・フレンチに合う日本酒の提供
- ・日本酒の試飲スペースの設置



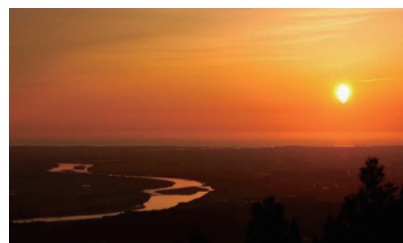
#### ③自然景観の活用(壮大な鳥海山と最上川・飛島の独自の自然環境)

##### ◆オリジナル・ストーリーとの関連

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す。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し、酒田の観光を重層的に展開します。

##### ◇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
- ・ジオパーク関連イベントの開催
- ・観光施設等のライトアップによる夜間景観の形成
- ・湊町酒田のシンボル酒田港の魅力増進



#### ④公益と豪商の活用（本間光丘の植林事業にみる公益の精神）

##### ◆オリジナル・ストーリーとの関連

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ました。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もあります。この“公益”の精神は、いまでも酒田市民の精神的根幹であり、おもてなしの心として育まれています。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す。

##### ◇施策例

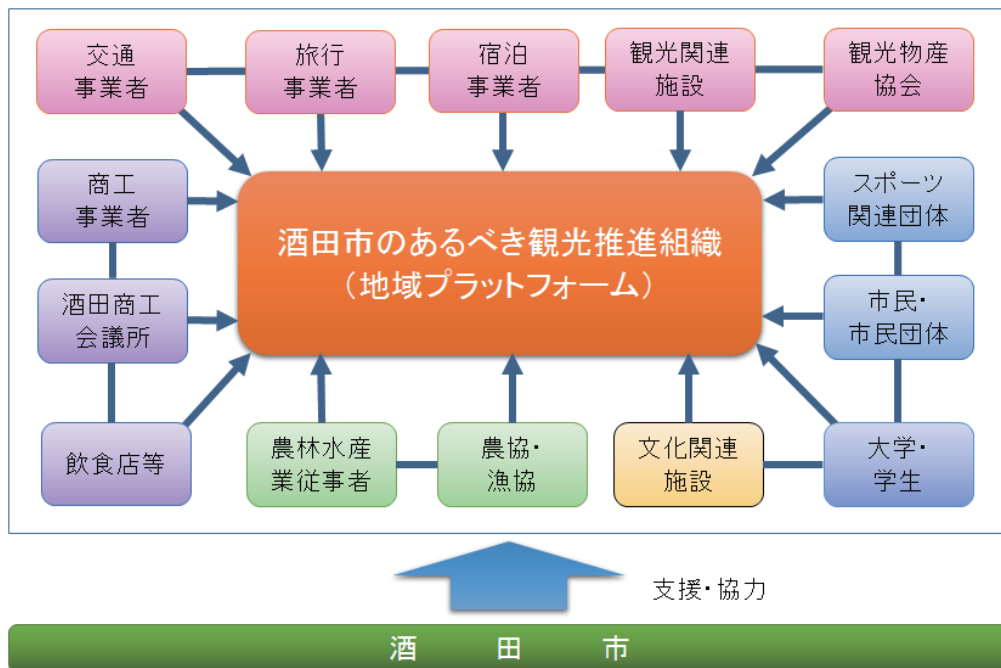
- ・東北公益文科大学と連携した観光人材の育成
- ・公益の精神を体感するイベントの開催
- ・本間家の精神と北前船の歴史を学ぶイベントの開催
- ・土門拳の活動と公益



## (2) 観光推進体制の構築

### ①地域プラットフォームの創設

観光推進組織のあり方としては、酒田市の関係団体等が一致団結した「オール酒田」の観光推進を目指します。この組織は、様々な主体が連携した地域のプラットフォーム（日本版DMO<sup>1</sup>）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望まれます。



### ②インバウンドに対応した受け皿組織づくり

### ③関係省庁や関係機関との連携

<sup>1</sup>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、多様な関係者と協同しながら、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）

### (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

- ☞首都圏や近隣圏での観光客誘致プロモーションと物産展の開催
- ☞旅行関連サイト等と連携したプロモーション
- ☞SNS（ソーシャルメディア）の活用

#### ② 訪日外国人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
- ☞訪日外国人向けの観光資源のモニタリング
- ☞MICE等の誘致プロモーション
- ☞クルーズ船の誘致プロモーション

### (4) 観光の推進に関する環境整備

#### ① 情報発信機能の充実

#### ② 情報環境整備（Wi-Fi等）

#### ③ お土産品となる名物・名産品の開発

#### ④ 滞在型観光メニューの開発

#### ⑤ 交通ネットワークの整備

## 5. 役割分担

#### ① 行政主導でやるべきこと

- ・観光戦略・計画策定
- ・環境・施設整備
- ・民間事業者への支援等
- ・情報発信・プロモーション
- ・交通政策・二次交通手段の確保
- ・観光戦略推進のための行政分野の連携
- ・継続的な顧客マーケティング

#### ② 民間主導でやるべきこと

- ・事業者連携による収益事業
- ・事業者連携による情報共有・連携イベント
- ・環境・施設整備

#### ③ 官民共同でやるべきこと

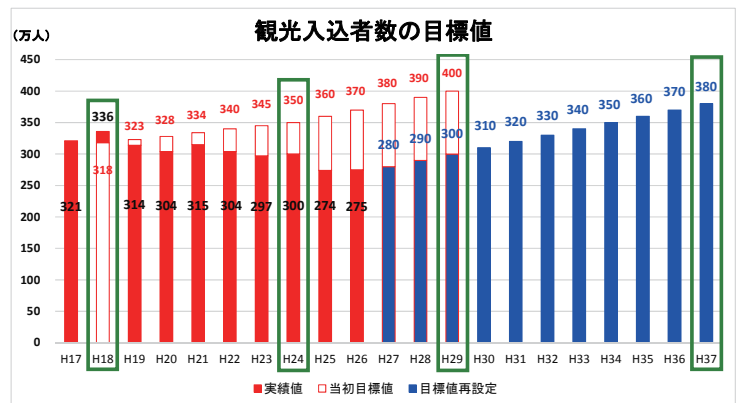
- ・官民連携の受け皿づくり
- ・観光客の利便性を確保するための情報環境整備
- ・おもてなし人材の育成
- ・観光客の観光行動対策等
- ・訪日外国人（インバウンド客）誘致のためのプロモーション
- ・既存の観光関連組織のリノベーション
- ・地域人材の発掘と育成

## 6. 事業の中長期目標

#### (1) 観光戦略の目標値

目標値については、酒田市観光基本計画の観光入込者数の伸び率を踏襲しますが、平成28年度以降の目標値を右図のとおり見直し、計画最終年度にあたる平成37年度には現時点から100万人増の380万人と設定します。

また、既存の観光入込者数の指標だけでなく、観光客の満足度についても向上を図ります。



#### (2) 観光戦略の進捗・目標管理

観光戦略の達成状況及び進捗状況を毎年度検証し、酒田市の観光を取り巻く環境変化や社会情勢の変化を踏まえ、随時かつ柔軟に見直し修正を図ります。

そのため、年度ごとに、PDCAサイクルによってチェックしながら施策を見直し、現実に即したプランを検討します。

