

第3回 鶴岡市中期観光戦略プラン策定委員会

次 第

日時:10月31日(火)午後2時

会場:鶴岡市役所別棟2号館

23号会議室

1、 開 会

2、 あいさつ (商工観光部長)

3、 ▶観光戦略プランの方向性について

▶意見交換

(ファシリテーター:木村ともえ氏)

※資料:鶴岡市中期観光戦略プラン第3回策定委員会

【観光戦略プランの方向性】

4、 第4回の策定委員会日程等について

12月26日(火)午後 (予定)

5、 閉 会

鶴岡市中期観光戦略プラン策定委員会委員名簿(第3回)

委員(五十音順) ※敬称略

氏名	役職	出欠
阿部 公和	一般社団法人 DEGAM鶴岡ツーリズムビューロー 理事	○
木村 ともえ (ファシリテーター)	和歌山大学大学院観光学研究科 准教授	○
菅原 明香	鶴岡全国通訳案内士の会チャットチャット	○
早坂 一広	羽黒町観光協会 副会長	欠席
前田 詩穂	一般社団法人 鶴岡サイエンスパーク	○
大和 匡輔	鶴岡シルク株式会社 代表取締役	○
吉住 登志喜	出羽三山神社 参事	○

事務局

氏名	役職	出欠
阿部 知弘	鶴岡市商工観光部長	○
観世 安司	鶴岡市観光物産課長	○
富樫 快	鶴岡市観光物産課専門員	○
庄司 菜美子	鶴岡市観光物産課主事	○
大宮 将義	一般社団法人 DEGAM鶴岡ツーリズムビューロー事務局長	○

鶴岡市中期観光戦略プラン 第3回 策定委員会

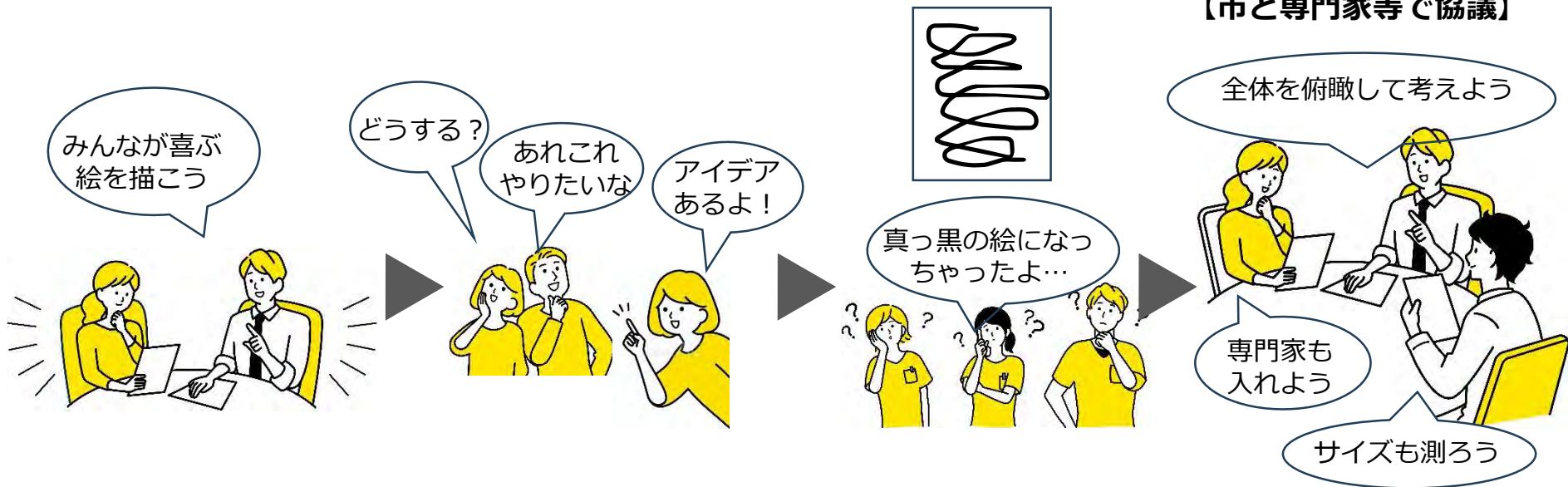
【観光戦略プランの方向性について】

2023年10月31日

プラン策定のスケジュール

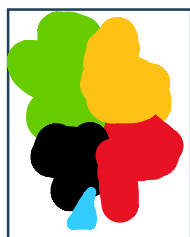
回	日付	内容
1	6月27日	プランの必要性 ご意見
2	7月27日	今までの観光プランと今回の位置づけ ご意見
3	10月31日	全体方向性 ご意見
4	12月26日	最終確認 ご意見
5	1月	パブリックコメント

プラン策定のプロセスイメージ



【中期アクションプラン】

【中期アクションプラン会議】

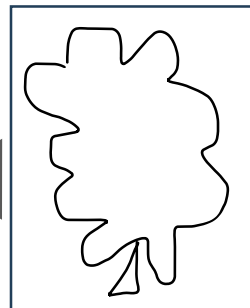


実行・確認
PDCA



TODAY

【とりまとめ】



中期プラン方向性

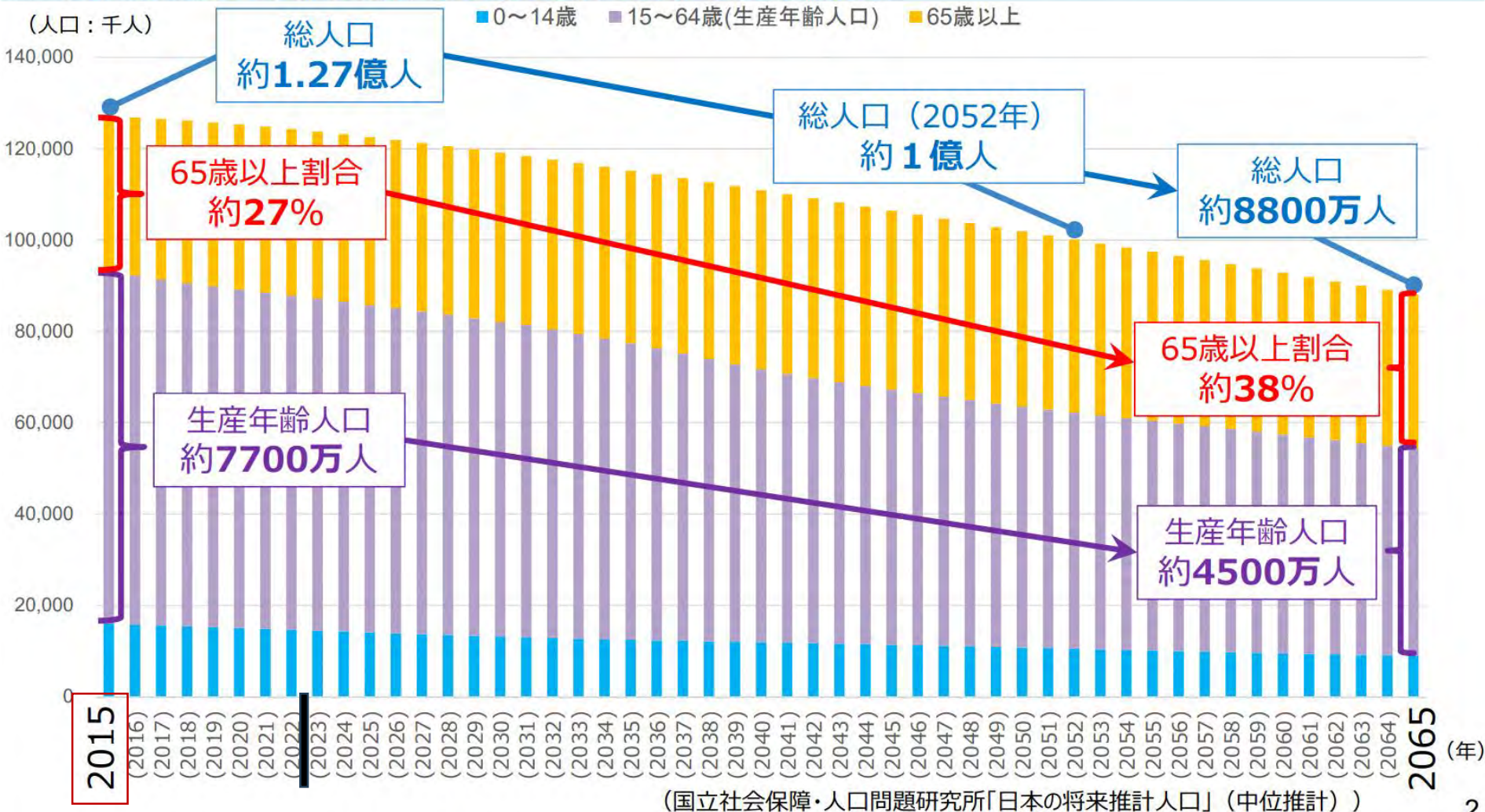
【プランに関連する会議】 【策定委員会・DMO会議】



人口減少・少子高齢化の推移・予測

再掲

- 今後、人口減少が進み、**2052年には1億人程度**となり、**2065年には約30%減少**する見通し。
- 少子高齢化が急速に進行しており、**2065年には総人口の約38%が65歳以上**になる見通し。
- それにより、**生産年齢人口は2065年には約40%減少**する見通し。



観光交流人口増大の経済効果（2019年）

再掲



- **定住人口1人当たりの年間消費額**（130万円）は、旅行者の消費に換算すると**外国人旅行者8人分、国内旅行者（宿泊）23人分、国内旅行者（日帰り）75人分**にあたる。

定住人口 = 1億2,617万人
1人当たり年間消費額 = 130万円

旅行消費額

訪日外国人旅行 4.8兆円

国内旅行（海外分除く） 21.9兆円

うち宿泊旅行 17.2兆円
うち日帰り旅行 4.8兆円

訪日外国人旅行者

3,188万人

1人1回当たり旅行支出
15万8,531円

+

国内旅行者（宿泊+日帰り）

5億8,710万人 <延べ人数>

うち宿泊 3億1,162万人
うち日帰り 2億7,548万人

1人1回当たり消費額
宿泊 5万5,054円
日帰り 1万7,334円

減少

定住人口1人減少分

拡大

外国人旅行者8人分

又は

国内旅行者（宿泊）23人分

又は

国内旅行者（日帰り）75人分

定住人口は2019年10月1日現在人口推計（総務省）、定住人口1人当たり年間消費額は2019年家計調査（総務省）による。
旅行消費額の訪日外国人旅行は訪日外国人消費動向調査（2019年）より算出、国内旅行は旅行・観光消費動向調査（2019年）より算出。
訪日外国人旅行者は日本政府観光局（2019年）発表数値、国内旅行者は旅行・観光消費動向調査（2019年）より算出。
訪日外国人旅行者1人1回当たり消費額は訪日外国人消費動向調査（2019年）、国内旅行者（宿泊/日帰り）1人1回当たり消費額は旅行・観光消費動向調査（2019年）より算出。
定住人口1人減少分に相当する旅行者人数は、定住人口1人当たり年間消費額を訪日外国人旅行者又は国内旅行者1人1回当たり消費額で除したもの。（※観光庁資料）

成長マトリクス

再掲

地域をけん引する皆様の存在で、既存の市場に対してサービス提供が可能になっている。
皆様の発言や、皆様の経験を形にしなが、個々が役割を担い、鶴岡ファンを増やしていく。プランとは合意であり、活動の基本根本でぶれない軸づくり

サービス

		サービス	
		既存	新規
市場	既存	市場浸透戦略	新サービス開発戦略
	新規	新市場開拓戦略	多角化戦略

旅行会社がメインではなく、地域発で商品をつくり、プロモートする時代へ変化
 = 旅行会社を見るのではなく、お客様を見る

マーケティング活動	① 旅行商品企画	② 調達資源	③ 流通	④ マーケティング・販売	⑤ アフターセールス
旅行会社ナショナルブランド 集約型	旅行会社 	パッケージ商品 宿泊施設、鉄道、空路、美術館や博物館や遊戯施設等 	旅行会社の独自の流通網 	マス顧客価値は「優先入場・割引」 	旅行会社の顧客 
シフト 旅先の地域主導 分散型	地域 	個別商品 地域の体験素材等 	地域の独自の流通網 デジタルマーケティング 	個人顧客価値は「特別感・地域らしさ」 	地域の各々の顧客 

JRのディスティネーションキャンペーン

を契機に、観光連盟が企画委員会を立ち上げ

- 10月 庄内全体の連携について
- 11月 調査全体を通しての課題と開発方向性合議
- 12月 提案素材など具体的方策についての意見交換
- 1月 12月の内容をうけての開発会議とセールスシート作成
- 2月3月 アウトプットについての意見交換
- 4月 アウトプットについての合議 具体的施策の合議
- 5月 (2018年旅行会社の秋商品のセールス期)

裏背景

前回のJRのディスティネーションキャンペーンの際に、羽黒山のライトアップを実施。旅館の職員も交代で参加して盛り上げた 特別コンテンツ

成功！

2019年のJRディスティネーションキャンペーンも同じことをするのか？？？確かに盛り上がったけど、、、後に何が残ったのか？？

結構大変
だった...

一次的に汗をかくキャンペーンではなく、**継続できる仕組みやお客様に対して継続して提供できる商品をつくれなにか？**

観光客実態調査の概要

再掲

【調査概要】

- ・日 時 平成29年10月14(土)～15日 (10時～17時)
- ・調査地点
 - ・鶴岡駅周辺
 - ・羽黒山随神門
 - ・羽黒山参集殿
 - ・加茂水族館
 - ・致道博物館
 - ・庄内観光物産館
 - ・善宝寺

※別途、宿泊施設での調査を実施中(～10月31日)

- ・調査方法 調査員の対面式ヒアリングおよび旅行者の自記入の併用

- ・調査項目
 - ・旅行者プロフィール
 - ・交通手段
 - ・旅行目的
 - ・消費額
 - ・満足度
 - ・地域観光の自由回答 等

- ・サンプル数 521サンプル(地点・日別集計は右下表を参照)

- ・調査目的 観光関係者の市場認識の共有および戦略策定

- ・調査協力(大学生) 東北公益文化大学 中原浩子教授+酒田おもてなし隊

- ・調査報告 11月下旬(予定)



		14日 (土)	15日 (日)
全体	(521)	268	253
	100.0	51.4	48.6
羽黒山参集殿	(72)	45	27
	100.0	62.5	37.5
羽黒山随神門	(88)	50	38
	100.0	56.8	43.2
加茂水族館	(131)	64	67
	100.0	48.9	51.1
庄内観光物産館	(67)	39	28
	100.0	58.2	41.8
鶴岡駅	(84)	30	54
	100.0	35.7	64.3
致道博物館	(47)	29	18
	100.0	61.7	38.3
善宝寺	(32)	11	21
	100.0	34.4	65.6

※地域の天気 山形県酒田(気象庁)

14日 曇り 最高19.6度、最低10.8度

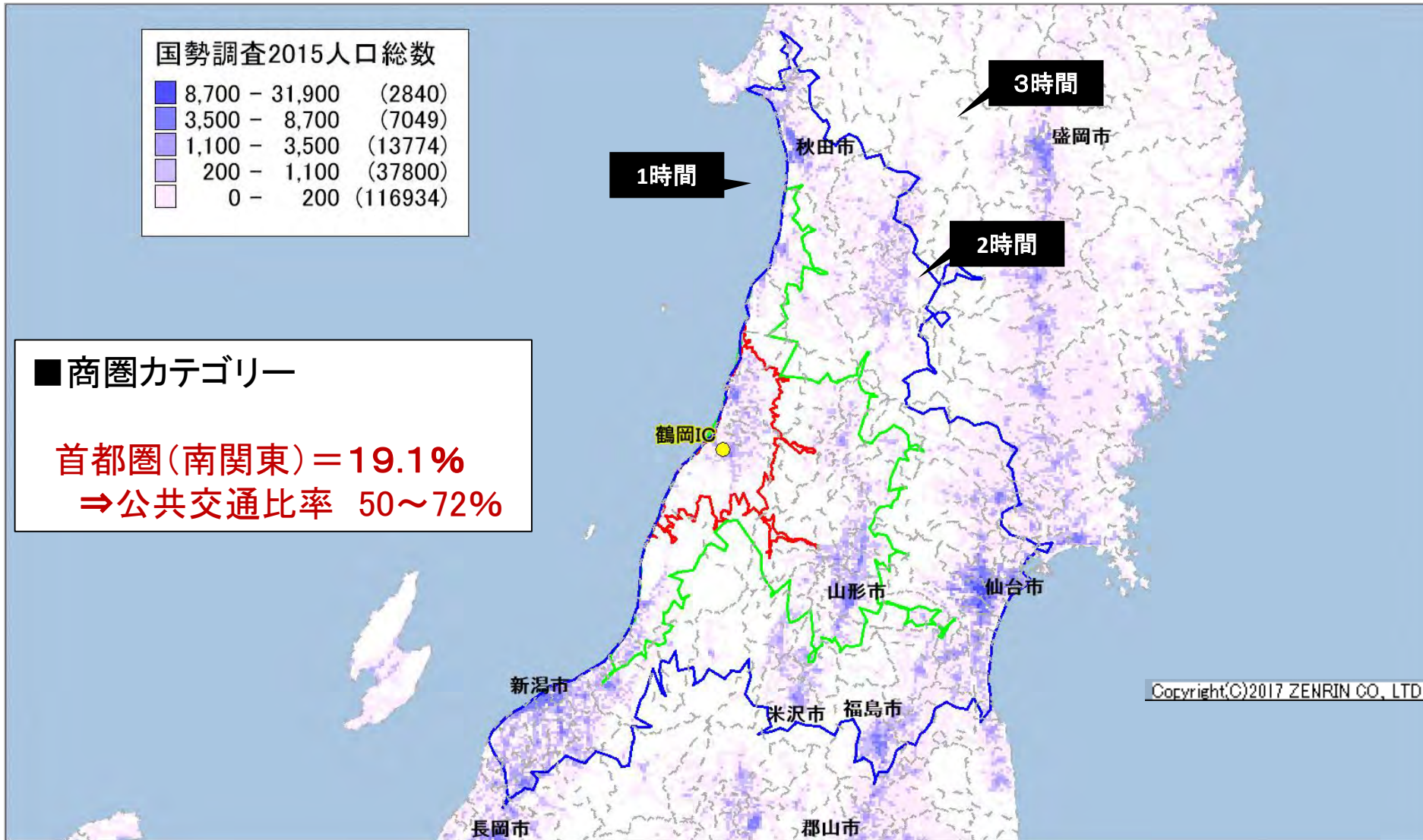
15日 曇り一時小雨 最高16.5度、最低12.3度 (鶴岡市市長選挙日)

国勢調査2015人口総数

8,700 - 31,900	(2840)
3,500 - 8,700	(7049)
1,100 - 3,500	(13774)
200 - 1,100	(37800)
0 - 200	(116934)

■商圏カテゴリー

首都圏(南関東) = 19.1%
⇒公共交通比率 50~72%



Copyright(C)2017 ZENRIN CO., LTD

商圈別カテゴリー整理

都道府県	カテゴリー	シェア	車到達時間エリア
山形県	県マーケット	19.8%	ほぼ2時間圏内
秋田県	隣県マーケット	9.4%	南部3時間圏内
宮城県	隣県マーケット	13.4%	北部の一部を除き 3時間圏内
新潟県	隣県マーケット	16.1%	北部半分が 3時間圏内
福島県	隣県マーケット	4.0%	北部の一部が 3時間圏内
茨城・栃木・群馬	北関東マーケット	4.2%	3時間圏外
東京・神奈川・千葉・埼玉	南関東マーケット (首都圏)	19.1%	3時間圏外

・公共交通比率50%以上＝群馬県、埼玉県、東京都、千葉県、神奈川県

二大観光ポイントの比較

再掲

観光資源の特性は異なるが、性・年齢別の顧客層はほぼ重なっている。居住地別では、加茂水族館が近隣からの集客割合が多いのに対し、羽黒山計は首都圏比率、飛行機来訪など、遠方からの集客割合が高くなっている。

二大観光ポイントの周遊割合も、出羽三山計→加茂水族館が3割を超えている。

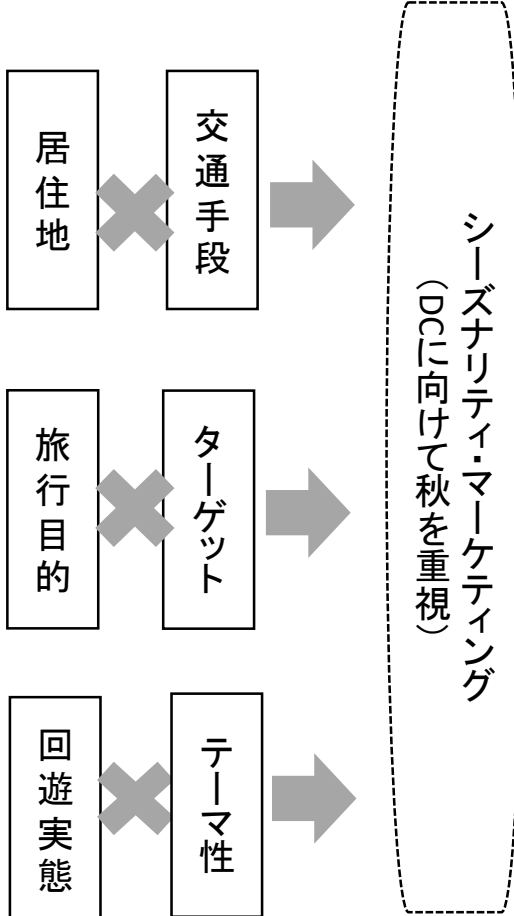
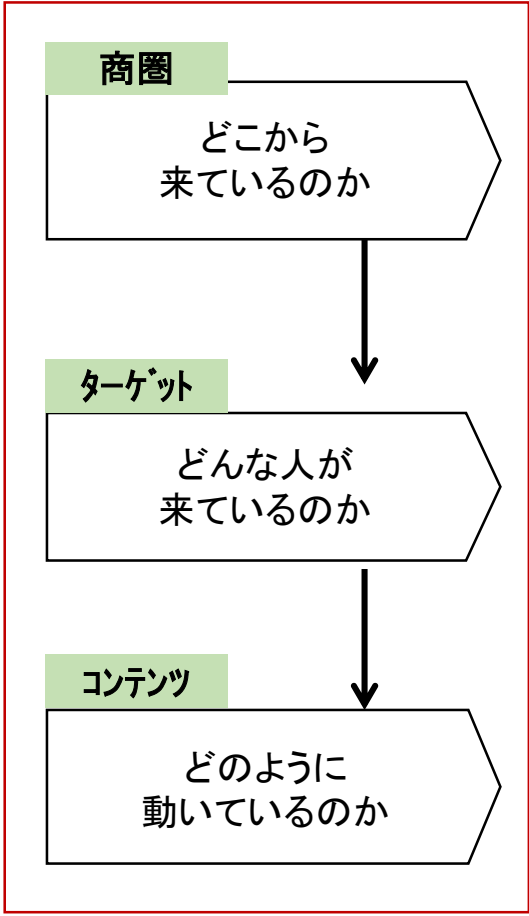
比較項目	羽黒山計	加茂水族館
性別	男性52.3%、女性46.4%	男性52.5%、女性46.1%
年齢	①50代…25.4% ②60代…24.7% ③70代以上…18.3%	①60代…25.4% ②50代…21.9% ③40代…14.3%
居住地	①首都圏…28.0% ②宮城県…15.4% ③隣県…14.7%	①隣県…32.7% ②首都圏…20.1% ③宮城県…14.6%
同行者	①夫婦・カップル…44.8% ②家族…20.4% ③女性グループ…10.8%	①夫婦・カップル…36.4% ②家族…29.4% ③女性グループ…13.4%
訪問回数	①1回目…41.9%	①1回目…40.5%
鶴岡までの交通 N=旅行者数	①自家用車…65.9% ②JR在来線…15.8% ③レンタカー…11.8% ④飛行機…11.1%	①自家用車…71.4% ②JR在来線…16.0% ③レンタカー…5.7%
周遊数	①2カ所…30.5% ②3カ所…28.3% ③3カ所…14.6% ④周遊なし…7.9%	①2カ所…30.3% ②3カ所…22.7% ③周遊なし…20.7%
両者回遊	出羽三山計訪問者のうち、33.3%が加茂水族館を訪問	加茂水族館訪問者のうち、羽黒山・随神門へは20.1%、出羽三山神社へは16.9%が訪問

商圈設定：首都圏を戦略商圈の一つとして位置付ける

周遊：点と点を結ぶ線の魅力 どこに行けばいいのか？

出羽三山を中心とした庄内のリブランディング

鶴岡の食と食文化を観光客に商品として提供



四季×コンテンツ×エリア

- ・商圈分類＝「**車商圈**」「**公共交通商圈**」
- ・JRのDCの戦略エリア商圈の設定
- ・二次交通の可能性(インバウンド含む)
- ☞ 交通事業者ヒアリング調査

- ・二大集客ポイントの整理
⇒「**出羽三山**」と「**加茂水族館**」
- ・地域の認知度の構造把握(エリア別)
- ・旅行者の性・年齢別ニーズの把握
- ・全国認知度調査と酒田市との比較
- ☞ 鶴岡観光認知度&ニーズ調査(ネット未)

- ・回遊実態の範囲の把握
- ・旅行者のデスティネーションのエリア認知
- ・デスティネーションのテーマの設定
⇒地域連携、回遊の仕掛け
- ・消費ポイントの創造「**食**」ポイント等
- ・広報、プロモーション体制の構築

■出羽三山の参拝客年間70万人

■観光資源と宿泊が分離

▼観光来訪者動態調査

来訪者は出羽三山と宿泊がセット

▼もともとあった風習を再現 精進おとし

山に詣でて 精進して 湯につかり現世を楽しむ

共通言語

「詣でるつかる頂きます」

詣でる



つかる



頂きます



前プランを継承しつつ再確認。顧客目線でアドオン（追加）する

- 1, 観光の位置づけを再確認
- 2, 市場目線で再確認
- 3, 地域の体制を再確認

①外国人来訪調査

②日本人ICT調査再集計

8月中旬から観光案内所で外国人調査を開始

Welcome to Tsuruoka City, Yamagata Prefecture

欢迎！ 前往山形县鹤冈市 歡迎！ 前往山形縣鶴岡市
환영! 아마가미현 쓰루오카시까지

To enhance services for foreign travelers, we kindly ask for your cooperation in participating in a survey. As a token of our appreciation, we will provide one traditional handcrafted ornament called "gotenmaji" which has been passed down since the era of the samurai, per individual. For group tours, one gotenmaji will be offered per group. (Not for sale)

観光客の皆さんへ、当市観光案内所では外国人観光客の皆さんへ、私たちの観光客に一人ひとりに一つずつ、時代を伝える伝統工芸品「御殿巻」をご用意しております。（非売品）
訪客の皆様へ、当市観光案内所では外国人観光客の皆様へ、私たちの観光客に一人ひとりに一つずつ、時代を伝える伝統工芸品「御殿巻」をご用意しております。（非売品）
외국인 여행자를 위한 서비스 향상을 위해 설문지를 작성하십시오. 설문지에 참여하시면 한 개씩 전통 공예품을 한 사람 한 사람에게 드립니다. 단체 투어의 경우 그룹당 1개 (비매출)



Please scan the QR code.



The questionnaire will be completed in 3 minutes.
問券調査約3分ほど
問券調査約3分ほど
질문서는 3분 안에 완료될 것입니다.



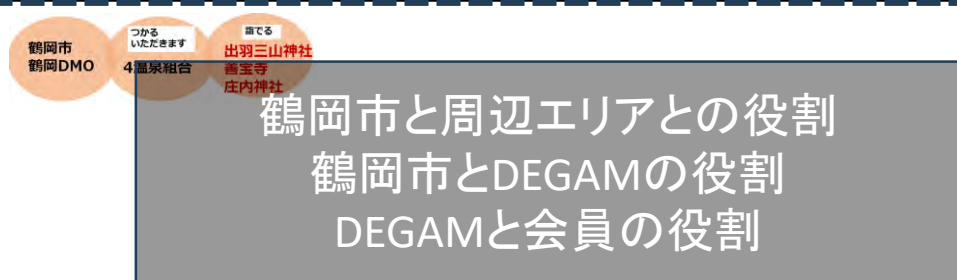
Reward
御殿巻 GOTENMAJI

来訪者の幅を広げる

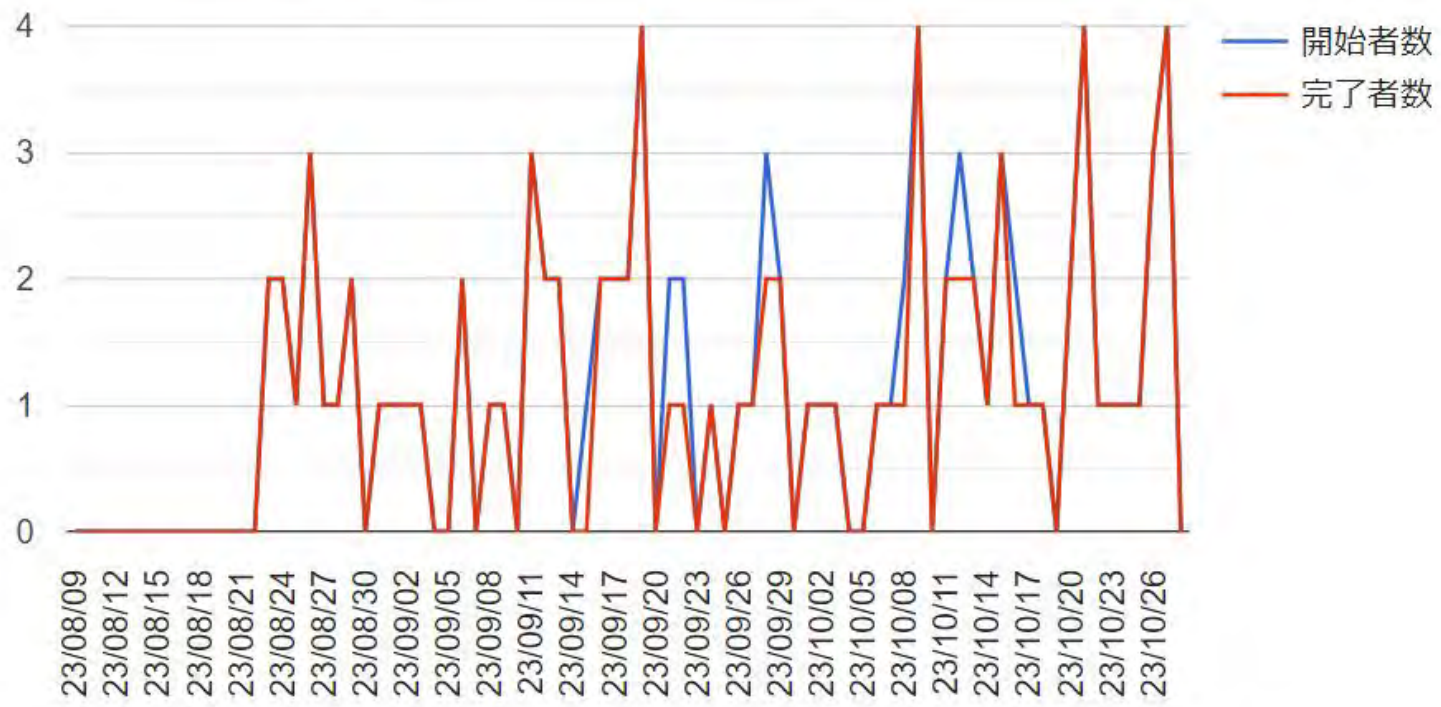


- ✓ 外国人は鶴岡のどこに行く？ ※ブランディング視点
- ✓ 外国人は鶴岡の前後どこに行っている？ ※広域視点
- ✓ **ブランディング（選ばれるため）のために中心となる観光スポットを選出**
- ✓ **外国人（特に欧米）は長期滞在のため、広域で観光を考える必要がある**

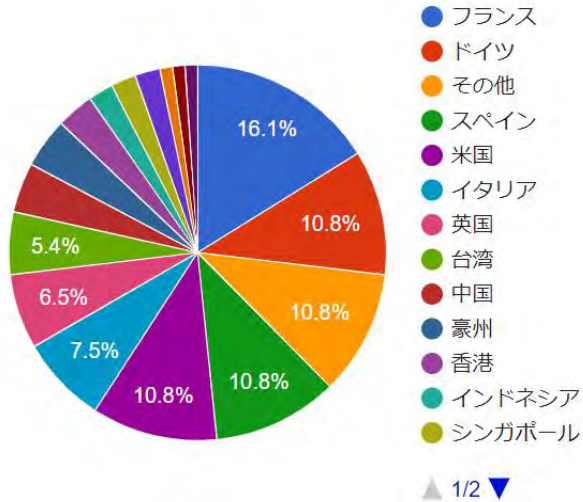
戦略を実行する体制を構築



回答状況（開始者数: 93 / 完了者数: 86）



Q1. あなたの国籍・地域を選んでください。(ひとつだけ)

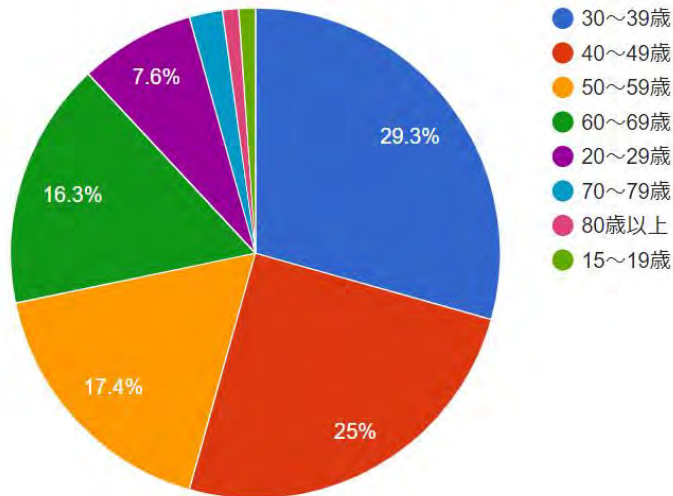


N = 93		
フランス	15	16.1%
ドイツ	10	10.8%
その他	10	10.8%
スペイン	10	10.8%
米国	10	10.8%
イタリア	7	7.5%
英国	6	6.5%
台湾	5	5.4%
中国	4	4.3%
豪州	4	4.3%
香港	3	3.2%
インドネシア	2	2.2%
シンガポール	2	2.2%
日本	2	2.2%
韓国	1	1.1%
タイ	1	1.1%
カナダ	1	1.1%

その他の詳細	
スロバキア	1
オランダ	2
ニュージーランド	1
アルゼンチン	1
スイス	2
ベルギー	1
エストニア	1
ギリシャ	1

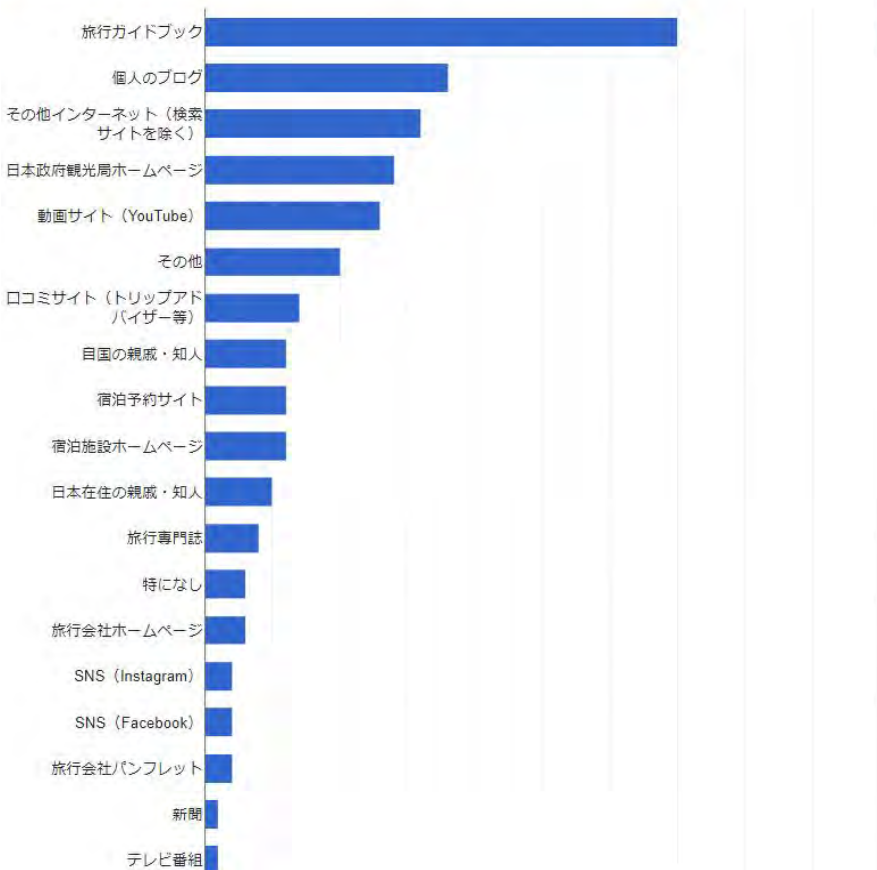
その他の詳細

Q4. あなたの年齢をお選びください。(ひとつだけ)



N = 92		
30~39歳	27	29.3%
40~49歳	23	25.0%
50~59歳	16	17.4%
60~69歳	15	16.3%
20~29歳	7	7.6%
70~79歳	2	2.2%
80歳以上	1	1.1%
15~19歳	1	1.1%

Q6. 鶴岡エリア（あなたの今いる地域）の情報は、何で知りましたか？（いくつでも）



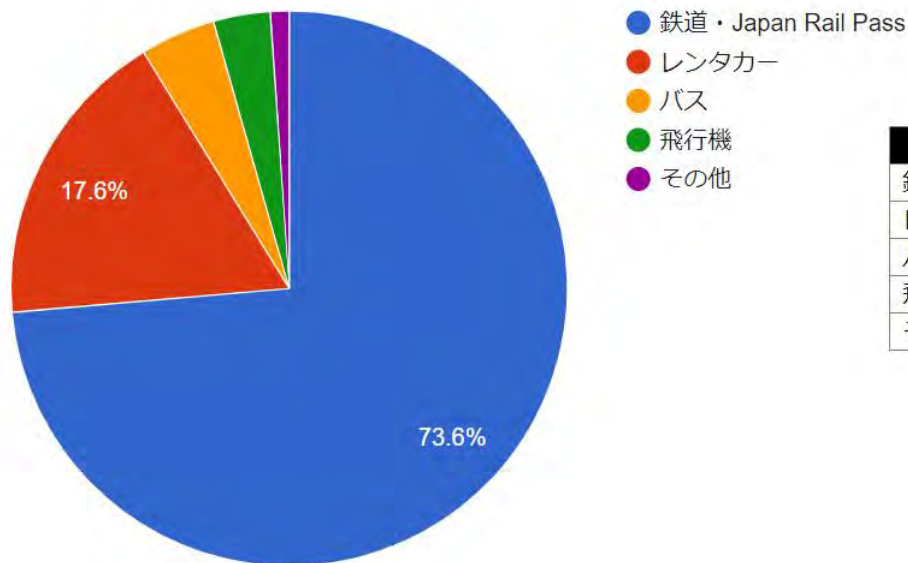
合計

N = 91		
旅行ガイドブック	35	38.5%
個人のブログ	18	19.8%
その他インターネット（検索サイトを除く）	16	17.6%
日本政府観光局ホームページ	14	15.4%
動画サイト（YouTube）	13	14.3%
その他	10	11.0%
口コミサイト（トリップアドバイザー等）	7	7.7%
自国の親戚・知人	6	6.6%
宿泊予約サイト	6	6.6%
宿泊施設ホームページ	6	6.6%
日本在住の親戚・知人	5	5.5%
旅行専門誌	4	4.4%
特になし	3	3.3%
旅行会社ホームページ	3	3.3%
SNS（Instagram）	2	2.2%
SNS（Facebook）	2	2.2%
旅行会社パンフレット	2	2.2%
新聞	1	1.1%
テレビ番組	1	1.1%

その他の詳細

その他の詳細	
旅行ガイド	1
ここには5年ほど前にも来たことがあります	1
日本の心霊スポットについての本の旅行のためここに来ている妻	1
10年ほど前、山形大学に留学していた頃、鶴岡に滞在していました	1
奥田シェフを知ってから鶴岡を知りました	1
慶応大学の同僚から	1
YouTubeで日本海外。	1
自分で地図を見てみよう	1
インターネット	1

Q7. 鶴岡エリアまでの主な交通手段は何ですか？（ひとつだけ）



N = 91		
鉄道・Japan Rail Pass	67	73.6%
レンタカー	16	17.6%
バス	4	4.4%
飛行機	3	3.3%
その他	1	1.1%

[その他の詳細](#)**その他の詳細**

タクシー 1

Q8. 鶴岡エリアの前はどこを訪問しましたか？



N = 90 (上位20件)	
東京	23
いいえ	8
日光	6
北海道	5
仙台	5
角館	5
新潟	5
秋田	4
金沢	4
山寺	4
青森	4
松本	3
佐渡島	3
蔵王温泉	2
京都	2
大阪	2
茅ヶ崎	2
来ました	2
弘前市	2
エリア	2
札幌	1

回答 (原文)	回答 (翻訳)	言語
Akita, Sapporo,	秋田、札幌、	en
Kyushu / Tokyo / Hokkaido	九州・東京・北海道	en
Sendai	仙台	en
no	いいえ	zh-TW
Tokyo	東京	en
Tokyo	東京	en
Kanazawa	金沢	en
Sado-ha Shima	佐渡波島	en
Tokyo	東京	en
Takamatsu, Tokushima, Naruto temples,, Kotohira, Matsuyama, Matsumoto, Takayama, Shirakawa-go, Kanazawa, Sado Island	高松、徳島、鳴門の寺院、琴平、松山、松本、高山、白川郷、金沢、佐渡島	en

Rows per page: 10 1-10 of 90 < >

Q9. 鶴岡エリアの後はどこに行く予定ですか？



回答 (原文)	回答 (翻訳)	言語
Yamagata	山形県	en
Tokyo	東京	en
Kanazawa	金沢	en
Akita	秋田	zh-TW
Fukuoka	福岡	en
Hiraizumi	平泉	en
Hirosaki	弘前	en
Kakunodate	角館	en
Hiraizumi	平泉	en
Five lakes Fuji area, Tokyo	東京都 富士五湖エリア	en

N = 90 (上位20件)	
東京	21
山形県	9
新潟	8
京都	6
金沢	4
秋田	4
仙台	4
大阪	4
日光	4
戻る	3
福岡	2
平泉	2
長野県	2
行きます	2
山形市	2
山形	2
青森	2
弘前	1
角館	1
東京都	1
富士五湖	1

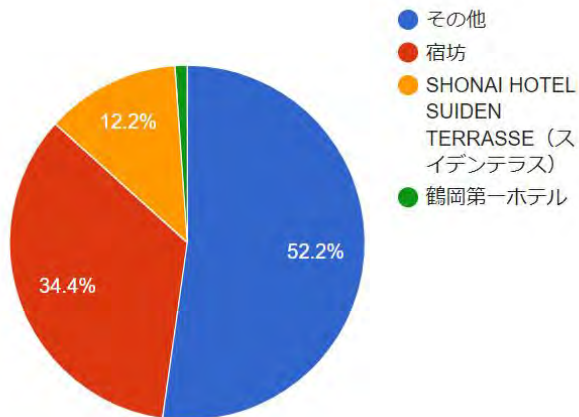
Rows per page:

10

1-10 of 90



Q10. 鶴岡エリアでの宿泊場所を教えてください。(ひとつだけ)



N = 90		
その他	47	52.2%
宿坊	31	34.4%
SHONAI HOTEL SUIDEN TERRASSE (スイデンテラス)	11	12.2%
鶴岡第一ホテル	1	1.1%

その他の詳細

その他の詳細		その他の詳細	
西観寺の宿泊施設	1	東京第一ホテル鶴岡	1
お花畑	4	家族	1
ルートイン駅前	1	あつみ温泉たぢばなや	1
アパホテル	3	日帰りのみです 夜出発	1
酒田に住んでいた	1	多間館	4
湯野浜温泉旅館	1	アパ	1
ルートインホテル	3	多間館旅館	2
ルートイン	2	大学のゲストハウス	1
ホテルルートイン	2	ホテルルートイン鶴岡駅前	1
温泉旅館	1	私たちは区内に滞在します。	1
アパホテル 鶴岡駅前	1	前泊は岐山、その後は秋田県大町荘に宿泊しました。	1
ホテルルートイン鶴岡インター	1	初めてここに来ました、アパのみ宿泊しました	1
青西で1泊、ホテルルートイン鶴岡で1泊	1	ここにいませんでした	1
タモカン	1	オレンジハウス	2
キャンピングカー	1	新宿のホテルからここに来ました	1
ホテル アルファ-1	1	ホテルルートイン (アプリ予約)	1
日帰り旅行。ホテルの手配はありません。	1		

Q11. 鶴岡エリア内で行くところ、体験するところ、これから体験することを教えてください。体験した方は感想などを教えてください。



N = 88 (上位20件)

羽黒山	31
出羽三山	14
とても	12
羽黒	8
月山	8
山	6
ハイキング	6
鶴岡	5
出羽	4
三山	4
酒田	4
湯殿山	4
加茂水族館	4
美しい	3
美しく	3
寺	3
鶴岡市	3
あり	3
水族館	2
山伏	2
体験	2

回答 (原文)	回答 (翻訳)	言語
Only Mt. Haguro	羽黒山のみ	en
Dewa sanzan / muséums/ temples / aquarium / sakata	出羽三山 / 美術館・博物館 / 水族館 / 酒田	en
3 mountains	3つの山	en
Haguro Mountain	羽黒山	zh-TW
The five storied Pagoda, meet Yamabushi monks	五重の塔、山伏と出会う	en
Dewa Sanzan	出羽三山	en
Haguro-san	羽黒さん	en
Hike all 3 mountains of Dewa Sanzan.	出羽三山をすべてハイキングします。	en
Hagurosan Gassan	羽黒山月山	en
Hiking on Dewa Sanzan mountain: Gassan, Yudono and Haguro. Beautiful experience both for landscapes and for people/pilgrims and religious rituals	出羽三山ハイキング: 月山、湯殿山、羽黒。風景、人々、巡礼者、宗教儀式的両方にとって美しい体験	en

Rows per page:

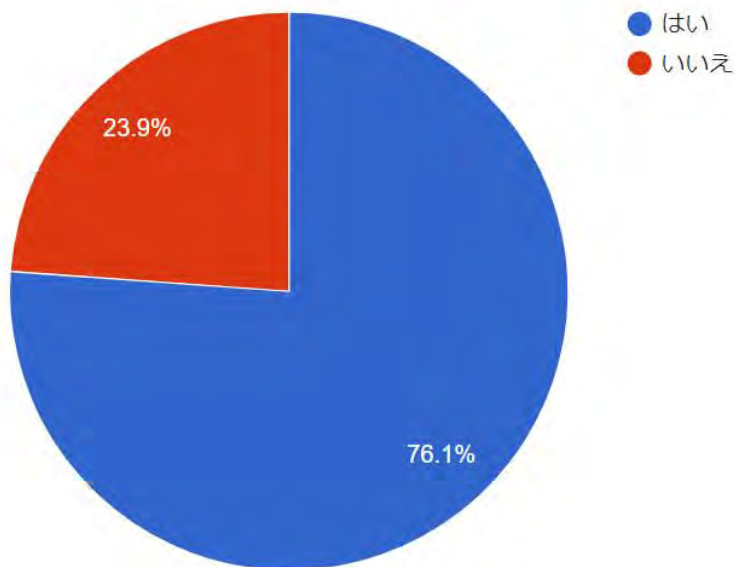
10

1-10 of 88

<

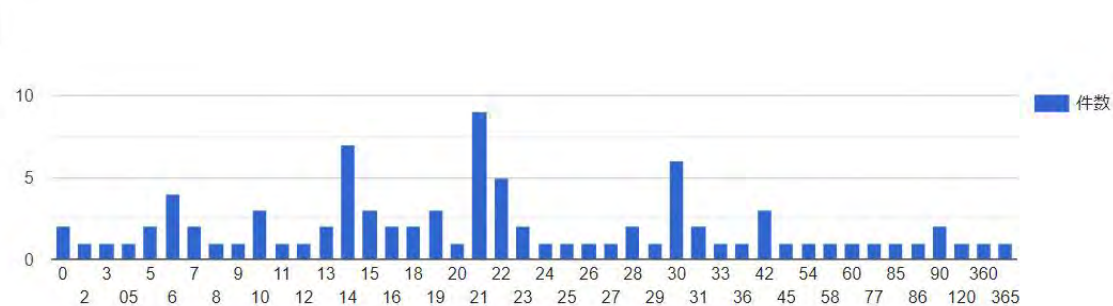
>

Q12. 出羽三山（羽黒山、月山、湯殿山）の何れかに行きましたか（または行く予定ですか）？



N = 88		
はい	67	76.1%
いいえ	21	23.9%

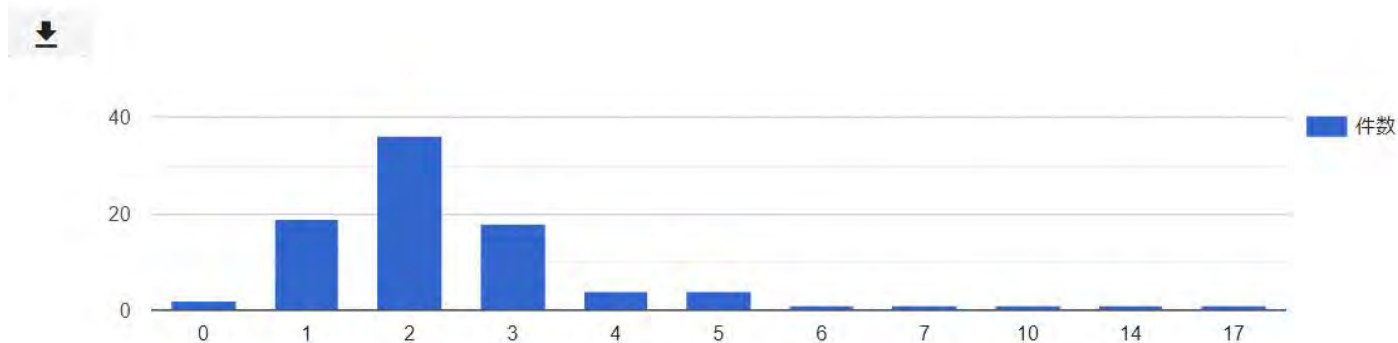
Q14. 日本滞在中に、宿泊する予定日数を記入してください。



N = 88		
0	2	2.3%
2	1	1.1%
3	1	1.1%
05	1	1.1%
5	2	2.3%
6	4	4.5%
7	2	2.3%
8	1	1.1%
9	1	1.1%
10	3	3.4%
11	1	1.1%
12	1	1.1%
13	2	2.3%
14	7	8.0%
15	3	3.4%
16	2	2.3%
18	2	2.3%
19	3	3.4%
20	1	1.1%
21	9	10.2%
22	5	5.7%

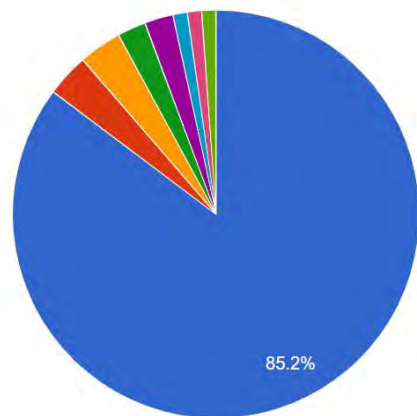
23	2	2.3%
24	1	1.1%
25	1	1.1%
26	1	1.1%
27	1	1.1%
28	2	2.3%
29	1	1.1%
30	6	6.8%
31	2	2.3%
33	1	1.1%
36	1	1.1%
42	3	3.4%
45	1	1.1%
54	1	1.1%
58	1	1.1%
60	1	1.1%
60	1	1.1%
77	1	1.1%
85	1	1.1%
86	1	1.1%
90	2	2.3%
120	1	1.1%
360	1	1.1%
365	1	1.1%
平均：33.0		

Q15. 鶴岡エリアで、宿泊する予定日数を記入してください。



N = 88		
0	2	2.3%
1	19	21.6%
2	36	40.9%
3	18	20.5%
4	4	4.5%
5	4	4.5%
6	1	1.1%
7	1	1.1%
10	1	1.1%
14	1	1.1%
17	1	1.1%
平均 : 2.7		

Q16. 今回の日本訪問の主な目的を選んでください。(ひとつだけ)



- 観光・レジャー
- 親族・知人訪問
- その他
- 留学
- その他ビジネス
- イベント
- 企業ミーティング
- 学校関連の旅行

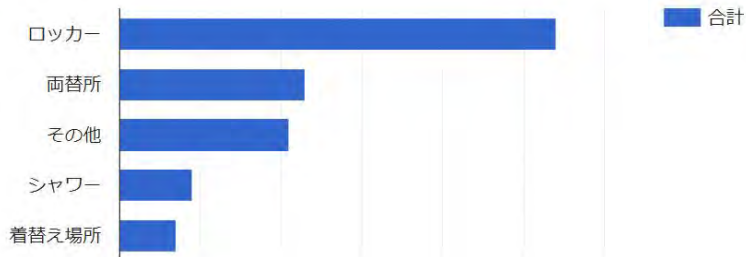
N = 88		
観光・レジャー	75	85.2%
親族・知人訪問	3	3.4%
その他	3	3.4%
留学	2	2.3%
その他ビジネス	2	2.3%
イベント	1	1.1%
企業ミーティング	1	1.1%
学校関連の旅行	1	1.1%

その他の詳細

その他の詳細

私は日本に住んでいます！	1
ツアーガイドとして、来週お客様と一緒に行く前に現地を確認するために来ました。	1
大学での研究協力	1

Q17. 観光案内所に必要だと思うものがあれば教えてください。



N = 88		
ロッカー	54	61.4%
両替所	23	26.1%
その他	21	23.9%
シャワー	9	10.2%
着替え場所	7	8.0%

その他の詳細

その他の詳細

該当なし	1
コップ1杯の水	1
その他の英語フォルダー、屋簷、パンフレット	1
特別なことは何もありませんでしたが、私にとっては良いサービスでした	1
給水ステーション	1
情報は本当に役に立ちます。素晴らしいものに感謝します！	1
なし	2
何も懐かしくありません。非常に迅速かつフレンドリーなサポートを受け、観光案内センターの後にどこにどのように行けばよいかを知っていました。どうもありがとう	1
礼拝室とハラル食品店・レストランの情報	1
情報をご提供いただければ他は特に必要とは思いません	1
何も無いあなたが持っているものすべてで十分です	1
変更する必要はありません	1
英語の標識が増えました。Google翻訳がセンターでは機能しません	1
バスの利用方法（チケットの購入方法、時刻表の検索場所など）に関する情報チラシかもしれません。	1
私たちは多大な支援を受けました。大丈夫、ありがとう	1
情報	1
何も要らないと思うよ	1
小さな視聴覚室では、その場所の美しさや特徴を簡単に展示・紹介することができ、お問い合わせの際にお勧めできます。	1
何も見逃さなかった	1
追加のものはありません	1

【調査概要】

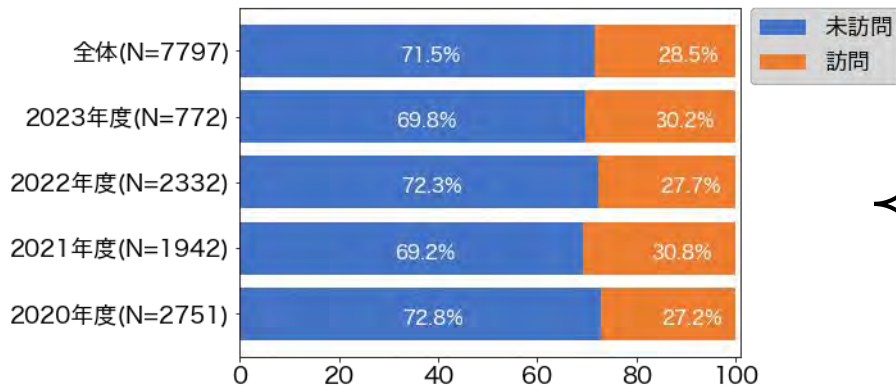
- ・ 調査期間 令和2年3月13日（金） ～ 令和5年8月31日（木）
※調査自体は令和5年9月以降も継続中
- ・ 調査対象 鶴岡市を訪れた旅行者
- ・ 調査方法 宿泊施設のフロントにてチェックイン時にQRコード付きの名刺カードを配布。
名刺カード設置施設
 - ・ 鶴岡市 4 温泉の宿泊施設並びに市内ビジネスホテル（53施設）
 - ・ 鶴岡市内の主な寺社、観光・物販施設、道の駅など（17施設）
 - ・ 鶴岡市観光案内所、庄内空港インフォメーションカウンター（2施設）
- ・ 調査項目 Webアンケート（旅行者プロフィール、旅行目的等）
- ・ 回答者数 アンケートアクセス数 2023年8月：213人（全期間：10211人）
プレゼント応募者数 2023年8月：163人（全期間：6994人）
- ・ 調査目的 鶴岡市内を訪れる観光客の行動をスマートフォンによるアンケートシステムを用いて、分析し、基礎データを得ることを目的としている。将来的にはこの調査で得られるデータを活用し、さらに動向の検証、予測を行う予定である。
- ・ 調査協力 静岡県立大学経営情報学部渡邊研究室（Webサイト構築運用、データ分析）

概略

出羽三山来訪は遠方客で過去と同様 人気スポットは加茂水族館も変化なし
三山の来訪客は2泊以上が加茂水族館よりも多く、消費が高い傾向にある

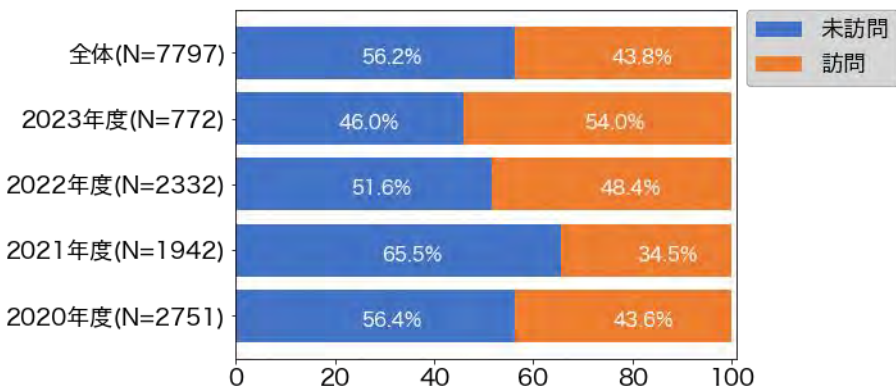
出羽三山・加茂水族館訪問率

- 年度別（2023年度は8月31日まで）



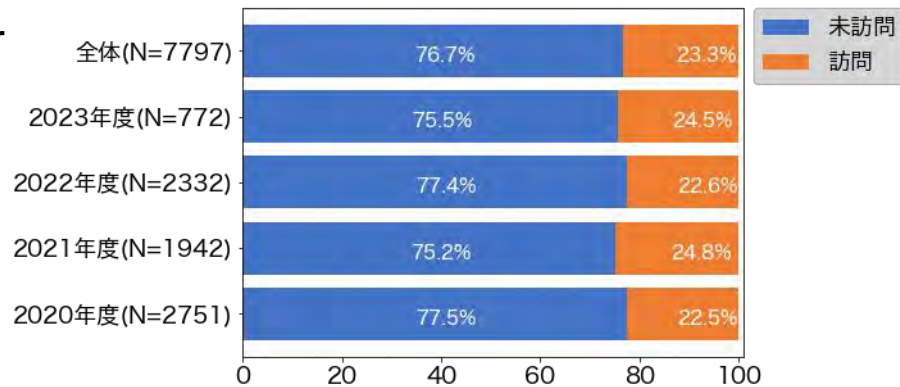
出羽三山訪問率(羽黒山・月山・湯殿山)

※三山のいずれかに訪問した割合

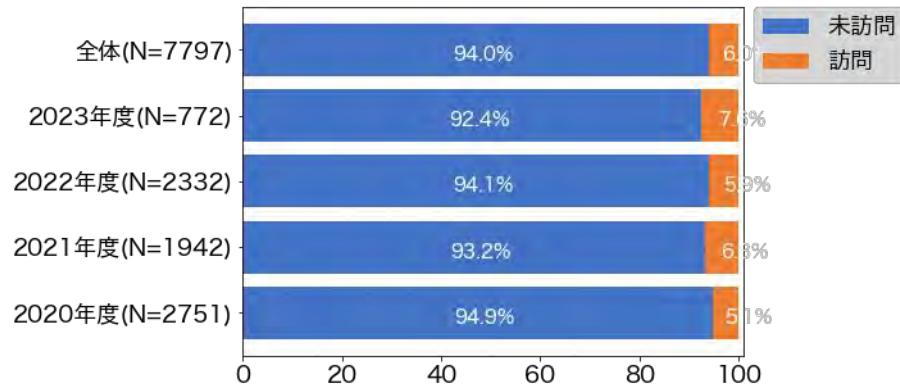


加茂水族館訪問率

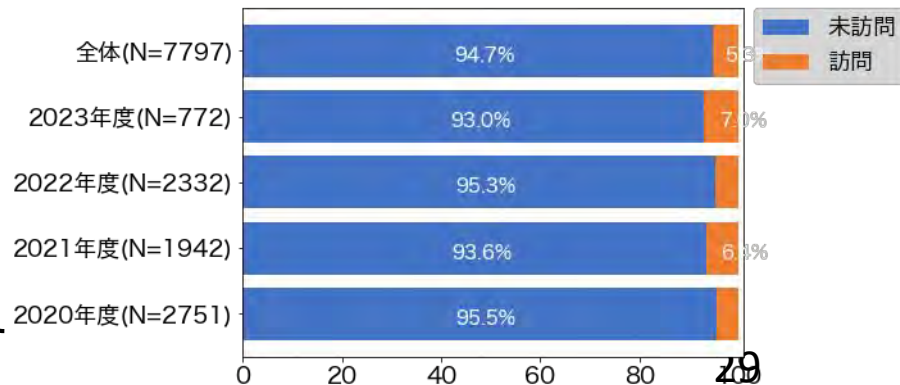
- 出羽三山の訪問率は各年度約3割で、コロナ禍であっても三密を回避できるスポットのため2020年度から2023年度まで大きな変化はない。
- 加茂水族館の訪問率は、コロナ禍の影響を大きく受けており、まん延防止等重点措置が解除された2022年度以降訪問率が大きく上昇している。



羽黒山訪問率(五重塔または三神合祭殿)



月山訪問率

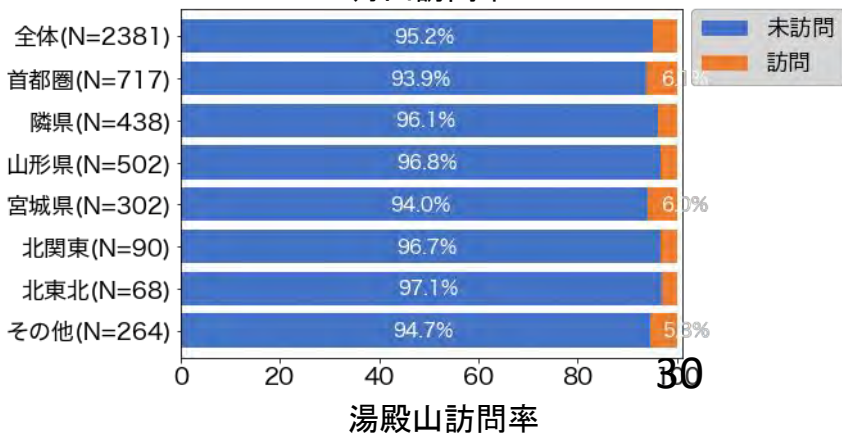
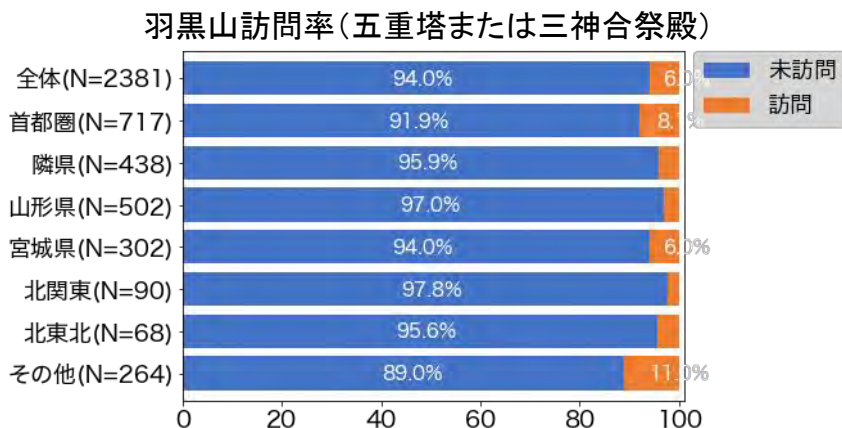
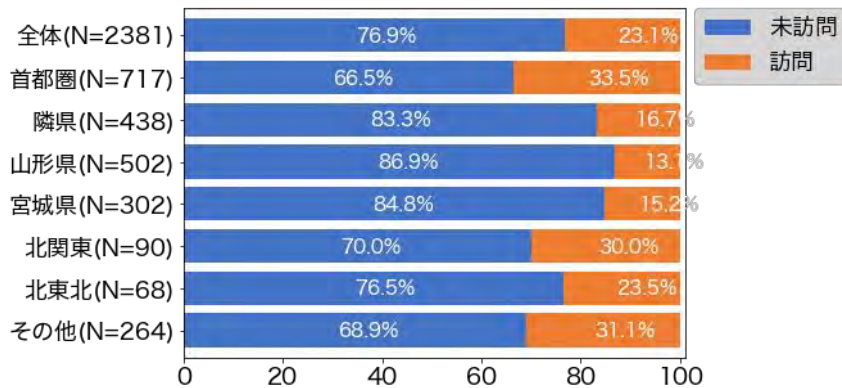
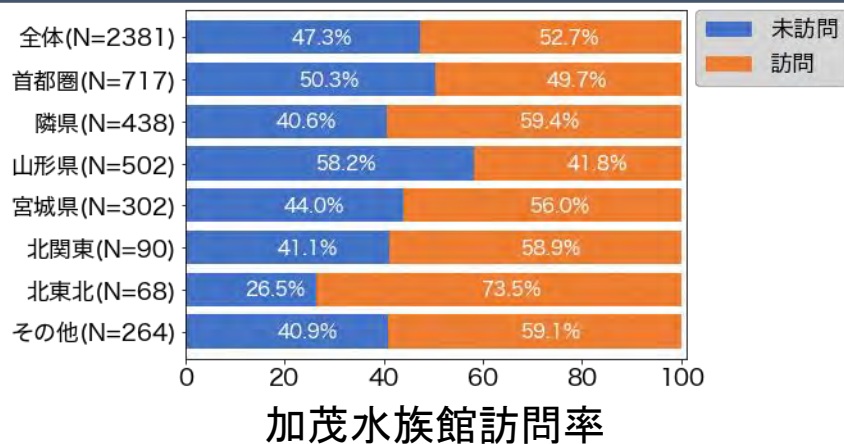
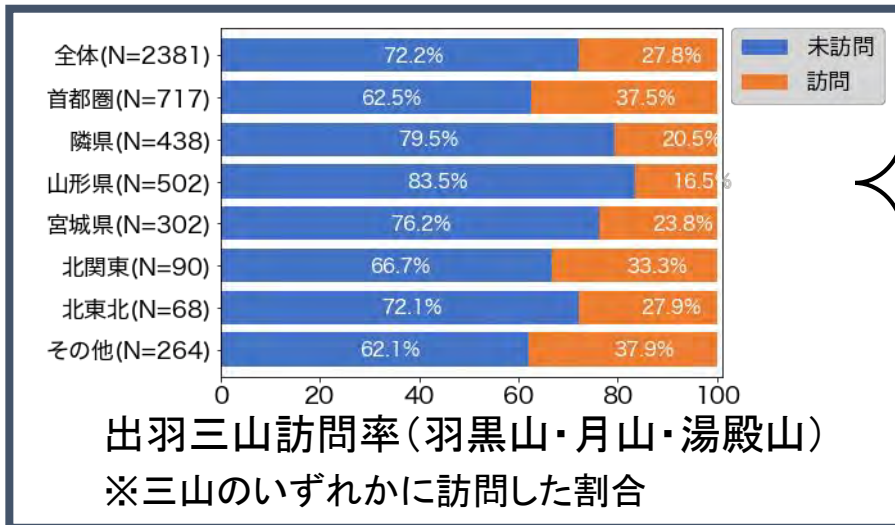


湯殿山訪問率

出羽三山・加茂水族館訪問率

・ 居住エリア別

・ 集計期間2022/9/1～2023/8/31

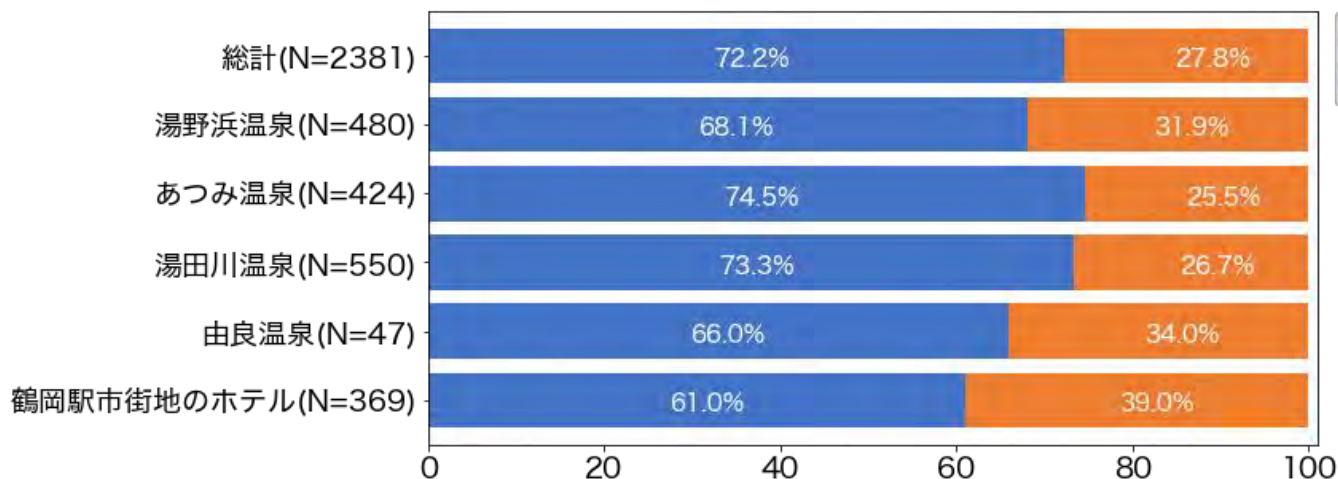


- ・ 出羽三山の訪問率は、首都圏、北関東、その他エリアなど比較的遠方からの旅行客で高くなっている。
- ・ 加茂水族館の訪問率は、北東北、隣県、宮城県、その他エリアなどからの旅行客で高く、山形県居住者では低くなっている。

出羽三山・加茂水族館訪問率

・ 宿泊エリア別

- 集計期間2022/9/1～2023/8/31

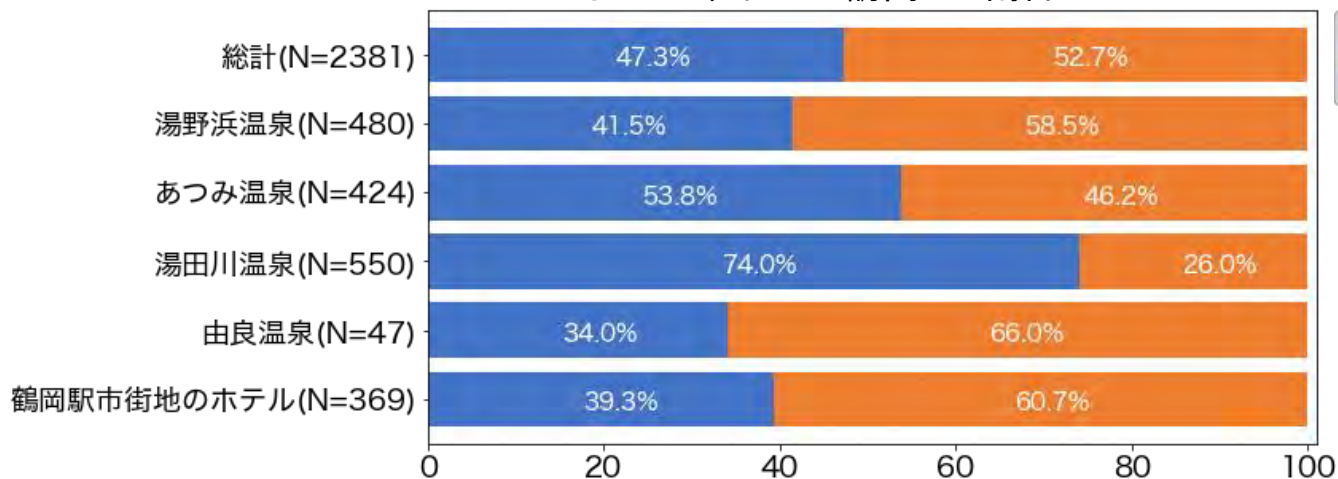


■ 未訪問
■ 訪問

- 出羽三山の訪問率は、鶴岡駅市街地のホテル宿泊者が最も高くなっている。

出羽三山訪問率(羽黒山・月山・湯殿山)

※三山のいずれかに訪問した割合



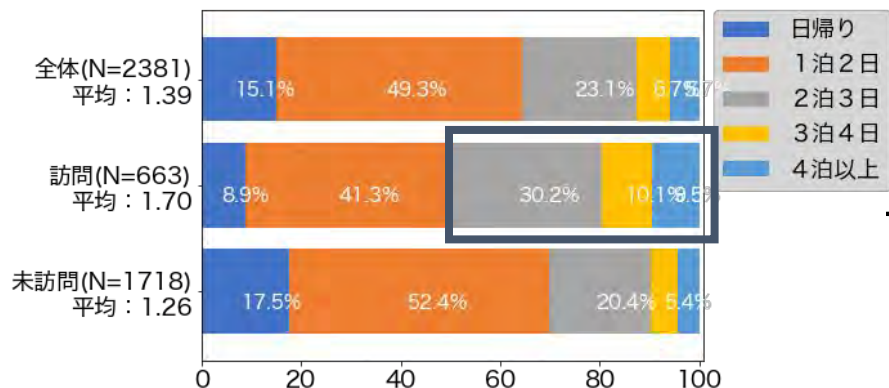
■ 未訪問
■ 訪問

- 加茂水族館の訪問率は、湯田川温泉宿泊者が極端に低くなっている。

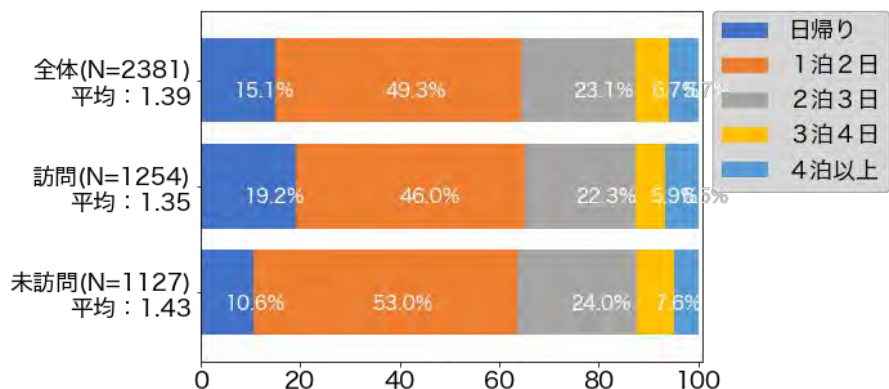
加茂水族館訪問率

観光スポットト訪問別宿泊日数

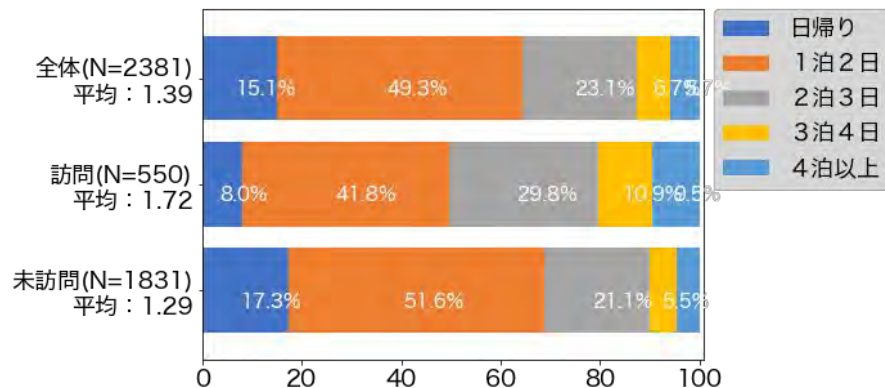
・ 集計期間2022/9/1～2023/8/31



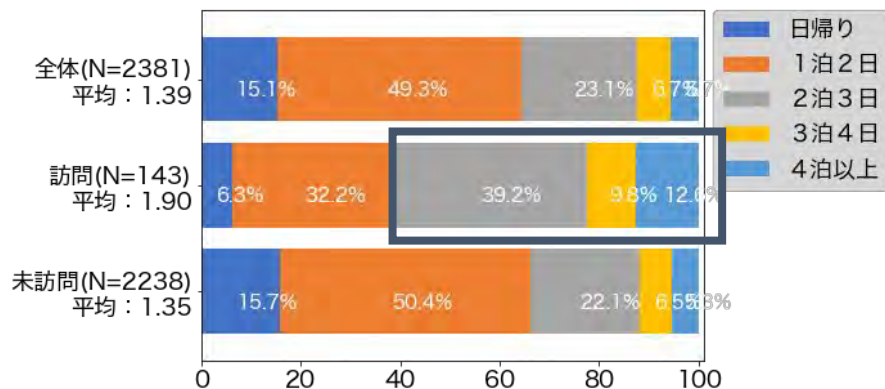
出羽三山訪問別宿泊日数



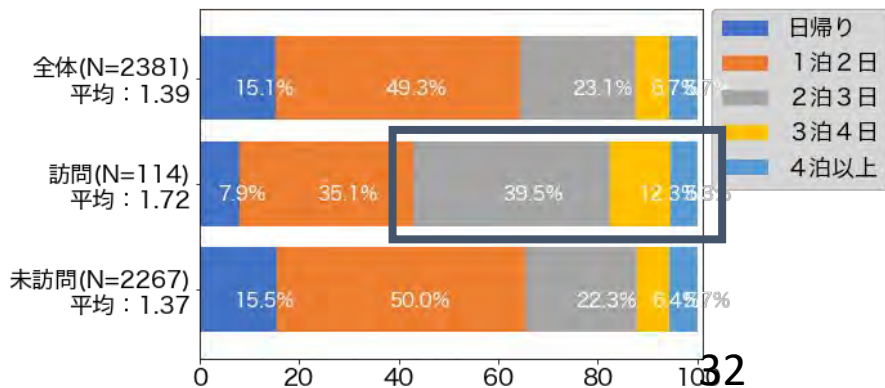
加茂水族館訪問別宿泊日数



羽黒山訪問別宿泊日数



月山訪問別宿泊日数



湯殿山訪問別宿泊日数

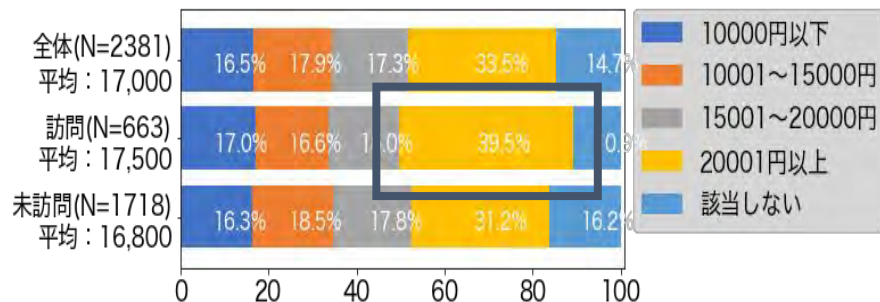
- ・ 出羽三山の訪問者の宿泊日数は2泊以上が約5割となり、未訪問者に比較して長期滞在が多い傾向にある。
- ・ 加茂水族館の訪問者の宿泊日数は、未訪問者に比較して日帰りが多い傾向にある。

出羽三山・加茂水族館訪問別消費額の比較

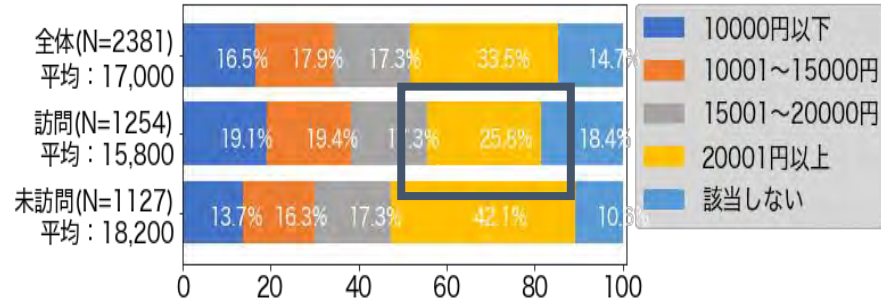
②ICT調査再集計

出羽三山

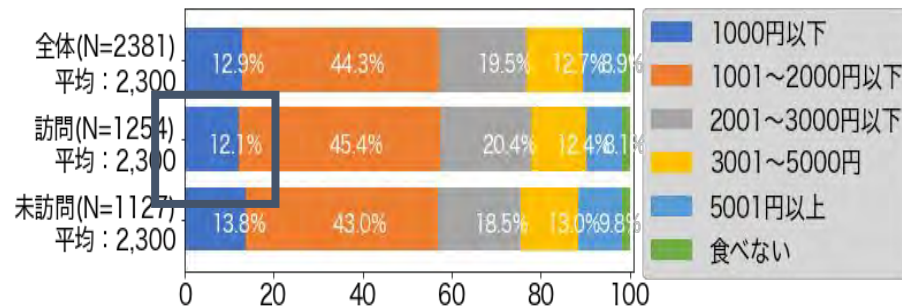
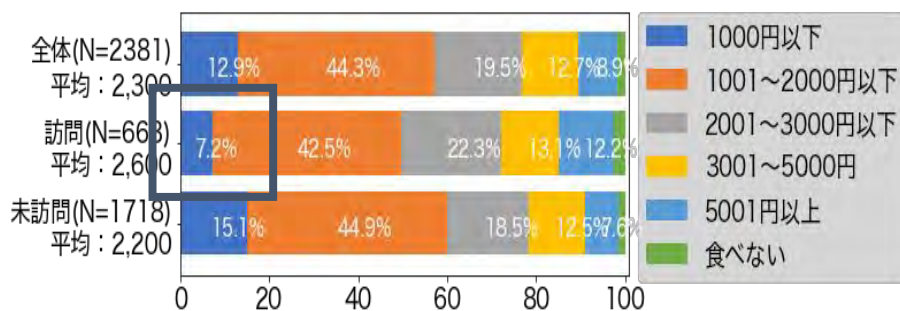
宿泊費



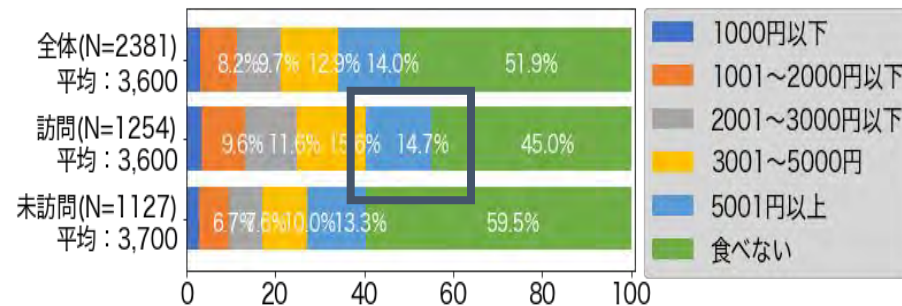
加茂水族館



昼食費



夕食費



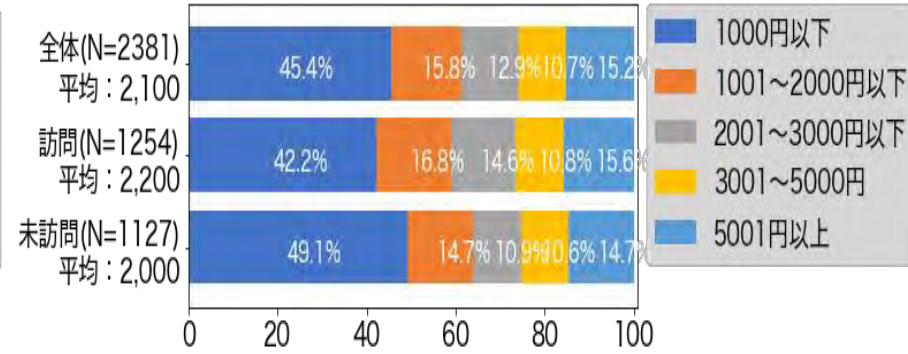
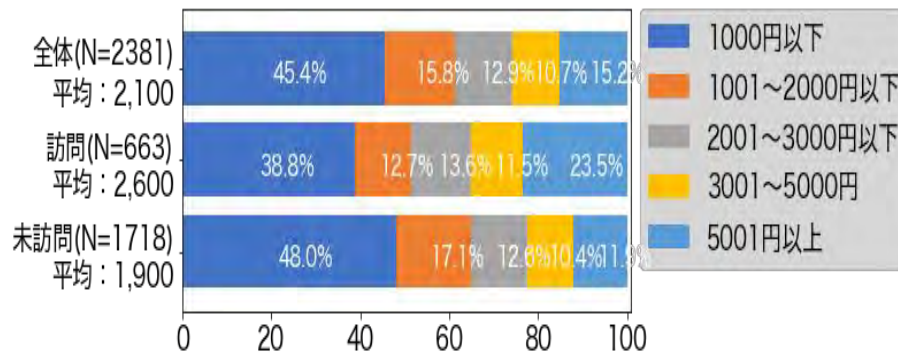
- 出羽三山の訪問者は未訪問者に比較して、すべての費用項目で消費額が多い傾向にある。
- 加茂水族館の訪問者は未訪問者に比較して、宿泊費が低い傾向が見られ、その他の費目ではほぼ同等となっている。宿泊単価の³³高い湯田川温泉の宿泊者の大部分(74%)が極端に加茂水族館を訪問しないことが要因と考えられる。

出羽三山・加茂水族館訪問別消費額の比較

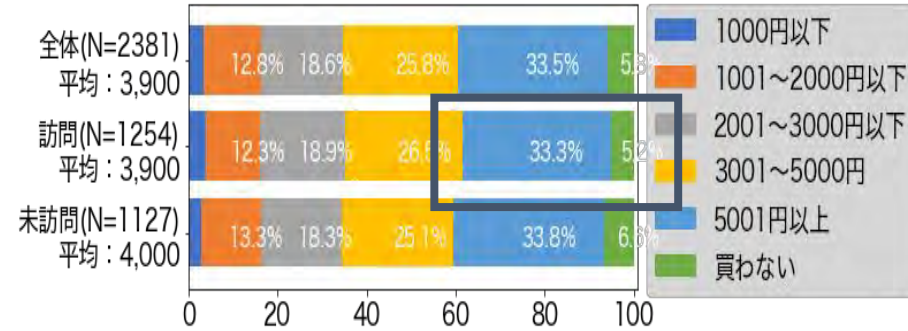
出羽三山

加茂水族館

市内移動費

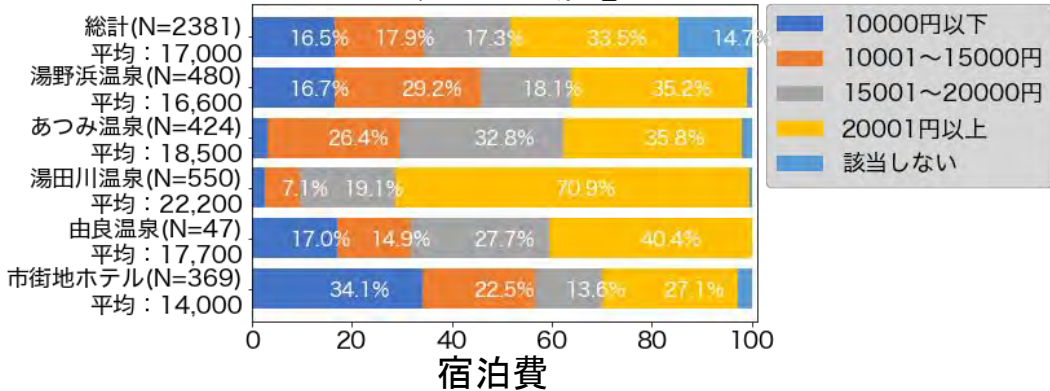
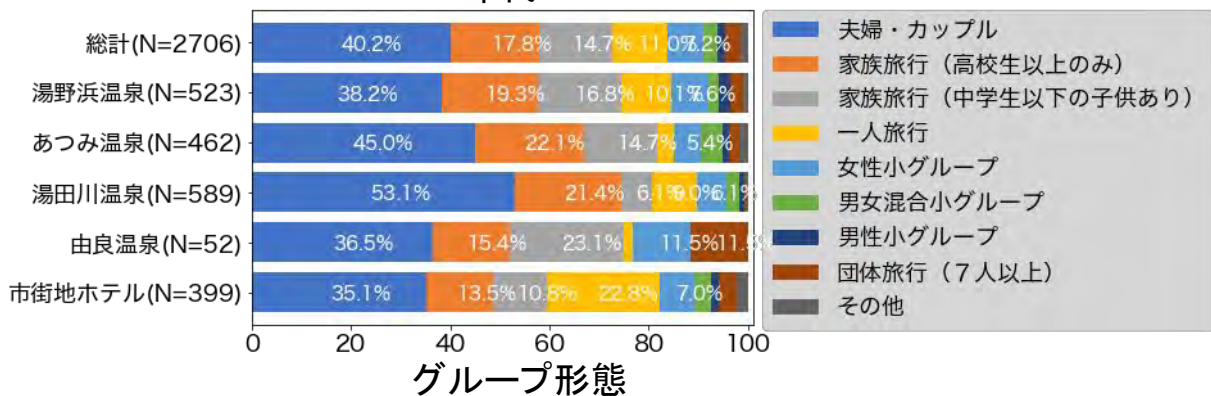
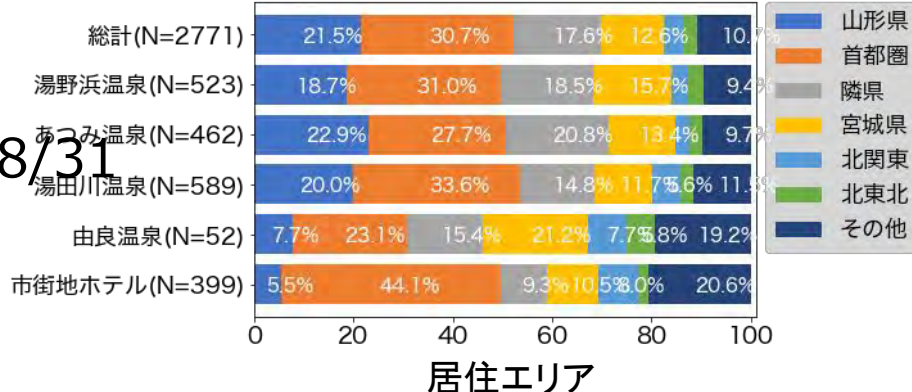
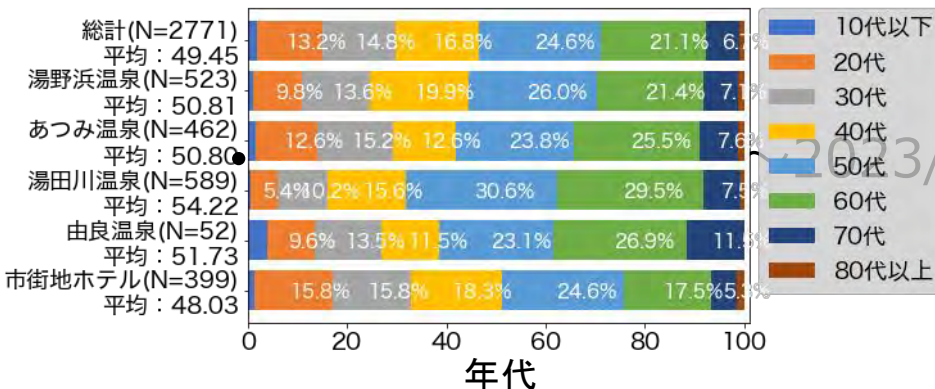


土産費



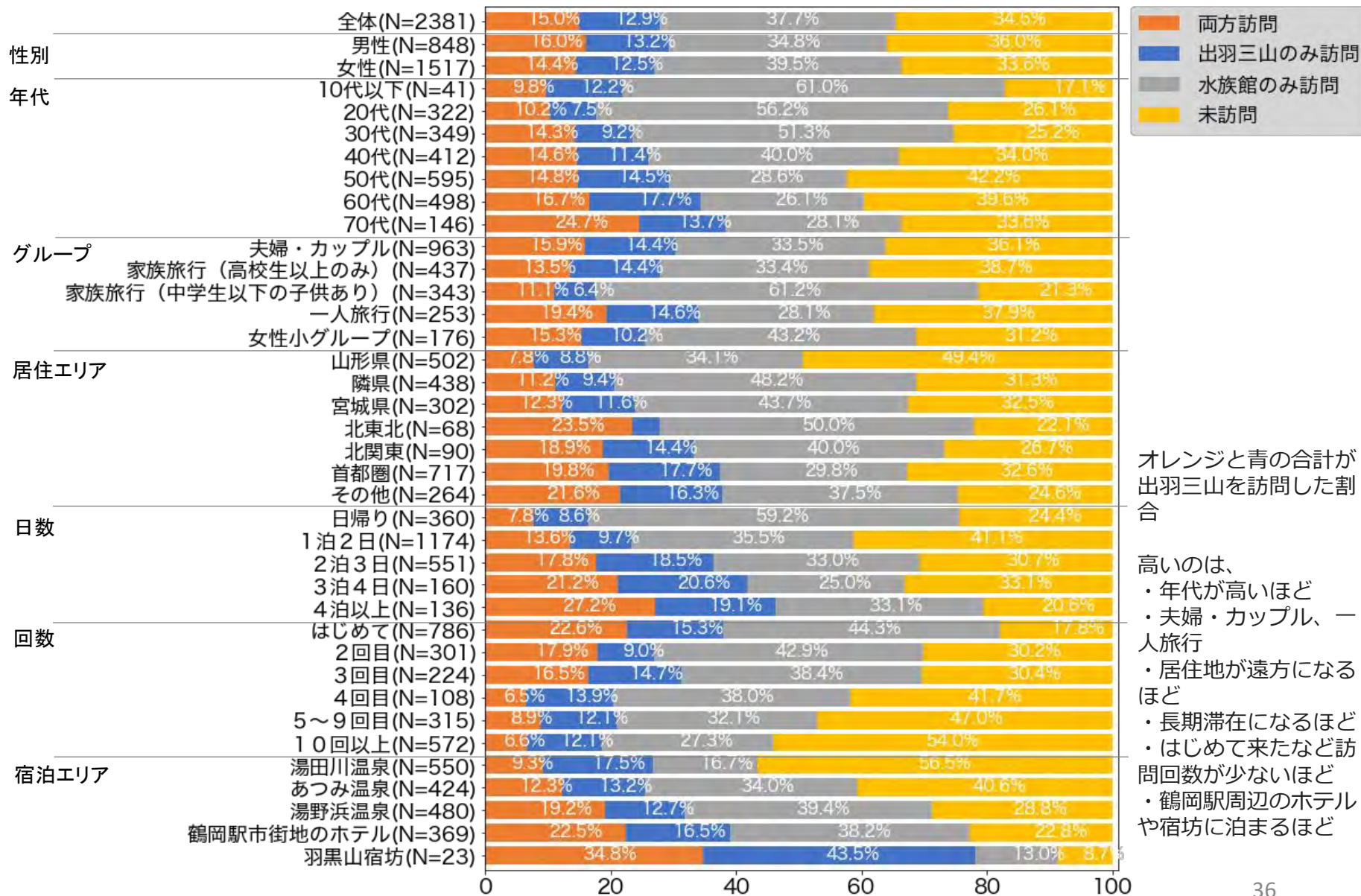
- 出羽三山の訪問者は未訪問者に比較して、すべての費用項目で消費額が多い傾向にある。
- 加茂水族館の訪問者は未訪問者に比較して、宿泊費が低い傾向が見られ、その他の費目ではほぼ同等となっている。宿泊単価の高い湯田川温泉の宿泊者の大部分(74%)が極端に加茂水族館を訪問しないことが要因と考えられる。

宿泊エリア別参考データ



- 鶴岡駅市街地のホテルの宿泊者は、年齢層が相対的に低く、一人旅行が夫婦・カップルに続いて多く、宿泊単価は最も安い。居住エリアの割合は首都圏が44.1%と突出して多くなっている。
- 湯田川温泉の宿泊者は、年齢層が相対的に高く、夫婦・カップルの割合が高く、宿泊単価が最も高い。ただし、居住エリアの割合は、サンプル数の少ない由良温泉を除外すると他の温泉地と似たような内訳となっている。

出羽三山・加茂水族館訪問クロス



オレンジと青の合計が
出羽三山を訪問した割合

高いのは、
 ・年代が高いほど
 ・夫婦・カップル、一人旅行
 ・居住地が遠方になるほど
 ・長期滞在になるほど
 ・はじめて来たなど訪問回数が少ないほど
 ・鶴岡駅周辺のホテルや宿坊に泊まるほど

本日の論点；背景整理と方向性

1, 観光の位置づけを再確認 = 初期プランを踏襲



2, 市場目線で再確認 広域視点、延泊需要、外国人来訪調査、情報発信と取得

すべての道はDEWAに通ずる THE LAND OF DEWA

- 外国人は、広域で移動しているために、鶴岡単体で差別化するよりも、日本全域や東北全域のルートの中、INかOUTに「庄内・鶴岡」を入れることで、鶴岡を入れ込む事ができる
- 外国人も「出羽三山」を評価している。目的型観光。ただし、加茂水族館にも行っており、首都圏のトレンドに近い
- 外国人は日本人よりも長期滞在の可能性がある
- 近隣＝日帰り＋1泊2日、東京＝最低1泊2日、3泊4日、外国人は首都圏の滞在傾向を広げた属性
- 外国人の宿泊傾向は、日本人と同じくバラエティに富んでいる、必ずしも宿坊に泊まるわけではない
- 外国人の情報取得はガイドブックやブログやYouTube 日本人は公式WEBを検索。およびSNSも顕在化

3, 地域の体制を再確認

ミッションステートメントの確立 関係者は軸をたててアクションを行う

どんな絵図の実現のため、何のために、誰が役割を担って実行するのか？

1, 観光の位置づけを再確認 価値は不変である

○外国人も「出羽三山」を評価している。

今までの鶴岡の「ライフスタイル」を守りながら、観光客の方が体験していただけるように産業界として同一思想のもと活動をする。そのためにも、ビジョンやミッションを明確にする。



バリュー 自然（山・川・海・平野・温泉） 文化（思想・食・産業）
スローガン 詣でる、つかる、頂きます。

注意点 文化差異

外国人と日本人のもののとらえ方や印象の違いに注意して「価値」を伝える

特に宗教に係る点では、情報の伝え方が重要
神≠GOD



広域ネットワーク **すべての道はDEWAに通ずる**
Routeプランニング **参詣道の構築**

著作権上、
インターネット上での公開は不可。

サンティアゴコンポステーラ地図
©Google

例)
世界遺産 サンティアゴコンポステーラ

フランスの道
イタリアの道 などrouteが明確
になっている
どのルートだと何日という形でわ
かりやすい。

**Routeは起点と終点到強み
がある**
**知名度のある観光地をルートに入
れることができれば認知を獲得す
るきっかけになる**

✓ プランに関する内容 外国人調査 N=91

鶴岡に来る前（左）と後（右）

N = 91（上位20件）	
東京	24
いいえ	8
日光	6
北海道	5
仙台	5
青森	5
角館	5
新潟	5
秋田	4
金沢	4
山寺	4
松本	3
佐渡島	3
蔵王温泉	2
京都	2
大阪	2
茅ヶ崎	2
来ました	2
弘前市	2
エリア	2
札幌	1

N = 91（上位20件）	
東京	21
山形県	9
新潟	8
京都	6
金沢	4
秋田	4
仙台	4
大阪	4
日光	4
戻る	3
福岡	2
平泉	2
長野県	2
行きます	2
山形市	2
山形	2
青森	2
弘前	1
角館	1
東京都	1
富士五湖	1

鶴岡の来訪前後は以下のとおり
東京がゲートウェイ

2, 市場目線で再確認 日本人≦外国人 長期滞在と広域移動

広域ネットワーク すべての道はDEWAに通ずる

Routeプランニング 参詣道の構築

江戸の庶民は出羽三山にどのルートで参ったのか？道中記より

「西の伊勢参り、東の奥参り」と、言われるほど江戸時代、特に江戸後期に盛んであった出羽三山詣。東北や関東など東日本各地から三山講、八日講、奥州講など講をつくって参り、関東でもっとも信仰が盛んな千葉県では「男は一生に一度は三山（さんやま）に行くもの」という言葉も残っている。では、どのようなルートで出羽三山に参ったのだろうか。元山形大学教授の岩鼻通明氏によれば、道中記が100点余りあり、そのなかの40点ほどからルートが読み取れるという。そのうち南関東から出発した例を見てみる。

①千葉県流山市（下総国飾郡野々下村）の戸部家文書の場合

1824（文政7）年6月28日～8月19日

流山—埼玉・鴻巣—三峰山（秩父）—群馬・高崎—伊香保—榛名山—草津温泉—長野・善光寺—戸隠—新潟・高田—柏崎—新潟—村上一鶴岡市・湯田川—金峰山—鶴岡—羽黒山—月山—湯殿山—本道寺—大沼—寒河江—山寺—宮城・二口峠—仙台—塩釜—松島—石巻—鮎川—金華山—鮎川—松島—仙台—福島・福島—矢吹—茨城・八溝山—水戸—笠間—加波山—筑波山—土浦—在所（流山）。

②茨城県古河市中田（下総国葛飾郡日光道中中田山崎）今泉五吉衛門

1827（文政10）年6月4日～7月20日

古河—下妻—笠間—水戸—八溝山—福島・須賀川—福島—仙台—塩釜—松島—門沢—銀山温泉—尾花沢—狩川—羽黒山—月山—湯殿山—鶴岡—村上一新潟—高田—戸隠—善光寺—草津温泉—沢渡—高崎—古河

③神奈川県横浜市旭区（武蔵国都筑郡上川井村）中野権作衛門 同行25人

1841（天保12）年7月2日～7月27日

横浜—宇都宮—今市—日光—今市—大田原—白河—須賀川—福島—上戸沢—樞下—天童—尾花沢—古口—清川—羽黒山—月山—湯殿山—本道寺—大沼—山形—笹谷（蔵王）—仙台—松島—仙台—二本松・瀬ノ上—大田川—芦野（那須）—作山（佐久山？）—横浜

上記3例の特徴としては、行きに日本海側を通れば、帰りは太平洋側をまわるなど周遊型が多いこと。また、わざわざ迂回して善光寺や日光、金華山といった著名な社寺（上記の赤字）に立ち寄っているケースが多い。このことから巡礼という目的は当然ありながらも、物見遊山的な性格も垣間見られる。実際に、道中記からもそうした記述があると岩鼻氏はいう。

広域ネットワーク 全ての道はDEWAに通ずる

Routeプランニング 参詣道の構築×外国人に人気の地点をあわせて「現代の参詣道」を構成

江戸後期三山詣ルート（戸部家）

千葉県流山市（下総国飾郡野々下村）の戸部家文書の場合

1824（文政7）年6月28日～8月19日

流山—埼玉・鴻巣—**三峰山**（秩父）—群馬・高崎—伊香保—**榛名山**—草津温泉—長野・**善光寺**—**戸隠**—新潟・高田—柏崎—新潟—村上—鶴岡市・湯田川—金峰山—鶴岡—羽黒山—月山—湯殿山—本道寺—大沼—寒河江—**山寺**—宮城・二口峠—仙台—塩釜—**松島**—石巻—鮎川—**金華山**—鮎川—松島—仙台—福島・福島—矢吹—茨城・**八溝山**—水戸—笠間—**加波山**—**筑波山**—土浦—在所（流山）

黄色の★は、外国人人気スポット
外国人目線でのルート



新潟 佐渡 越後湯沢
福島 磐梯
山形 山寺 蔵王
宮城 仙台鳴子温泉

著作権上、
インターネット上での公開は不可。

東日本地図
©Google

広域ネットワーク 全ての道はDEWAに通ずる

Routeプランニング 参詣道の構築×外国人に人気の地点をあわせて「現代の参詣道」を構成

②今泉五吉衛門ルート

茨城県古河市中田（下総国葛飾郡日光道中中田山崎）今泉五吉衛門

1827（文政10）年6月4日～7月20日

古河—下妻—**笠間**—水戸—**八溝山**—福島・須賀川—福島—仙台—塩釜—**松島**—門沢—銀山温泉—尾花沢—狩川—羽黒山—月山—湯殿山—鶴岡—村上—新潟—高田—**戸隠**—**善光寺**—草津温泉—沢渡—高崎—古河

黄色の★は、外国人人気スポット
外国人目線でのルート



新潟 佐渡 越後湯沢
福島 磐梯
山形 山寺 蔵王
宮城 仙台鳴子温泉

著作権上、
インターネット上での公開は不可。

東日本地図
©Google

広域ネットワーク 全ての道はDEWAに通ずる

Routeプランニング 参詣道の構築×外国人に人気の地点をあわせて「現代の参詣道」を構成

③中野権作衛門ルート

神奈川県横浜市旭区（武蔵国都筑郡上川井村）中野権作衛門 同行25人

1841（天保12）年7月2日～7月27日

横浜—宇都宮—今市—**日光**—今市—大田原—白河—須賀川—福島—上戸沢—楯下—天童—尾花沢—古口—清川—羽黒山—月山—湯股山—本道寺—大沼—山形—笹谷（蔵王）—仙台—**松島**—仙台—二本松・瀬ノ上—大田川—芦野（那須）—作山（佐久山?）—横浜

黄色の★は、外国人人気スポット
外国人目線でのルート



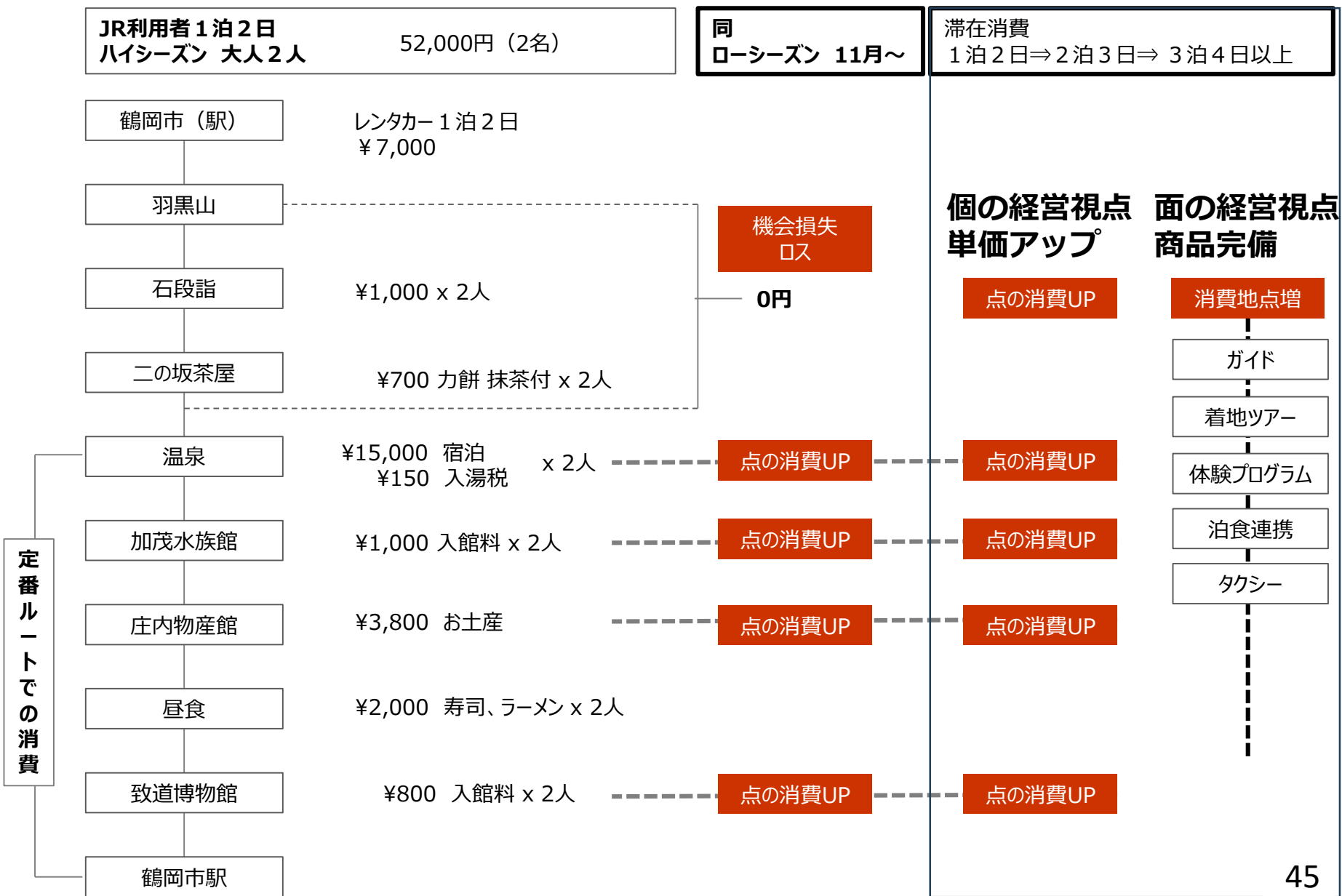
新潟 佐渡 越後湯沢
福島 磐梯
山形 山寺 蔵王
宮城 仙台鳴子温泉

著作権上、
インターネット上での公開は不可。

東日本地図
©Google

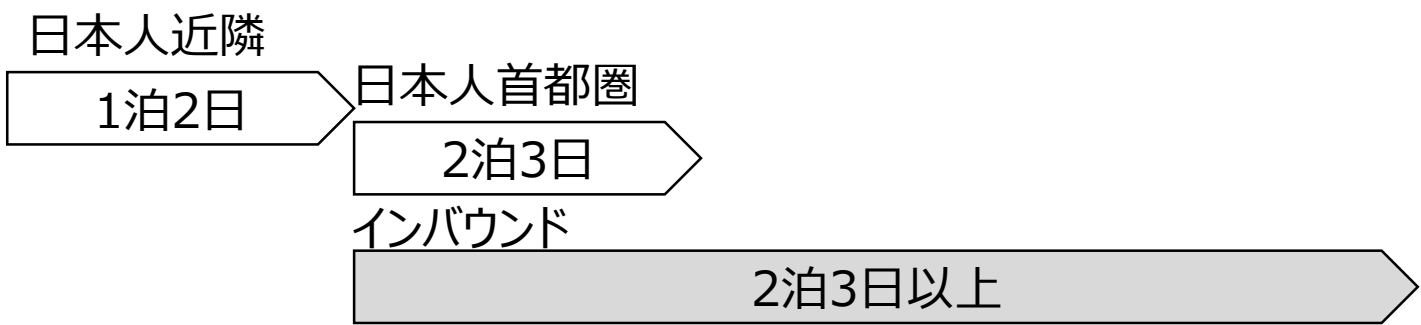
すべての道はDEWAに通ずる 外国人の長期滞在の可能性 = 地域での観光消費額増

「現代の参詣道」を構成するとともに、鶴岡周辺で「滞在の楽しみ」を開発する

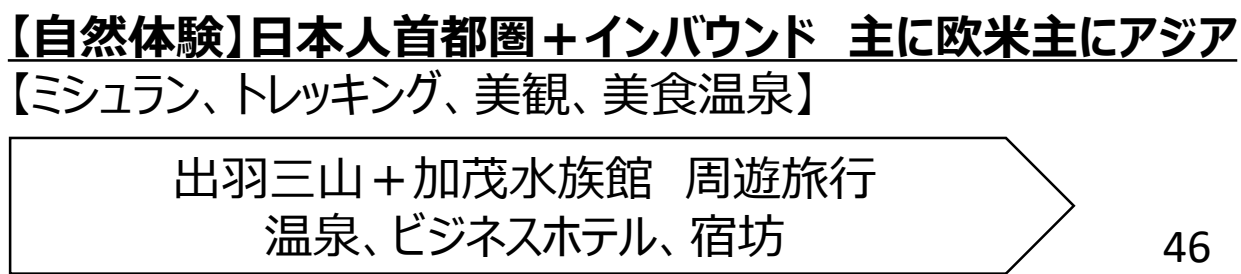
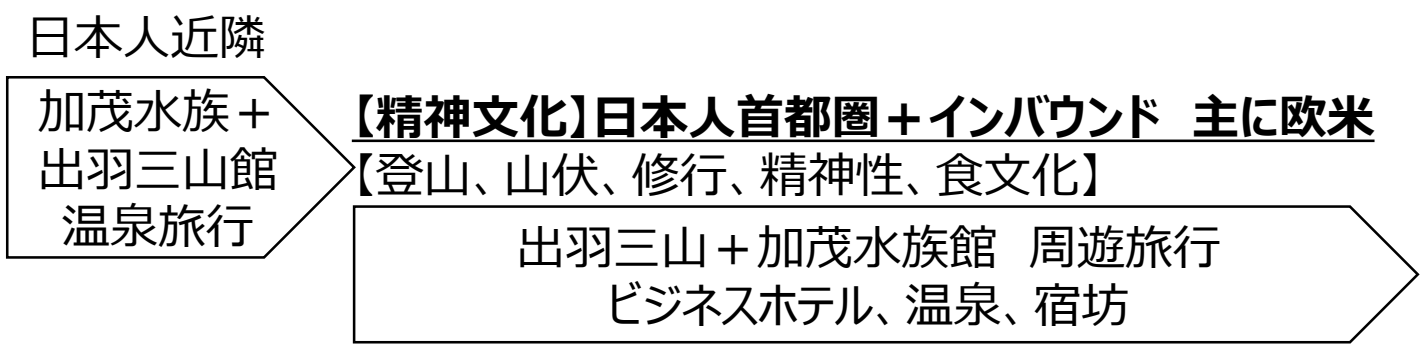


すべての道はDEWAに通ずる 外国人の長期滞在の可能性 = 地域での観光消費額増
「現代の参詣道」を構成するとともに、鶴岡周辺で「滞在の楽しみ」を開発する

消費額のアップにインバウンドを活用



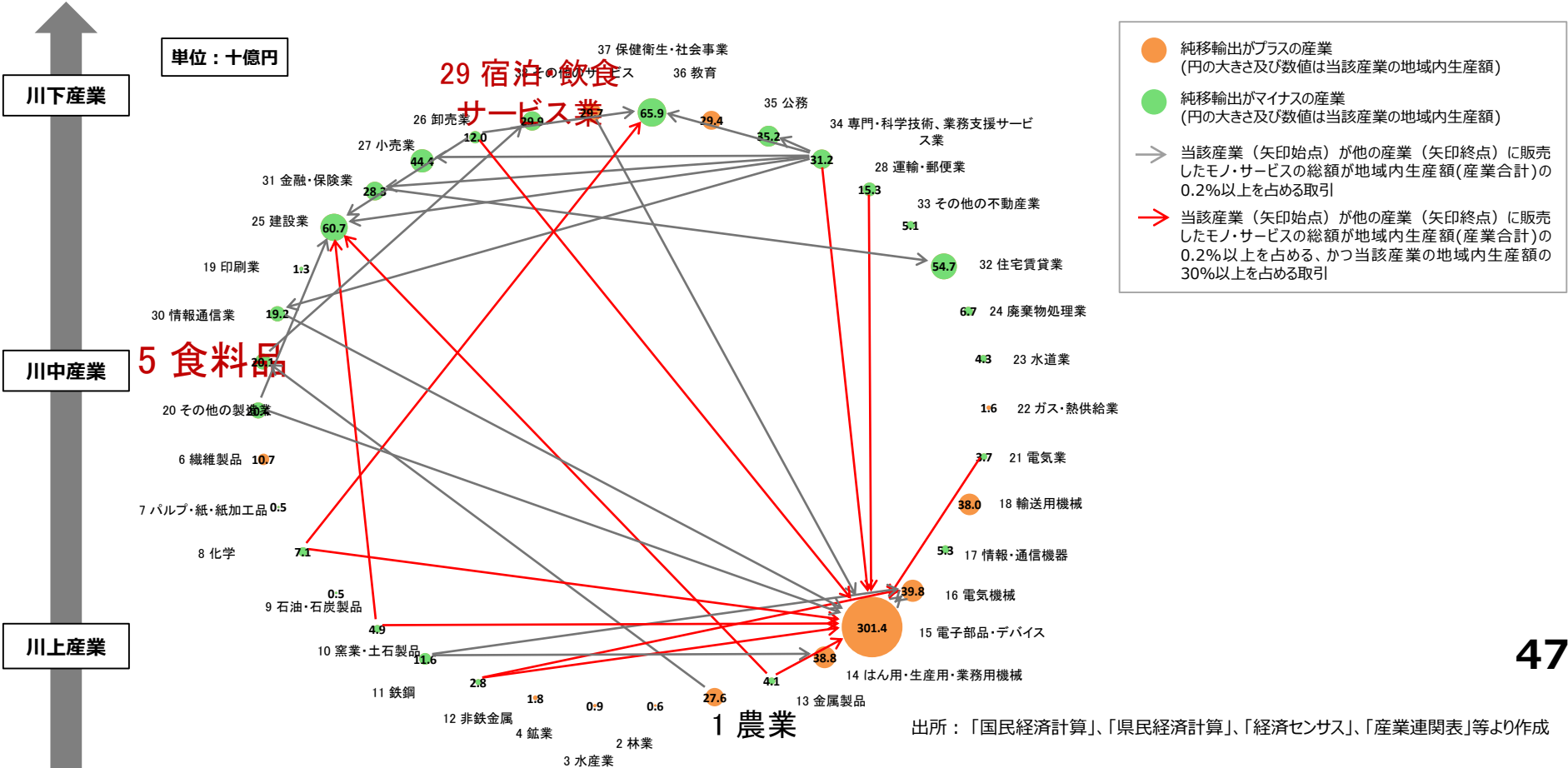
ターゲットとコンテンツを細分化



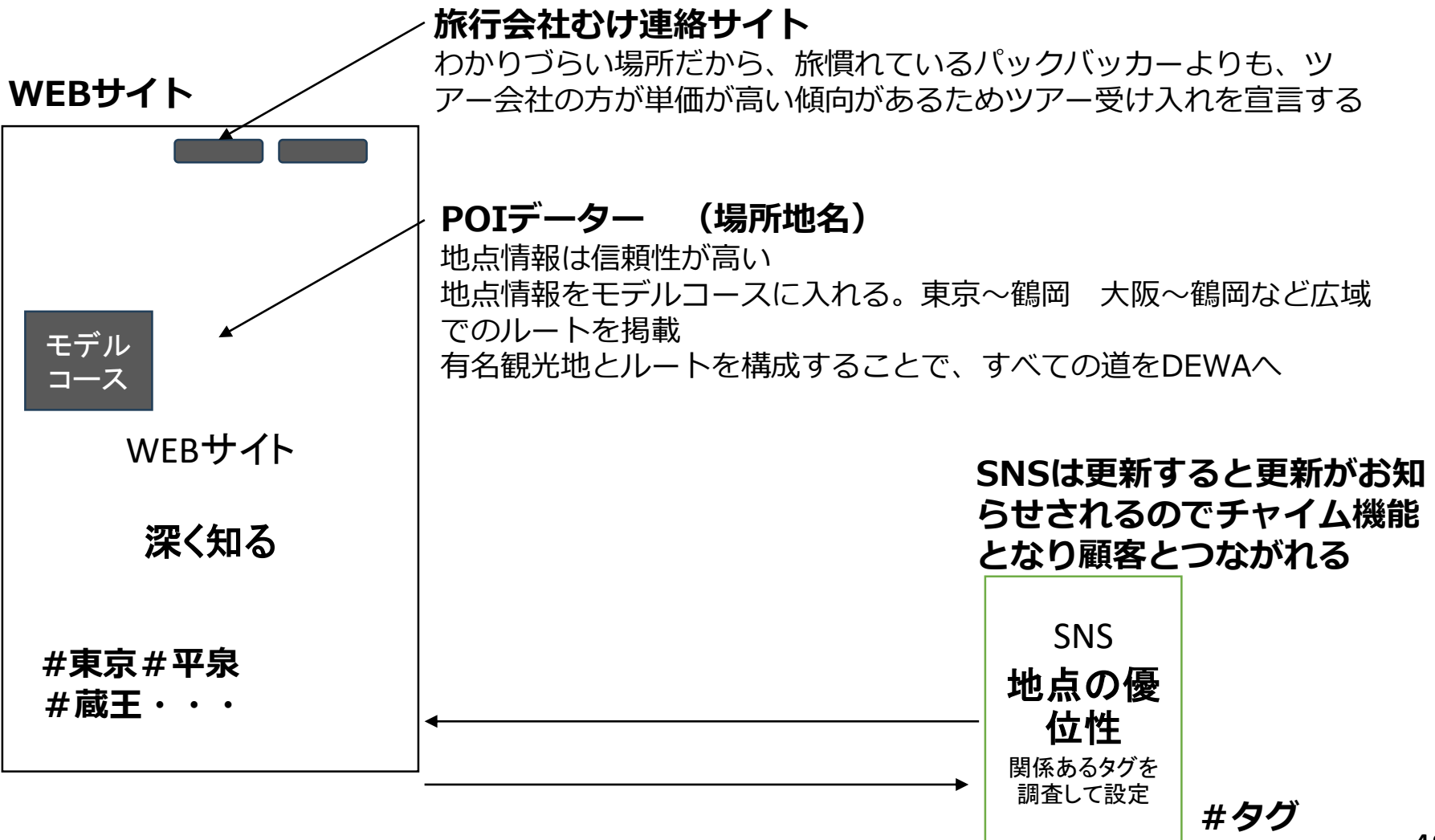
**分析の
視点**

- ここでは、全ての産業間の取引額（38産業×38産業）の内、金額の大きい取引額を図示し、地域における主要な産業間の取引を把握する（全ての産業間の取引を図示しているわけではない）。
- 具体的には、円の大きさで生産額の規模、矢印で取引先との取引額の規模、円の色で域外から所得を稼げているか否かを把握する(下図)。

地域の主要な産業間取引構造



世界ネットワーク ITを駆使し世界とつながる TO B TO C向け構築 ITプロモーション WEBやSNSで世界とつながる 仕組みづくりを構築



世界ネットワーク ITを駆使し世界とつながる 実来訪とWEBの測地 マネジメント 地点来訪者の傾向と誘客の属性傾向をつかむ

	2022											
月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
公式HP PV	56,907	46,564	67,912	108,300	154,990	161,560	182,769	194,813	143,375	134,075	82,808	57,445
公式HP 訪問	25,805	20,437	26,577	42,829	60,745	54,793	64,648	75,093	51,628	50,538	32,168	25,782
温泉入湯人員										30,000	14,000	
石段詣										300	0	
A地点										100	0	
B地点										20	15	
C地点										5	40	

ICT調査の拡大

例えばAという地点の誘客が増えることで、Bという宿泊エリアの宿泊が増加する

というように ゲートウェイをとらえることで
鶴岡市のどのコンテンツを発信すればいいのかを考えるヒントをIT調査を駆使する

例) コンテンツAのエリアで、クーポンを発行する 顧客の属性を調査する クーポンは10円割引でも可

注意点) 地域一丸で個票サンプル取得に協力しないと成立しない

3, 地域の体制を再確認

誰が役割を担って実行するのか？

視点

国策

ミッション 使命

市場

視点



自然と文化の融合した観光
地域<鶴岡>の形成

鶴岡市

自然と文化の融合した観光
地域<鶴岡>への誘客

DMO



国策等を選択する

市の総合戦略に基づく

事業化

市民生活活動



市政の維持
市民生活の維持



市場を選択する

ビジョンに基づく

観光事業化

観光活動



観光活動の維持
観光関連事業者の
活動維持

市とDEGAMが立ち返ることができるミッションステートメント（約束）が必要

ミッション 鶴岡市 = 自然と文化の融合した観光地域<鶴岡>の形成
DEGAM = 自然と文化の融合した観光地域<鶴岡>への誘客
ビジョン 全ての道は出羽 (DEWA)へ通ずる。THE LAND OF DEWA
バリュー 自然 (山・川・海・平野・温泉) 文化 (思想・食・産業)
スピリット 旅人目線 私たちは旅を愛す
スローガン 詣でる、浸かる、頂きます。

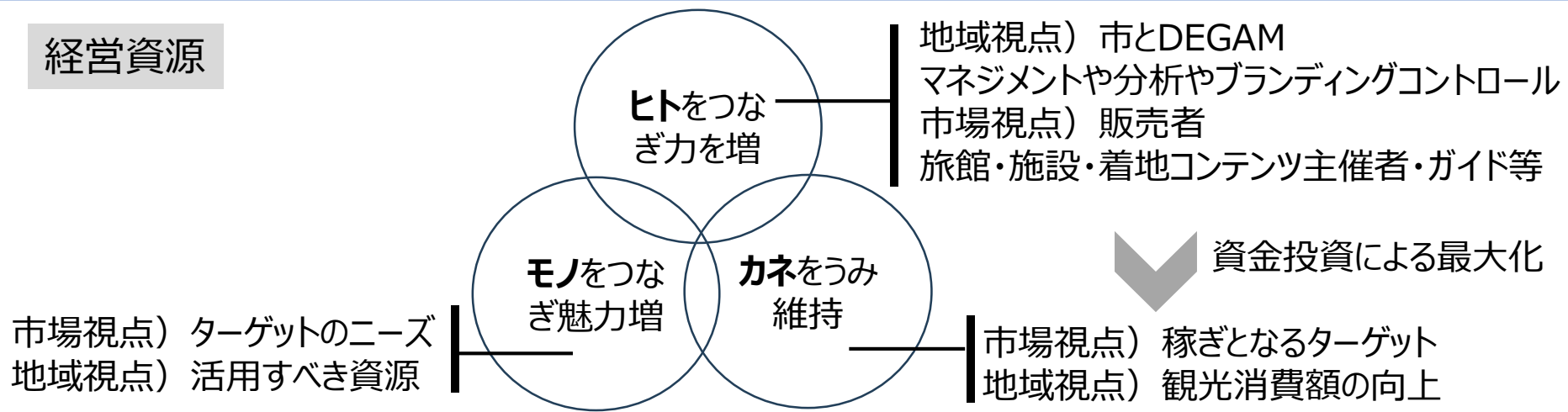


✓ プランに関する内容

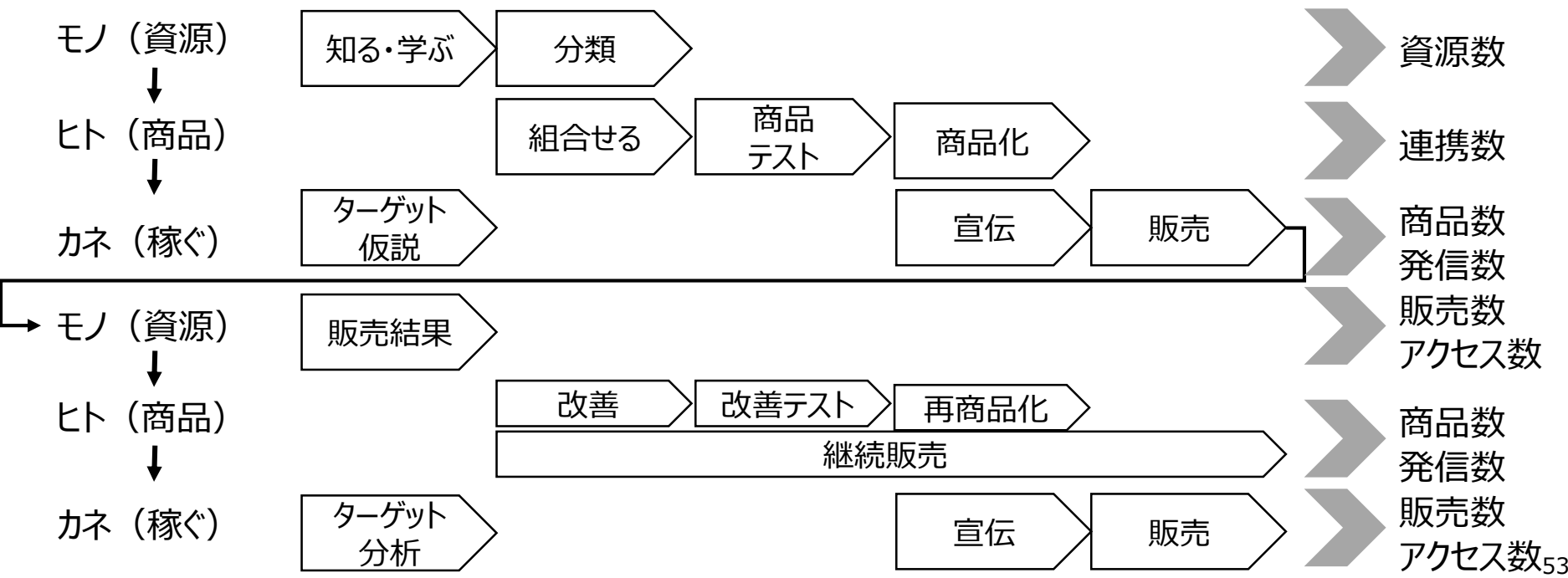
アクションはミッションを実現するための行動 方向性合意後プランニングの大枠を作成

		ストック 基盤継続のために行う事			アクション 市場に打ってでるために行う事			
			自らの理解 旅人の理解	研究、会議	企画 商品化	実施	結果の共有 改善	実施
ミッション	鶴岡市	自然と文化の融合した観光地域(鶴岡)の形成	・庁内箇所連携	・政策連携 ・予算の策定	アクションプラン 人 = マネジメント組織、連携先、担い手・商品提供者 モノ = 資源を活用した商品 カネ = 予算支援			
ミッション	DEGAM	自然と文化の融合した観光地域(鶴岡)への誘客	・既存誘客事業の洗い出し ミッションステートメントの作成	・ターゲット ・商品開発時期の選定				
ビジョン	全ての道は出羽 (DEWA) へ通ずる	広域連携 広域誘客	・観光事業者の広域体験機会 ・連携先の相互理解	・担い手との業務分掌 ・予算配分 商品流通 値段 プロモーション	・グランド商品 商品流通 値段 プロモーション			
バリュー	自然 (山・川・海・平野・温泉)	域内連携	・観光事業者の洗い出しとコンテンツの洗い出し	・担い手との業務分掌 ・ブランディングプログラム	・強み商品 ・弱み商品 ※夏増 ※冬季新商品			
バリュー	文化 (思想・食・産業)	域内連携	・観光事業者の洗い出しとコンテンツの洗い出し	・担い手との業務分掌 ・ブランディングプログラム	・強み商品 ・弱み商品 ※夏増 ※冬季新商品			
スピリット	旅人目線	来訪者調査による旅人理解 うけ地の旅好き組織	・ICT調査 ・旅が好きな組織の基盤づくり	・旅の研修制度 ・観光事業者の地域体験機会				
スローガン	詣でる、浸かる、頂	域内連携	・情報共有の体制づくり	・地域商品会議				

経営資源



開発サイクルと測値



仮説

✓ **外国人含めて、出羽三山神社来訪を目的としている 前プランの継続**
精神文化を継承することを地域の文化継承として合言葉にしなが、住民減少部分を補うために観光により力を入れていく。そのためには外国人観光客誘致を本プランでは取り入れる。

戦略

✓ ネットワーク 戦略

① 広域ネットワーク すべての道はDEWAに通ずる

Routeプランニング 参詣道の構築

ICT調査によると、外国人観光客は、日本に長期滞在しており、日本人よりも広域で行動している。

そのため、日本人誘致よりもより広い範囲で観光の推奨を行う必要がある。

よって、広域観光を具体化するためにも、江戸時代後期に日本三大参詣道として存在した東京～出羽等の多様な「出羽詣で」を研究し、現代に復活させ、広域ルートを選定する。

② 域内ネットワーク 精神文化+αを組合せ域内需要をアップ

ツアープランニング 庄内平野で詣でる+つかる+いただきます をより組合せ消費を構築

ICT調査によると、外国人観光客は、日本に長期滞在しており、日本人よりも長期滞在を促す可能性を秘めている。そのためにも、地域滞在型のコンテンツを開発する必要がある。

よって、鶴岡市内、ひいては庄内地域として酒田とも連携しながらエリア内の宝をつなげていくネットワークと相互層客の仕組みが必要になる。また、旅行者の動きをとらえた、エリア内の情報取得を行い地域マネジメントを行う

③ 世界ネットワーク ITを駆使し世界とつながる TO B TO C向け構築

ITプロモーション WEBやSNSで世界とつながる 仕組みづくりを構築

ICT調査によると、外国人観光客は、ガイドブックで来訪していることが分かった。一方、WEBによる情報取得に伸びしろがある。また、個人だけでなく海外旅行会社に対する受け皿もつくり、個人も旅行会社にも検索してもらえらる基盤づくりが必要。ICT調査を高度化して、IN OUTを測定する地域の基盤も必要。

仮説

✓ 外国人含めて、出羽三山神社来訪を目的としている 前プランの継続

精神文化を継承することを地域の文化継承として合言葉にしながら、住民減少部分を補うために観光により力を入れていく。そのためには外国人観光客誘致を本プランでは取り入れる。

戦略と戦術と体制と予算

✓ ネットワーク 戦略と体制と役割分担

① 広域ネットワーク 全ての道はDEWAに通ずる

Routeプランニング 参詣道の構築

■市
山形県ほか関連自治体との情報連携と政策面の友好を構築する
外交面を軸に友好都市などを担当する

■DEGAM
精神文化を軸に、他エリアの宿泊手配など行う形で広域ルートを実質手配可能に構築する

② 域内ネットワーク 精神文化+αを組合せ域内需要をアップする

ツアープランニング 庄内平野で詣でる+つかる+いただきます をより組合せ消費を構築

■市
農水や食文協などの縦割り組織ではなく、情報交換および相互支援を会議体の構築

■DEGAM
会員を中心に、モデルコースをプランニング。多くの消費が域内で誘発されるようなプランニングおよび販売（事前決済）など仕組構築

③ 世界ネットワーク ITを駆使し世界とつながる TO B TO C向け構築

ITプロモーション WEBやSNSで世界とつながる 仕組みづくりを構築

■市
国やJNTOや県などのプロモーションを誘致する

■DEGAM
ITプラットフォームを強化