

<表の見方>
 ○計画本体における具体的施策については、計画本体の記載内容に基づき、「施策の柱（アラビア数字）-視点（大文字アルファベット）-具体的施策（丸囲みアラビア数字）」で表記している。
 ○本文の修正箇所は、**朱書き**にて表記している。

委員名	意見	意見への対応	
		対応の方向性	修正後
安部委員	○観光客の回復が全国に比べると鈍いという現状を打破するためには、やはり本県への出入国の窓口である仙台空港の利活用を戦略的に行うべきであると考え。仙台空港を活用したアクセス向上が重要であるとともに、仙台空港と繋がっている地域への情報発信も重要であると考え、山形県はその発信の部分がまだ弱い。	○アクセス向上については、「1-C-⑤東北のハブ空港である仙台空港からのアクセス向上」の中で対応。 ○情報発信については、「1-B-③ 主要空港を基点としたプロモーション・都市圏向けプロモーションの強化」の本文を修正。	【1-B-③】 ○ 仙台空港等において国際定期便が就航している市場を中心に 、本県の観光資源の魅力に加え、各空港から 東北・山形 へのアクセスの良さやJR東日本の外国人専用鉄道パスの活用等をセットにした情報発信やプロモーションを実施し、国内外における認知度の向上と本県への誘導を図ります。
安部委員	○人口減少社会となっている中で、消費される観光ではなく山形を応援してもらえ、山形を第二の故郷とってもらえるような仕掛けづくりが重要である。そのために、地域間交流や教育、ふるさと納税なども活用し観光に取り入れていくことが重要であると考え。	○第二の故郷とってもらえるような仕掛けづくりについては、「1-A-① 山形の強みを活かした高付加価値旅行者層に通じる滞在型観光コンテンツ・ツーリズムの造成」の本文を修正。 ○地域間交流については、「2-B-⑤ 「地域に暮らす人」が見える情報発信の充実」の本文を修正。 ○教育については、「3-D-④ 歴史・文化、自然など郷土の魅力を学び発信する機会の充実」の中で対応。 ○ふるさと納税の活用については、「1-B-② インバウンド重点地域の設定・海外高付加価値旅行者層に精通する旅行会社等とのコネクション形成と情報発信ツールの活用」の中で対応。	【1-A-①】 ○出羽三山に代表される精神文化や、四季折々に表情を変える豊かな自然、県内全市町村に湧き出る温泉、 米やフルーツに代表される県産農産物 、美酒、芋煮や ラーメン・そば等 をはじめとした食など、本県が世界に誇る多様な観光資源について、「それらの資源が持つ歴史・ストーリーを深く学ぶ」、「地域の人々と繋がり、触れ合いながら実体験し、その空気感・世界観に直に触れる」など、「世界中で山形でしか味わえない本物の体験」にアップデートした、「 第2のふるさと 」として何度も訪れてもらえる観光コンテンツとして県内各地で造成する取組みを促進します。 【2-B-⑤】 ○いわゆる「モノ消費」から体験に価値を見出す「コト消費」へのニーズが高まる中、「その地域に暮らす人々」や「 地域間交流 」もまた、大切な観光資源です。「その地に行くと、どんな人々と繋がれるのか」「その地の食や文化はどのような人々が作り支えているのか」「その人々はどのような知識や人間的な魅力を持ち、その人々と会うことでどのような心震える感動体験ができるのか」といった視点は、旅行先を選ぶ際における重要なファクターのひとつとなっています。 ○観光関係者のみならず、食や歴史、文化などの資源の担い手や地域に暮らす人々の「顔」や「魅力」について、積極的な情報発信を進めていきます。
安部委員	○銀山・蔵王エリアは本県観光のゴールデンルートになりつつあるが、「アシ」の問題は切実であると感じる。先日、銀山エリアでのライドシェア導入のニュースを耳にしたが、そのような「アシ」の整備が必要な地域に対しては積極的に支援を行っていただきたい。	○「1-C-④ 高付加価値旅行者や交通弱者を視野に入れた二次交通の充実」の中で対応。	
安部委員	○県からの発信においても地域別・エリア別だけでなく、テーマごとに県内各地の観光素材を分けるなど工夫した情報発信が重要であると考え。	○「1-B-① ターゲットの属性や嗜好に基づいた国内外への情報発信の強化」の本文を修正。	【1-B-①】 ○より確実に 個々のターゲット へ情報が届くよう、本県の観光資源が響く国内外のターゲット に対するテーマ別等での 情報発信を強化していきます。
安部委員	○魅力発信については、各地のDMOも力を入れていることから、事業の委託等も含め、DMOの影響力を高めるための支援も必要と考える。	○「3-D-① 観光事業者やDMO、地域観光協会における持続可能な経営体制の確立」の本文を修正。	【3-D-①】 ○地域連携DMOである（公社）山形県観光物産協会が中心となったDMOや観光協会間におけるネットワークの強化や戦略の実行等を通して、県内各地域における持続可能な 経営体制の確立 を促進していきます。

委員名	意見	意見への対応	
		対応の方向性	修正後
安部委員	○高付加価値化に向けては、山形は「地域を興す」ということではなく、「地域を残す」ということが本物の価値につながると考える。	○「3-D-③ 後世に伝えるべき地域資源の保全・活用」の中で対応。	
安部委員	○各種ツーリズムの推進に向けては、体験してもらうことも重要であるが、同時に体験した者の心により印象深く残るようなコンテンツとするためにはガイドの手腕が必要不可欠である。国籍などのターゲットに応じて刺さるコンテンツは異なることから、それらの需要に柔軟に対応できるようなガイドを育てることが今後重要になってくると考える。	○「1-D-③ 高付加価値な観光地域づくりの根幹となるプロフェッショナルガイドの発掘・育成」の中で対応。	
遠藤委員	○観光立寄施設に誘客するためには、リアルエージェントとの結びつきを強めていく必要があると感じる。リアルエージェントでは貸切バスを使った団体旅行を取り扱うことが多く、そのような層にアプローチしていくことも重要であると感じる。	○「1-B-① ターゲットの属性や嗜好に基づいた国内外への情報発信の強化」の本文を修正。	【1-B-①】 ○効果的な情報発信や旅行商品の造成が見込まれるメディアやインフルエンサー、旅行エージェント等に対しては、現地への招請やファムトリップの実施等を計画的に行い、より質の高い情報発信へと繋げていきます。
遠藤委員	○観光を支える人材の確保に向けては、学生の頃から地域の観光資源に触れる機会を設けることが重要ではないか。地域住民がおもてなしの意識を持ち、観光振興に協力したいと思えるような観光地になることが重要であると感じる。	○学生の頃から地域の観光資源に触れる機会を設けることについては、「2-D-① 将来の本県観光を牽引する観光人材の確保・育成」の中で対応。 ○地域住民がおもてなしの意識を持ち、観光振興に協力したいと思えるような観光地になることについては、「3-D-④ 歴史・文化、自然など郷土の魅力を学び発信する機会の充実」及び「3-D-⑥ 共生・共創の精神によるホスピタリティの向上」の中で対応。	
遠藤委員	○学術機関など、異業種間連携も重要と感じる。学生を県内観光地に誘致し、歴史スポットを巡るなど、県内の文化や歴史を楽しみながら観光に触れる機会を作ることができれば良いと考える。その際の懸念点としては、地域の文化や歴史に携わる者は観光分野と連携することにメリットを感じていないということが挙げられる。	○異業種間連携については、「1-A-④ 異業種・学術機関等と連携した観光コンテンツの開発」の中で対応。 ○地域の文化や歴史に携わる者は観光分野と連携することにメリットを感じていない点への対応については、「1-A-③ 潜在的可能性を持つ地域資源の観光コンテンツ化に対する理解促進」の中で対応。	
小野委員	○観光需要の平準化のためには、冬に集中するインバウンドを他の季節にも分散させることが重要であるとともに、教育旅行などの誘致も重要であると感じる。教育旅行の誘致については、他県も力を入れている状況であるため、本県でも本気に取り組んでいくのであれば、具体的な取組みを早期に検討していく必要があると考える。	○インバウンド需要の分散については、「1-B-⑤ 羽田乗継・他県空港との連携による県内空港の利用促進、国際チャーター便、外航クルーズ船の誘致」の中で対応。 ○教育旅行の誘致については、「1-B-⑦ アウトバウンドや教育旅行等を通じた相互交流の拡大」の中で対応。	
小野委員	○仙台から山寺まではかなりの観光客が訪れているが、山寺を見た後に仙台に戻るといったケースが非常に多い。このため、山寺をゲートウェイとして県内をどう巡ってもらおうかという視点がとても重要であり、県内の仏閣等に行ってみたいと思わせる動機づけをどう行うかが重要であると感じる。	○「1-A-① 山形の強みを活かした高付加価値旅行者層に通じる滞在型観光コンテンツ・ツーリズムの造成」の本文を修正。	【1-A-①】 ○観光消費額拡大に向けた重要なポイントである「長期滞在（宿泊・滞在型観光）」に繋げるため、山寺をはじめとした主要な観光スポットを起点に、それぞれの観光資源を魅力的なストーリーで、「点」から「線」・「面」へ繋ぐ周遊ルートの開発を促進します。

委員名	意見	意見への対応	
		対応の方向性	修正後
小野委員	○インバウンドに関して、山形だけを訪れることは極めて少ないことから、もっと広域的な視点を持つことが重要である。東北の中で客を取り合うのではなく、東北全体のパイを大きくすることを一番に考えることが重要。これに関して、資料中に「東北」のワードが少ないことが残念。海外に向けて発信する場合には、県単位ではなく「東北」というブランドを強く打ち出していくことが重要である。これを実現するためにも、東北の他県や東北観光推進機構との連携事業が今後重要になってくるものと考えている。	○資料中に「東北」のワードが少ないことへの対応については、「1-A-⑤ 県域（国境）を越えた地域間連携・官民連携での広域周遊ルートの造成」、「1-B-③ 主要空港を基点としたプロモーション・都市圏向けプロモーションの強化」、「1-B-⑥ 農林水産・商工等の異分野や関係機関・地域と連携した海外向けプロモーション・魅力発信の強化」の本文を修正。 ○東北の他県や東北観光推進機構との連携については、「1-A-⑤ 県域（国境）を越えた地域間連携・官民連携での広域周遊ルートの造成」、「1-B-⑥ 農林水産・商工等の異分野や関係機関・地域と連携した海外向けプロモーション・魅力発信の強化」の中で対応。	【1-A-⑤】 ○インバウンドなど特に広域での周遊を行う旅行者層を本県に取り込むため、市町村や近隣県、東北観光推進機構等と連携しながら、一つのテーマで 東北エリアをはじめとした広域 を周遊できる魅力的なルートの開発を進めます。 【1-B-③】 ○ 仙台空港等において国際定期便が就航している市場を中心に 、本県の観光資源の魅力に加え、各空港から 東北・山形 へのアクセスの良さやJR東日本の外国人専用鉄道パスの活用等をセットにした情報発信やプロモーションを実施し、国内外における認知度の向上と本県への誘導を図ります。 【1-B-⑥】 ○インバウンドにおける広域での誘客効果を高めるため、JNTOや近隣県、東北観光推進機構、 市町村 等と連携した、 東北エリアをはじめとした広域 でのプロモーション活動を積極的に実施します。
後藤委員	○山寺を訪れる観光客の国籍や訪れる時期などのデータを収集し分析することができれば、他エリアとの入込の差をなくすことに繋がると感じる。	○「2-A-① データ分析に基づいた観光コンテンツの造成」の中で対応。	
後藤委員	○DX化について、銀山、蔵王や山寺など、インバウンドに強いエリアの情報を他のエリアとも共有することができる仕組みがあることで、各地でインバウンドのニーズを把握することが可能となり、客の分散に向けた施策にも繋がっていくものと考えている。	○「2-D-④ 統計情報やデジタルデータのシェアリングとオープン化」の中で対応。	
後藤委員	○ガイドに関する知識を小学校や中学校でも学ぶなど、教育と観光を結びつけることが将来のガイド育成に繋がっていき、ガイドを知るきっかけ、目指すきっかけにもなると考える。	○「3-D-④ 歴史・文化、自然など郷土の魅力を学び発信する機会の充実」の中で対応。	
高澤委員	○計画が完成した後に、様々な立場の者が目にするものとなると思うが、その際に、見た者が「自分なら何を協力できるのか、何ができるのか」ということが分かる書きぶりにすることが大切。	○「具体的施策別の連携主体の整理」の追記により対応。	※答申案本編中、「具体的施策別の連携主体の整理」参照。
高澤委員	○県民に対する教育（インナーマーケティング）は重要である。山形で観光を推進することが県民にどんなメリットをもたらすのか分かるような事業も盛り込んでいければ良いと思う。	○「3-D-④ 歴史・文化、自然など郷土の魅力を学び発信する機会の充実」の中で対応。	
高澤委員	○自然災害や感染症などの被害が広がった際の県の対応や考え方などを計画の中に示していくことも重要であると感じる。	○「3-C-③ 自然災害や感染症等に対応した、安全・安心な旅行環境の整備」の中で対応。	

委員名	意見	意見への対応	
		対応の方向性	修正後
高澤委員	○人口減少は避けられない課題であるため、観光客が消費するだけでない観光地づくりをどのように進めていくかということをお観光分野だけでなく部局間でも連携し検討してもらいたい。	○「3-B-② レスポンシブルツーリズム（責任ある観光）の普及・啓発」、「3-D-① 観光事業者やDMO、地域観光協会における持続可能な経営体制の確立」の中で対応。	
高澤委員	○山形の素晴らしい景観を守っているのは林業に従事する者であり、その景観が観光資源としても活かされている。他にも、林業従事者だけでなく本県観光に寄与する他の様々な分野の人材も人口減少によって失われていくことが懸念されることから、そのような問題に対する取組みについても計画に盛り込むことができればより良い計画になると感じる。	○「3-C-② 観光地における良好な景観の形成促進」の本文を修正。	【3-C-②】 ○観光地における良好な景観も重要な観光資源のひとつであり、自然環境の保全や地域文化継承、 景観を守り伝える人材の確保 等の側面からも、そうした良質な景観を守り発展させていく取組みは重要です。
竹委員	○一概に人と言っても役割が様々あり、計画を通してその人たちに何を求めるのか、どういった人になってほしいのか等の人物像を描いたうえで施策に落とし込んでもらいたい。	○「2-D-① 将来の本県観光を牽引する観光人材の確保・育成」の本文を修正。	【2-D-①】 ○旅行ニーズの多様化が進む中、観光事業者においても、デジタル分野やマーケティングをはじめとした専門スキルや、経営層やマネージャー層、プレイヤー層等職階別でのスキルの習得が求められます。各分野で求められる 人材像やスキル を整理するとともに、 伴走型による取組みを含め、観光事業者等との連携を図りながら 、「山形観光アカデミー」をはじめとした育成機関や「山形おもてなしドライバー」等による実践的なリスティング・人材育成プログラムを充実します。
竹委員	○人材育成にあたっては、組織を底上げしていくための伴走支援を行う体制を県ないし市町村が作っていくことも重要。	○「2-D-① 将来の本県観光を牽引する観光人材の確保・育成」の本文を修正。	【2-D-①】 ○旅行ニーズの多様化が進む中、観光事業者においても、デジタル分野やマーケティングをはじめとした専門スキルや、経営層やマネージャー層、プレイヤー層等職階別でのスキルの習得が求められます。各分野で求められる 人材像やスキル を整理するとともに、 伴走型による取組みを含め、観光事業者等との連携を図りながら 、「山形観光アカデミー」をはじめとした育成機関や「山形おもてなしドライバー」等による実践的なリスティング・人材育成プログラムを充実します。
竹委員	○行政職員は数年で異動してしまうことから、地域や観光の理解度が職員によって異なるという話を民間事業者からよく耳にする。このため、観光に携わる全ての職員に対し、観光への理解度を高める取組みを県で実施してもらいたい。そうすることで、民間事業者の支えとなり、実になる事業の展開にも繋がると感じる。	○「2-D-① 将来の本県観光を牽引する観光人材の確保・育成」の本文を修正。	【2-D-①】 ○県・市町村職員が 観光を学び 、観光に携わる機会の充実を図るなど、行政機関における 観光分野への理解度向上 と観光人材の育成を図ります。
竹委員	○「地域一体となった観光地づくり」を実現するためには、そもそも地域の人々が本計画を認識しないと進められないと思う。そういった観点から、設定する目標指標について、消費額だけではなく地域住民・団体の観光に関するスキルや認識力を測る指標など、観光客ではなく人材育成に目を向けた指標が一つはあった方が良く感じる。	○個別事業において検討。	

委員名	意見	意見への対応	
		対応の方向性	修正後
竹委員	○仙台空港には、国内外問わず多くの観光客が訪れるが、空港内（特に保安検査場）に観光案内所や東北への旅行を促す観光コンテンツが少ないと感じることから、今後、空港内に東北をPRするブースを設ける予定である。仙台空港には仙台だけでなく他の地域を訪れる者も多く集まることから、仙台空港を利用した情報の発信、誘客に向けた取組みが今後非常に重要と考える。	○「1-C-5 東北のハブ空港である仙台空港からのアクセス向上」の中で対応。	
平井委員	○計画案を見ると、どこが、誰が、どのようにというような役割に関する記載が足りない。	○「具体的施策別の連携主体の整理」の追記により対応。	※答申案本編中、「具体的施策別の連携主体の整理」参照。
平井委員	○県と同様に、各市町村やDMOでも様々な観光施策に取り組んでいる。それに関連し、各市町村との連携についてもっと具体的に計画に盛り込んだ方が良いのではないかと感じる。	○「1-A-5 県域（国境）を越えた地域間連携・官民連携での広域周遊ルートの造成」の中で対応。加えて、「1-B-6 農林水産・商工等の異分野や関係機関・地域と連携した海外向けプロモーション・魅力発信の強化」の本文を修正。	【1-B-6】 ○インバウンドにおける広域での誘客効果を高めるため、JNTOや近隣県、東北観光推進機構、市町村等と連携した、東北エリアをはじめとした広域でのプロモーション活動を積極的に実施します。
平井委員	○各DMOについては、それぞれが連携されておらず、ばらばらに動いているように感じる。山形県観光物産協会にはそういった各地のDMOをまとめる役割もあることから、県とも連携しながら各DMOとの繋がりを深めていくことも必要。	○「3-D-1 観光事業者やDMO、地域観光協会における持続可能な経営体制の確立」の中で対応。	
平井委員	○観光庁の「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり」事業のモデル地域に選定されたことが、計画案の中にあまり盛り込まれていない。選定された重要性がもっと認識されるように打ち出していくことが重要である。	○「1-A-1 山形の強みを活かした高付加価値旅行者層に通じる滞在型観光コンテンツ・ツーリズムの造成」の本文へ追記。	【1-A-1】 ○令和6年9月、高付加価値旅行者の地方への誘客に向けて集中的な支援を観光庁が行う「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり」事業のモデル観光地として、本県全域が選定されました。 ○高付加価値旅行者から本県に訪れていただくため、必要なウリ（高付加価値旅行者のニーズを満たす滞在価値）、ヤド（上質かつ地域のストーリーを感じられる宿泊施設）、ヒト（地方への送客、ガイド、ホスピタリティ）、コネ（海外高付加価値層とのネットワーク、情報発信）+アシ（利便性・快適性の高い移動手段）の5つの観点で策定する「マスタープラン」に基づき、付加価値の高い観光地域づくりや観光人材の育成等を進めていきます。
平井委員	○オーバーツーリズムとなっている蔵王や銀山温泉に続くような、中心となる第3の観光地を造っていくことが重要。観光客の地域への分散を進める観点からも必要。	○「1-A-1 山形の強みを活かした高付加価値旅行者層に通じる滞在型観光コンテンツ・ツーリズムの造成」の本文へ追記。	【1-A-1】 ○観光客の分散や周遊促進等の観点も含め、蔵王や銀山温泉に続く、本県における第3の核となる観光地づくりを進めます。
平井委員	○関西圏に人気のある東北の観光コンテンツは何かと旅行者に尋ねたところ、東北四大祭りであるとの回答を受けたことがある。その中には本県の花笠まつりも含まれているが、一つの祭りが人気ということではなく、あくまで「東北の四大祭り」が人気であるとの話を聞いた。このことから、やはり県を超えた広域的な連携についてもっと強調しても良いのではないかと。	○「1-A-5 県域（国境）を越えた地域間連携・官民連携での広域周遊ルートの造成」、「1-B-6 農林水産・商工等の異分野や関係機関・地域と連携した海外向けプロモーション・魅力発信の強化」、「2-D-2 DX推進による広域連携と観光デジタル人材の育成」の中で対応。	

委員名	意見	意見への対応	
		対応の方向性	修正後
山口委員	○DMC天童温泉含め、観光業全体の課題として確実に挙げられるのは人手不足である。秋の旅行シーズンを迎えているところだが、観光客は増加しているものの、受け入れるための人材が不足している状況。そのことを踏まえ計画案を見ると、誘客に資する取組みの記載は多く見られるが、人手不足対策に係る記載が少ないように感じる。人材は観光を支える両輪ともいえるほど重要であることから、短期的・長期的なものに分け、県と民間事業者の役割分担をしっかりと行ったうえで人材確保のための施策に取り組んでいただきたい。	○「2-D-① 将来の本県観光を牽引する観光人材の確保・育成」、「2-D-⑤ デジタルを活用し人手不足に対応した業務効率化・生産性向上」、「2-D-⑥ 即戦力となる外国人材の活用と受入環境の整備」、「3-D-② 観光産業における働き方改革の推進（「働く場」としての観光産業の魅力向上）」の中で対応。	
山口委員	○観光は教育との結びつきが強いと感じる。北海道、京都や沖縄などでは、県が率先して教育の分野まで手を伸ばし学生のうちから観光人材の育成に取り組んでいる。本県でもそのような取組みについては以前から意見が出ているものの、なかなか計画には盛り込まれない。ぜひ本県でも中長期的に取り組んでもらいたい。	○「2-D-① 将来の本県観光を牽引する観光人材の確保・育成」、「3-D-④ 歴史・文化、自然など郷土の魅力を学び発信する機会の充実」の本文を修正。	【2-D-①】 ○旅行ニーズの多様化が進む中、観光事業者においても、デジタル分野やマーケティングをはじめとした専門スキルや、経営層やマネージャー層、プレイヤー層等職階別でのスキルの習得が求められます。各分野で求められる人材像やスキルを整理するとともに、 伴走型による取組みを含め、観光事業者等との連携を図りながら 、「山形観光アカデミー」をはじめとした育成機関や「山形おもてなしドライバー」等による実践的なリスクリング・人材育成プログラムを充実します。 ○県・市町村職員が 観光を学び 、観光に携わる機会の充実を図るなど、行政機関における 観光分野への理解度向上 と観光人材の育成を図ります。 【3-D-④】 ○家庭や地域、学校等で、本県の歴史・文化、自然等の魅力を知り、体験し、発信する機会の充実を図ることにより、地域に対する自信と誇り、おもてなしの心の醸成や郷土愛を育む土壌づくりと 将来の観光人材の確保 に取り組めます。
山口委員	○数値目標について、観光消費額の項目があるが、「観光」をひとくくりにして計測するのではなく、「宿泊」、「交通」、「お土産」や「アクティビティ」など、中身を細分化して細かな数値を計測したほうがより具体的で分かりやすいのではないかと感じる。また、目標数値の設定時に、昨年の数値だけ示されても判断が難しいことから、過去10年間の推移などを提示してもらいたい。そのうえで今後の目標値の設定について議論したい。	○数値目標の細分化については、測定可能となる対応について検討。 ○数値目標・参考管理指標の推移については、資料3-3の作成により対応。	※数値目標・参考管理指標の推移については、資料3-3を参照。
山口委員	○様々な取組みを実施するうえでは、県でしかできないことは優先度を高く、民間事業者でもできることは優先度を低くするなど、優先順位をつけることが重要。	○「具体的施策別の連携主体の整理」の追記及び「重点プロジェクト」により整理。	※答申案本編中、「具体的施策別の連携主体の整理」及び「重点プロジェクト」参照。
山口委員	○計画含め観光の様々な取組みの進捗管理等について、外部のプロジェクトマネージャーやコーディネーターにも関わってもらい、客観的な視点からマネジメントしてもらいながら進めていくというような仕組みを作ることができればより良いサイクルができると思う。	○個別事業において検討。	

委員名	意見	意見への対応	
		対応の方向性	修正後
山科委員	○観光ガイドに関して、本県には英語圏の客に対応するガイドは一定数いるものの、ドイツ語など英語以外の言語に対応できるスタッフが少ないことから、近隣のガイドに依頼しているケースがある。このため、近隣県と連携しあらかじめ各地域のガイドの状況を把握できるようになると良いのではないかと感じる。	○「1-D-③ 高付加価値な観光地域づくりの根幹となるプロフェッショナルガイドの発掘・育成」の中で対応。	
山科委員	○ガイドにはそれぞれ得意分野があることから、ガイドの対応言語だけでなく、各々が精通する分野の情報についても共有することで、顧客ニーズへのマッチや満足度の向上に繋がると考える。	○「1-D-③ 高付加価値な観光地域づくりの根幹となるプロフェッショナルガイドの発掘・育成」の本文を修正。	【1-D-③】 ○国内外の高付加価値旅行者の本県への受入・滞在を継続的・安定的なものにするため、県内の観光資源に関する幅広く深い知識を持ち、旅行の各行程において旅行者のニーズに応じたきめ細やかな説明・案内サービスを提供できるプロフェッショナルガイドの発掘・育成や、各地で活動するボランティアガイドを含めた、ガイド間における交流・情報共有等を推進します。
山科委員	○飛行機を利用した本県へのアクセス方法があるということについて知らない外国人も多くいるため、県内空港と観光地を繋げたルート の提案、プロモーションが重要であると考ええる。	○「1-B-③ 主要空港を基点としたプロモーション・都市圏向けプロモーションの強化」の中で対応。	
山科委員	○本県の魅力を海外でのセールスの中でも多く発信してもらいより多く本県へ送客してもらうためには、県内のDMC、や旅行会社が海外エージェントとのネットワークを作ることが重要であると考ええる。	○「1-B-② インバウンド重点地域の設定・海外高付加価値旅行者層に精通する旅行会社等とのコネクション形成と情報発信ツールの活用」、「3-D-① 観光事業者やDMO、地域観光協会における持続可能な経営体制の確立」の中で対応。	
山科委員	○一度来てもらって終わりではなく、ゴールデンルートから山形に来てもらい県内を巡ってもらう等の具体的なモデルコースの造成や提案、テーマ別のツアーコースの提供など、定期的なエージェントへの情報提供も必要であると考ええる。	○「1-B-① ターゲットの属性や嗜好に基づいた国内外への情報発信の強化」の本文を修正。加えて、「1-B-② インバウンド重点地域の設定・海外高付加価値旅行者層に精通する旅行会社等とのコネクション形成と情報発信ツールの活用」の中で対応。	【1-B-①】 ○効果的な情報発信や旅行商品の造成が見込まれるメディアやインフルエンサー、旅行エージェント等に対しては、現地への招請やファムトリップの実施等を計画的に行い、より質の高い情報発信へと繋げていきます。
森戸委員	○本県が置かれている現状を考えた場合に、もう少し選択と集中の必要性があると感じる。	○「具体的施策別の連携主体の整理」の追記及び「重点プロジェクト」により整理。	※答申案本編中、「具体的施策別の連携主体の整理」及び「重点プロジェクト」参照。
森戸委員	○インバウンドに関して、計画内で定めている重点市場は多すぎるように感じる。山形が持っている観光資源と再度照らし合わせて、ターゲットを精査したほうが良いと思う。	○「1-B-② インバウンド重点地域の設定・海外高付加価値旅行者層に精通する旅行会社等とのコネクション形成と情報発信ツールの活用」において、「重点地域に係る市場別の区分・考え方の整理」を追記。	※答申案本編中、「1-B-② インバウンド重点地域の設定・海外高付加価値旅行者層に精通する旅行会社等とのコネクション形成と情報発信ツールの活用」参照。

委員名	意見	意見への対応	
		対応の方向性	修正後
森戸委員	○アクセシブルツーリズムに関する記載があったが、確かに時代の流れに合わせて取り組むべき事柄ではあるものの、実際に県としてどこまで取り組むのかという部分は明確にしていくべきと考える。特にハードの整備が必要となる取組みなどにおいては、誰がどこまで整備するのか、何を目標とするのか、という点が今後議論になると感じる。山形県であれば主要な観光資源の一つである温泉地に重点を置いて取り組むなど、一定の優先順位をつけて進めていく必要があると考える。	○「具体的施策別の連携主体の整理」の追記により対応。	※答申案本編中、「具体的施策別の連携主体の整理」参照。
森戸委員	○アウトバウンドについて、現在日本人の出国率は1割を切っている。今後、円安が進むという情勢や日本人の可処分所得が上がらないといった中で、県民のアウトバウンドを推進していくことは難易度が非常に高いと感じる。一方で、人材の話題が多く出ているが、アウトバウンドを観光人材の育成に活かす、具体的には、住民のおもてなし意識の醸成を図るために県内の観光に携わる住民を海外へ渡航させることで教育、育成していくという視点においては意味のある取組みになるのではないかと考える。	○「1-B-⑦ アウトバウンドや教育旅行等を通じた相互交流の拡大」の本文を修正。	【1-B-⑦】 ○本県におけるインバウンドの拡大を進めるためには、本県からも積極的に海外へ赴き、相互に交流を深めることが重要であり、また県内の観光人材育成の観点からも有用です。県民のサポート取得促進やチャーター便の誘致活動等を通して、アウトバウンドの拡大を図ります。
森戸委員	○観光に携わる住民と言っても観光事業者だけでなく、農業従事者や文化の維持をしている者など、様々な分野の者が考えられる。このような観光を陰で支える住民向けの施策にもフォーカスできれば、観光資源を支える全ての住民のおもてなし意識の醸成に繋がっていくのではないかと考える。	○「1-A-③ 潜在的可能性を持つ地域資源の観光コンテンツ化に対する理解促進」、「2-B-⑤ 「地域に暮らす人」が見える情報発信の充実」、「3-D-⑥ 共生・共創の精神によるホスピタリティの向上」の中で対応。	
本保会長	○計画を進めるにあたっては、アクションプランをなどにより、優先順位をつけて施策に取り組んでいく必要があると感じている。	○「具体的施策別の連携主体の整理」の追記、「重点プロジェクト」により対応。	※答申案本編中、「具体的施策別の連携主体の整理」及び「重点プロジェクト」参照。
本保会長	○各施策について、これまでの経過を踏まえた取組みであるということが分かるように、新旧などを示していく必要がある。	○重点プロジェクトについて、特に優先度が高く注力すべき分野として整理。	

委員名	意見	意見への対応	
		対応の方向性	修正後
本保会長	○観光コンテンツについては、造成後の評価がしっかりとなされていないことから、具体的な成果が見えないように感じる。また、団体旅行からFITへシフトしていると示しておきながら、旅行会社への支援が目立ち、矛盾を感じる部分がある。	○観光コンテンツ造成後の評価については、個別事業において検討。 ○FITへの対応については、「1-B-① ターゲットの属性や嗜好に基づいた国内外への情報発信の強化」、「2-A-① データ分析に基づいた観光コンテンツの造成」、「2-B-② AI等デジタル技術の活用によるリアルタイムでの観光案内の充実」の本文を修正。加えて、「2-B-① データ分析に基づいた個別最適な情報発信・プロモーション」、「2-D-③ 「勘」や「経験」から脱却した、観光産業におけるデータドリブン経営の展開」の中で対応。	【1-B-①】 ○より確実に 個々の ターゲットへ情報が届くよう、本県の観光資源が響く国内外のターゲット に対するテーマ別等での 情報発信を強化していきます。 ○効果的な情報発信や 旅行商品の造成 が見込まれるメディアやインフルエンサー、 旅行エージェント 等に対しては、現地への招請やファムトリップの実施等を 計画的 に行い、より質の高い情報発信へと繋げていきます。 【2-A-①】 ○デジタル技術の進歩により、旅行者 個々人の 属性のみならず、行動様式や決済額、観光地に対する評価等も瞬時に可視化されるなど、各種データに基づいて分析を行うための環境は年々充実しています。 ○各種データの整備を進めるとともに、こうしたデジタルデータの分析・マーケティングを踏まえたコンテンツや旅行商品の造成を促進することで、より旅行者の 個別 ニーズに沿った確度の高い誘客を展開します。 【2-B-②】 ○旅ナカにおいても、旅行者は手持ちのスマートフォン等を利用して情報収集を行いながら旅行するため、AI等のデジタル技術を活用し、現在地周辺のおすすめ観光スポット情報など、リアルタイムで旅行者 個々人の ニーズに応じた情報発信・観光案内ができる仕組みづくりを進めます。
本保会長	○高付加価値化に向けた高級ホテルの誘致については、検討するだけではなく、実現へ向けた具体的な取り組みを行ってほしい。	○「1-C-① 高付加価値旅行者等の多様なニーズを満たす宿泊施設の改修・誘致」の本文を修正。	【1-C-①】 ○海外の高付加価値旅行者層を呼び込むためには、そうした旅行者のニーズを満たすことのできる上質な宿泊施設の存在が不可欠です。そのため、国際級ホテルなどの上質な宿泊施設の本県への誘致を 推進 するとともに、高付加価値旅行者を本県に取り込むための施設改修を促進します。