

## 観光地域づくり法人形成・確立計画

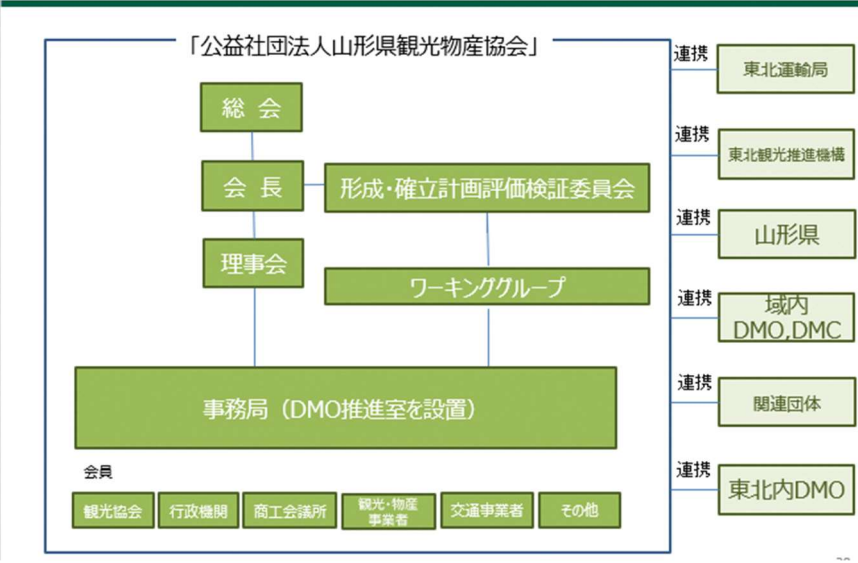
記入日：令和6年2月20日

### 1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを ○で囲むこと	広域連携DMO・ <input type="checkbox"/> 地域連携DMO・ <input type="checkbox"/> 地域DMO	
観光地域づくり法人の名称	公益社団法人山形県観光物産協会	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	山形県全域：13市19町3村	
所在地	山形県山形市	
設立時期	昭和9年4月1日（法人認可：昭和32年12月27日） （平成25年4月1日付で公益社団法人に移行）	
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	26人【常勤26人：正職員11人、嘱託職員15人】※R5.4月現在	
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	平井 康博 （株）ヤマコー	本県においてバス事業、観光事業等を行っているユトリアグループの中核企業である（株）ヤマコーの代表取締役社長。 平成24年4月から当協会の会長に就任。その他、「山形県観光審議会」委員や「やまがた観光キャンペーン推進協議会」の役員を兼任。
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	福田 直子「専従」	前職の地域プロデュース企画企業在職時、様々なマーケティングデータを活用し、日本の地域資源の振興と国内外に広める業務に従事。令和元年5月より当協会DMO推進室観光物産プロデューサーに就任し、同年10月に企画課長に就任。令和3年4月1日に観光物産プロデューサーに就任。
財務責任者（CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー） ※必ず記入すること	安孫子 義浩「専従」	山形県職員在職中に、置賜総合支庁観光振興室長、県インバウンド・国際交流推進課長として、各種プロモーションやキャンペーンの企画立案を牽引してきた。令和5年より（公社）山形県観光物産協会の専務理事に就任し、令和5年4月1日にDMO推進室長に就任（（兼）CFO）。
プロモーションの責任者（専門人材）	安孫子 義浩「専従」	山形県職員在職中に、置賜総合支庁観光振興室長、県インバウンド・国際交流推進課長として、各種プロモーションやキャンペーンの企画立案を

		牽引してきた。令和5年より（公社）山形県観光物産協会の専務理事に就任し、令和5年4月1日にDMO推進室長に就任（兼）CFO）。
旅行商品の造成・販売の責任者（専門人材）	梅津 憲正「専従」	同協会職員として観光振興業務に携わり、長年山形県内の着地型旅行商品の企画造成販売及び本県における国内外からの教育旅行等の手配を行っている、令和元年7月に台湾台北市の教育旅行のプログラム作成、旅程管理等に貢献したということで、台湾台北市政府教育局 曾局長より感謝状が授与されている。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	山形県観光復活推進課（精神文化・観光プロモーション室、インバウンド推進室） // 県産品流通戦略課（県産品） // 総合交通政策課（地域公共交通） // 各総合支庁 観光振興室 各市町村観光担当課（観光振興全般）	
連携する事業者名及び役割	おもてなし山形、酒田DMO、DEGAM鶴岡ツーリズムビューロー、やまがたアルカディア観光局、DMC天童温泉、DMC蔵王温泉ツーリズムコミッティ等の域内DMO、DMC（コンテンツ造成、マーケティング、プロモーション） ユトリアグループ（旅行商品造成販売、プロモーション） 庄交コーポレーション（旅行商品造成販売、プロモーション） 東北観光推進機構（マーケティング、プロモーション） 日本政府観光局JNTO（プロモーション） 日本観光振興協会（マーケティング、プロモーション） 各市町村観光協会（地域内の連絡調整、滞在プログラム造成） やまがたインバウンド協議会（マーケティング、プロモーション） 県内4地域の各広域観光協議会（マーケティング、プロモーション） 山形県観光誘致協議会（地域内の連絡調整、プロモーション） ANTA山形県支部（地域内の連絡調整、旅行商品造成販売） 山形県旅館ホテル衛生同業組合（地域内の連絡調整） 日本旅館協会山形県支部（地域内の連絡調整） 山形県酒造組合（酒蔵ツーリズムプログラム造成、地域内の連絡調整） 山形県グリーンツーリズム推進協議会（地域内の連絡調整） 山形県バリアフリー観光ツアーセンター（旅行商品造成販売）	
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】①② ①当協会の役員は、行政関係者、2次交通事業者、宿泊事業者、広域観光協議会等の観光・物産事業者の長等がおり様々なプロジェクトと連携している。 ②公益社団法人山形県観光物産協会登録DMO形成・確立計画評価検証委員会（委員長：山形県国際戦略検証委員会 委員長 古田菜穂子氏、副委員長：東北観光推進機構理事長 紺野純一氏、委員：山形県、県内の地域連携DMO、地域DMO、交通事業者、宿泊事業者、旅行業関係者、シンクタンク等）及び同ワーキンググループを設置し、当法人のDMO各事業の戦略検証、域内事業者の活動の確認連携等について協議する場を設けている。 その他、当法人が事務局を持つ団体（山形県教育旅行誘致協議会、山形県スキー場連絡協議会、山形観光アカデミー、やまがた女将会、山形県奥の細道連絡協議会、山形県観光ボランティアガイド連絡協議会等）において、当法人の取り組みと連動した展開を図っている。 〔参考〕登録要件	

	<p>①取締役、理事など観光地域づくり法人の意思決定に関与できる立場で行政、文化、スポーツ、農林漁業、交通等の幅広い分野の関係団体の代表者が参画</p> <p>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</p>								
<p>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</p>	<p>スポーツツーリズムやアドベンチャーツーリズム等、本県の観光素材を活用した取り組みを推進するため、県内の観光事業者や地域の方々を対象としたセミナーやワークショップを開催し、全県民参加型の観光振興を図る。</p> <p>また、山形県民が、観光を通じ山形の魅力を再確認し域内交流を活性化するための仕組みを構築するため、県民に向けた情報発信を行う。</p>								
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p><b>【活動の概要】</b></p> <p>当協会は、山形県における観光と物産事業の振興、国際観光の振興及び観光施設の整備運営等を行い、地域経済と県民の福祉の発展向上に寄与することを目的として、会費収入・自主事業収入や山形県等からの補助金等により、以下の事業を実施している。</p> <table border="1" data-bbox="432 705 1406 1989"> <thead> <tr> <th data-bbox="432 705 619 757">事業</th> <th data-bbox="619 705 1406 757">実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="432 757 619 1227"> <p>情報発信・プロモーション</p> </td> <td data-bbox="619 757 1406 1227"> <ul style="list-style-type: none"> <li>・山形県観光案内所における情報発信。 山形の観光窓口となる「やまがた観光情報センター」において、様々な企画等を展開し、県内はもとより隣県各地の観光情報を発信し周遊観光の促進を図っている。</li> <li>・台湾観光プロモーション山形セミナー事業 (R1) 台湾旅游交流協会主催の台湾と山形県双方の観光PR及び交流会にて山形観光セミナーを実施。</li> <li>・観光キャンペーン推進事業 (R1) 県並びに観光キャンペーン推進協議会等、他団体との連携による誘客キャンペーンに参加。</li> <li>・SNS活用宣伝販売促進事業 (R2) 東京カメラ部とタイアップし、県内全域の観光資源をPRするインスタグラムを活用したフォトコンテストを実施。</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="432 1227 619 1664"> <p>受入環境の整備</p> </td> <td data-bbox="619 1227 1406 1664"> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域の観光人材のインバウンド対応能力強化研修 (R3) 観光庁が実施する本事業を活用し、県内の観光関連産業に従事する人材育成のための研修を開催</li> <li>・山形県観光誘客緊急対策事業の実施 (R3) 新型コロナウイルス感染症の拡大で多大な影響を受けている山形県内の宿泊施設・観光立寄施設・旅行会社等を支援する事業を実施。</li> <li>・多言語解説整備支援事業 (R3・R4) 観光庁直轄事業において尾花沢市銀山温泉エリアが選定され、協議会を設立し観光地の魅力を伝える英語による解説文作成を進め、R4年度では中国語(繁体・簡体字)の解説文を作成。</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="432 1664 619 1989"> <p>観光資源の磨き上げ</p> </td> <td data-bbox="619 1664 1406 1989"> <ul style="list-style-type: none"> <li>・酒蔵ツーリズム研修及びツアー造成 (R1) 山形県酒造組合、県工業技術センター、及び県内酒蔵と連携し、東京での通訳案内士等に向けセミナーを開催するとともに、県内で酒蔵・ワイナリー巡りツアーを実施。</li> <li>・グローバルキャンペーン事業(観光庁)及びテーマ別コンテンツ造成及び着地型旅行商品造成事業(東北運輸局)(R1) 東北運輸局が設定したテーマ、エリアのコンテンツ整備とツアーの造成。</li> </ul> </td> </tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	<p>情報発信・プロモーション</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・山形県観光案内所における情報発信。 山形の観光窓口となる「やまがた観光情報センター」において、様々な企画等を展開し、県内はもとより隣県各地の観光情報を発信し周遊観光の促進を図っている。</li> <li>・台湾観光プロモーション山形セミナー事業 (R1) 台湾旅游交流協会主催の台湾と山形県双方の観光PR及び交流会にて山形観光セミナーを実施。</li> <li>・観光キャンペーン推進事業 (R1) 県並びに観光キャンペーン推進協議会等、他団体との連携による誘客キャンペーンに参加。</li> <li>・SNS活用宣伝販売促進事業 (R2) 東京カメラ部とタイアップし、県内全域の観光資源をPRするインスタグラムを活用したフォトコンテストを実施。</li> </ul>	<p>受入環境の整備</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域の観光人材のインバウンド対応能力強化研修 (R3) 観光庁が実施する本事業を活用し、県内の観光関連産業に従事する人材育成のための研修を開催</li> <li>・山形県観光誘客緊急対策事業の実施 (R3) 新型コロナウイルス感染症の拡大で多大な影響を受けている山形県内の宿泊施設・観光立寄施設・旅行会社等を支援する事業を実施。</li> <li>・多言語解説整備支援事業 (R3・R4) 観光庁直轄事業において尾花沢市銀山温泉エリアが選定され、協議会を設立し観光地の魅力を伝える英語による解説文作成を進め、R4年度では中国語(繁体・簡体字)の解説文を作成。</li> </ul>	<p>観光資源の磨き上げ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・酒蔵ツーリズム研修及びツアー造成 (R1) 山形県酒造組合、県工業技術センター、及び県内酒蔵と連携し、東京での通訳案内士等に向けセミナーを開催するとともに、県内で酒蔵・ワイナリー巡りツアーを実施。</li> <li>・グローバルキャンペーン事業(観光庁)及びテーマ別コンテンツ造成及び着地型旅行商品造成事業(東北運輸局)(R1) 東北運輸局が設定したテーマ、エリアのコンテンツ整備とツアーの造成。</li> </ul>
事業	実施概要								
<p>情報発信・プロモーション</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・山形県観光案内所における情報発信。 山形の観光窓口となる「やまがた観光情報センター」において、様々な企画等を展開し、県内はもとより隣県各地の観光情報を発信し周遊観光の促進を図っている。</li> <li>・台湾観光プロモーション山形セミナー事業 (R1) 台湾旅游交流協会主催の台湾と山形県双方の観光PR及び交流会にて山形観光セミナーを実施。</li> <li>・観光キャンペーン推進事業 (R1) 県並びに観光キャンペーン推進協議会等、他団体との連携による誘客キャンペーンに参加。</li> <li>・SNS活用宣伝販売促進事業 (R2) 東京カメラ部とタイアップし、県内全域の観光資源をPRするインスタグラムを活用したフォトコンテストを実施。</li> </ul>								
<p>受入環境の整備</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域の観光人材のインバウンド対応能力強化研修 (R3) 観光庁が実施する本事業を活用し、県内の観光関連産業に従事する人材育成のための研修を開催</li> <li>・山形県観光誘客緊急対策事業の実施 (R3) 新型コロナウイルス感染症の拡大で多大な影響を受けている山形県内の宿泊施設・観光立寄施設・旅行会社等を支援する事業を実施。</li> <li>・多言語解説整備支援事業 (R3・R4) 観光庁直轄事業において尾花沢市銀山温泉エリアが選定され、協議会を設立し観光地の魅力を伝える英語による解説文作成を進め、R4年度では中国語(繁体・簡体字)の解説文を作成。</li> </ul>								
<p>観光資源の磨き上げ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・酒蔵ツーリズム研修及びツアー造成 (R1) 山形県酒造組合、県工業技術センター、及び県内酒蔵と連携し、東京での通訳案内士等に向けセミナーを開催するとともに、県内で酒蔵・ワイナリー巡りツアーを実施。</li> <li>・グローバルキャンペーン事業(観光庁)及びテーマ別コンテンツ造成及び着地型旅行商品造成事業(東北運輸局)(R1) 東北運輸局が設定したテーマ、エリアのコンテンツ整備とツアーの造成。</li> </ul>								

	<p>・アドベンチャートラベルコンテンツ造成事業（R4） 広域周遊観光促進事業を活用し、蔵王・庄内エリアの冬季アドベンチャートラベルコンテンツの造成。</p> <p><b>【定量的な評価】</b>          ○山形県観光情報センター来館者数          令和2年 70,036人／令和3年 56,634人（前年比19.2%減）          ○延べ宿泊者数（国内）          令和2年 3,513,220人／令和3年 3,451,400人（前年比1.8%減）          ○延べ宿泊者数（外国人）          令和2年 87,440人／令和3年 15,920人（前年比81.8%減）</p>
<p><b>実施体制</b> ※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）。</p>	<p><b>【実施体制の概要】</b>          ○当協会の総会及び理事会開催のほか、幹部会議及びDMO推進室会議の実施。          ○当協会の役員に、2次交通事業者、宿泊事業者、広域観光協議会等の観光・物産事業者の長等が就任。また、役員2名が常勤する。          ○公益社団法人山形県観光物産協会登録DMO形成・確立計画評価検証委員会（委員長：山形県国際戦略検証委員会委員長 古田菜穂子氏、副委員長：東北観光推進機構理事長 紺野純一氏、委員：山形県、県内の地域連携DMO、地域DMO、交通事業者、宿泊事業者、旅行業関係者、シンクタンク等）及び同ワーキンググループを設置し、当協会のDMO各事業の戦略検証、域内事業者の活動の確認連携等について協議。          ○当協会の会員として、県内のDMO、DMC、全市町村及び全市町村観光（物産）協会、県内主要企業、各種観光関連団体、交通事業者や宿泊事業者などの観光・物産事業者が加盟。（令和5年5月時点の会員数：601会員）          ○東北運輸局、東北観光推進機構、山形県、域内DMO、DMC、関連団体、東北内DMO、DMCと連携し事業推進を図る。          ○東京、大阪、名古屋、札幌に支部を有する。          （実施体制図）</p> <p><b>実施体制図</b></p> 

**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】

### 【庄内地方】

出羽三山、朝日連峰の山々に抱かれ、出羽富士と称される烏海山、西は日本海に面する、四季折々の山の幸、海の幸に恵まれた自然豊かな地域で、豊かな食文化を形成2市3町で構成。

### 【置賜地方】

英国の旅行家イザベラバードが豊かな大地と人情の温かさから「東洋のアルカディア」と称した土地で、歴史的な文化や豊かな自然資源に根ざした文化など多様な文化を育んできた。3市5町で構成。



### 【最上地方】

四方を烏海山や月山、神室連峰など高く険しい山々に囲まれ深い原生林が多く残り、全国でも有数の「巨木の里」として知られる。1市4町3村で構成。

### 【村山地方】

蔵王連峰、月山、大朝日岳に囲まれた盆地で、春夏秋冬がはっきりした明確な気候が、さくらんぼやラ・フランスをはじめとするさまざまな果実や米を育てている。7市7町で構成。

## 【区域設定の考え方】

山形県は、4つの地域に区分され、各地域には県の出先機関及び市町村（観光協会）や観光事業者等で構成される広域観光協議会が設置されており、それぞれに古来より特色ある歴史・文化が構築されている。

山形県はこれまで県内の各エリア、各市町村がそれぞれの観光戦略のもと商品開発や企画等に取り組んでいることから、県全体での一元的な誘客促進に課題がある。当協会が山形県全域を対象とした地域連携DMOとして、県内のDMOやDMC、市町村（観光協会）、観光事業者等を取りまとめて事業展開していくとともに東北観光推進機構や東北運輸局、東北域内のDMOと連携し、地域のブランド創出及び付加価値の向上を図っていくことで観光客の誘客推進を図る。

## 【観光客の実態等】

本県における令和3年の状況

- ・観光者数（年度） 約30,059千人（対前年9.3%増）
- ・延べ宿泊者数 3,451千人（対前年1.8%減）（内外国人16千人）
- ・旅行消費額 125,229百万円（対前年7.1%減）（内外国人不明）

国内に対しては宿泊・日帰り旅行の割引キャンペーンや東北デスティネーションキャンペーン等の誘客促進により観光者数は前年より微増となり、宿泊者数や旅行消費額も回復傾向となった。

一方、訪日外国人の受入延べ人数は約17千人（対前年86.4%減）。新型コロナウイルス感染拡大に伴う海外渡航制限等により台湾の割合が大きく減っている（対前年98.1%減）。

## 【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】

※観光資源の活用方法についても記入すること。

山形県は、県土面積は国土面積の約2.5%で、このうち72%を森林が占めており、蔵王、烏海、西吾妻や出羽三山（羽黒山、月山、湯殿山）などの名峰や、芭蕉の句で有名な山寺、母なる最上川など、四季折々に表情を変える豊かな自然に恵まれており、一つの国立公園、4つの日本遺産、外国人観光客にも人気のある銀山温泉、海外からの教育旅行受入から拡大し、県内各地で受入のある農泊・日本田舎体験、世界的に珍しい樹氷ができるスノーリゾート「蔵王」などの世界に誇れる観光資源を有している。

夏には東北4大祭りに数えられている「山形花笠まつり」や日本の山・鉾・屋台行事の一つとしてユネスコ無形文化遺産に登録された「新庄まつり」、冬には、山形の雪を観光資源とする「やまがた音と光のファンタジア」を始め「米沢雪灯籠まつり（米沢市）」、「雪旅籠の灯り（西川町）」など、山形の四季に合わせた祭りやイベントが開催されるほか、自然・景観を生かしたサイクルイベント、マラソンイベントが県内各地で開催される。

自然の多さに比例して、農業が盛んな地域でもあり、米・そば・米沢牛・さくらんぼ・ラ・フランスなど、山形の「美食」を求めて多くの方々が訪れる。豊かな自然（土壌）とおいしい水、そこから作られる米、造り手の技術によって生み出される「美酒」は、IWCで賞を取るなど世界的にも注目されている。

その他、山形新幹線沿線にはそば処が数多く集まる「そば街道」、夏の暑さを和らげるために開発された「冷たいラーメン」、山形の秋の風物詩「芋煮」を近隣の河川敷で食する「芋煮会」、など地域の特色を活かした郷土食が観光客の人気を博している。

さらに、県花である「べにばな」は古くから口紅や染物の染料として舟運により山形県を縦断する母なる川「最上川」を下り、日本海を通じて京や大阪に運ばれ、その戻り船はきらびやかな京や大阪の文化を県内に持ち帰り、それらが山形独自の文化と融合し、様々な形として現存する。また、本県は温泉王国として、山や溪谷に囲まれた温泉、近代的な大型旅館が立並ぶ温泉、湯治の湯、海沿いの温泉など、様々な温泉が楽しめる。

#### 【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

山形県内の温泉宿泊施設は以下のとおりである。(R4.3月末時点)

エリア名	温泉地数	施設数	定員数
村山地方	26	129	13,516
最上地方	13	47	3,068
置賜地方	21	51	3,354
庄内地方	23	53	5,957
計	83	280	25,895

このほか、シティホテル、ビジネスホテル、民宿、簡易宿泊施設などがある。

#### 【利便性：区域までの交通、域内交通】※一部変動あり

○飛行機 ※区間(空港名：所要時間) (約)

<山形空港> 東京(羽田：1時間) / 名古屋(小牧：1時間) / 大阪(伊丹：1時間15分)  
北海道(新千歳：1時間15分)

<庄内空港> 東京(羽田：1時間) / 千葉(成田：1時間)

○鉄道

<山形新幹線> 東京—山形(2時間30分) / —米沢(2時間) / —新庄(3時間15分)

<上越新幹線—羽越本線> 東京—新潟—鶴岡(3時間30分) / 東京—新潟—酒田(4時間)

<JR仙山線> 仙台—山形(1時間)

○車

東京(首都高—東北自動車道—山形自動車道)—山形(5時間)

仙台(東北自動車道—山形自動車道)—山形(1時間)

○バス

仙台—山形(1時間) / —天童(1時間15分) / —米沢(2時間10分) / —新庄(2時間20分)

—酒田(約3時間30分) / —上山(約1時間20分) / 仙台空港—山形(約1時間20分)

#### 域内交通

○鉄道

本県内陸エリア縦断「奥羽本線」(福島—青森) / 日本海側縦断「羽越本線」(新潟—秋田)

米沢—新潟県村上を結ぶ「米坂線」 / 新庄—余目「陸羽西線」(地方交通線)

赤湯—荒砥の私鉄(山形鉄道)

○高速道路

・「東北中央自動車道」福島県相馬市～山形県新庄市まで開通(R4)首都圏と最上地域が直結。

・「山形自動車道」宮城—酒田(一部自動車専用道路)

・「日本海東北自動車道」新潟県から山形県・秋田県の日本海側を縦断し、青森県に至る高規格幹線道路。山形県内：あつみ温泉—遊佐比子((遊佐比子IC～遊佐鳥海IC)※R5年度開通予定)

○バス

・路線バスが県内各地で運行している他、コミュニティバスが運行。

## 【外国人観光客への対応】

本県は JNTO 外国人観光案内所として全 24 か所が認定されている。(カテゴリ 2 : 6 か所、カテゴリ 1 : 11 か所、パートナー : 7 か所) 宿泊施設の館内誘導案内、公共交通機関のサイン、観光施設の WiFi 整備も行政の補助等を活用しながら各事業者が取り組んでいる。ソフト面においては、山形県や地域で作成された「指さし会話マニュアル」や当協会、山形観光アカデミーが主催する講座を活用し、県内の事業者に対し観光人材育成研修等を行い受入れ態勢をとっている。

## 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。	山形県観光者数調査による収集
旅行消費額（一人当たり単価）	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。	山形県観光者数調査により独自に算出
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	観光庁の宿泊旅行統計調査を活用
来訪者満足度	来訪者の満足度要因を分析し、戦略立案に繋げるため。	アンケート調査を自主事業として実施。
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。	アンケート調査を自主事業として実施。
WEBサイトのアクセス数（観光）	山形観光情報へのアクセス状況を把握し、戦略立案に繋げるため。	Google Analytics による収集
WEBサイトのアクセス数（物産）	山形の物産への興味、人気の把握をし、戦略立案に繋げるため。	Google Analytics による収集
住民満足度	住民意見を調査し対策等を検討するため	アンケート調査を自主事業として実施
訪日教育旅行受入数	将来のリピーター候補数を把握するため	助成金申請数による収集
MICE 受入数	旅行消費額拡大に効果的な為	山形県調査資料を活用
インターネット販売（山形県の特産品）注文件数	本県の特産品に関するニーズを把握し、消費単価向上に繋げるため。	当協会サイト注文件数を集計
外国人観光客平均宿泊日数	本県の課題である滞在日数の増を図る指標とするため	観光庁の宿泊旅行統計調査を活用
外国人観光客訪問率	旅行行程上で本県がどの程度含まれるかを把握するため	観光庁の外国人観光客消費動向調査を活用
山形県内着地型旅行商品造成数	県内滞在日数の増を図るためのコンテンツ数を把握するため	アンケート調査を自主事業として実施
山形県内着地型旅行商品成約数	来訪者ニーズとコンテンツのマッチング状況を把握するため	アンケート調査を自主事業として実施
決済システム導入件数	外国人観光客の受入体制状況を把握するため	アンケート調査を自主事業として実施
山形県観光物産協会会員数	当協会の活動が地域の方々にどの程度期待されているか把握するため	入会実会員数を収集
山形県観光物産協会関係団体会員数	域内観光事業者がどのようなジャンルに力を入れているか把握するため	関係 3 団体の会員数を足し上げ

## 4. 戦略

## (1) 地域における観光を取り巻く背景

令和3年度の県内主要観光地における観光者数は、3,005万9千人となり、前年度と比較して約2,548千人減（前年比9.3%増）となった。宿泊・日帰り旅行の割引キャンペーンや東北デスティネーションキャンペーン等の誘客促進により前年度より微増となったものの、コロナ禍前の水準には戻っていない状況である。

地域経済の回復・再生に向けた取組みとして、当DMOが実施主体となり全県を対象とした観光需要喚起キャンペーン事業等を実施し、各市町村を含めた県内観光消費の回復を図っている。

また、持続可能な観光地域づくりと観光危機管理の重要性を高め、インバウンドに向けた取組みも推進し、山形県の観光資源を活かすアドベンチャートラベル、ガストロノミー、自然等の観光資源を活用した高付加価値化を域内DMO・DMC及び自治体等と連携し磨き上げていく。

## (2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<p><b>強み (Strengths)</b></p> <p>県内全市町村に湧き出る温泉（地）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 厳しい気候風土から生まれた自然環境・農作物等の食（酒）や文化</li> <li>・ 日本の原風景がそのまま存在（未開発エリアが多い）</li> <li>・ 東京や北海道などインバウンド人気エリアから近い</li> <li>・ 東北中央道の延伸（高速道路網の充実）</li> <li>・ 「山形新幹線」が存在</li> <li>・ ユニバーサルデザインやバリアフリー対応施設が多い</li> </ul>	<p><b>弱み (Weaknesses)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「山形」の知名度が低い</li> <li>・ 商品化されていない（磨き上げが足りない）観光資源が多い</li> <li>・ パスポート取得率や海外渡航率が低い（国際化の遅れ）</li> <li>・ 2次交通網が弱い</li> <li>・ 外国人観光客の受入環境（通訳、ランオペ、多言語化、wi-fi化、キャッシュレス決済等）の整備が遅れている</li> </ul>
外部環境	<p><b>機会 (Opportunity)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ アジアの経済成長や国策（VJやビザ緩和、大阪万博の開催等）による外国人観光客の増加</li> <li>・ 訪日リピーターの増加に伴う、インバウンド観光の地方分散化</li> <li>・ MICE や訪日教育旅行の増加</li> <li>・ 外国人材の受入拡大（規制緩和）</li> <li>・ 旅の「コト消費化」が進み、体験型観光が人気</li> <li>・ 「健康」「思い出巡り」がキーワード</li> </ul>	<p><b>脅威 (Threat)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 東日本大震災の風評被害や蔵王山の火山活動による災害リスク</li> <li>・ 政治的リスク（海外誘客）</li> <li>・ 人口減少の加速化、「団塊の世代」の70歳超え等により、旅行需要がピークアウト</li> <li>・ 人材不足の顕在化（宿泊・観光施設）</li> <li>・ 新型コロナウイルス感染症による影響</li> </ul>

※上記に加え、PEST分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入（様式自由）。



### (3) ターゲット

<p>○第1ターゲット層 香港・台湾を中心とした東南アジア、欧米豪の30～50代のリピーター</p>
<p>○選定の理由 当該ターゲット層は個別手配での山形への来訪率が高く、豊かな自然や食文化が強みの本県への来訪が市場としても期待できるため。 (出典)・山形県「旅行消費額等実態調査」(H29年度) 山形までの旅行手配方法：航空(船舶)券や宿泊等を個別に手配 東アジア 68.5%、欧米豪 90.3%、山形を旅した訪日外国人客の訪日・来県回数：来日回数6回以上 53.4% ・観光庁「訪日外国人消費動向調査」(H29) 訪日外国人客の訪日目的 日本食：台湾 64.0%、仏 81.9%、米 77.9%、豪 80.4% / スキー・スノーボード：台湾 5.7%、タイ 8.6%、英 6.1%、豪 19.3%</p> <p>○取組方針 各種調査および要因分析による戦略を立案し、域内DMO、DMCや市町村(観光協会)等と連携を図り、豊かな自然環境を活かした山形らしいニューツーリズム(「スノーカルチャーツーリズム」「ガストロノミーツーリズム」「スポーツツーリズム」)を推進し、ターゲット層に強かに訴求するコンテンツを磨き上げる。</p>
<p>○ターゲット層 シニア層とその家族</p>
<p>○選定の理由 高齢者層の増加により今後ターゲット層の市場拡大が想定され、本県の各地域でのバリアフリー施設や旅館等の受入環境整備やコンテンツ増加により、ターゲット層の動機づけになると考えられるため。(やまがたバリアフリーMAP、山形県バリアフリー関連情報ポータルサイト、山形バリアフリー観光ツアーセンターや天童温泉のユニバーサルツーリズムの取り組み等)</p> <p>○取組方針 介助者や家族の負担軽減や防災にも役立つ「バリアフリーツアー」「3世代旅行」を推進する。「湯治(クアオルト)」や「検診・治療」を兼ねた「ヘルスケアツーリズム」を推進する。</p>
<p>○ターゲット層 訪日教育旅行(台湾)・MICE</p>
<p>○選定の理由 訪日教育旅行は継続したネットワーク作りにより関係が強固なため、そのノウハウを他のMICE誘致に活かしていける。また、ターゲット層は将来の山形県へのリピーターに繋がると考える。 ・山形県教育旅行誘致協議会受入実績：H28：5校(340人)、H29：8校(473人)、H30：10校(429人)</p> <p>○取組方針 姉妹都市や友好協定等を締結している国・地域と連携しながらツアー客を受け入れることで異文化との接点を強化する。外国人材の受入や在住外国人の活用を積極的に進め、VFR(Visit Friends and Relatives)を推進する。</p>

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	山の向こうの もう一つの日本 Yamagata The Other Side of the Mountain ～ さくらんぼと雪のふるさと・やまがた ～
②コンセプトの考え方	「行ってみたくなる場所」であり「帰りたくなくなる場所」を目指す姿。 ・訪れる方にとっての「ふるさと」として、その魅力を世界に発信する。 ・お客様の心に日本を代表するふるさとならではの格別な安らぎを提供。 山形県の魅力をターゲット属性に向けてシンプルに伝えるコンセプトとするため、国内外から認知力のある“さくらんぼ”と「東の奥参り」と言われる出羽三山を中心に蔵王、烏海山、朝日山連峰など自然の豊かさとともに、本県の強みである山岳信仰や歴史文化、自然や果樹の魅力を反映している。 元駐日米国大使エドウィン・O・ライシャワー博士は、山形を「山の向こうのもう一つの日本」と表した。本県は東北域内のなかでも、日本の原風景を感じられる景色や精神文化、四季を通して楽しめる果樹園等の魅力が特徴である。

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。	<p>ワーキンググループ会議、形成・確立計画評価検証委員会、総会等において取組状況や調査分析、事業報告を説明する場を設けている。</p> <p>ワーキンググループ会議を年1～2回開催し、当協会が中心となり域内DMO、DMC及び地域の関連事業者へ取組状況、調査、分析等を意見交換。その後、活動の内容・成果、KPIの達成状況や取組について記載した事業報告書を作成し、形成・確立計画評価検証委員会（年1～2回）にて地域の関係者に説明を行うとともに、対外的にメディア、HP等で検証結果を公表。</p> <p>また、アドベンチャートラベル等事業展開時のワークショップ・企画会議等を通じ地域事業者とコミュニケーションを図り、当協会の総会（年1回）にて取組及び事業報告を行っている。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・登録 DMO 形成・確立計画評価検証委員会（委員長：山形県国際戦略検証委員会委員長 古田菜穂子氏、副委員長：東北観光推進機構理事長 紺野純一氏、委員：山形県、県内の地域連携 DMO、地域 DMO、交通事業者、宿泊事業者、旅行業関係者、シンクタンク等）及び同ワーキンググループを設置</li> <li>・当法人が事務局を持つ団体（山形県教育旅行誘致協議会、山形観光アカデミー、山形県スキー場連絡協議会、やまがた女将会、山形県奥の細道連絡協議会等）において、当法人の取り組みと連動した展開を図る。</li> </ul>

	<p>・山形県とは、域内の市町村（観光協会）、観光事業者等を巻き込んだ商談会等の開催時に効率的・効果的なプロモーション展開を図る。また、山形県の場面設定と併せ当協会独自の事業展開を図り、各事業の相乗効果を図る連携システム（役割）を構築し、継続的で効果的なプロモーションを行う。</p>
<p>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</p>	<p>当協会が事務局を持つ山形観光アカデミー、やまがた女将会、山形県観光ボランティアガイド連絡協議会等と連携し、受け入れ体制の向上を図る様々な研修会を展開し、観光産業に必要な新しい知見やノウハウを発揮できる人材の確保と育成を行うことで、観光事業者の経営基盤強化と高度化を図っていく。</p> <p>また、観光関連事業者ワーキンググループ会議を開催し、それぞれが抱える課題と解決策の共有を図るほか、それぞれの着地型旅行商品（観光物産コンテンツ）を繋いで新たな商品造成を行っていくことで、本県のブランド力向上と観光客へのサービス向上を図っていく。</p>
<p>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</p>	<p>県内の各市町村（観光協会）、観光物産事業者より情報を収集・集約し、当協会が戦略的に発信する情報発信の司令塔としての広報専門機関の役割を果たし、「やまがた観光情報センター」や山形県アンテナショップ「おいしい山形プラザ」（東京都銀座）、当協会が実施する全国の百貨店における物産展、当協会が管理運営する山形県観光ポータルサイト「やまがたへの旅」、山形県の特産品販売サイト「とっておきの山形」、新聞テレビ、SNS等での情報発信を一元的に実施する。</p> <p>また、山形県教育旅行誘致協議会の事務局として、農家民泊など地域素材の磨き上げを行い、国内外からの観光客、教育旅行等に対するワンストップ窓口を構築するとともに、山形県教育委員会や山形県教育旅行誘致委員会会員、県内の市町村に声掛けし、台湾において台湾からの教育旅行誘致のための商談会を設定するなどの事業を行う。</p> <p>山形県全域をマネジメントエリアとする地域連携 DMO の当協会が、地域を繋ぎ、地域と中央、広域連携 DMO を繋ぎ、地域と世界を繋ぐ役割を担っていく。</p>

※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		2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	226,700 (8,700)	232,100 (10,100)	238,700 (11,700)	244,500 (13,500)	260,000 (20,000)	( )
	実績	134,868 (4,926)	125,229 ( 0 )	152,839 (不明)			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	5,620 (220)	5,710 (255)	5,805 (295)	5,900 (345)	6,000 (400)	( )
	実績	3,513 (87)	3,451 (16)	4,040 (26)			
●来訪者満足度 (%)	目標	26.7 (-)	28.0 (-)	32.1 (-)	35.3 (-)	40.0 ( )	( )
	実績	26.5 (-)	29.2 (-)	35 (-)			
●リピーター率 (%)	目標	65.0 (-)	66.0 (-)	67.0 (-)	68.0 (-)	69.0 ( )	( )
	実績	84.9 (-)	84.4 (-)	82.5 (-)			

※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】

山形県では、山形県観光審議会を開催し、「おもてなし山形県観光計画」における数値目標を設定するとともに「第4次山形県総合発展計画実施計画」において数値目標及び数値指標を設定。この目標を達成するため、県及び関係団体、企業等が連携し事業展開を図っている。

このため、当協会においても、この目標にあわせ域内のDMO、DMC、市町村（観光協会）、関係団体、企業と連携しながら戦略を立てていくこととし、以下の目標値を設定している。

#### 【設定にあたっての考え方】

##### ●旅行消費額

山形県が設定する目標値にあわせ設定。引き続き国内外の旅行需要の完全な回復には時間がかかる可能性があるが、高付加価値化商品の販売、長期滞在のコンテンツ造成など県内のブランド力向上を見込み、2024年（R6）の目標値を260,000百万円とした。

##### ●延べ宿泊者数

山形県が設定する目標値にあわせ設定。国のインバウンド受入再開等を受け、地方への誘客も近いうちに回復していくことを想定。外国人観光客の受け入れにあたっては、新たなコンテンツ造成や着地型旅行商品の磨き上げ、一元化した販売チャネルの確立などハード面の整備を進め、人材育成研修の実施などソフト面の受け入れ態勢の強化、プロモーションの強化を図り、2024年に6,000千人泊を目指す。

## ●来訪者満足度

令和3年度より、6段階評価に変更し目標値（6段階評価で最も高い評価「大変満足」の割合）を再設定した。更なる人材育成や接客対応の向上、新たな旅行体験を提供していくことが重要と考える。令和2年度まではNPS（ネットプロモータースコア）指標での評価を記載。

## ●リピーター率

来訪者満足度を向上させ、コンテンツのブラッシュアップを図るとともに常に新たな情報発信を行っていくことでリピーター率を毎年1%ずつ伸ばしてい。

## (2) その他の目標

指標項目		2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度
●WEBサイトのアクセス(セッション)数(観光)(万件)	目標	272.3 (13.6)	280.0 (13.3)	310.0 (14.7)	330.0 (15.7)	350.0 (17.2)	( )
	実績	162.1 (16.3)	215.4 (4.8)	364.6 (11.6)			
●WEBサイトのアクセス(セッション数)(物産)(万件)	目標	28.0 (-)	35.0 (-)	43.7 (-)	54.6 (-)	68.2 (-)	( )
	実績	23.8 (-)	25.3 (-)	18.6 (-)			
●訪日教育旅行受入数(件)	目標	20 (800)	2 (100)	15 (600)	20 (800)	25 (1,000)	( )
	実績	0 (0)	0 (0)	0 (0)			
●MICE受入数(件)	目標	140 (-)	50 (-)	70 (-)	100 (-)	110 (-)	( )
	実績	3 (-)	3 (-)	25 (-)			
●インターネット販売(山形県の特産品)注文件数(件)	目標	1,400 (-)	2,100 (-)	2,200 (-)	2,300 (-)	3,100 (-)	( )
	実績	1,975 (-)	2,425 (-)	1,600 (-)			
●外国人観光客平均宿泊日数(日)	目標	1.56 (-)	1.40 (-)	1.46 (-)	1.51 (-)	1.56 ( )	( )
	実績	1.48 (-)	2.18(※) (-)	1.64 (-)			
●外国人観光客の訪問率(%)	目標	0.3 (-)	0.1 (-)	0.2 (-)	0.3 (-)	0.4 ( )	( )
	実績	1.2(※) (-)	集計なし (-)	集計なし (-)			
●山形県内着地型旅行商品造成数(本)	目標	270 (-)	405 (-)	607 (-)	910 (-)	1,365 ( )	( )
	実績	161 (-)	490 (-)	579 (-)			
	目標	225 (-)	337 (-)	505 (-)	757 (-)	1,135 ( )	( )

●山形県内着地型旅行商品成約数（本）	実績	160 (一)	656 (一)	672 (一)			
	目標	32 (一)	64 (一)	128 (一)	256 (一)	512 ( )	( )
●決済システム導入件数（件）	実績	48 (一)	28 (一)	31 (一)			
	目標	692 (一)	640 (一)	690 (一)	740 (一)	790 ( )	( )
●山形県観光物産協会会員数（会員）	実績	589 (一)	601 (一)	603 (一)			
	目標	170 (一)	153 (一)	163 (一)	173 (一)	183 ( )	( )
●山形県観光物産協会関係団体会員数（会員）	実績	143 (一)	143 (一)	143 (一)			
	目標	170 (一)	153 (一)	163 (一)	173 (一)	183 ( )	( )

※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】

山形県のブランド創出及び付加価値の向上を図るためには、顧客の関心（ニーズ）を捉え、地域の魅力を十分に伝えるコンテンツ商品を造成していく必要がある。また、これらを展開していくうえで、当協会の取り組みを観光、物産事業者を始めとした県民が理解し、連携体制を強化していくことが重要と考え、以下の項目・数値を設定した。

### 【設定にあたっての考え方】

#### ●WEBサイトのアクセス数（観光）

毎年10%増を設定。ユーザーの興味関心が高い特集や情報を定期的に発信することによりアクセス向上を継続に図る。市町村の情報や旅行商品等の予約など利便性をさらに高め、ニーズに合ったコンテンツの充実によりブランド価値向上を図っていく。

#### ●WEBサイトのアクセス数（物産）

顧客が本県の物産に対し、どの程度関心があるのか、どのようなものに興味関心を持っているのかを把握するために設定。大手モール「Yahoo ショッピング」への出店、SEO対策やSNS等を活用した情報発信を継続的に行うとともに、引き続きニーズ分析し需要喚起を図り毎年25%ずつの増を図っていく。

#### ●訪日教育旅行受入数

若い世代の交際交流を通じ、将来のリピーターの確保を図っていくことから訪日教育旅行数をターゲットとして設定。2023（R5）年度は往来回復を見越し、2020年度程度までに戻せるよう目標を設定。毎年5件増で設定する。

#### ●MICE受入数

旅行消費額増へ効果的な事業であるが、新型コロナによる影響が大きくオンラインでの実施に転じている実態を受け目標を見直し、改めて数年間でコロナ前の実績に回復するよう設定。毎年10件増。

#### ●インターネット販売（山形県の特産品）注文件数

WEBサイト（物産）のアクセス数も伸びており、本県の特産品の認知度の定着を目指し、顧客ニーズに合った商品掲載を図ることにより毎年100件ずつの増で設定。

#### ●外国人観光客平均宿泊日数

海外からの往来制限により目標値を見直し、高まる旅行ニーズに対応できるよう旅行商品、滞在型プランの充実を図りながら、徐々に戻しながら毎年0.05ずつ伸ばしていく。

●外国人観光客の訪問率

※観光庁訪日外国人消費動向調査が令和3年10～12月期の実施のみ。訪問率の公表なし。

日本国全体における外国人観光客の減少に対し本県も影響があることから、国全体の外国人観光客数が戻り地方へ観光客が戻る時間差を考え、訪問率を回復させていく。

●山形県内着地型旅行商品造成数

現状は主に県民向けの旅行商品造成となっているため、今後は長期滞在型や新たなニーズに対応できる旅行商品の造成を図っていくとともに、自主企画の着地型旅行商品の増を図り、毎年50%増を図る。

●山形県内着地型旅行商品成約数

Webサイトを活用したPRや、SEO対策やSNS等を活用した情報発信など、数多くの情報掲出を図ることにより着地型旅行商品造成数と同じ毎年50%の増を図る。

●決済システム導入件数

着地型旅行商品の造成と販売方法の変更・拡大等に対応する受入環境整備の強化を図ることで毎年倍増する目標とする。

●山形県観光物産協会会員数

観光、物産、交通、メディア等幅広い分野から毎年50会員増を図る。

●山形県観光物産協会関係団体会員数

当協会の活動の他、関係団体の活動方針を域内事業者等に説明し、毎年5団体増を図る。

## 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)
2020(R2) 年度	1,309,307,000	【受取会費】11,753,000円 【事業収益】14,268,000円 【都道府県からの補助金】1,199,344,000円 【地方公共団体からの指定管理等受託収益】55,197,000円 【受取負担金】5,619,000円 【雑収益】23,125,000円 【他】1,000円
2021(R3) 年度	5,123,153,000	【受取会費】4,753,000円 【事業収益】17,942,000円 【都道府県からの補助金】458,062,000円 【地方公共団体からの指定管理等受託収益】4,624,708,000円 【受取負担金】5,985,000円 【雑収益】11,703,000円
2022(R4) 年度	9,815,458,000	【受取会費】18,713,000円 【事業収益】20,441,000円 【国からの補助金】1,136,000円 【都道府県からの補助金】108,765,000円 【地方公共団体からの指定管理等受託収益】9,654,703,000円 【上記外受託収益】37,495,000円 【受取負担金】5,916,000円 【雑収益】5,753,000円 【他】31,000円
2023(R5)	2,251,512,000	【受取会費】18,931,000円

年度		【事業収益】 22,960,000 円 【国からの補助金】 2,500,000 円 【都道府県からの補助金】 119,462,000 円 【地方公共団体からの指定管理等受託収益】 2,070,283,000 円 【受取負担金】 6,700,000 円 【雑収益】 10,647,000 円 【他】 29,000 円
2024 (R 6) 年度	758,543,000	【受取会費】 21,081,000 円 【事業収益】 33,162,000 円 【都道府県からの補助金】 630,447,000 円 【地方公共団体からの指定管理等受託収益】 60,569,000 円 【受取負担金】 6,900,000 円 【雑収益】 6,384,000 円
2025 (R 7) 年度	758,543,000	【受取会費】 21,081,000 円 【事業収益】 33,162,000 円 【都道府県からの補助金】 630,447,000 円 【地方公共団体からの指定管理等受託収益】 60,569,000 円 【受取負担金】 6,900,000 円 【雑収益】 6,384,000 円

## (2) 支出

年 (年度)	総支出	内訳 (具体的に記入すること)
2020 (R 2) 年度	1,324,286,000	【観光資源の磨き上げ】 21,844,000 円 【受入環境整備】 5,415,000 円 【案内所の整備】 43,308,000 円 【マーケティング】 12,209,000 円 【情報発信・プロモーション】 16,961,000 円 【一般管理費】 19,585,000 円 【その他】 1,204,964,000 円
2021 (R 3) 年度	5,125,323,000	【観光資源の磨き上げ】 21,422,000 円 【受入環境整備】 14,916,000 円 【案内所の整備】 44,120,000 円 【マーケティング】 14,753,000 円 【情報発信・プロモーション】 16,379,000 円 【一般管理費】 17,352,000 円 【その他】 4,996,381,000 円
2022 (R 4) 年度	9,814,652,000	【観光資源の磨き上げ】 24,446,000 円 【受入環境整備】 12,549,000 円 【案内所の整備】 44,708,000 円 【マーケティング】 17,209,000 円 【情報発信・プロモーション】 37,594,000 円 【一般管理費】 17,740,000 円 【その他】 9,660,406,000 円
2023 (R 5) 年度	2,262,730,000	【観光資源の磨き上げ】 2,192,000 円 【受入環境整備】 56,765,000 円 【案内所の整備】 16,132,000 円 【マーケティング】 19,577,000 円 【情報発信・プロモーション】 55,560,000 円 【一般管理費】 18,342,000 円 【その他】 2,074,434,000 円
2024 (R 6)	829,458,000	【観光資源の磨き上げ】 23,620,000 円



年度		<b>【受入環境整備】</b> 81,118,000 円 <b>【案内所の整備】</b> 44,334,000 円 <b>【マーケティング】</b> 15,654,000 円 <b>【情報発信・プロモーション】</b> 21,186,000 円 <b>【一般管理費】</b> 19,257,000 円 <b>【その他】</b> 624,289,000 円
2025 (R7) 年度	829,458,000	<b>【観光資源の磨き上げ】</b> 23,620,000 円 <b>【受入環境整備】</b> 81,118,000 円 <b>【案内所の整備】</b> 44,334,000 円 <b>【マーケティング】</b> 15,654,000 円 <b>【情報発信・プロモーション】</b> 21,186,000 円 <b>【一般管理費】</b> 19,257,000 円 <b>【その他】</b> 624,289,000 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

県内の観光物産事業者に当協会の活動を説明し、会員になってもらうことで会費収入の増を図っていく。一元的で効果的なプロモーションによる本県の観光振興、物産振興を実施し、ランドオペレーター業務や手配旅行を取り扱うことで旅行業による自主事業収益の増、全国の百貨店における「山形県の物産展」開催や Web を活用した販促キャンペーン等の実施に伴う収益により運営資金の確保を図る。併せて国や山形県からの補助金、その他の受託事業収益と併せて継続的な資金確保に取り組んでいく。

## 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

山形県は、山形県観光物産協会とともに県内の DMO 等の相互理解や連携強化等を図り、県内一体となった全県的な推進体制による観光地域づくりを推進する。

## 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】**

域内にある地域 DMO、DMC とは年 1~2 回のワーキンググループ及び登録 DMO 形成・確立計画評価検証委員会を開催し、意見交換を行っている。

### **【区域が重複する背景】**

当 DMO は山形県の外郭団体を前身とし、山形県全域の付加価値向上と物産を含めたブランディング及びマネジメントを行うと共に、ユニバーサルマナーや観光危機管理を含めた人材育成、観光介護ボランティア（仮称）制度の創設等にも取り組んでおり、地域 DMO、DMC と設立背景が異なる。

**【重複区域における、それぞれのDMOの役割分担について】**

当DMOは山形県全域をマネジメントエリアとしているため、アドベンチャートラベルの普及やコロナ禍における危機管理としてのセミナー、東北観光推進機構や国と連携し情報発信・プロモーションを実施し、域内の地域DMO・DMCは補助的にその役割を分担するなど相乗効果を出せる役割分担になっている。

**【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】**

山形県全体のマネジメントに関する戦略策定や情報発信については当DMOが担い、地域DMO・DMCは旅行商品の開発等を主体とし当DMO事業と連携を図るなど相互連携し、効果的な活動を行っている。

**10. 記入担当者連絡先**

担当者氏名	福田 直子
担当部署名（役職）	DMO推進室（観光物産プロデューサー）
郵便番号	990-8580
所在地	山形県山形市城南町一丁目1番1号
電話番号（直通）	023-647-2333
FAX番号	023-646-6333
E-mail	dmo@yamagatakanko.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	山形県
担当者氏名	大野 大介
担当部署名（役職）	観光文化スポーツ部観光復活推進課 （企画調整主査）
郵便番号	990-8570
所在地	山形県山形市松波二丁目8番1号
電話番号（直通）	023-630-2104
FAX番号	023-630-2097
E-mail	onod@pref.yamagata.jp

記入日: 令和5年 7月 1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  
 【設立時期】 昭和9年4月(昭和32年12月法人化)  
 【設立経緯】 ③区域の観光協会がDMOに移行  
 【代表者】 平井 康博(会長)  
 【マーケティング責任者(CMO)】 福田直子(DMO推進室 観光物産プロデューサー)  
 【財務責任者(CFO)】 安孫子義浩(専務理事(兼)DMO推進室長)  
 【職員数】 26人(常勤理事除く)  
 (常勤26人(正職員11人・嘱託職員15人・出向等0人))  
 【主な収入】  
 事業収益 20百万円、国・県補助事業 110百万円(R4年度決算)  
 【総支出】  
 (例)事業費 2,245百万円、一般管理費 18百万円(R4年度決算)  
 【連携する主な事業者】  
 県、周辺市町村、各観光関連団体及び事業者

KPI(実績・目標)

※( )内は外国人に関するもの。

項目		2020 (R2)年	2021 (R3)年	2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年
旅行消費額 (百万円)	目標	226,700 (8,700)	232,100 (10,100)	238,700 (11,700)	244,500 (13,500)	260,000 (20,000)	( )
	実績	134,868 (4,926)	125,229 (不明)	152,839 (不明)	—	—	—
延べ宿泊者数 (千人)	目標	5,620 (220)	5,710 (255)	5,805 (295)	5,900 (345)	6,000 (400)	( )
	実績	3,513 (87)	3,451 (16)	4,040 (26)	—	—	—
来訪者満足度 (%)	目標	26.7 (-)	28.0 (-)	32.1 (-)	35.3 (-)	40.0 (-)	( )
	実績	26.5 (-)	29.2 (-)	35 (-)	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	65.0 (-)	66.0 (-)	67.0 (-)	68.0 (-)	69.0 (-)	( )
	実績	84.9 (-)	84.4 (-)	82.5 (-)	—	—	—

戦略

【主なターゲット】  
 1)台湾を中心とした東アジア、欧米豪の30～50代の訪日リピーター  
 2)国内シニア層とその家族  
 3)訪日教育旅行・MICE  
 【ターゲットの誘客に向けた取組方針】  
 1)DMO,DMC等と連携し山形らしいニューツーリズムを推進しコンテンツを磨き上げる。2)「バリアフリーツアー」「湯治(クアオルト)」等を推進。3)姉妹都市や友好協定等を締結している国・地域と連携強化する。  
 【観光地域づくりのコンセプト】  
 山の向こうの もう一つの日本  
 ～ さくらんぼと雪のふるさと・やまがた ～

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

・広域周遊観光促進事業を活用したアドベンチャートラベル事業コンテンツ造成事業を実施。

【受入環境整備】

・多言語開設整備支援事業(観光庁直轄事業)において銀山温泉地域の観光資源をR4年度は英語、R5年度は簡体字・繁体字の解説文を作成。

・山形観光アカデミーにおいて初任者向けビジネス基礎講座開講及び中堅・経営者層向けのトップセミナー等を開催。

【情報発信・プロモーション】

・山形県観光情報センター、県公式観光HPにおいてイベントやトピックス情報を発信。  
 ・当協会が運営する県産品通販サイトや新たに開設したWebアンテナショップで県産品のPR・販促を行った。

【その他】

・台湾からの教育旅行誘致促進のため、山形と台湾の高校生の交流イベントを台湾高雄市にて開催。



アドベンチャートラベル事業



グローバルサミット