

## 観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和6年7月31日

### 1. 観光地域づくり法人の組織

|                                                              |                                     |                                                                                                                                                                  |
|--------------------------------------------------------------|-------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 申請区分<br>※該当するものを<br>○で囲むこと                                   | 広域連携DMO・地域連携DMO・ <u>地域DMO</u>       |                                                                                                                                                                  |
| 観光地域づくり法人の名称                                                 | (一社) 上山市観光物産協会                      |                                                                                                                                                                  |
| マネジメント・マーケティング対象とする区域                                        | 区域を構成する地方公共団体名<br>山形県上山市            |                                                                                                                                                                  |
| 所在地                                                          | 山形県上山市                              |                                                                                                                                                                  |
| 設立時期                                                         | 平成27年4月1日                           |                                                                                                                                                                  |
| 事業年度                                                         | 令和5年4月1日から翌年3月31日までの1年間             |                                                                                                                                                                  |
| 職員数                                                          | 15人【常勤14人（正職員2人・出向等12人）、非常勤1人】      |                                                                                                                                                                  |
| 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）<br>※必ず記入すること              | (氏名)<br>五十嵐 伸一郎<br>(旅館 葉山館)         | 平成26年より会長を務めており、前身の上山市観光物産協会の一般社団法人化に尽力。山形県村山地域における「やまがた広域観光協議会」において部会長を務めるなど、各種団体の要職を担い、本市観光業をけん引してきた。<br>地元旅館「葉山館」の代表取締役も務めている。                                |
| 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）<br>※必ず記入すること | (氏名)<br>出戸端 健人<br>(株) R i s e r v a | 2018年にアクセンチュア入社。製造業、消費財、小売りの顧客を中心にシステム、兼務～経営課題のコンサルティングに従事し、2022年にイーストフィールドズ(株)に参画、現在は(株)Riservaを立ち上げた。これまで、個人事業主として行政の地域計画の策定や地域創生の取組を行っており、今年度より当協会の理事に就任している。 |
| 財務責任者（CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー）<br>※必ず記入すること                    | (氏名)<br>長橋 圭子「専従」<br>(上山市観光物産協会)    | 平成21年より、上山市が取り組み始めた上山型温泉クアオルト事業の健康ウォーキングガイドとして同協会に在籍。以来、地域とともに観光に携わり現在、(一社)上山市観光物産協会の専務理事を務めるとともに、同事務局長も務めている。長年にわたり各種事業のほか財務・会計の分野にも精通している。                     |
| 各部門（例：プロモーション）の責任者（専門人材）<br>※各部門責任者のうち専従の者につ                 | (氏名)<br>芹澤 亜紀「専従」<br>(上山市観光物産協会)    | 平成15年から平成28年まで旅行会社に勤務。その経験を活かして、上山市の地域おこし協力隊として、上山市観光課へ配属される。平成30年の任期終了後、現在の(一社)上山市観光物産協会                                                                        |

| いては、氏名の右横に「専従」と記入すること             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | に在籍し、旅行商品造成や販売セールス等を行う。                                                                                                         |    |      |              |                                                                                                                                                                 |
|-----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|------|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 各部門（例：旅行商品の造成・販売）の責任者（専門人材）       | （氏名）<br>油井 紀子「専従」<br>（上山市観光物産協会）                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 平成8年より旅行会社で勤務。金融機関等の経験もあり、平成20年度より、（一社）上山市観光物産協会に在籍。同協会が令和元年に第二種旅行業を取得すると、本市をはじめ近隣の地域資源を活用した幅広い旅行商品を創り出している。第二種旅行業の旅行業取扱管理者も担う。 |    |      |              |                                                                                                                                                                 |
| 連携する地方公共団体の担当部署名及び役割              | 山形県上山市観光・ブランド推進課（合意形成・行政窓口）<br>建設課（ハード整備）<br>商工課（経済振興）<br>農林夢づくり課（経済振興）                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                 |    |      |              |                                                                                                                                                                 |
| 連携する事業者名及び役割                      | 上山市商工会（市内飲食・商業・工業・宿泊・交通振興・金融）<br>かみのやま温泉旅館組合（市内宿泊業振興）<br>上山地区ハイヤータクシー協議会（地域交通）<br>NPO法人かみのやまランドバンク（まちづくり）<br>（公社）上山青年会議所（まちづくり）<br>地域連携DMO「おもてなし山形」（広域観光・村山地域）                                                                                                                                                                |                                                                                                                                 |    |      |              |                                                                                                                                                                 |
| 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>【該当する登録要件】①、②</p> <p>①当協会総会<br/>宿泊・交通・飲食・アクティビティ等の関係者である幅広い業種の会員が参画し当協会事業・予算等について協議・決定している。なお、行政とは事業企画等から協議しながら連携して進めるとともに総会等にも出席し、合意形成の仕組みに携わっている。</p> <p>②合意形成会議<br/>当協会を事務局として、経済団体、金融機関、交通事業者、宿泊事業者団体、行政など幅広い分野の関係団体の代表者が参画している。地域DMOを目指す当協会が各団体とともに役割分担や戦略形成等について合意を進める。</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   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・行政と連携し、市広報誌を活用した市民向け報告の実施。</li> <li>・総会時における事業報告会の実施。</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                 |    |      |              |                                                                                                                                                                 |
| 法人のこれまでの活動実績                      | <p>【活動の概要】</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>事業</th> <th>実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>情報発信・プロモーション</td> <td> <p>1 旅行業事業<br/>本市唯一の旅行業者であり、地域資源を活用した旅行商品を造成・販売。大手旅行会社等が本市定番の地域資源を活用した旅行商品を造成するなか、小回りを活かしてこれから売り出したい地域資源の磨き上げや、地域資源の掘り起こしにつながるような商品造成を手掛けている。</p> <p>2 物産事業</p> </td> </tr> </tbody> </table> |                                                                                                                                 | 事業 | 実施概要 | 情報発信・プロモーション | <p>1 旅行業事業<br/>本市唯一の旅行業者であり、地域資源を活用した旅行商品を造成・販売。大手旅行会社等が本市定番の地域資源を活用した旅行商品を造成するなか、小回りを活かしてこれから売り出したい地域資源の磨き上げや、地域資源の掘り起こしにつながるような商品造成を手掛けている。</p> <p>2 物産事業</p> |
| 事業                                | 実施概要                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                 |    |      |              |                                                                                                                                                                 |
| 情報発信・プロモーション                      | <p>1 旅行業事業<br/>本市唯一の旅行業者であり、地域資源を活用した旅行商品を造成・販売。大手旅行会社等が本市定番の地域資源を活用した旅行商品を造成するなか、小回りを活かしてこれから売り出したい地域資源の磨き上げや、地域資源の掘り起こしにつながるような商品造成を手掛けている。</p> <p>2 物産事業</p>                                                                                                                                                               |                                                                                                                                 |    |      |              |                                                                                                                                                                 |

|  |                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |                                                                                                                                    | <p>行政及び市内企業と連携して、各種物産展への出展やあっせんなどを実施し、本市の地域特産品の販売促進と販路拡大を進めている。</p> <p>3 ふるさと納税返礼品事業<br/>地方自治体への寄附を通じて地方創生に参加するふるさと納税制度を活用し、上山市内の農商工の特産品を全国に知ってもらうとともに、事業者の売上増、かみのやまファン増、上山市の税収入のアップ、当協会の財源確保等を目的に上山市より受託し事業に取り組んでいる。</p> <p>4 観光案内・情報発信業務<br/>上山市よりかみのやま温泉観光案内所の案内業務を受託するとともに、旅館や特産品の案内をしている。また、ホームページをはじめ Instagram などの SNS を活用した情報発信を行っている。</p>                     |
|  | 受入環境の整備                                                                                                                            | <p>1 インバウンド事業<br/>タイ王国チェンマイラチャパッド大学と協定を締結し、旅館へのインターンシップを受け入れるとともに、インバウンド促進のための情報発信や受入環境整備の強化に努めている。</p> <p>2 レンタサイクル事業<br/>本市の課題である二次交通対策の一つとしてレンタサイクルを実施。電動アシスト付き自転車を配備することで、城下町、宿場町、温泉町、田園地帯といったコンパクトにまとまっている本市の風景を楽しみながら巡ることができる環境を整えている。</p>                                                                                                                       |
|  | 観光資源の磨き上げ                                                                                                                          | <p>1 地域団体との連携事業<br/>本市を代表する祭りである民俗行事「加勢鳥」や踊り山車など市民活動による祭事の実施を支援するとともに、上山市がワインの郷づくりとして重点的に進めているワイン振興に賛同し、地元ワイナリー、行政と連携して、東北を中心とした県内外のワイナリーを一堂に会した「山形ワインバル」を主催し、地域経済の活性化に向けた取組を実施してきた。また、やまがた広域観光協議会や地域連携 DMO「おもてなし山形」とも連携し広域の周遊観光促進についても参画している。</p> <p>2 足湯管理業務<br/>かみのやま温泉を象徴し、街歩きの大目玉となっている足湯の管理・運営を実施している。市内には5カ所の足湯が点在。多くの観光客に癒しを与えると同時に、地元民との憩いの場の創出にもつながっている。</p> |
|  | <p><b>【定量的な評価】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・当協会ホームページPV数</li> <li>・旅行業プラン作成数</li> <li>・レンタサイクル貸出延べ台数</li> </ul> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

### 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）。

### 【実施体制の概要】

（一社）上山市観光物産協会には飲食店事業者、宿泊事業者、交通事業者、金融機関等幅広い業種の事業者が会員として加入している。当協会を中心に、かみのやま温泉旅館組合、上山市商工会、NPO法人かみのやまランドバンク、（公社）上山青年会議所、上山市タクシーハイヤー協議会、そして上山市とで組織する「DMO合意形成会議」で合意形成を図り、各々が決定された事項を実行していく。

加えて、地元金融機関をオブザーバーに加え、企業経営のアドバイスや融資に向けた情報収集等に役立ててもらう。

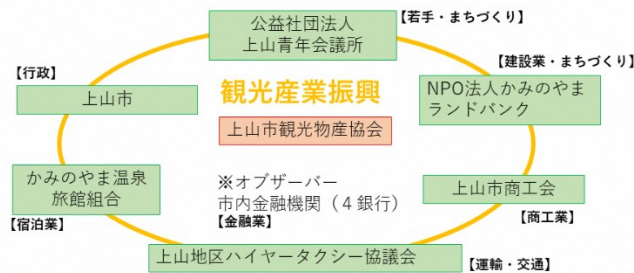
また、行政からは当協会等構成メンバーでは補えないソフト・ハード面での支援や、国等の支援事業を活用するにあたってサポートする役割を担っていただく。

### 【実施体制図】

#### 意思共有/決定・PDCAサイクル管理

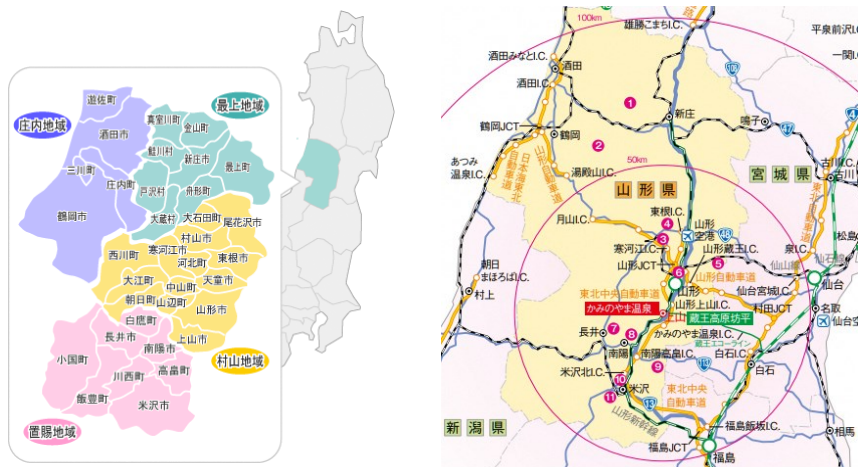
#### 合意形成会議

地域DMOである上山市観光物産協会が、地域の合意形成をする場となる「合意形成会議」を主宰する。



## 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】



### 【区域設定の考え方】

上山市全域を区域と設定している。上山市は、県庁所在地である山形市の南部に位置している。交通の便もよく、鉄道は、東京から山形新幹線で乗り換えの必要もなく2時間30分程度で往来できる。また、バスにおいては、仙台市直行バスがあり、東北の玄関口とのアクセスも良い。

コロナ禍ということもあり、自家用車やレンタカー利用の観光客が多くなっている。本市には東北中央自動車道のインターが市の北側・南側と2か所あり、アクセスは非常に良い。

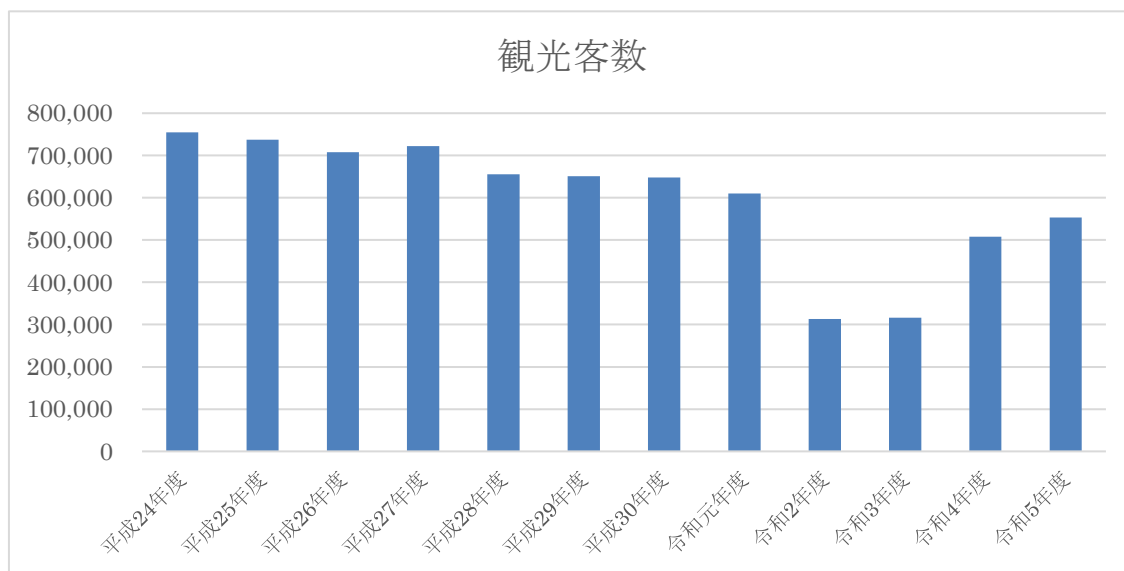
また、村山地域の最南端に位置するため、隣市は南陽市ほか置賜地域という県内でも文化の異なる地域にも近い。

なお、上山市を含む村山地域7市7町において、地域連携DMO「おもてなし山形」に参画しており、経時的・文化的に関係が深い村山地域の広域観光周遊を視野にいたった活動が可能である。上山市域における地域資源を深掘りし、隠れた地域資源の発掘を積極的に活用する体制を地域で構築することで、持続可能な足腰の強い観光エリアを形成できる。さらに、この魅力に地域連携DMOの広域メリットを生かせれば、一層エリアとしての価値を高められる。加えて、置賜地域との連携も可能である。

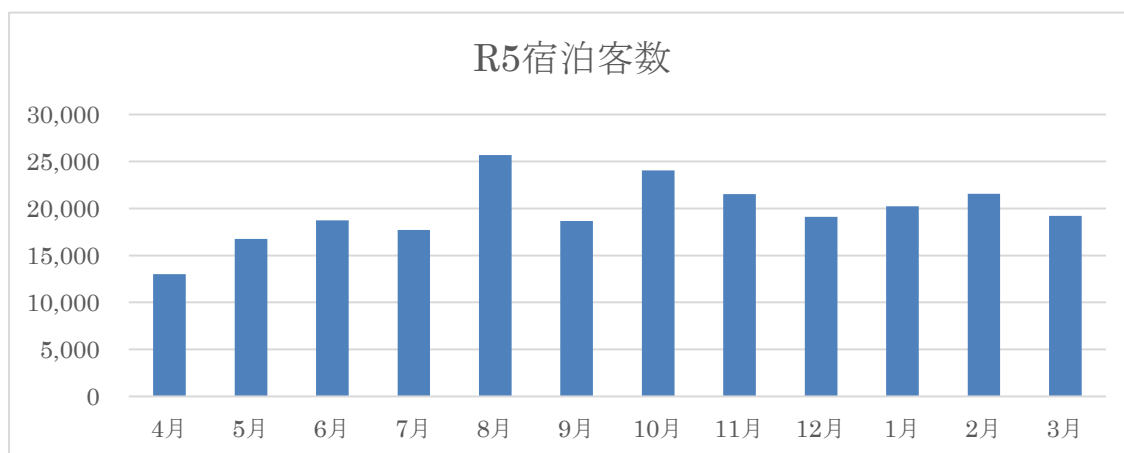
### 【観光客の実態等】

※設定区域における観光客入込客数、延べ宿泊者数、消費額等を踏まえて記入すること。

#### 1. 観光客数の変遷



#### 2. 宿泊客数の月別変遷（令和5年度）



宿泊客は、さくらんぼシーズンを迎える6月から上昇し、8月の夏休み期間まで増加し、その後減少する。紅葉シーズンである10月は上昇するも、12月中旬までは減少し、年末年始は増加し、樹氷シーズンの1月～2月はインバウンドにより伸びる。その後、3月以降は減少する。

**【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。

**1. 観光施設**

- (1) スキー場：蔵王ライザワールドスキー場、蔵王猿倉スキー場
  - (2) 主な観光地：上山城、檜下宿、武家屋敷、ヴェンテンガルテン菜の花畑
  - (3) 文化施設：斎藤茂吉記念館、
  - (4) 商業施設：リナワールド、観光果樹園
  - (5) 主な宿泊温泉地：かみのやま温泉、蔵王坊平ペンション村、蔵王ペンション村
- 2. 自然：**日本百名山・蔵王山（トレッキングコース多数）、蔵王の樹氷、蔵王お釜、クアオルト、里山（西山、三吉山（岩崖）、葉山）クアの道
- 3. 文化：**羽州街道、短歌、日本奥地紀行（イザベラ・バード）
- 4. 主なイベント：**かみのやま温泉全国かかし祭、上山市産業まつり、蔵王坊平クロスカントリー大会、上山秋祭り、山形ワインバル、スマイルプロジェクト☆かみのやま、蔵王ペンション村オープンガーデン、ツール・ド・ラ・フランス大会、民俗行事「加勢鳥」

**【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】**

**温泉地**

かみのやま温泉 15施設 収容人数2,300名  
ペンション 19施設 収容人数750名

**【利便性：区域までの交通、域内交通】**

1. JR山形新幹線で東京から約2時間30分
2. (1) 航空機
  - ①羽田空港⇄山形空港 約1時間
  - ②大阪空港⇄山形空港 約1時間15分
  - ③名古屋空港⇄山形空港 約1時間15分
  - ④新千歳空港⇄山形空港 約1時間15分

※山形空港から車で約40分
- (2) 都市間バス 上山市⇄仙台市1日8往復運行（所要時間1時間30分）
3. 高速道路 山形自動車道、東北中央自動車道最寄りのICから「かみのやま温泉」10分

**【外国人観光客への対応】**

- ・JRかみのやま温泉駅前のかみのやま温泉観光案内所（カテゴリー1認定）
- ・多言語の観光ガイドマップ（英語・タイ語・繁体字・簡体字・韓国語）
- ・英語の案内看板
- ・Wi-Fi環境整備

### 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。 | アンケート調査を自主事業として実施。 |

|               |                                      |                           |
|---------------|--------------------------------------|---------------------------|
| 延べ宿泊者数        | 宿泊者数及び観光客数の推移を把握するため。                | 上山市のデータを活用する。             |
| 来訪者満足度        | 来訪者の満足（不満足）に繋がっている要因を分析し、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サイトのアクセス状況 | 地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため。          | Google Analytics を活用して収集。 |

## 4. 戦略

### （１）地域における観光を取り巻く背景

※地域経済、社会等の状況を踏まえた観光地域づくりの背景

上山市は、人口減少、少子高齢化が大きな課題であり、若年層の流出等により後継者等の人材不足のほか税収の減少等の地域課題を生み出している。観光産業は地域経済で関係する業種の裾野が広く、交流・関係人口の拡大によって多くの産業の利益に寄与できる。観光地域づくり法人が中心となり、魅力ある地域資源を活用して観光地域づくりを推進し、新たな働く場の創出、観光消費額の向上等につなげていくこととしている。

### （２）地域の強みと弱み

|      | 好影響                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 悪影響                                                                                                                                                                                                                                         |
|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 内部環境 | <b>強み (Strengths)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>コンパクトにまとまった多様な地域性（温泉城下町、温泉里山、蔵王坊平、蔵王小倉、斎藤茂吉の故郷、檜下宿古民家、果樹・田園農村の各エリア）</li> <li>四季折々に変化する自然（桜、菜の花、樹氷等）</li> <li>歴史・文化薫る観光資源（古民家、武家屋敷、上山城、斎藤茂吉記念館等）</li> <li>グルメコンテンツ（そば、ラーメン、こんにゃく等）</li> <li>全国有数の生産量と品質を誇る果物（さくらんぼ、ラフランス等）</li> <li>地域資源を有効活用したイベント（民俗行事「加勢鳥」、ワインバル等）</li> <li>山岳、森林等の豊かな自然に触れる観光コンテンツ（登山、クアオルト健康ウォーキング、キャンプ、サイクリング等の各種アクティビティ）</li> </ul> | <b>弱み (Weaknesses)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>観光産業におけるビジネス化の弱さ</li> <li>インバウンド受入体制が弱い。</li> <li>経営者の高齢化及び後継者不足</li> <li>生産年齢人口の減少及び地域全体での「稼ぐ力」の衰退</li> <li>かみのやま温泉の認知度の低さ</li> <li>二次交通の整備不足</li> <li>夜間交通事情の脆弱性</li> </ul> |
| 外部環境 | <b>機会 (Opportunity)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>隣県を中心とした人流拡大</li> <li>旅行者における観光地域に対する高付加価値化への高まり</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <b>脅威 (Threat)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>人口減少に伴う地域経済の衰退</li> <li>世界的な物価高及び資材不足</li> <li>自然災害の頻発化</li> </ul>                                                                                                                |

|                                                                                                                                         |                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>・東北中央自動車道の開通による交通網の高い利便性</li> <li>・SNSの普及による情報発信及び収集の簡易化</li> <li>・若手経営者による地域活動への意識高揚</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・団体旅行の減少</li> <li>・周辺空港での国際定期便の不足</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

#### ○第１ターゲット層

※ターゲット層については、地域だけでなく、国・地域・世代・誘客のテーマ等の顧客の属性による設定が考えられる。

国内旅行者：隣接県（宮城県・新潟県・福島県を中心に）の家族旅行や個人旅行、若年層やシニア層

#### ○選定の理由

※４．戦略（１）・（２）の分析を踏まえたターゲット層の設定であることを説明すること。

（例）他地域と比較して当該ターゲット層の来訪が著しく多く、また市場としても今後拡大傾向にあるため。

- ・本市の宿泊者数の特徴として、県内が多く、次いで宮城県、首都圏と続く。近隣からの集客は今後の宿泊者数増加を図るには不可欠であり、隣県である新潟県は、本市の地域資源と異なるものが多く誘客を強化したいエリアである。
- ・本市の特徴として、温泉町・宿場町・城下町という全国でも珍しい魅力をもつ。とりわけ宿泊施設でいえば、温泉旅館では、スペシャリティな老舗旅館からアットホームな旅館まで多様であるほか、市街地から少し足をのばせば、ペンションが集まるエリアもあり、幅広い客層のニーズに応えることができる。
- ・コンパクトなまちである本市は、中心市街地から車であれば10分ほどの移動で果樹園地帯や田園地帯に行ける。さらに、30分ほど移動すれば全国屈指の観光資源である蔵王の高原・山岳エリア、さらにはお釜にも足をのばすことができ、老若男女に合わせた楽しみ方を提供できる。

#### ○取組方針

（例）満足度調査の充実などにより再来訪意向につながる要因を分析し、分析結果に基づいてターゲット層に強力に訴求するコンテンツを磨き上げる。

- ・アンケート調査に基づき、訴求効果や満足度の高いコンテンツの磨き上げや新たなコンテンツの発掘を行う。
- ・SNSを活用した情報発信を強化するとともに、近隣地域や他DMO、地域連携DMO「おもてなし山形」と連携することで、プロモーション効果や観光商品の魅力向上を図る。

#### ○ターゲット層

訪日外国人旅行者：タイ・ベトナム・マレーシアを中心とした東南アジア・南アジア（FIT）

#### ○選定の理由

- ・本県のインバウンド推進における第2次山形県観光戦略における重点地域である。
- ・いずれの国においても、本市の強みである冬季のコンテンツを生かせる。加えて、宿泊者数において低下するシーズンでの誘客が見込め、宿泊者数の平準化が図られる。
- ・本市自慢の果樹を観光コンテンツとして推し出すことができるとともに、購買にもつなげられる。

#### ○取組方針

- ・山形県の東アジア、東南アジアASEANに対するインバウンド戦略に連動してプロモーションを行う。当DMOはSNSを活用した地元密着の情報発信を中心に展開していく。
- ・訪日外国人観光客の受入環境の整備を行政と推進していく。

・アンケート調査を行いながら魅力ある観光コンテンツの発掘・磨き上げを進める。

#### (4) 観光地域づくりのコンセプト

|            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ①コンセプト     | <p>※他地域と明確に区別できる特徴・価値等を来訪者に伝える表現を簡潔に設定すること。</p> <p>「五感で楽しむ」自然の中の城下町・温泉町・宿場町</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| ②コンセプトの考え方 | <p>※地域が目指すべき姿を明確にし、そのために地域ならではの産業、伝統、食、住、風習等やそこから導き出される区域の特徴（強み、価値）を、①コンセプトにどのように反映させているかについて他地域との差別化も踏まえて記入すること。</p> <p>※（１）～（３）のデータ分析の内容を踏まえて作成したコンセプトであることを説明すること。</p> <p>上山市は７割が森林資源であり、市街地から気軽に訪れることのできる蔵王連峰のほか、温泉街のすぐそばに里山などの自然が広がっている。この自然を活用し、上山型温泉クアオルト事業を上山市は進めており今年で１５年を迎え、全国的に評価も得ている。この貴重な自然とともに、全国でも珍しい「城下町」「温泉町」「宿場町」を五感で楽しめる（クアオルトかみのやまの）地域づくりを進める。そのために以下の５つの点で事業を展開する。</p> <p>DMOを支える５本の柱</p> <p>（１）観光戦略プランニング事業<br/>幅広い業種にて合意形成を図りながら、観光戦略立案や事業調整等を行い、上山のマーケティングを実施する。</p> <p>（２）誘客・集客事業<br/>上記観光戦略に基づく、または当会として必要な誘客・集客事業・プロモーション事業を実施する。</p> <p>（３）金融・商社事業<br/>会員企業・商品の魅力を活かして販売力強化を図るとともに、競争力を高めるため個店の抱える経営効率向上に資する取組を実施する。また、外貨両替の取り扱いもできるよう実施する。</p> <p>（４）まちづくり事業<br/>観光のまち・かみのやまとして、観光の視点から関係団体と連携してまちづくりに貢献・寄与できる取組を実施する。</p> <p>（５）SDGs事業<br/>子どもたち、次世代へつなぐための持続可能な観光地域とするために必要な環境に配慮した取組や、SDGsの理念に則った取組を実施する。</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 |
|----|----|
|----|----|

|                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>戦略の多様な関係者との共有<br/>※頻度が分かるよう記入すること。</p>    | <p>※戦略の共有方法について記入すること<br/>(例) 部会、ワーキンググループ、HP、事業報告書の説明会<br/>上山市観光物産協会には多くの業種が加入しており、公益事業及び収益事業を実施している。旅館事業者はもちろん商業・工業事業者も加入しているものの、より多くの事業者を巻き込むとともに、産業分野それぞれの視点を尊重することを目指す。当DMOについては、観光物産協会を中心に様々な業種の団体を巻き込み、意思決定についてそれぞれの立場から判断してもらい合意形成を深めていく。</p> <p>推進事業等の素案は、先述した柱ごとに委員会を設置又はCMOを中心として検討される。委員会の場合は市内の若手経営者を中心とした会員等や関係団体担当者等で構成する。また、各委員会の事業進捗や検討内容を共有するDMO調整会議を行い、柱ごとの各事業が連動できるようにする。その中で協議された事項は意思決定機関となるDMO合意形成会議の中で議論され決定される。</p> <p>この決定により、各団体が同じ目標に向かってそれぞれが行うべき役割について共有し、その実施に向けて行動する。議事録や進捗状況は随時共有する。</p> <p>意思決定機関であるDMO合意形成会議も、年1回以上は行うこととし、その年度の目標・成果の共有、進捗状況の確認を行う。</p> <p>(例) DMOを中心として、地域の関連事業者を集めてコミュニケーションの場を〇月に1回程度設けるとともに、関連事業者に対してのコンサルティング等を実施。</p> <p>(例) 活動の意義・内容・成果、KPIの達成状況や取組による地域経済・社会の変化の分析結果等を記載した事業報告書を作成し、地域の関係者に説明を行うとともに、HPで公表。</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>(例) 飲食店や宿泊施設をはじめとする地域が提供する観光サービスに係る品質保証制度を実施。</p> <p>先にあげた観光戦略プランニング事業の一環となるが、アンケート調査を実施し、その結果を関係団体間で共有し、各団体で提供商品・サービスの見直しを行い、高付加価値化を図る。併せて新商品・新サービスの開発を行い、観光産業による地域内のマネタイズを成功させる。</p> <p>なお、アンケート調査内容については委員会及び合意形成会議の中でも報告され課題の特定と対応策について協議・評価される。</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>(例) ワンストップ窓口の実施、SNSを利用した効果的なプロモーションの実施。</p> <p>現在、それぞれの団体が各々の考え方のもと独自に情報を発信しており、効率的な情報発信を行うことができていない状況がある。地域における一元的な情報発信として、当協会がすべてを担うということではなく、情報発信の方向性について関係者間で共有する場を構築する。併せて、地域連携DMO「おもてなし山形」が運営する観光情報ポータルサイト「VISIT YAMAGATA」も活用し、観光、宿泊、アクティビティ、飲食、交通等関連情報などのリアルタイムな情報発信を図る。</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

## 6. K P I（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K P I

| 指標項目            |    | 2021<br>(R3)<br>年度 | 2022<br>(R4)<br>年度 | 2023<br>(R5)<br>年度 | 2024<br>(R6)<br>年度 | 2025<br>(R7)<br>年度 | 2026<br>(R8)<br>年度 |
|-----------------|----|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| ●旅行消費額<br>(百万円) | 目標 | 5,258<br>(－)       | 8,540<br>(－)       | 9,504<br>(－)       | 9,880<br>(－)       | 10,209<br>(－)      | 10,710<br>(－)      |
|                 | 実績 | 3,926<br>(－)       | 9,978<br>(－)       | 9,180<br>(－)       |                    |                    |                    |
|                 |    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |
| ●延べ宿泊者数<br>(千人) | 目標 | －<br>(－)           | 220<br>(－)         | 240<br>(－)         | 247<br>(2.3)       | 249<br>(2.5)       | 255<br>(3.8)       |
|                 | 実績 | 135.8<br>(0)       | 217.5<br>(2.4)     | 236<br>(2.2)       |                    |                    |                    |
|                 |    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |
| ●来訪者満足度<br>(%)  | 目標 | 95.0<br>(－)        | 95.0<br>(－)        | 95.0<br>(－)        | 95.0<br>(－)        | 95.0<br>(－)        | 95.0<br>(－)        |
|                 | 実績 | 79.9<br>(－)        | 98.0<br>(－)        | 98.0<br>(－)        |                    |                    |                    |
|                 |    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |
| ●リピーター率<br>(%)  | 目標 | 80.0<br>(－)        | 80.0<br>(－)        | 80.0<br>(－)        | 80.0<br>(－)        | 80.0<br>(－)        | 80.0<br>(－)        |
|                 | 実績 | 64.5<br>(－)        | 84.5<br>(－)        | 81.5<br>(－)        |                    |                    |                    |
|                 |    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |

※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】

※K P Iとして設定する項目や年次及び目標数値に関して、その検討のプロセスや考え方を項目ごとに出来る限り具体的に記入すること。

2024年度から開始された第8次上山市振興計画の目標値をベースにして、地域連携DMO「おもてなし山形」にて実施していた満足度調査及び構成自治体の統計データとも照らし、関係者の理解を得られる水準かつ目指すべく数値を勘案して設定した。

#### 【設定にあたっての考え方】

##### ●旅行消費額

地域連携DMOの2023年度アンケート実績をベースに算出し整理した。

⇒アンケート等により、満足度を向上させるような商品造成等を課題として実施することで地域での滞在時間を伸ばすとともに、飲食費や土産購入の消費額の増加を見込む。

##### ●延べ宿泊者数

2024年度から開始された第8次上山市振興計画の目標値をベースに、国内宿泊者数とインバウンド宿泊者数を導き、2027年度に目標値に達成させるよう整理した。

⇒宿泊者増は観光消費額へも大きな影響を与えるため、観光客のニーズを把握しながら満足度の高いサービスを用意していく。

##### ●来訪者満足度

地域連携DMOの2023年度アンケート実績をベースに算出し整理した。地域連携DMOでも定める95%到達を目指し、その後はその高水準を維持していく。  
⇒観光客の満足する視点を、アンケート調査をもとに把握し改善点を整理しながら対策を講じていく。

●リピーター率

地域連携DMOの2023年度アンケート実績をベースに算出し整理した。地域連携DMOでも定める80%到達を目指す。  
⇒リピーターの増加は満足度の向上と密接に関連することから、満足度の向上に比例した増加を目指す。

(2) その他の目標

| 指標項目                      |    | 2021<br>(R3)<br>年度 | 2022<br>(R4)<br>年度 | 2023<br>(R5)<br>年度 | 2024<br>(R6)<br>年度 | 2025<br>(R7)<br>年度 | 2026<br>(R8)<br>年度 |
|---------------------------|----|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| ●観光客入込数<br>(百人)           | 目標 | —<br>(—)           | 5,600<br>(—)       | 6,000<br>(—)       | 5,582<br>(—)       | 5,627<br>(—)       | 5,763<br>(—)       |
|                           | 実績 | 3,151<br>(—)       | 5,077<br>(—)       | 5,533<br>(—)       |                    |                    |                    |
|                           |    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |
| ●市民満足度<br>(%)             | 目標 | —<br>(—)           | 70.0<br>(—)        | 72.5<br>(—)        | —<br>(—)           | —<br>(—)           | —<br>(—)           |
|                           | 実績 | —<br>(—)           | —<br>(—)           | —<br>(—)           |                    |                    |                    |
|                           |    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |
| ●観光物産協会<br>HPのPV数<br>(千件) | 目標 | —<br>(—)           | 363<br>(—)         | 399<br>(—)         | 286<br>(—)         | 315<br>(—)         | 346<br>(—)         |
|                           | 実績 | 330<br>(—)         | 311<br>(—)         | 260<br>(—)         |                    |                    |                    |
|                           |    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |
|                           | 目標 | ( )                | ( )                | ( )                | ( )                | ( )                | ( )                |
|                           | 実績 | ( )                | ( )                | ( )                |                    |                    |                    |
|                           |    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |
|                           | 目標 | ( )                | ( )                | ( )                | ( )                | ( )                | ( )                |
|                           | 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】**

※KPIとして設定する項目や年次及び目標数値に関して、その検討のプロセスや考え方を項目ごとに出来る限り具体的に記入すること。

入込客数については、観光施策の成果を表すものとして明確な指標であるため設定する。  
市民満足度については、地域DMOは地域連携DMOに比べて地域と一層密接した存在である必要があるとともに、観光振興を進めるには地域社会の理解が非常に重要であるため設定する。観光物産協会ホームページのPV数は観光先としての注目度の目安として把握できるため設定する。

**【設定にあたっての考え方】****●観光客入込数**

2024年度から開始された第8次上山市振興計画の目標値をベースに、宿泊者数と比例する数値を設定した。

**●市民満足度**

持続可能な観光地域づくりを推進するには、住民の理解・協力は不可欠である。市民の満足度を数値化することで、市民への浸透度や、観光に対する意識、課題などを明確にすることができる。将来的には来訪者満足度と同程度の目標を目指す。

⇒市民に観光の現状の周知が十分でないと声があり、定期的に市の広報紙を活用して情報発信に努め、まずは市民の観光理解を強化することとした。

**●観光物産協会ホームページのPV数**

年間PV数の平均値を目標値とする。

⇒年間を通じて閲覧されるサイト構築に取り組むとともに、年間対前年比10%増を目指す。

**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）                                                                                                                                       |
|----------------|----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2021（R3）<br>年度 | 209,410,805（円） | （円）<br>【市町村からの補助金】200,000<br>【民間からの助成金】265,000<br>【事業収益】122,097,150<br>【旅行業事業】73,142,376<br>【会費】2,058,000<br>【雑収益】1,619,062<br>【他会計からの繰入額】10,029,217 |
| 2022（R4）<br>年度 | 198,160,466（円） | （円）<br>【市町村からの補助金】1,181,800<br>【事業収益】181,718,518                                                                                                     |

|                            |               |                                                                                                                                                    |
|----------------------------|---------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                            |               | <b>【旅行業事業】</b> 11,388,052<br><b>【会費】</b> 2,112,000<br><b>【雑収益】</b> 1,760,096                                                                       |
| 2023（Ｒ５）<br>年度             | 76,937,679（円） | <b>【補助金】</b> 2,981,100<br><b>【事業収益】</b> 29,862,310<br><b>【旅行業事業】</b> 45,444,140<br><b>【雑収益】</b> 715,484<br><b>【その他】</b> 2,065,355<br>※他会計からの繰入も有り。 |
| 2024（Ｒ６）<br>年度<br>（当初予算）   | 52,749,000（円） | <b>【市町村からの補助金】</b> 2,000,000<br><b>【事業収益】</b> 26,739,000<br><b>【旅行業事業】</b> 20,000,000<br><b>【雑収益】</b> 50,000<br><b>【その他】</b> 3,960,000             |
| 2025（Ｒ７）<br>年度<br>（可決後に修正） | 97,020,000（円） | <b>【市町村からの補助金】</b> 200,000<br><b>【事業収益】</b> 78,720,000<br><b>【旅行業事業】</b> 1,500,000<br><b>【会費】</b> 2,200,000<br><b>【雑収益】</b> 900,000                |
| 2026（Ｒ８）<br>年度<br>（可決後に修正） | 97,020,000（円） | <b>【市町村からの補助金】</b> 200,000<br><b>【事業収益】</b> 78,720,000<br><b>【旅行業事業】</b> 1,500,000<br><b>【会費】</b> 2,200,000<br><b>【雑収益】</b> 900,000                |

**（２）支出**

| 年（年度）          | 総支出            | 内訳（具体的に記入すること）                                                                                                                                              |
|----------------|----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2021（Ｒ３）<br>年度 | 200,423,393（円） | <b>【一般管理費】</b> 114,888,278<br><b>【プロモーション】</b> 1,825,786<br><b>【受入環境整備等】</b> 1,992,470<br><b>【コンテンツ・旅行商品造成】</b> 80,045,651<br><b>【観光イベントの開催費】</b> 1,671,208 |
| 2022（Ｒ４）<br>年度 | 148,028,761（円） | <b>【一般管理費】</b> 129,902,814<br><b>【プロモーション】</b> 2,819,338<br><b>【受入環境整備等】</b> 105,098<br><b>【コンテンツ・旅行商品造成】</b> 13,679,296<br><b>【観光イベントの開催費】</b> 1,522,215   |

|                              |                 |                                                                                                                                                                           |
|------------------------------|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2023 (R 5)<br>年度             | 155,087,257 (円) | (円)<br>【一般管理費】 57,036,529<br>【プロモーション】 1,832,000<br>【受入環境整備等】 26,077,600<br>【コンテンツ・旅行商品造成】 51,652,597<br>【マーケティング調査】 1,243,835<br>【観光イベントの開催費】 59,052<br>【その他】 17,185,644 |
| 2024 (R 6)<br>年度<br>(当初予算)   | 72,883,200 (円)  | (円)<br>【一般管理費】 48,538,800<br>【プロモーション】 1,300,000<br>【コンテンツ・旅行商品造成】 21,444,400<br>【マーケティング調査】 1,200,000<br>【観光イベントの開催費】 400,000                                            |
| 2025 (R 7)<br>年度<br>(可決後に修正) | 96,461,080 (円)  | (円)<br>【一般管理費】 59,891,080<br>【プロモーション】 650,000<br>【受入環境整備等】 2,670,000<br>【コンテンツ・旅行商品造成】 32,570,000<br>【マーケティング調査】 80,000<br>【観光イベントの開催費】 600,000                          |
| 2026 (R 8)<br>年度<br>(可決後に修正) | 96,461,080 (円)  | (円)<br>【一般管理費】 59,891,080<br>【プロモーション】 650,000<br>【受入環境整備等】 2,670,000<br>【コンテンツ・旅行商品造成】 32,570,000<br>【マーケティング調査】 80,000<br>【観光イベントの開催費】 600,000                          |

### (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

区域を構成する地方公共団体における宿泊税の導入、着地型旅行商品の造成・販売等の取組・方針を記載

- ・ 会員増による会費増を図る。
- ・ 当協会では、第2種旅行業による旅行商品の企画・造成、仕入れ・手配・受注在庫管理・精算等をワンストップで行い、旅行業者や一般観光客に直接販売を実施して収益を得る。
- ・ 自治体のふるさと納税サイト運営業務の受託による手数料収入を得るなどにより、事業収益の拡大を図る。
- ・ 区域外の周辺自治体や観光協会と連携を図り、より広域的な旅行商品を企画・造成し販売を行う。
- ・ 物産事業の実施などにより事業収益を確保する。
- ・ 行政から事業に対する補助金の獲得を図る。

## 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

※設定対象区域の都道府県及び市町村が、本法人を当該都道府県・市町村における観光地域づくり法人として認める旨を含む意見を記入すること。

上山市は、一般社団法人上山市観光物産協会を上山市における地域DMOとして登録したいので、一般社団法人上山市観光物産協会とともに申請します。

## 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】

エリアが重複するDMOとは、上山市で月に一度連絡会を行い、市を通してDMO側と各取組について意見交換・情報共有を行っている。

### 【区域が重複する背景】

区域が重複するDMOである地域連携DMO「おもてなし山形」は、上山市が、山形市ほか5市7町と協議し参画しているDMOであり、村山地域全体での取り組みとして活動しており当協会も賛同し参画している。

### 【重複区域における、それぞれのDMOの役割分担について】

※重複する活動がないか、第三者から見た際に合理的と捉えられる役割分担になっているか等を踏まえて記入すること。

地域連携DMO「おもてなし山形」は、参画する地域間でともに取り組むべき事案について実施する。当DMOについては、より当エリア内での合意形成を深め、魅力を高める事案について実施するもので、地域連携DMOの区域である村山地域全体では活動が円滑に進まない事案について取り組む。とりわけ南部の置賜地域との連携や、県外の地域DMOとの連携事業など、小回りのきいた事業を展開する。

### 【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】

地域連携DMO「おもてなし山形」は本県村山地域の7市7町をカバーする大きな母体となっており、そこで決定される事項は、広域的なエリアの取組みとして面的な事業効果を期待できる。しかし一方で、7市7町は、魅力や資源がまったく同一ではなく、経時的・文化的なつながりはあるものの、それぞれのまちにそれぞれの良さや特徴がある。本市でいえば、城下町、温泉町、宿場町と3つの顔を併せ持つまちが広がる。これは7市7町では本市だけである。住民の観光に対する満足度を高めながら観光産業を推進するには、地域課題をしっかりと捉えて丁寧に解決する必要がある。7市7町の枠組みで決める内容ではこの対応が困難なのが実情である。当協会が地域DMOとなり市民満足度を高め、本市の地域魅力を最大限引き出し、または生み出し、観光産業への理解と取組を当市エリアで高めながら、面的な取組を進める地域連携DMOと連動することができれば、スケールメリットの活かせる非常に質の高い観光コンテンツの提供が可能となり効果的かつ効率的な事業展開が果たせる。

## 10. 記入担当者連絡先

|           |                                  |
|-----------|----------------------------------|
| 担当者氏名     | 長橋圭子                             |
| 担当部署名（役職） | 一般社団法人上山市観光物産協会<br>（専務理事（兼）事務局長） |
| 郵便番号      | 999-3134                         |
| 所在地       | 上山市矢来一丁目2-1                      |
| 電話番号（直通）  | 023-672-0839                     |
| FAX番号     | 023-673-3622                     |
| E-mail    | keco@kaminoyama-spa.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 | 山形県上山市                                    |
| 担当者氏名     | 石山 英司                                     |
| 担当部署名（役職） | 観光・ブランド推進課<br>（副主幹（兼）観光振興係長）              |
| 郵便番号      | 999-3192                                  |
| 所在地       | 山形県上山市河崎1-1-10                            |
| 電話番号（直通）  | 023-672-1111 内線 191 ※直通なし。                |
| FAX番号     | 023-672-1112                              |
| E-mail    | e.ishiyama@city.kaminoyama.yamagata.lg.jp |

## 基礎情報

## 【マネジメント・マーケティング対象とする区域】

山形県上山市

【設立時期】平成27年4月1日

## 【設立経緯】

③区域の観光協会がDMOに移行

【代表者】五十嵐 伸一郎

【マーケティング責任者(CMO)】出戸端 健人

【財務責任者(CFO)】長橋 圭子

【職員数】16人(常勤14人(正職員2人・出向等12人)、非常勤2人)

## 【主な収入】

事業収益 29.8百万円、旅行業事業 45.4百万円、市補助金2.9百万円、雑収益0.7百万円(5年度決算)

## 【総支出】

プロモーション事業費 1.8百万円、受入環境整備等費 26百万円、コンテンツ・旅行商品造成費 51.6百万円、一般管理費 57百万円(5年度決算)

## 【連携する主な事業者】

上山市商工会、かみのやま温泉旅館組合、上山地区ハイヤータクシー協議会、NPO法人かみのやまランドバンク、(公社)上山青年会議所

## KPI(実績・目標)

記入日: 令和6年 7月 31日

※( )内は外国人に関するもの。

| 項目                 |    | 2021<br>(R3)年 | 2022<br>(R4)年  | 2023<br>(R5)年 | 2024<br>(R6)年 | 2025<br>(R7)年 | 2026<br>(R8)年 |
|--------------------|----|---------------|----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| 旅行<br>消費額<br>(百万円) | 目標 | 5,258<br>(—)  | 8,540<br>(—)   | 9,504<br>(—)  | 9,880<br>(—)  | 10,209<br>(—) | 10,710<br>(—) |
|                    | 実績 | 3,926<br>(—)  | 9,978<br>(—)   | 9,180<br>(—)  | —             | —             | —             |
| 延べ<br>宿泊者数<br>(千人) | 目標 | —<br>(—)      | 220<br>(—)     | 240<br>(—)    | 247<br>(2.3)  | 249<br>(2.5)  | 255<br>(3.8)  |
|                    | 実績 | 135.8<br>(0)  | 217.5<br>(2.4) | 236<br>(2.2)  | —             | —             | —             |
| 来訪者<br>満足度<br>(%)  | 目標 | 95.0<br>(—)   | 95.0<br>(—)    | 95.0<br>(—)   | 95.0<br>(—)   | 95.0<br>(—)   | 95.0<br>(—)   |
|                    | 実績 | 79.9<br>(—)   | 98.0<br>(—)    | 98.0<br>(—)   | —             | —             | —             |
| リピーター率<br>(%)      | 目標 | 80.0<br>(—)   | 80.0<br>(—)    | 80.0<br>(—)   | 80.0<br>(—)   | 80.0<br>(—)   | 80.0<br>(—)   |
|                    | 実績 | 64.5<br>(—)   | 84.5<br>(—)    | 81.5<br>(—)   | —             | —             | —             |

## 戦略

## 【主なターゲット】

- ①隣接県の家族旅行や個人旅行、若年層やシニア層
- ②タイ・ベトナム・マレーシアを中心とした東南アジア・南アジアのFIT

## 【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

- ①SNSを活用した情報発信、並びに訴求効果や満足度の高いコンテンツの強化。近隣地域や他DMO等との連携強化。
- ②タイにおいては、協定大学と連携したプロモーション展開やSNSを活用した展開。

## 【観光地域づくりのコンセプト】

「五感で楽しむ」自然の中の城下町・温泉町・宿場町

## 具体的な取組

## 【観光資源の磨き上げ】

- ・上山市内産ワインを販売。
- ・着地型旅行商品を企画開発、造成。
- ・大規模ワインイベントの開催。

## 【受入環境整備】

- ・観光案内所の運営。
- ・レンタサイクルの実施。

## 【情報発信・プロモーション】

- ・ホームページによる情報発信。
- ・SNSによる情報発信。
- ・新聞等マスメディアを活用した情報発信。

## 【その他】

- ・ふるさと納税サイト運営業務委託。
- ・各種地域祭事へのサポート。

