

鶴岡市中期観光戦略プラン(案)に対する意見公募の結果

1 概要

(1) 募集期間

令和6年3月4日(月)～令和6年3月20日(水)まで

(2) 意見提出者

2名 (意見総数 5件)

2 いただいたご意見への対応状況

分類	対応状況	意見数
賛同	素案に対して同趣旨の意見、賛同いただいたもの	1件
修正	ご意見の趣旨を参考にして案を修正したもの	3件
参考	今後の施策や事業実施にあたり参考とさせていただくもの	1件
合計		5件

3 意見とそれに対する市の考え方

○ご意見の内容により分類して掲載しております。

○ご意見について一部要約等を行っている場合があります。

(1) 案に対して同趣旨及び賛同いただいたもの

①「Ⅲ 鶴岡市観光の目指す将来像と基本戦略」に関する意見(P13)

No.	いただいたご意見	分類	ご意見に対する市の考え方
1	(2)3つの基本戦略 戦略3:ITネットワーク 観光CRM導入を記載している事を評価します。現在のシステムから、明確に顧客管理ができる「気仙沼市」「鹿児島市」方式のカードとスマホアプリのシステムの導入など、「イベント人が動く来年度から早期に導入できるように頑張ってくださいです。」	賛同	CRMの導入については、宿泊施設の独自顧客データを外部提供することへの抵抗感や、導入経費やランニングコストの課題もあるかと思いますが、一方で、データに基づく旅行者の動向を把握することが、今後さらに重要になってくることから、CRM＝顧客関係管理の観点に立ち、WEB等を活用し、鶴岡に興味関心のある人を対象にしたマーケティングの強化に取り組むことをDEGAMや関係事業者と改めて検討してまいります。

(2) ご意見を参考にプラン案を修正したもの

①「Ⅳ 推進体制と期待される役割」に関する意見(P14)

No.	いただいたご意見	分類	ご意見に対する市の考え方
2	Ⅳ推進体制と期待される役割 観光戦略としての標語、全ての道は出羽(Dewa)へ通ずる ～The Route to the Land of Dewa～ はいいとは思いますが。しかしながら、これは、いらしていただく方々へ道案内としての標語であり、鶴岡市民12万市民全員が目指す目標、参加できる標語になっていません。	修正	Ⅳ推進体制と期待される役割にて記載のとおり、観光振興は市民含め多様な主体の参画のもと官民協働で取り組んでいくものと認識しております。本プランの周知を図り、多くの市民を巻き込んだ取組につなげるため、P14のⅣ鶴岡市の役割を修正し、「行政とともに全ての市民が観光誘客の担い手となって、観光客にとっても魅力あるまちづくりを進めます。」とします。

②「Ⅲ 鶴岡市観光の目指す将来像と基本戦略」に関する意見 (P13)

No.	いただいたご意見	分類	ご意見に対する市の考え方
3	<p>(2)3つの基本戦略 戦略3:ITネットワーク</p> <p>本市のあまりある観光資源の活用につきましては、当戦略プランにあります内容に概ね賛同いたしておりますが、「戦略3：ITネットワーク」の中で、触れられております旅行者の旅に関する情報収集、並びに口コミ対応について、もう少し、具体的な戦略プランがあってもよかったですのかなと思います。</p> <p>一般的に言われていることとして、旅行者の「タビマエ、タビナカ、タビアト」という行動の三つのステージにおける対応です。JTBの調査では、インバウンドのなかでも、FITと呼ばれる個人の旅行者のうち約6割はタビマエの段階において、インターネット、特にスマホのアプリなどにより、旅行行程の情報などを取得しているといわれます。特に、その情報の多くが、多言語化に対応するGoogleマップやGoogleビジネスプロフィールに記載されたものを頼りにしていると聞きます。つまり、それらアプリで発信される観光地情報や口コミなどをとても重要視しており、SEOとかMEO、ローカル検索などの最適化がとても重要になります。情報や口コミに対するレスポンスは絶えず更新され、新鮮なものほど効果も上げています。つまり、鶴岡市の観光資源やそれらの情報というのは毎日でも更新されるべきで、その対応をどうするか、戦略的な視点での対応が重要になるということで、DMOなどが本来その役割を務めるといわれています。さらに、FITなどは、タビナカにおいても、旅行消費のための情報や、行程変更、災害などのアクシデントの情報収集も使い慣れたスマホのアプリで行うといわれ、タビマエ情報と同等の情報発信を必要としています。とりわけ、旅行消費に大きく影響する、タヒナカでの飲食店情報などは、DMOだけでなく、市内の事業所も一緒になった情報発信や口コミ対応を図らなければならないのです。それもまた、戦略的な対応が必要となってきます。そして、タビアトは、タビを終え、SNSやインスタなどのツールに写真などを掲載することで、リピーターの確保や、これから鶴岡、庄内を旅したい人たちへの口コミにもなるのです。タビマエ、タビナカ、タビアトの各ステージにおける、鶴岡市としての具体戦略の構築と、Wifiなどのインフラ整備が求められると思います。</p> <p>本プランはまだ意見公募の段階のようですが、もし書き加えることが可能であれば、「CRM (Customer Relationship Management. 顧客関係管理) の観点に立ち、WEBを活用した鶴岡に興味関心のある人を対象にしたマーケティングの強化」の具体策として、プランに盛り込んでいただければ幸いです。</p>	修正	<p>「タビマエ、タビナカ、タビアト」という旅行者の行動のステージを意識した戦略的な情報の発信については重要なご意見であると認識しております。今後具体的な施策に反映してまいります。</p> <p>この考え方はデータ収集においても同様ですので、ご意見を参考に、P13のⅢ(2)戦略3：ITネットワークの本文を「旅行企画段階から旅行後までデータに基づく旅行者の動向を把握することが今後さらに重要である」と修正します。</p>

③プラン全体に関する意見

No.	いただいたご意見	分類	ご意見に対する市の考え方
4	<p>この戦略は当面のキャンペーンとしてはいいと思いますが、観光政策は、地域の産業、市民の営み、すべてが関わる経済政策であります。特に ユネスコ食文化創造都市の鶴岡、ご家庭の食卓のクリエイティブが発信しだいで観光に通じる、大変優れた素材満載の地域であります。特に、ガストロノミーリズムには市民全員に可能性があることを踏まえ、市民全員が取り組める観光戦略として、鹿児島市や呉市などを参考に、インバウンド、DMOや、持続可能な観光まちづくりとして先進地の観光戦略のトレンドを踏まえた有識者、地域金融、などの参画もいれ、器を変えた中で鶴岡市民全員の経済政策としての観光戦略を再検討、再構築すべきだと考えます。</p>	修正	<p>令和6年はユネスコ食文化創造都市認定10周年の節目の年にあたり、本市の食と食文化の魅力を伝えるガストロノミーリズムの推進は、本市観光振興を図るうえで、最も重要な強みの一つと認識しております。</p> <p>先にも回答いたしましたとおり、観光振興は市民含め多様な主体の参画のもと官民協働で取り組んでいくものと認識しております。本プランの周知を図っていく中で、多くの市民を巻き込んだ取組につなげていく観点から、IV鶴岡市の役割を修正し、「行政とともに全ての市民が観光誘客の担い手となって、観光客にとっても魅力あるまちづくりを進めます。」とします。</p>

(3)プラン案の策定に対して参考とさせていただいたもの

②「Ⅲ 鶴岡市観光の目指す将来像と基本戦略」に関する意見 (P13)

No.	いただいたご意見	分類	ご意見に対する市の考え方
5	<p>(1)将来ビジョン</p> <p>第4期鹿児島市観光未来戦略のように、地域全体での推進体制作り、持続可能な観光地づくりを目途に、KGI(経済波及効果)として 観光客数×消費単価×城内調達率 = 観光消費額 の現状を的確に捉え、目標を設定し、市民全員で「●●●億円」稼ぐ 観光客に「●●億円」使ってもらおう。という明確な目標を掲げた戦略に進化させる必要があります。</p>	参考	<p>先にも回答いたしましたとおり、観光振興は市民含め多様な主体の参画のもと官民協働で取り組んでいくものと認識しており、本プランの周知を図っていく中で、多くの市民を巻き込んだ取組につなげてまいります。</p> <p>そのためにも明確な目標設定は重要であり、本プランでは、Ⅲ鶴岡市観光の目指す将来像と基本戦略(1)将来ビジョンにおける成果目標として、「観光入込客数」「観光消費額」「外国人延べ宿泊者数」の3つ目標として掲げているところであり、この成果目標についても十分に周知を図り、地域全体で推進していく体制づくりを進めてまいります。</p>