

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和4年 1月 25日

1. 観光地域づくり法人の組織

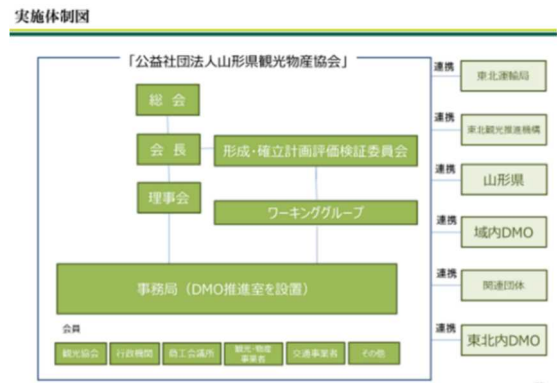
申請区分 ※該当するものを○ で囲むこと	広域連携DMO・ 地域連携DMO ・地域DMO	
観光地域づくり法人 の名称	公益社団法人山形県観光物産協会	
マーケティング・マネ ジメント対象とする 区域	山形県全域：13市19町3村	
所在地	山形県山形市	
設立時期	昭和9年4月1日（法人認可：昭和32年12月27日） （平成25年4月1日付で公益社団法人に移行）	
職員数	28人【常勤28人：正職員11人、出向1人、嘱託職員16人】※R3.12月現在	
代表者（トップ人 材：法人の取組につ いて対外的に最終的 に責任を負う者） ※必ず記入すること	（氏名） 平井 康博 （出身組織名） （株）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。
データ収集・分析等 の専門人材（CM O：チーフ・マーケ ティング・オフィサー ） ※必ず記入すること	（氏名） 福田 直子 （専従）	中央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	（氏名） 小野 真哉	山形県庁在職時に県商工労働観光部観光推進監として、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。平成30年に（公社）山形県観光物産協会の専務理事に就任し、平成31年4月1日にDMO推進室長に就任。
各部門（例：プロモ ーション）の責任者 （専門人材） ※各部門責任者のう ち専従の者について は、氏名の右横に 「専従」と記入す ること	（氏名） 小野 真哉	山形県庁在職時に県商工労働観光部観光推進監として、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。平成30年に（公社）山形県観光物産協会の専務理事に就任し、平成31年4月1日にDMO推進室長に就任。 （（兼）CFO）
各部門（例：旅行商 品の造成・販売）の責 任者（専門人材）	（氏名） 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

(別添) 様式 1

		<p>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。</p> <p>(国内旅行業務取扱管理者)</p>
<p>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</p>	<p>山形県観光復活戦略課 (精神文化・インバウンドプロモーション室) (マーケティング、プロモーション)</p> <p>〃 商業・県産品振興課 (県産品)</p> <p>〃 総合交通政策課 (地域公共交通)</p> <p>〃 各総合支庁 観光振興室</p> <p>各市町村観光担当課 (観光振興全般)</p>	
<p>連携する事業者名及び役割</p>	<p>おもてなし山形、山形アドビューロ、寒河江市観光物産協会、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天童温泉等の域内DMO、DMC (マーケティング、プロモーション)</p> <p>ユトリアグループ (旅行商品造成販売、プロモーション)</p> <p>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)</p> <p>東北観光推進機構 (マーケティング、プロモーション)</p> <p>日本政府観光局 JNTO (プロモーション)</p> <p>日本観光振興協会 (マーケティング、プロモーション)</p> <p>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)</p> <p>やまがた観光キャンペーン推進協議会 (マーケティング、プロモーション)</p> <p>山形県国際観光推進協議会 (マーケティング、プロモーション)</p> <p>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)</p> <p>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)</p> <p>ANTA 山形県支部 (地域内の連絡調整、旅行商品造成販売)</p> <p>山形県旅館ホテル衛生同業組合 (地域内の連絡調整)</p> <p>日本旅館協会山形県支部 (地域内の連絡調整)</p> <p>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)</p> <p>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)</p> <p>山形県バリアフリー観光ツアーセンター (ユニバーサルマナー、バリアフリー旅行商品造成販売)</p>	
<p>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</p>	<p>○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。</p> <p>○公益社団法人山形県観光物産協会日本版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: 東北観光推進機構専務理事 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各事業の検証、域内事業者の活動の確認、連携等について、議論し、PDCAサイクルの確立を図っている。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。</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していくため、県内の観光事業をはじめとした地域の方々を対象とし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っていく。</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作っていくため、県民に向けた情報発信を行っていく。</p>	
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>(活動の概要)</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>	
事業	実施概要
調査・分析	<ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルスによる被害状況及び国・県等への要望に係る緊急調査 (R2 年 3 回実施) ・新型コロナウイルス感染症による教育旅行への影響に係る緊急調査 (R2 年) ・県内需要喚起キャンペーン事業の応募分析調査 (R2 年) ・着地型コンテンツ造成状況調査
情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・令和元年 台湾観光プロモーション山形セミナー事業 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。 ・令和元年 観光キャンペーン推進事業 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。 ・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。
受入環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> ・令和元年 情報発信カススキルアップ実践講座 地方創生推進協同機構庄司岳氏を招き、自社サイトや商品の魅力発信の実践について講座を開いた。 ・令和元年 スポーツツーリズム (地域をつなぐ仕組み作り) セミナー 日本スポーツツーリズム推進機構中山哲郎氏の講演と併せサイクリングツーリズム実践者や県及び県内観光事業者とのパネルディスカッションを実施。
観光資源の磨き上げ	<ul style="list-style-type: none"> ・令和元年 酒蔵ツーリズム研修及びツアー造成 山形県酒造組合、県工業技術センター、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及び、県内での酒蔵・ワイナリー巡りツアーを実施。 ・令和元年 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) 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造成を行った。
<p>(定量的な評価)</p> <p>○山形県観光情報センター来館者数 令和元年 169,363 人 / 令和 2 年 70,036 人 (前年比 58.6%減)</p> <p>○延べ宿泊者数 (国内) 令和元年 5,571,860 人 / 令和 2 年 3,513,220 人 (前年比 36.9%減)</p> <p>○延べ宿泊者数 (外国人) 令和元年 234,050 人 / 令和 2 年 87,440 人 (前年比 62.6%減)</p>	


(別添) 様式 1

<p>実施体制 ※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>実施体制の概要) ○総会及び理事会を定期的に開催するほか、幹部会議及びDMO推進にあたっての事業打合せを隔週にて実施している。 ○当協会の役員として、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している。また、役員2名(山形県職員OB)が常勤している。 ○公益社団法人山形県観光物産協会日本版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 専務理事 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各事業の検証、域内事業者の活動の確認、連携等について、議論し、PDCAサイクルの確立を図っている。 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・物産事業者が加盟している。(令和3年12月時点の会員数:603会員) ○事業を推進していくうえで、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との連携を図っている。 ○東京、大阪、名古屋、札幌に支部を有している。</p> <p>実施体制図</p> 
---	---

2. 観光地域づくり法人がマーケティング・マネジメントする区域

【区域の範囲】 山形県全域

【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鳥海山、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。



【最上地方】
 四方を鳥海山や月山、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。

【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。

【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と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が育成されている。7市7町で構成。

山形県は、4つの地域で区域設定しており、各区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できており、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。

【区域設定の考え方】

山形県は一つ一つの観光素材は魅力的なものが多い一方、訴求力のある話題づくりやPR、観光事業者、物産事業者との関係がうまくできていない状況であった。また、これに併せて県内の各エリア、各市町村がそれぞれに観光戦略をたてプロモーションを実施してきたことから、県全体での一元的なプロモーションに課題があった。そのため、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】

令和2年度における本県の観光者数は約27,511千人（前年比39.3%減）。10月と11月はGoToトラベルキャンペーンにより旅行需要が回復し減少幅が小さくなった。なお、訪日外国人については令和2年（1～12月）126千人（前年比67.6%減）となっている。国籍別では台湾が72千人と一番多く、次いで香港、中国の順となっている。新型コロナウイルス感染症の拡大による入国制限等により、過去最高を更新した令和元年から大幅に減少した。

【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】

山形県は、県土面積が国土面積の約2.5%で、このうち72%を森林が占めており、蔵王、鳥海、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」、山形の秋の風物詩「芋煮」を近隣の河川敷で食する「芋煮会」、夏の暑さを和らげるために開発された「冷たいラーメン」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、その戻り船としてきらびやかな京や大阪の文化が県内に入り、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。

エリア名	温泉地数	施設数	定員数
村山地方	29	146	13,027
最上地方	11	50	3,201
置賜地方	22	56	3,834
庄内地方	20	61	6,583

(別添) 様式 1

計	82	313	26,645
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。			

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	必須 KPI 項目の計測	山形県調査資料を活用
旅行消費額 (一人当たり単価)	必須 KPI 項目の計測	山形県調査資料を活用
延べ宿泊者数	必須 KPI 項目の計測	山形県調査資料を活用
来訪者満足度	必須 KPI 項目の計測	山形県調査資料を活用
リピーター率	必須 KPI 項目の計測	山形県調査資料を活用
WEB サイトのアクセス数 (観光)	山形への観光情報へのアクセス状況の把握	Google Analytics による収集
WEB サイトのアクセス数 (物産)	山形の物産に対する興味、人気を把握	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	独自にアンケート調査を実施
訪日教育旅行受入数	将来のリピーター候補数を把握	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	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	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	本県の課題である滞在日数の増を図るためのコンテンツ数の指標とするため	域内事業者にアンケート調査を実施
山形県内着地型旅行商品成約数	同上及びニーズと本県コンテンツがどの程度合致するかを把握	域内事業者にアンケート調査を実施
決済システム導入件数	外国人観光客の受入体制がどの程度進んでいるのか把握	域内事業者にアンケート調査を実施
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	入会実会員数
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	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 2 年度の県内主要観光地における観光者数は、2,751 万人となり、令和元年度と比較して約 1,780 万人減 (前年比 39.3%減) となった。新型コロナウイルス感染症等の長引く影響による観光施設の休業やイベントの中止、不要不急の外出の抑制が影響と考えられる。なお外国人受入数は入国制限等によるインバウンド需要の消失により過去最高を更新した令和元年から大幅に減少した。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、ポストコロナに向けた観光誘客促進のため、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、マイクロツーリズムやワーケーション、山形県の観光資源を活かすスポーツ、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	強み (Strengths) <ul style="list-style-type: none"> ・ 県内全市町村に湧き出る温泉 (地) ・ 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 ・ 日本の原風景がそのまま存在 (未開発エリアが多い) ・ 東京や北海道などインバウンド人気エリアから近い ・ 東北中央道の延伸 (高速道路網の充実) ・ 「山形新幹線」が存在 ・ ユニバーサルデザインやバリアフリー対応施設が多い 	弱み (Weaknesses) <ul style="list-style-type: none"> ・ 「山形」の知名度が低い ・ 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 ・ パスポート取得率や海外渡航率が低い (国際化の遅れ) ・ 2次交通網が弱い ・ 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
外部環境	機会 (Opportunity) <ul style="list-style-type: none"> ・ 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 ・ 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 ・ MICE や訪日教育旅行の増加 ・ 外国人材の受入拡大 (規制緩和) ・ 旅の「コト消費化」が進み、体験型観光が人気 ・ 「健康」「思い出巡り」がキーワードになっている。 	脅威 (Threat) <ul style="list-style-type: none"> ・ 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 ・ 政治的リスク (海外誘客) ・ 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 ・ 人材不足の顕在化 (宿泊・観光施設) ・ 新型コロナウイルス感染症による影響

※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

○第1ターゲット層：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
○選定の理由 SWOT分析による本県の「強み」と外部環境による「機会」により選定。
○取組方針 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、台湾などのアジア圏の他、欧米豪を新たなターゲットとしていく。 域内DMO、DMCや市町村 (観光協会) 等と連携し、魅力的な観光素材をテーマにあわせたキラコンテツ商品にしていく。またプロモーションにおいては、東北観光推進機構等と連携し世界に発信していく。
○ターゲット層：シニア層とその家族
○選定の理由 SWOT分析による本県の「強み」と外部環境による「脅威」により選定。 「脅威」は市場機会を見つけ出すことで「機会」に変えていく。

(別添) 様式 1

<p>○取組方針 介助者や家族の負担軽減や防災にも役立つ「バリアフリースーツ」「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・MICE</p>
<p>○選定の理由 SWOT分析による本県の「弱み」と外部環境による「機会」により選定。 段階的施策として、教育旅行は伸びているため、そのノウハウを他のMICE誘致に活かしていき ること、また受入整備が進んでいるために、これらが徐々に弱みでなくなっていくと考える。</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	<p>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 ~</p>
②コンセプトの考え方	<p>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。 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。巨大工場や高速道路から成り立つ大都市とは趣を異にした山形の姿に感動し、日本の本来の姿を思い出させる美しいところであると、帰国後も多くの方々へ山形の魅力を伝えている。</p> <p>山形にはいにしえから伝わる文化が、現代まで受け継がれており、厳しい自然環境のもとで生活していくため人々の知恵が生まれ、変化に富んだ四季が山形の風土を創り出している。そしてここに住まう人の温もりと優しさ、笑顔がある。便利さを求め人々の暮らしが都市部へ集中している現代、山の向こうのもう一つの日本は、誰もが心の中に持つ「郷愁」を思い起こさせてくれる。「行ってみたいくなる場所」そして「帰りたくなる場所」それが山形の目指す姿。日常を忘れ心の癒しと安らぎがある、訪れる方にとっての「ふるさと」山形。私たちは、その魅力を世界に発信していく。</p> <p>【山形の「約束」】 旅の空気感 都会では味わえない静けさ、懐かしさ、ふるさとと感 旅の景色 日本本来の姿に思いを馳せる美しさ 旅の体験 四季折々の豊かな自然に抱かれる感動 旅の発見 悠久の美と技が織りなす彩食工芸 巡り逢う人びと 溢れ出る笑顔、温もり、そして優しさ</p>

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
----	----

(別添) 様式 1

<p>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>	<p>1) ワーキンググループ実施 (年 1～2 回) 域内の 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。 2) 評価検証委員会を実施 (年 1～2 回)。対外的に検証結果を公表。 3) 当協会の総会 (年 1 回) にて取組及び事業報告</p> <p>山形県全域を対象とした地域連携 DMO として、域内の DMO、DMC、観光物産事業者等が連携し、一元的なプロモーションや受入整備を行う地域の舵取り役となることが当法人の役割と考え、公益社団法人山形県観光物産協会日本版 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 専務理事 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 各事業の検証、域内事業者の活動の確認、連携等について、議論し、PDCA サイクルの確立を図る。また、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、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っていく。</p> <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を開催した際に、ターゲット別に会の運営を図り、効率的、効果的なプロモーションの展開を図っていく等、山形県がプロモーションの場面を設定し、そこに当協会独自の事業展開を図ることで、それぞれの事業の相乗効果を図っていく連携システム (役割) を構築し、継続的で効果的なプロモーションを行っていく。</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 (おもてなしのための接客基礎講座や外国人観光客対応のための観光ガイド研修会、観光事業者スキルアップ実践研修会、観光事業者・観光ガイド合同研修会) 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し、まとめ、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		2018 (H30) 年度	2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	237,000 (-)	250,000 (9,543)	226,700 (8,700)	232,100 (10,100)	238,700 (11,700)	244,500 (13,500)
	実績	217,686 (6,535)	223,466 (10,474)	134,868 (4,926)	()	()	()
●旅行消費額 (一人当たり単 価) (円)	目標	— (-)	— (-)	— (-)	()	()	()
	実績	— (-)	10,383 (31,548)	8,435 (96,588)	()	()	()
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	6,299 (155)	6,200 (213)	5,620 (220)	5,710 (255)	5,805 (295)	5,900 (345)
	実績	5,431 (163)	5,571 (234)	3,513 (87)	()	()	()
●来訪者満足度 (%)	目標	— (-)	25.0 (-)	26.7 (-)	28.0 (-)	28.8 (-)	31.3 (-)
	実績	17.0 (-)	23.6 (-)	26.5 (-)	(-)	(-)	(-)
●リピーター率 (%)	目標	63.0 (-)	64.0 (-)	65.0 (-)	66.0 (-)	67.0 (-)	68.0 (-)
	実績	63.0 (-)	62.0 (-)	84.9 (-)	(-)	(-)	(-)

※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】

※各指標の目標値については、今後新型コロナウイルス感染症の推移をみて変更について検討し、確定した時点で変更していくこととする。

●旅行消費額

山形県が設定する目標値にあわせ設定。2020年は新型コロナウイルス感染症拡大等の影響により目標値の見直しを行った。2021年も引き続き国内外の旅行需要の回復に時間がかかる可能性があるが消費単価増を見込み、同年に開催する東北DC開催により減少幅を極力少なくすることとし、2021年の目標値を232,100百万円とした。

●延べ宿泊者数

(別添) 様式 1

山形県が設定する目標値にあわせ、目標値を設定。外国人観光客の受け入れにあたっては、ポストコロナに向けてWiFiエリア増加や着地型旅行商品の造成、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、ワーケーション等のニューツーリズムの促進とプロモーションの強化を図り、2021年に5,710千人を目指す。

●来訪者満足度

ニューノーマルの観光商品造成やコンテンツの磨き上げを促進し、キャッシュレス決済の導入等受入環境の整備、おもてなし講座等による更なる人材育成や接客対応の向上を図ることで、旅行満足度を維持していくこととする。

●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%ずつ伸ばしていくこととする。

(2) その他の目標

指標項目		2018 (H30) 年度	2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度
●WEBサイトのアクセス(セッション)数(観光)(万件)	目標	— (—)	257.3 (12.2)	285.9 (13.6)	280.0 (13.3)	310.0 (14.7)	330.0 (15.7)
	実績	228.8 (10.9)	253.0 (11.4)	162.1 (16.3)	()	()	()
●WEBサイトのアクセス(セッション数)(物産)(万件)	目標	— (—)	22.4 (—)	28.0 (—)	35.0 (—)	43.7 (—)	54.6 (—)
	実績	17.8 (—)	20.1 (—)	23.8 (—)	(—)	(—)	(—)
●訪日教育旅行受入数(件)	目標	— (—)	15 (600)	20 (800)	2 (100)	15 (600)	20 (800)
	実績	10 (429)	6 (416)	0 (0)	()	()	()
●MICE受入数(件)	目標	— (—)	132 (—)	140 (—)	50 (—)	70 (—)	100 (—)
	実績	97 (—)	88 (—)	3 (—)	(—)	(—)	(—)
●インターネット販売(山形県の特産品)注文件数(件)	目標	— (—)	1,300 (—)	1,400 (—)	2,100 (—)	2,200 (—)	2,300 (—)
	実績	1,140 (—)	1,389 (—)	1,975 (—)	(—)	(—)	(—)
●外国人観光客平均宿泊日数(日)	目標	— (—)	1.51 (—)	1.56 (—)	1.40 (—)	1.46 (—)	1.51 (—)
	実績	1.46 (—)	1.40 (—)	(—)	(—)	(—)	(—)
●外国人観光客の訪問率(%)	目標	— (—)	0.3 (—)	0.3 (—)	0.1 (—)	0.2 (—)	0.3 (—)
	実績	0.3 (—)	0.4 (—)	(—)	(—)	(—)	(—)
		—	180	270	405	607	910

(別添) 様式 1

●山形県内着地型旅行商品造成数(本)	目標	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	120	544	161			
●山形県内着地型旅行商品成約数(本)	目標	-	150	225	337	505	757
	実績	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
●山形県内着地型旅行商品成約数(本)	目標	-	150	225	337	505	757
	実績	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
●山形県内着地型旅行商品成約数(本)	目標	-	16	32	64	128	256
	実績	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
●山形県内着地型旅行商品成約数(本)	目標	-	27	48			
	実績	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
●山形県観光物産協会会員数(会員)	目標	-	642	692	640	690	740
	実績	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
●山形県観光物産協会関係団体会員数(会員)	目標	-	592	581	589		
	実績	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
●山形県観光物産協会関係団体会員数(会員)	目標	-	165	170	153	163	173
	実績	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
●山形県観光物産協会関係団体会員数(会員)	目標	-	165	170	153	163	173
	実績	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)

※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、顧客の関心度(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】

※各指標の目標値については、今後新型コロナウイルス感染症の推移をみて変更について検討し、確定した時点で変更していくこととする。

●WEBサイトのアクセス数(観光)

当該サイトのリニューアル等を行い、2020年(R2)目標値は2018年比25%の増としているが、2021年(R3)においては観光需要の現状に合わせ見直しを行っている。継続的に効果的な情報発信を行い、需要喚起につながるコンテンツの掲載等を図っていく。

●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。新型コロナ応援販促キャンペーン実施等の効果がありアクセス増となった。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。2020(R2)年は台湾からの情報照会数を実施目標とし、台湾との往来解除の状況をみながら2023(R3)年度に向け2020年度程度に戻すよう目標を設定。

●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。

(別添) 様式 1

●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、2019（R1）実績並みに戻したのち毎年 0.05 ずつ伸ばし、2021 年度には 255 千人の延べ宿泊者数を目指す。

●外国人観光客の訪問率
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こととする。

●山形県内着地型旅行商品造成数
本年の東北 DC の開催やオンライン観光、ニューツーリズムなど、域内 DMO、DMC、市町村（観光協会）、観光事業者の着地型旅行商品造成の意識向上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
リニューアルした当該サイトを活用した PR や、東北観光推進機構のプラットフォーム事業に参画するなど、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
2018（H30） （実績）	406,351,431	【受取会費】 18,472,800 円 【事業収益】 63,795,969 円 【国からの補助金】 1,313,001 円 【都道府県からの補助金】 216,289,096 円 【地方公共団体からの指定管理等受託収益】 83,599,301 円 【受取負担金】 7,384,779 円 【雑収益】 15,496,485 円
2019（R1） （実績）	269,434,317	【受取会費】 18,542,800 円 【事業収益】 28,617,559 円 【都道府県からの補助金】 137,206,123 円 【地方公共団体からの指定管理等受託収益】 66,403,952 円 【受取負担金】 6,408,346 円 【雑収益】 12,255,537 円
2020（R2） （実績）	1,309,306,215	【受取会費】 11,752,800 円 【事業収益】 14,267,798 円 【都道府県からの補助金】 1,199,343,992 円

(別添) 様式 1

		【地方公共団体からの指定管理等受託収益】 55,196,960 円 【受取負担金】 5,619,159 円 【雑収益】 23,125,506 円
2021 (R3) (見込)	1,379,492,000	【受取会費】 19,081,000 円 【事業収益】 25,162,000 円 【国からの補助金】 1,460,000 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】 690,058,000 円 【受取負担金】 6,900,000 円 【雑収益】 6,384,000 円
2022 (R4) (見込)	752,003,000	【受取会費】 20,081,000 円 【事業収益】 30,162,000 円 【国からの補助金】 1,460,000 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】 56,569,000 円 【受取負担金】 6,900,000 円 【雑収益】 6,384,000 円
2023 (R5) (見込)	760,003,000	【受取会費】 21,081,000 円 【事業収益】 33,162,000 円 【国からの補助金】 1,460,000 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
2018 (H30) (実績)	402,874,059	【観光資源の磨き上げ】 22,983,385 円 【受入環境整備】 6,485,922 円 【案内所の整備】 46,283,196 円 【マーケティング】 15,594,696 円 【情報発信・プロモーション】 52,089,957 円 【一般管理費】 16,389,439 円 【その他】 243,047,464 円
2019 (R1) (実績)	271,389,205	【観光資源の磨き上げ】 22,717,487 円 【受入環境整備】 4,638,799 円 【案内所の整備】 43,029,452 円 【マーケティング】 14,374,632 円 【情報発信・プロモーション】 33,981,105 円 【一般管理費】 18,853,382 円 【その他】 133,794,348 円
2020 (R2) (実績)	1,324,286,147	【観光資源の磨き上げ】 21,843,694 円 【受入環境整備】 5,415,065 円 【案内所の整備】 43,308,363 円 【マーケティング】 12,209,085 円 【情報発信・プロモーション】 16,961,232 円 【一般管理費】 19,585,117 円 【その他】 1,204,963,591 円

(別添) 様式 1

2021 (R3) (見込)	1,389,444,000	【観光資源の磨き上げ】 22,120,000 円 【受入環境整備】 11,252,000 円 【案内所の整備】 44,197,000 円 【マーケティング】 15,654,000 円 【情報発信・プロモーション】 16,186,000 円 【一般管理費】 19,257,000 円 【その他】 1,260,778,000 円
2022 (R4) (見込)	825,458,000	【観光資源の磨き上げ】 22,620,000 円 【受入環境整備】 81,118,000 円 【案内所の整備】 44,334,000 円 【マーケティング】 15,654,000 円 【情報発信・プロモーション】 18,686,000 円 【一般管理費】 19,257,000 円 【その他】 624,289,000 円
2023 (R5) (見込)	829,458,000	【観光資源の磨き上げ】 23,620,000 円 【受入環境整備】 81,118,000 円 【案内所の整備】 44,334,000 円 【マーケティング】 15,654,000 円 【情報発信・プロモーション】 21,186,000 円 【一般管理費】 19,257,000 円 【その他】 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 を活用した新型コロナ応援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、危機管理対策として新型コロナ対策認証制度を受託することにより、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します。

9. マーケティング・マネジメント対象区域が他の地域連携 DMO 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日本版 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。

(別添) 様式 1

【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っており、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、コロナ禍における危機管理としてのセミナーや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	fukuda@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	桃井 亮一
担当部署名 (役職)	観光文化スポーツ部観光復活戦略課 (課長補佐: 企画調整担当)
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)	023-630-2486
FAX 番号	023-630-2097
E-mail	momonoir@pref.yamagata.jp

法人名:(公社)山形県観光物産協会(カルテットやまがた)

登録区分名:地域連携DMO

記入日: 令和4年1月25日現在

【区域】山形県 【設立日】昭和9年4月(昭和32年12月法人化)

【登録日】平成28年11月2日(候補法人登録)

令和2年3月31日(日本版DMO法人登録)

【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)】

小野真哉(専務理事(兼)DMO推進室長)

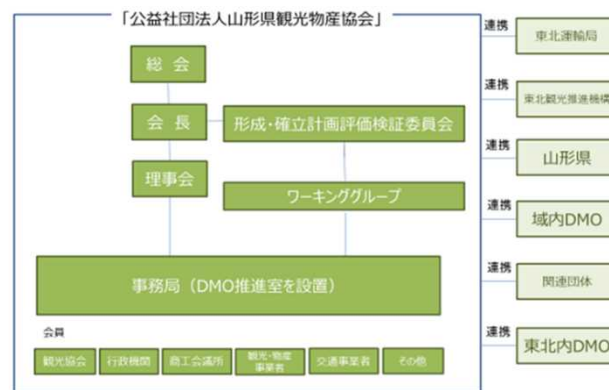
【評価検証委員長】古田菜穂子氏(岐阜県国際戦略アドバイザー、山形県国際戦略検証委員長)

【職員数】28人(内、DMO推進室6名)常勤28人

(正職員11人、出向1人、嘱託職員16人)※R3.12月時点

【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

実施体制



マーケティング・マネジメントする区域

【庄内地方】

羽黒山、鳥海山、湯殿神社、山居倉庫、加茂水族館、致道博物館、飛鳥、湯野浜温泉、あつみ温泉

【置賜地方】

上杉神社、道の駅米沢、熊野大社、高島ワイナリー、梅花皮の滝、小野川温泉、白布温泉

山形県全域



【最上地方】

最上川舟下り、高麗館、幻想の森、新庄まつり、縄文の女神、肘折温泉、赤倉温泉、瀬見温泉

【村山地方】

蔵王、山寺、慈恩寺、観光果樹園、チェリーランド、文翔館、リナワールド、上山温泉、天童温泉

合意形成の仕組み

【該当する登録要件】(1)及び(2)に該当

【概要】1)ワーキンググループ実施(年1~2回) 域内の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。

2)評価検証委員会を実施(年1~2回)。対外的に検証結果を公表。

3)当協会の総会(年1回)にて取組及び事業報告。

法人のこれまでの活動実績

【情報発信・プロモーション】

- 台湾観光プロモーション山形セミナー
- 観光キャンペーン推進事業
- SNS活用宣伝販売促進事業

【観光資源の磨き上げ】

- 酒蔵ツーリズム研修及びツアー造成
- 東北運輸局「テーマ別コンテンツ造成及び着地型旅行商品造成」事業

【受入環境の整備】

- 情報発信カススキルアップ実践講座
- スポーツツーリズム(地域をつなぐ仕組み作り)セミナー

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】

- ・Afterコロナに向け、海外との交流が再開された際にすぐに受入ができるよう、オンライン等で台湾の関係者との交流を図りながら情報交換をしていく。さらにオンラインやSNSを活用し、県内産品や食品、酒蔵ツアー等県内における商品造成の情報発信を強化する。
- ・安全で安心な観光地域づくりを進めるため、新型コロナウイルス対策認証制度を実施する。温泉地等のブランド価値が崩れないよう、新たな生活様式に合わせた高付加価値のツーリズム・ワーケーション・ワデュケーション等を提供していく。
- ・アドベンチャーツーリズムやスポーツツーリズムの受入環境整備等の取組み強化を図る。

観光関連事業者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

山形県全域をマネジメントする地域連携DMOとして、県内のDMO、DMC、市町村観光協会、観光物産事業者等のネットワーク構築や連携、着地型旅行商品造成、ユニバーサルマナーの普及等、課題の共有を図るため、研修会や会議を積極的に展開し、山形ブランドの構築と地域の付加価値向上策を作り上げ、地域と世界を繋いでいく。

KPI(実績・目標)

※()内は訪日外国人旅行者に関する数値

項目		2018 (H30) 年度	2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度
旅行消費額 (百万円)	目標	237,000 ()	250,000 (9,543)	226,700 (8,700)	232,100 (10,100)	238,700 (11,700)	244,500 (13,500)
	実績	217,686 (6,535)	223,466 (10,474)	134,868 (4,926)	()	()	()
延べ宿泊者数 (千人)	目標	6,299 (155)	6,200 (213)	5,620 (220)	5,710 (255)	5,805 (295)	5,900 (345)
	実績	5,431 (163)	5,571 (234)	3,513 (87)	()	()	()
来訪者満足度 (NPS)	目標	— (-)	25.0 (-)	26.7 (-)	28.0 (-)	28.0 (-)	31.3 (-)
	実績	17.0 (-)	23.6 (-)	26.5 (-)	(-)	(-)	(-)
リピーター率 (%)	目標	63.0 (-)	64.0 (-)	65.0 (-)	66.0 (-)	67.0 (-)	68.0 (-)
	実績	63.0 (-)	62.0 (-)	84.9 (-)	(-)	(-)	(-)

活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

【主な収入】約1,309百万円(受取会費、事業収益、都道府県からの補助金、受託収益等) 【総支出】約1,324百万円(一般管理費19百万円、事業費1,305百万円) ※R2年3月期決算

【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向けの入会促進及び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」開催に伴う収益により運営資金の確保を図り、国や山形県からの補助金、受託事業収益と併せて事業展開を一元的に本県の観光振興、物産振興を図る。