

令和 7 年度 事業実施報告

【概 要】

全ての道は出羽（DEWA）へ通ずる～The Route to the Land of DEWA～を将来ビジョンとした鶴岡市中期観光戦略プランに基づき、その戦略として「域内」「広域」「IT」の3つのネットワークに重点を置き、各事業を実施している。

1. 「域内ネットワーク」

「観光消費額の向上」につながる長期滞在型で付加価値の高い観光商品の造成に向けて、本市の歴史・文化、自然、食文化などの豊かな観光資源を組み合わせる実施。具体的には、地域観光協会と連携した商品の造成や「出羽の古道 六十里越街道」の活用、「ガストロノミーツーリズム」の推進や MICE 参加者に向けたエクスカッションなどを実施。「詣でる つかる 頂きます」企画では、新たに「夏詣」を実施し誘客と域内周遊の促進を図った。また、「羽黒山午歳御縁年」などに向けた商談会や城下町をテーマとした市街地観光の推進、4つの国民保養温泉地での食メニュー開発などを継続的に実施したほか、ふるさと納税返礼品では「市内宿泊共通券」を中心に、地域行事や特産品などを組み合わせた商品を展開している。

2. 「広域ネットワーク」

広域での観光ルートの創出のため、欧米豪向けでは、Adventure Week 東北 2025 の開催を機に、精神文化や自然などをテーマとしたアドベンチャートラベル市場への旅行商品提案や、東北観光推進機構などと連携した広域コースの構築と販売、アジア圏の特に台湾向けには、国際観光大使と連携したプロモーションや商談会を継続的に実施した。また、大阪・関西万博では、加茂水族館のクラゲ展示や交通機関などとも連携したプロモーションを実施。こうしたインバウンドを中心とした本市への誘客拡大に向けた取り組みには、会員事業者や庄内観光コンベンション協会、酒田 DMO などとも連携し実施した。

また、令和 8 年度 JR 東日本によるキャンペーン開催に向けて、庄内管内でのファムツアー及び台湾においてプロモーション・商談会を開催するとともに、National Geographic や Foder's Travel への掲載を好機とした継続的な商品造成と広域連携に取り組んでいる。

3. 「IT ネットワーク」

デジタルを活用したプロモーション強化として、国内外含め WEB や SNS 等を活用し、積極的な情報発信を行い本市の認知度向上や誘客を促進。具体的には、個人旅行、若年層などのターゲット層を意識し、テーマやモデルコース、イベントなどでの「旅マエ」情報や、「旅ナカ」でも見ていただけるような鶴岡の食など周遊を促進する発信を行った。IT を活用したマーケティングでは、ICT 調査や国統計などを活用した観光動向調査の実施とともに、CRM（顧客関係管理）の視点を踏まえメールマガジンを配信し、再来訪やふるさと納税拡大に努めた。

また、加茂水族館のリニューアルオープンに向け、新たにデジタルチケットを開発し来年度 DEGAM の EC サイトでの販売を目指しており、CRM で取り扱う顧客規模の拡大に取り組んでいる。

＜実施事業＞

1【域内ネットワーク】による付加価値の高い観光商品の企画と造成

(1) 新しい観光への対応

① 自然・アクティビティ・文化体験などをテーマとする旅行商品の造成

- ・環境省「国立公園における感動体験・アドベンチャートラベル創出事業」の採択を受け、磐梯朝日国立公園内のコンテンツを結ぶ、広域周遊ルート商品の販売体制構築と、六十里越街道での多言語に対応した案内看板設置など受入環境を整備。自然と信仰を包含したトレイルに関心のある欧米豪アドベンチャートラベル層や、歩く体験に興味のある台湾のアドベンチャートラベル層をターゲットに、先進地視察 [6/13～14：信越トレイル]、国際商談会 [9/24～27：VJTM 愛知] やセールスプロモーション [11/4～7：台湾]、モニターツアー [11/9～10：欧米豪向け4名] 等を実施。



② 地域・テーマごとのガストロノミーツーリズムの推進

- ・新潟のハミングツアーが出版する旅行冊子に、本市を紹介する広告を四季ごとに掲載。同社の旅行商品では、ふうどガイドや旬の食材、料理人との食事、出羽三山、黒川能などの歴史文化ツアー、赤川花火、加茂水族館など計25本（772名）が催行。
- ・（公財）海外日系人協会の本市視察研修への対応。漬物～酒蔵～天神祭～笹巻～出汁作りなどを実施（ブラジル4、アルゼンチン1、ボリビア2、メキシコ1） [5/24～25]
- ・GiFT（一般社団法人グローバル教育推進プロジェクト）の鶴岡視察訪問にて、食文化創造都市推進課と本市の食文化に関する講義を実施（高校生：インドネシア5、オーストラリア5、日本5、GiFT職員3 INPEX 教育交流財団職員2、他関係者4 計24） [7/29]
- ・SAVOR JAPAN（地域の食と、それを生み出す農林水産業を核として、訪日外国人の誘致を図る地域の取組を認定する制度）による FAM トリップにて、ふうどガイド、市、食文協、Chat Chat 等と連携し対応。（旅行会社5、OTA1、インフルエンサー2、事務局2） [12/2]



③ 教育旅行、MICE、マイクロツーリズムの推進

- ・JIA（日本建築家協会）鶴岡サミット（支部長会議）にて庄内地域の建築物を見学するエクスカッションツアー及び市民交流イベント（荘銀タクト鶴岡）を運営。[5/8～10：24名]
- ・未来創造企業 鶴岡会議にて現地視察研修を担当 [6/6：39名、10/11：30名]
- ・U16 国際バドのエクスカッションにて、羽黒山「石段詣」や精進料理、松ヶ岡、加茂水族館などのアテンドを実施 [6/30：20名]
- ・湯野浜ラララ CUP への協力と支援を実施 [8/2、8/3：301名・対前年44名増]
- ・Planetary Platformers Initiative (PPI) 合宿事務局が企画運営するバスツアーと連携し、羽黒山「石段詣」や精進料理などの旅行を受託 [9/28：12名]
- ・NPO 地域共生を支える医療・介護・市民 全国ネットワーク全国大会 第4回全国の集い in 鶴岡 2025 にて、参加者に対して設置した観光情報発信ブース [10/11～13]



④ 冬資源の商品化と定番商品を活用した冬季誘客の推進

- ・DEGAM 戦略プロジェクトチーム会議と鶴岡地域の観光協会事務局会議を合同で開催し、地域のイベントや事業の共有、着地型体験商品などの掘り起こしや磨き上げ、インバウンドも踏まえた冬季施策や、R8 年度に実施される JR 東日本重点共創キャンペーンに向けたコンテンツ開発やプロモーション、情報発信などを議論。 [8/21、10/15]

(2) 「詣でる つかる 頂きます」企画の推進

① 五重塔ライトアップ等の寺社仏閣などによる企画推進

- ・市内の9寺社と連携した「夏詣（なつもうで）」企画を実施。
半年の無病息災を願い開催し、各寺社では「夏詣」ののぼりが掲げられ、期間中は特別に「夏詣印」が入った限定御朱印などを頒布。 [7/1～6]
- ・国宝羽黒山五重塔のライトアップ実行委員会事業では、7/18～9/23の土日祝日を中心に20日間ライトアップを実施し、延べ2,681人が来訪。
- ・善寶寺の五重塔を年末年始の参拝にあわせたライトアップ（12/～1/）を実施し、昨年度に好評だった竹灯籠作りワークショップを今年度も開催（3/7、3/14）。また、新たに「大山 新酒・酒蔵まつり（2/21）」とのコラボした振る舞いなども実施。



② 国内旅行会社等の招聘と商談会等の実施

- ・国宝羽黒山五重塔「令和の大改修完成記念」観光誘客促進事業として、旅行会社17社（国内16、台湾1）を招聘し特別なコンテンツを体験するエクスカージョンとマッチング商談会を開催。旅行会社向けの五重塔内部拝観企画（いでは記念館での内部構造ガイド付）や正善院黄金堂立体曼荼羅拝観、齋館での修繕記念御膳（息吹御膳）、松ヶ岡でのシルクやワイン、新ランチメニューなどを体験。商談会には地元観光関係者17社が参加。 [5/12]



- ・R8年度JR東日本重点共創庄内キャンペーンに向けた誘客では、DEGAM会員で構成するプロジェクトチーム会議・観光協会会議でコンテンツを造成。

昨年11月には、JR東日本と共同で旅行会社18社（国内16、台湾2）を招請。

出羽三山「午歳御縁年」企画体験や工事中の加茂水族館の特別見学、酒田舞娘や庄内17歳の日本酒試飲などを体験。商談会には、庄内地域の観光事業者26社が参加し、地域のコンテンツを積極的に売り込んだ。 [11/12～13]



③ 城下町をテーマとした市街地観光の展開

- ・致道博物館と連携し城下町をテーマとした市街地観光の展開を目的に、「城下町周遊・鶴岡名物帳」企画を支援。出羽庄内藩主酒井家の受け継がれし名品展の実施にあわせ、鶴ヶ岡城下市街地の飲食店16店舗と連携した特別メニューの提供企画や周知のためのパンフレット「鶴岡名物帳」を制作。また、刀剣乱舞とコラボした企画では、等身大パネルを致道博物館以外にも庄内神社、大督寺、致道館、大寶館にも設置し、城下町鶴岡としての歴史、文化などを広く周知。 [8/22～10/20：特別展来館者数10,283人]
- ・街なか共通券会事業への協力として、致道博物館、藤沢周平記念館、丙申堂、釈迦堂が企画する半券を活用した割引制度「鶴岡城下町めぐり割引」のチラシを作成し、併せてHPでも誘客のための情報発信を実施。

④ 国民保養温泉地での長期滞在や食メニューなどの開発

- ・昨年度より実施している4温泉の食メニュー開発やブランド化などの事業を継続し、今年度は、更なる研究、進化や実際の販売に向けた取り組みとした。
湯野浜… 温泉地における新たな食のスタイルを考えるメニュー開発、研修、レシピ化
あつみ… 「名物 鍋料理」の製作研究と、料理人への創作料理研修会を実施
湯田川… 「湯田川温泉ジビエ研究会」立ち上げと「冬のジビエ（イノシシ等）料理」の創出
由良… 「由良のサザエさん、アナゴくん」を各宿泊施設の共通食材として地酒と共に提供

(3) ふるさと納税や国内向け商品の販売と旅行業の運営

① 市場ニーズに合ったふるさと納税返礼品開発と販売

- ・OTA等と連携した観光分野の寄付額は111,821千円となり対前年110.1%と伸長。
- ・このうちDEGAM独自の返礼品の寄付額は46,773千円、対前年94.7%の状況。
市内共通宿泊券、ペア宿泊券、ふるさと定期便、赤川花火等の造成販売を継続的に実施。
内訳では、市内宿泊共通券が47%、宿指定のペア宿泊券や高単価宿泊プランが41%、花火・特産品付き宿泊券が12%となっている。

[DEGAM 返礼品の寄付状況]

(単位：千円)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	計
R 7	1,895	973	2,837	3,031	1,891	12,422	2,302	2,888	13,734	2,418	1,090	1,292	46,773
R 6	2,295	2,270	4,679	2,699	2,935	1,527	3,310	5,635	19,922	2,018	652	1,473	49,415
R 5	460	1,100	1,350	1,390	1,358	4,260	450	1,960	12,133	1,556	520	1,103	27,640
R 4	750	850	680	720	250	400	1,890	1,640	11,130	100	50	340	18,800
R 3	300	50	1,080	200	770	1,090	840	2,630	8,810	250	1,500	220	17,740
対前年比	82.6%	42.9%	60.6%	112.3%	64.4%	813.5%	69.5%	51.3%	68.9%	119.8%	167.2%	87.7%	94.7%

② 旅行業の運営と販売体制づくり

- ・旅行業では、MICEなどに付随したエクスカージョンや海外からのFAMツアーでの、観光施設や体験、食事、交通手配など13件(R6:3件)を受託。対前年比で426.5%と大幅増。

[旅行業売上状況]

(単位：円)

【旅行業売上】	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度	前年同月比
独自商品・手配旅行	16,000	265,370	49,400	287,000	932,250	4,410,701	473.1%
市内共通入場券	45,500	39,000	18,200	53,300	102,000	-	皆減
バス乗車券	362,750	1,057,500	123,000	-	-	-	-
小 計 (a)	424,250	1,361,870	190,600	340,300	1,034,250	4,410,701	426.5%

※バス乗車券はR4.5月まで、市内共通入場券はR6年度にて販売終了

ふるさと納税返礼品 (b)	9,180,000	17,740,000	18,800,000	27,640,000	49,415,000	46,773,000	94.7%
合 計 (a+b)	9,604,250	19,101,870	18,990,600	27,980,300	50,449,250	51,183,701	194.0%

③ ECサイトを活用した旅アトにつながる物品、サービスの提供

- ・ECサイトでは「手ぬぐいスタンプ帳」や「つるおか おうち御膳」などの本市への旅につながる商品等を販売し、前年比では117.8%と増。今後も商品の見直しや拡販に向けて計画中。
観光案内所や観光施設での物販等に関しては、庄内地域の広域周遊を促すための「手ぬぐいスタンプ帳」をメインに販売しているが、売り上げは苦戦。

[物販売上状況]

(単位：円)

【物販売上】	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度	前年比
ECサイト	9,100	30,980	155,040	89,980	83,200	98,030	117.8%
観光案内所	29,700	112,000	500,700	233,400	348,620	323,970	92.9%
委託販売	339,900	489,500	433,300	609,400	694,800	526,680	75.8%
計	378,700	632,480	1,089,040	932,780	1,126,620	948,680	84.2%

【 広域ネットワーク 】による DEWA ルートの構築と誘客推進

(1) インバウンド向け商品販売と受入の推進

① 精神文化・自然を題材としたアドベンチャー型商品の推進

- ・日本政府観光局（JNTO）が世界最大のアドベンチャートラベル業界団体「Adventure Travel Trade Association（ATTA）」と連携し、東北エリアで「Adventure WEEK 2025」が実施され、DEGAM では東北観光推進機構や東北各地の DMO 等と協力し行われた。本市では、羽黒山 2446 段石段トレイル、湯殿山滝行体験などを実施。商談会では、本市を中心とした AT コンテンツをまとめたパンフレットを活用し、会員である地域プレイヤーへの誘導や紹介を積極的に行い連携強化に努めた。 [9/15～9/22：東北全域]
- ・公益社団法人北海道観光機構が主催したアドベンチャートラベル（AT）の国内連携商品造成事業で実施された AT の専門家などを招いた現地調査や研究会に、アドバイザーとして参加。合わせて、商談会では本市の AT の取組みを積極的に PR。

[9/30～10/3：福島～仙台]



② 商談会等による海外プロモーションの実施

- ・台湾でのシティプロモーション・商談会を庄交トラベル台湾や本市の国際観光大使ベンジャミン・リャオ氏と連携して実施。DEGAM 会員など観光関係者 12 社が参加し、現地旅行会社 45 社へのプロモと商談会を実施。 [7/3：台北市内]
- ・山形県が主催した台湾でのプロモーション・商談会に参加。チャーター便の誘致や教育旅行誘致、物産の輸出などに向けた PR を実施。 [7/14～17：台北・宜蘭・台中]
- ・JNTO 主催の VISIT JAPAN トラベル & MICE マート（VJTM）に参加し、欧米豪を中心とする海外バイヤー 28 社と商談を実施。 [9/25～27：愛知県]
- ・冬季誘客として計画が浮上した台湾チャーター便による本市への誘客強化するための現地セールスを実施。販売予定の旅行会社 5 社などを中心に商談したが運航見送り。 [9/29～10/2：台北市内]



③ 海外旅行会社やインフルエンサー等の招聘と外国船受入等の支援

- ・スイスの富裕層向けの旅行会社「VANILLA TIGER」が東北視察のため来日したのに合わせ、本市での招請事業を実施。羽黒山の石段詣加茂水族館やフグランチ、湯殿山滝行体験などを提供。 [10/11～13]
- ・フランスの富裕層向けのオーダーメイド型旅行を専門とする大手旅行会社「Voyageurs du Monde」が 3 名来鶴し、2 日間の現地アテンドを実施。出羽三山での寺社参拝や精進料理、フグなどの食事、アドベンチャー体験等を提供。 [10/17～18]
- ・カナダ出身の記者 Matt Reichel 氏の本市取材への対応としてアテンドを実施。Matt 氏は、BBC や Forbes、National Geographic などの主要なトラベルメディアに寄稿実績がある。今回の取材では、湯殿山仙人沢や知憩軒（食事）、正善院（護摩祈祷）、大進坊（宿泊）、羽黒山石段詣、斎館（精進料理）、本明寺（火渡り）の体験などの記事を寄稿予定。 [10/23～24]
- ・外国クルーズ船の受け入れ対応として、羽黒山、加茂水族館、市街地、温泉地等を観光するコースにて現地でのお出迎えを実施。そのうち、羽黒山では羽黒高校とも連携し、国際課の学生が授業の一環で英語でのガイドを体験。来訪した方々には、各所で英語版 HP にアクセスできる QR コードを記載したポストカードなどをプレゼント。今年度は、10 月までに 7 隻が寄港し 1,325 名が来鶴。



[鶴岡市観光入込客延べ数 (鶴岡市 統計)]

(単位：千人)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	計
R 7	280	380	347	564	771	447	443	324	255	349	218	228	4,607
R 6	294	385	369	449	757	448	459	360	280	402	228	267	4,699
R 5	273	392	334	568	785	426	454	346	268	393	250	255	4,744
R 4	248	390	328	553	580	412	435	330	240	307	193	264	4,281
前年対比	95.1%	98.7%	94.0%	125.8%	101.8%	99.8%	96.5%	90.1%	91.2%	87.0%	95.5%	85.3%	98.0%

[鶴岡市延べ宿泊者数 (観光庁 統計)]

(単位：人)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	計
R 7	27,607	40,005	33,919	36,466	55,601	46,248	45,496	40,187	36,245	32,965	29,345	35,865	459,949
R 6	35,027	44,543	47,158	47,742	52,365	44,239	50,310	38,172	30,643	28,134	22,326	25,528	466,187
R 5	39,592	40,941	42,679	50,071	65,890	40,762	52,765	45,039	35,501	28,165	29,582	37,702	508,689
※ R 1	54,082	65,155	51,760	61,602	78,313	64,705	62,208	58,375	48,677	40,088	39,073	32,049	656,087
前年対比	78.8%	89.8%	71.9%	76.4%	106.2%	104.5%	90.4%	105.3%	118.3%	117.2%	131.4%	140.5%	98.7%

[内 外国人宿泊者数 (観光庁 統計)]

(単位：人)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	計
R 7	1,337	1,177	1,134	827	1,049	1,227	1,199	1,440	1,567	2,502	1,376	730	15,565
R 6	1,386	825	784	977	1,202	1,200	1,457	1,208	814	1,882	1,488	717	13,940
R 5	652	330	412	562	740	513	781	586	719	1,276	2,380	857	9,808
※ R 1	1,264	903	1,191	1,025	914	1,388	1,680	1,283	1,114	758	487	82	12,089
前年対比	96.5%	142.7%	144.6%	84.6%	87.3%	102.3%	82.3%	119.2%	192.5%	132.9%	92.5%	101.8%	111.7%

[内 台湾人宿泊者数 (主要8施設 聞き取り調査)]

(単位：人)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	計
R 7	505	387	453	102	192	473	552	629	674	1,433	1,579	580	7,559
R 6	443	69	189	88	274	100	586	480	666	1,418	1,135	353	5,801
R 5	161	57	103	127	134	170	292	303	251	1,124	2,047	251	5,020
R6-7対比	114.0%	560.9%	239.7%	115.9%	70.1%	473.0%	94.2%	131.0%	101.2%	101.1%	139.1%	164.3%	130.3%
R5-6対比	275.2%	121.1%	183.5%	69.3%	204.5%	58.8%	200.7%	158.4%	265.3%	126.2%	55.4%	140.6%	115.6%

(2) 観光客の受入体制の充実

① 鶴岡市観光案内所の運営と観光客への情報提供

- 観光案内所の来訪者は、昨年同月比で 117.9%と増。国内客の連休や土日祝日以外での増員では、JR お得チケットなどでの来訪が多く、外国人は、欧米豪の割合が約 7 割と多く、目的では、出羽三山エリアへの交通手段などの問い合わせが多い。

[案内所対応人数 (観光案内所 統計)]

(単位：人)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	計
R 7	1,599	2,666	2,636	2,468	3,134	2,765	2,766	1,909	1,186	906	1,147	1,517	24,699
R 6	1,585	2,363	2,547	1,871	2,711	1,846	2,026	1,899	963	958	934	1,251	20,954
R 5	1,288	1,859	1,890	1,733	2,342	2,110	1,715	1,198	960	676	927	1,250	17,948
R 4	993	1,128	996	1,068	1,165	1,765	1,701	1,337	620	563	547	1,299	13,182
対前年比	100.9%	112.8%	103.5%	131.9%	115.6%	149.8%	136.5%	100.5%	123.2%	94.6%	122.8%	121.3%	117.9%

[内 外国人対応数 (観光案内所 統計)]

(単位：人)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	計
R 7	191	176	129	165	156	134	196	119	71	57	70	76	1,540
R 6	89	110	83	118	140	122	136	112	41	38	48	55	1,092
R 5	100	124	96	70	168	116	131	105	21	35	53	85	1,104
R 4	13	10	4	12	25	90	23	43	15	14	30	39	318
対前年比	214.6%	160.0%	155.4%	139.8%	111.4%	109.8%	144.1%	106.3%	173.2%	150.0%	145.8%	138.2%	141.0%

- ・観光レンタサイクルの利用台数は、昨年同月比で **113.2%** と増加。一方、自転車の維持管理の目的にて利用者に任意でお願いをしている協力金は、**78.7%** と減少している。

〔レンタサイクル（上段：台数、下段：協力金）〕

（単位：台、円）

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	計
R 7	206	297	312	285	332	385	281	139	-	-	-	85	2,322
	9,639	12,111	11,000	10,890	9,238	20,692	10,204	6,065	-	-	-	6,228	96,067
R 6	255	240	299	179	303	266	249	198	-	-	-	62	2,051
	18,255	12,796	23,270	11,530	13,628	9,204	14,072	12,380	-	-	-	6,860	121,995
R 5	193	199	205	169	303	316	169	118	-	-	-	59	1,731
	6,209	11,773	9,211	9,300	12,500	19,090	9,610	4,620	-	-	-	430	82,743
R 4	259	281	200	218	213	436	291	177	-	-	-	74	2,149
	6,990	10,100	5,500	8,143	3,994	10,482	5,380	5,090	-	-	-	3,270	58,949
対前年比	80.8%	123.8%	104.3%	159.2%	109.6%	144.7%	112.9%	70.2%	-	-	-	137.1%	113.2%
	52.8%	94.6%	47.3%	94.4%	67.8%	224.8%	72.5%	49.0%	-	-	-	90.8%	78.7%

- ・TIC TOKYO (Tourist Information Center Tokyo) が主催する東北の観光案内所ネットワーク化事業として、案内所スタッフのスキル向上や外国人旅行者への対応の実践、また他の観光案内所との意見交換などを目的とした研修会に参加。 [東京：12/9～10]

② 観光案内所や観光ガイド、観光施設等への語学研修支援

- ・観光ガイド、観光施設向けの外国語（英語、台湾華語）ガイド研修を実施。（11月～2月）インバウンド客の増加に備えて、英語と台湾華語に触れながら、外国人観光客を案内することを体験してみる研修会を各言語3回講座にて開催。受講者は英語17名、台湾華語14名

(3) 他機関と連携した観光振興

① 会員事業者等との広域のキャンペーンやイベントなどでの誘客活動

- ・台湾からの誘客活動を行うなかで、庄内にて台湾の魅力や文化の紹介を通じて両国の相互理解と交流を深める事などを目的に「台湾フェスタ in 鶴岡」を実施。DEGAM 会員や鶴岡市および酒田市の関係者などの協力により庄内全体の取り組みとして開催。 [10/10～13]
- ・DEGAM 会員と連携した首都圏プロモーションとして、慶應義塾大学日吉キャンパスで開催されたイベントに観光発信ブースを出展し、物販も含め本市の観光 PR を実施。 [10/19]

② 東北観光推進機構と連携した国内外プロモーションの実施

- ・東北観光推進機構が主催する「大阪・関西万博 東北四季の彩り&東北絆まつり」にて、鶴岡市ブースを出展。加茂水族館のクラゲ展示や出羽三山の山伏をはじめ、宿泊施設、交通機関（庄交、最上峡舟下り、ANA、JR）や酒田 DMO、酒田舞娘、酒田商工会議所とも連携し実施。イベントには、4日間で5万4千人が来場。 [6/13～15：大阪府]
- ・東北観光推進機構が主催するタイ（バンコク市内）での商談会と旅行博に4温泉より代表者が参加するのに際し、商談ブースと旅行博での PR ブースの確保や誘客のための資料制作を支援。 [11/20～23：バンコク市内]



③ 庄内観光コンベンション協会、酒田 DMO 等と連携した誘客活動

- ・庄内観光コンベンション協会（日本海羽越広域観光推進協議会）が主催した新潟駅（駅たびコンシェルジュ新潟）でのプロモーションイベントへ参加し約300名が来場。 [9/20]
- ・酒田 DMO と連携した台湾（台中市）での商談会参加と旅行博への出展。商談会では、現地旅行会社20社にセールスを実施し、比較的小規模の旅行会社が多く本市の認知度はまだ低かったが「自然」「歴史・文化」「食」などに関心度が高かった。 [10/22～28]

(4) 追加事業

JR 東日本重点共創キャンペーンに係る台湾誘客プロモーション

JR 東日本（創造旅行社）との共催により台湾の台北市と高雄市でのプロモーションと商談会を DEGAM 会員の観光事業者や庄内観光コンベンション協会と連携し実施。 [1/15～1/16]



【 ITネットワーク 】による情報発信とマーケティング

(1) 個人客の誘客につながる情報発信と提供

① つるおか観光ナビによる情報発信

- ・自然や歴史・文化、食などのテーマによる特集記事の発信と、モデルコースによる来訪や周遊の促進をはかる発信を実施。

No.	公開日	分類	タイトル
1	5/7	特集	鶴岡の花めぐって、春を満喫しよう！
2	5/13	特集	ファミリー、女子旅、おひとり様も！シチュエーション別に紹介【石段詣】の楽しみ方
3	5/14	特集	鶴岡の春の温泉地めぐり
4	5/19	特集	春の鶴岡に香るおいしさー孟宗筍（もうそうだけ）
5	6/5	特集	鶴岡の春夏秋冬、何を見る？旅行前にチェックしたい服選びのコツ
6	6/16	モデルコース	【つるおか夏詣】庄内藩酒井家ゆかりを巡る
7	6/16	モデルコース	【つるおか夏詣】出羽三山の歴史と精神文化を巡る
8	6/19	モデルコース	【つるおか夏詣】熊神様・御池様を巡る
9	6/19	特集	鶴岡市一伝統と革新が交錯する建築の隠れた宝庫
10	6/25	特集	幕末の剣客集団「新徴組」の足跡をたどる
11	6/25	特集	幕末最強!? 庄内藩の戊辰戦争
12	6/25	特集	サムライたちの明治維新
13	7/16	特集	やっぱり、鶴岡のただちや豆
14	7/28	特集	加茂水族館と一緒に楽しむ！周辺おすすめ観光スポットガイド
15	8/7	モデルコース	庄内空港から巡る 山居宮庫＆加茂水族館 とっておき旅コース
16	8/14	特集	夏あそび！湯野浜温泉と海水浴 夏は鶴岡・湯野浜へ！

No.	公開日	分類	タイトル
17	8/14	特集	フルーツ王国・山形で果物三昧！もぎたて果実を満喫するなら鶴岡へ。
18	8/26	特集	東京から1時間で出会うー羽黒山2446段の石段詣と温泉、美食に癒やされる鶴岡旅
19	9/9	特集	東京・羽田から約1時間！レンタカーで自由に鶴岡満喫の羽黒山女子旅へ
20	9/18	特集	癒しの羽黒山へ。山デビューにもおすすめの一步。ゆったり楽しむ東北の山歩き
21	11/7	特集	鶴岡で味わう美酒めぐり“酒の旅”
22	11/14	特集	加茂水族館の名店「沖海月」で庄内海の海の幸と鶴岡の文化を味わう
23	12/8	特集	湯田川温泉に広がる新たな味わい 冬の名物へージビエ料理への挑戦
24	12/12	特集	加茂水族館「海月灯り」で見つける、とっておきのお土産
25	12/26	特集	2026年は12年に一度の特別な「羽黒山午歳御縁年」
26	1/13	特集	【動画紹介】冬の鶴岡ー雪と温もりが溢れる“感動旅”【4泊5日】
27	1/13	モデルコース	冬の自分時間に。鶴岡から最上川へ、陸羽西線1泊2日の旅
28	1/13	モデルコース	銀山温泉から鶴岡へ。陸羽西線でつながる、冬のご褒美旅【2泊3日】
29	1/16	特集	クラゲ展示で世界最大級！山形・鶴岡「加茂水族館」 展示の魅力を徹底紹介
30	2/17	特集	守り、伝える。湯野浜温泉の人たちの風景
31	2/17	特集	世界一を目指すクラゲ水族館ー展示の未来を支える舞台裏。加茂水族館館長インタビュー

〔つるおか観光ナビ（ユーザー数）〕

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	計
R 7	59,649	66,705	60,781	85,021	104,992	62,172	55,355	39,372	40,046	50,232	48,561	49,420	722,306
R 6	66,188	77,011	66,822	78,229	84,884	59,039	61,530	42,283	36,956	48,702	37,659	41,560	700,863
R 5	60,442	66,892	61,447	82,854	107,343	57,853	53,553	35,863	35,160	41,198	38,138	41,360	682,103
R 4	42,777	60,646	54,677	64,574	75,009	50,525	50,538	32,015	25,654	32,779	35,304	38,751	563,249
前年対比	90.1%	86.6%	91.0%	108.7%	123.7%	105.3%	90.0%	93.1%	108.4%	103.1%	128.9%	118.9%	103.1%

〔つるおか観光ナビ（ページビュー数）〕

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	計
R 7	170,407	175,835	165,018	224,376	274,415	174,154	138,948	93,142	86,119	108,067	102,768	119,425	1,832,674
R 6	168,916	184,871	173,912	195,998	211,489	152,537	159,077	105,469	98,432	110,052	94,787	110,821	1,766,361
R 5	152,104	167,089	161,051	200,446	253,136	149,576	139,175	91,674	73,485	91,684	98,495	110,676	1,688,591
R 4	108,219	154,871	161,456	182,685	194,743	143,408	134,075	82,621	57,306	74,063	85,209	103,623	1,482,279
前年対比	100.9%	95.1%	94.9%	114.5%	129.8%	114.2%	87.3%	88.3%	87.5%	98.2%	108.4%	107.8%	103.8%

② Tsuruoka city.com 等による海外に向けた情報発信

- ・欧米豪向けの発信として、桜などの自然風景や出羽三山でのトレッキングなどアドベンチャートラベルなどでの誘客発信や来訪者に向けた熊対策への注意喚起情報などを発信。
- ・アジア圏では、台湾でのプロモーションにあわせた個人向けの情報発信強化として、Facebook と Instagram での繁体字による情報発信を今年度より新たに実施。
また、プロモーション・商談会の実施にあわせ、台湾版のホームページを制作し発信。



③ ターゲット層を意識した SNS、メディア等による情報発信

- ・次年度に実施される JR 重点共創に向け「# 涼やか鶴岡」をテーマとするキャンペーンを実施。夏季に開催されるキャンペーンとして、本市での「涼しさ」を如何にして打ち出していくかという「ビジュアル」や「涼体験」などを募集し鶴岡セールスシートを作成。

[9/1～9/30]

- ・全国版プレスリリースサービス (PR TIMES) を今年度よりあらたに活用開始。羽黒山「石段詣 1 万人達成」や「AW2025 TOHOKU」など DEGAM 事業も含め幅広く周知するためのツールとして計 6 件投稿。地元メディアなどとの連携もしつつ認知度向上に努めた。

[SNS の発信状況]

Facebook	【国内】		【海外】		Instagram	【国内】		【海外】	
	投稿数	フォロワー	投稿数	フォロワー		投稿数	フォロワー	投稿数	フォロワー
R 7	325	3,960	35	21,802	R 7	152	5,341	19	5,390
R 6	425	3,381	42	22,475	R 6	200	2,095	19	5,185
R 5	349	3,193	14	21,418	R 5	167	1,352	6	5,249
R 4	294	3,119	37	21,696	R 4	198	634	42	5,407
R7前年比	76.5%	117.1%	83.3%	97.0%	R7前年比	76.0%	254.9%	100.0%	104.0%

④ マップやモデルコースなどによる個人向けの情報提供

- ・観光客の市街地周遊のためのマップ「鶴岡まちなか散策マップ」の情報更新として、バス停の更新や寺社などの追加と飲食店の更新などを実施し 1 万部増刷。おなじく「駅から散策マップ」は 5 千部を増刷。
- ・WEB によるモデルコースの紹介として「つるおか観光ナビ」にて市内以外の県内観光スポットを含めたコースや、新潟市内、仙台空港からのコースなど旅行者目線での広域によるモデルコースも新たに発信。

(2) データ分析によるマーケティングの展開

① ICT データ分析等による DEGAM レポート発行とメルマガ配信

- ・鶴岡商工会議所、出羽商工会、荘内銀行、鶴岡信用金庫、鶴岡市と DEGAM マーケティングチーム会議をあらたに発足し、ICT 調査や東北観光 DMP、観光庁データなどを活用したマーケティングを実施。 [5/21]

[ICT 調査 アクセス数]

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	計
R 7	252	416	323	368	392	379	393	198	132	118	150	159	3,280
R 6	382	574	658	579	655	604	517	379	217	215	169	258	5,207
R 5	141	199	149	179	204	150	145	172	159	180	414	339	2,431
R 4	116	147	156	133	288	305	319	377	323	177	161	237	2,739
前年対比	66.0%	72.5%	49.1%	63.6%	59.8%	62.7%	76.0%	52.2%	60.8%	54.9%	88.8%	61.6%	63.0%

加茂水族館デジタルチケットの開発による CRM (顧客関係管理) の充実

- ・オンラインで予約・決済が可能な加茂水族館デジタルチケットの開発に取り組み、R8 年 7 月の販売開始を目指している。
- ・購入者に対してアンケートを実施することで観光動向の分析に活用するとともに、CRM としてメールマガジン配信を通じて再来訪、ふるさと納税の拡大を推進。

- ・観光客動向調査（ICT 調査）の回答者に対し「鶴岡ファン」の拡大に向けたメルマガを配信。最新の観光情報やお得なキャンペーンなどのほか、ふるさと納税への誘導など、CRM の観点での取り組みとして実施。

〔メールマガジン〕

No.	配信日	タイトル	配信数	開封率	クリック数	備 考
1	2025/4/25	初夏きらめく鶴岡へ 祭りとはと、鶴岡のときめき旅【5月/6月】	3,667	46.93%	0.26%	配信後に2月回答者のリスト追加
2	2025/5/28	陽ざしきらめく鶴岡へ 新緑と、夏を待つ旅時間【6月/7月】	3,795	50.30%	0.35%	5/20：3月回答者をリスト追加
3	2025/6/26	夏の鶴岡、満喫しよう！山へ、海へ、まつりへ、そして旬の味へ【7月/8月】	3,772	51.77%	0.21%	
4	2025/7/30	夏の鶴岡、まだまだ楽しもう！五感で味わうだちや豆・花火・絶景へ【8月】	3,870	50.31%	0.33%	4月5月回答者をリストへ追加
5	2025/8/22	秋の鶴岡、五感で感じる豊かなひととき【9月/10月】	3,858	52.04%	0.28%	
6	2025/9/24	鶴岡の秋祭りと旬のごちそう【秋】	4,058	49.23%	0.34%	9/5：6月回答者をリストへ追加
7	2025/10/30	白鳥が舞い降りる季節、あたたまる秋冬の鶴岡へ【11月/12月】	4,058	48.85%	0.26%	
8	2025/11/26	雪と祭りと旬の味覚 鶴岡の冬をまるごと満喫【12月/1月】	4,239	49.32%	0.21%	11/26：2か月分リスト追加
9	2026/12/25	12年に一度の御縁年 鶴岡の冬の見どころ【1月/2月】	4,212	50.11%	0.34%	
10	2026/1/23	冬景色と春待ちの時間 鶴岡の冬・早春案内【2月/3月】	4,280	46.58%	0.26%	1/23：リスト追加
11	2026/2/27	春を探しに、鶴岡へ。ひなと梅、そして桜へ【3月/4月】	4,135	45.85%	0.30%	
12	2026/3/31	春をめぐる、鶴岡へ。桜・花めぐりと天神祭の季節【4月5月】	4,210	42.04%	0.22%	

<参考>

Benchmark Emailによる業種別平均値（観光/エンタメ/ホスピタリティ）

27.59%

1.30%

② 東北観光 DMP 等を活用したデータ分析の推進

- ・東北観光推進機構が構築した、東北地域の観光データを一元的に集約・管理・分析するプラットフォーム(Data Management Platform)である「東北観光 DMP」を今年度より DEGAM で活用開始。DEGAM の ICT 調査データと並行し、人流（動態）データの分析に活用。

③ 会員事業者の旅行商品企画、開発への支援

- ・R8 年の JR 重点共創キャンペーン開催に向けて、域内の観光協会など DEGAM 会員との連携、協力により本市の自然、歴史、食や体験などのコンテンツをまとめ、旅行会社などへのプロモーション、商談会などに活用できるようにセールスシートとして作成。