様式１

観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年７月３１日

１．観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	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	プラットヨネザワ株式会社	
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 山形県米沢市	
所在地	山形県米沢市	
設立時期	2022 年 4 月	
事業年度	4 月 1 日から翌年 5 月 31 日までの１年間	
職員数	9 人【常勤 4 人（正職員 1 人）、非常勤 5 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） ※必ず記入すること	（氏名） 宮嶌　浩聡 （出身組織名） （㈱ナウエル）	海外大学卒業後、2011 年～7 年間東京の上場企業にて、業務効率化についてのコンサルティング、システム開発の導入サポート等に従事。グループ会社役員として歴任。 2017 年、地元米沢にＵターンし、地元企業の株式会社ナウエルに入社。2020 年 6 月より取締役社長室室長に就任。新規事業、経営企画に従事。 2020 年アウトドアイベント会社合同会社のあそび設立。2021 年、地域の着地型旅行商品造成を目的とした米沢トリップアラウンド推進協議会の事務局として観光庁の採択を受け地域の資源の磨き上げを実施。 2022 年 4 月株式会社ナウエルおよび合同会社のあそびを退社。 国土交通省指定事業である、日本版 DMO 推進事業の指定を目指し、プラットヨネザワ株式会社を設立。
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	CMO 伊藤 大輔 【専従】	青山学院大学経営学部を卒業後、マーケティング調査会社、出版社で法人営業や Web マーケティング業務に従事。 2023 年 6 月から米沢へ移住し、フルリモートにて東京の業務を手がけながら、プラットヨネザワメンバーとしても活動を始め、現在はフルタイムでの所属。

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	CFO 小田　航平 （Japan Digital Design㈱） 専従	2013 年、早稲田大学 商学部 卒業後、株式会社山形銀行へ入行。山形銀行にて、法人営業を含むプロジェクトファイナンス業務へ従事。 2021 年より JapanDigitalDesign 株式会社入社。新規事業として後払い決済サービスの会計処理/仕訳の要件定義/設計書の作成を経験や、AI を業務適用を目的とした事業など、様々なデジタル領域のプロジェクトマネージメントに従事。 2022 年よりプラットヨネザワ株式会社に COO として従事。
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	COO 小田　航平 （Japan Digital Design㈱） 専従	2013 年、早稲田大学 商学部 卒業後、株式会社山形銀行へ入行。山形銀行にて、法人営業を含むプロジェクトファイナンス業務へ従事。 2021 年より JapanDigitalDesign 株式会社入社。新規事業として後払い決済サービスの会計処理/仕訳の要件定義/設計書の作成を経験や、AI を業務適用を目的とした事業など、様々なデジタル領域のプロジェクトマネージメントに従事。 2022 年よりプラットヨネザワ株式会社に COO として従事。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	・米沢市観光課（観光施策、基盤整備、プロモーション、観光施設） ・米沢市商工課（商店街振興、企業誘致、スタートアップ支援） ・米沢市農政課（農産物振興、農関係ツーリズム） ・米沢市政策企画課（まちづくり施策、地方創生、ＳＤＧｓ） ・米沢市地域振興課（地域振興、移住定住、地域公共交通、若者支援）	
連携する事業者名及び役割	・米沢市（観光施策、戦略策定等） ・米沢商工会議所（地域の事業者巻き込み） ・米沢観光コンベンション協会（旅行商品造成、PR） ・山形県観光物産協会（PR） ・ＪＡ山形おきたま米沢支店（観光消費額増加に向けた協業） ・米沢市商店街連盟（地域事業者の巻き込み、PR） ・温泉米沢八湯会（データを活用した宿泊客の取り込み） ・米沢市国際交流協会（インバウンド取り込みでの協業） ・米沢牛のれん会（観光消費額増加に向けた協業） ・米沢酒造協議会（観光消費額増加に向けた協業） ・米沢小売酒販組合（観光消費額増加に向けた協業） ・米沢麺業組合（観光消費額増加に向けた協業） ・上杉文化エリア懇話会（PR） ・米沢市内観光エージェント共同体（インバウンド取り込みでの協業） ・米沢市旅館ホテル組合（観光消費額増加に向けた協業） ・米沢地区ハイヤー協議会（二次交通の解決に向けた協業） ・山交バス㈱米沢営業所（二次交通の解決に向けた協業） ・米沢ものづくり振興協議会（観光消費額増加に向けた協業） ・米沢繊維協議会（観光消費額増加に向けた協業） ・最上川源流の里関グリーン・ツーリズム推進協議会（観光消費額増加に向けた協業） ・㈱アクセスよねざわ（観光消費額増加に向けた協業） ・東日本旅客鉄道㈱米沢駅（観光消費額増加に向けた協業） ・小野川温泉観光知実行委員会（観光消費額増加に向けた協業） ・天元台×白布リボーン協議会（観光消費額増加に向けた協業）	

	・特定非営利活動法人斜平山保全活用連絡協議会（観光消費額増加に向けた協業） ・ざいご太郎塾（観光消費額増加に向けた協業） ・ウコギ社（観光街づくりに向けた協業） ・米沢エリアスキー場協議会（観光消費額増加に向けた協業） ・プラットヨネザワ㈱（候補 DMO） ・㈱上杉コーポレーション（観光消費額増加に向けた協業） ・米沢市金融団金曜会（ファイナンス面での支援、各種 PR） ・歴史の道土木遺産萬世大路保存会（地域資源の活用に向けた協業）
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	地域の合意形成の場として、当法人が事務局を務める「米沢観光推進機構」を 2022 年 5 月に設立。本機構は、登録要件〔１〕Ⅱに定める①地域が「売り」とする観光資源の関係者、②宿泊事業者、③交通事業者、④行政が全て参画し、地域の観光振興について主導している。その機構の運営および実行部隊として、プラットヨネザワ株式会社を組織している。 本機構は、【総会（全会員 37 団体）】－【幹事会（執行機関／令和 6 年度は 5 回開催）】－【戦略会議（合意形成の中核／毎月 1 回）】の三層構造で運営しており、うち戦略会議は登録要件〔１〕Ⅱに定める①～④の関係者すべてが常時構成員として参画する合意形成の中核会議体となっている。戦略会議は観光戦略についての検討、当月の実施内容、次月の予定などを各団体の事務トップレベルで実施している。 （構成団体） **【戦略会議】**（委員長 1 名／委員 6 名／オブザーバー1 名／毎月開催） ・**［①観光資源関係者］**米沢商工会議所：専務理事（安部 徹） ・**［①観光資源関係者］**一般社団法人米沢観光コンベンション協会：副会長（吉澤 彰浩）／専務理事（高野 正雄） ・**［②宿泊事業者］**　温泉米沢八湯会：会長（黄木 綾子） ・**［③交通事業者］**　東日本旅客鉄道株式会社：米沢駅駅長（入間川 悟） ・**［④行政］**　米沢市産業部長（安部 晃市） ・**［DMO］**　プラットヨネザワ株式会社：取締役会長（増村 力）（委員長） ・**［オブザーバー］**　山形県置賜総合支庁産業経済部 **【幹事会】**（会長 1 名／副会長 2 名以内／幹事 7 名以内／監事 2 名／令和 6 年度は 5 回開催） ・**［④行政］**　会長：米沢市 市長（近藤 洋介） ・**［①観光資源関係者］**副会長：米沢商工会議所 会頭（加藤 英樹） ・**［①観光資源関係者］**副会長：米沢観光コンベンション協会 会長（小嶋 彌左衛門） ・**［①観光資源関係者］**山形県観光物産協会副会長（内藤 文徳） ・**［①観光資源関係者］**株式会社アクセスよねざわ代表取締役（黄木 修太郎）※道の駅米沢 運営会社 ・**［①観光資源関係者］**米沢市商店街連盟理事長（松田　智博） ※令和 7 年 5 月 28 日の規約改正により、戦略会議の構成員として「温泉米沢八湯会 会長」（②宿泊事業者）および「東日本旅客鉄道株式会社 米沢駅 駅

	長」（③交通事業者）を規約別表上も正式に明記し、①～④全カテゴリの常時参画を規約上も担保する体制とした。 **【陪席者】** ・米沢市 産業部長 ・米沢商工会議所専務理事 ・米沢観光コンベンション協会専務理事 **【顧問・アドバイザー】** ・顧問：国土交通省東北運輸局 観光部長（長澤 秀博） ・顧問：国土交通省東北運輸局 山形運輸支局長（平川 清彦） **【監事】** ・米沢商工会議所 副会頭 ・米沢観光コンベンション協会　副会長 **【事務局】**（事務局長１名／事務局員２名） ・米沢市 ・プラットヨネザワ㈱（宮嶌、小田） **【米沢観光推進機構 構成団体】**（会員 37 団体／令和７年４月１日現在） 米沢市、米沢商工会議所、一般社団法人米沢観光コンベンション協会、公益社団法人山形県観光物産協会、山形おきたま農業協同組合、協同組合米沢市商店街連盟、温泉米沢八湯会、米沢市国際交流協会、米沢信用金庫、米沢牛のれん会、米沢酒造協議会、米沢小売酒販組合、米沢麺業組合、上杉文化エリア懇話会、米沢市内エージェント観光共同体、米沢市旅館ホテル組合、米沢地区ハイヤー協議会、山交バス株式会社 米沢営業所、米沢ものづくり振興協議会、米沢繊維協議会、最上川源流の里関グリーン・ツーリズム推進協議会、株式会社アクセスよねざわ、東日本旅客鉄道株式会社 米沢駅、小野川温泉観光知実行委員会、天元台×白布リボーン協議会、特定非営利活動法人斜平山保全活用連絡協議会、ざいご太郎塾、ウコギ社一般社団法人、米沢エリアスキー場協議会、プラットヨネザワ株式会社、株式会社上杉コーポレーション、米沢市金融団金曜会、米沢上杉文化施設協議会、米沢御堀端史蹟保存会、スノーラーメン協会、一般社団法人 支倉常長日西文化協会、歴史の道土木遺産萬世大路保存会 **【米沢市観光振興委員会との連動】** 米沢市は「第５期米沢市観光振興計画」（令和８年度～令和 12 年度）の策定を進めており、米沢市版 DMO を観光推進体制の中核と位置付け、「観光コンテンツの企画から実施、効果検証までを一貫して米沢市版 DMO の主導により行えるよう、実効性の高い体制を構築する」と明記する方針である（同計画案 p.53）。当該計画の進捗管理・評価を担う「米沢市観光振興委員会」（15 名）には、①観光資源関係者（米沢観光コンベンション協会、米沢商工会議所、米沢市商店街連盟、山形おきたま農業協同組合、上杉文化エリア懇話会、NPO 法人米沢伝承館 等）、②宿泊事業者（温泉米沢八湯会 遠藤平右衛門 委員）、③交通事業者（東日本旅客鉄道株式会社 米沢駅長 入間川 悟 委員）、④行政（米沢市産業部観光課が庶務）に加え、公募委員（宮崎 市朗 委員）による一般住民代表も参画しており、①～④＋住民の全レイヤーを包含する米沢市側の観光振興計画の進捗管理・評価委員会として位置付けられている。令和７年度には、第５期米沢市観光振興計画の策定プロセスとして本委員会を活用し、

<table>
<tr><td></td><td>DMO の実績・KPI 達成状況・地域経済社会への波及効果等を評価・分析するとともに、パブリックコメントによる米沢市民全員への書面公開を実施する予定である。令和 8 年度の第 5 期計画施行以降は、本委員会を米沢市側の進捗管理・評価委員会として恒常的に活用していく方針であり、DMO 主導の合意形成と市主導の進捗管理・評価が補完的に機能する体制を構築していく。

プラットヨネザワ㈱は、米沢観光推進機構の戦略会議（毎月）に加え、令和 7 年度より米沢市観光振興委員会（年 4 回開催予定）と連動し、DMO 実績・KPI 達成状況・各施策の進捗分析等の情報提供を行う方針であり、DMO 主導の合意形成と市主導の進捗管理・評価が補完的に機能する体制としていく。</td></tr>
<tr><td>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</td><td>・地域が中心となったまちづくりプラットフォーム(東町プラットフォーム)の理事として、まちづくりに住民の方と一緒に取り組んでいる。
・各団体や地域の高校などのイベントにまちづくりの専門家という立場で講演（数か月に 1 回程度）などを実施。
・観光地域、業界など特定の範囲で連絡協議会（数か月に 1 回程度）を立上げ住民と事業者を含めビジョンについて検討を実施。
・まちづくり会社と協力し、まちづくりに関するシンポジウムの開催。</td></tr>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td>【活動の概要】
<table>
<tr><th>事業</th><th>実施概要</th></tr>
<tr><td>情報発信・プロモーション</td><td>・「市内事業者にオール米沢で稼いでもらうための基盤づくり」をテーマに、31 の事業を実 2 年間で 31 事業を実施。DMO 予算 1 億 2,925 万円（うち市の独自予算 6,462 万円)を活動基盤に、新たに国の 補助金を 3 億 7,850 万円獲得。地域事業者とも連携し、民間資金 4 億 4,797 万円もあわせて事業を創出。
・これまでの事業総額は 9 億 5,572 万円となり、米沢市の独自予算（6,462 万円）の約 15 倍の経済規模を創出。代表的事業
１　360°よねざわオープンファクトリー
２　東北一番桜よねざわプロジェクト
３　リアル戦国探求 in 川中島
４　観光事業者 15 社の改装・高付加価値化
５　データ収集・分析（人流・金流・宿泊など）
６　国内・海外向けウェブサイト/SNS 制作

・「市内事業者にオール米沢で稼いでもらうための基盤づくり」をテーマに、実 2 年間で 45 事業を実施。DMO 予算 1 億 9,000 万円（うち市の独自予算 6,300 万円)を活動基盤に、新たに国の補助金を 1,500 万円獲得。地域事業者とも連携し、民間資金 639 万円もあわせて事業を創出。
・これまでの事業総額は 10 億円超となり、米沢市の独自予算（6,462 万円）の約 15 倍の経済規模を創出。
代表的事業
１　データ収集・分析（人流・金流・宿泊など）
２　国内・海外向けウェブサイト/SNS 制作</td></tr>
<tr><td>受入環境の整備</td><td>観光事業者 15 社の改装・高付加価値化(2023 年度)</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

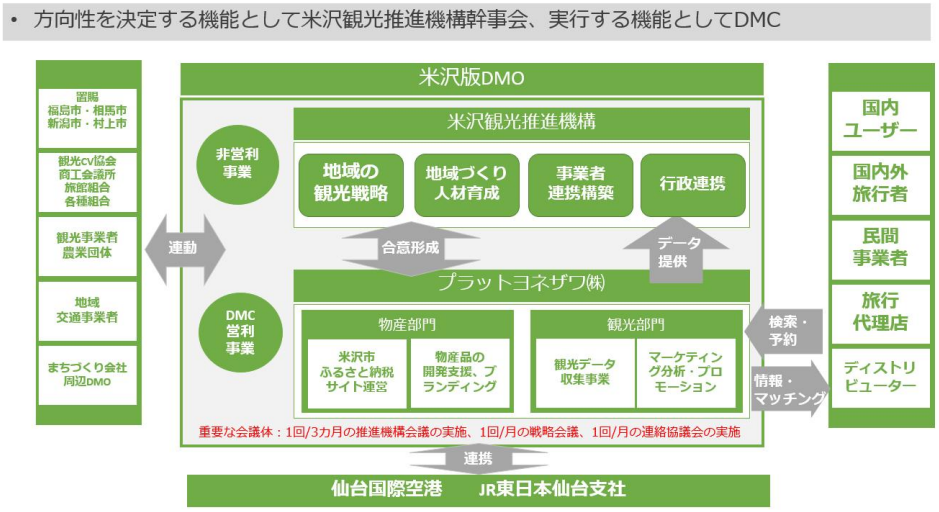
	観光資源の磨き上げ	１　360°よねざわオープンファクトリー（2023 年度、2024 年度） ２　東北一番桜よねざわプロジェクト（2023 年度、2024 年度） ３　リアル戦国探求 in 川中島（2023 年度、2024 年度）

【定量的な評価】
・「市内事業者にオール米沢で稼いでもらうための基盤づくり」をテーマに、実 2 年間で 45 事業を実施。DMO 予算 1 億 9,000 万円（うち市の独自予算 6,300 万円）を活動基盤に、新たに国の補助金を 1,500 万円獲得。地域事業者とも連携し、民間資金 639 万円もあわせて事業を創出。
・これまでの事業総額は 10 億円超となり、米沢市の独自予算（6,462 万円）の約 15 倍の経済規模を創出。

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】
プラットヨネザワ株式会社にて企画立案し、米沢観光推進機構にて承認という基本フローで事業を実施。また、多くの活動をプロジェクト方式で運営し、運営マネージメントをプラットヨネザワ株式会社が行い、プロジェクトの内容によって、米沢観光コンベンション協会、米沢商工会議所、米沢八湯会、銀行関係、行政各課、その他外郭団体、事業者、住民に参画してもらいながら実施。

【実施体制図】



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】

豊かな自然、素朴な風土、貴重な歴史・文化等、他に誇れる魅力ある観光資源を持つ本市にとって、観光業は重要な産業である。この裾野の広い産業である観光業の振興は、交流人口の増加による新たな賑わいや雇用の創出を促し、地域経済に大きな活力をもたらすほか、自らが観光資源をさらに磨き上げることにより、多様で魅力的な「まち」が創造され、誇りと愛着が醸成されることも期待される。しかし、本市においても急激な人口減少と少子高齢化が進展し、産業構造や社会生活基盤などの社会経済に大きな影響を及ぼすことが懸念されるほか、新型コロナウイルス感染症の影響により、一昨年来、観光需要は大きく落ち込み、観光業は厳しい状況に置かれている中で、観光における様々課題を客観的事実により再認識し、その解決に向けて地域全体の観光マネジメントを一体的に行っていく必要がある。

これらのことから、本市観光の舵取り役を担うＤＭＯについては、幅広いデータの収集と分析に裏付けられた明確なコンセプトに基づく観光地経営の視点に立った戦略策定を行い、それらを商業・工業・農業など様々な担い手が共有し、合意形成を図りながら地域経済の活性化に資する観光まちづくりを一体的に推進していくものとし、区域は現在の市域とする。

【観光客の実態等】

近年における観光入込客数は、「道の駅米沢」開業（2018 年）の影響が大きく、それを含めれば目標（米沢市観光振興計画における目標値：2020 年 約 280.0 万人）を優に超える規模に躍進している（観光入込客数：2014 年 約 260.5 万人→2019 年 447.6 万人）。一方で、歴史的な名所・旧跡・文化財等が数多く残り、古くから歴史と文化のまちとして親しまれてきているほか、豊かな自然と豊富な

温泉群を有していながら、道の駅を除く従来の観光施設等の入込は、横ばい若しくは微減傾向がみられる現状がある。

【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】

上杉神社、稽照殿、上杉家廟所、法音寺、春日山林泉寺、法泉寺、宮坂考古館、笹野観音、堂森善光寺、舘山城跡、上杉記念館（上杉伯爵邸）、米沢織、笹野一刀彫、原方刺し子、米沢焼、相良人形、独楽、打刃物、体験（手織り体験、着付け体験、紅花・藍などの草木染め体験、絵付け体験）、米沢上杉まつり、小野川温泉ほたるまつり、梓山獅子踊り、愛宕の火祭り、米沢納涼水上花火大会、米沢牛肉まつり、綱木獅子踊り、なせばなる秋まつり、甲子大黒天例祭、保呂羽堂の年越し祭、笹野観音十七堂祭、米沢八湯かまくら村、上杉雪灯篭まつり、小野川温泉、白布温泉、姥湯温泉、大平温泉、新高湯温泉、湯の沢温泉、滑川温泉、りんご、米沢牛、米沢鯉、さくらんぼ、うこぎ、丸茄子、雪菜、芋煮、小野川豆もやし、米沢らーめん、米沢そば、地酒（東光の酒蔵、浜田沖政宗、香坂酒造、新藤酒造店）、西吾妻山トレッキング、天元台高原スキー場、米沢スキー場、小野川温泉スキー場、道の駅米沢、道の駅田沢なごみの郷

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

都市名	区域・区分	施設数	収容力（人）
米沢市	小野川温泉	15	1,146
	白布温泉	4	327
	温泉（新高湯、姥湯、大平、滑川、湯の沢）	5	256
	市街地旅館・ホテル類	11	330
	ビジネスホテル類	14	1,535
	ペンション類	21	736
	その他民宿等	8	89
	合　　計	78	4,419

【利便性：区域までの交通、域内交通】

＜区域までの交通＞

（アクセスマップ）	（車をご利用の場合）
	● 東京－浦和 IC－（東北自動車道 257km）－福島 JCT－（東北中央自動車道 37km）－米沢 ● 仙台－（東北自動車道 72ｋｍ）－福島 JCT－（東北中央自動車道 37ｋｍ）－米沢 ● 新潟－（常磐自動車道 95ｋｍ）－会津若松－（国道 121 号 67ｋｍ）－米沢 ● 山形－（国道 13 号 46ｋｍ）－米沢 ● 山形－（東北中央自動車道 37ｋｍ）－米沢 （列車をご利用の場合） ● 東京－（山形新幹線約 2 時間）－米沢 ● 仙台－（東北新幹線 25 分）－福島－（山形新幹線 30 分）－米沢 ● 新潟－（快速列車 2 時間 38 分）－米沢 ● 山形－（山形新幹線 33 分）－米沢 （高速バスをご利用の場合） ● 東京－（約 5 時間）－米沢 ● 仙台－（約 2 時間）－米沢

【域内交通】

本市には、都市圏や近隣市町村を結ぶ鉄道（新幹線・在来線）及び高速バスが運行しており、また市内では米沢駅を核として放射状に路線バスのネットワークが運行して本市と川西町を結ぶほか、市内の白布温泉や小野川温泉などの観光地へのアクセス手段としての役割を担っている。 さらに、主要な施設等が複数立地する市街地では、市街地循環路線（右回り・左回り・南回り）、がそれぞれ運行し、市街地内の移動の利便性を確保している。中山間部の一部地域においては、路線バスの廃止代替等を背景として、市民バスやのりあいタクシーが運行しており、市街地へのアクセス手段を確保している。

【外国人観光客への対応】

(1) JNTO 認定外国人観光案内所設置状況

置賜広域観光案内センター（ＡＳＫ）［ＪＮＴＯ認定・カテゴリーⅡ］英語

道の駅米沢総合観光案内所［ＪＮＴＯ認定・カテゴリーⅡ］英語

(2) インバウンド観光の対応状況

外国人旅行者のニーズに沿った観光情報を提供するため、さまざまな情報媒体を活用し、戦略的な情報発信を行っている。また、国や地域によって異なるニーズに応じたインフルエンサー等の活用による情報発信や、海外の旅行会社や関係者に対するプロモーションを行っている。

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	旅行・観光における消費実態を明らかにし、産業連関分析等に応用しな	アンケートや聴取調査による

	がら、域内の経済波及効果を測定するため	
延べ宿泊者数	宿泊の実態を把握し、観光施策や観光関連関係者の事業展開の基礎資料に供するため	宿泊施設への月次調査による
来訪者満足度	満足度や来訪意向等の実態を把握し、地域への期待と評価から、来訪を促す・リピート率をアップさせる行動計画の策定につなげるため	アンケートや聴取調査による
リピーター率	満足度や来訪意向等の実態を把握し、地域への期待と評価から、来訪を促す・リピート率をアップさせる行動計画の策定につなげるため	アンケートや聴取調査による
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アナリティクスの活用による
住民満足度	観光振興に対する地域住民の理解度を測るため	住民意識調査による

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

米沢市は、比較的第１次～第６次産業までの構造のバランスがいい地域であるが、他の地方自治体同様に人口減少が進んでおり、すべての産業で担い手の減少が大きな問題である。
観光産業においては、長年、歴史、文化、食、酒等バランスよく構成されている米沢市は、比較的観光が地域収益の一つであった。しかしながら、近年の価値観の変化やテクノロジーの進化に起因する観光産業の構造変化および新型コロナウイルス後の観光に関する世界トレンドに対して大きく対応が出遅れているという事実もある。一方で、近年急速に事業者や外郭団体の世代交代が進み、今 30 代～50 代までの方々が地域の事業者の主プレーヤーになりつつある。この結果、地域課題を広く共有し、共同でアクションを実施していくアライアンスも組める環境になりつつある。その環境下で DMO が旗振り役となり、行政、外郭団体、事業者、住民を巻き込みながら、観光地としての再構築を手掛けていくことを域内で合意し、DMO 設立に向けて動き出したのが 2020 年である。2021 年に具体的な検討の場所として、準備委員会を立上げ、2022 年に合意形成の場である、米沢観光推進機構、実行部隊であるプラットヨネザワ株式会社を設立した。
観光資源や再構築に必要なプレーヤーはそろっている状況があると考えており、
今後は、基本的なデータベースマネージメント、プロモーションマネージメント、面としての CRM、インバウンドに関する戦略等をプラットヨネザワ株式会社で担いながら、具体的な役割分担やキャッシュポイントの創出などは、米沢観光推進機構を含めた地域のプレーヤーと共に実施していく。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み（Strengths） ・自地域で積極的に活用できる強みは何か？ ・上杉家や先人たちが築いた歴史、文化 ・米沢の味 ABC や米沢らーめん、伝統野菜、地酒などの食が豊富 ・良質な温泉資源が豊富 ・山岳、四季の彩りなどの豊かな自然環境 ・米沢織などの伝統産業 ・有機 EL などの先進技術 ・上杉まつり、なせばなる秋まつり、上杉雪灯篭まつり等、四季ごとに開催されるイベント ・おしょうしな(ありがとう)の心 ・道の駅米沢の集客力 ・首都圏からのアクセスの良さ ・認知度の低さは、観光振興によって伸びが期待できるという強み	弱み（Weaknesses） ・自地域で改善を必要とする弱みは何か？ ・イベント中心型の集客が主であるため、通年での安定的な集客力が弱い ・駅などからの二次交通が不十分 ・中心市街地の閑散化など地域力の低下 ・観光に携わる事業者、団体、行政等の連携不足と調整機能の欠如 ・地域全域に点在する地域資源の掘り起しや連携 ・バリアフリー・ユニバーサルデザインが不十分 ・国内外へのプロモーション力が弱い ・人口減少、少子高齢化等による担い手不足 ・通過型観光（滞在時間が短い） ・体験型観光メニューやアクティビティ等が不足 ・地域資源が分散して存在し、周遊が非効率的 ・海外向けの情報発信ができていない ・外国人向け案内所、対応ガイドなどが不十分
外部環境	機会（Opportunity） ・自地域にとって追い風となる要素は何か？ ・情報通信技術の飛躍的な発展 ・温泉への根強いニーズ ・スローライフ、エコ、LOHAS、農業・林業などへの関心の高まり ・着地型旅行の需要拡大 ・外国人観光客の増加とローカル志向 ・東北デスティネーションキャンペーンの実施 ・大阪万博の日本開催 ・地方創生、DMO 推進による国の支援、仕組み作り ・働きかた改革の推進 ・東北中央自動車道の開通	脅威（Threat） ・自地域にとって逆風となる要素は何か？ ・消費人口の減少による日本人観光客の減少 ・観光関連事業者の高齢化、人手不足、後継者不足 ・若者等人材の流出による生産人口の減少 ・地方創生、CCRC 構想などによる地域間競争の激化 ・非正規雇用の増加等による旅行関連支出の減少 ・新型コロナウイルス感染症による影響 ・世界経済の先行き不安 ・地元経済の停滞 ・時期による観光入込のばらつき

※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

〇第１ターゲット層

〇国内旅行者ターゲット①
すでにこの地域を訪れた経験のある 40 代～60 代の女性
米沢の強みである良質な温泉資源を有する 8 つの温泉エリア（八湯会）にある温泉旅館での滞在を目的とした旅行者

〇選定の理由
・国内旅行においても遠方からの旅行者をターゲットとすることにより、観光消費額を増加させることが狙いである。また、令和 4 年度山形県観光者数調査から、国内旅行者年齢層は 50 歳代が最多で、40 歳代から 60 歳代を合わせると過半数を占める。加えて、当エリアを訪れる旅行者の 7 割はリピーターであり、その割合は年齢層が上がるほど高まる傾向にある。
・域内には、ビジネスについては、LENOVO（NEC）といったグローバル企業を有すること。また就学に関しては、山形大学工学部、米沢女子短期大学、米沢栄養大学の 3 つの大学が存在しており、約 3,000 名の学生が暮らす学園都市としての側面を有する。遠く飛行機や新幹線、高速道路を利用して来訪する旅行者を満足させることによって、観光消費額と満足度の向上、リピーターの獲得につなげていく。また。当エリアのファンになることで物産やふるさと納税などの分野などの様々な形でも当エリアに関わってもらえることを目的とし、関係人口増加も視野に入れてターゲットを設定した。

〇取組方針
・すでに多くの方に満足頂いている観光資源(既視感がある)をブラッシュアップするとともに、まだ旅行者が経験したことのない(あまり経験したことのない)観光資源を掘り起こし再び訪れる目的を造成する。
・データ取得によるマーケティングを行い、関係者による地域としてのありたい姿を共有し、訴求効果の強いコンテンツの磨き上げと造成を行う。
・連泊率を KPI に置き、周遊および長期滞在について拡大を図る

〇ターゲット層

〇国内旅行者ターゲット②
戦国を中心としたサブカルチャーに興味がある若年層

〇選定の理由
・この地域の特徴的な観光資源として、戦国に関連する武将という要素がある。
・戦国の文脈については、大河ドラマに代表されるような史実に対して興味関心を寄せている比較的高齢の層とアニメやゲームに対して興味関心を寄せる層に分類されると考える。実績として、JR 東日本が企画した「花丸遊印録～上杉の歴史息づく米沢の旅～」では、多くの女性を中心とした若い世代が地域を訪れ、臨時列車も好調な販売となった。
・サブカルチャーをフックにすることで、国内だけではなく海外の若年層にも転用できる文脈づくり・コンテンツ作りにもつながり、新たな顧客の創出の一つの軸になり得ると考える。

〇取組方針
・サブカルチャーのコンテンツを持っている企業・交通事業者とのタイアップ
・戦国を中心とした既存の域内イベントにたいしてのサブカルチャー文脈の付加
・受け入れ環境の整備
・お土産商品などの創出

〇海外旅行者ターゲット①：国内に住む外国出身者

〇選定の理由
・東北エリア全体に共通していることではあるが、海外における知名度はない状況。
・その中で、知名度を上げていくプロモーションも重要であるが、エージェントなどが関連した業的なプロモーションに関しては、JNTO や東北観光推進機構などより大きな受け皿で手掛けていく必要があると考える。また、受け入れ環境についても日本語が話せない外国人、日本文化に馴染みのない外国人に対して、安全に、快適に過ごしてもらう環境になっていない。一方でポジティブな言い方をすれば、地方は、国際化によってフォーマット化されていない、日本の独自性を感じられる場所というポジショニングも魅力になり得ると考えている。その意味で、一足飛びに海外に住む外国人をターゲットにするのではなく、日本に住む外国出身者をターゲットにすることで、旅行者、地域の事業者、住民にとって適切な形でインバウンド拡大が図られるのではないかと考える。
・具体的には、日本語が話せるもしくは理解でき、日本文化について理解できている国内在住外国人を地域に受け入れることで、地域の事業者や住民の心理的ハードルを下げ、積極的にインバウンドを受け入れる環境を創出したい。また、国内在住外国人には、同じような価値観、経済レベルを有した海外在住外国人のつながりがあると考え、国内在住外国人による情報発信を通して、地域に対するイメージを創出していくことが、大きなプロモーションをした際にも、地域間競争において最終的にエリアを選択する際に効果があると考える。

〇取組方針
・国内在住外国人に向けた情報発信の促進
・国内在住外国人が参加できる地域イベントの創出及び情報発信
・補助金等を利用した国内在住外国人が参加できるアドベンチャーツーリズムの創出および受け入れ態勢の構築
・各コンテンツに対し、地域内の全国通訳案内士との連携や多言語ガイドができる人材育成を通じ、インバウンド向けのガイドツアーができる体制を構築
・宿泊施設・飲食店での多言語対応や、Web サイトの口コミ対応、Wi-Fi・キャッシュレスの整備等、インバウンドを快適に受け入れるための体制を構築

〇海外旅行者ターゲット②：台湾・香港・タイ・韓国を中心とした東アジア・東南アジアの訪日リピーター層

〇選定の理由
・台湾インバウンドに関する国の政策、県の政策に同調する動きを取る。
・本地域の強みとして、「食」・「酒」・「雪」という大きな要素がある。食は「米沢牛」を中心とした高級層向けの食材、酒は「GI」を活用した品質、雪は「天元台」を中心とした世界的に見ても雪質が高いスキーリゾートとなる。それらの要素と親和性が高い文化や嗜好性を持っていて、近隣空港となる仙台、新潟、山形空港における就航状況、また国交の状況などを鑑みると台湾以外の東アジア・東南アジアへの拡大可能性の模索も必要と考える。
・その意味では、台湾以外のインバウンドターゲットについても調査事業などを実施しながら、具体的な商品造成、受け入れ態勢の整備を実施していく

〇取組方針
・現地に赴いてのプロモーション
・調査事業を通しての、新たなターゲット層の開拓及び集客チャネルの確立
・SNS を中心とした発信
・ターゲットに特化した着地型旅行商品の造成

〇海外旅行者ターゲット③：欧米豪の英語圏の訪日リピーター層

〇選定理由
・米沢市は上杉謙信と上杉鷹山の歴史的な舞台で、歴史や文化体験を求める欧米豪の観光客にとって魅力的な豊かなポイントが多い。また、四季折々の美しい風景や温泉地があり、特に冬の雪景色や秋の紅葉はフォトジェニックで魅力的なポイントを有する。
・さらに、世界的に有名な米沢牛や地元の郷土料理があり、食文化の豊かさが欧米豪の観光客に訴求力を持っている。新幹線や高速道路の整備により、東京などの主要都市からのアクセスが向上し、観光客にとって訪れやすい場所となっている。
〇取り組み方針
・欧米豪の主要都市でのプロモーション活動を強化し、SNS やインフルエンサーマーケティングを活用して米沢市の魅力を発信。
・観光案内所や主要な観光スポットでの英語対応を強化、英語のガイドブックや案内板の充実。
・着物の着付け体験や料理教室といった、欧米豪の観光客に人気の高い体験型観光プログラムの充実。
・環境に配慮した観光資源の開発や次世代公共交通システムを活用したエコツーリズムを提案、持続可能な観光を推進

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	「もっといたくなるまち、また来たくなるまち、米沢」（インナーコンセプト） 「米沢玄関」（アウターコンセプト）
②コンセプトの考え方	・米沢は、上杉家に代表される歴史、米沢牛に代表される豊かな食、高い品質でそろえられた日本酒、草木塔に代表されるような自然文化、東北雪国の入り口として周辺エリアとの連携など、多くの点で観光地として可能性を持っていると考えています。 ・すでに四季のお祭り、米沢牛のブランド化、産業化され多くの観光客の皆様が訪れる土台は出来ている優位性がある中で、現状を維持しながら、今後は持続可能な観光まちづくりに向けて具体的な動きを取っていく必要があります。 ・テーマとしては、LTV(顧客生涯価値)を意識した観光まちづくりをしていくことだと考えます。米沢には、世界の中でも最も明確で、美しい四季があり、そこに紐づく生活文化があります。持続可能な世界が謳われる今、それらの価値はこれからさらに高いものになっていきます。 ・このエリアの精神性や生活様式、その前提となる自然環境がこれから最も評価される=価値を付加しやすい要素であり、それらをいかに観光産業に取り入れていくかということが重要です。 それら文化的価値の高い資源をいかに経済的価値につなげながら、これまでの産業化された観光と相乗効果を生むことを目指します。 ・また、KPI をリピート率や連泊率とし、事業者が連携することで達成可能な数値目標を置くことで、地域全体での取り組みを加速させます。 なんども来ていただくために何をすべきか、これを住民、事業者、外郭団体、行政と共に創造します。

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。	〈現在〉 ・戦略会議年 10 回開催 ・事業者意識調査/年１回 ・米沢商工会議所、米沢観光コンベンション協会、米沢商店街連盟向けの活動説明会を総会もしくは各組織の分科会ごと実施 ・官報での報告(年１回) ・米沢市報での報告（不定期） ・商工会議所の会報での報告（不定期） ・年間活動報告会(年１回) ・DMO の申請に関するアンケート、およびヒアリング ・ワーキンググループでの活動/各 3～12 回 ・HP での活動報告
	DMO を中心として、地域の観光必要機能、役割分担、具体的なアクションなどを毎月１回戦略会議として、米沢市、米沢商工会議所、観光コンベンション協会を交えて行っており、方向性、戦略、戦術的な部分まで共有し、議論している。 DMO の申請など地域内の大きな合意形成が必要な場合には、米沢観光推進機構のメンバーにオンラインアンケートを実施、および一部メンバーへのヒアリングを実施するなど、観光まちづくりについてのコアメンバーと地域の事業者のずれが発生しないような仕組みを作っている。 今後は、具体的な活動について、地域の事業者、行政職員、外郭団体職員、地域の住民、学生なども巻き込みながらワーキンググループを作り、活動を加速させる。
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	・観光庁の補助メニューなど申請取りまとめ(例)高付加価値化等 ・宿泊施設やイベントにおけるアンケート調査および集計/レポート（5 月 20 日の八湯会総会への参加）
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	・情報発信のもととなるデータベース(イベント情報、店舗情報、観光スポット情報、画像)を DMO として作成、管理する。 ・地域にある HP や SNS について、どのように役割分担(コンセプト、トーンアンドマナー、ターゲット、発信内容)にするのかを棚卸し、効果的な発信形態を確立する ・地域を訪れた方に対してのアンケート調査(宿泊施設内、イベント)を実施し、その結果を適宜地域に共有していく。 ・地域の CRM システム(パッケージのみを意味するのではなく、連携を含めたエコシステムとして)を組んでいく。

※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		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●旅行消費額（百万円）	目標	15,073	15,794	15,865	15,936	16,007	
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	17,430	19,415	16,474			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	221	222	223	224	225	
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	229	275	229			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●来訪者満足度（%）	目標	80.0	80.0	80.0	80.0	80.0	
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績		85.1	76.2			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●リピーター率（%）	目標	75	75	75	75	75	
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績		67	69			
		（ ）	（ ）	（ ）			

※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】
米沢観光推進機構戦略会議において、継続的に測定可能な統計データであることを確認して設定。具体的なＫＰＩの設定は以下の考え方に基づいて設定した。また、目標値については、毎年見直しの有無を検討し、幹事会や各種会議で共有を行うとともに、地域内関係者や市民向けにも公表し、意識の共有・醸成に努める。

【設定にあたっての考え方】
・旅行消費額：観光客総数に平均単価を掛けた数値。
・延べ宿泊者数：国の観光予報プラットフォームからの算出
・来訪者満足度：観光アンケート結果をもとに指標を設定。
・リピーター率：観光アンケート結果をもとに指標を設定。

（２）その他の目標

指標項目		2022（Ｒ４）	2023（Ｒ５）	2024（Ｒ６）	2025（Ｒ７）	2026（Ｒ８）	2027（Ｒ９）

		年度	年度	年度	年度	年度	年度
●SNS フォロワー数（人）	目標	70,000	100,000	105,000	111,000	115,000	
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	51,857	65,673	74,875			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●平均連泊数（泊数）	目標	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績						
		（ ）	（ ）	（ ）			
●入込客数（千人）	目標	2,542	2,642	2,747	検討中	検討中	
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	3,166	3,399	3,612			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●	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。

米沢観光推進機構戦略会議において、継続的に測定可能な統計データであることを確認して設定。具体的なＫＰＩの設定は以下の考え方に基づいて設定した。また、目標値については、毎年見直しの有無を検討し、幹事会や各種会議で共有を行うとともに、地域内関係者や市民向けにも公表し、意識の共有・醸成に努める。

【設定にあたっての考え方】

連携ＳＮＳフォロワー数：
・おきたま観光協議会、米沢観光 Navi、道の駅よねざわ、上杉城史苑、プラットヨネザワ㈱の連携ＳＮＳについてのフォロワー数
・連泊率：宿泊事業者およびＯＴＡ事業者からのデータ提供による算出
・事業者意識：オンラインアンケートによる集計

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）
2022（Ｒ４）年度	59,000,000（円）	・【米沢市負担金】（国交付金 1/2） 24,500,000 円 ・【受託事業】 30,000,000 円 ・【収益事業】 4,500,000 円
2023（Ｒ５）年度	84,300,000（円）	・【米沢市負担金】（国交付金 1/2） 29,000,000 円 ・【受託事業】 50,300,000 円 ・【収益事業】 5,000,000 円
2024（Ｒ６）年度	94,300,000（円）	・【米沢市負担金】（国交付金 1/2） 29,000,000 円 ・【受託事業】 60,300,000 円 ・【収益事業】 5,000,000 円
2025（Ｒ７）年度	94,300,000（円）	・【米沢市負担金】（国交付金 1/2） 29,000,000 円 ・【受託事業】 60,300,000 円 ・【収益事業】 5,000,000 円
2026（Ｒ８）年度	94,300,000（円）	・【米沢市負担金】（国交付金 1/2） 29,000,000 円 ・【受託事業】 60,300,000 円 ・【収益事業】 5,000,000 円
2027（Ｒ９）年度	（円）	（円）

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４）年度	54,500,000（円）	【一般管理費】 24,500,000 円 【観光 DX 整備費用】 25,000,000 円 【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】5,000,000 円
2023（Ｒ５）年度	79,300,000（円）	【一般管理費】 29,000,000 円 【観光 DX 整備費用】 21,000,00 円 【情報発信・プロモーション】 12,000,000 円 【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】 15,300,000 円

		【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）】 2,000,000 円
2024（Ｒ６） 年度	82,000,000（円）	【観光 DX 事業】 12,000,000 円 【地域の魅力磨き上げ事業】 30,000,000 円 【地域商社事業・プロモーション】15,000,000 円 【一般管理費】 25,000,000 円
2025（Ｒ７） 年度	77,000,000（円）	【観光 DX 事業】 12,000,000 円 【地域の魅力磨き上げ事業】 25,000,000 円 【地域商社事業・プロモーション】15,000,000 円 【一般管理費】 25,000,000 円
2026（Ｒ８） 年度	77,000,000（円）	【観光 DX 事業】 12,000,000 円 【地域の魅力磨き上げ事業】 30,000,000 円 【地域商社事業・プロモーション】15,000,000 円 【一般管理費】 25,000,000 円
2027（Ｒ９） 年度	（円）	（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**

・着地型旅行商品の造成
・地方公休団体、各外郭団体からの業務委託
・地域の事業者からの業務委託
・二次交通の課題解決事業
・地域商社事業

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

山形県米沢市は、プラットヨネザワ株式会社を山形県米沢市における地域ＤＭＯとして登録したいので、プラットヨネザワ株式会社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）

※重複なし

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	宮嶌　浩聡
担当部署名（役職）	プラットヨネザワ株式会社　代表取締役
郵便番号	992-0037
所在地	山形県米沢市本町２丁目 1-12
電話番号（直通）	0238-33-0056
ＦＡＸ番号	
Ｅ－ｍａｉｌ	h.miyajima@plat-yonezawa.jp

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	山形県米沢市
担当者氏名	佐藤 功児
担当部署名（役職）	主査
郵便番号	992-8501
所在地	山形県米沢市金池５丁目 2-25
電話番号（直通）	0238.22.5111 内線 4204
ＦＡＸ番号	0238.24.4541
Ｅ－ｍａｉｌ	kanko-ka@city.yonezawa.yamagata.jp

都道府県･市町村名	
担当者氏名	
担当部署名（役職）	
郵便番号	
所在地	
電話番号（直通）	
ＦＡＸ番号	
Ｅ－ｍａｉｌ	

（登録）【地域DMO】プラットヨネザワ株式会社

様式２

記入日：　令和７年７月９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】 山形県米沢市
【設立時期】 令和4年4月1日
【設立経緯】
①区域に観光協会があるが、役割分担等をした上でＤＭＯ新設
【代表者】 宮嶌 浩聡
【マーケティング責任者（CMO）】 伊藤 大輔
【財務責任者（CFO）】 高橋 圭
【職員数】 10人（取締役7人、正社員2名、パート1名）
【主な収入】
・DMO事業以外の受託事業：20.0百万円（売上）
【合意形成の仕組み：米沢観光推進機構】
戦略会議（毎月）に①～④全員参画
①観光資源関係者：米沢商工会議所・米沢観光コンベンション協会
②宿泊事業者：温泉米沢八湯会／③交通事業者：JR米沢駅
④行政：米沢市産業部長 ※総会（年1回）・幹事会（R6年度5回）を併設
【米沢市観光振興委員会との連動】
第5期観光振興計画（R8-R12）の進捗管理・評価委員会（位置付け予定）
委員15名に①～④＋公募委員（一般住民代表）が参画

ＫＰＩ（実績・目標）

※（　）内は外国人に関するもの。

項目		2022（R4）年度	2023（R5）年度	2024（R6）年度	2025（R7）年度	2026（R8）年度	2027（R9）年度
旅行消費額（百万円）	目標	15,073（　）	15,794（　）	15,865（　）	15,936（　）	16,007（　）	（　）
	実績	17,430（　）	19,415（　）	16, 474（　）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	221（　）	222（　）	223（　）	224（　）	225（　）	（　）
	実績	229（　）	275（　）	229（　）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	80.0（　）	80.0（　）	80.0（　）	80.0（　）	80.0（　）	（　）
	実績	（　）	85.1（　）	76.2（　）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	75（　）	75（　）	75（　）	75（　）	75（　）	（　）
	実績	（　）	67（　）	69（　）	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
<国内>
①40代～60代の女性リピーター層
②戦国を中心としたサブカルチャーに興味がある若年層
<海外>
①国内に住む外国出身者
②台湾・香港・タイ・韓国を中心とした東アジア・東南アジアの訪日リピーター層

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
・データを活用したマーケティング
・地域の資源の磨き上げ
・戦略についての地域プレーヤーの合意と連携した情報発信

【観光地域づくりのコンセプト】
「もっといたくなるまち、また来たくなるまち、米沢」

具体的な取組

【360°よねざわ
オープンファクトリー】

【観光事業者15社の改装・
高付加価値化】

【東北一番桜よねざわプロジェクト】

【データ収集・分析
（人流・金流・宿泊など）】

【リアル戦国探究
in 川中島合戦】

【国内・海外向け
ウェブサイト／SNS制作】