

## 観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和 5 年 1 月 16 日

## 1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを○ で囲むこと	広域連携DMO・地域連携DMO・ <u>地域DMO</u>	
観光地域づくり法人 の名称	プラットヨネザワ株式会社	
マーケティング・マネ ジメント対象とする 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	令和 4 年 4 月 20 日	
職員数		
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 嶋 浩 聡 （出身組織名） （株）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、地元米沢にリターンし、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。
データ収集・分析等 の専門人材（CM O：チーフ・マーケ ティング・オフィサ ー ※必ず記入すること	CMO 青山浩子 （株）トナリ	都内のデザインスタジオ勤務後、大手 TV 局、広告 代理店、IT 企業でのブランディングやデジタルプ ロモーションのプロジェクトに従事。2020 年、米 沢にリターン移住。 株式会社トナリにてデザインディレクターとして 地元企業のブランディングに従事。 2021 年より、地域と環境を考える、ごみゼロ運動 の啓蒙を軸に、環境問題などの意識醸成を図るコ ミュニティ Zero Waste Walk や地域の魅力を経済 的活動にかえていくマルシェなどの地域を巻き込 んだコミュニティ活動も展開。

(別添) 様式 1

		2022年よりプラットヨネザワ株式会社に CMO として参画。
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 高橋 圭 中央ライズアクロス	山形県白鷹町出身、米沢市内の高校を卒業後、都内の大学へ進学し、卒業後行政書士と大手事務所にて従事。2016年、独立し自らが代表を務めるライズアクロス司法書士事務所を創業開始。2018年には「よりお客様の広範囲にわたるご要望にお応えするため」ライズアクロスグループを組織編成、グループ CEO に就任する。 2022年よりプラットヨネザワ株式会社に CFO として参画。
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 ジャパンデジタルデザイン	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。Japan Digital Designにて、新規検討していた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など様々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。
最高技術責任者(CTO)	小俣 伸二	法政大学工学部電子工学科計測制御専攻を卒業後、本田技研、韓国サムスン電子ジャパン他、制御機器/情報機器などの研究開発システムハウス、半導体商社勤務を経て1997年独立し技術コンサルティングファームを設立。 コンサルティング事業としては、シリコンバレー半導体ベンチャーの立ち上げに参画し IPO に貢献、その他、国内外ベンチャー企業のビジネス・デベロップメントや NEC の技術コンサルティングに20年以上にわたり携わる。 2022年よりプラットヨネザワ株式会社に CMO 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) 米沢市産業部ブランド戦略課(ふるさと納税、特産品振興・販路開拓等) 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・米沢商工会議所・米沢観光コンベンション協会・山形県観光物産協会・JA山形おきたま米沢支店・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・米沢市内観光エージェント共同体 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)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・株アクセスよねざわ・東日本旅客鉄道(株)米沢駅 ・トリップアラウンド推進協議会・小野川温泉観光知実行委員会 天元台×白布リボン協議会・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・米沢エリアスキー場協議会・プラットヨネザワ(株)・(株)上杉コーポレーション・米沢市金融団金曜会	

(別添) 様式 1

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】②

(概要)

地域の合意形成の場として、「米沢観光推進機構」を2022年5月に設立。本団体には、行政、観光産業外郭団体、交通事業者団体、宿泊事業者団体、商工会議所が参画し、地域の観光振興について主導する。

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。

・戦略会議を月に1回開催し、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。

戦略会議については、DMO申請法人であるプラットヨネザワ(株)の活動について、年間の計画、月次の行動実績、次月の行動予定などを検討、評価する場であり、こちらの合意をもってDMO申請法人の活動を許可する。

また、具体的な活動については、個別のワーキンググループおよび協議会を設け域内の事業者を適宜参画させながら実施していく。

- ・連絡協議会
- ・幹事会

(構成団体)

【幹事会】

会長 1名 / 副会長 2名以内

[会長] 米沢市 市長 (中川 勝)

[副会長] 米沢商工会議所 会頭 (増村 力)

[副会長] 米沢観光コンベンション協会 会長 (小嶋彌左衛門)

山形県観光物産協会副会長 (内藤文徳)

(株)アクセスよねざわ代表取締役 (黄木修太郎)

米沢市商店街連盟理事長 (枝松正憲)

プラットヨネザワ(株)代表取締役 (宮嶋浩聡)

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 (鈴木邦夫)

顧問

国土交通省東北運輸局 山形運輸支局長 (澤村和則)

【戦略会議】 (委員長 1名 / 委員 5名)

米沢商工会議所

専務理事 (柴田正孝)

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)

プラットヨネザワ(株)代表取締役 (宮嶋浩聡) / 取締役 (小田航平)

米沢市産業部長 (安部晃市)

オブザーバー

山形県置賜総合支庁産業経済部

【監事】

米沢商工会議所 副会頭

(別添) 様式 1

	<p>米沢観光コンベンション協会 副会長</p> <p>【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(株) (宮嶋、小田)</p> <p>【構成団体】 米沢市・米沢商工会議所・米沢観光コンベンション協会・山形県観光物産協会・J A 山形おきたま米沢支店・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・米沢市内観光エージェント共同体 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)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・株アクセスよねざわ・東日本旅客鉄道(株)米沢駅 ・トリップアラウンド推進協議会・小野川温泉観光知実行委員会 天元台×白布リボン協議会・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・米沢エリアスキー場協議会・プラットヨネザワ(株)・(株)上杉コーポレーション・米沢市金融団金曜会</p> <p>【協議会・ワーキンググループ】 ・置賜メディア戦略会議 ・峠エリア協議会 ・地域の温泉旅館の未来を考える会 ・適宜補助金に関する協議会</p>				
<p>地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・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などを実施。</li> <li>・観光地域、業界など特定の範囲で協議会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。</li> <li>・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。</li> </ul>				
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>(活動の概要)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="459 1391 646 1435">事業</th> <th data-bbox="646 1391 1442 1435">実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="459 1435 646 2022"> <p>情報発信・プロモーション</p> </td> <td data-bbox="646 1435 1442 2022"> <p>・21年国内外人に向けた情報発信事業① 具体事業内容 ・外国人向けの観光事業を行っているプロフェッショナル外国人により視察 ・米国商工会議所会報誌、国内に住んでいる外国人向けのメディアに対しての地域の情報発信 ・日本を紹介する Youtuber による発信コンテンツの制作 ・JNTO による海外ジャーナリスト向けの発信の誘致・実施。</p> <p>&lt;具体的な活動&gt; ジョン・ドーブ氏による YouTube ライブストリーム・番組作成 2022年1月17~19日にジョン・ドーブ氏が米沢を訪問。合計4本のライブストリームと米沢牛番組の取材活動を行った。</p> <p>◆ライブ配信用ユーチューブチャンネル</p> </td> </tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	<p>情報発信・プロモーション</p>	<p>・21年国内外人に向けた情報発信事業① 具体事業内容 ・外国人向けの観光事業を行っているプロフェッショナル外国人により視察 ・米国商工会議所会報誌、国内に住んでいる外国人向けのメディアに対しての地域の情報発信 ・日本を紹介する Youtuber による発信コンテンツの制作 ・JNTO による海外ジャーナリスト向けの発信の誘致・実施。</p> <p>&lt;具体的な活動&gt; ジョン・ドーブ氏による YouTube ライブストリーム・番組作成 2022年1月17~19日にジョン・ドーブ氏が米沢を訪問。合計4本のライブストリームと米沢牛番組の取材活動を行った。</p> <p>◆ライブ配信用ユーチューブチャンネル</p>
事業	実施概要				
<p>情報発信・プロモーション</p>	<p>・21年国内外人に向けた情報発信事業① 具体事業内容 ・外国人向けの観光事業を行っているプロフェッショナル外国人により視察 ・米国商工会議所会報誌、国内に住んでいる外国人向けのメディアに対しての地域の情報発信 ・日本を紹介する Youtuber による発信コンテンツの制作 ・JNTO による海外ジャーナリスト向けの発信の誘致・実施。</p> <p>&lt;具体的な活動&gt; ジョン・ドーブ氏による YouTube ライブストリーム・番組作成 2022年1月17~19日にジョン・ドーブ氏が米沢を訪問。合計4本のライブストリームと米沢牛番組の取材活動を行った。</p> <p>◆ライブ配信用ユーチューブチャンネル</p>				

	<p>“ONLY in JAPAN*GO” (フォロワー：約 281,000 人) 米沢食肉公社様・佐藤畜産様・田中畜産様・金剛閣様・鷹山公様のご協力をいただき、米沢牛にフィーチャーした YouTube 番組を制作。2022 年 3 月 19 日にて公開済み。</p> <p>記事メディアへの発信 Japan Today…プレスリリース・記事。3回発信 (日本在住の英語圏に強い)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ Yonezawa textiles - top quality interwoven with centuries of history and tradition (米織)</li><li>・ Sake for all : A seasonal guide (東光の冬季限定の日本酒)</li><li>・ Yonezawa-Gyu, A tender, tasty, treat (米沢牛)</li></ul> <p>ACCJ Journal…記事 2 本 (首都圏在住米国人富裕層に強い)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ 11/4 に東光(地元)で行われた日本酒ウェビナーイベント (JNTO 主催) についての記事を投稿</li></ul> <p><a href="https://www.accj.or.jp/the-accj-journal/2021-09-of-sake-and-scythe-weasels">https://www.accj.or.jp/the-accj-journal/2021-09-of-sake-and-scythe-weasels</a></p> <p>Get Hiroshima…記事 1 本</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ ポール・ウォルシュさんが 10 月のコンサルティング視察での経験をまとめて記事に</li></ul> <p>Atlas Obscura…投稿 1 本</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ キアラ・テルズオロさんがアイディアの泉神社を取り上げて観光スポットとしてピックアップ</li></ul> <p>Facebook クローズドグループへの記事・コンテンツシェア活動</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ 22 年国内外国人に向けた情報発信事業②<ul style="list-style-type: none"><li>・ 米国商工会議所会報誌、国内に住んでいる外国人向けのメディアに対しての地域の情報発信</li><li>・ 外国人をターゲットにした専用 SNS を立上げ、地域の情報発信を実施</li><li>・ 首都圏で行われているチャリティーイベントへ参加し、地域の魅力の紹介およびふるさと納税商品の紹介</li></ul></li><li>・ 22 年海外市場に向けた地域商品の発信<ul style="list-style-type: none"><li>・ JR スタートアップ社と組んだ越境 EC の環境整備およびプロモーションを実施。<ul style="list-style-type: none"><li>・ 世界の中でも価値を感じてもらえる商品の選定および文脈をわかりやすい形で整備し、JR が持っているプラットフォームでの販売を実施予定。</li><li>・ 現地でのプロモーションについても、JR の施設を利用したプロモーション</li><li>・ 地域の冬季イベントの台湾向けのオンライン配信</li></ul></li></ul></li><li>・ 22 年国内在住外国人に向けた SNS を立上げ、外国人目線での地域の魅力の発信</li><li>・ 地域イベントへの外国人の誘致<ul style="list-style-type: none"><li>・ 地域の環境問題</li></ul></li></ul>
--	---

<p>受入環境の整備</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 21 年インバウンド受入整備事業             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 国内在住の外国人観光プロフェッショナルによる地域事業者に対するセミナー</li> </ul> </li> <li>・ 21 年地域内での着地型旅行商品造成に向けた協議会の設立・運営および商品の造成</li> <li>・ 21 年観光振興・受入整備事業             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 事業者向けのアフターコロナに向けた観光振興についてのセミナー</li> </ul> </li> <li>・ 21 年-22 年             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 観光先進地視察について、観光振興を担う域内のプレーヤーと一緒に実施。</li> </ul> </li> <li>・ 21 年滑川大滝に向かうための橋を修繕するクラウドファンディングの実施。</li> <li>・ 22 年受入整備事業             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 観光エリア毎に協議会形式の会を設立                 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 東町プラットフォーム</li> <li>・ 峠エリア協議会</li> <li>・ 地域の温泉旅館の未来を考える会</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>・ 22 年宿泊施設を中心とした DX 推進事業             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 地域での宿泊動向の可視化を目的としたデータ連携事業</li> <li>・ 令和 5 年度の地域と全体(面)としてのハード投資について検討を実施。</li> </ul> </li> <li>・ 22 年観光資源の高付加価値化についての勉強会の開催</li> </ul>
<p>観光資源の磨き上げ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 21 年地域の観光資源磨き上げ事業※観光庁補助金 具体事業内容             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 冬山を利用したアクティビティの創出事業</li> <li>・ テストツアーの開催</li> </ul> </li> <li>・ 22 年看板商品創出事業※※観光庁補助金             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 地域伝統産業商品を活用した宿泊施設の付加価値の創出事業                 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 米沢織のシーツ、ピローカバー、布団カバーを制作し、旅館に貸し出し。温泉旅館に「米沢プラン」を作成してもらい、付加価値体験を提供</li> <li>・ 古い生地を利用した羽織を提供している事業者と連携し、温泉旅館で過ごす時間に対して、付加価値を提供。</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>・ 22 年観光まちづくり法人間の連携を推進             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ (一社)アルカディア観光局、(株)おもてなし山形との連携協定の締結</li> </ul> </li> <li>・ 探求型学習×着地型旅行商品の企画             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 探求型オンラインプログラム提供企業および周辺 DMO 法人と連携した探求型学習を軸とした旅行商品の創出</li> </ul> </li> <li>・ 新たな観光拠点の創出支援             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 峠エリアでの観光誘客におけるコンセプトづくり、および事業再構築を利用した宿泊拠点の整備支援。</li> </ul> </li> <li>・ 豪雨被害時の支援金受入れプラットフォームの設立             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 受け入れ態勢の整備</li> <li>・ HP 立上げ</li> </ul> </li> </ul>

(別添) 様式 1

	<p style="text-align: center;">・クラウドファンディングの実施</p> <p>(定量的な評価)</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. 国内在住外国人に向けた情報発信<ul style="list-style-type: none"><li>・ライブストリーミング 4 本 合計 7.8 万 PV</li><li>・Youtube 動画 合計 31 万 PV</li><li>・FB 投稿 10981 人リーチ 599 エンゲージメント</li></ul></li><li>2. 域内での DMO の必要性に関する機運の醸成<ul style="list-style-type: none"><li>・セミナーの開催 3 回 合計約 150 名参加</li><li>・商工会議所および観光コンベンション協会等での DMO 説明 合計 500 名</li></ul></li><li>3. 着地型商品の客観的評価<ul style="list-style-type: none"><li>・地域連携型着地型旅行商品 : 25,000 円~40,000 円/人 360 名</li><li>・スノーシュートレッキングツアー 45,000 円/人 20 名 (※実証実験時)</li><li>・温泉地イベント 1,500 円~3,000 円/人</li></ul></li><li>4. 地域資源における投資<ul style="list-style-type: none"><li>・クラウドファンディング<ul style="list-style-type: none"><li>・滑川大滝 : 700 万円</li><li>・秘湯温泉支援 : 150 万円</li></ul></li><li>・義援金<ul style="list-style-type: none"><li>・秘湯温泉支援 : 450 万円</li></ul></li></ul></li></ol>
--	---

(別添) 様式 1

**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フォーム株式会社が行い、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。

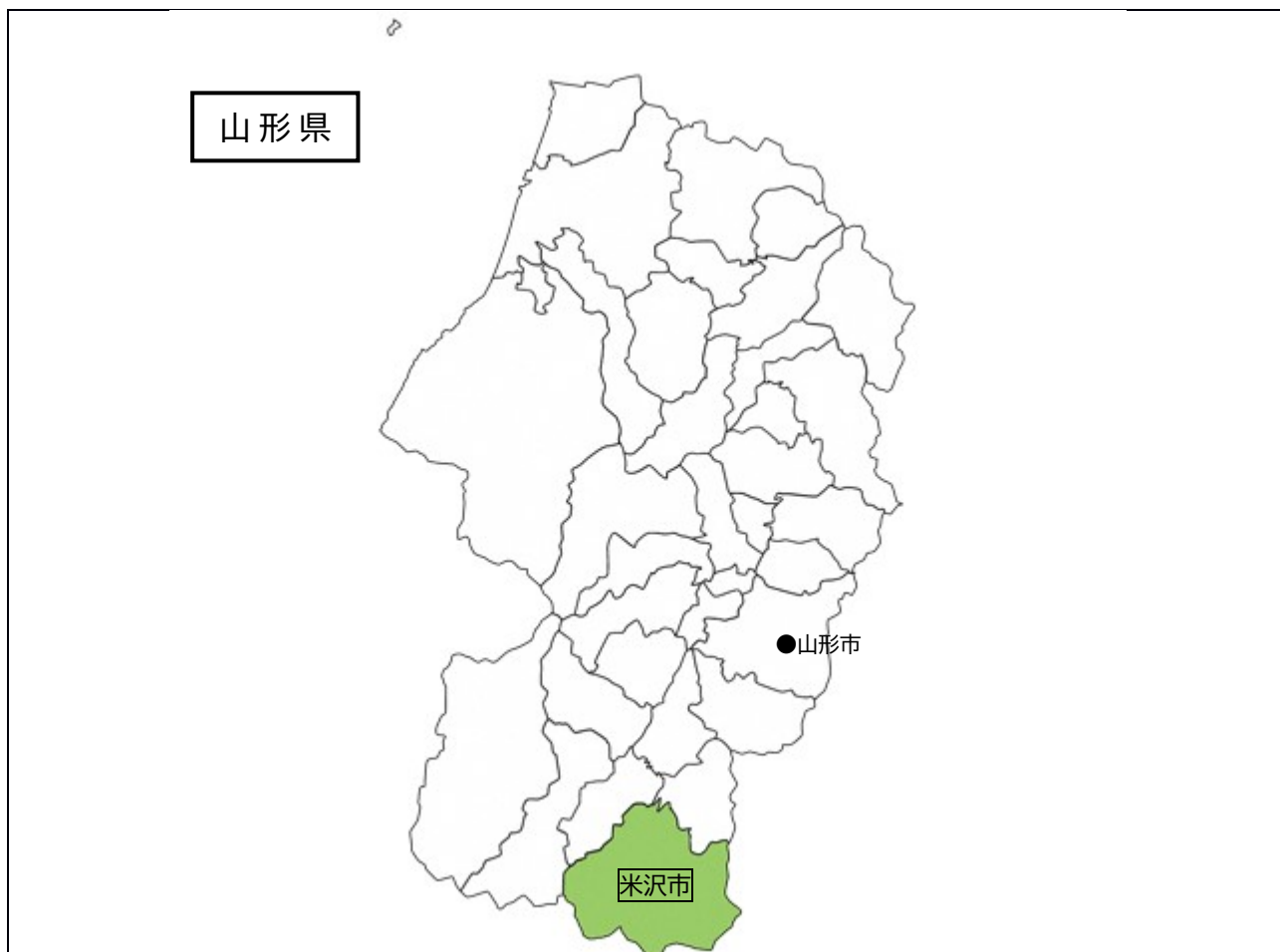
(実施体制図)

・ 方向性を決定する機能として米沢観光推進機構幹事会、実行する機能としてDMC

**2. 観光地域づくり法人がマーケティング・マネジメントする区域**

【区域の範囲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・

(別添) 様式 1

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、館山城跡、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、上杉雪灯籠まつり、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)

(別添) 様式 1

- ・東京－浦和 IC－（東北自動車道 257km）  
－福島 JCT－（東北中央自動車道 40km）  
－米沢
- ・仙台－（東北自動車道 72 km）－福島  
JCT－（東北中央自動車道 40 km）－米  
沢
- ・新潟－（常磐自動車道 95 km）－会津  
若松－（国道 121 号 67 km）－米沢
- ・山形－（国道 13 号 46 km）－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
---------	-------	------

(別添) 様式 1

入込観光客数調査	観光ニーズの多様化、外国人観光客の増加等、観光を取り巻く動向を適切に把握することにより、観光施策の企画等に活用するため	山形県観光者数調査による
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
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がら、域内の経済波及効果を測定するため	アンケートや聴取調査による
来訪者満足度・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
連泊率	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がら、域内の経済波及効果を測定するため	宿泊施設およびOTAからのデータ提供による

## 4. 戦略

### (1) 地域における観光を取り巻く背景

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イ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イ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ジメント、プロモーションマネジメント、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イ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	<p><b>強み (Strengths)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 上杉家や先人たちが築いた歴史、文化</li> <li>・ 米沢の味 ABC や米沢ら一めん、伝統野菜、地酒などの食が豊富</li> <li>・ 良質な温泉資源が豊富</li> <li>・ 山岳、四季の彩りなどの豊かな自然環境</li> <li>・ 米沢織などの伝統産業</li> <li>・ 有機 EL などの先進技術</li> <li>・ 上杉まつり、なせばなる秋まつり、上杉雪灯籠まつり</li> </ul> <p>など、四季ごとに開催されるイベント</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ おしょうしな(ありがとう)の心</li> <li>・ 道の駅米沢の集客力</li> <li>・ 首都圏からのアクセスの良さ</li> <li>・ 認知度の低さは、観光振興によって伸びが期待できる</li> </ul> <p>という強み</p>	<p><b>弱み (Weaknesses)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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</li> <li>・ 駅などからの二次交通が不十分</li> <li>・ 中心市街地の閑散化など地域力の低下</li> <li>・ 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</li> <li>・ 地域全域に点在する地域資源の掘り起しや連携</li> <li>・ バリアフリー・ユニバーサルデザインが不十分</li> <li>・ 国内外へのプロモーション力が弱い</li> <li>・ 人口減少、少子高齢化等による担い手不足</li> <li>・ 通過型観光（滞在時間が短い）</li> <li>・ 体験型観光メニューやアクティビティ等が不足</li> <li>・ 地域資源が分散して存在し、周遊が非効率的</li> <li>・ 海外向けの情報発信ができていない</li> <li>・ 外国人向け案内所、対応ガイドなどが不十分</li> </ul>
外部環境	<p><b>機会 (Opportunity)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 情報通信技術の飛躍的な発展</li> <li>・ 温泉への根強いニーズ</li> <li>・ スローライフ、エコ、LOHAS、農業・林業などへの関心の高まり</li> <li>・ 着地型旅行の需要拡大</li> <li>・ 外国人観光客の増加とローカル志向</li> <li>・ 東北デスティネーションキャンペーンの実施</li> <li>・ 東京オリンピック・パラリンピックの日本開催</li> <li>・ 地方創生、DMO 推進による国の支援、仕組み作り</li> <li>・ 働きかた改革の推進</li> <li>・ 東北中央自動車道の開通</li> </ul>	<p><b>脅威 (Threat)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 消費人口の減少による日本人観光客の減少</li> <li>・ 観光関連事業者の高齢化、人手不足、後継者不足</li> <li>・ 若者等人材の流出による生産人口の減少</li> <li>・ 地方創生、CCRC 構想などによる地域間競争の激化</li> <li>・ 非正規雇用の増加等による旅行関連支出の減少</li> <li>・ 新型コロナウイルス感染症による影響</li> <li>・ 世界経済の先行き不安</li> <li>・ 地元経済の停滞</li> <li>・ 時期による観光入込のばらつき</li> </ul>

(別添) 様式 1

--	--	--

※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

<p>○ターゲット層 <b>国内旅行者ターゲット①</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>・すでにこの地域を訪れた経験のある40代～60代の女性</li><li>・温泉旅館での滞在を目的とした旅行者</li></ul>
<p>○選定の理由</p> <p>山形県が独自に行っている「観光地点パラメーター調査」（県内観光拠点12か所でのアンケート調査、回答件数3584件※令和3年度）および、当地域で行っている観光回遊キャンペーンにおける独自調査から、観光消費額の傾向は、出発地からの距離に比例して増大することがデータで示されている。</p> <p>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。</p> <p>ターゲットとしてメインになるのが、国内旅行者年齢層は50歳代が最多で、40歳代から60歳代。合算すると国内来訪者数のと過半数を占める。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。</p> <p>域内には、ビジネスや就学で訪れた経験を持っている方、すでに訪れたことがある方が数多くいるので、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。</p>
<p>○取組方針</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・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。</li><li>・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。</li><li>・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</li></ul>
<p>○ターゲット層 <b>国内旅行者ターゲット②</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>・戦国を中心としたサブカルチャーに興味がある若年層</li></ul>
<p>○選定の理由</p> <p>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。</p> <p>本年度実証実験的に行った戦国文脈×探求型学習の学習型着地型旅行商品では大変高い満足度および一人当たりの消費単価があった。また、JR東日本が企画した人気ゲームとのコラボ企画では臨時列車者が運行し、高い利用率、話題となっている。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>
<p>○取組方針</p>

(別添) 様式 1

<ul style="list-style-type: none"><li>・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</li><li>・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</li><li>・受け入れ環境の整備</li><li>・お土産商品などの創出</li></ul>
<p>○ターゲット層 海外旅行者ターゲット①</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・国内に住む外国出身者</li></ul>
<p>○選定の理由</p> <p>日本政策投資銀行が出している、2021 東北インバウンド意向調査によると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商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内外国人に対して、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し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。</p> <p>○取組方針</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・国内在住外国人に向けた情報発信の促進</li><li>・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</li><li>・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</li><li>・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</li><li>・宿泊施設・飲食店での多言語対応や、Web サイトのロコミ対応、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</li></ul>
<p>○ターゲット層 海外旅行者ターゲット②</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・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</li></ul>
<p>○選定の理由</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・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。</li><li>・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</li></ul> <p>○取組方針</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・現地に赴いてのプロモーション</li><li>・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率</li><li>・SNS を中心とした発信</li><li>・ターゲットに特化した着地型旅行商品の造成</li></ul>

--

#### (4) 観光地域づくりのコンセプト

<p>①コンセプト</p>	<p>■インナーコンセプト(内向き) 「もっといたくなるまち、また来たくなるまち、米沢」</p> <p>※アウターコンセプトは、今回の想定ターゲットや統計データから、DMO 本登録時まで設定する</p>
<p>②コンセプトの考え方</p>	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>



(別添) 様式 1

--	--

**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 ※頻度が分かるよう記入すること。</p>	<p>&lt;現在&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 戦略会議/年 10 回開催</li> <li>・ 事業者意識調査/年 1 回</li> <li>・ 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</li> <li>・ 官報での報告(年 1 回)</li> <li>・ 年間活動報告会(年 1 回)</li> <li>・ DMO の申請に関するアンケート、およびヒアリング</li> </ul> <p>&lt;令和 5 年度以降&gt;</p> <p>※上記に加え</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ ワーキンググループでの活動/各 3~12 回</li> <li>・ HP での活動報告</li> </ul> <p>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話機会を毎月 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。</p> <p>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。</p> <p>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。</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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 米沢ブランドと連携した品質向上活動の促進</li> <li>・ 観光庁の補助メニューなど申請取りまとめ(例)高付加価値化など</li> <li>・ 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</li> </ul>

(別添) 様式 1

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	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・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</li> <li>・地域を訪れた方に対するアンケート調査(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。</li> <li>・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。</li> </ul>
---------------------------------------	--

※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		2019	2020	2021	2022	2023	2024
		(R1) 年度	(R2) 年度	(R3) 年度	(R4) 年度	(R5) 年度	(R6) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	( )	( )	( )	15,073	15,794	16,474
	実績	23,718 ( )	13,172 ( )	12,957 ( )	( )	( )	( )
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	( )	( )	( )	221	222	233
	実績	248 ( )	193 ( )	221 ( )	( )	( )	( )
●来訪者満足度 (%)	目標	- ( )	- ( )	- ( )	80.0	80.0	80.0
	実績	- ( )	- ( )	- ( )	( )	( )	( )
●リピーター率 (%)	目標	( )	( )	( )	75	75	75
	実績	- ( )	- ( )	- ( )	( )	( )	( )

※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

(別添) 様式 1

**【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		2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度
●連携SNS フォロワー数 (人)	目標	( )	( )	( )	( )	70,000	100,000
	実績	( )	( )	( )	51,857	( )	( )
●平均連泊数 (泊数)	目標	( )	( )	( )	1.2	1.2	1.2
	実績	( )	( )	( )	( )	( )	( )
●観光入込客数 (千人)	目標	( )	( )	( )	2,542	2,642	2,747
	実績	4,476	2,354	2,447	( )	( )	( )

※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】**

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

(別添) 様式 1

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(株)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
2019(R1)年度		
2020(R2)年度		
2021(R3)年度		
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	244,300,000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 【ふるさと納税事業】 150,000,000円

**(2) 支出**

年(年度)	総支出	内訳
2019(R1)年度		
2020(R2)年度		
2021(R3)年度		

(別添) 様式 1

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】 21,000,000 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	242,300,000 円	【一般管理費】 29,000,000 円 【観光 DX 整備費用】 12,000,000 円 【情報発信・プロモーション】 10,000,000 円 【コンテンツ開発 (観光資源の磨き上げ)】 38,300,000 円 【マーケティング (市場調査、ブランド戦略等)】 5,000,000 円 【ふるさと納税運営費用】 148,000,000 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**

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

- ・ふるさと納税事務局の委託運営
- ・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

**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. マーケティング・マネジメント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)**

(別添) 様式 1

※重複なし

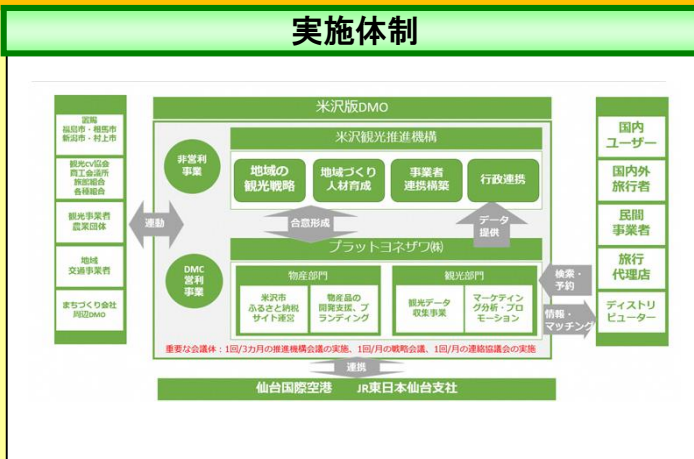
10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	宮嶋 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	992-0119
所在地	山形県米沢市アルカディア 1-808-18
電話番号 (直通)	090. 2884. 7905
F A X 番号	
E - m a i l	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	若山 健太郎
担当部署名 (役職)	主任
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
F A X 番号	0238. 24. 4541
E - m a i l	kanko-ka@city.yonezawa.yamagata.jp

【区域】 山形県米沢市  
【設立日】 令和4年4月20日  
【登録日】 令和5年3月31日  
【代表者】 宮嶋浩聡  
【マーケティング責任者(CMO)】  
青山浩子  
【財務責任者(CFO)】  
高橋圭  
【職員数】 10人  
(常勤4人(役員5人、パート5人))  
【連携する主な事業者】  
米沢市、米沢商工会議所、米沢観光コンベンション協会、米沢温泉八湯会、交通事業者など



### マーケティング・マネジメントする区域

【主な観光資源】

- ・上杉神社をはじめとした上杉家のゆかりの施設および歴史
- ・温泉街、秘湯を含んだ8つの温泉エリア
- ・スキー場・西吾妻連峰
- ・米沢らーめん・米沢そば・地酒
- ・米沢織・寒中野菜・かてもの
- ・四季のまつり・紅花・笹野一刀彫
- ・原方刺し子・米沢焼、相良人形など

### 合意形成の仕組み

【該当する登録要件】 (2)  
【概要】

- ・地域の合意形成の場として、「米沢観光推進機構」を2022年5月に設立。
- ・機構の戦略会議を月に1回開催し、観光戦略についての交通、宿泊、観光事業者が所属する外郭トップを中心に検討、当月の実施内容、次月の予定などを事務トップレベルで実施している。
- ・具体的な事業は、協議会およびワーキンググループを設け、実施。

### 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

### KPI(実績・目標)

※( )内は訪日外国人旅行者に関する数値

指標項目	2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	( )	( )	15,073	15,794	16,474
	実績	23,718	13,172	12,957	( )	( )
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	( )	( )	221	222	233
	実績	248	193	221	( )	( )
●来訪者満足度 (%)	目標	-	-	80.0	80.0	80.0
	実績	( )	( )	( )	( )	( )
●リピーター率 (%)	目標	( )	( )	75	75	75
	実績	-	-	( )	( )	( )

### 法人のこれまでの活動実績

【情報発信・プロモーション】

- ・国内外外国人をターゲットにした情報発信事業
- ・越境EC整備による海外へのプロモーション

【観光資源の磨き上げ】

- ・スノーアクティビティの造成
- ・近代化産業遺産を活用したエリア活性化
- ・探求型×着地型旅行商品の造成

【受入環境の整備】

- ・災害支援金の取りまとめ
- ・高付加価値化補助金の取りまとめ
- ・外国人によるファミリーツアーの実施等によるインバウンドに関する勉強会の実施

### 観光関連事業者と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

多様な関係者との戦略の共有状況等

- ・戦略会議/年10回開催
- ・事業者意識調査/年1回
- ・官報での報告(年1回)
- ・年間活動報告会(年1回)
- ・ワーキンググループによる活動

### 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

【主な収入】 59,000千円(①【米沢市負担金】24,500,000円②【受託事業】 30,000,000円③【収益事業】 4,500,000円)

【総支出】 54,500千円(①【一般管理費】 24,500,000円②【観光DX整備費用】 25,000,000円③【コンテンツ開発(観光資源の磨き上げ)】5,000,000円)

【自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針】  
プラットヨネザワ(株)は運転資金確保としてふるさと納税事業の運営。