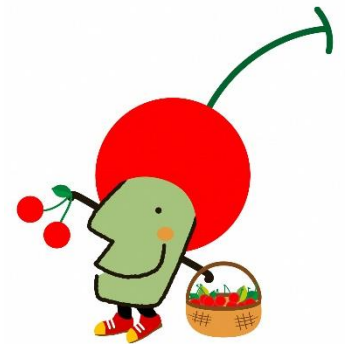


今年度の主な取組みについて ～アフターコロナにおける取組み～



アフターコロナにおける取組みのポイント

1. 観光需要の喚起・情報発信の強化
2. 多様な観光需要への対応
3. 観光DXの推進等による高付加価値な観光地域づくり
4. インバウンド復活戦略の推進

1. 観光需要の喚起・情報発信の強化

(1) 山形春夏の観光キャンペーンの展開（4月1日～7月17日）

○ キャンペーン特設サイトの開設等による情報発信

デジタル&リアル媒体を組み合わせたプロモーションにより、「やまがた紅王」を代表とするさくらんぼをはじめ、美食・美酒や温泉、自然・絶景など、春から初夏にかけての本県の魅力を訴求。



○ 朝パフェやまがたキャンペーン

県内カフェや観光地で県産フルーツを使ったパフェ等を午前中に楽しめる企画を実施。（4/1～10/31（店舗により異なる））

35店舗参加

▶ デジタルスタンプラリー 開催期間：4/1～7/31

参加者数 1,688人 応募件数 124件

▶ アンケートキャンペーン 開催期間：8/1～10/31

回答件数 444件 応募件数 422件



1. 観光需要の喚起・情報発信の強化

(2) 山形県観光情報番組「ワクワク！やまが旅」

地元案内人による案内のもと、**山形県住みます芸人「ソラシド」**のお二人が山形県内の観光スポットを巡り、精神文化、美食・美酒、温泉、自然などとともに、県民の日常の暮らしや風土といった山形の魅力を**“深”発見**する番組です。

放送局	放送曜日	放送時間
テレ玉 (テレビ埼玉)	毎週日曜 (再)毎週水曜	10:30～10:45 24:45～25:00
YBC(山形放送)	毎週土曜	9:25～9:40
BSよしもと	毎週土曜	8:30～8:45

テレ玉公式YouTubeチャンネル

YBC山形放送公式YouTubeチャンネル

で過去の放送回を配信中！ぜひご覧ください。

▼番組公式Twitter

ワクワク！やまが旅 @yamagatabi2022



ワクワク！やまが旅

検索

1. 観光需要の喚起・情報発信の強化

(3) 『さくらんぼ県やまがた』観光誘客の促進

令和5年6月の「やまがた紅王」本格デビューに合わせ、さくらんぼ狩り体験等を行程に含む旅行商品造成への支援やJR全国主要駅でのポスター掲出等によるPRなど、さくらんぼを活用した観光誘客の取組みを行い、県内観光地への誘客拡大を図る。

○ 「さくらんぼ県やまがた」さくらんぼ狩りツアー助成事業

貸切バス、タクシーを利用したさくらんぼ狩り等を行程に含む旅行商品（県内小学校等が実施する教育旅行を含む）に対する助成



○ 「さくらんぼ県やまがた」認知度向上PR事業

JR全国主要駅でのポスター掲出により、「やまがた紅王」をはじめ、「さくらんぼ県やまがた」及び本県観光をPR ▶掲出期間：5/1～5/31

○ 山形交響楽団と連携した情報発信

山形交響楽団によるさくらんぼ園でのアンサンブル演奏及び動画の配信



1. 観光需要の喚起・情報発信の強化

(4) フルーツ・ツーリズムの推進【農観連携】

消費者に県内の産地を訪れてもらい、様々なフルーツの楽しみ方や産地・生産者との交流を通して県産フルーツの認知度向上や観光交流の拡大を図る。

○ 「さくらんぼ・フルーツ」観光誘客推進のための助成

各市町村の観光協会、県内に所在するDMO又はDMCを対象に、県産フルーツ又は県内の観光果樹園を活用した、着地型旅行商品の造成や、販売促進に係る事業等を支援



(5) 女性の視点を取り入れた観光振興の促進【東京都連携】

東京都と連携し、女性の視点を生かした観光振興の推進に向け、山形県と東京都の観光資源を効果的に発信することにより、両地域への旅行者誘致の促進や地域経済の活性化を推進。

○ 「東京都との連携による女性の視点を生かした観光振興」に係る ウェブサイト制作及びプロモーション事業

主に女性の国内外の個人旅行者をターゲットとしたウェブサイトによる情報発信、雑誌、ウェブメディアへの広告出稿等のプロモーションを実施



1. 観光需要の喚起・情報発信の強化

(6) やまがた観光情報センター（霞城セントラル1階）の機能強化

- ・飲食や歓談目的で利用できるテーブルやいすの設置による「立ち寄りやすさの向上」
- ・県産日本酒及び県産フルーツジュースの試飲コーナーや県産品展示コーナーの設置による「県産品の魅力の体感」創出
- ・市町村や観光事業等との連携による物産市やイベントの開催による「賑わいの拠点」化



(7) 『ラーメン県そば王国やまがた』の発信による観光誘客

- ・山形県として、「ラーメン」「そば」を本県の重要な観光資源として活用するため、「ラーメン県そば王国」の文言を商標登録出願
- ・山形県公式観光サイト「やまがたへの旅」において、「ラーメン県そば王国」の特集ページを創設し、地域ごとに特色のあるラーメンや、山形ならではのそば文化、関連イベントなどを広く紹介・発信
- ・InstagramやX（旧ツイッター）などのSNS、Youtube等を活用し、市町村と連携してラーメン・そばのイベントや特徴をPR。



2. 多様な観光需要への対応

(1) 乗って満喫！やまがたバス旅キャンペーン

○ 貸切バス・貸切タクシーを活用した多様な旅行商品の造成を支援

県内の貸切バスや貸切タクシーを利用した多様な旅行商品の造成支援を行い、県内観光消費額を拡大。

実施期間 : 令和5年8月21日(月)～令和6年1月31日(水) 宿泊(日帰り)分まで

助成単価 : 2,000円/人日

助成対象者 : 旅行会社

助成要件 : ①旅行会社が販売する旅行商品であること
②山形県内交通事業者の貸切バスまたは貸切タクシー(ハイヤー)を使用すること
③山形県内に宿泊、または山形県内での消費に寄与する現地アクティビティ等で
有料の消費行為が行われること 等



2. 多様な観光需要への対応

(2) 「世界の蔵王」プロジェクト

蔵王地域を年間通して国内外から多くの観光客で賑わう世界オンリーワンリゾートとして確立し、蔵王を起点に県内全地域への周遊を促進し、県全体の交流拡大に結びつけるため、令和2年3月に「世界の蔵王」プロジェクト・ブランド戦略を策定し、各種施策を展開。

○ 蔵王総合情報発信事業

蔵王総合情報発信サイト「feel the ZAO」やSNSを活用した、旅マエ・旅ナカ・旅アートにおける情報発信により、蔵王地域への旅行需要を喚起

○ 蔵王地域二次交通実証事業

二次交通の未整備区間（蔵王温泉～蔵王坊平・猿倉）について観光客の移動ニーズを把握し、広域観光や長期滞在の可能性を探るため、実証バスを運行



(3) 山岳観光の推進

令和4年に本県で開催された「山の日」全国大会で本県の豊富な山岳資源への注目が集まり、その魅力が改めて見直されていることを好機と捉え、県内外の人々を惹きつける本県の魅力的かつ豊富な山岳資源を活用し、幅広い方々に訴求する観光を推進

○ 山の楽しみ方「山楽（さんがく）」の募集

四季折々の山の楽しみ方「山楽（さんがく）」を募集するとともに、応募のあったアイデアを基に「みんなでみつける！やまがた山楽ガイド」としてまとめ、デジタルパンフレット等により情報発信



2. 多様な観光需要への対応

(4) やまがた出羽百観音プロジェクト

目的

本県が誇る精神文化の一つとしてのブランドを確立し、次世代に受け継ぐとともに、観光誘客に資する地域資源として活用することにより観光交流人口の拡大を図る。

これまでの分析から見えた課題

- 1 団体巡礼の減少と巡礼者の高齢化
- 2 価値観の多様化への対応
- 3 三十三観音の理解度、知名度の低さ
- 4 受入態勢の維持
- 5 三十三観音の連携構築



プロジェクト推進方針

- ◆「やまがた出羽百観音」の「百」が持つ特別感や巡る楽しみを創出
- ◆身近で体験できる精神文化として次世代へ継承することを目指す

事業展開方向

- 1 巡礼文化の振興と地域資源としての活用促進・ブランドの確立
- 2 多様なニーズに対応した魅力ある誘客企画の実施
- 3 全国的な知名度向上のための情報発信の強化
- 4 持続可能な取組みに向けた人材育成と受入態勢の整備



やまがた出羽百観音とは

- ・観音様は詣で祈る人の願いに寄り添い、三十三の姿となってこれを救うとされていることから、三十三か所の観音堂をお参りし二世安楽を願う巡礼が行われた。
- ・県内の最上、庄内、置賜の三つの三十三観音を総称して「出羽百観音」と呼んでいる。

3. 観光DXの推進等による高付加価値な観光地域づくり

○ 観光事業者が行うDXの推進や高付加価値化の取組みに対する支援

助成対象者：山形県内の観光事業者（宿泊事業者、観光立寄施設、観光協会 等）

助成対象：①DXの推進に向けた取組み、②高付加価値化に向けた取組み

※観光協会・DMO・DMCが実施する場合、他の事業者と連携したものに限る。

助成率・助成上限額：

区分	助成率	助成上限額 (1事業者当たり)
(1) DXの推進に向けた取組みに要する経費	2/3	100万円 (150万円※)
(2) 高付加価値化に向けた取組みに要する経費	1/2	100万円 (150万円※)

※他事業者と連携した取組（面的整備）の場合、助成上限額を150万円に引上げ。
ただし、1事業者あたりの助成上限額は、(1)と(2)を合わせて250万円まで。

【スケジュール（2次募集）】

- ・申請書提出〆切：令和5年10月24日
- ・事業実施期間：交付決定の日から令和6年1月31日まで



3. 観光DXの推進等による高付加価値な観光地域づくり

○ 観光業専門アドバイザーの派遣等による伴走支援

派遣対象者：山形県内の観光事業者（宿泊施設、観光立寄施設、観光協会 等）

派遣対象：①DXの推進に向けた取組み、②高付加価値化に向けた取組み、
③経営改善等に向けた取組み

【1回あたりの支援額（最大5回まで利用可能）】

支援時間2時間以上：40,000円（税込）、2時間未満：20,000円（税込）

※上記とは別に、旅費（実費相当分）についても支援

【スケジュール】

- ・相談受付：令和5年5月1日～令和5年12月28日
- ・アドバイザー派遣：令和5年5月8日～令和6年1月31日



4. インバウンド復活戦略の推進

(1) 首都圏や隣県空港からの誘客促進

○ 県外空港から入国する外国人旅行者の誘客促進に向けた取組み

○ 訪日外国人旅行者数（2019年比）



- 旅行商品の造成に対する支援
- 外国人専用鉄道パスを活用した首都圏からの誘客促進
- 隣県等と連携したインバウンド誘客

4. インバウンド復活戦略の推進

(2) 県内空港国際便等の復活・拡大

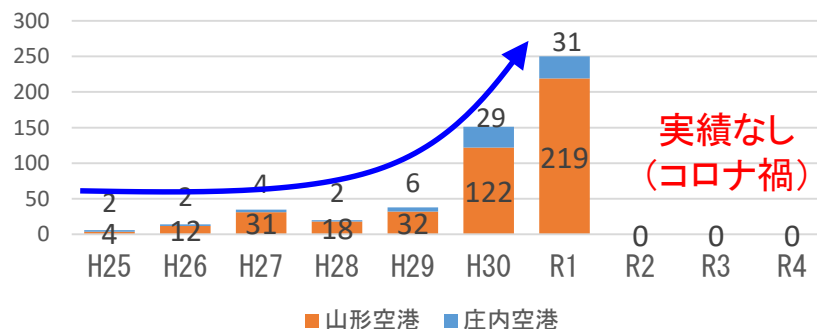
○ 県内空港国際チャーター便の復活に向けた取組み

- ・県内空港に発着する国際チャーター便を運航する航空会社に対する着陸料等の支援
- ・県内空港の国際チャーター便を活用した県内宿泊等を伴う旅行商品造成・販売を行う旅行会社に対する助成
- ・県内旅行会社が造成する海外ツアーに参加する県民の旅券（パスポート）取得経費を旅行会社を通じて支援することで、観光交流拡大を促進
- ・関係者が一体となった誘致活動

⇒ 山形 = 台湾・桃園 秋 32便、冬 62便
庄内 = 韓国・仁川 秋 2便 計96便



県内空港のインバウンドチャーター便実績



○ 仙台空港から山形へのインバウンド誘客の推進

- ・インバウンドの回復に向けて、隣県の仙台空港からの誘客が不可欠であるため、仙台空港～山形便、庄内便を運行するバス事業者に対し、運行経費の一部を支援するとともに、海外における広告展開等を実施。

4. インバウンド復活戦略の推進

(3) 外航クルーズ船の復活・拡大

○ 外航クルーズ船の誘致拡大に向けた取組み

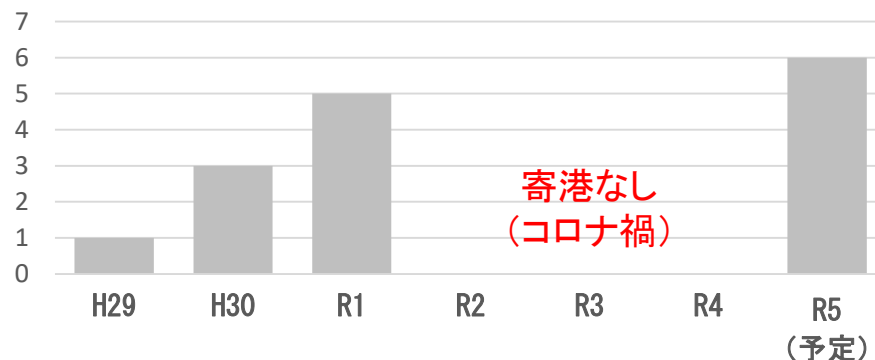
- ・官民一体となった船会社幹部やランドオペレーターの招請など外航クルーズ船の誘致活動
- ・県内消費拡大を伴う受入態勢の構築

⇒ 4月4回、11月2回 計6回寄港



酒田港寄港の
シルバー・ミュージズ

酒田港寄港回数



(4) 海外インターンシップ宿泊施設受入促進事業

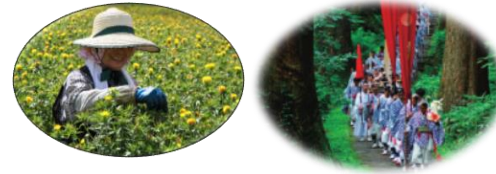
○ 海外の大学生の受入れに向けたプロモーション

- ・県内旅館・ホテルの人材確保策として、台湾の大学生の県内旅館ホテルへのインターンシップの促進と大学卒業後の県内への就職を図るため、台湾の大学関係者と県内の旅館・ホテルの関係者による意見交換会を開催。

4. インバウンド復活戦略の推進

(5) 観光マーケティングの深化と高付加価値化

○ 高付加価値化に向けた取組み



■ 富裕層向けコンテンツ造成

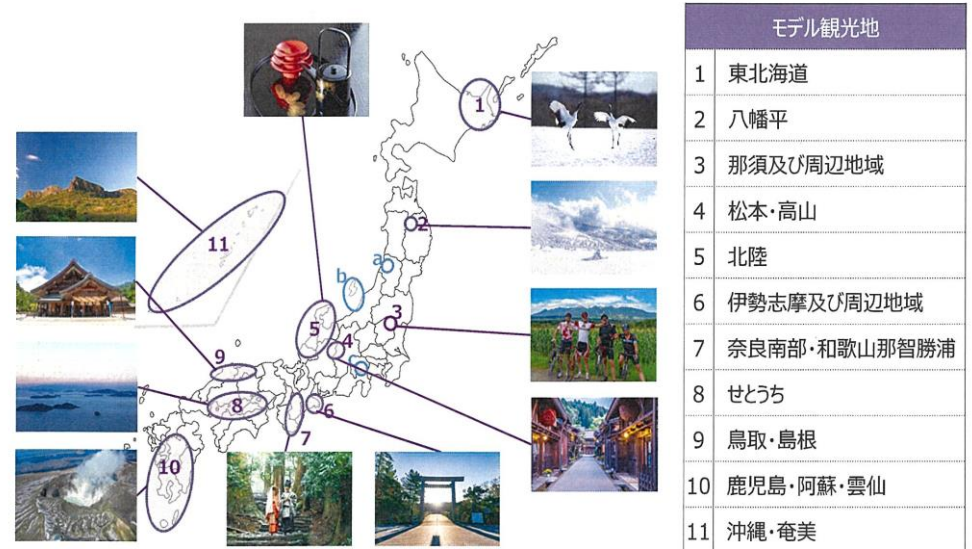
- ・高所得者層の旺盛な知的な好奇心を満たす自然体験、日本文化・伝統文化体験を取り込んだ、新たな観光コンテンツづくりの推進
- ・「学び」や「地域との交流」などを組み合わせた、「1泊ではもったいない」と思わせる観光プログラム開発

■ 高付加価値なインバウンド地域づくり

- ・インバウンド高付加価値者層（消費単価100万円超/1旅行）の受入れに向けて、国のモデル地域選定に向けた取組みを行う（観光庁「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくりモデル観光地事業」）

地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり②

○ 「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくりモデル観光地」について、**11地域を選定**。(R5.3.28)



<継続検討> a:山形（鶴岡・西川・庄内） b:佐渡 c:山梨富士山麓エリア⁵³