

③山形＝名古屋路線

課題	<ul style="list-style-type: none"> ・ 山形＝名古屋便の就航に合わせ、中京圏での知名度が低い。 ・ 地方都市を結ぶ路線であるため、片側の送客（インバウンド/アウトバウンド）だけでは路線維持が困難な見通しであり、双方向について一定規模の需要を創出する必要がある。
方針	<p>＜西の伊勢参り・東の出羽三山参り」相互交流の展開＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 山形県を効果的に PR し、双方向の観光交流を定着させるため、それまでほとんど交流のなかった三重県や伊勢市とゼロから連携体制を構築し、江戸時代の風習「西の伊勢参り・東の奥参り」という本県と中京圏のつながりを活かしたストーリー作り等の独自性のある観光誘客に取り組む。 <p>＜自動車関連産業を中心とした経済交流の拡大＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 平成 28 年 3 月からの 2 便運航、ターゲットを絞った効果的な PR 事業等を実施 <p>＜「技能五輪 2014in 愛知」から「技能五輪 2016in 山形」へ＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 山形＝名古屋便の利用につながる他の全国規模のイベントとして、効果的な PR を実施できるよう、準備段階から大会事務局と連携させ、利用拡大につなげていく。
結果	<p>＜西の伊勢参り・東の出羽三山参り」相互交流の展開＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 認知度向上や商品造成数の増加等により同路線の観光利用が増加するなど、着実に成果は出ている。 <p>＜自動車関連産業を中心とした経済交流の拡大＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ターゲットを絞った PR 実施の成果として、ビジネス利用が着実に増加しており、2 便運航による中京圏からの利便性の高さをセールスポイントとして、中京圏の大手企業の県内誘致に成功している。 <p>＜「技能五輪 2014in 愛知」から「技能五輪 2016in 山形」へ＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 「技能五輪 in 山形」を通じた名古屋便の利用拡大の効果は大きく、大会開催月（10 月）は 2 便化以降最高の搭乗率となった。
総括	<ul style="list-style-type: none"> ・ 当初は二次交通や技能五輪等、うまくいかなかった取組があったが、課題分析を行い、課題に対応した取組を実施している。2 年目、3 年目と PDCA を回すことで軌道修正して成功している良例である。 ・ 増便の効果を知らしめるモデルケースとなっている。 ・ 双方向の自治体は強固な連携体制でプロジェクトチームを構築し、相互交流、相互 PR を実施できたことで、本プログラム終了後の DMO 事業に繋がっている。