

第4次庄内町観光振興計画

～共に創ろう 人も地域も潤う観光まちづくり～



令和5年3月
庄内町／庄内町観光協会

目次

第1章 計画の策定にあたって	P 2
1 計画策定の趣旨	
2 計画期間	
3 計画の位置づけ	
第2章 庄内町の観光の課題	P 3
1 受入体制のさらなる整備	
2 にぎわいの創出と庄内町ブランドのブラッシュアップ	
3 広域連携とインバウンド等の誘客推進	
4 情報発信・マーケティングの強化	
第3章 庄内町の目指す観光の姿と基本方針	P 4
1 庄内町の目指す観光振興の姿	
2 基本方針	
3 期待される効果	
4 計画の全体像	
第4章 具体的施策	
＜基本方針Ⅰ＞観光地域づくりの推進	P 7
基本戦略Ⅰー1 おもてなし力の向上	
施策① おもてなしの心の醸成	
施策② 観光人材の育成	
基本戦略Ⅰー2 快適な旅行環境の提供	
施策① 観光施設等での安全・安心・快適な環境整備	
基本戦略Ⅰー3 観光推進体制の連携強化	
施策① 観光協会の組織強化と関連事業者と連携した地域観光づくりの推進	
＜基本方針Ⅱ＞観光資源の磨き上げ	P 9
基本戦略Ⅱー1 キラーコンテンツの磨き上げ	
施策① 龍でまちおこし「しょうない氣龍祭」の磨き上げ	
施策② 地域の食・食文化の活用	
施策③ 「庄内町の小さな旅」のブランド確立	
施策④ 歴史遺産・伝統文化の活用	
基本戦略Ⅱー2 稼げる観光産業の推進	
施策① 町内周遊を促す仕組みづくり	
施策② 四季の特色を生かした通年型観光の推進	
＜基本方針Ⅲ＞情報発信力の強化	P 1 2
基本戦略Ⅲー1 効果的なプロモーションの展開	
施策① ターゲットに応じた効果的なプロモーションの展開	
施策② SNSや人的ネットワークを活用した情報発信	
基本戦略Ⅲー2 広域観光の連携と推進	
施策① 広域連携強化の推進	
基本戦略Ⅲー3 インバウンド誘客の推進	
施策① インバウンド受入体制の充実	
第5章 計画の目標と進捗管理	P 1 4
付属資料	
1 観光を取り巻く社会情勢	P 1 5
2 策定経過	P 2 2
3 第4次庄内町観光振興計画ワークショップ参加者	P 2 3

第1章 計画の策定にあたって

1 計画策定の趣旨

近年、観光を取り巻く環境は急速に変化しています。感染症流行や自然災害などの様々なリスクに対する安全・安心意識の高まり、情報通信技術の革新的発達によるサービスの質的転換、SDGs に対する社会的な関心の高まりなど、生活様式や産業構造、人々の価値観など社会全体が大きく変化しております。

このような変化に的確に対応し、観光振興を核としたまちづくりを進めていくためには、町民、事業者、関連団体、行政が「チーム庄内町」として協働し、多様なまちの魅力を磨き上げて発信することにより、庄内町ファンを増やし、まちの活性化に繋げていく行動が求められています。

また、観光は、食や宿泊、交通、体験など多くの産業を巻き込んだ裾野の広い産業であり、地域経済を潤す「外貨獲得」の有効策として期待されています。

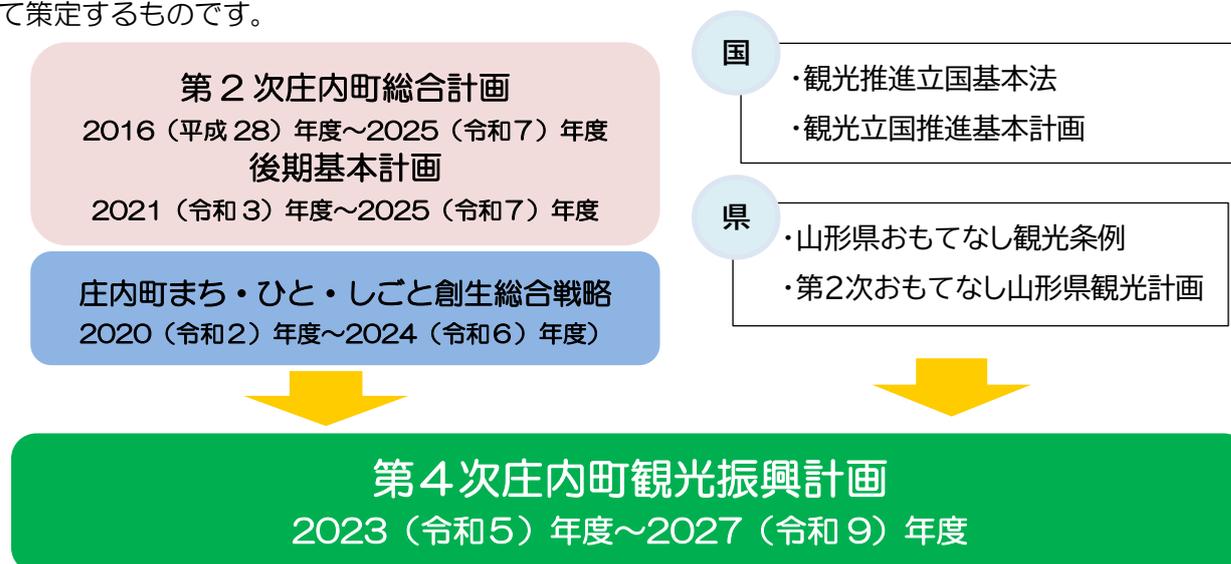
「第4次庄内町観光振興計画」はこうした状況を踏まえ、観光振興による本町経済の持続的な発展や魅力ある活力に満ちた地域づくりを推進するため、その指針となるべく基本計画を策定するものです。

2 計画期間

本計画は、観光振興を取り巻く急激な状況変化に対応するため、令和5年4月から令和10年3月までの5年間の計画とし、令和9年度には新たな観光振興計画の策定に向けて検討します。

3 計画の位置づけ

本計画は、町政運営の最上位計画である「第2次庄内町総合計画」に掲げる、住んでよし訪れてよしの観光地域づくりを推進するため、本町の観光施策の考え方や方向性を示した計画書として策定するものです。



第2章 庄内町の観光の課題

全国の観光を取り巻く情勢や本町の観光の動向及び現状、また第3次庄内町観光振興計画の総括等を踏まえ、観光の課題を次のとおり整理しました。

1 受入体制のさらなる整備

- 地域の魅力、観光に対する認識が町全体に行き届いていない。
⇒ 地域住民の観光に対する認識の機運醸成、参加・協力いただくための雰囲気や仕組みづくりが必要。
- インストラクターや観光関連事業の担い手の育成が不十分。
⇒ 担い手の育成、研鑽の場の提供が必要
- 観光関連事業者間の連携や受入態勢が不十分。
⇒ 観光協会の組織強化と関連事業者等と連携した観光地域づくりが必要。
- バリアフリー、ユニバーサルデザイン、Wi-Fi、二次交通等ストレスフリーな受入環境整備が不十分。
⇒ 観光客のニーズに即したインフラ整備や、鉄道・路線バス等の地域交通の継続運行の働きかけが必要。

2 賑わいの創出と庄内町ブランドのブラッシュアップ

- 地域資源の活用が不十分で観光消費に結びついていない。
⇒ 宿泊・滞在型観光への転換観光資源や飲食店等を線でつなぐプランの開発が必要。
- 魅力ある体験型商品の売り出しが弱い。
⇒ 「庄内町の小さな旅」のさらなる磨き上げを行う。
- 特産品、名物料理、お土産品の開発不足、認知度が低い。
⇒ 「庄内町ブランド」の磨き上げと既存資源の高付加価値化が必要。
- 既存イベントが一過性のものに留まっている。
⇒ 観光資源やイベント等を融合した通年型観光の推進が必要。

3 広域連携とインバウンド等の誘客推進

- 山形県や庄内地域への来訪者を本町へ周遊を促すルートや体験メニューが不足。
⇒ 近隣自治体や観光コンベンション協会と連携し、庄内地域一円を周遊できるプランの開発・実施が必要。
- 外国人旅行者の需要に応じた観光コンテンツや受入体制が不十分。
⇒ 外国人旅行者が魅力を感じる付加価値のある体験型商品等の開発が必要。

4 情報発信・マーケティングの強化

- 旅先として庄内町の魅力の認知度が不足している。
⇒ 効果的な情報発信により認知度を向上させる必要がある。
- ターゲット層の設定が不明確で戦略的な施策ができていない。
⇒ 目的やターゲットに応じた多角的な誘客の施策が必要。
- 旅行者に必要とされる効果的な情報発信が不十分。
⇒ 全国から誘客を図るための特色あるイベント内容の企画及び効果的なPR方法の検討が必要。

第3章 庄内町の目指す観光の姿と基本方針

1 庄内町の目指す観光振興の姿

～共に創ろう 人も地域も潤う観光まちづくり～

庄内町が誇るおいしい米、酒、美しい自然、古から続く歴史・文化など、「本当にいいもの、いいこと（本物）」が、本町では大切に受け継がれている。その大切なものを守り、創り出す素晴らしい「人」たちがいる。暮らしていく上で必要な本当の豊かさ、本物が本町にあることを庄内町民も認識し、誇りをもち、未来へ紡いでいきたい。そして、本町が大切にしている「本物」と「人」を通して、体験、感動、共感できることが本町の魅力である。住んでいる人も訪れる人もここにしかない体験、交流を積み重ねていくことで大きな広がりになり、交流人口や関係人口の増加とあわせて地域経済が活性化する好循環につなげていきます。町内外の庄内町ファンが共に賑わいを創出し、人も地域も潤う観光まちづくりに取り組んでいきます。

○町民が地域に誇りをもち、町民が輝くまち

○美しい自然や歴史、伝統文化などの魅力が継承されるまち

○地域内消費の拡大により地域が潤うまち

2 基本方針

＜基本方針Ⅰ＞観光地域づくりの推進

観光地域づくりの主役は町民です。自分の地域の観光資源の魅力に気づき、一人ひとりの町民が誇りをもって語れるようになること、また、町民自身の想いや活動が、本町を盛り上げることにつながることを目指します。観光人材の育成や観光案内に心地よい環境を整備することで、来訪者の満足度の向上に努めます。

＜基本方針Ⅱ＞観光資源の磨き上げ

本町には、平成の名水百選「立谷沢川」をはじめとする豊かな自然、日本遺産の構成文化財の「清川関所跡」、「米」をはじめとする豊富な食材、「しょうない氣龍祭」をはじめとする四季折々のイベント、温泉など様々な地域資源に恵まれています。これらの地域資源の魅力を活かしながら、旅行者のニーズを捉えた観光コンテンツとしてしっかり磨き上げることにより、本町への誘客を図り、観光消費の喚起や旅行者の満足度向上につなげていきます。

＜基本方針Ⅲ＞情報発信力の強化

地域の魅力ある観光資源の情報を来訪者の目線で整理し、マスメディアなどを活用した効果的な情報発信を戦略的に行うことで、本町のイメージアップと誘客につながる観光プロモーションを強化します。

3 期待される効果

観光振興は、経済波及効果とともに、地域文化の振興やまちのイメージアップ、居住環境向上や定住化促進、コミュニティ活動の活性化や人々の生きがいがづくり、健康づくりなど、町民の生活を豊かにする様々な効果が期待されます。

(1) 総合的な経済波及効果

観光客による消費行動が、地域産業の活性化や雇用の拡大、地域産品の活用による農畜産物消費額の向上など、観光消費による直接的な効果に加え、農業や商工業などへの波及効果が期待されます。

(2) 地域文化の振興や、まちのイメージアップ

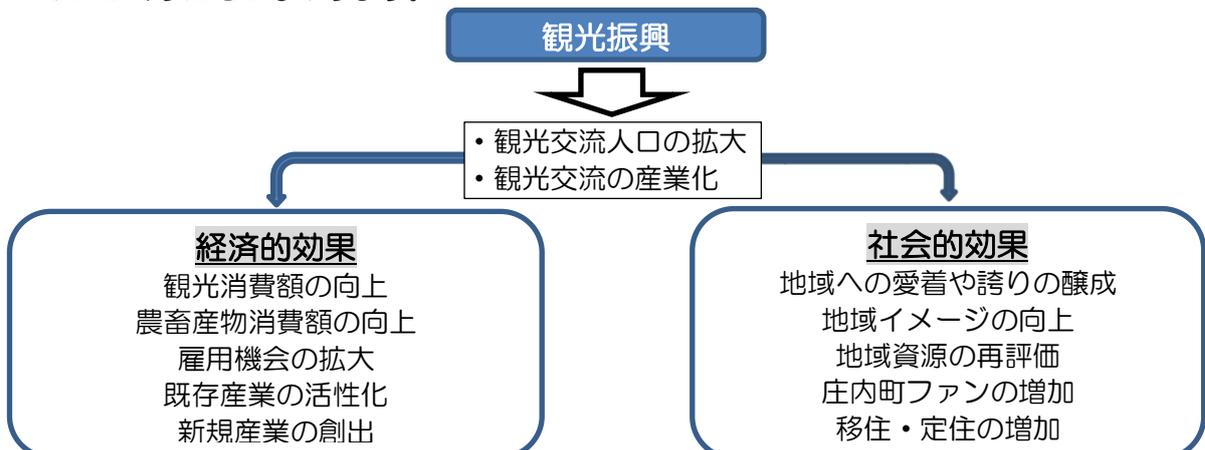
地域の文化的資源を活用して、町民と来訪者との文化的交流を進めることは、町民のまちに対する誇りを高め、地域文化の一層の振興につながるとともに、まちのイメージアップ・知名度アップにつながります。

(3) 居住環境向上や定住促進など

観光振興は、町民自らが魅力ある地域資源の発掘等を通じて観光に対する意識を高めていくことによって進められます。まちの魅力の再発見は、町民のまちへの愛着心を高め、景観向上、居住環境向上、生物多様性の保全、バリアフリー化など安全・安心で美しいまちづくり促進の気運を醸成します。また、住みやすいまちづくりは、定住促進などの効果も期待されます。

(4) コミュニティ活動の活性化や人々の生きがいがづくり

観光振興によって来訪者が増すと、様々な交流の楽しみの機会が生まれます。町民が来訪者との交流やおもてなしの場に参加することによって、コミュニティ活動の活性化がもたらされるとともに、町民自らの知識や経験を生かして活躍できる場や機会が増えるなど、人々の生きがいがづくりにもつながります。



4 計画の全体像

<基本方針Ⅰ> 観光地域づくりの 推進	基本戦略1	施 策
	おもてなし力の向上	① おもてなしの心の醸成 ② 観光人材の育成
	基本戦略2	施 策
	快適な旅行環境の提供	① 観光施設等での安全・安心・快適な 環境整備
	基本戦略3	施 策
観光推進体制の連携 強化	① 観光協会の組織強化と関連事業者と 連携した観光地域づくりの推進	

<基本方針Ⅱ> 観光資源の磨き上げ	基本戦略1	施 策
	キラークンテンツの 磨き上げ	① 龍でまちおこし「しょうない氣龍祭」 の磨き上げ ② 地域の食・食文化の活用 ③ 「庄内町の小さな旅」のブランド確立 ④ 歴史遺産・伝統文化の活用
	基本戦略2	施 策
	稼げる観光産業の推進	① 町内周遊を促す仕組みづくり ② 四季の特色を生かした通年型観光の 推進

<基本方針Ⅲ> 情報発信力の強化	基本戦略1	施 策
	効果的なプロモーションの 展開	① ターゲットに応じた効果的なプロモ ーションの展開 ② SNSや人的ネットワークを活用し た情報発信
	基本戦略2	施 策
	広域観光の連携と推進	① 広域連携強化の推進
	基本戦略3	施 策
インバウンド誘客の 推進	① インバウンドの受入体制の充実	

第4章 具体的施策

<基本方針Ⅰ> 観光地域づくり※の推進

基本戦略Ⅰ－1 おもてなし力の向上

施策① おもてなしの心の醸成

おもてなしの心をもって来訪者と交流することで、町民自身が地域の魅力の認識、再確認と、地域に対する自信と誇りを醸成し、郷土愛を育む土壌づくりを推進します。

【主な取組】

◇あいさつ運動の推進

あいさつはおもてなしの第一歩。町内の小・中学校、高校や商工会等と連携してまちぐるみでの運動を推進します。

◇ふるさと学習の推進

子どもたちのふるさとへの愛着や誇りの醸成、地域貢献につながる意欲の喚起を図るとともに、地域住民のふるさとへの理解促進、地域を支える次世代の育成を推進します。

◇花のあるまちでお出迎え

「花のまち」として基幹産業の花きを活用し、各集落やまちづくりセンター主体での花植え活動や観光関連施設等への花活けを推進し、来訪者をお出迎えする環境を整備します。

施策② 観光人材の育成

来訪者との触れ合いを通し、奥深い知識や情報を幅広く紹介し、地域の魅力を伝える役割を担う人材育成を行い、来訪者の満足度向上を図ります。

【主な取組】

◇観光ガイドの体制強化

観光ガイド組織の運営支援や、商工会女性部「おもてなし事業」との連携を行い、観光関係者の技術や気持ちの底上げを図ります。

◇体験型インストラクター等の養成、活用

自然体験、農業体験、ものづくり体験等の各分野のスペシャリストと連携し、体験型事業の充実を図ります。

◇意欲ある観光関連事業者等への支援

前向きに挑戦しようとする事業者等へ対し、観光事業を引っ張っていける人材の育成や体制の充実につなげます。

基本戦略Ⅰ－２ 快適な旅行環境の提供

施策① 観光施設等での安全・安心・快適な環境整備

誰もがストレスなく快適に宿泊、移動、観光、買い物、飲食等ができる環境づくりを推進します。

【主な取組】

◇バリアフリー※化、Wi-Fi※等の通信環境整備等の推進

クラッセや清川関所等の各観光関連施設のバリアフリー化や通信環境の整備等を行い、来訪者がストレスなく快適に滞在できる環境づくりを推進します。

◇観光情報の提供の充実強化

来訪者が「旅マエ、旅ナカ※」において、円滑に目的地や移動手段などの必要な情報を収集できるよう、観光案内所やホームページ等における観光情報の提供や充実を図ります。

基本戦略Ⅰ－３ 観光推進体制の連携強化

施策① 観光協会の組織強化と関連事業者と連携した観光地域づくりの推進

宿泊事業者や飲食事業者、農林水産業者等の多様な関係者の参画を促進し、町が一体となった観光地域づくりの推進と観光推進体制の強化を図ります。

【主な取組】

◇観光関連事業者との連携強化

事業者や商工会等とこれまで以上にコミュニケーションの機会を増やし、連携・協力することで、誘客促進や認知度向上を図るとともに、観光地域づくりの具現化を目指すための勉強会やワークショップを開催します。

◇観光協会の機能強化

本町の観光振興と観光産業の活性化に向けて、観光協会の観光案内機能向上、提供サービスの拡充、スタッフの人材育成など協会の機能の充実を図り、会員事業者や団体等と相互に連携し、主体的かつ機動的に観光事業を推進していきます。

※観光地域づくり…国・地方公共団体・民間事業者等が連携し、訪日外国人旅行者の受入環境の整備・充実を総合的に推進することで、全国的に訪日外国人旅行者が安心して快適に、移動・滞在・観光することができる環境を提供し、訪日外国人旅行者の訪問を促進するとともに、満足度を高め、リピーターの増加を図ることを目指すこと。

※バリアフリー…対象者である障がい者を含む高齢者等が、社会生活に参加する上で生活の支障となる物理的な障がいや、精神的な障壁を取り除くための施策、もしくは具体的に障がいを取り除いた事物及び状態のこと。

※Wi-Fi…電波でデータの送受信を行う構内通信網（LAN：Local Area Network）の通称。正式には無線LANの普及活動を行う業界団体であるWi-Fi Allianceから、相互接続性等の認証を受けた機器のこと。

※旅マエ、旅ナカ（、旅ナト）…観光客が行う観光行動を、「旅行前」「旅行中」（「旅行後」）の3つの期間に分けた考え方。主にインバウンド市場において使用される。

＜基本方針Ⅱ＞観光資源の磨き上げ

基本戦略Ⅱ－１ キラーコンテンツの磨き上げ

施策① 龍でまちおこし「しょうない氣龍祭」の磨き上げ

本町に古くから伝わる龍伝説の「龍」をコンセプトに、五穀豊穡と町の発展を願う新たなまつり「しょうない氣龍祭」をはじめ、龍を活用した関連事業の磨き上げを行い、本町観光振興の起爆剤として新たな賑わい創出や観光消費の拡大を推進します。

【主な取組】

◇「しょうない氣龍祭」の魅力向上

全国から誘客を図るため、毎年魅力向上を図っていくとともに、インバウンド※の誘客も視野に入れた内容の検討を行っていきます。

◇「龍」による通年での誘客促進

「龍」に関連する体験プログラムやツアー造成を行うことで、まつり当日だけでなく、通年での誘客促進を図ります。

◇飛龍・姫龍の「展示場兼格納庫」の建設

町のシンボルとして常設展示できる「展示場兼格納庫」の建設の実現に向けた検討を行います。

施策② 地域の食・食文化の活用

「日本一おいしい米の里」として、「米」を中心とした特産品や飲食店等とも連携し、地域全体の「食」のブランド化を図り、「地域の稼ぐ力」を創出します。

【主な取組】

◇米を中心とした農畜産物のブランド力の強化

「地域ブランド創生事業※」で生み出された特産品の知名度向上と販売促進のための取り組みを行います。

◇町内飲食店の情報発信の強化

多種多様な飲食店が軒を連ねる食の魅力を活かしたイベントの拡充、SNS※等を通じたグルメ情報を積極的に発信し、飲食店の売上向上にもつなげます。

◇食文化を継承した体験メニューの開発

町内の飲食店や商工会と連携し、庄内町の豊かな自然で育まれた食材を活用したメニューを開発するとともに、気軽に食べられる仕組みの構築を図ります。

施策③ 「庄内町の小さな旅」のブランド確立

「庄内町ならではの」の地域資源である歴史、文化、食、産業等のを活用した体験プログラムである「庄内町の小さな旅」を、旅行者目線での質の高い体験や価値を提供するコンテンツとして磨き上げ、ブランド化を推進します。

【主な取組】

◇着地型体験プログラムとしてのブランドの確立

「庄内町で開催する着地型体験プログラム」＝「庄内町の小さな旅」としてブランド化するため、通年を通して実施できる体制の構築と、インフルエンサー※などを活用した積極的な情報発信を行います。

◇質の高い体験や価値の提供

ターゲット、エリア、テーマ別（精神文化、歴史、農業、伝統文化 等）に質の高い体験プログラムの開発、提供し、国内外からの誘客につなげます。

施策④ 歴史遺産・伝統文化の活用

町内に伝わる歴史・伝統工芸・史跡等を引き続き保存・継承していくとともに、魅力・テーマをストーリーで結ぶツーリズムを展開し、観光交流を促進していきます。

【主な取組】

◇インフラツーリズム※の推進

日本遺産※構成文化財「清川関所跡」、世界かんがい施設遺産※「北楯大堰」、登録有形文化財※「六渚砂防堰堤・瀬場砂防堰堤」の活用と保全を促し、インフラツーリズムを推進します。

◇伝統行事や郷土芸能の後世への継承

「余目まつり」や「ややまつり」などの伝統行事や郷土芸能を後世へ継承するための積極的な情報発信を行います。

※インバウンド…外国人が訪れてくる旅行のこと。日本へのインバウンドを訪日外国人旅行または訪日旅行という。

※地域ブランド創生事業…外部専門家のノウハウを活用し、町の地域資源を活用した地域商品のブランド化を目指すため、令和4年度にスタートした町のプロジェクト事業。

※SNS…Social Networking Service（ソーシャルネットワーキングサービス）の略で、インターネット上で、個人同士がつながれるような場所を提供しているサービスの総称のこと。

※インフルエンサー…世間に与える影響力が大きい情報発信などの行動を行う人物のこと。

※インフラツーリズム…公共施設すなわちインフラストラクチャーや土木景観を観光資源と位置付け、実際に現地に赴く観光旅行のこと。

※日本遺産…文化庁が認定した、地域の歴史的の魅力や特色を通じて日本の文化・伝統を語るストーリーのこと。各地域の魅力溢れる有形・無形の文化財群を、地域が主体となって整備活用し、国内外へ発信することで地域活性化を図ることを目的とした、日本の文化遺産保護制度の一つ。

※世界かんがい施設遺産…かんがいの歴史・発展を明らかにし、理解醸成と施設の適切な保全に資することを目的に国際かんがい排水委員会（ICID）により創設された制度のこと。

※登録有形文化財…1996年（平成8年）の文化財保護法改正により創設された文化財登録制度に基づき、日本国によって文化財登録原簿に登録された有形文化財のこと。

施策① 町内周遊を促す仕組みづくり

旅行者を効率的・効果的に本町へ誘導するために、各観光施設や観光事業者と連携し、季節やターゲットに即した情報発信を行い、町内周遊と長期滞在を促し、観光消費の増大を図ります。

【主な取組】

◇旅行業者や宿泊施設との連携

季節やターゲットごとのモデルコースや連泊・長期滞在者向けの体験付き宿泊プランを旅行業者や宿泊施設と連携し造成します。

◇地域の魅力を体験していただく仕組みづくり

地域の魅力をゆっくり体験してもらうため、ウォーキングやサイクリングにより町内を周遊する観光コンテンツの造成し、町内へ滞在していただける仕組みづくりを行います。

施策② 四季の特色を生かした通年型観光の推進

一年を通して魅力的な体験、イベントの創出や磨き上げを行うことで、観光需要の平準化を図り、観光産業の安定化と持続化を目指します。また、通年型観光の拠点施設として「月の沢温泉北月山荘」を積極的に活用します。

【主な取組】

◇「月の沢温泉北月山荘」の活用による地域活性化

立谷沢地区の雄大な自然、歴史遺産、食を生かした通年型観光の拠点施設として北月山荘を積極的に活用し、観光による消費拡大と地域活性化を図ります。

また、民間事業者との連携等による事業運営を目指します。

◇ニーズの変化に対応した事業展開

マイクロツーリズム※やウェルネスツーリズム※など、ニーズの変化に対応した旅行スタイルや観光コースの開発と提案を行います。

※マイクロツーリズム…自宅から1～2時間圏内の地元または近隣への宿泊観光や日帰り観光のこと。

※ウェルネスツーリズム…旅先でのスパ、ヨガ、瞑想、フィットネス、ヘルシー食、レクリエーション、交流などを通して、心と体の健康に気づく旅、地域の資源に触れ、新しい発見と自己開発ができる旅、原点回帰し、リフレッシュし、明日への活力を得る旅のこと。

＜基本方針Ⅲ＞情報発信力の強化

基本戦略Ⅲ－１ 効果的なプロモーションの展開

施策① ターゲットに応じた効果的なプロモーションの展開

訴求したいターゲットに合わせた適切な情報発信と、効果的なプロモーションを展開することで、訪問地としての認知度向上に努めます。

【主な取組】

◇年齢層やターゲットに応じた情報発信

年齢層やターゲットに応じ、紙媒体、SNS、インフルエンサーなどを効果的に活用して情報発信を行います。

◇旅行者ニーズ（旅マエ・旅ナカ・旅アト）に応じた情報発信

あらゆる旅行者のニーズに応じた適切な情報・媒体・タイミングを見極めながら効果的にプロモーションを展開することで、訪問地としての認知度向上に努めます。

施策② SNSや人的ネットワークを活用した情報発信

SNS や人的ネットワークを活用し、情報発信を効果的に行い、新たな誘客を促進します。

【主な取組】

◇情報が拡散される仕組みづくり

観光関連事業者による情報発信に加え、旅行者自らがSNS等で情報発信したくなる仕組みづくりを行います。

◇ネットワークやインフルエンサーを活用した情報発信

本町にゆかりのあるネットワークやインフルエンサーを活用した情報発信を行い、新たな誘客を促進します。

基本戦略Ⅲ－２ 広域観光の連携と推進

施策① 広域連携強化の推進

庄内地方の各自治体や隣県とも連携し、広域での誘客促進や地域交通の利便性向上を図ります。

【主な取組】

◇広域観光団体との連携

「庄内観光コンベンション協会」(SVA) や、秋田県や新潟県の一部自治体も含む「日本海きらきら羽越観光圏」など、広域観光団体との連携による観光情報発信と広域観光周遊ルートの造成等を行います。

◇「オール庄内」の連携

2市3町による連携による観光プロモーションや、近隣自治体のDMO※と連携した事業の展開等により庄内全域への誘客を促進します。

◇地域交通の利便性の向上

旅行ニーズや個人旅行等の拡大等への対応のため、広域観光団体や近隣自治体等と連携し、空路、鉄道、バス等の公共交通機関の存続と利用促進を図ります。

基本戦略Ⅲ－３ インバウンド誘客の推進

施策① インバウンドの受入体制の充実

本格的な再開が見込まれるインバウンドの誘客や観光消費の拡大を促進するため、インバウンド向けに地域に根差した観光資源を磨き上げる取り組みや受入体制の充実を図ります。

【主な取組】

◇ターゲットを絞った体制の構築

ターゲット国等の嗜好性に応じた観光コンテンツづくりとともにプロモーションを実施します。

◇受入環境の充実

SVA等と連携し、多言語案内表記、観光ガイド、自動翻訳機の導入など受入環境の充実を図ります。

◇誘致活動の推進

国や山形県などとの連携による誘致活動を展開します。

※DMO…観光物件、自然、食、芸術・芸能、風習、風俗など当該地域にある観光資源に精通し、地域と共同して観光地域づくりを行う法人のこと。Destination Management Organization (デスティネーション・マネージメント・オーガニゼーション) の頭文字の略。

第5章 計画の目標と進捗管理

本計画に掲げる事業を進めることにより、令和3年度を基準値として、下記の表のとおり目標値を設定します。

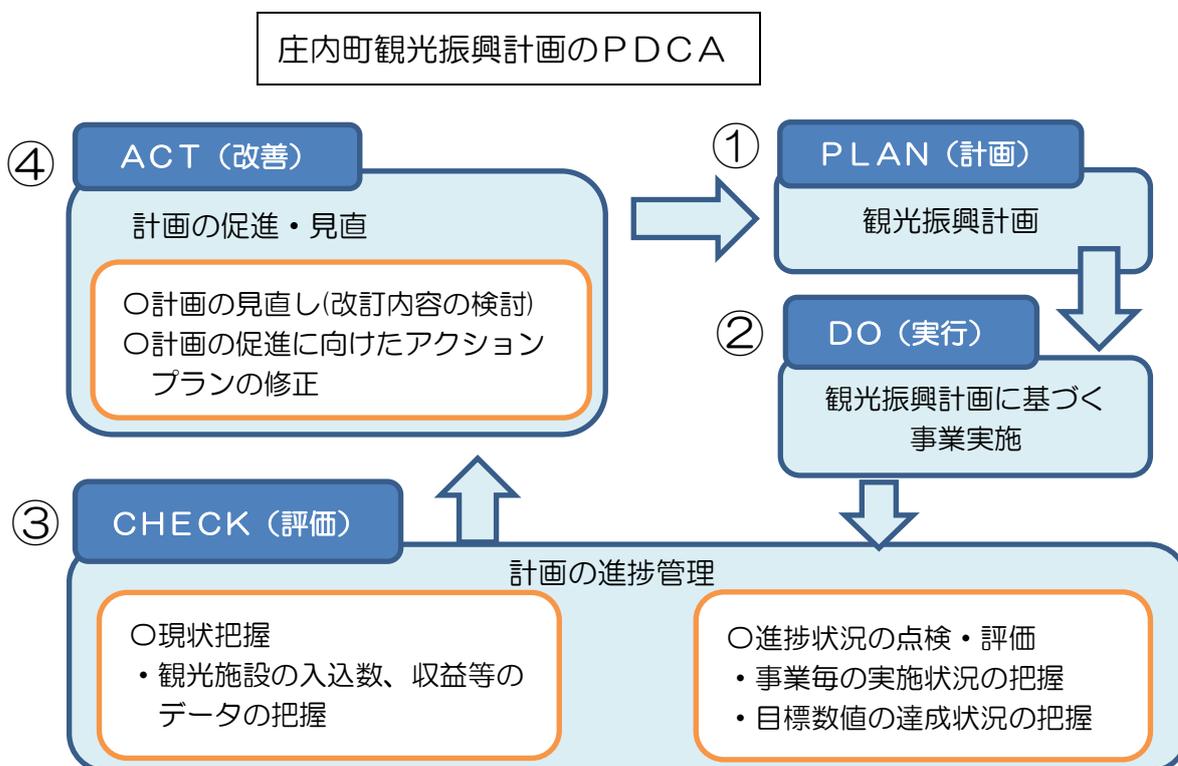
本計画は、令和5年度から5年間で計画期間としており、1年ごとに進捗管理（現状把握・点検・評価）を行います。進捗管理は以下のようなPDCAサイクルを用い、観光協会が行います。

また、本計画については、社会情勢の変化や進捗状況を含めた評価により見直しの必要が生じた場合は、庄内町や観光協会において検討し、見直すこととします。

項目	基準値 (R3年度)	目標値1 (R7年度)	目標値2 (R9年度)
観光交流人口（人）	734,453	930,000	1,000,000
宿泊観光者数（人 観光交流人口のうち）	6,782	10,100	30,000
観光消費支出額（万円）	211,570	332,798	407,688
まち歩き参加者数（人）	279	850	1,500
観光ホームページアクセス件数（件）	113,030	161,000	250,000

【注意点】

- ①目標値1は、本来であれば第2次庄内町総合計画の最終年度（令和7年度）のベンチマーク（施策指標）の計画値（観光消費支出額を除く。）と同値とすべきであるが、現状に鑑みて、修正した値としている。
- ②目標値2は、コロナ流行前に設定された、第2次庄内町総合計画の最終年度（令和7年度）のベンチマーク（施策指標）の計画値（観光消費額を除く。）と同値としている。

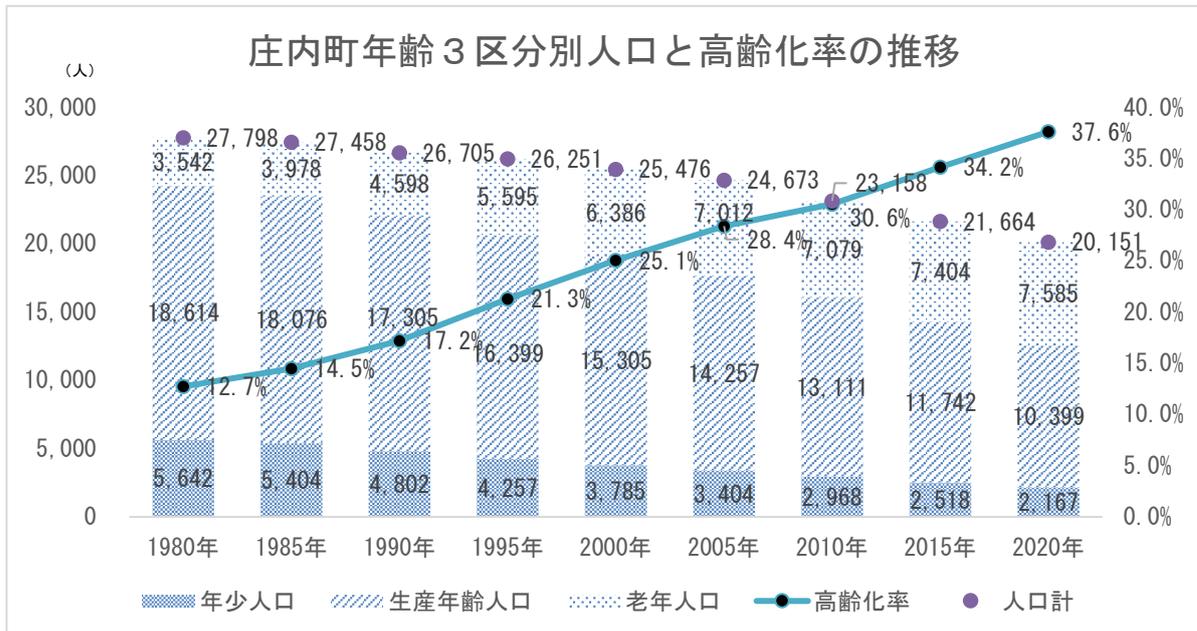


1 観光を取り巻く社会情勢

(1) 少子高齢化、人口減少社会の到来

日本の総人口は今後減少傾向が続き、令和2年（2020年）の1億2,533万人から20年後の令和22年（2040年）には、1億1,092万人と約1,500万人減少すると見込まれています。また、65歳以上の人口割合も令和2年（2020年）の28.9%から令和22年（2040年）には35.3%になるという推計がなされています。

本町の人口推移の状況は、1980年（昭和55年）当時の人口は27,798人、2020年（令和2年）には20,151人と7,647人の減、約27%減少となっています。年齢3区分別人口をみると、生産年齢人口（15歳～64歳）は1980年（昭和55年）以降一貫して減少傾向にあり、40年間で約44%の減少となりました。年少人口（0歳～14歳）については、さらに大幅な減少傾向で約62%の減少となっています。一方で老年人口（65歳以上）は増加し、2020年の老年人口は年少人口の約3.5倍となっています。



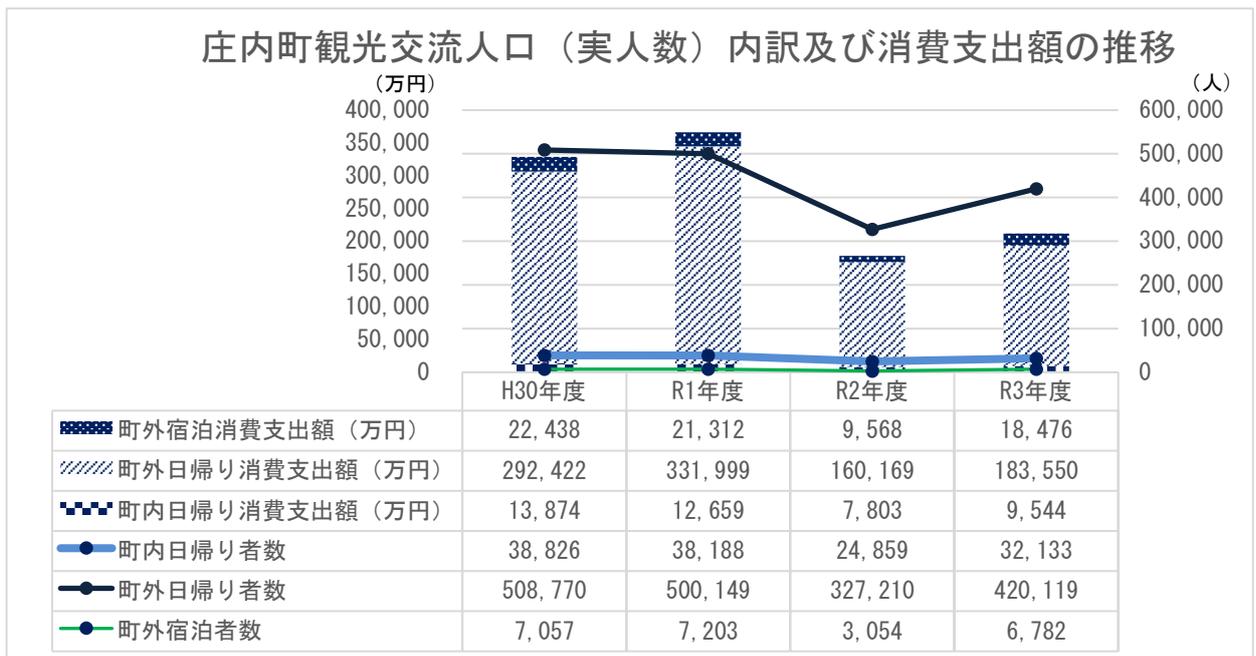
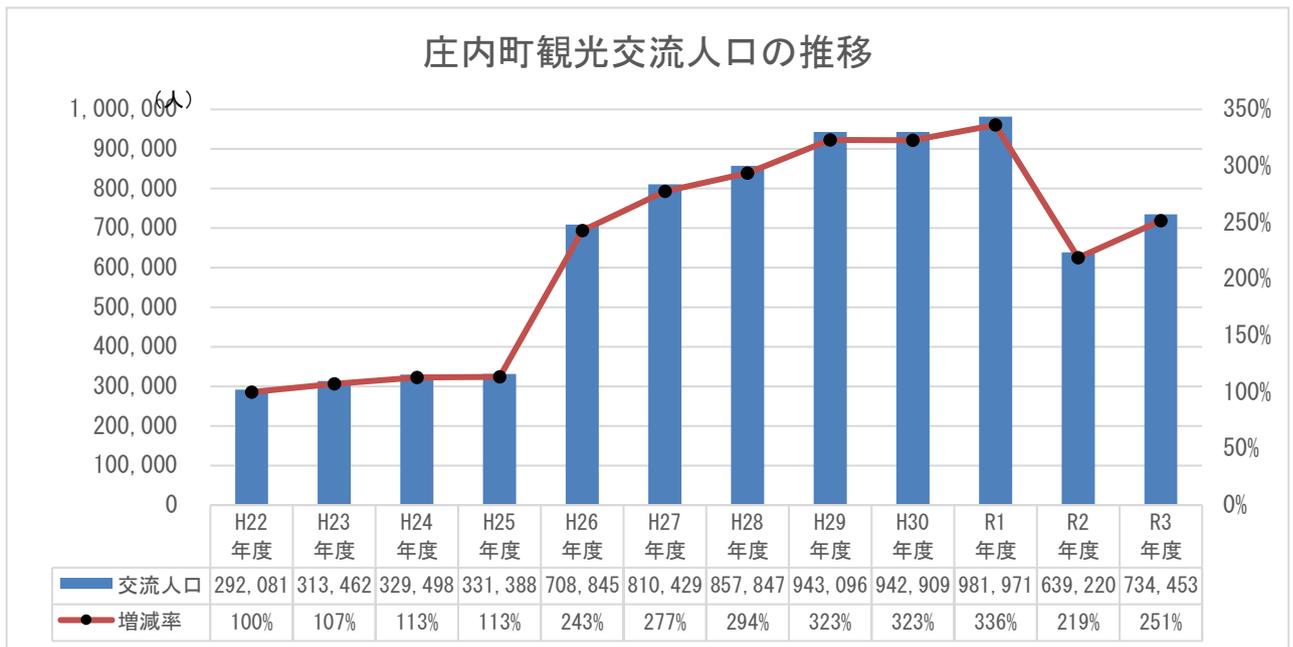
(2) 庄内町の観光入込数

本町は、日本百名山の一つである「月山」や平成の名水百選に選ばれた「立谷沢川」などの豊かな自然や、日本遺産の構成文化財の「清川関所跡」、登録有形文化財の「六湊砂防堰堤及び瀬場砂防堰堤」、世界かんがい施設遺産へ登録された「北楯大堰」など歴史・文化的に貴重な遺産、日本一おいしい米をはじめとする豊富な食材、四季折々のイベント、さらには6次産業化の拠点である新産業創造館「クラッセ」や月の沢温泉「北月山荘」、ギャラリー温泉「町

湯」、八幡スポーツ公園、道の駅「しょうない」など、多彩な観光・交流資源を有し、令和元年度には観光・交流人口が年間約98万人に達しました。

しかし、その後は世界的に大流行した新型コロナウイルスの感染症の影響により、令和2年度は、前年度比35%減の約64万人となりました。

新型コロナウイルス感染症の収束は未だに目途が立たない状況にあるものの、国内ではワクチン接種も徐々に進んでおり、入込数も徐々に回復傾向にあります。令和元年度の水準にはまだ及ばない状況となっています。



庄内町観光交流人口

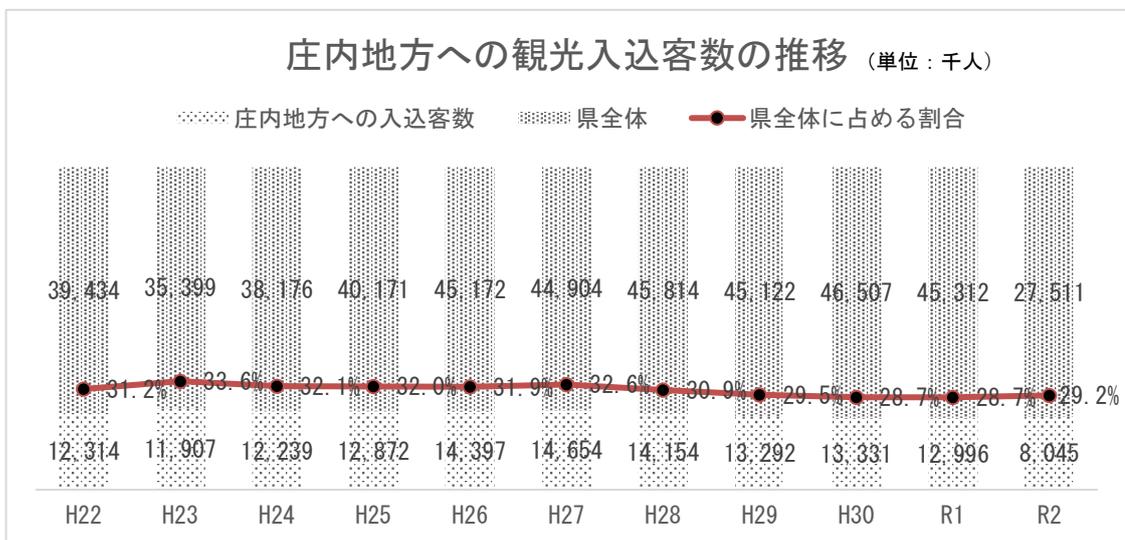
分類	名称	H30入込数	R1入込数	R2入込数	R3入込数
名所・旧跡	白狐山光星寺	8,985	4,178	2,789	3,369
	楯山公園	4,005	3,779	1,736	2,111
	熊谷神社	2,265	2,219	1,982	1,895
	清河神社	1,950	2,223	1,022	813
	余目八幡神社	20,000	20,000	16,000	18,000
	北館神社	2,500	2,900	2,320	2,610
	歓喜寺	650	800	640	560
	御諸皇子神社	350	350	280	220
	熊野神社	100	100	80	80
	霊輝院(三ヶ沢の乳イチョウ)	50	72	36	30
	計	40,855	36,621	26,885	29,688
美術館・資料館等	響ホール	30,312	31,359	8,305	12,788
	亀ノ尾の里資料館	3,981	2,765	2,244	2,455
	歴史民俗資料館	306	10	0	0
	清河八郎記念館	1,950	2,223	1,022	813
	清川歴史公園	0	7,577	3,166	3,257
	内藤秀因水彩画記念館	4,987	5,257	2,949	2,617
	砂防資料館	384	779	185	102
	耐雪書道美術館	20	3	3	0
	計	41,940	49,973	17,874	22,032
体験・レジャー	風車村	28,257	35,086	24,484	32,374
	庄内ゴルフ倶楽部	21,376	22,102	20,285	24,265
	北月山荘	11,461	8,697	4,072	4,204
	農林漁業体験実習館	814	1,524	721	699
	大中島自然ふれあい館 森森	1,269	1,102	290	141
	カートソレイユ最上川	2,546	4,878	1,277	1,866
	セーフティパーク最上川	900	900	800	1,400
	北月山ケビン・キャンプ場・ロッジ	177	276	61	21
	新産業創造館「クラッセ」	185,620	188,340	169,571	221,850
	ギャラリー温泉「町湯」	101,449	107,505	78,005	100,000
	八幡スポーツ公園	194,652	199,595	118,525	107,854
計	548,521	570,005	418,091	494,674	
産直施設等	あまるめホットとホーム	13,522	13,119	6,872	0
	道の駅しょうない 風車市場	205,507	220,445	162,249	174,898
	計	230,047	244,439	169,379	174,898
祭り・イベント	楯山公園桜まつり	7,000	7,000	0	0
	しょうない金魚まつり(植木金魚まつり)	16,000	15,000	0	5,000
	しょうない氣龍祭	8,000	8,000	0	0
	余目まつり	13,000	13,000	0	0
	しょうない秋まつり	15,000	19,000	1,600	0
	月山龍神マラソン	2,800	0	0	0
	【マラソン代替事業】庄内町あるきウォーキング2021			0	230
	米のふる里 新酒まつり		450	0	0
	龍神月山リターンズ(龍神月山)	2,000	2,000	0	150
	ややまつり	1,000	1,000	0	0
	北月山荘誘客促進事業(テントサウナ・雪山トレッキング等)	4,057	3,360	500	17
	JICA青年研修受入事業	18	0	0	0
	日本一おいしい米コンテスト決勝大会	1,000	1,000	91	100
	一店逸品スタンプラリー	20	104	50	150
	まちゼミ	0	312	0	130
	着地型、ガイドツアー	531	1,080	336	350
	庄内マルシェスタンプラリー(たべぶらパスポートスタンプラリー)	1,750	1,229	500	252
計	74,489	73,730	3,937	6,379	
宿泊施設	余目ホテル	7,057	7,203	3,054	6,782
	民宿ふきのとう				
	長村旅館				
	ビジネスホテル泉				
	北月山荘				
	和合館(余目第四公民館)				
	平成館				
	あまるめゲストハウスMokkehouse				
ファミリーロッジ旅籠屋					
合計	942,909	981,971	639,220	734,453	

商工観光課調べ

(3) 庄内地域の観光入込数

山形県の令和2年度の観光者数（延べ人数）は27,511千人でコロナ禍の影響により、前年比39.3%減と大幅に減少したなか、庄内地区は、前年比38.1%減の8,045千人の入込み数となっています。これは山形県全体の観光者数29.2%を占め。このうち、庄内町は前年比21.2%減の454千人となりました。

庄内地区の観光を類型別にみると、山岳観光地が前年度比52.1%減の163千人〔山岳観光地全体の37.3%：鳥海山127千人（1位）、月山85千人（3位）〕、温泉観光地が前年度比40.6%減の1,471千人〔温泉観光地全体の25.1%：湯野浜温泉222千人（8位）、なの花温泉157千人（15位）〕、名所・旧跡観光地が前年度比43.2%減の973千人〔名所・旧跡観光地の26.3%：羽黒山376千人（3位）、十六羅漢岩174千人（7位）〕、道の駅が前年度比33.2%減の1,828千人〔道の駅全体の27.7%：ふらっと1,519千人（1位）、しょうない162千人（11位）〕、その他観光地が前年度比37.1%減の3,162千人〔産直めぐり460千人（2位）、酒田夢の倶楽449千人（4位）、庄内観光物産館353千人（6位）、さかた海鮮市場299千人（8位）、加茂水族館242千人（11位）〕となっており、調査対象となっている観光地類型のほぼすべてで前年度割れとなりました。



庄内地域観光地類型別観光者数

単位：千人

観光地類型	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度	R2年度	前年度比
山 岳	426	408	370	356	341	163	47.9%
温 泉	2,809	2,707	2,539	2,589	2,477	1,471	59.4%
ス キ ー 場	77	70	74	79	65	68	104.5%
海 水 浴 場	598	632	514	514	464	285	61.3%
名 所 ・ 旧 跡	1,746	1,639	1,687	1,672	1,713	973	56.8%
観 光 道 路 等	162	178	140	165	176	96	54.5%
道 の 駅	2,769	2,822	2,826	2,817	2,736	1,828	66.8%
そ の 他	6,068	5,698	5,144	5,139	5,024	3,162	62.9%
計	14,654	14,154	13,292	13,331	12,996	8,045	61.9%

出典：山形県観光者数調査

庄内地域の主たる観光地別観光客数(延数)

単位:千人

区分	主な観光地	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度	R2年度
山岳観光地	鳥海山	266.6	259.4	257.7	239.0	235.5	127.2
	月山	204.4	214.7	155.0	172.9	161.6	85.3
温泉観光地	湯野浜温泉	477.2	437.4	391.1	429.2	413.6	222.3
	あつみ温泉	367.1	377.0	362.4	351.4	289.2	
	やまぶし温泉ゆほか	244.3	234.1	223.6	238.2	228.2	148.5
	ぽっぽの湯	204.3	200.6	200.2	195.0	180.5	113.7
	北月山荘	14.2	12.4	12.3	11.5	8.7	4.1
	ギャラリー温泉町湯	110.6	108.6	101.0	101.4	107.5	78.0
スキー場	湯殿山スキー場	32.6	35.3	26.8	29.5	47.8	
	たらのき代スキー場	22.7				4.7	25.5
海水浴場	湯野浜	285.3	296.5	222.1	255.4	211.5	150.8
	由良	126.7	131.1	131.4	107.1	96.1	97.5
	西浜	64.4	74.8	70.5	68.2	69.8	11.1
名所・旧跡	羽黒山	722.0	642.0	624.7	705.2	716.3	376.1
	十六羅漢	226.5	208.7	212.9	211.8	228.4	
	善寶寺	128.6		134.3	149.8		173.6
	白狐山光星寺	2.9	2.7	2.9	9.0	4.2	2.8
道の駅	ふらっと	2,367.9	2,330.5	2,232.3	2,216.2	2,137.8	1,518.6
	しゃりん	290.5	287.1	271.9	279.1	277.9	
	風車市場	35.6	106.3	200.9	205.5	220.4	162.2
その他観光地	庄内観光物産館	924.1	855.1	850.5	1,017.9	964.1	352.5
	酒田夢の倶楽部(山居倉庫)	677.6	719.4	652.4	705.6	810.4	448.6
	加茂水族館	616.1	553.0	558.8	497.6	503.9	242.1
	産直めぐり	522.6	536.5	512.5	497.6	504.0	460.2
	さかた海鮮市場	433.5	398.4	353.0	348.6	334.9	299.0
	クラッセ	210.5	190.8	182.2	185.6	188.3	169.6
	ホッとホーム	14.4	14.6	15.4	13.5	13.1	6.9
	風車村	36.5	33.6	32.4	28.3	35.1	24.5

出典：山形県観光者数調査（※空欄はデータなし）

(4) 庄内圏域及び庄内町内の宿泊について

庄内圏域の入湯税ベースの宿泊者数は平成 30 年度までは 50 万人以上で推移していましたが、その後はコロナ禍が影響し、大幅に減少しました。

庄内町においては、北月山荘への宿泊者数は近年減少傾向にありましたが、特にコロナ禍の影響により、令和 2 年度は 4 月 16 日から 6 月 4 日まで臨時休業となったほか、食堂の経営不振等により食事が提供できなくなったことに伴い、宿泊の予約を休止したことから、入湯税ベースでの宿泊者数は 1 名という結果となりました。

また、「庄内町観光交流人口」調査における宿泊者数は、平成 27 年度から令和元年度までは 7,000～8,000 人台で推移していましたが、令和 2 年度は 3,054 人まで落ち込みました。

ただし、令和 3 年 3 月に待望の新設の宿泊施設が余目地内に完成したことも影響し、令和 3 年度の宿泊者数は 6,782 人となり、令和元年度の水準には及ばないものの、前年度比 222%増となりました。

庄内地域の宿泊者数の推移（入湯税ベース）

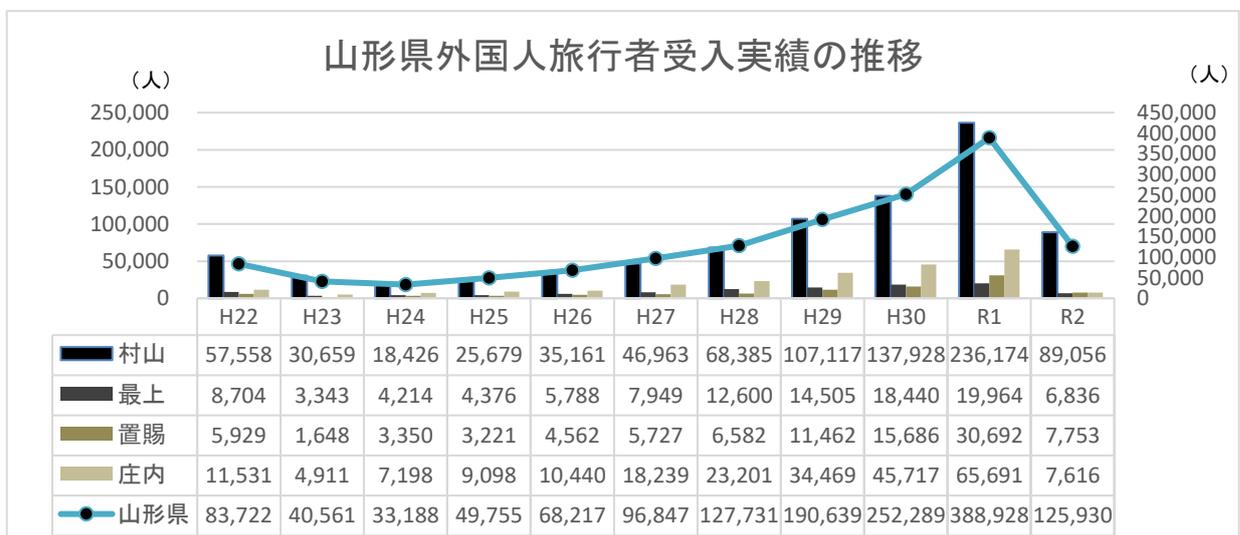
単位：人

	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度	R2年度
鶴岡市	482,456	475,902	470,820	453,686	419,489	226,012
酒田市	26,691	24,408	25,323	26,921	23,847	4,646
三川町	11,640	12,560	13,488	13,477	12,929	7,216
遊佐町	16,176	16,053	16,355	15,644	15,045	10,180
庄内町	2,660	2,048	2,033	1,648	1,275	1
圏域計	539,623	530,971	528,019	511,376	472,585	248,055

出典：山形県庄内総合支庁提供資料

(5) 庄内地区の外国人旅行者受入数動向

山形県によれば、令和 2 年の庄内地区における外国人旅行者の延べ人数（宿泊者数と立寄者数の合計）は 7,616 人で、前年の 88.4%減（県全体では 67.6%減）となり、県内におけるシェアは 6.8%（前年 18.6%）となりました。



令和2年外国人旅行者県内受入実績調査結果

	合計	台湾	韓国	香港	中国	アメリカ	オーストラリア	タイ	シンガポール	マレーシア	その他
村山	89,056	54,181	919	8,643	5,423	1,131	1,700	8,606	1,269	1,289	5,895
最上	6,836	4,909	23	842	78	39	12	143	57	59	674
置賜	7,753	4,729	221	523	429	320	23	278	137	46	1,047
庄内	7,616	2,706	416	860	526	231	54	91	159	32	2,541

出典：山形県観光者数調査

(6) 交通機関・道路の整備

庄内地域の産業や住民生活を支える重要な交通基盤である羽越本線については、新潟・山形両県が行った検討を元に高速化の取り組みを進めており、羽越本線では特急いなほ号の新型車両の導入（平成25年（2013年）～26年（2014年））や、新潟駅において上越新幹線とすべての羽越本線いなほ号との同一ホームでの乗り換えが実現（平成31年（2019年）3月～）するなど、利便性の向上や所要時間の短縮が図られてきています。

一方で、陸羽西線については、令和4年5月14日から令和6年度まで約2年間にわたり国道47号のトンネル建設に伴い全線で運転を取りやめ、代行輸送バスでの対応となっています。

地域高規格道路については、新庄市を起点として酒田市に至る「新庄酒田道路」のうち、「余目酒田道路」について、酒田市新堀から同市東町までの区間が平成27年（2015年）11月に、残りの庄内町廻館から酒田市新堀までの区間が平成30年（2018年）3月に開通しています。

庄内空港においては、令和元年（2019年）8月1日にジェットスター・ジャパンが初の東北路線となる庄内～成田間の運行を開始し、県内で初めてのLCC（格安航空会社）就航となりましたが、新型コロナウイルス感染拡大の影響に伴う航空需要の減少を受け、令和3年（2021年）10月に撤退となりました。

港湾関連については、酒田港への外航クルーズ船の寄港拡大に向け、国、県等が一体となった取り組みを推進した結果、平成29年（2017年）8月に本県初となる外航クルーズ船の寄港が実現しました。

2 策定経過

開催日時	検討内容
令和4年9月22日	第1回ワークショップ <ul style="list-style-type: none"> 策定に向けた概要について 現観光振興計画の評価について
令和4年10月21日	第2回ワークショップ <ul style="list-style-type: none"> 第1回ワークショップの協議内容の振り返り 本町の観光のあり方について
令和4年11月29日	第3回ワークショップ <ul style="list-style-type: none"> 第2回ワークショップの協議内容の振り返り 観光振興計画策定に向けた意見交換
令和5年1月17日	庄内町観光振興計画素案の内容の調整に関する観光協会事務局打合せ
令和5年1月31日	庄内町観光振興計画素案の内容の調整に関する観光協会事務局打合せ
平成5年2月6日	第4回ワークショップ <ul style="list-style-type: none"> 第4次庄内町観光振興計画素案について
平成5年2月17日	観光協会理事会 <ul style="list-style-type: none"> 第4次庄内町観光振興計画（素案）の承認
令和5年2月24日～ 3月17日	パブリックコメントの実施 <ul style="list-style-type: none"> 意見0件
令和5年4月～	観光協会、町関係機関等への周知 <ul style="list-style-type: none"> 第4次庄内町観光振興計画ダイジェスト版の配布
令和5年5月	町民への周知 <ul style="list-style-type: none"> 町広報5月1日号への特集記事の掲載

3 第4次庄内町観光振興計画ワークショップ参加者

	氏 名	所 属
1	阿 部 武 敏	庄内町観光協会 会長
2	阿 部 金 彦	外部有識者
3	玉 越 宏	庄内町地域おこし協力隊
4	阿 曾 静 香	庄内町観光協会 観光専門員
5	松 澤 良 子	商工観光課長（事務局）
6	渡 部 桂 一	立川総合支所長（事務局）
7	齋 藤 貴 幸	立川総合支所立川地域振興係 主査兼係長（事務局）
8	成 田 響	商工観光課観光物産係 主査兼係長（事務局）

第3回ワークショップ参加外部有識者

	氏 名	所 属
1	齋 藤 宇 市	株式会社日本海トラベル 課長
2	河 村 奈 美	余目ホテル
3	佐 藤 博 弥	庄内町商工会 事務局長
4	石 塚 益 美	庄内町商工会 経営支援課長



山形県庄内町・庄内町観光協会

山形県庄内町

〒999-7781 山形県東田川郡庄内町余目字町 132-1

TEL 0234-43-2111

<https://www.town.shonai.lg.jp>

庄内町観光協会

〒999-7781 山形県東田川郡庄内町余目字沢田 108-1

TEL 0234-42-2922

<https://www.navishonai.jp>