観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年７月 13 日

１．観光地域づくり法人の組織

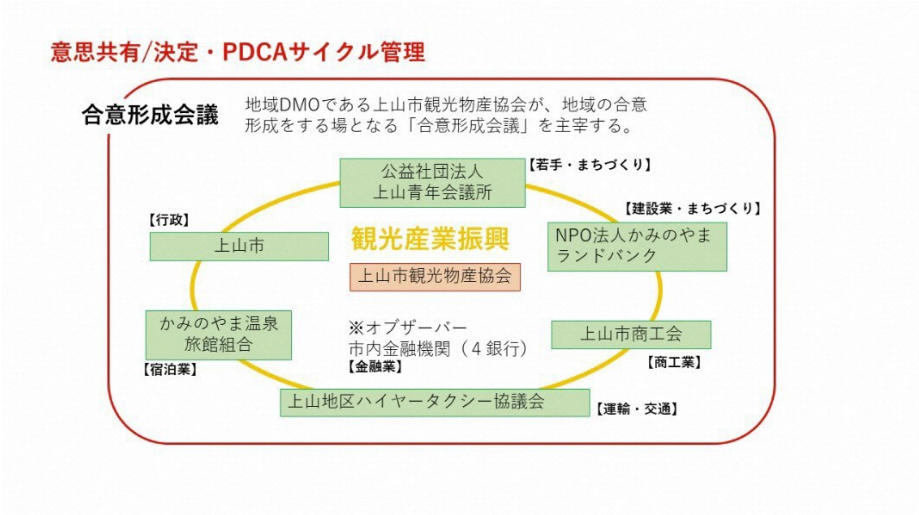
申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	広域連携ＤＭＯ･地域連携ＤＭＯ･地域ＤＭＯ	
観光地域づくり法人の名称	（一社）上山市観光物産協会	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	山形県上山市	
所在地	山形県上山市	
設立時期	平成 27 年４月１日	
事業年度	４月１日から翌年３月 31 日までの１年間	
職員数	15 人【常勤 14 人（正職員７人・パート等７人）、非常勤１人】	
代表者（トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者） ※必ず記入すること	五十嵐伸一郎 （株式会社葉山館）	平成 26 年より会長を務めており、前身の上山市観光物産協会の一般社団法人化に尽力。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。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 ※必ず記入すること	出戸端健人「専従」 (株)Riserva	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 WorkX（株）に参画し業容拡大に貢献したのち、2024 年に（株）Riserva を立ち上げた。 これまで行政の地域計画の策定や地域創生の取組を行っており、令和６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） ※必ず記入すること	長橋圭子「専従」 （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） ※各部門責任者のうち専従の者については、氏名の右	伊藤こずえ「専従」 （上山市観光物産協会）	平成 18 年より山形県観光物産協会　観光情報センターに勤務し情報収集や発信に努めた経験を活かし、平成 25 年に（一社）上山市観光物産協会に入社し現在に至る。日々進化するＷｅｂやＳＮＳの対応にあたる。

様式１

<table>
<tr><td>横に「専従」と記入すること</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>各部門（例：旅行商品の造成･販売）の責任者（専門人材）</td><td>油井紀子「専従」
（上山市観光物産協会）</td><td>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。</td></tr>
<tr><td>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</td><td colspan="2">山形県上山市観光・ブランド推進課（合意形成・行政窓口）
建設課（ハード整備）
商工課（経済振興）
農林夢づくり課（経済振興）</td></tr>
<tr><td>連携する事業者名及び役割</td><td colspan="2">上山市商工会（市内飲食・商業・工業・宿泊・交通・金融）
かみのやま温泉旅館組合（市内宿泊業振興）
上山地区ハイヤータクシー協議会（地域交通）
ＮＰＯ法人かみのやまランドバンク（まちづくり）
（公社）上山青年会議所（まちづくり）
地域連携ＤＭＯ「おもてなし山形」（広域観光・村山地域）</td></tr>
<tr><td>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</td><td colspan="2">【該当する登録要件】①、②
①当協会総会
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。
②合意形成会議
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。</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 colspan="2">・行政と連携し、市広報誌を活用した市民向け報告の実施。
・総会時における事業報告会の実施。
・観光物産協会ＨＰでの宿泊者数などのデータの公開。</td></tr>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td colspan="2">【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>１　旅行業事業
本市唯一の旅行業者として平成 30 年度より、地域資源を活用した旅行商品を造成・販売。コロナ禍における宿泊支援事業「GoTo キャンペーン」や「地域キャンペーン」時には、地域の宿泊事業者並びに観光施設や飲食店などを支援してきた。その後も、本市定番の地域資源を活用した旅行商品の造成や、地域密着型の旅行会社として、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。令和６年度より、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「VISIT YAMAGATA」を使った旅行商品の企画・販売。インバウンドも視野に多言語での商品展開を実施している。</td></tr></table></td></tr>
</table>

		２　物産事業 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。また、かみのやま温泉観光案内所内に、市内・県内産ワインの認知度向上と消費拡大のため、購入のほか、有料試飲ができる「山形ワインカーヴ」を令和５年４月より運営しており、店舗内には市内物産品も取り扱かっている。 ３　インバウンド誘客事業 令和６年度は台湾での商談会並びに旅行博に参加し、当市の観光ＰＲを実施。旅行博では、冬期間のアクティビディーや二次交通、ワイン・ワインイベントのＰＲに努めた。また、タイ人インフルエンサーを招致し、ＳＮＳを活用して情報発信を行った。その他 Facebook 等の有料広告を活用し、国内外への観光プロモーションを実施した。また、台湾のメディアと連携し台湾国内向けにＷｅｂマガジンやＳＮＳを活用した誘客事業をおこなった。 ４　ふるさと納税返礼品事業 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平成 29 年度から上山市より受託し事業に取り組んでいる。 ５　観光案内・情報発信業務 ＪＲかみのやま温泉駅前に新設した、かみのやま温泉観光案内所の案内業務を平成 29 年度より受託するとともに、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おこなった。
	受入環境の整備	１　二次交通事業 インバウンド需要が高い蔵王温泉まで 30 分の立地でありながら、本市からの直通の交通手段がない。そのため、本市から蔵王温泉までを結ぶ「蔵王シャトルバス」を令和６年度観光庁の補助事業を活用し令和７年１月 11 日から２月 28 日までの期間運行し、国内外の観光客のニーズに応える取組を実施している。 その他、令和２年度よりレンタサイクルの貸出を実施している。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エコに楽しみながら巡ることができる環境を整えている。 ２　案内環境整備 当ＤＭＯ事業で令和５年９月から調査を開始。台湾からの観光客が本市インバウンド数の半数ほどを占めることから、台湾人をスタッフに加え、商品の企画・販売の他、ＪＲかみのやま温泉駅前にある観光案内所で中国語での対応を行ってい

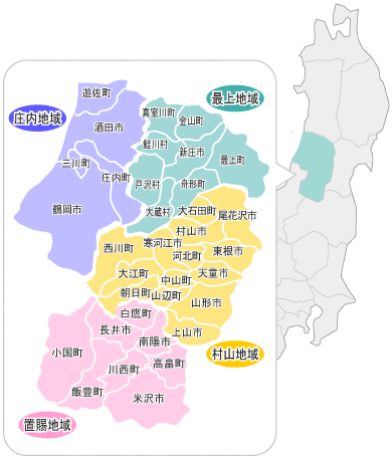
		る。その他、会員向けに飲食店メニューの台湾語翻訳などのサポート業務もおこなっている。 ３　滞在促進事業 令和５年度から販売実施している冬季の樹氷や冬のアクティビティのほか、初夏のさくらんぼ狩り等のコンテンツを活かした、通年をとおした滞在プログラムの開発に努めており、特に冬季コンテンツについては、地元の観光事業者や行政とともに観光客の安全対策について協議し、連携して対策を講じている。 ４　人材育成事業 令和元年度より、タイ王国・チェンマイラチャパッド大学と協定を締結し、市内旅館でのインターンシップを３か月間実施し、現在３回目の受け入れをおこなった。学生を受け入れることで、旅館スタッフや地元住民のインバウンドに対する受入れ意識を向上させている。また、インターンシップで訪れた学生が卒業後、宿泊施設に就職しタイ語のスタッフとしてタイ人観光客の受入れをサポートしている。
	観光資源の磨き上げ	１　地域団体との連携事業 上山市は、古くからワイン用ブドウの産地として培ってきた歴史と風土を背景に、平成 24 年度から市内旅館組合がワインの普及拡大に努めてきた。さらに、平成 27 年度より上山市が「かみのやまワインの郷プロジェクト事業」を重点施策として掲げるなど、地域全体でワイン振興に取り組んでいる。平成 26 年度より、地元ワイナリーや行政と連携し、県内外のワイナリーが一堂に会する日本最大級のワインイベント「山形ワインバル」を主催してきた。このイベントをとおし、市内産ワインの魅力を広める取組のほか、ワインを通じた地域経済の活性化と観光振興の両面から大きな効果を上げている。 その他、本市を代表する祭りである民俗行事「加勢鳥」や「踊り山車」など保存会活動による祭事の実施を支援している。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の普及に努めている。 ２　ゆかたの似合う町づくり事業 開湯 560 年以上の歴史を誇るかみのやま温泉では、平成 17 年以降、ゆかたをコンセプトにこれまで多くの事業を展開してきた。平成 20 年頃、ゆかたでの滞在を楽しんでいただくため足湯の整備事業をおこなったほか、「ゆかった手形」という地域通貨券を発行し市内飲食店の利用促進に努めてきた。この他、色ゆかたのレンタル着付けの企画や、ゆかたで観光地を巡るタクシープランの他、市民ゆかたデーには、公共機関等で「涼」のおもてなしを長年、企画実施している。 ３　地域住民と連携した企画作り 中心市街地から 20 分の場所に位置する、羽州街道楢下宿には古民家と古い街並みを見学することができる雪深い観光地

		である。その立地を活かし、令和４年より各家が所有する提灯を灯す風習を掛け合わせた、地域住民と観光関係者が連携し、住民と作る新たな観光コンテンツ「楢下宿　雪の提灯回廊」を実施している。 ４　旅行商品造成の強化 蔵王坊平エリアの各団体・個人が企画実施しているアクティビティを令和６年度より関係団体と連携を図り当協会が取りまとめ、商品の企画・販売のほか、国内外へＰＲをすることで、魅力的な観光資源を多くのユーザーに届ける役割を担っている。
	【定量的な評価】 ・当協会ホームページＰＶ数 ・旅行業プラン造成数 ・レンタサイクル貸出延べ台数	
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う。 **【実施体制図】**  	

様式１

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。

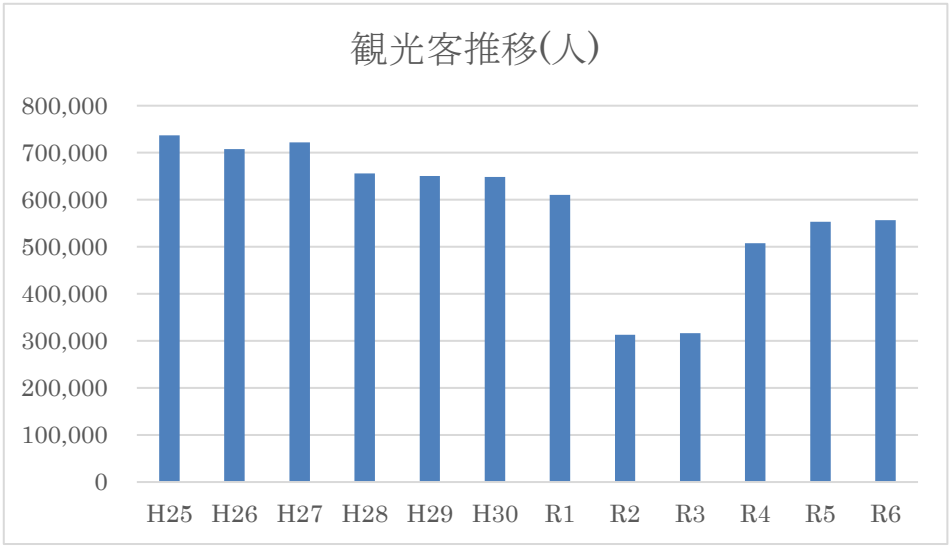
また、バスにおいては、仙台市直行バスがあり、東北の玄関口とのアクセスも良い。本市には東北中央自動車道のインターが市の北側・南側と２か所あり、アクセスは非常に良い。

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。

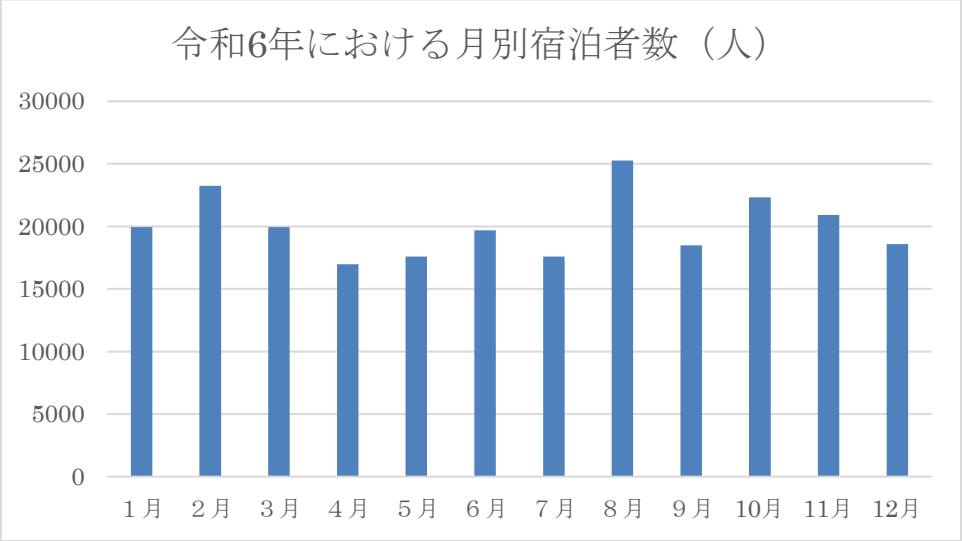
なお、上山市を含む村山地域７市７町において、地域連携ＤＭＯ「おもてなし山形」に参画しており、経時的・文化的に関係が深い村山地域の広域観光周遊を視野にいれた活動が可能である。上山市域における地域資源を深堀りし、隠れた地域資源の発掘を積極的に活用する体制を地域で構築することで、持続可能な足腰の強い観光エリアを形成できる。さらに、この魅力に地域連携ＤＭＯの広域メリットを生かせれば、一層エリアとしての価値を高められる。加えて、置賜地域との連携をはじめ、環蔵王として宮城県の市町とも連携が可能である。

【観光客の実態等】

１．　観光客数の変遷



２．　宿泊客数の月別変遷（令和6年度）



宿泊客は、夏休みシーズンとなる８月、紅葉シーズンの１０月～１１月、樹氷シーズンの１月～３月は伸びるものの、４月～７月のグリーンシーズンにおいて伸び悩んでいる。６月はさくらんぼシーズンとなり増加傾向となるものの、温暖化等による気候変動でさくらんぼの生育状況が不安定となり、宿泊客を今までほど獲得できていない状況がある。

【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】
※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
⑴ 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
⑵ 主な観光地：上山城、楢下宿、武家屋敷、ヴェンテンガルテン菜の花畑
⑶ 文化施設：斎藤茂吉記念館、
⑷ 商業施設：ワイナリー、リナワールド、観光果樹園
⑸ 主な宿泊地：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：
山形ワインバル、上山市産業まつり、蔵王坊平クロスカントリー大会、ふるさと秋祭り踊り山車、三社行列、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、楢下宿雪の提灯回廊、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】
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」駅約 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認定および台湾人常駐スタッフによる英語/中国語ガイド）
・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。	宿泊施設や日帰り施設の来訪者に対するアンケート調査を実施。
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。	上山市が把握している入湯税に係る入湯客数のデータを活用。
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。	宿泊施設や日帰り施設の来訪者に対するアンケート調査を実施。
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。	宿泊施設や日帰り施設の来訪者に対するアンケート調査を実施。
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

上山市では人口減少と少子高齢化が進行し、若年層の都市部流出が後継者不足や税収減少を招いており、過疎地域に認定されている。観光産業は宿泊・飲食・物産販売・交通など多様な業種と連携し、交流人口や関係人口の拡大を通じて経済全体を活性化する潜在力を持つため、観光産業の振興の重要性は一層高いものとなっている。
当協会は地域ＤＭＯとして、豊かな自然・歴史・文化資源を活用し、継続的なデータ収集・分析に基づいた新たな観光プログラムの開発、国内外への戦略的プロモーションの展開とともに、関係者等と調整を図りながら観光消費額の増大と持続可能な観光地域形成の舵取り役として期待をされている。

様式１

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み（Strengths） ・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、楢下宿古民家、果樹・田園農村の各エリア） ・四季折々に変化する自然（桜、菜の花、樹氷等） ・歴史・温泉文化薫る観光資源（古民家、武家屋敷、上山城、温泉とゆかた、足湯、斎藤茂吉記念館等） ・グルメコンテンツ（そば、ラーメン、こんにゃく等） ・ワインの名産地としての地位向上（かみのやまワインの認知やブランドの醸成および山形ワインバルの開催） ・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） ・枯死したオオシラビソがない、大きく育つ樹氷がある県内唯一のエリア ・地域資源を有効活用したイベント（民俗行事「加勢鳥」、山形ワインバル等） ・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）	弱み（Weaknesses） ・人口減少に伴う労働力不足 ・観光産業におけるマネタイズの少なさ ・キャッシュレス決済が対応できる事業者が少ないなどのインバウンド受入環境が不十分 ・経営者の高齢化及び後継者不足 ・生産年齢人口の減少及び地域全体での「稼ぐ力」の衰退 ・かみのやま温泉の認知度の低さ ・二次交通の整備不足 ・交通事情の脆弱性 ・夜間営業の飲食店の少なさ
外部環境	機会（Opportunity） ・インバウンド客の増加傾向 ・候補ＤＭＯ時の実績と関係団体との良好な関係性 ・隣県を中心とした人流拡大 ・旅行者ニーズにおける観光地域に対する高付加価値化への高まり ・東北中央自動車道の開通による交通網の高い利便性 ・ＳＮＳの普及による情報発信及び収集の簡易化 ・若手経営者による地域活動への意識高揚 ・近隣観光地のオーバーツーリーズム現象による宿泊需要増（蔵王温泉/銀山温泉など） ・山形県による高付加価値なインバウンド観光地づくりの推進強化	脅威（Threat） ・人口減少に伴う地域経済の衰退 ・世界的な物価高及び資材不足 ・自然災害の頻発化 ・団体旅行の減少 ・周辺空港での国際定期便の不足 ・地方生産・消費力の構造的縮小 ・グローバル経済の不透明感 ・廃業した宿泊施設が資本力のある事業者に買い取られることによる個性ある宿泊施設の減少

※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
訪日外国人旅行者：香港・台湾・タイを中心とした東アジア・東南アジアＦＩＴ

〇選定の理由
・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、国内宿泊者数が減少するシーズンでも誘客が見込め、全体的な宿泊者数の底上げを図ることができる。
・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。
・仙台空港に直行便がある（タイ以外）。
・本市における宿泊シェア：東南アジア・東アジア比は 2025 年で約 90%。
・訪日市場シェア上位国：2024 年の訪日外国人全体に占める香港・台湾・タイ・ベトナム・マレーシアの比率は合わせて 35%（前年比＋５ｐｔ）を記録。特に台湾は 10%、香港は８%と高い比率を維持。
・オフピーク誘客効果：冬季宿泊者数が全体比-20%となる２月～４月において、香港・台湾からの旅行者は季節変動が小さく、宿泊平準化に貢献。台湾ＦＩＴの冬季比率は他国比＋12%。
・高い消費ポテンシャル：香港・台湾の FIT 旅行者１人あたり平均消費額は約 180,000 円／旅行（ASEAN 平均＋15%）、果樹土産や体験ツアーへの支出が顕著。

〇取組方針
・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や旅行博への出展などを中心に展開する。
・入込の多い冬季に当エリアの魅力を知ってもらい、他のシーズンでのリピートにつなげる。
・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。

〇第２ターゲット層
食×中長期滞在（バケーション）層：インバウンドを中心とした富裕層

〇選定の理由
・本市の果樹（さくらんぼ、ラ・フランス）やワイン、和菓子、地域の食材を活かした郷土料理などを「食の体験」として求める層が増加している。
・平成６年の当市観光施設等でのアンケート調査によれば、ご当地の味覚を味わうことの満足度が 62%と高い。
・本市の特徴的な食材である「こんにゃく」や「山菜」などを活用することでビーガンやベジタリアンなどの客層の対応もできる。
・欧米系旅行者は、その土地ならではの食文化を体験できる深堀り型コンテンツへの参加意欲が高く、滞在日数・消費単価向上が見込める。また台湾でのプロモーションを通しても、かみのやま産ワインへの評価は高く、日本最大級「山形ワインバル」にツアーが組まれるなど強い関心がある。
・本ターゲット層は街並みにも興味がありコンテンツ化されたパッケージ的な観光コンテンツではない自然ないし文化的要素に惹かれる要素がある。
・泊食分離ニーズの高まり。
・TripAdvisor や Instagram での評価・口コミが誘客効果を生む。

〇取組方針
・地元ワインや郷土食等について理解を深めながら食を楽しめるように受入の環境整備を進める。
・人が関わり価値を高めることのできる夏トレッキングや樹氷・氷瀑トレッキングなどの高付加価値な観光体験の造成・環境整備を進める。
・場所や時間の観点で柔軟に食事ができるような飲食店の増加(新規店舗/既存店舗)
・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。

様式１

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	ゆかたとワインの似合うまちづくり
②コンセプトの考え方	上山市は日本百名山の一つである蔵王連峰の裾野に位置し、自然豊かな里山に囲まれた温泉町である。四季の移ろいがはっきりしており、市民も観光客もこの変化を五感で楽しむことができる。 560 年以上続く温泉の歴史・文化と、上山城を中心とした風情ある城下町が受け継がれ、市内には５つの足湯や、歴史の面影を感じる武家屋敷や街道の名残である古い蔵など、上山ならではの情緒が色濃く遺っている。 この街の日本的情緒感を活かしつつ一層際立たせるのが、「ゆかたとワインの似合うまち」という新たなまちづくりコンセプトである。かつて大きな盛り上がりをみせた、市民と観光事業者が一丸となって推進した「ゆかたの似合うまちづくり」の活動は、行政の財政難や観光客の減少などの社会情勢によりその勢いがしばらく鈍化した。しかし現在、地域ＤＭＯを中核とした観光地域づくりへの意欲と期待は非常に高まっている。全国的に評価が高まる「かみのやま産ワイン」とゆかたでそぞろ歩きながら温泉街や城下町を楽しむ、かつての湯のまち文化を融合し、上山市ならではの体験価値を高め、新しい魅力と価値を創り出していく。 観光地域づくりの核として、「ゆかたとワイン」に象徴される上山市の風情や文化、その奥行きを支える自然や食、歴史的なたたずまい、さらには旬の果物の香りに包まれる収穫体験や、荘厳な冬景色を堪能できる樹氷トレッキング体験、古き宿場町でのノスタルジックな滞在など、市域に点在する多彩な観光資源も最大限に活用し、「ここでしかできない」体験を創造し、世界へ発信していく。 とりわけ、日本文化や地方ならではのライフスタイルに強い関心をもつインバウンド旅行者には、「ワインとゆかた」は本物の日本に出会える思い出深い体験となるはずであり、四季折々の多層的な魅力は「ここでしかできない時間」となる。本市も含め全国的にも増加傾向にあるインバウンドの誘客推進は重点的に実行していく。こうした観光資源を、地域の想いと工夫で効果的に組み合わせ、他地域にはないユニークな体験価値を生み出し、観光所得の向上にも着実につなげ観光産業の成長を進めていく。 今後は、市民の力も借りながら、観光産業界が一体となって地域独自の観光資源を主体的に活かし・磨き上げながら、特にインバウンド誘客を強化し、中長期滞在型観光への展開を進めていく。地域経済の高付加価値化や、観光地域の持続的な発展を「ゆかたとワインの似合うまちづくり～ここにしかない日本と出逢う」という唯一無二のコンセプトのもと力強く実現を目指していく。

	このコンセプトを達成するため、具体的な施策を以下の４つの事業領域に展開し、かみのやま温泉旅館組合や上山市商工会、上山市等の合意形成会議を構成する団体のほか、地域に根差した蔵王坊平観光協議会、蔵王ペンション村観光協議会等とも連携し、持続的かつ魅力ある地域活性化を目指す。 当ＤＭＯを支える４本の柱と主な事業内容 （１）観光戦略プランニング事業 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。戦略の基となる宿泊者データは市内宿泊施設から提供を受け、上山市広報誌や当ＤＭＯホームページにて公開。各種施策の立案等に活かすとともに、情報開示により観光事業者のビジネスチャンスを支援する。 （２）誘客・集客事業 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。ＳＮＳを活用した情報発信や旅行博への出展を行う。 （３）観光満足度向上事業 観光客の満足度を向上させる観光商品の充実とオンラインで購入できる環境整備の推進など、本市の魅力ある地域資源の観光商品化、キャッシュレス決済等の推進を上山市商工会等と連携して行い、まち全体の消費の活性化を図る。 （４）SDGs事業 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取組や、SDGs の理念に則った取組を実施する。脱炭素に向けた取組をかみのやま温泉旅館組合、行政等の関係団体と協力して進める。

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。	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。宿泊事業者はもちろん商業・工業事業者も多数加入しており、より多くの事業者を巻き込むことによって、コンセプトに基づいた視点をもって各産業分野で活動をしてもらうことを働きかける。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。 推進事業等の素案は、理事等から構成される検討会をベースに検討・

	推進する。 　また、事業進捗や検討内容の共有は必要に応じて関係者間で打合せを行い、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。 　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。 意思決定機関であるＤＭＯ合意形成会議も、年４回をベースに行うこととし、その年度の目標・成果の共有、進捗状況の確認を行う。
	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随時設けるとともに、関連事業者に対して客層やニーズ等の情報提供を行うなどを通して、商品開発や受入環境整備について行政と一緒になって調整を図っていく。
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	観光戦略プランニング事業と観光満足度向上事業の一環となるが、アンケート調査等を実施し、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。 　なお、アンケート調査内容については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。
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	当協会において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」も活用するほか、当ＤＭＯのＳＮＳを活用して、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。また、海外での旅行博出展などの機会を市内事業者に提供し現地プロモーションの窓口も担う。

※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

様式１

●旅行消費額（百万円）	目標	8,540	9,504	9,880	10,209	10,710	11,235
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（－）
	実績	9,978	9,180	11,820			
		（－）	（－）	（－）			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	220	240	247	249	256	287
		（－）	（－）	（2.3）	（2.5）	（3.8）	（7.0）
	実績	217.5	236	238.5			
		（2.4）	（2.2）	（2.4）			
●来訪者満足度（%）	目標	95.0	95.0	95.0	95.0	95.0	95.0
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（－）
	実績	98.0	98.0	99.0			
		（－）	（－）	（－）			
●リピーター率（%）	目標	80.0	80.0	80.0	80.0	80.0	80.0
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（－）
	実績	84.5	81.5	78.6			
		（－）	（－）	（－）			

※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】

※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。

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 2024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当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 2024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 2024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		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●観光客入込数（百人）	目標	5,600	6,000	5,582	5,627	5,763	5,902
		(ー)	(ー)	(ー)	(ー)	(ー)	(ー)
	実績	5,077	5,533	5,566			
		(ー)	(ー)	(ー)			
●市民満足度（%）	目標	70.0	72.5	72.5	72.5	72.5	72.5
		(ー)	(ー)	(ー)	(ー)	(ー)	(ー)
	実績	ー	ー	71.6			
		(ー)	(ー)	(ー)			
●観光物産協会HPのPV数（千回）	目標	363	399	286	315	346	380
		(ー)	(ー)	(ー)	(ー)	(ー)	(ー)
	実績	311	260	234			
		(ー)	(ー)	(ー)			

※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数は訪問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。

⇒市が実施している満足度調査をベースに設定している。市民に観光の現状の周知が十分でないと声があり、満足度向上に向けて定期的に市の広報紙を活用して情報発信に努めている。
●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。
公式Web調査期間
2024年４月１日～2025年３月31日　233,607PV

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	198,160,466（円）	【市町村からの補助金】1,181,800 【事業収益】181,718,518 【旅行業事業】11,388,052 【会費】2,112,000 【雑収益】1,760,096
2023（Ｒ５）年度	76,937,679（円）	【補助金】2,981,100 【事業収益】29,862,310 【旅行業事業】45,444,140 【雑収益】715,484 【その他】2,065,355 ※他会計からの繰入も有り。
2024（Ｒ６）年度	106,189,089（円）	【補助金】47,691,427 【事業収益】32,400,991 【旅行業事業】7,918,294 【雑収益】2,173,580 【その他】16,004,797
2025（Ｒ７）年度	79,750,900（円）	【補助金】200,000 【事業収益】32,064,000 【旅行業事業】20,000,000 【雑収益】0 【その他】27,486,900
2026（Ｒ８）年度	97,020,000（円）	【市町村からの補助金】200,000 【事業収益】78,720,000 【旅行業事業】1,500,000 【会費】2,200,000 【雑収益】900,000
2027（Ｒ９）年度	97,020,000（円）	【市町村からの補助金】200,000 【事業収益】78,720,000 【旅行業事業】1,500,000 【会費】2,200,000 【雑収益】900,000

（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	148,028,761（円）	**【一般管理費】**129,902,814 **【プロモーション】**2,819,338 **【受入環境整備等】**105,098 **【コンテンツ・旅行商品造成】**13,679,296 **【観光イベントの開催費】** 1,522,215
2023（Ｒ５） 年度	155,087,257（円）	**【一般管理費】**57,036,529 **【プロモーション】**1,832,000 **【受入環境整備等】**26,077,600 **【コンテンツ・旅行商品造成】**51,652,597 **【マーケティング調査】**1,243,835 **【観光イベントの開催費】** 59,052 **【その他】** 17,185,644
2024（Ｒ６） 年度	106,189,089（円）	**【一般管理費】**75,519,979 **【プロモーション】**1,298,200 **【コンテンツ・旅行商品造成】**11,805,363 **【マーケティング調査】**3,300,000 **【観光イベントの開催費】**2,746,424 **【その他】**11,519,123
2025（Ｒ７） 年度	79,750,900（円）	**【一般管理費】**50,485,900 **【プロモーション】**1,250,000 **【コンテンツ・旅行商品造成】**22,870,000 **【マーケティング調査】**2,160,000 **【観光イベントの開催費】**2,865,000 **【その他】**120,000
2026（Ｒ８） 年度	96,461,080（円）	**【一般管理費】**56,831,080 **【プロモーション】**650,000 **【受入環境整備等】**2,670,000 **【コンテンツ・旅行商品造成】**32,570,000 **【マーケティング調査】**3,140,000 **【観光イベントの開催費】** 600,000
2027（Ｒ９） 年度	96,461,080（円）	**【一般管理費】**56,831,080 **【プロモーション】**650,000 **【受入環境整備等】**2,670,000 **【コンテンツ・旅行商品造成】**32,570,000 **【マーケティング調査】**3,140,000 **【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。
・入湯税増額等を通した資金確保について、行政や関係団体との協議を進めていく。

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

上山市は、一般社団法人上山市観光物産協会の進める地域ＤＭＯの取組を本市観光振興の軸として、積極的に観光地域づくりを進めることとしており、本市最上位計画である「第８次上山市振興計画」にも位置付けています。

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組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 （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	神保　英明
担当部署名（役職）	観光・ブランド推進課 （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	h.jinbo@city.kaminoyama.yamagata.jp

（登録）【地域DMO】（一社）上山市観光物産協会

様式2

記入日：　令和　7年　7月　13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　上山市
【設立時期】 平成27年4月1日
【設立経緯】 観光地域づくり法に基づくDMO登録要件を満たすため、一般社団法人上山市観光物産協会を母体とし、主としてインバウンド誘客・環境整備を目的とした地域DMOとして、稼げる観光地づくりに向け役割分担を明確化する形で設立された。
【代表者】 五十嵐 伸一郎（（一社）上山市観光物産協会会長／㈱葉山館代表取締役）
【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】 15人（常勤14人（正職員7人・パート等7人）、非常勤1人）
【主な収入】
・事業収益：32,400,991円
・補助金：47,691,427円（2024年度決算）
【総支出】
•一般管理費：75,519,979円
•事業費：30,669,110円（2024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）

※（　）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	8,540（－）	9,504（－）	9,880（－）	10,209（－）	10,710（－）	11,235（－）
	実績	9,978（－）	9,180（－）	11,820（－）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	220（－）	240（－）	247（2.3）	249（2.5）	256（3.8）	287（7.0）
	実績	217.5（2.4）	236（2.2）	238.5（2.4）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	95.0（－）	95.0（－）	95.0（－）	95.0（－）	95.0（－）	95.0（－）
	実績	98.0（－）	98.0（－）	99.0（－）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	80.0（－）	80.0（－）	80.0（－）	80.0（－）	80.0（－）	80.0（－）
	実績	84.5（－）	81.5（－）	78.6（－）	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
①香港・台湾・タイを中心とした東アジア・東南アジアFIT層②食×中長期滞在（バケーション）層
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
・観光コンテンツの発掘と磨き上げ、受入環境整備
・観光プログラム等のSNS動画配信や現地旅行博・商談会等のプロモーションの実施
・インバウンド誘客を重点とした取組の推進
【観光地域づくりのコンセプト】
ゆかたとワインの似合うまちづくり
・本市の情緒感と既存の地域資源を掛け合わせ、満足度の高い滞在型地域を目指すことで、地域経済の活性を図る。

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
•地元ワイナリー・行政と連携した日本最大級のワインイベント「山形ワインバル」の開催。地域一体のワインによる観光振興と消費拡大の推進
•市民の協同によるかみのやま温泉のまちの情緒を活かしたゆかたの似合う町づくり事業の展開
•地域住民と連携した滞在コンテンツの開発（楢下宿　雪の提灯回廊）
【受入環境の整備】
•蔵王温泉までの路線バス運行の企画
•台湾人スタッフによる受入対応
•人材育成を通じた海外からの働き手の確保とインバウンド受入体制の整備

【情報発信・プロモーション】
・地域資源を活用した旅行商品の造成・企画・販売。多言語の商品販売を実施
・市内ワインの認知度向上と消費拡大のためワインショップを展開
・公式Webサイトの他、Facebook等の有料広告を活用した国内外へ情報発信
・台湾での現地プロモーションを実施
【その他】
・隣接自治体や他観光協会と連携した広域観光の促進