観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和 7 年 7 月 1 日

１．観光地域づくり法人の組織

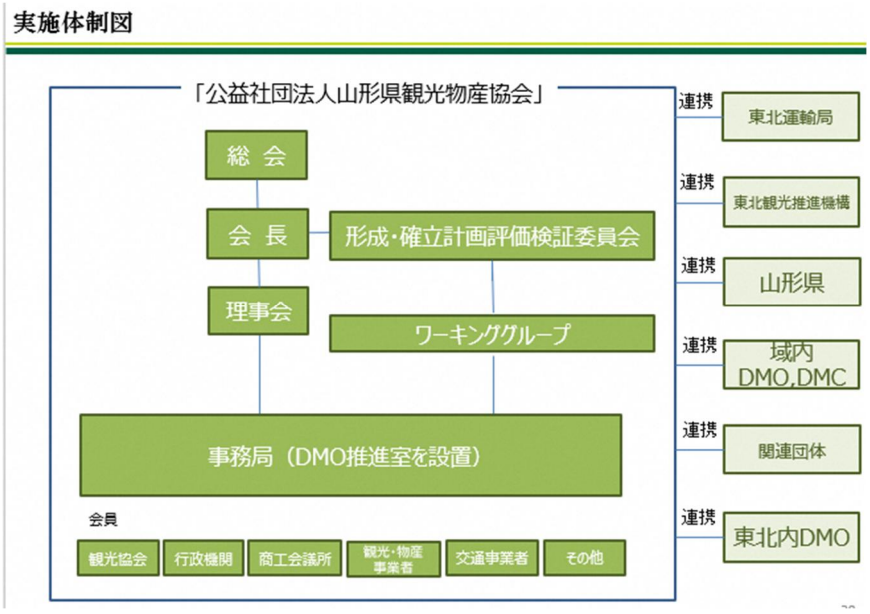
申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	広域連携ＤＭＯ･地域連携ＤＭＯ･地域ＤＭＯ	
観光地域づくり法人の名称	公益社団法人山形県観光物産協会	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	山形県全域：13 市 19 町 3 村	
所在地	山形県山形市	
設立時期	昭和 9 年 4 月 1 日（法人認可：昭和 32 年 12 月 27 日） （平成 25 年 4 月 1 日付で公益社団法人に移行）	
事業年度	４月１日から翌年３月 31 日までの１年間	
職員数	常勤 29 人（正職員 11、嘱託職員 17、出向 1)、常勤理事 3 人　※R7.7 月現在	
代表者（トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者） ※必ず記入すること	平井　康博 （株）ヤマコー	本県においてバス事業、観光事業等を行っているユトリアグループの中核企業である（株）ヤマコーの代表取締役社長。 平成 24 年 4 月から当協会の会長に就任。その他、「山形県観光審議会」委員や「やまがた観光キャンペーン推進協議会」の役員を兼任。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（ＣＭＯ：チーフ・マーケティング・オフィサー ※必ず記入すること	福田　直子「専従」	前職の地域プロデュース企画企業在職時、様々なマーケティングデータを活用し、日本の地域資源の振興と国内外に広める業務に従事。令和元年 5 月より当協会 DMO 推進室観光物産プロデューサーに就任し、同年 10 月に企画課長に就任。令和 3 年 4 月 1 日に観光物産プロデューサーに就任。
財務責任者（ＣＦＯ：チーフ・フィナンシャル・オフィサー） ※必ず記入すること	安孫子　義浩「専従」	山形県職員在職中に、置賜総合支庁観光振興室長、県インバウンド・国際交流推進課長として、各種プロモーションやキャンペーンの企画立案を牽引してきた。令和５年より（公社）山形県観光物産協会の専務理事に就任し、令和５年４月１日に DMO 推進室長に就任（(兼）CFO)。

様式１

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

<table>
<tr><td></td><td>議会、山形県観光ボランティアガイド連絡協議会等）において、当法人の取り組みと連動した展開を図っている。
〔参考〕登録要件
①取締役、理事など観光地域づくり法人の意思決定に関与できる立場で行政、文化、スポーツ、農林漁業、交通等の幅広い分野の関係団体の代表者が参画
②観光地域づくり法人が主導して行政や関係団体をメンバーとするワーキンググループなどの委員会等を設置</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>アドベンチャートラベルや観光介助ボランティア事業等、本県の観光素材を活用した取り組みを推進するため、県内の観光事業者や地域の方々を対象としたセミナーやワークショップを開催し、全県民参加型の観光振興を図る。
　また、山形県民が、観光を通じ山形の魅力を再確認し域内交流を活性化するための仕組みを構築するため、県民に向けた情報発信を行う。</td></tr>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td>【活動の概要】
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。
<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>・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。
・東京銀座にある山形県アンテナショップ「おいしい山形プラザ」で観光案内や情報提供を実施。
・山形ファンクラブ会員向けのイベント開催（年１回）、メールマガジン発行（年 19 回）。会員数 33,718 名（R7.6 月現在）
・広域周遊観光促進事業で造成した AT コンテンツプロモーションのため、VISITJAPAN トラベル&MICE マートに参加。（R5）</td></tr>
<tr><td>受入環境の整備</td><td>・多言語解説整備支援事業（R3・R4）
観光庁直轄事業において尾花沢市銀山温泉エリアが選定され、協議会を設立し観光地の魅力を伝える英語による解説文作成を進め、R4 年度では中国語（繁体・簡体字）の解説文を作成。
・観光施設経営強化（DX 推進）（R5・R6）
観光事業者の DX 推進や高付加価値化、経営改善を支援するためアドバイザー派遣や、取組みに要する経費への助成実施。
・観光介助ボランティア実証事業（R5・R6）
障がい者や高齢者が自由に県内を観光するためのサポート体制構築を目指す為の実証事業</td></tr>
<tr><td>観光資源の磨き上げ</td><td>・グローバルキャンペーン事業（観光庁）及びテーマ別コンテンツ造成及び着地型旅行商品造成事業（東北運輸局）（R1）
　東北運輸局が設定したテーマ、エリアのコンテンツ整備とツアーの造成。
・アドベンチャートラベルコンテンツ造成事業（R4・R5・R6）
　広域周遊観光促進事業を活用し、蔵王・庄内エリアの冬季アドベンチャートラベルコンテンツの造成。
　R6 年度には置賜エリアの DMO・DMC と連携し有識者視察と磨き上げを実施した。</td></tr>
</table>
</td></tr>
</table>

様式１

	【定量的な評価】 ○山形県観光情報センター来館者数 令和 5 年 117,948 人／ 令和 6 年 233,566 人（前年比 98.0%増） ○延べ宿泊者数（国内） 令和 5 年 4,502,550 人／ 令和 6 年 4,870,480 人（前年比 8.2%増） ○延べ宿泊者数（外国人） 令和 5 年 166,930／ 令和 6 年 246,190 人（前年比 47.5%増）
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】** ○当協会の総会及び理事会開催のほか、幹部会議及び DMO 推進室会議の実施。 ○当協会の役員に、2 次交通事業者、宿泊事業者、広域観光協議会等の観光・物産事業者の長等が就任。また、役員 3 名が常勤する。 ○公益社団法人山形県観光物産協会登録 DMO 形成・確立計画評価検証委員会（委員長：山形県国際戦略検証委員会委員長 古田菜穂子氏、副委員長：東北観光推進機構理事長 紺野純一氏、委員：山形県、県内の地域連携 DMO、地域 DMO、交通事業者、宿泊事業者、旅行業関係者、シンクタンク等）及び同ワーキンググループを設置し、当協会の DMO 各事業の戦略検証、域内事業者の活動の確認連携等について協議。 ○当協会の会員として、県内の DMO、DMC、全市町村及び全市町村観光（物産）協会、県内主要企業、各種観光関連団体、交通事業者や宿泊事業者などの観光・物産事業者が加盟。 ○東北運輸局、東北観光推進機構、山形県、域内 DMO、DMC、関連団体、東北内 DMO、DMC と連携し事業推進を図る。 ○東京、大阪、名古屋、札幌に支部を有する。 （実施体制図） 

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】

【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。

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

【最上地方】
四方を鳥海山や月山、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。

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

【区域設定の考え方】

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

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

【観光客の実態等】

本県における令和 5 年の状況　（※R6 年度分数値は R7.10 月公表のため一部のみ更新）

・観光者数（年度）　約 3,866 万 4 千人（対前年 7.3%増）
・旅行消費額 177,189 百万円（対前年 15.9%増）（うち外国人 10,245 百万円）
・延べ宿泊者数 48,780 千人（対前年 8.2%増）（うち外国人 246 千人）※R6 年
・外国人旅行者県内受入数 402 千人（観光庁宿泊旅行統計確定値、県観光交流拡大課調べ）

R5 年山形県の受入実績調査では、R1 年の延べ受入数（約 389 千人）を超える人数となり、なかでもシンガポール 184.2%増、マレーシア 371.7%増となっている。

【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】

山形県は、県土面積は国土面積の約 2.5%で、このうち 72%を森林が占めており、蔵王、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

こから作られる米やぶどう等、造り手の技術によって生み出される日本酒・ワイン・ウィスキーなどの「美酒」は、国際品評会やコンテストでグランプリを取るなど世界的な評価を得ている。

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

さらに、県花である「べにばな」は古くから口紅や染物の染料として舟運により山形県を縦断する母なる川「最上川」を下り、日本海を通じて京や大阪に運ばれ、その戻り船はきらびやかな京や大阪の文化を県内に持ち帰り、それらが山形独自の文化と融合し、様々な形として現存する。また、本県は温泉王国として、山や渓谷に囲まれた温泉、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。(R6.3 月末時点)

エリア名	温泉地数	施設数	定員数
村山地方	24	121	13,030
最上地方	10	46	2,641
置賜地方	16	47	3,197
庄内地方	19	51	5,607
計	71	264	24,475

このほか、シティホテル、ビジネスホテル、民宿、簡易宿泊施設などがある。

【利便性：区域までの交通、域内交通】※一部変動あり

〇飛行機　※区間(空港名：所要時間)（約）

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

北海道（新千歳：1 時間 15 分)

＜庄内空港＞東京（羽田：1 時間)／千葉（成田：1 時間)

〇鉄道

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

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

＜JR 仙山線＞　仙台―山形（1 時間）

〇車

東京（首都高―東北自動車道―山形自動車道）―山形（5 時間）

仙台（東北自動車道―山形自動車道）―山形（1 時間）

〇バス

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

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

<u>域内交通</u>

〇鉄道

「JR 奥羽本線（福島―青森)」米沢―真室川／「JR 羽越本線（新潟―秋田)」鼠ヶ関―女鹿

「JR 米坂線（米沢―新潟県村上)」米沢―小国／「JR 陸羽西線」(地方交通線）新庄―余目

「山形鉄道フラワー長井線（私鉄)」赤湯―荒砥

〇高速道路

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

・「山形自動車道」宮城―酒田（一部自動車専用道路）

・「日本海東北自動車道」新潟県から山形県・秋田県を縦断し、青森県に至る高規格幹線道路。

山形県内：あつみ温泉―女鹿（吹浦 IC～女鹿 IC）※2026 年度開通予定）

〇バス

・路線バスが県内各地で運行している他、コミュニティバスが運行。

【外国人観光客への対応】
本県は JNTO 外国人観光案内所として全 22 か所が認定されている。（カテゴリ 2：6 か所、カテゴリ１：11 か所、パートナー：5 か所。※R7.4 月末時点）宿泊施設の館内誘導案内、公共交通機関のサイン、観光施設の WiFi 整備も行政の補助等を活用しながら各事業者が取り組んでいる。ソフト面においては、山形県や地域で作成された「指さし会話マニュアル」や当協会、山形観光アカデミーが主催する講座を活用し、県内の事業者に対し観光人材育成研修等を行い受入れ態勢をとっている。

３．各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
旅行消費額	来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため。	山形県観光者数調査
旅行消費額（一人当たり単価）	来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため。	山形県観光者数調査により独自算出
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	宿泊旅行統計調査（観光庁）
来訪者満足度	来訪者の満足度要因を分析し、戦略立案に繋げるため。	おもてなし山形県観光計画参考管理指標
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。	山形県調査資料
ＷＥＢサイトのアクセス数（観光）	山形観光情報へのアクセス状況を把握し、戦略立案に繋げるため。	Google Analytics
ＷＥＢサイトのアクセス数（物産）	山形の物産への興味、人気の把握をし、戦略立案に繋げるため。	Google Analytics
訪日教育旅行受入数	将来のリピーター候補数を把握するため	助成金申請数
ＭＩＣＥ受入数	旅行消費額拡大に効果的な為	山形県調査資料
インターネット販売（山形県の特産品）注文件数	本県の特産品に関するニーズを把握し、消費単価向上に繋げるため。	当協会サイト注文件数
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	宿泊旅行統計調査（観光庁）
外国人観光客訪問率	旅行行程上で本県がどの程度含まれるかを把握するため	外国人観光客消費動向調査（観光庁）
山形県内着地型旅行商品造成数	県内滞在日数の増を図るためのコンテンツ数を把握するため	アンケート調査（自主事業）
山形県内着地型旅行商品成約数	来訪者ニーズとコンテンツのマッチング状況を把握するため	アンケート調査（自主事業）
決済システム導入件数	外国人観光客の受入体制状況を把握するため	アンケート調査（自主事業）
山形県観光物産協会会員数	当協会の活動が地域の方々にどの程度期待されているか把握するため	入会実会員数
山形県観光物産協会関係団体会員数	域内観光事業者がどのようなジャンルに力を入れているか把握するため	関係 3 団体の会員数足し上げ

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

令和５年度の県内主要観光地における観光者数は、約3,866万4千人となり、前年度と比較し約263千人増（前年比7.3%増）となった。インバウンドも戻りつつあるが、宿や観光施設、2次交通ドライバーの人材不足や、冬の蔵王や銀山エリアでは一部でオーバーツーリズムの状況が発生するなど、新たな課題も見られる。

地域経済の回復・再生に向けた取組みとして、山形県からの受託事業である、山形県内の観光事業者のＤＸ推進や高付加価値化に向けた取り組みへの助成事業や山形県観光事業専門アドバイザー派遣事業等を実施し、各市町村を含めた県内観光消費の回復を図っている。

また、持続可能な観光地域づくりの重要性を高め、インバウンドに向けた取り組みを推進し、観光介助ボランティア事業や山形県の自然、食や文化等の観光資源を活用したアドベンチャートラベル、ガストロノミーなどの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）** 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）** ・「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）** ・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	**脅威（Threat）** ・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
香港・台湾を中心とした東南アジア、欧米豪の３０～５０代のリピーター

○選定の理由
　当該ターゲット層は個別手配での山形への来訪率が高く、豊かな自然や食文化が強みの本県への来訪が市場としても期待できるため。
（出典）・山形県「旅行消費額等実態調査」(H29 年度)
山形までの旅行手配方法：航空（船舶）券や宿泊等を個別に手配 東アジア 68.5%、欧米豪 90.3%、山形を旅した訪日外国人客の訪日・来県回数：来日回数 6 回以上 53.4%
・観光庁「訪日外国人消費動向調査」(H29) 訪日外国人客の訪日目的
日本食：台湾 64.0%、仏 81.9%、米 77.9%、豪 80.4%／スキー・スノーボード：台湾 5.7%、タイ 8.6%、英 6.1%、豪 19.3%
○取組方針
　各種調査および要因分析による戦略を立案し、域内 DMO,DMC や市町村（観光協会）等と連携を図り、豊かな自然環境を活かした山形らしいニューツーリズム（「スノーカルチャーツーリズム」「ガストロノミーツーリズム」「スポーツツーリズム」）を推進し、ターゲット層に強力に訴求するコンテンツを磨き上げる。

○ターゲット層
シニア層とその家族

○選定の理由
　高齢者層の増加により今後ターゲット層の市場拡大が想定され、本県の各地域でのバリアフリー施設や旅館等の受入環境整備やコンテンツ増加により、ターゲット層の動機づけになると考えられるため。（やまがたバリアフリーMAP、山形県バリアフリー関連情報ポータルサイト、山形バリアフリー観光ツアーセンターや天童温泉のユニバーサルツーリズムの取り組み等）
○取組方針
介助者や家族の負担軽減や防災にも役立つ「バリアフリーツアー」「３世代旅行」を推進する。「湯治（クアオルト)」や「検診・治療」を兼ねた「ヘルスケアツーリズム」を推進する。

○ターゲット層
訪日教育旅行（台湾）・MICE

○選定の理由
訪日教育旅行は継続したネットワーク作りにより関係が強固なため、そのノウハウを他の MICE 誘致に活かしていける。また、ターゲット層は将来の山形県へのリピーターに繋がると考える。
・山形県教育旅行誘致協議会受入実績：H28：5 校（340 人)、H29：8 校（473 人)、H30：10 校（429 人）
○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。

（４）観光地域づくりのコンセプト

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

５．関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有 ※頻度が分かるよう記入すること。	ワーキンググループ会議、形成・確立計画評価検証委員会、総会等において取組状況や調査分析、事業報告を説明する場を設けている。
	ワーキンググループ会議を年 1～2 回開催し、当協会が中心となり域内ＤＭＯ、ＤＭＣ及び地域の関連事業者へ取組状況、調査、分析等を意見交換。その後、活動の内容・成果、ＫＰＩの達成状況や取組について記載した事業報告書を作成し、形成・確立計画評価検証委員会（年 1～2 回）にて地域の関係者に説明を行うとともに、対外的にメディア、ＨＰ等で検証結果を公表。 　また、アドベンチャートラベル等事業展開時のワークショップ・企画会議等を通じ地域事業者とコミュニケーションを図り、当協会の総会（年１回）にて取組及び事業報告を行っている。 ・登録 DMO 形成・確立計画評価検証委員会（委員長：山形県国際戦略検証委員会委員長 古田菜穂子氏、副委員長：東北観光推進機構理事長 紺野純一氏、委員：山形県、県内の地域連携 DMO、地域 DMO、交通事業者、宿泊事業者、旅行業関係者、シンクタンク等）及び同ワーキンググループを設置 ・当法人が事務局を持つ団体（山形県教育旅行誘致協議会、山形観光アカデミー、山形県スキー場連絡協議会、やまがた女将会、山形県奥の細道連絡協議会等）において、当法人の取り組みと連動した展開を図る。

	・山形県とは、域内の市町村（観光協会）、観光事業者等を巻き込んだ商談会等の開催時に効率的・効果的なプロモーション展開を図る。また、山形県の場面設定と併せ当協会独自の事業展開を図り、各事業の相乗効果を図る連携システム（役割）を構築し、継続的で効果的なプロモーションを行う。
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	当協会が事務局を持つ山形観光アカデミー、やまがた女将会、山形県観光ボランティアガイド連絡協議会等と連携し、受け入れ体制の向上を図る様々な研修会を展開し、観光産業に必要な新しい知見やノウハウを発揮できる人材の確保と育成を行うことで、観光事業者の経営基盤強化と高度化を図っていく。 　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。
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	県内の各市町村（観光協会）、観光物産事業者より情報を収集・集約し、当協会が戦略的に発信する情報発信の司令塔としての広報専門機関の役割を果たし、「やまがた観光情報センター」や山形県アンテナショップ「おいしい山形プラザ」（東京都銀座）、当協会が実施する全国の百貨店における物産展、当協会が管理運営する山形県観光ポータルサイト「やまがたへの旅」、山形県の特産品販売サイト「とっておきの山形」、新聞テレビ、SNS 等での情報発信を一元的に実施する。 　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。 　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。

※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	238,700	244,500	190,000	204,000	218,000	232,000
		(11,700)	(13,500)	(13,500)	(16,800)	(20,100)	(23,400)
	実績	152,839	177,189	未			
		(不明)	(10,245)	(未)			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	5,805	5,900	4,750	4,940	5,130	5,510
		(295)	(345)	(230)	(284)	(330)	(392)
	実績	4,040	4,567	4,870			
		(26)	(179)	(246)			
●来訪者満足度（%）	目標	32.1	35.3	35.5	36.4	37.3	38.2
		(－)	(－)	(－)	(－)	(－)	(－)
	実績	35	34.6	未			
		(－)	(－)	(－)			
●リピーター率（%）	目標	67.0	68.0	69.0	70.0	71.0	72.0
		(－)	(－)	(－)	(－)	(－)	(－)
	実績	82.6	80.5	未			
		(－)	(－)	(－)			

※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「第 3 次おもてなし山形県観光計画」（令和 7 年～11 年）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る。

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

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

山形県が設定する目標値にあわせ設定。令和 11 年 260,000 百万を目標値として、令和元年から 10 年間で 8%増、訪日外国人は 192%増の目標を設定。高付加価値化商品の販売、長期滞在のコンテンツ造成など県内のブランド力向上を見込む。

●延べ宿泊者数

山形県が設定する目標値にあわせ設定。滞在型コンテンツ造成や旅行商品の磨き上げ、一元化した販売チャネルの確立などハード面の整備を進め、人材育成研修の実施などソフト面の受け入れ態勢の強化等を図り、令和 11 年に 5,700 千人泊を目指す。

●来訪者満足度

概ね上昇傾向であるものの、令和 5 年までの観光計画における目標値は未達であったため、引き続き同数である 40%を R11 年目標値として設定。

●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。

（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
●WEBサイトのアクセス(セッション)数（観光）（万件）	目標	310.0	330.0	350.0	370	390	410
		(14.7)	(15.7)	(17)	(18)	(19)	(20)
	実績	364.6	317.1	294.7			
		(11.6)	(14.4)	(16.6)			
● WEBサイトのアクセス(セッション数)(物産）（万件）	目標	43.7	54.6	68.2	85.2	106.5	133.1
		(－)	(－)	(－)	(－)	(－)	(－)
	実績	18.6	5.9	6.7			
		(－)	(－)	(－)			
●訪日教育旅行受入数（校）（）内は人数	目標	15	20	25	30	35	40
		(600)	(800)	(1,000)	(1,200)	(1,400)	(1,600)
	実績	0	7	2			
		(0)	(165)	(35)			
● MICE受入数（件）	目標	70	100	110	120	130	140
		(－)	(－)	(－)	(－)	(－)	(－)
	実績	25	27	未			
		(－)	(－)	(－)			
●インターネット販売（山形県の特産品）注文件数（件）	目標	2,600	2,700	2,800	2,900	3,000	3,100
		(－)	(－)	(－)	(－)	(－)	(－)
	実績	1,600	1,330	910			
		(－)	(－)	(－)			
●外国人観光客平均宿泊日数（日）	目標	1.46	1.51	1.56	1.57	1.67	1.78
		(－)	(－)	(－)	(－)	(－)	(－)
	実績	1.64	1.39	1.37			
		(－)	(－)	(－)			
●外国人観光客の訪問率（%）	目標	0.2	0.3	0.6	0.7	0.8	0.9
		(－)	(－)	(－)	(－)	(－)	(－)
	実績	集計なし	0.5	0.6			
		(－)	(－)	(－)			
●山形県内着地型旅行商品造成数（本）	目標	607	910	1,365	2,047	3,070	4,605
		(－)	(－)	(－)	(－)	(－)	(－)
	実績	579	604	未			
		(－)	(－)	(－)			
●山形県内着地型旅行商品成約数（本）	目標	505	757	1,135	1,702	2,553	3,829
		(－)	(－)	(－)	(－)	(－)	(－)
	実績	672	534	未			
		(－)	(－)	(－)			

様式１

●決済システム導入件数（件）	目標	128	62	67	72	77	82
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（－）
	実績	31	34	未			
		（－）	（－）	（－）			
●山形県観光物産協会会員数（会員）	目標	690	740	790	595	605	615
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（－）
	実績	603	550	585			
		（－）	（－）	（－）			
●山形県観光物産協会関係団体会員数（会員）	目標	163	173	183	144	149	154
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（－）
	実績	143	141	139			
		（－）	（－）	（－）			

※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、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設定した。

【設定にあたっての考え方】

●WEB サイトのアクセス数（観光）

ユーザーの興味関心が高い特集や情報を定期的に発信し、市町村の情報や旅行商品等の予約など利便性をさらに高め、アクセス向上とコンテンツの充実を図る。

●WEB サイトのアクセス数（物産）

顧客の本県物産に対する嗜好を把握するために設定。「Yahoo ショッピング」への出店、SEO 対策や SNS 等を活用した情報発信を継続的に行いニーズ分析し、毎年 25%ずつの増を図る。

●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。毎年 5 件増で設定する。

●MICE 受入数

旅行消費額増へ効果的な事業であり、毎年 10 件増で設定。

●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

多様な旅行ニーズに対応できるよう旅行商品造成、滞在型プランの充実を図りながら、毎年 0.05 ずつ伸ばしていく。

●外国人観光客の訪問率

都市部へ偏在傾向にある外国人観光客を、魅力的な旅行商品造成により地方へ誘客促進強化を図り、本県への訪問率を回復させていく。

●山形県内着地型旅行商品造成数

長期滞在型や新たなニーズに対応できる旅行商品の造成を図るとともに、自主企画の着地型旅行商品の増を図り、毎年 50%増を図る。

●山形県内着地型旅行商品成約数

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

●決済システム導入件数
着地型旅行商品の造成と販売方法の変更・拡大等に対応する受入環境整備の強化を図る。
観光整備が進んでいない状況を鑑み毎年５件増の目標を再設定した。
●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、前年実績に対し毎年 10 会員増を図る。
●山形県観光物産協会関係団体会員数
当協会や関係団体の活動方針を域内事業者等に説明し、前年実績に対し毎年５団体増を図る。

７．活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後３年間について、計画年度毎に（１）収入、（２）支出を記入すること。
※現に活動している法人にあっては、過去３年間の実績も記入すること。

（１）収入

年（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４）年度	9,815,458,000	【受取会費】18,713,000 円 【事業収益】20,441,000 円 【国からの補助金】1,136,000 円 【都道府県からの補助金】108,765,000 円 【地方公共団体からの指定管理等受託収益】9,654,703,000 円 【上記外受託収益】37,495,000 円 【受取負担金】5,916,000 円 【雑収益】5,753,000 円　【他】31,000 円
2023（Ｒ５）年度	1,977,178,000	【受取会費】18,653,000 円 【事業収益】19,955,000 円 【国からの補助金】546,000 円 【都道府県からの補助金】115,937,000 円 【地方公共団体からの指定管理等受託収益】1,810,187,000 円 【受取負担金】5,830,000 円 【雑収益】6,028,000 円　【他】42,000 円
2024（Ｒ６）年度	313,027,000	【受取会費】18,463,000 円 【事業収益】24,543,000 円 【都道府県からの補助金】114,484,000 円 【地方公共団体からの指定管理等受託収益】145,445,000 円 【受取負担金】5,780,000 円 【雑収益】4,251,000 円　【他】61,000 円
2025（Ｒ７）年度	274,817,000 （見込）	【受取会費】18,762,000 円 【事業収益】24,213,000 円 【都道府県からの補助金】124,494,000 円 【地方公共団体からの指定管理等受託収益】89,021,000 円 【受取負担金】11,722,000 円 【雑収益】6,461,000 円　【他】144,000 円
2026（Ｒ８）年度	274,817,000 （見込）	【受取会費】18,762,000 円 【事業収益】24,213,000 円 【都道府県からの補助金】124,494,000 円 【地方公共団体からの指定管理等受託収益】89,021,000 円 【受取負担金】11,722,000 円 【雑収益】6,461,000 円　【他】144,000 円
2027（Ｒ９）年度	274,817,000 （見込）	【受取会費】18,762,000 円 【事業収益】24,213,000 円

		【都道府県からの補助金】124,494,000 円 【地方公共団体からの指定管理等受託収益】89,021,000 円 【受取負担金】11,722,000 円 【雑収益】6,461,000 円　【他】144,000 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	9,814,652,000	【観光資源の磨き上げ】24,446,000 円 【受入環境整備】12,549,000 円 【案内所の整備】44,708,000 円 【マーケティング】17,209,000 円 【情報発信・プロモーション】37,594,000 円 【一般管理費】17,740,000 円 【その他】9,660,406,000 円
2023（Ｒ５） 年度	1,973,025,000	【観光資源の磨き上げ】23,340,000 円 【受入環境整備】54,485,000 円 【案内所の整備】45,260,000 円 【マーケティング】16,142,000 円 【情報発信・プロモーション】25,400,000 円 【一般管理費】17,804,000 円 【その他】1,790,594,000 円
2024（Ｒ６） 年度	316,805,000	【観光資源の磨き上げ】24,131,000 円 【受入環境整備】74,212,000 円 【案内所の整備】55,111,000 円 【マーケティング】14,629,000 円 【情報発信・プロモーション】27,418,000 円 【一般管理費】17,129,000 円 【その他】104,175,000 円
2025（Ｒ７） 年度	288,646,000 （見込）	【観光資源の磨き上げ】23,755,000 円 【受入環境整備】25,228,000 円 【案内所の整備】56,202,000 円 【マーケティング】17,185,000 円 【情報発信・プロモーション】27,736,000 円 【一般管理費】20,062,000 円 【その他】118,478,000 円
2026（Ｒ８） 年度	288,646,000 （見込）	【観光資源の磨き上げ】23,755,000 円 【受入環境整備】25,228,000 円 【案内所の整備】56,202,000 円 【マーケティング】17,185,000 円 【情報発信・プロモーション】27,736,000 円 【一般管理費】20,062,000 円 【その他】118,478,000 円
2027（Ｒ９） 年度	288,646,000 （見込）	【観光資源の磨き上げ】23,755,000 円 【受入環境整備】25,228,000 円 【案内所の整備】56,202,000 円 【マーケティング】17,185,000 円 【情報発信・プロモーション】27,736,000 円 【一般管理費】20,062,000 円 【その他】118,478,000 円

（３）自律的･継続的な活動に向けた運営資金確保の取組･方針

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

８．観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

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

９．マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携ＤＭＯ（県単位以外）や地域ＤＭＯと重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

【他の地域連携ＤＭＯや地域ＤＭＯとの間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った（行っている）か】

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

【区域が重複する背景】

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

【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】

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

【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】

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

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	福田　直子
担当部署名（役職）	DMO 推進室（観光物産プロデューサー）

郵便番号	990-8580
所在地	山形県山形市城南町一丁目１番１号
電話番号（直通）	０２３－６４７－２３３３
ＦＡＸ番号	０２３－６４６－６３３３
Ｅ－ｍａｉｌ	dmo@yamagatakanko.com

１１．関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県･市町村名	山形県
担当者氏名	佐藤　亮
担当部署名（役職）	観光文化スポーツ部観光交流拡大課（企画調整主査）
郵便番号	990-8570
所在地	山形県山形市松波二丁目８番１号
電話番号（直通）	０２３－６３０－２１０４
ＦＡＸ番号	０２３－６３０－２０９７
Ｅ－ｍａｉｌ	satoryo4@pref.yamagata.jp

（登録）【地域連携DMO】公益社団法人　山形県観光物産協会（カルテットやまがた）

様式２

記入日：　令和7年　7月　1日

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】 山形県
【設立時期】 昭和9年4月（昭和32年12月法人化）
【設立経緯】 ③区域の観光協会がDMOに移行
【代表者】 平井 康博（会長）
【マーケティング責任者（CMO）】
福田直子(DMO推進室　観光物産プロデューサー)
【財務責任者（CFO）】
安孫子義浩（専務理事（兼）DMO推進室長）
【職員数】 29人（常勤理事3人除く）
（常勤29人（正職員11人・嘱託職員17人・出向等1人）
【主な収入】
事業収益　25百万円、国・県補助事業　114百万円（R6年度）
【総支出】
事業費　299百万円、一般管理費　17百万円（R6年度）
【連携する主な事業者】
県、周辺市町村、各観光関連団体及び事業者

KPI（実績・目標）

※（　）内は外国人に関するもの。

項目		2022（R4）年	2023（R5）年	2024（R6）年	2025（R7）年	2026（R8）年	2027（R9）年
旅行消費額（百万円）	目標	238,700（11,700）	244,500（13,500）	190,000（13,500）	204,000（16,800）	218,000（20,100）	232,000（　）
	実績	152,839（不明）	177,189（10,245）	未 未	— —	— —	— —
延べ宿泊者数（千人）	目標	5,805（295）	5,900（345）	4,750（230）	4,940（284）	5,130（ 330 ）	5,510（ 392 ）
	実績	4,040（ 26 ）	4,567（179）	4,870（246）	— —	— —	— —
来訪者満足度（%）	目標	32.1（－）	35.3（－）	40（－）	36.4（－）	37.3（－）	38.2（　）
	実績	35（－）	34.6（－）	未（－）	— —	— —	— —
リピーター率（%）	目標	67（－）	68（－）	69（－）	70（－）	71（－）	72（　）
	実績	82.5（－）	80.5（－）	未（－）	— —	— —	— —

戦略

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

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・広域周遊観光促進事業に引き続き、山形県内（置賜）でのアドベンチャーツーリズム事業を実施
【受入環境整備】
・観光介助ボランティア実証事業として障がい者や高齢者が自由に観光うする為のサポート体制構築を目指す実証事業を実施
・山形観光アカデミーにおいて初任者向けビジネス基礎講座開講及び中堅・経営者層向けのトップセミナー等を開催。

【情報発信・プロモーション】
・山形県観光情報センター、県公式観光HPにおいてイベントやトピックス情報を発信。
・当協会が運営する県産品通販サイトや新たに開設したWebアンテナショップで県産品のPR・販促を行った。
【その他】
・台湾からの教育旅行誘致促進のため、山形と台湾の高校生の交流イベント『グローバルサミット』を台湾高雄市にて開催。

アドベンチャートラベル事業

グローバルサミット