観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年７月 20 日

１．観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	広域連携ＤＭＯ･地域連携ＤＭＯ･地域ＤＭＯ	
観光地域づくり法人の名称	一般財団法人 酒田 DMO	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 山形県酒田市	
所在地	山形県酒田市中町 1-4-10 6 階	
設立時期	令和４年５月 26 日	
事業年度	４月１日から翌年３月 31 日までの１年間	
職員数	７人【常勤５人（正職員２人･出向等５人）、非常勤０人】	
代表者（トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者） ※必ず記入すること	（氏名） 荒井 朋之「専従」 （出身組織名） 酒田市観光戦略推進協議会	（株）JTB にて添乗員７年･営業 20 年（内、庄内酒田担当 15 年）、計 27 年間勤務。在職中は地域交流･自治体･法人･学生･MICE･インアウトバウンドを担当。観光庁･復興庁･自治体事業、ラグビーワールドカップ釜石大会の交通輸送等にも携わり、自治体･企業･学校の連携等を担ってきた。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（ＣＭＯ：チーフ・マーケティング・オフィサー ※必ず記入すること	（氏名） 浅羽 由紀夫 「専従」 （出身組織名） （株）日本旅行リテイリング	日本旅行店舗にて団体手配及びカウンターセールスに従事。 関東圏内での勤務を中心に支店長として店舗運営及び、新店舗立ち上げを行なう。 カウンターでの個人旅行対応の経験より、内外の 個人旅行需要に精通している。 総合旅行業務取扱管理者、クルーズコンサルタントの資格を有する。
財務責任者（ＣＦＯ：チーフ・フィナンシャル・オフィサー）	（氏名） 佐藤 良広 「専従」 （出身組織名） 酒田市観光戦略推進協議会	元酒田市職員で企画財政など管理部門、商工観光部門に従事。本市の市町村合併にも携わる。 2011 年から３ヶ年、市観光物産課長として東日本大震

様式１

※必ず記入すること		災後の祭りの活性化、観光組織の育成、DC、産業観光などを推進。 2018 年からは庄内地方 2 市 3 町で構成する庄内開発協議会に勤務。広域重要事業要望、秋田・新潟と連携し日本海側の地域課題への対応を担当。 2021 年から酒田市観光戦略推進協議会において観光庁の事業を担当。 地域の主な事業者と強固な繋がりを持つ。
戦略構築・観光プロモーション	（氏名） 佐藤　成美「専従」 （出身組織名） 酒田市　地域創生部 交流観光課	平成 26 年度に酒田市職員として採用。 平成 30 年度より酒田市産業振興まちづくりセンター（サンロク）配属となり、首都圏の企業や任意団体と一緒に人事制度を活用したワーケ―ションの企画立案に従事。 シテイプロモーションを推進し、関係人口の拡大を図る。
戦略構築・情報発信	（氏名） 池田　茉祐「専従」 （出身組織名） 富士通 Japan（株）	令和 2 年度に富士通(株)へ入社。 富士通 Japan(株)にてシステムエンジニアとして自治体の就学・就学援助システムの運用保守を担当。システムの安定運用・障害への迅速対応に努める。 令和 5 年度には自治体システムの営業を行うパートナー企業職員向けの教材作成を企画・担当。システム契約増加に繋がる人材教育の推進を図る。
戦略構築・（首都圏における情報発信・観光プロモーション）	（氏名） 菊池　大祐「専従」 （出身組織名） （株）ジェイアール東日本企画	（株）ジェイアール東日本企画にて、交通広告や屋外広告等を主としたメディア媒体の企画提案などを中心に従事。 JR 仙台支社においては、6 次産業化商品開発を初期開発から商品完成販売まで担当するなど、農業と食をテーマにした被災地活性化イベントの経験も有する。 また北海道新幹線開業、青森・函館 DC などにも携わり、北東北エリアの観光及び観光キャンペーン全般に精通している。
戦略構築・（首都圏における情報発信・観光プロモーション）	（氏名） 田中　隆弘「専従」 （出身組織名） 酒田市　地域創生部 交流観光課	平成 2 年度に酒田市職員として採用。 定期船とびしま丸による酒田港クルーズを提言。 平成 22 年度、全国初となる公設民営の庄内レンタカー駐車場、みなと市場の整備を担当し、平成 29 年度には酒田港初となる外国船の受入を担当、平成 30 年度インバウンド拡大に向けた招請業務を担当するなど、酒田観光における受入体制整備推進を図る。

様式１

連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	【酒田市】 ○ 地域創生部　交流観光課（観光振興全般） ○ 地域創生部　商工港湾課（港湾振興、商店街振興等、企業連携） 八幡、松山、平田　各総合支所　地域振興係（観光振興全般） 農林水産部、教育委員会 【山形県】 ○ 観光文化スポーツ部 ○ 山形県庄内総合支庁　地域産業経済課観光振興室（観光振興全般）
連携する事業者名及び役割	【観光振興・マーケティング】 ○ 一般社団法人 酒田観光物産協会：（お土産販売） ○ 酒田商工会議所 ○ 酒田市産業振興まちづくりセンター：（企業支援） ○ 株式会社 平田牧場　：（観光施設：相馬樓） ○ 酒田小鈴 合同会社　：（観光事業者：酒田舞娘） ○ 株式会社 環境開発　：（酒田地区土地・不動産開発） ○ 有限会社 チアーズ　：（観光施設：山王くらぶ） ○ ひらた悠々の杜 株式会社 ：（温泉施設） ○ 庄内観光コンベンション協会 ○ 東北公益文科大学 ○ 一般社団法人 鳥海山・飛島ジオパーク推進協議会 ○ 一般社団法人 北前船交流拡大機構 【宿泊】 ○ 酒田市旅館業組合 ○ 酒田市ホテル振興協議会 【二次交通】 ○ 松山観光バス 株式会社：（バス） ○ 庄内交通 株式会社：（バス） ○ 山形県ハイヤー協会　酒田支部：（タクシー） 【着地型商品開発】 ○ 松山観光ツアー 【情報発信】 ○ 株式会社 山形アドビューロ：（広告代理店） ○ 株式会社 山形新聞社 酒田支社 ○ 株式会社 荘内日報社 ○ 株式会社コミュニティ新聞社 ○ 株式会社 山形テレビ庄内支社 ○ 株式会社 さくらんぼテレビジョン庄内支社 ○ NHK 酒田報道室 ○ 株式会社 テレビユー山形庄内センター

	○ 有限会社 プランニングゆうむ：（地元誌）
官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み	【該当する登録要件】 ② 観光地域づくり法人が主導して行政や関係団体をメンバーとするワーキンググループなどの委員会等を設置 【概要】 酒田 DMO が主導し、「酒田観光まちづくり会議」において観光関連事業者等による意見交換・情報・取組共有などを行い合意形成を図り、地域の観光事業者、宿泊事業者、交通事業者、商工会、行政等、業種規模を問わず連携できる仕組みをつくり、共業・連携するための賛助体制の組織の形成を図っている。 ○ 観光地域づくり法人が中核となり、事業催行のため賛助団体の代表者（意思決定者）や、行政・教育機関等、多様性を尊重した事業構築を行うための勉強会及び情報共有会議等を実施。 ○ 稼ぐ組織として行政や関係団体と合意形成した収益事業の実施。 経済の循環を基本とした信頼関係を築き、持続可能な運営体制を構築。
地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組	地域企業・地縁団体等と連携した活動については、地元メディア・媒体を通じ紹介をおこない、酒田 DMO の認知度の向上、取組内容の周知を図っている。また、地域住民・関係事業者等に向けた勉強会等、地域と一体となった観光地づくりに対し意識啓発と参画促進に努めている。 （令和 6 年度における主な実施事業例） ○ 令和 5 年度に続き台湾において、ATTA 台中国際旅行展及び、台中市内高等学校教育旅行を始めとする酒田への誘客活動として、酒田舞娘を全面に押し出した酒田観光プロモーションを実施。 地元誌「荘内日報」等を通じ活動内容を地域住民に紹介。 ・実施日：令和 6 年 10 月 25 日～27 日。（令和 7 年も 10 月実施に向け準備中） ○ 酒田市立第一中学校における、「酒田の歴史文化を始めとする地域の勉強会」を実施。 ・実施日：令和 6 年 5 月 24 日 ○ 東北公益文科大学「おもてなし隊」及び地域観光事業者と連携し、次世代の観光人材育成に向けた取組みとした、酒田の文化・歴史・自然につての勉強会を実施。 ・実施日：令和 6 年 6 月 5 日～6 日 ○ 地域学生による国際交流を目的として市内高校生 5 名を台中市に派遣し、学校交流を始め、ホームステイ、現地日本人向けスーパー視察などによる「台中プロモ―ション研修プログラム」を実施。 ・実施日：令和 7 年 1 月 16 日～20 日 ○ 次世代へ歴史・文化の学び、郷土への愛着の醸成を目的とした取組みとして、市内小・ 中学校へ「酒田舞娘出張授業」を実施。 ・実施校：市内小学校 5 校、中学校 3 校、保育園 1 園　合計 8 校 1 園にて実施

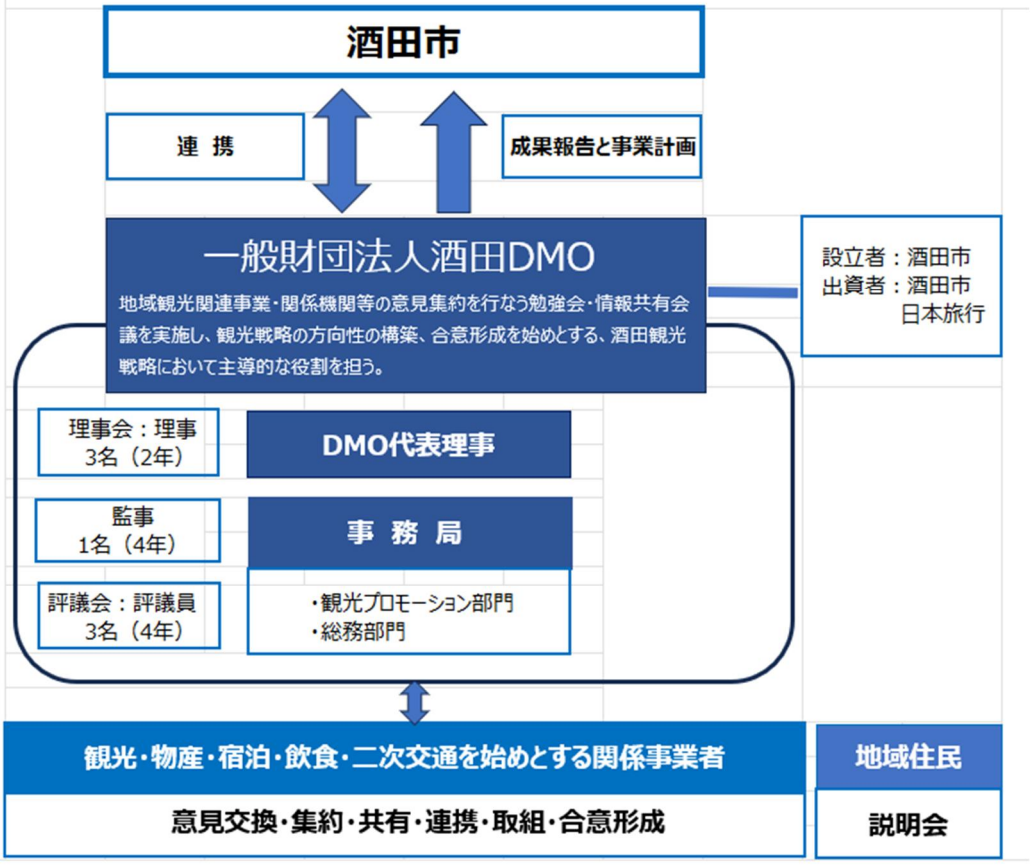
法人のこれまでの活動実績	酒田 DMO が主導し、地域観光事業者、行政等と連携の上、国内ターゲットエリアとなる仙台圏を中心とした隣接県と首都圏、海外においては最重要マーケットである台湾市場への酒田観光プロモ―ション・情報発信活動を継続的に行い誘客・認知度の上を図っている。 また旅行消費額の拡大に向けては、地域事業者との連携による着地型商品の造成販売、地産商品販売などの取組みを実施している。 **【活動の概要】**

事業	実施概要
情報発信・プロモーション	【インバウンド向け情報発信】 拡大するインバウンドへの取組みとし、海外第 1 ターゲットである台湾を始めとする海外市場に向け、美酒美食のまち酒田の食と酒田市観光プロモーション事業の推進強化として実施。 ○ 2024「ATTA 台中国際旅行展」において、インバウンド向け酒田市観光プロモーションを実施。 実施日：令和 6 年 10 月 25 日～27 日 ○ 台中市内の中・高等学校において、酒田への海外教育旅行誘致活動を実施。(台中・台北市内 合計 7 校にて実施) ○ 台中市旅行組合酒田勉強会を、49 社参加により実施 ○ 台中国際旅行展に合わせ、富裕層向け台中スーパーマーケットにおける酒田舞娘帯同による酒田産品プロモーションの実施。 台湾市場向けプロモーションは令和 7 年度も継続実施。 ○「美酒美食のまち酒田」推進事業（酒田の食の PR） メインターゲットである台湾市場に向け、市内観光関連事業者、食材の生産者、酒蔵、飲食店等と連携し、酒田の美酒美食の輸出、情報発信として台湾のバイヤーに対し酒田市内にて商談会を実施。 実施日：令和 6 年 6 月 14 日 【国内マーケット向け情報発信】 令和 6 年度 国内ターゲット市場向け「美酒美食のまち酒田」の食と酒田市観光プロモーション事業の推進強化として実施。 ○ 首都圏及び仙台での AGT・クルーズ会社・企業訪問による、「美酒美食のまち酒田」の食と観光プロモーション推進活動の実施。 令和 6 年 7 月～令和 7 年 3 月において計 6 回実施 ○ 地元雑誌等における観光プロモーションの実施。 国内ターゲット層への情報発信として、主要マーケットである仙台圏を含む隣接市などへの定期的な情報発信を実施。 情報発信媒体：仙台情報誌「りらく」・庄内情報誌「Bloom」

		○「美酒美食のまち酒田」推進事業（酒田の食の PR） 三越伊勢丹日本橋本店社員食堂、東京蔵前にある酒田の事業者東京店舗において酒田の食材の提供を行い、酒田の食と観光のプロモーションを実施。 実施日：令和 7 年 1 月 28 日～29 日（東京・日本橋） 令和 7 年 3 月 21 日（東京・蔵前） ○ 首都圏での飲食店経営者・バイヤー招聘による、酒田市内での物産商談会を実施。 実施日：令和 6 年 11 月 6 日（酒田市内）
	受入環境の整備	令和 6 年度 酒田 DMO オリジナル着地型観光コンテンツの整備・販売推進事業。 ○ 滞在・体験型プログラムを盛り込んだ今までにない高付加価値商品の造成・磨き上げを行い、酒田 DMO ポータルサイトにて販売を実施。 ○ 酒田の情報発信強化への取組として、酒田 DMO と酒田観光物産協会のホームページ統合への取組を継続推進。
	観光資源の磨き上げ	令和 6 年度実施主な酒田観光資源磨き上げ事業。 ○ 観光庁補助事業採択コンテンツ磨き上げによる、クルーズ船オプショナル商品の造成販売を実施。 昨年の にほん丸寄港地オプショナルに続き、2024 年 4 月 8 日酒田港に入港した「シーボンクエスト」寄港地オプショナルツアーとしてプショナル商品として、酒田の食をテーマにしたオリジナルコンテンツの造成販売をおこなった。

【定量的な評価】

酒田市　入込観光客数（酒田市独自調査数値を元に酒田 DMO にて算出）
令和 04 年度　2,173.7（千人）
令和 05 年度　2,340.4（千人）
令和 06 年度　2,278,1（千人）
酒田市　延べ宿泊者数（酒田市独自調査数値を元に酒田 DMO にて算出）
令和 04 年度　217（千人）
令和 05 年度　245（千人）
令和 06 年度　228（千人）
酒田市　旅行消費額（酒田市独自調査数値を元に酒田 DMO にて算出）

	令和 04 年度 19,453（百万円） 令和 05 年度 14,963（百万円） 令和 06 年度 20,844（百万円） 本市における入込観光客者数は、平成 18 年度の 3,355 千人をピークに長期的に減少傾向が続いており、新型コロナウィルス感染拡大に伴い令和 2 年においては前年比 4 割減となったが、行政の観光支援施策、インバウンドの拡大により令和 3 年度より回復基調となっている。引き続き観光入込者数、消費額の維持上昇に向けた取組みの実施を行っていく。
実施体制 ※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。	**【実施体制の概要】** 一般財団法人酒田 DMO は資本金の三分の二を酒田市が出資する第三セクター方式の法人だが、行政職員だけではなく民間企業からの出向を受け入れることで企業感覚を重視した組織として活動を行う。実施活動においては、観光関連データの分析に基づく観光ニーズの把握や観光資源の磨き上げ、地域内の観光関連事業者及び自治体・地団体等の連携による受入環境整備などをスピード感を持って行い、観光誘客を促進し、地域の観光産業を活性化させることを目的として活動を行っていく。 **【実施体制図】** 

様式１

２．観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】

区域設定の考え方】

江戸時代に河村瑞賢翁による西廻り航路が整備されると、その起点港であった酒田は北前船交易により、京都・大阪の上方文化を独自発展させ湊町として飛躍的に栄えた。市内には当時の面影を色濃く残す文化施設・観光資源が 10 の構成文化財として平成 29 年に日本遺産に認定された。また山形県唯一の有人離島「飛島」は島全域が鳥海国定公園に指定されている。さらに、鳥海山麓にある「玉簾の滝」等を含めた豊かな自然資源は平成 28 年に日本ジオパークに認定されている。北前文化の情緒あふれる日和山周辺を拠点とした街歩きによる歴史や文化の成り立ち、自然豊かな鳥海山麓を始めとした里山エリアは山菜採りやトレッキングなど、里山ならではのアクティビティを活かしたアドベンチャーツーリズムに適している。大地の成り立ちから生まれる景観や生態系、その上に育まれた歴史・文化を一体的に学び・楽しめる「現酒田市全域（平成 17 年に旧酒田市・飽海郡八幡町・松山町・平田町と新設合併）」を設定区域とすることが適切と考え設定する。

【観光客の実態等】

観光入込客数は、平成 20 年に本市が撮影ロケ地となり日本アカデミー賞を受賞した映画「おくりびと」の公開や、平成 29 年度の日本遺産登録やディスティネーションキャンペーン実施が追い風となり前年より増加となった年もあったが、平成 18 年度の 3,355 千人をピークに平成 24 年度以降は 3,000 千人を割り込み、新型コロナ禍においては

前年比 64%と大幅な減少となった。政府の全国旅行支援施策等により一定の回復傾向は見られたが、根本的な課題改善には至っていない。

酒田市独自の観光調査研究報告等によると入込観光客の約 6 割が県内からの来訪となっており、宿泊施設や二次交通の脆弱さという要素も相まってマイカー利用・日帰りでの来訪が多く観光消費額が低いため、県外から宿泊を兼ねた観光客の誘致と共に、滞在時間の拡大に向けた取り組みが課題となっている。

北前船が伝えた上方文化を独自に発展させた歴史的文化施設やグルメ、飛島・鳥海山麓の自然など魅力的な観光資源を持ち合わせているが、観光地酒田としての魅力を十分に活用しきれておらず官民一体となった取組みが必要となっている。

一方で来訪者の満足度においては毎年高い水準での評価となっているが、三世代家族や若年層への認知度が低いのが課題。観光地として若年層に響く魅力あるストーリーの磨き上げを図ると共に情報発信の強化を図り、認知度の向上・誘客促進をおこない消費額拡大に繋げていく必要がある

○観光入込客数（酒田市独自調査数値を元に酒田 DMO にて算出）
令和 04 年度 2,173.7（千人）
令和 05 年度 2,340.4（千人）
令和 06 年度 2,278,1（千人）
○延べ宿泊者数（酒田市独自調査数値を元に酒田 DMO にて算出）
令和 04 年度 217（千人）
令和 05 年度 245（千人）
令和 06 年度 228（千人）
○旅行消費額（酒田市独自調査数値を元に酒田 DMO にて算出）
令和 04 年度 19,453（百万円）
令和 05 年度 14,963（百万円）
令和 06 年度 20,844（百万円）

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

【観光施設】
・本間美術館・本間家旧本邸・山居倉庫・舞娘茶屋相馬樓・山王くらぶ・旧鐙屋・旧阿部家・松山文化伝承館
・松山歴史公園・海向寺・日枝神社・浄福寺唐門・日和山公園・日和山小幡楼・鳥海高原家族旅行村・眺海の森・鳥海イヌワシみらい館・總光寺
【商業施設】
・酒田いろは蔵パーク・さかた鮮魚市場・酒田市みなと市場・SAKATANTO・オランダせんべい FACTORY
【自然】
・飛島・鳥海山麓・玉簾の滝・不動の滝・十二滝・庄内砂丘
【文化】
・土門拳記念館・酒田市美術館
【スポーツ・イベント・祭り 等】
《１月》
・飛島神社裸参り・酒田日本海寒鱈まつり・まつやま大寒能・酒の酒田の酒まつり

《２月》
・黒森歌舞伎
《３月》
・酒田雛街道
《４月》
・酒田日和山桜まつり・舞鶴公園桜まつり
《５月》
・酒田まつり・玉簾の滝ライトアップ・中山神社祭典武者行列
《６月》
・鳥海山湯ノ台口山開き・いか釣り船団出航式・松山城薪能
《８月》
・酒田湊甚句流し・玉簾の滝ライトアップ・新山延年舞・松山能
《９月》
・酒田花火大会・鳥海高原まつり・まつやま大手門くらふとフェア
《10 月》
・つや姫マラソン・さかた大繁盛ハロウィンまつり

観光資源の活用においては、酒田が持つ北前船がもたらした上方文化を独自に発展させ、日本遺産にも登録されている歴史的文化や施設・祭り、食文化、日本ジオパークに認定された飛島・鳥海山麓の自然・里山体験など、酒田ならではのオリジナルコンテンツを組込んだ商品造成と多様な観光プロモーションを、仙台・隣県・首都圏を主要ターゲットとした取組を行う。

拡大するインバウンドに向けては取組最重要国を台湾とし、台中旅行展への出展、造成商品を活用した観光誘客などを実施し、台湾を中心としたアジア圏よりのインバウンド取組強化を図り実施を行う。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

・市中心エリア　16 施設　（1,160 部屋　1,542 名収容）
・八幡エリア　　1 施設　（　　22 部屋　　56 名収容）
・松山エリア　　2 施設　（　　29 部屋　　75 名収容）
・飛島エリア　　9 施設　（　　61 部屋　　175 名収容）

【利便性：区域までの交通、域内交通】

① 区域までの交通（大都市圏～酒田）
○空路
東京/羽田空港 から 庄内空港 まで 1 日 4 便 又は 5 便 運航
所要時間 1 時間
庄内空港から酒田市内までは発着便接続にて連絡バス運行。市内までは約 40 分
○鉄道
東京（上越新幹線）から新潟経由（羽越本線）酒田まで約 4 時間

東京（山形新幹線）から新庄経由（陸羽西線/当面は代行バス運行）酒田まで約 4 時間 30 分
大阪（東海道/上越新幹線）から東京/新潟経由（羽越本線）酒田まで約 7 時間
○高速バス
東京（東京/新宿線 1 日 1 往復・新宿/横浜線 1 日 1 往復・渋谷/池袋線 週末運行（木・金・土・日曜日及び特日）から 夜行便運行にて約 8 時間
仙台 から 約 3 時間 30 分（令和 6 年 7 月時点 1 日 7～9 往復運行）
山形 から 約 2 時間 30 分 (令和 6 年 7 月時点 1 日 4 往復運行)
○道路
東京 から（東北自動車道経由）村田 JCT（山形自動車道経由）酒田 IC まで 約 6 時間 30 分
東京 から（上越自動車道経由）長岡 JCT（北陸/日本海東北道経由）酒田 IC まで 約 7 時間
仙台 から（東北自動車道経由）村田 JCT（山形自動車道経由）酒田 IC まで 約 2 時間 30 分

② 域内交通
○市内循環 るんるんバス
市内循環 A 線～D 線 4 系統・酒田駅大学線・古湊アイアイひらた線の合計 6 系統が運行
【毎日運行】市内循環 A 線・B 線：各 7 本運行/日 ・ 大学線 ：9 本（酒田駅行きは 10 本）運行/日
【平日運行】市内循環 C 線・D 線：各 4 本運行/日
【週 3 日（月・水・金曜日）運行】古湊アイアイひらた線：4 本運行/日
○市内予約制乗合（デマンド）タクシー
【平日運行】※土・日・祝・年末年始は運休 各ルート 2～4 本運行/日
【対象地区・地域】
・新堀 ・広野 ・中平田 ・東平田 ・北平田 ・西荒瀬 ・南遊佐 ・本楯 ・上田
・浜中 ・黒森 ・十坂 各地区
・八幡 ・平田 ・松山 各地域

【外国人観光客への対応】

市が英語版の総合観光ウェイブサイトを開設しているのと共に、Facebook にて定期的に英語での情報発信を実施している。

酒田の主たる観光情報発信拠点【酒田駅前観光案内所（ミライニ内）】では、英語によるご案内と併せて、タブレットに通訳対応アプリを導入し活用をおこなっている。観光案内パンフレットにおいては 5 か国語（英語・中国語・韓国語・タイ語・ロシア語）で作成をおこなっており、日本政府観光局（JNTO）の外国人観光案内所認定制度においてはカテゴリー 1 に認定されている。

英語ガイドにおいては、北庄内地域通訳案内士登録者数が延べ 14 名の他、事前予約制有料外国語ガイド VIPS（Volunteer Interpretating Partner of Sakata）も対応をおこなっている。

また平成 30 年度に、多言語多対応観光サイン（市内 23 ヶ所）の整備をおこなった。

３．各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法

旅行消費額	来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため。	酒田市からの調査報告を元に酒田 DMO が分析を実施。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	酒田市からの調査報告を参照
来訪者満足度	来訪者の満足（不満足）に繋がっている要因を分析し、戦略立案に繋げるため。	酒田市からの業務委託による調査研究報告及び酒田 DMO 実施調査を元に酒田 DMO 分析を実施。
リピーター率	リピーター顧客の動向を把握し、戦略立案に繋げるため。	酒田市からの業務委託による調査研究報告及び DMO 実施調査を元に酒田 DMO が分析を実施。
ＷＥＢサイトのアクセス状況 ※現在 SNS への情報発信強化を行っている為、SNS フォロアー数目標設定として記載します。	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため。	酒田 DMO 独自に管理・分析を実施。
住民満足度	観光振興に対する地域住民の理解度を測るため。	酒田市からの業務委託による調査研究報告を参照。
地域商品の造成数・販売実績	安定的な運営資金の確保をおこなうため。	酒田 DMO 独自に管理・分析を実施。

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

酒田市には「食」「景観」「史跡」等の観光資源は豊富にあるものの、観光誘客に繋がる情報発信の不足や、二次交通、宿泊施設数などを始めとする受入体制の脆弱さにより、庄内エリア隣接温泉地等への通り道としての認識に留まってしまっている。

こうした地域の課題と観光資源を有効活用するために、平成 27 年に酒田市中長期観光戦略を策定し、酒田 DMO が中心となり、自治体を始めとする地域観光関連事業者との連携により、既存の観光資源を活用した観光地域づくりを図り、新たな雇用の創出や担い手不足の解消、交流人口の増加に繋げることとしている。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	**強み（Strengths）** ・日本遺産認定：北前船寄港地・船主集落（10の構成文化財） ・酒田舞娘（さかたまいこ） ・国指定史跡 山居倉庫（観光及び物産としての市内観光拠点、ピーク時年間 80 万人集客） ・市内に点在する美術館（本間美術館・土門拳写真美術館・酒田市美術館など） ・鳥海山・飛島ジオパーク(美しい自然景観) ・酒田港（県内唯一の外国船クルーズ受入れ港） ・多彩な祭りイベント（酒田まつり・酒田の火大会）	**弱み（Weaknesses）** ・酒田に対する観光地としての知名度の低さ ・宿泊施設数の不足 ・旅行者向け温泉が無い ・二次交通手段の不足 ・既存観光施設と観光客のニーズの乖離 ・脆弱な冬季の観光受入体制 ・観光誘客・推進体制が脆弱 ・情報発信機能が脆弱 ・観光における関係機関の連携不足 ・全国的な名物、名産品が少ない

	・美酒（市内に７つの蔵元） ・美食（100 年フード 酒田のラーメン、海鮮、果実、ブランド豚など）	・市内事業者の受入拡大に向けての意識が低い ・人口減少・高齢化による観光関連従事者の減少 ・観光ガイドスキル向上への取組み不足
外部環境	**機会（Opportunity）** ・酒田港へのクルーズ船の入港（2024 年度入港数 8 回、2025 年度入港数 10 回） ・庄内空港 5 便化（一部時期は 4 便運航） ・ミシュラングリーンガイドによる市内施設の評価点 ・大阪で開催されている関西万博 ・台湾を中心としたインバウンド需要の拡大 ・国内主要観光地でのオーバーツーリズム対策による、地方都市への観光誘客の促進	**脅威（Threat）** ・本格的な人口減少と高齢化社会の到来 ・事業者の高齢化と継承者不足 ・訪日外国観光客取込みに対する自治体間の競争の激化 ・クルーズ船寄港に対する自治体間の競争の激化 ・鉄道・高速道路網の未発達による移動時間、距離での不利 ・観光アクセスの中心がマイカーとなるが、若者層の免許取得率の低下 ・関西万博来場訪日旅行者の酒田への誘客における不便な交通アクセス（航空便大阪線未就航）

（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
		⑦ 観光推進体制が脆弱
	機会（Opportunity）	**脅威（Threat）**
市場環境	・市場変化の機会はないか ・他に考えられる機会は何か	・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	

の

（３）ターゲット

○第１ターゲット層

・ 仙台圏を最重要ターゲット圏とし、首都圏を含めた「三世代家族」

○選定の理由

毎年実施している「酒田市観光に関する調査研究」において、現在酒田市への観光入込客層においてメインとなる中高年齢層への観光認知度は高く、満足度・再訪希望率も高い数値となっているが、20～30 代の取り込みができていない為 3 世代につながりにくくなっている。

日本遺産に認定された「北前船寄港地・船主集落」の文化財のが点在する市街地エリアと、日本ジオパークに認定された「鳥海山・飛島」エリアを併せ持ち、幅広い世代に提供できる観光素材を有する酒田の強みを鑑み、今後の入込観光客数・観光消費額の拡大及びリピーター醸成の観点において、「三世代家族」の取り込みが必須課題であると考えるため。

○取組方針

酒田が持ち合わせる自然・里山体験と、北前船がもたらした歴史体験を組み合わせた滞在・体験型「酒田版 ジオパーク・日本遺産アドベンチャーツーリズム」を主力商品として、三世代が自然や歴史文化を一緒に体験できる仕組みと場を創るなど、体験・滞在型観光コンテンツとして「酒田ならでは」の旅行商品の造成販売をおこない、滞在時間・旅行消費額の拡大を図っていく。

併せて 20～30 代にささるストーリーやキーワードを SNS・媒体など多用なアプローチ方法により継続的な情報発信をおこない、酒田市の課題である観光地としての 認知度の向上を図り、三世代家族への浸透・拡大に取り組んでいく。

○第 2 ターゲット層

・ 仙台圏を中心とした隣県及び隣市在住の「若年層（特に 30 代から 40 代の女性）」

○選定の理由

酒田 DMO が掲げるコンセプト「酒田ファンが 酒田を創る」を実施達成し観光入込客数の拡大を図るためには、高付加価値や本物がわかる世代（特に 30 代から 40 代の女性）への観光地としての酒田の認知度を高める必要がある。観光を基盤として自走できる仕組みの土台を担う世代への認知度向上、観光入込実数拡大のためにも継続的なアプローチが必要と考えるため。

○取組方針

従前の観光プロモーションスタイルに拘らず、体験・食・自然・イベントなどの体験型観光コンテンツの磨き上げを図ると共に、当該世代の主要情報取集アイテムである SNS を始め、メディア・媒体など多様な情報発信ツールを活用し、当該世代への観光地酒田としての認知度の向上・誘客促進に取組み観光入込客層の拡大に取り組んでいく。

○海外ターゲット層

・ 台湾をメインターゲットとした東南アジア
・ 広域 DMO と連携した訪日外国人観光客

○選定の理由

山形県観光者数調査における外国人旅行者県内受入実績調査結果データに基づき、県の訪日観光客及び、同データにおける庄内地区への受入実績割合においても盤石なリピーターであり、酒田における訪日観光者数の 7 割近くを占める台湾市場に向けた継続的な観光プロモーションを行い、更なる酒田の認知度の向上を図るため。

第 1 ターゲット国である台湾市場における訪日観光プロモーションの継続実施とともに、拡大するインバウンドへの取組として広域 DMO と連携し欧州等をターゲット国として観光プロモーションを取組むのもとする。 ○取組方針 令和 7 年においても、10 月実施の秋季 ATTA 台中国際旅行展に出展し、酒田舞娘を全面に押し出した酒田観光プロモーションを継続して実施を行い、併せて台中学校に向けた酒田への訪日修学旅行の受入セールス、台中富裕層向け高級スーパーに向け地産商品の販売拡大への取組の継続実施をおこなうなど、台湾市場における酒田の認知度強化への取組み継続実施を行う。また訪日観光客受け入れに向けて、酒田が持つ鳥海山麓トレッキング・サイクルツーリズム・里山体験や、北前船がもたらした歴史文化体験など、酒田ならではの体験型コンテンツを盛り込んだ高付加価値着地型旅行商品を造成し、酒田 DMO ポータルサイト経由等を用いての商品提供をおこなっていく。

（4） 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	「酒田ファンが 酒田を創る」
① コンセプトの考え方	北前船交易によって京都・大阪よりもたらされた上方文化を独自に発展させた酒田の歴史や文化は日本遺産「北前船寄港地・船主集落」にも認定され、酒田の観光を考える際には欠かせない強みである。しかし観光地としては全国的な認知度が低いため、未来の酒田の観光振興や誘客促進を図るためには先ず「観光地としての認知度の低さからの脱却」が不可欠である。 肥沃な土地と海に育まれた農産物や海産物など食材の宝庫、酒田舞娘を始めとした古くから伝承されている歴史文化、鳥海山や飛島等の魅力あふれる豊かな自然環境といった観光資源を存分に活かし、多くの人に酒田のタッチポイントをつくることで酒田の魅力に触れて・楽しんでいただき、まずは「酒田ファン」になっていただく。そして歴史文化や自然環境の維持・保全に関心を持ってもらい、未来の酒田の観光振興の担い手に繋げていく。 酒田 DMO はそのために情報を集約し、未来の酒田を創るシステム・モデルを市内観光関連団体、観光事業者と連携しながら構築を図り、酒田の「産・学・官」全ての情報の集約の場「酒田プラットフォーム」を確立することで「地域のみんな」が未来の酒田を創るという姿を活動目標とする。

様式１

５．関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有 ※頻度が分かるよう記入すること。	観光関連における多様な関係者と現状を共有し、DMO が中心となり課題解決に向けての場の設定を行っている。 【令和６年度における実施内容】 〇観光関連事との情報共有・連携・意見聴収の場として酒田観光関連事業者による「酒田観光情報交換会」を実施。 実施日：第１回　令和６年 12 月 24 日 第２回　令和７年　４月 24 日 ○酒田市内観光関連事業者・自治体関係者などを中心とし、「酒田観光と物産に関する勉強会」を実施し、令和６年度活動報告及び７年度の取組み・今後の方向性などについての説明と、日本観光振興協会理事長による基調講演会を２部構成にて実施。 実施日：令和７年３月 14 日 〇酒田の食文化を「美酒美食のまち酒田」として紹介するロゴマークを作成し、地域観光関連事業者へ活用を促すと共に、告知・販促ツールとしてスターやステッカーなどを作成し告知推進を実施。
観光客に提供するサービスについて、維持･向上・評価する仕組みや体制の構築	次世代に向けた観光人材の育成、地域事業者と連携したコンテンツ創りなど、地域が一体をなった誘客サービスの向上に取組みを行っている。 【令和６年度における実施内容】 〇酒田 DMO が中心となり実施する会議体において、地域観光事業者より意見・取組などを聴収し、DMO が中心となり課題解決等に向けた取組みを実施。 〇市内の中・高・大学と連携し、未来の観光人材の育成と地域課題の解決に向けたコミュニケーションの場を設け勉強会やワーキング活動を継続して実施。 〇滞在・体験型コンテンツを組込んだ今までにはない高付加価値商品の造成、磨き上げから販売までを行い、新たな顧客層獲得に向けた取組みの継続実施。 〇酒田市が抱える課題解決に資する国などの補助事業への積極的な取組みを行うことにより、新たな観光客受入環境の整備・構築の推進を実施。 〇酒田市で実施している観光入込客向けアンケート及び、酒田 DMO による観光入込者向けアンケート回答より観光課題の洗い出し整理を行い、課題解決に向けた取組みを実施。 〇拡大する訪日外国人旅行者の受入環境への取組みが未整備となっているため受入拡大に向けた取り組みとして、酒田 DMO にて設置したポータルサイトの多言語化の推進を始め、インバウンド対応強化に向けた観光ガイドのスキルアップ、観光 DX への新たな取り組など、課題改善に向けの取組みの推進を図っていく。　（令和７年度以降も継続項目として随時取組を行っていく）

観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信･プロモーション	酒田 DMO が中心となり、一元的な情報発信をおこなうことにより観光情報における発信力を高める取り組みを行っている。 【実施内容】 〇酒田 DMO と行政･団体･地域企業と連携した事業のみならず、地域観光事業者などの取組みも含め、一括したメディア･SNS プロモーションとして観光情報発信を図る。 〇情報発信の一元化に向けた取組みとして、酒田 DMO ホームページと酒田観光物産協会のホームページの早期統合完了に向けた取組みの推進を図っている。 〇酒田 DMO にて構築したポータルサイトのブラッシュアップを図り、体験メニューの予約決済機能の他、酒田及び庄内特産品の購入、二次交通･宿泊サイトとのリンクなど多様化を図り、一元的な観光情報発信機能の構築を図る。 （令和 7 年以降の早期改修として計画準備中） 〇酒田 DMO ポータルサイト機能の多言語化による訪日外国人向けの観光情報発信を行う。（令和 7 年度以降の稼働開始を目標として計画準備中）

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

６．ＫＰＩ（実績・目標）

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後３年間における明確な数値目標を記入すること。
※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去３年間の実績も記入すること。

（１）必須ＫＰＩ

指標項目		2022（R4）年度	2023（R5）年度	2024（R6）年度	2025（R7）年度	2026（R8）年度	2027（R9）年度
●旅行消費額（百万円）	目標	17,466	22,000	16,500	21,350	21,850	22,150
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	19,453	14,963	20,844			
		(-)	(-)	(-)			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	144	230	245	245	250	255
		(-)	(-)	(1)	(1)	(1.2)	(1.4)
	実績	217	245	228			
		(-)	(-)	(-)			
●来訪者満足度		93.8	96.5	95.0	95.0	95.5	96.0

（%）	目標	（ - ）	（96.9）	（97.0）	（97.0）	（97.0）	（97.0）
	実績	96.4	94.6	94.6			
		（ - ）	（100）	（100）			
●リピーター率（%）	目標	62.0	63.0	69.5	69.5	69.5	69.5
		（ - ）	（14.4）	（15.0）	（15.0）	（15.0）	（15.0）
	実績	71.1	69.6	58.5			
		（ - ）	（12.5）	（ - ）			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

酒田市における取組課題である観光入込客数、旅行消費額拡大等への取組みと併せ、DMO が自走できる運用資金拡大に向けた取組みに重点を置き目標の設定を行い、KPI 設定各項目についての目標数値検討プロセス等については各項目ごとに記載する。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

【実績値】

酒田市独自調査による酒田市内施設における宿泊者数統計と、市内における観光消費単価調査数値を元に酒田 DMO が算出し適用する。

入込観光客総数においては市内宿泊者数統計数値を元に、酒田市への入込観光客数の 8 割が日帰りもしくは酒田市内に宿泊していない現状にあるとの酒田市の調査データを元に、市内未宿泊者総数を宿泊者数の 4 倍とし総入込観光客数とする。

市内消費単価においては、酒田市独自の消費額調査において宿泊・日帰り毎の消費額調査での消費金額が算出されているため、それぞれの数値を元に算出し合計金額を酒田市における旅行総消費額とする。

【目標値について】

旅行総消費額 139%増、1 人当たりの消費額 143%増と、令和 5 年比では大幅増となった。延べ宿泊者数は対前 93%となる中宿泊滞在者の消費額が、宿泊泊単価で 3700 円強、飲食（夜）単価で 1400 円強、買い物単価で 1200 円強となり、宿泊での来訪比率は低くはなるが、宿泊を伴う入込旅行者の 1 人当たりの単価が大幅アップとなった点が主要因と考えられる。アップ率に関しては単年度特別需要という要素が含まれている可能性も考えられるので、今後の価格推移には注視し取組を進めていく必要がある。令和 9 年度においての旅行消費額 22,150（百万）円を目標とし取組をおこなう。

また課題となっているインバウンド旅行者の消費額集積・分析環境整備への取組も継続推進していく必要が生じているため、引き続き改善に向けた取組を進めていく。

●延べ宿泊者数

【実績値】

酒田市独自内部調査による酒田市内施設における宿泊者数統計より引用し算出する。

（インバウンド宿泊者数においては、データ取集に向けた取組を行っていく。）

【目標値について】

令和６年度においては全月前年割れとなり、回復傾向にあった宿泊人数が前年・目標比とも 93%となっている。クルーズ船入港数拡大やインバウンド旅行者の入込数拡大など観光入込者数は拡大傾向にあるが、宿泊を伴わない観光滞在が主となるため入込者数と宿泊者数が比例しない状況となっている。宿泊総数としてはう洋上風力発電に伴うビジネス重要の増加が見込めるため今後は拡大に転じることが想定されるが、令和７年度に関しては令和６年度目標数値を再設定し、令和９年度には 255（千人）を目標としいて取組をおこなっていく。

インバウンド宿泊数においては現状データ収集方法がまだ未整備のため、早急に取組方の再構築とともに推進を図ると共に、台湾を中心とするアジア圏に向けた誘客セール、着地型商品の造成・磨き上げなどによる訪日旅行者受入体制の強化に取組み、令和９年度 1.4（千人）を目標とし設定を行なうものとする。

●来訪者満足度

【実績値】

酒田市より業務委託にて作成された調査報告書より引用し適用する。

参考:「令和６度　酒田市観光に関する調査研究」

インバウンド旅行者リピーター率においては、酒田 DMO 実施のアンケート調査による回答データを適用する。

いずれも評価項目より「大変満足」及び「満足」としての回答合計数値を来訪者満足度として算出を行なう。

【目標値について】

令和６年度の来訪満足度においては、全体及びインバウンドともに R4 年度と同数との結果となった。旅行入込者数が拡大をする中、昨年に続き 95%に迫る高評価を確保出来きた点に付いては一定の成果を残した結果となっている。令和７年度目標においては、再度令和６年度での目標値 95%を再設定し、以後年 0.5%アップを目標とした取組を実施し、令和９年度において 96%とすることを目標とする。

インバウンドにおいてはデータ量の改善への取組を行ってはいるものの、有効データ量の確保という課題を繰越す結果となっている。引き続き収集データ量・質の更なる改善に向けた取組と共に、97%の評価の継続確保を目標とした取組みを行っていく。

●リピーター率

【実績値】

日本人旅行者リピーター率においては、酒田市より業務委託にて作成された調査報告書より引用し適用する。

参考:「令和６度　酒田市観光に関する調査研究」

インバウンド旅行者リピーター率においては、酒田 DMO 実施のアンケート調査による回答データを適用する。

いずれも訪問回数調査の項目において、全体から「初めて」を除外した割合をリピーター率として算出を行う。

【目標値について】

令和６年度においては前年より 11.1%減と大幅減となり、前年並みとした目標値にはマイナス 11 ポイントと二桁の乖離となっている。ただ初めての来訪という回答が 41.5%となっていることにより前年比マイナスと数値となっている面もあるため、新規旅行者獲得拡大への取組という側面からは一定の成果といえる。引き続き新規旅行者拡大への取組み強化を図るため、令和７年度以降の目標値については変更をおこなわず取組を進めていく。

インバウンドにおける令和６年度リピーター率は集積データ数に課題を有するため、本年度においてはデータ数値は

未計上とし、インバウンドデータにおける有効アンケート量・質の確保という課題改善への取組の推進強化をおこない、リピーター率 15%という目標値は変更をおこなわず取組をおこなっていく。

（２）その他の目標

指標項目		2022（R4）年度	2023（R5）年度	2024（R6）年度	2025（R7）年度	2026（R8）年度	2027（R9）年度
●地域商品の販売実績(千円) ※目標は総販売額、()は内インバウンド販売額	目標	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
		(-)	(4,500)	(4,500)	(4,000)	(4,000)	(4,000)
	実績	567	3,360	1,120			
		(-)	(3,360)	(1,120)			
●市内訪問先件数（件） ※目標は日本人旅行者平均件数、()はインバウンド平均件数	目標	(-)	3.25	3.05	3.25	3.35	3.45
		(-)	(2.60)	(2.80)	(3.04)	(3.20)	(3.30)
	実績	3.03	2.81	3.13			
		(-)	(2.43)	(2.79)			
●WEB マーケティング SNS フォロアー数（人） ※目標は総数、()は内インバウンドフォロアー数	目標	100	450	450	1,000	1,250	1,500
		(0)	(60)	(65)	(140)	(170)	(200)
	実績	298	368	754			
		(39)	(48)	(97)			
●観光案内所来訪者数（人） ※目標は総数、()は内インバウンド利用者数	目標	10,000	21,000	18,000	19,000	21,000	23,000
		(50)	(300)	(800)	(750)	(900)	(1,080)
	実績	13,894	15,533	17,278			
		(148)	(522)	(621)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値
※各指標項目の単位を記入すること。

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

その他のＫＰＩ目標における設定項目及び目標数値においては、観光振興において現在酒田市が抱える解決課題である旅行消費額の拡大への取組み、国内外におけるターゲット層への認知度向上誘客促進への取組みに関する基礎データ収集に主点を置き目標設定を行うものとする。

【設定にあたっての考え方】

●着地型旅行商品の造成における販売実績

着地型旅行商品については単に観光をするだけではなく、酒田の歴史文化・自然を活用した体験型プログラムを組み込み、酒田でしか体験できない高付加価値商品の造成・販売を行い、酒田市の課題である滞在時間・旅行消費額の拡大を図るとともに、酒田 DMO の安定的な経営基盤の構築を図ることを目的として設定する。

KPI の目標設定においては、酒田 DMO の自立的運営資金の確保及び運営方針である「稼ぐ力」に注視して行くため酒田市全体の販売額と旅行消費額に対し目標設定を行い、観光事業者と連携して令和８年度における販売金額 6,000（千円）を目標として設定を行なう。

販売構成としては、メイン販売対象顧客を訪日外国人旅行者として体験型高付加価値商品の造成を中心にうため、販売比率は訪日外国人旅行者 9 割とした目標の設定を行う。

●市内訪問先件数

「令和 6 年度酒田市観光に関する調査研」においては 3.13 箇所となり、令和 4 年比では 0.1 箇所の増となっている。課題である滞在時間・旅行消費額の改善拡大に向け、関連事業者などとの連携による取組み強化を図り、令和 9 年度には、令和 3 年度の平均訪問件数に 3.42 箇所を上回ることを目標として設定する。

訪日外国人旅行者の訪問件数については、データ収取ベースの再構築を図り、データ量・質の向上への取組を行ない、提供コンテンツ磨き上げを始め受入態勢の推進強化を行い、令和 9 年度において 0.68 箇所増の、3.30 箇所へ引き上げることを目標とする。

●WEB マーケティング SNS フォロアー数

※ SNS への情報発信強化をおこなっている為、ＳＮＳフォロアー数での目標数値設定とする。

国内ターゲット層である若年・三世代家族層においては、主にスマートフォンでの情報収集率の高いため、Instagram を中心とする SNS での情報発信強化への取組継続実施を行っていく。

目標・実績については、酒田観光物産協会とのホームページ統合への取り組みなどを含め、情報発信強化への取組みとともに情報発進量の拡大を図り、令和 9 年 1,500 人を目標とし、平均年 125%増に向けた取組を行なうものとする。

外国人に向けては令和 9 年 200 人を目標とし平均年 135%増に向け、台中国際旅行展出展などを活用した取組強化を図り、数値面に関しては今後も酒田 DMO にて独自調査を行い管理・分析を行なうものとする。

●観光案内所来訪者数

酒田駅前観光案内所（ミライニ）は、庄内地区の観光地のパンフレットやイベントの情報を取り揃え、観光ガイドが常駐し観光客のサポートを行っている。また無料観光用自転車の貸出も行っており、市内巡行の手段を提供も行っている。

JR 酒田駅、酒田駅高速バス乗り場を利用する観光客やビジネスマンが酒田周辺の観光情報の収集に立ち寄る傾向が多いことから、来訪者データ収集・分析作業等に活用を行うために目標として設定する。

目標については、総利用者数年 110%、訪日旅行者における利用者年 120%での推移を目標として設定を行うものとする。

７．活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後３年間について、計画年度毎に（１）収入、（２）支出を記入すること。
※現に活動している法人にあっては、過去３年間の実績も記入すること。

（１）収入

年（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４）年度	68.814.000**（円）**	内訳の区分例） 【国からの補助金】 7,369 (千円) 【都道府県からの補助金】 99（千円） 【市町村からの補助金】 34,647 (千円) 【公物管理受託】 0 (千円) 【収益事業】 23.658 (千円) 【会費】（賛助会員） 0 (千円) 【特定財源（宿泊税、入湯税、負担金等）】等 0 (千円) 【その他】 3,041 (千円)
2023（Ｒ５）年度	102,943,000**（円）**	内訳の区分例） 【国からの補助金】 5,126 (千円) 【都道府県からの補助金】 0 (千円) 【市町村からの補助金】 51,370 (千円) 【公物管理受託】 0 (千円) 【収益事業】 44,622 (千円) 【会費】（賛助会員） 1,800 (千円) 【特定財源（宿泊税、入湯税、負担金等）】等 0 (千円) 【その他】 25 (千円)
2024（Ｒ６）年度	55,225,000**（円）**	（内訳の区分例） 【国からの補助金】※公募事業獲得状況による 5,552（千円） 【都道府県からの補助金】 0（千円） 【市町村からの補助金】 34,537 (千円) 【公物管理受託】 0（千円） 【収益事業】 12,174（千円） 【会費】（賛助会員） 2,400（千円） 【特定財源（宿泊税、入湯税、負担金等）】等 0（千円）

		【その他】 562（千円）
2025（Ｒ７） 年度	61,616,000 **（円）**	（内訳の区分例） 【国からの補助金】※公募事業獲得状況による 6,000（千円） 【都道府県からの補助金】 0（千円） 【市町村からの補助金】 41,035（千円） 【公物管理受託】 0（千円） 【収益事業】 80,238（千円） 【会費】（賛助会員） 1,800（千円） 【特定財源（宿泊税、入湯税、負担金等）】等 0（千円） 【その他】 0（千円）
26（Ｒ８） 年度	60,300,000 **（円）**	（内訳の区分例） 【国からの補助金】※公募事業獲得状況による 8,000（千円） 【都道府県からの補助金】 0 （千円） 【市町村からの補助金】 40,500 (千円) 【公物管理受託】 0 （千円） 【収益事業】 10,000（千円） 【会費】（賛助会員） 1,800（千円） 【特定財源（宿泊税、入湯税、負担金等）】等 0 （千円） 【その他】 0 （千円）
2027（R9） 年度	60,300,000 **（円）**	（内訳の区分例） 【国からの補助金】※公募事業獲得状況による 8,000（千円） 【都道府県からの補助金】 0 （千円） 【市町村からの補助金】 40,500 (千円) 【公物管理受託】 0 （千円） 【収益事業】 10,000（千円） 【会費】（賛助会員） 1,800（千円） 【特定財源（宿泊税、入湯税、負担金等）】等 0 （千円） 【その他】 0 （千円）

２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４） 年度	59.594.000 **（円）**	（内訳の区分例） 【一般管理費】 15,559 (千円) 【情報発信・プロモーション】 ※可能であれば国内外の割合を記載 国内: 4,224（千円） 海外: 2,461（千円）

様式１

		【受入環境整備等の着地整備】 19,740（千円） 【コンテンツ開発(観光資源の磨き上げ)】 13,492（千円） 【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）】 2,119（千円） 【観光イベントの開催費】等 ※コンテンツ開発に合算計上 【自主事業】等 1,999（千円）
2023（Ｒ５） 年度	84,854,000 **（円）**	（内訳の区分例） 【一般管理費】 27,249 (千円) 【情報発信・プロモーション】 ※可能であれば国内外の割合を記載 国内: 10,207（千円） 海外: 4,068（千円） 【受入環境整備等の着地整備】 2,175（千円） 【コンテンツ開発(観光資源の磨き上げ)】 29,840（千円） 【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）】 4,025（千円） 【観光イベントの開催費】等 ※コンテンツ開発に合算計上 【自主事業】等 7,290（千円）
2024（Ｒ６） 年度	56,034,000 **（円）**	（内訳の区分例）※公募事業獲得状況による 【一般管理費】 24,753（千円） 情報発信・プロモーション】 ※可能であれば国内外の割合を記載 国内 :10,272（千円） 海外 :3,927（千円） 【受入環境整備等の着地整備】 2,048（千円） 【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】 2,891（千円） 【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）】3,978（千円） 【観光イベントの開催費】※自主事業などに含む 【自主事業】等 8,165（千円）
2025（Ｒ７） 年度	54,300,000 **（円）**	（内訳の区分例）※公募事業獲得状況による 【一般管理費】 28,000（千円） 情報発信・プロモーション】 ※可能であれば国内外の割合を記載 国内 : 8,000（千円） 海外 : 5,000（千円） 【受入環境整備等の着地整備】 1,300（千円） 【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】 3,000（千円）

		【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）】2,000（千円） 【観光イベントの開催費】※自主事業などに含む 【自主事業】等　7,000（千円）
2026（Ｒ８） 年度	54,300,000**（円）**	（内訳の区分例）※公募事業獲得状況による 【一般管理費】　28,000（千円） 情報発信・プロモーション】 ※可能であれば国内外の割合を記載 国内 ：8,000（千円） 海外 ：5,000（千円） 【受入環境整備等の着地整備】　1,300（千円） 【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】　3,000（千円） 【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）】2,000（千円） 【観光イベントの開催費】※自主事業などに含む 【自主事業】等　7,000（千円）
2027（Ｒ9） 年度	54,300,000**（円）**	（内訳の区分例）※公募事業獲得状況による 【一般管理費】　28,000（千円） 情報発信・プロモーション】 ※可能であれば国内外の割合を記載 国内 ：8,000（千円） 海外 ：5,000（千円） 【受入環境整備等の着地整備】　1,300（千円） 【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】　3,000（千円） 【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）】2,000（千円） 【観光イベントの開催費】※自主事業などに含む 【自主事業】等　7,000（千円）

（３）自律的･継続的な活動に向けた運営資金確保の取組･方針

【取組内容】

○ 自治体よりの事業受託運営

酒田市と協議・連携しながら、自治体からの事業受託により運営資金の確保を図る。

(酒田市との協議は継続的におこなっている)

○ 酒田 DMO プライベートブランド（ＰＢ）ショップ「酒田商店」の開設。

PB 商品のみの販売だけではなく、観光コンテンツ＋PB 商品として販売を行うことで観光プロモーションとしての相乗効果が期待でき、観光情勢に左右されることなく安定的な販売収益の確保が期待できる。

また海外への販路拡大を視野に観光プロモーションとして連携し、安定的な収益を確保への取組推進を図る。
（令和７年度中の開設を目標とし準備作業を継続しておこなっている）

○ 観光庁補助事業活用などによる着地型商品の造成販売
インバウンド向け高付加価値化観光コンテンツの造成を行い、国内外の AGT、海外高校向け教育旅行などの誘客セールスとコーディネートを行い、酒田 DMO ポータルサイトの活用などによる販売への取り組みを継続的におこなっている。

○ 賛助会員の募集
令和７年６月現在、計６事業者の入会実績となっている。
引き続き会員数の拡大を図り運営費の確保を図っていく。

【方針】
・営利法人として「稼ぐ力」を基本とし、多様なニーズにあった酒田ならではのコンテンツ（酒田の歴史・文化・自然を織り込み、時代にマッチした新しいコンテンツ）を開発し提供する。
・データ分析を行うことによりお客様となるターゲットの明確化をおこなう。
・インバウンド販売を軸とした高付加価値化コンテンツの造成及び販売をおこなう。
・地域の課題を事業者・団体と共に考え解決を図っていく。
・売上だけではなく収益確保を意識し、KPI により常に実施事業の見極め再構築を図る。

８．観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

山形県酒田市では一般財団法人酒田 DMO の登録 DMO 認定を契機とし、観光イベントの実施や地域資源の磨き上げを行政が、観光コンテンツの企画販売やプロモーション活動を DMO が、それぞれの特性を生かして実施することで、効率的に観光誘客へつなげることで地域の稼ぐ力を生み出すため、今後も一般財団酒田 DMO との連携を進めます。

様式１

９．マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携ＤＭＯ（県単位以外）や地域ＤＭＯと重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

【他の地域連携ＤＭＯや地域ＤＭＯとの間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った（行っている）か】

・他の DMO と重複しているエリアはありません。

【区域が重複する背景】

【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】

【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	荒井　朋之
担当部署名（役職）	代表理事
郵便番号	998-0044
所在地	山形県酒田市中町 1 丁目 4-10　6 階
電話番号（直通）	080-8543-5591（代）

ＦＡＸ番号	なし
Ｅ－ｍａｉｌ	tomoyuki_a@sakatadmo.com

１１．関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県･市町村名	酒田市
担当者氏名	松永　隆
担当部署名（役職）	地域創生部　交流観光課　課長
郵便番号	998-8540
所在地	山形県酒田市２丁目 2-45
電話番号（直通）	0234-26-5809
ＦＡＸ番号	0234-22-3910
Ｅ－ｍａｉｌ	takashi-matsunaga@city.sakata.lg.jp

都道府県･市町村名	庄内地域
担当者氏名	金内　美津恵
担当部署名（役職）	庄内総合支庁　産業経済部地域産業経済課　観光振興室長 庄内観光コンベンション協会　事務局長
郵便番号	997-1392
所在地	山形県東田川郡三川町大字横山字袖東 19-1
電話番号（直通）	0235-66-2125
ＦＡＸ番号	0235-66-4728
Ｅ－ｍａｉｌ	kanauchim@pref.yamagata.jp

（候補／登録）　【登録区分】地域DMO　（一般財団法人 酒田ＤＭＯ）　様式2

記入日：　令和7年７月11日

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】
山形県酒田市
【設立時期】　2022年5月26日
【設立経緯】
従来の「酒田観光戦略推進協議会」に代わり、企業感覚を重視した組織として域内の観光振興を目的とし酒田DMOを設立。
【代表者】　荒井　朋之
【マーケティング責任者（ＣＭＯ）】　浅羽　由紀夫
【財務責任者（ＣＦＯ）】　佐藤　良広
【職員数】　7人（常勤 5人（正職員 2人・出向等 5人）、非常勤 0人）
【主な収入】（令和6年度決算）
事業収入12,174（千円）、会費　2,400（千円）、補助金・負担金　40,089（千円）、その他　561（千円）
【総支出】（令和6年度決算）
事業費　31,281（千円）、管理費　24,753（千円）
【連携する主な事業者】
酒田市、（一社）酒田観光物産協会、酒田商工会議所、(株）平田牧場
酒田小鈴合同会社、有限会社チアーズ、松山観光バス（株）　他

ＫＰＩ（実績・目標）

※（　）内は外国人に関するもの。

項目		2022（R4）年	2023（R5）年	2024（R6）年	2025（R7）年	2026（R8）年	2027（R9）年
旅行消費額（百万円）	目標	17,466-（-）	22,000（-）	16,500（-）	21,350（-）	21,850（-）	22,150（-）
	実績	19,453（-）	14,963（-）	20,844（-）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	144（-）	230（-）	245（1）	245（1）	250（1.2）	255（1.4）
	実績	217（-）	245（-）	228（-）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	93.8（-）	96.5（96.9）	95.0（97.0）	95.0（97.0）	95.5（97.0）	96.0（97.0）
	実績	96.4（-）	94.6（100）	94.6（100）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	62.0（-）	63.0（14.4）	69.5（15.0）	69.5（15.0）	69.5（15.0）	69.5（15.0）
	実績	71.1（-）	69.6（12.5）	58.5（-）	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
・仙台圏を中心とする近隣県及び首都圏の「三世代家族」
・隣県、隣接市在住の「若年層（特に20代～30代の女性）」
・台湾をメインターゲットとした拡大するアジア圏からの訪日外国人旅行者
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
・酒田DMOオリジナルポータルサイト、SNS等の整備・強化
・酒田DMOによる体験滞在型高付加価値オリジナルコンテンツの造成・磨き上げ・販売。
・ターゲット市場（国内/仙台圏・首都圏・海外/台湾）におけるAGT向け観光誘客・物産プロモーションセールスの実施
・台湾現地AGT・学校との連携による観光プロモーションの実施
【観光地域づくりのコンセプト】
「酒田ファンが 酒田を創る」

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・観光庁補助事業などを活用した新たなコンテンツの造成と共に、既存コンテンツの磨き上げの継続実施をおこなう
・新たな観光コンテンツとして、ナイトタイムエコノミー創出に向けた環境整備推進への取組
新たな交通として電動キックボードの活用による市内回遊性の向上に向けた取組み推進
【受入環境整備】
観光商品販売ポータルサイトの改修・強化による販売機能向上に向けた取組みの実施
販売に向けた取り組みとして、造成を行った体験型プログラムを盛り込ん着地型コンテンツ商品の磨き上げの継続実施
【情報発信・プロモーション】
海外・台中国際旅行展、現地富裕層向けエージェントセールス、国内・首都圏・仙台圏での酒田観光・物産プロモーションの継続実施
酒田観光物産協会とのホームページ統合進捗と共に観光・物産の発信強化への取組
三越伊勢丹社員食堂においてコラボランチを始めとする、美酒美食のまち酒田の啓発プロモーションへの取組強化

【その他】
地域課題解決・次世代観光人材育成取組として、地域中学・高校・大学生との連携によるグループワーク・勉強会等の継続実施