

令和5年度 山形県観光審議会

日 時 令和5年11月17日（金）14:00～16:00

場 所 やまぎん県民ホール（山形県総合文化芸術館）
スタジオ1

次 第

1 開 会

2 あいさつ

3 意見交換

(1) 令和4年度山形県観光者数調査の結果について

(2) おもてなし山形県観光計画の進捗状況について

(3) 今後の観光振興施策の展開について

(4) その他

4 閉 会

山形県観光審議会委員名簿

(五十音順・敬称略)

(任期：～令和6年3月31日)

区分	氏名	役職名	備考
委員	安部 里美	大平温泉 滝見屋 若女将	
	池田 真知子	湯野浜温泉「海辺のお宿一久」若女将	欠席
	小野 正志	東日本旅客鉄道(株)東北本部 マーケティング部長	
	熊谷 芳則	(株)ホテルリッチ酒田 代表取締役	
	黒田 三佳	人材育成アカデミーローズレーン代表	
	佐藤 真美	山新観光(株)取締役営業部長(兼)総務部長	
	高澤 由美	山形大学学術研究院 准教授	
	竹 直也	(株)LABEL LINK 代表取締役社長	
	平井 康博	(公社)山形県観光物産協会 会長	
	本保 芳明	国連世界観光機関駐日事務所 代表	
	山口 敦史	(株)DMC天童温泉 代表取締役社長	

令和5年度 山形県観光審議会 席次表

令和5年11月17日(金)
やまぎん県民ホール スタジオ1

本保会長

安部委員

平井委員

小野委員

佐藤委員

熊谷委員

高澤委員

黒田委員

竹委員

山口委員

報道席

文化スポーツ振興課長	インバウンド推進室長
------------	------------

観光文化スポーツ部次長	観光文化スポーツ部長
-------------	------------

観光復活推進課長	司会
----------	----

博物館・文化財活用課長	国際人材活躍・コンベンション誘致推進課長
-------------	----------------------

総合交通政策課長	水大気環境課長
----------	---------

みどり自然課長	県産品流通戦略課長
---------	-----------

県産米・農産物ブランド推進課長	県土利用政策課長
-----------------	----------

道路整備課長	道路保全課長
--------	--------

空港港湾課長	教育政策課長
--------	--------

村山総合支庁観光振興室長	最上総合支庁観光振興室長
--------------	--------------

置賜総合支庁観光振興室長

関係者/随行者席

入口

令和 4 年度主要観光地における観光客入込状況について

- 1 調査期間 令和 4 年 4 月 ～ 令和 5 年 3 月
 2 対象観光地 358 箇所
 3 観光者数 3,603 万 4 千 3 百人 (対令和 3 年度 19.9%の増、対令和元年度 20.5%の減)

令和 4 年度は、前年度に引き続き新型コロナウイルス感染症の影響はあったものの、「やまがた春旅キャンペーン」、「夏旅キャンペーン」、「秋旅キャンペーン」及び「全国旅行支援～やまがた旅割キャンペーン～」等の観光需要喚起策の展開や、政府による外国人旅行者に対する水際対策の緩和等により、コロナ禍前の令和元年度と比較し、約 8 割まで回復した。

(1) 地域別観光者数

①令和 3 年度比

(単位：千人)

	令和 4 年度	令和 3 年度	対 3 年度増減	対 3 年度増減率 (%)
村山地域	16,861.0	13,491.9	3,369.1	25.0%
最上地域	2,005.2	1,624.9	380.3	23.4%
置賜地域	7,287.9	6,234.8	1,053.1	16.9%
庄内地域	9,880.2	8,707.3	1,172.9	13.5%
合計	36,034.3	30,058.9	5,975.4	19.9%

②令和元年度比

(単位：千人)

	令和 4 年度	令和元年度	対元年度増減	対元年度増減率 (%)
村山地域	16,861.0	20,605.1	△ 3,744.1	△18.2%
最上地域	2,005.2	2,523.8	△ 518.6	△20.5%
置賜地域	7,287.9	9,186.5	△ 1,898.6	△20.7%
庄内地域	9,880.2	12,996.3	△ 3,116.1	△24.0%
合計	36,034.3	45,311.7	△ 9,277.4	△20.5%

(2) 県内・県外別観光者数

①令和 3 年度比

(単位：千人)

	令和 4 年度	令和 3 年度	対 3 年度増減	対 3 年度増減率 (%)
県内客	21,292.2	18,389.0	2,903.2	15.8%
県外客	14,742.1	11,669.9	3,072.2	26.3%
合計	36,034.3	30,058.9	5,975.4	19.9%

②令和元年度比

(単位：千人)

	令和 4 年度	令和元年度	対元年度増減	対元年度増減率 (%)
県内客	21,292.2	25,601.2	△ 4,309.0	△16.8%
県外客	14,742.1	19,710.5	△ 4,968.4	△25.2%
合計	36,034.3	45,311.7	△ 9,277.4	△20.5%

令和 4 年 度

山 形 県 観 光 者 数 調 査

令和 5 年 10 月

山形県観光文化スポーツ部

は し が き

令和4年度の県内主要観光地における観光者数は、約3,603万4千人となり、令和3年度と比較して約598万人増、率にして119.9%となりました。

これは、前年度に引き続き新型コロナウイルス感染症の影響があった一方で、「やまがた春旅キャンペーン」、「夏旅キャンペーン」、「秋旅キャンペーン」及び「全国旅行支援～やまがた旅割キャンペーン～」等の観光需要喚起策の展開や、政府による外国人旅行者に対する水際対策の緩和等が観光者数の回復に寄与したものと考えられます。

令和5年5月には新型コロナウイルス感染症が5類へ移行し、またインバウンドについても増加傾向にあるなど、観光需要は回復傾向にある一方、深刻な人手不足といった従来からの構造的課題に加え、原油価格や電気料金、原材料費等の高騰など、観光産業はこれまでにない新たな課題にも直面しております。さらに、この数年間の未曾有の経験をする中で、団体旅行から個人旅行へのシフトが一層加速するとともに、旅行に対して“より上質で特別感のあるもの”を求める傾向が強まるなど、旅行に対するニーズは大きく変化しているところです。

このため、令和5年度には、観光事業者のDXや高付加価値化に向けた取り組みの支援や、さくらんぼに代表される県産フルーツや出羽三山をはじめとした精神文化など本県が誇る観光資源をフル活用した誘客の促進、回復しつつあるインバウンド需要をいち早く本県へ取り込むためのプロモーションなど、観光産業の復活と更なる発展に向けた取り組みを重層的に展開しているところです。

県としましては、引き続き、県民の皆様、事業者の皆様、市町村と一緒に交流人口の拡大と地域経済の活性化に向けた取り組みを進め、「観光立県山形」の確立を目指してまいります。

最後に、本調査が本県観光振興の基礎資料として御活用いただけることを願うとともに、調査に御協力いただきました市町村及び関係機関の方々に深く感謝申し上げます。

令和5年10月

山形県観光文化スポーツ部

目 次

I	調査の要領	1
II	調査結果の概要	3
III	令和4年度山形県観光者数調査結果統計表	13
	第1表 観光地類型別、県内・県外別及び月別観光者数	14
	第2表 年度別観光者数（平成30年度～令和4年度）	15
	第3表 市町村別観光者数	16
	第4表 観光地類型別・地域別観光者数	17
	第5表 年度別観光者数動向	18
	第6表 観光地類型別観光者の動向	19
	第7表 祭り・イベントの入込状況	20
IV	観光入込客統計に関する共通基準に基づく調査の概要	21
V	参考資料一覧	25
	参考資料1 観光者数別観光地一覧（5万人以上）	26
	参考資料2 主たる観光地別観光者数	27
	参考資料3 調査対象観光地	29
	参考資料4 宿泊旅行統計調査（令和4年1月～12月）の概要	33
	参考資料5 令和4年外国人旅行者県内受入実績調査の結果	35

I 調査の要領

1 調査の目的

県内主要観光地における観光客入込状況を調査し、県、市町村及び関係機関における県内観光動向を把握するための基礎資料を得ることを目的とする。

2 調査の方法

調査箇所が所在する市町村は、観光者数を合理的な方法により把握し、調査結果を県の各総合支庁あてに提出する。各総合支庁は、市町村から提出された調査結果を集計し、県観光復活推進課へ報告する。

市町村の調査主管課は観光を担当する課とし、当該市町村の観光協会等の協力を得るものとする。県の主管課は観光復活推進課とする。

3 調査の内容

観光地点ごと、月別に県内・県外観光者等の延数（人日）を調査する。

なお、観光者数は各観光地点の入込みの積上げとし、重複の調整は行わない。

4 調査の箇所

本調査における調査対象箇所は全県で 358 箇所とし、観光地を「山岳観光地」、「温泉観光地」、「スキー場」、「海水浴場」、「名所・旧跡観光地」、「観光道路等」、「道の駅」、「その他の観光地」の 8 つに分類して調査する。

また、祭り・イベントの入込状況についても、本調査と併せて調査する。

5 利用上の注意

四捨五入のため、内訳の合計や差が合計と一致しない場合がある。

説明文、本文の中では、百人単位で四捨五入を行い、千人単位で表記している。

Ⅱ 調査結果の概要

1 観光者数の全般的な傾向

＝新型コロナウイルス感染拡大の影響の緩和により 3,600 万人台＝

令和4年度における本県の観光者数は、約 3,603 万 4 千人となり、令和3年度と比較して約 597 万 5 千人増、率にして 119.9%となった。

本県の観光者数は、調査を開始した昭和38年度以降、空港や高速道路等のインフラ整備の進展に伴い、概ね順調な伸びを示し、平成4年度には初めて 4,000 万人を超えた。その後は、景気の低迷等の影響を受け減少傾向が続いたが、平成16年度に「おいしい山形」デスティネーションキャンペーンを展開し、約 4,226 万 9 千人と当時の最高を記録した。それ以降は、再び減少傾向が続くなか、平成21年度は「天地人」、「おくりびと」効果とともに、高速道路の ETC 割引の効果もあり、4,100 万人を超えた。

平成23年度は、平成23年3月11日に発生した東日本大震災により、交通機関の一部途絶や、出控え、東京電力福島第一原子力発電所事故の風評被害による大きな影響により、3,500 万人台と大きく減少したものの、その後の官民一体となった誘客の取組みにより観光者数は回復し、平成26年度には、山形デスティネーションキャンペーン（山形DC）の展開をはじめ、東北六魂祭、国際青年会議所アジア太平洋会議（JCI ASPAC）山形大会及び全国育樹祭などの取組みにより、初めて 4,500 万人を超え、その後も山形DCの効果を活かした春や冬の「山形日和。」観光キャンペーンの展開や、県内各地の雪まつり・イベント等の新たな開催、「美食・美酒県 山形」の積極的な情報発信を進めてきた。

しかしながら、国内における新型コロナウイルスの感染拡大により、令和2年度は 2,700 万人台と大幅な減少となり、令和3年度は、県内での宿泊・日帰り旅行の割引キャンペーンや東北デスティネーションキャンペーンの展開による誘客の促進などに取り組んだものの、新型コロナの影響の長期化により、3,000 万人台にとどまった。

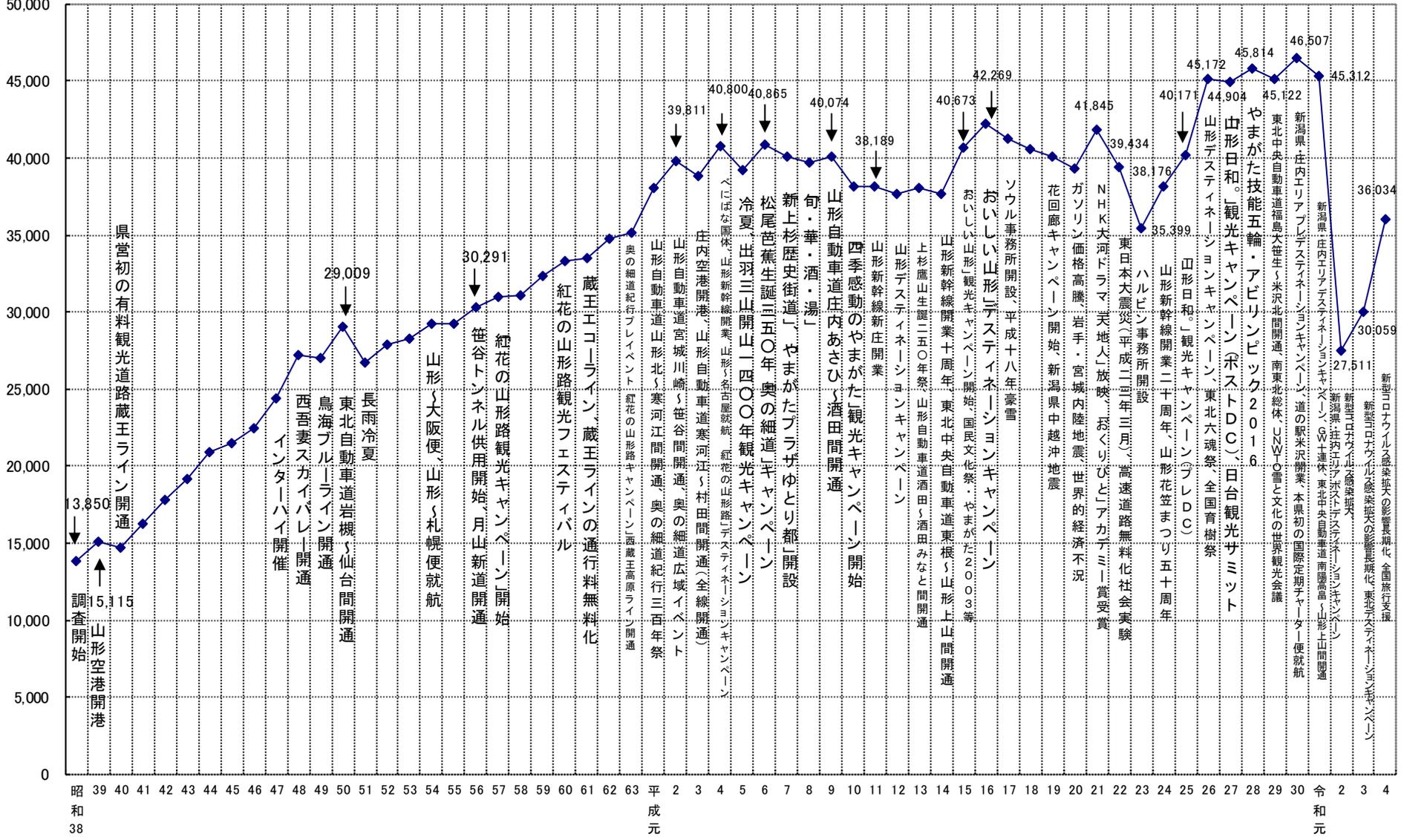
令和4年度は、前年度に引き続き新型コロナウイルス感染症の影響はあったものの、「やまがた春旅キャンペーン」、「夏旅キャンペーン」、「秋旅キャンペーン」及び「全国旅行支援～やまがた旅割キャンペーン～」等の観光需要喚起策の展開や、政府による外国人旅行者に対する水際対策の緩和等により、コロナ禍前の令和元年度と比較し、約 8 割まで回復した。

(単位：千人)

区分	令和4年度	令和3年度	対3年度増減率	対3年度増減
観光者数	36,034.3	30,058.9	19.9%	5,975.4

図1 観光者数の推移

(単位:千人)



2 県内・県外別観光者数の動向

＝県内客、県外客ともに増加＝

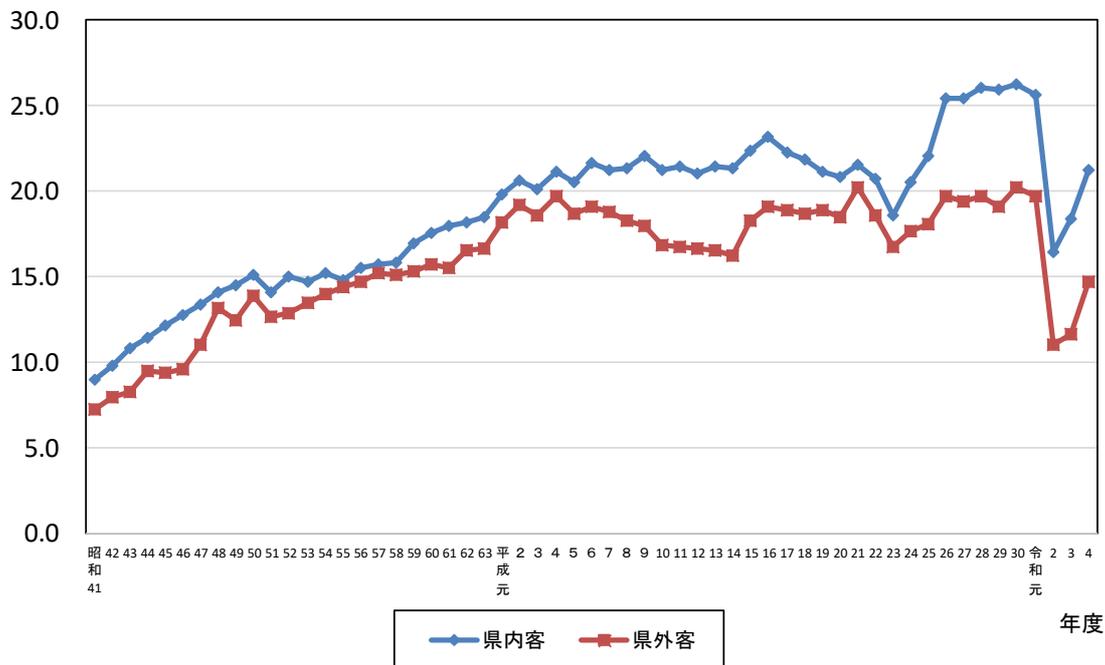
観光者を県内客・県外客別にみると、県内客は約2,129万2千人（対3年度15.8%（約290万3千人）増、構成比59.1%）、県外客は約1,474万2千人（対3年度26.3%（約307万2千人）増、構成比40.9%）となっている。

（単位：千人）

区分	令和4年度	令和3年度	対3年度増減率	対3年度増減	
観光者数	36,034.3	30,058.9	19.9%	5,975.4	
内 訳	県内客	21,292.2	18,389.0	15.8%	2,903.2
	県外客	14,742.1	11,669.9	26.3%	3,072.2

図2 県内・県外別観光者数動向

（単位：百万人）



3 月別観光者数の動向

＝4月から5月が大きく増加＝

月別観光者数構成比は、10月が11.0%と最も高く、以下、8月10.8%、9月9.8%となっている。四半期別では、7～9月が30.0%を占め、夏季の割合が高い。

各月の対3年度増減率について、4月と5月は令和3年度に実施された本県独自の緊急事態宣言等がなかったことや、行動制限のないゴールデンウィークを迎えたことなどにより、大きく増加した。また、2月もまん延防止等重点措置の本県適用がなかったことなどにより大きく増加した。

(単位：千人)

月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
観光者数	2,570.7	3,444.8	3,203.7	3,359.9	3,897.3	3,542.9
構成比	7.1%	9.6%	8.9%	9.3%	10.8%	9.8%
対3年度増減率	44.0%	38.2%	22.0%	9.4%	16.3%	20.0%

月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
観光者数	3,972.4	3,063.6	2,137.2	2,372.2	2,069.7	2,399.9
構成比	11.0%	8.5%	5.9%	6.6%	5.7%	6.7%
対3年度増減率	14.5%	3.9%	7.6%	16.0%	42.1%	28.1%

図3 四半期別観光者数の割合

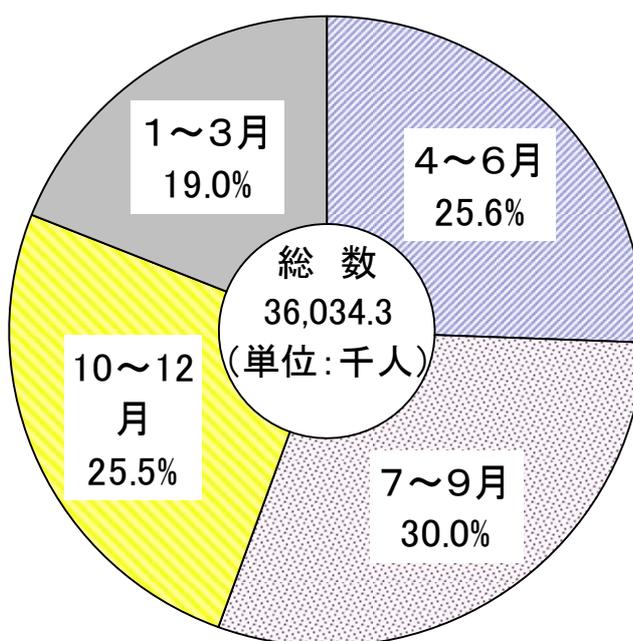
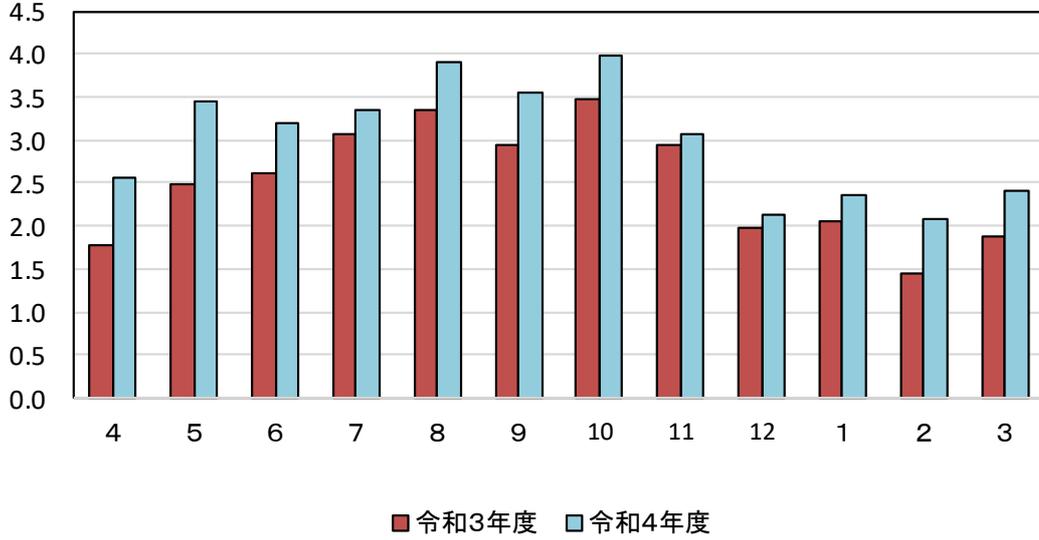


図4 月別観光者数

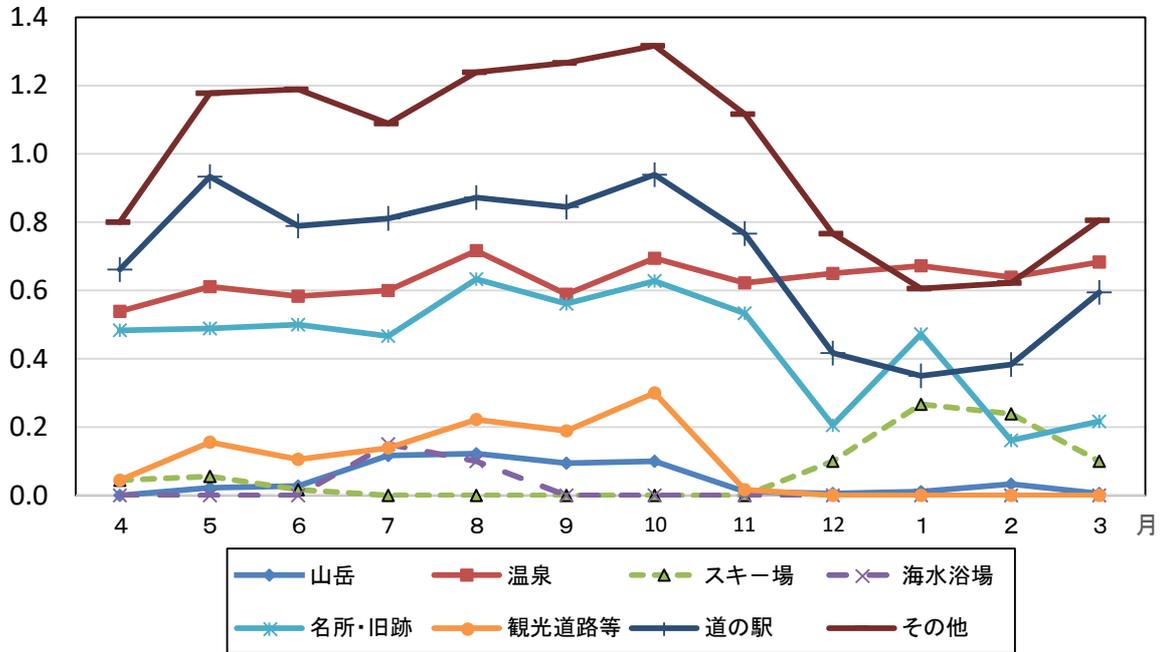
(単位:百万人)



■ 令和3年度 □ 令和4年度

図5 観光地類型別月別動向

(単位:百万人)



◆ 山岳 ■ 温泉 ▲ スキー場 × 海水浴場
 * 名所・旧跡 ● 観光道路等 + 道の駅 ● その他

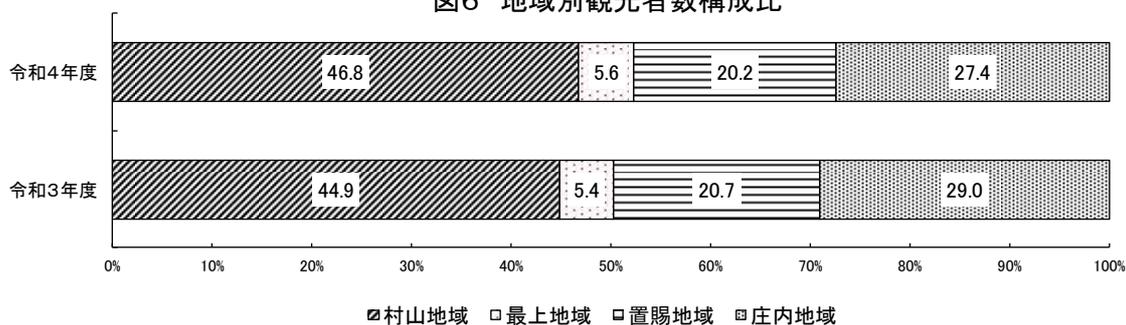
4 地域別観光者数の動向

＝全地域で増加＝

県内で観光者数の最も多い地域は、村山地域の約 1,686 万 1 千人（対 3 年度 25.0%増、構成比 46.8%）、次いで庄内地域の約 988 万人（対 3 年度 13.5%増、構成比 27.4%）、置賜地域の約 728 万 8 千人（対 3 年度 16.9%増、構成比 20.2%）、最上地域の約 200 万 5 千人（対 3 年度 23.4%増、構成比 5.6%）の順となっている。

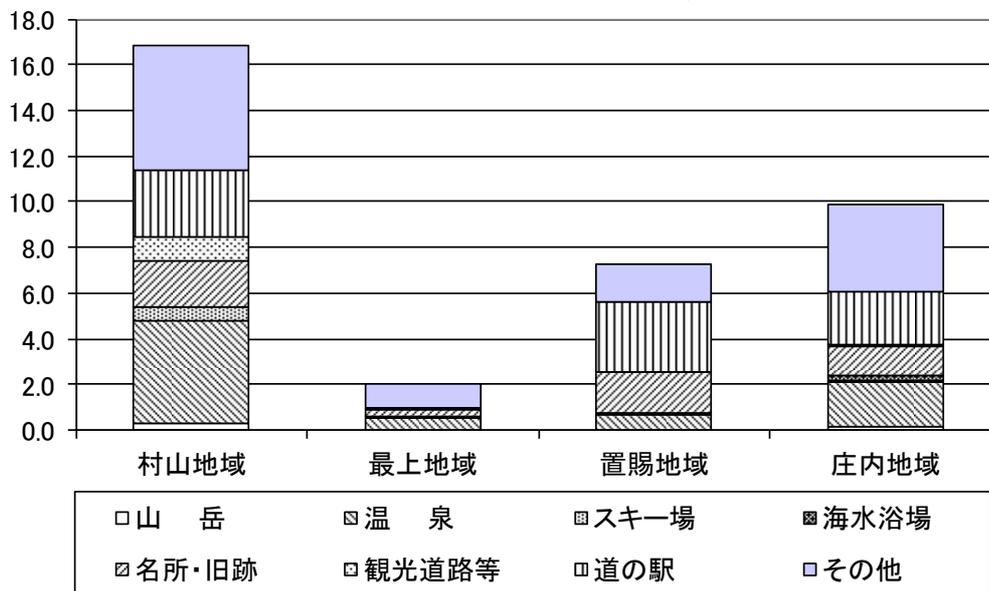
令和 3 年度比では、全地域で観光者数が増加した。

図6 地域別観光者数構成比



(単位:百万人)

図7 地域別観光者数



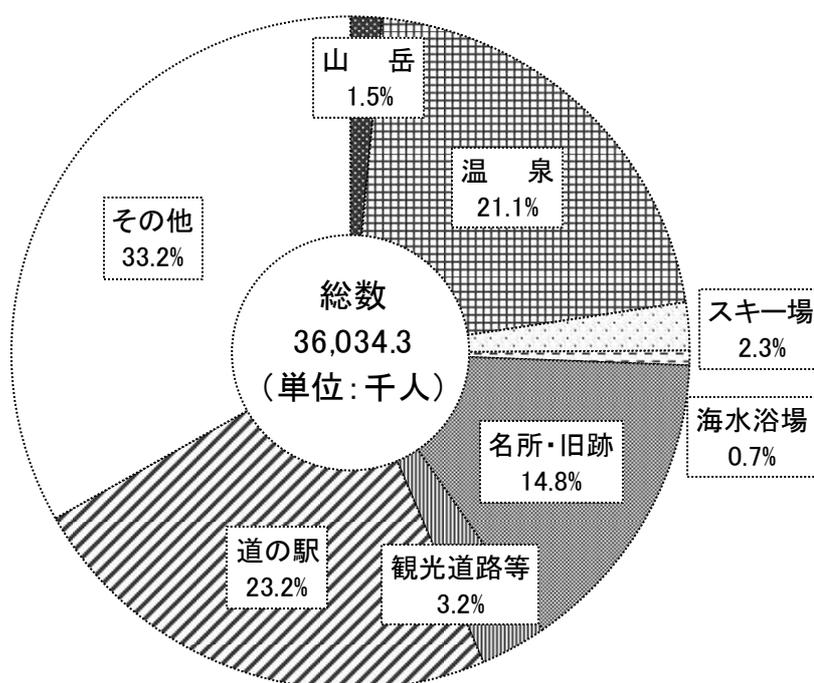
5 観光地類型別観光者数の動向

＝「海水浴場」を除く全ての観光地類型で増加＝

観光地類型別の構成比は、「温泉観光地」が約758万8千人（構成比21.1%）、「道の駅」が約834万6千人（構成比23.2%）、「その他の観光地」が約1,197万4千人（構成比33.2%）となっており、これらの3類型で全体の77.5%を占める。

令和3年度比では、「海水浴場」を除く全ての観光地類型で観光者数が増加した。

図8 観光地類型別構成比



	令和4年度	構成比	令和3年度	構成比
第1位	その他の観光地	33.2%	その他の観光地	33.5%
第2位	道の駅	23.2%	道の駅	23.1%
第3位	温泉観光地	21.1%	温泉観光地	21.0%

図9 地域別観光地類型別分布図

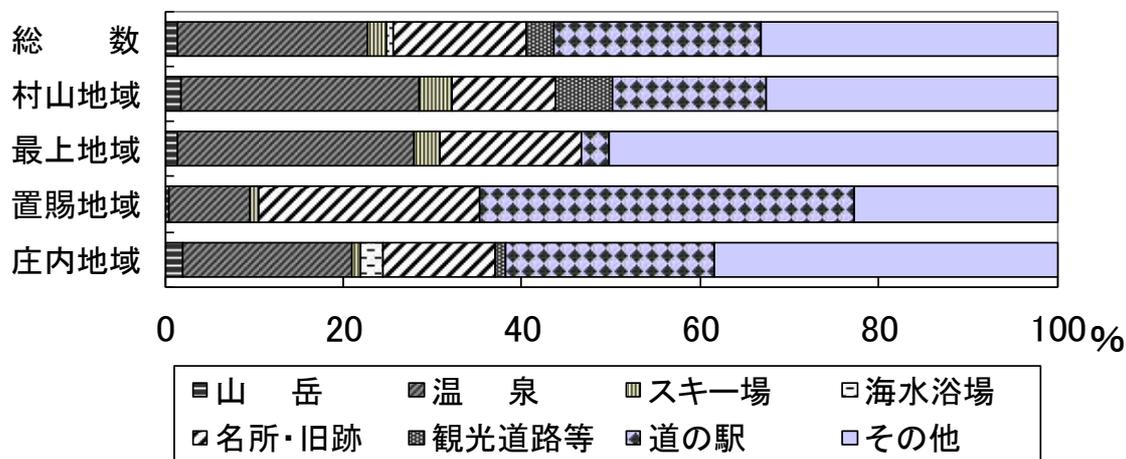
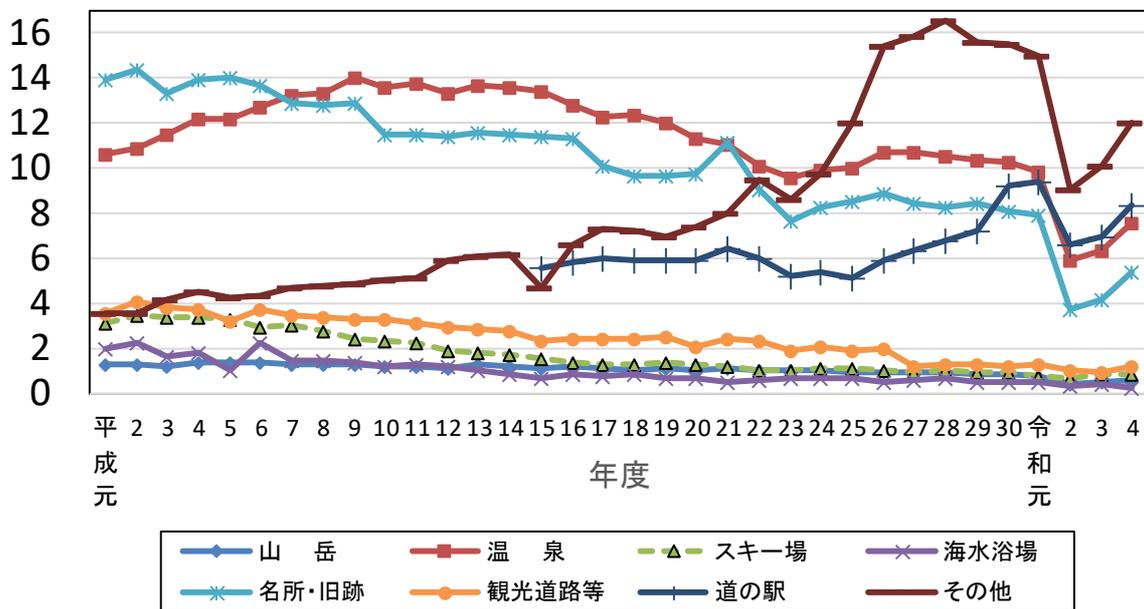


図10 観光地類型別動向

(単位:百万人)



(1) 山岳観光地の観光者数動向

=12.9%の増加=

「山岳観光地」における観光者数は約55万2千人となり、令和3年度に比べ12.9%、約6万3千人増加した。

(2) 温泉観光地の観光者数動向

=20.4%の増加=

「温泉観光地」における観光者数は約758万8千人となり、令和3年度に比べ20.4%、約128万4千人増加した。

(3) スキー場の観光者数動向

=4.0%の増加=

「スキー場」における観光者数は約82万6千人となり、令和3年度に比べ4.0%、約3万2千人増加した。

(4) 海水浴場の観光者数動向

=37.3%の減少=

「海水浴場」における観光者数は約24万9千人となり、令和3年度に比べ37.3%、約14万8千人減少した。

(5) 名所・旧跡観光地の観光者数動向

=28.3%の増加=

「名所・旧跡観光地」における観光者数は約533万7千人となり、令和3年度に比べ28.3%、約117万8千人増加した。

(6) 観光道路等の観光者数動向

=30.7%の増加=

「観光道路等」における観光者数は約116万3千人となり、令和3年度に比べ30.7%、約27万3千人増加した。

(7) 道の駅の観光者数動向

=20.1%の増加=

「道の駅」における観光者数は約834万6千人となり、令和3年度に比べ20.1%、約139万6千人増加した。

(8) その他の観光地の観光者数動向

=18.8%の増加=

観光果樹園や美術館、産直施設等の「その他の観光地」における観光者数は約1,197万4千人となり、令和3年度に比べ18.8%、約189万8千人増加した。

6 祭り・イベントの入込状況

祭り・イベントの入込みについては観光者数調査に含まれないが、県内の主な祭り・イベントを対象にして別途調査を実施した。

令和4年度の祭り・イベントの入込数は、63件の祭り・イベントで約286万4千人であり、多くの祭り・イベントが中止や制限つきでの開催となった令和3年度に比べ1,183.5%、約262万2千人増加した。

Ⅲ 令和4年度山形県観光者数調査結果統計表

第1表 観光地類型別、県内・県外別及び月別観光者数

上段は観光者数（単位：千人）、中段は構成比（単位：%）、下段は前年度比（単位：%）

観光地類型別	観光者数			月 別											
	総数	県内客	県外客	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
山岳観光地	551.5	296.7	254.8	2.4	23.4	26.6	113.9	119.3	96.5	102.1	12.5	2.8	11.6	34.2	6.2
	100.0	53.8	46.2	0.4	4.2	4.8	20.7	21.6	17.5	18.5	2.3	0.5	2.1	6.2	1.1
	112.9	112.5	113.4	266.7	158.1	92.4	102.8	102.1	100.7	112.3	126.3	254.5	305.3	280.3	258.3
温泉観光地	7,588.1	5,242.7	2,345.4	539.5	611.4	581.7	597.0	717.8	588.9	691.4	621.3	650.2	671.7	637.3	679.9
	100.0	69.1	30.9	7.1	8.1	7.7	7.9	9.5	7.8	9.1	8.2	8.6	8.9	8.4	9.0
	120.4	115.6	132.5	134.4	135.3	133.8	113.2	120.7	123.5	112.6	99.7	104.0	117.4	143.8	126.0
スキ－場	826.0	419.7	406.3	46.1	56.9	18.1	0.8	0.4	0.9	1.0	0.3	98.6	265.2	236.6	101.1
	100.0	50.8	49.2	5.6	6.9	2.2	0.1	0.0	0.1	0.1	0.0	11.9	32.1	28.6	12.2
	104.0	100.6	107.8	127.7	81.4	59.9	100.0	100.0	90.0	100.0	30.0	110.7	103.0	117.2	95.9
海水浴場	248.7	165.4	83.3	-	-	-	148.6	100.1	-	-	-	-	-	-	-
	100.0	66.5	33.5	-	-	-	59.8	40.2	-	-	-	-	-	-	-
	62.7	61.9	64.2	-	-	-	81.6	46.6	-	-	-	-	-	-	-
名所・旧跡観光地	5,336.6	2,573.8	2,762.8	481.9	488.6	499.0	466.7	631.6	559.5	626.2	530.6	204.6	471.8	158.3	217.8
	100.0	48.2	51.8	9.0	9.2	9.4	8.7	11.8	10.5	11.7	9.9	3.8	8.8	3.0	4.1
	128.3	126.8	129.8	194.7	164.6	129.0	119.2	155.1	121.3	114.1	97.2	101.9	113.4	153.8	142.0
観光道路等	1,163.4	563.3	600.1	41.6	155.7	103.5	137.2	220.2	188.9	298.1	18.2	-	-	-	-
	100.0	48.4	51.6	3.6	13.4	8.9	11.8	18.9	16.2	25.6	1.6	-	-	-	-
	130.7	130.6	130.8	98.8	155.1	110.8	102.0	140.0	113.9	170.5	83.5	-	-	-	-
道の駅	8,346.4	3,839.1	4,507.3	659.1	930.9	786.9	808.3	872.7	841.5	939.1	765.3	416.8	349.7	383.9	592.2
	100.0	46.0	54.0	7.9	11.2	9.4	9.7	10.5	10.1	11.3	9.2	5.0	4.2	4.6	7.1
	120.1	117.1	122.8	142.2	146.7	120.1	110.2	112.4	122.3	112.3	108.3	102.4	114.3	139.3	126.5
その他の観光地	11,973.6	8,191.5	3,782.1	800.1	1,177.9	1,187.9	1,087.4	1,235.2	1,266.7	1,314.5	1,115.4	764.2	602.2	619.4	802.7
	100.0	68.4	31.6	6.7	9.8	9.9	9.1	10.3	10.6	11.0	9.3	6.4	5.0	5.2	6.7
	118.8	114.3	130.0	134.7	127.4	119.2	109.7	113.9	119.1	109.2	107.2	115.1	123.0	147.3	132.9
合 計	36,034.3	21,292.2	14,742.1	2,570.7	3,444.8	3,203.7	3,359.9	3,897.3	3,542.9	3,972.4	3,063.6	2,137.2	2,372.2	2,069.7	2,399.9
	100.0	59.1	40.9	7.1	9.6	8.9	9.3	10.8	9.8	11.0	8.5	5.9	6.6	5.7	6.7
	119.9	115.8	126.3	144.0	138.2	122.0	109.4	116.3	120.0	114.5	103.9	107.6	116.0	142.1	128.1

第2表 年度別観光者数（平成30年度～令和4年度）

（単位：千人、％）

区分 観光地類型別		県内容					県外客					合計				
		平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
山岳観光地	観光者数	437.7	420.9	232.8	263.7	296.7	387.3	368.5	204.5	224.6	254.8	825.0	789.4	437.3	488.3	551.5
	前年度比	98.5	96.2	55.3	113.3	112.5	105.2	95.1	55.5	109.8	113.4	101.5	95.7	55.4	111.7	112.9
温泉観光地	観光者数	6,792.9	6,632.9	4,139.4	4,533.4	5,242.7	3,489.8	3,193.2	1,710.7	1,770.4	2,345.4	10,282.7	9,826.1	5,850.1	6,303.8	7,588.1
	前年度比	98.9	97.6	62.4	109.5	115.6	101.3	91.5	53.6	103.5	132.5	99.7	95.6	59.5	107.8	120.4
スキー場	観光者数	464.2	331.3	359.9	417.3	419.7	470.8	385.0	260.5	377.0	406.3	935.0	716.3	620.4	794.3	826.0
	前年度比	95.8	71.4	108.6	115.9	100.6	98.4	81.8	67.7	144.7	107.8	97.1	76.6	86.6	128.0	104.0
海水浴場	観光者数	322.9	299.0	188.7	267.0	165.4	190.6	164.9	95.8	129.8	83.3	513.5	463.9	284.5	396.8	248.7
	前年度比	103.3	92.6	63.1	141.5	61.9	94.8	86.5	58.1	135.5	64.2	100.0	90.3	61.3	139.5	62.7
名所・旧跡 観光地	観光者数	3,827.1	3,782.7	1,820.2	2,029.7	2,573.8	4,234.5	4,149.7	1,875.1	2,129.2	2,762.8	8,061.6	7,932.4	3,695.3	4,158.9	5,336.6
	前年度比	96.5	98.8	48.1	111.5	126.8	95.1	98.0	45.2	113.6	129.8	95.7	98.4	46.6	112.5	128.3
観光道路等	観光者数	596.1	613.2	469.5	431.3	563.3	633.1	650.9	499.7	458.8	600.1	1,229.2	1,264.1	969.2	890.1	1,163.4
	前年度比	95.8	102.9	76.6	91.9	130.6	95.6	102.8	76.8	91.8	130.8	95.7	102.8	76.7	91.8	130.7
道の駅	観光者数	4,039.6	4,012.3	2,960.1	3,279.6	3,839.1	5,171.5	5,387.3	3,642.9	3,671.2	4,507.3	9,211.1	9,399.6	6,603.0	6,950.8	8,346.4
	前年度比	119.2	99.3	73.8	110.8	117.1	135.6	104.2	67.6	100.8	122.8	127.9	102.0	70.2	105.3	120.1
その他の 観光地	観光者数	9,817.0	9,508.9	6,291.3	7,167.0	8,191.5	5,632.3	5,411.0	2,760.1	2,908.9	3,782.1	15,449.3	14,919.9	9,051.4	10,075.9	11,973.6
	前年度比	99.3	96.9	66.2	113.9	114.3	98.4	96.1	51.0	105.4	130.0	99.0	96.6	60.7	111.3	118.8
合計	観光者数	26,297.5	25,601.2	16,461.9	18,389.0	21,292.2	20,209.9	19,710.5	11,049.3	11,669.9	14,742.1	46,507.4	45,311.7	27,511.2	30,058.9	36,034.3
	前年度比	101.2	97.4	64.3	111.7	115.8	105.6	97.5	56.1	105.6	126.3	103.1	97.4	60.7	109.3	119.9

第3表 市町村別観光者数

(単位：千人、%)

村山地域				最上地域				置賜地域				庄内地域			
市町村名	令和4年度	令和3年度	前年度比	市町村名	令和4年度	令和3年度	前年度比	市町村名	令和4年度	令和3年度	前年度比	市町村名	令和4年度	令和3年度	前年度比
山形市	4,403.3	3,299.3	133.5	新庄市	400.7	284.0	141.1	米沢市	2,834.8	2,450.8	115.7	鶴岡市	4,323.6	3,883.9	111.3
寒河江市	2,832.0	2,189.2	129.4	金山町	105.1	113.0	93.0	長井市	949.8	875.3	108.5	酒田市	2,164.9	1,835.6	117.9
上山市	1,498.7	1,050.6	142.7	最上町	643.0	507.6	126.7	南陽市	846.1	611.8	138.3	三川町	277.8	252.1	110.2
村山市	855.8	779.8	109.7	舟形町	266.3	231.5	115.0	高畠町	823.0	529.8	155.3	庄内町	576.6	542.5	106.3
天童市	2,059.9	1,402.6	146.9	真室川町	67.1	62.1	108.1	川西町	367.7	402.0	91.5	遊佐町	2,537.3	2,193.2	115.7
東根市	1,380.1	1,203.4	114.7	大蔵村	64.3	51.9	123.9	小国町	265.1	284.1	93.3				
尾花沢市	1,136.0	939.4	120.9	鮭川村	83.4	71.9	116.0	白鷹町	673.3	611.1	110.2				
山辺町	323.8	295.6	109.5	戸沢村	375.3	302.9	123.9	飯豊町	528.1	469.9	112.4				
中山町	217.6	205.9	105.7												
河北町	369.6	336.0	110.0												
西川町	461.3	542.8	85.0												
朝日町	571.7	553.2	103.3												
大江町	400.2	387.7	103.2												
大石田町	351.0	306.4	114.6												
計	16,861.0	13,491.9	125.0	計	2,005.2	1,624.9	123.4	計	7,287.9	6,234.8	116.9	計	9,880.2	8,707.3	113.5

第4表 観光地類型別・地域別観光者数

(単位：千人、%)

観光地類型別	村山地域			最上地域			置賜地域			庄内地域			合計		
	観光者数	前年度比	構成比	観光者数	前年度比	構成比	観光者数	前年度比	構成比	観光者数	前年度比	構成比	観光者数	前年度比	構成比
山岳観光地	308.1	146.6	1.8	28.2	119.0	1.4	26.9	46.0	0.4	188.3	96.1	1.9	551.5	112.9	1.5
温泉観光地	4,506.7	124.0	26.7	533.4	117.8	26.6	661.6	112.5	9.1	1,886.4	115.9	19.1	7,588.1	120.4	21.1
スキー場	599.5	102.5	3.6	58.3	105.8	2.9	83.7	101.1	1.1	84.5	117.7	0.9	826.0	104.0	2.3
海水浴場	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	248.7	62.7	2.5	248.7	62.7	0.7
名所・旧跡観光地	1,980.8	132.9	11.7	314.3	195.3	15.7	1,800.1	132.7	24.7	1,241.4	107.9	12.6	5,336.6	128.3	14.8
観光道路等	1,057.3	133.9	6.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	106.1	105.5	1.1	1,163.4	130.7	3.2
道の駅	2,911.2	125.5	17.3	64.5	131.1	3.2	3,057.0	114.3	41.9	2,313.7	121.3	23.4	8,346.4	120.1	23.2
その他の観光地	5,497.4	123.2	32.6	1,006.5	114.0	50.2	1,658.6	112.6	22.8	3,811.1	117.0	38.6	11,973.6	118.8	33.2
計	16,861.0	125.0	100.0	2,005.2	123.4	100.0	7,287.9	116.9	100.0	9,880.2	113.5	100.0	36,034.3	119.9	100.0
地域別構成比	46.8			5.6			20.2			27.4			100.0		

第5表 年度別観光者数動向

(単位：千人)

年度	県内客	県外客	計	主な出来事
昭和38	7,834.5	6,015.4	13,849.9	
39	8,752.1	6,363.3	15,115.4	山形空港開港 特急「やまばと」山形～上野間運転開始
40	8,215.2	6,441.1	14,656.3	県営初の観光有料道路「蔵王ライン」開通
41	9,023.2	7,245.3	16,268.5	
42	9,809.9	7,968.8	17,778.7	
43	10,827.9	8,308.5	19,136.4	
44	11,407.1	9,460.7	20,867.8	
45	12,160.1	9,361.7	21,521.8	
46	12,762.7	9,653.4	22,416.1	国道7号線おぼこおけさライン開通
47	13,353.0	11,033.3	24,386.3	インターバ開催
48	14,057.0	13,141.5	27,198.5	西吾妻スカイレー開通 第1次オイルショック
49	14,490.2	12,521.3	27,011.5	鳥海ブルーライン開通
50	15,095.2	13,913.3	29,008.5	東北自動車道岩槻～仙台間開通
51	14,117.6	12,644.6	26,762.2	山形空港にジェット旅客機就航 東北・北海道で戦後最大の冷害
52	15,037.7	12,852.0	27,889.7	
53	14,766.0	13,469.9	28,235.9	
54	15,223.8	14,014.8	29,238.6	山形～大阪便・山形～札幌便就航 第2次オイルショック
55	14,857.6	14,419.7	29,277.3	
56	15,568.4	14,722.8	30,291.2	笹谷トンネル供用開始 月山新道開通
57	15,724.8	15,236.4	30,961.2	「紅花の山形路観光キャンペーン」開始(デスティネーションキャンペーン)
58	15,872.7	15,164.0	31,036.7	
59	16,999.0	15,317.6	32,316.6	
60	17,552.1	15,765.0	33,317.1	紅花の山形路観光フェスティバル、蔵王エコーライン・蔵王ライン無料化
61	17,939.6	15,529.2	33,468.8	西蔵王有料道路開通
62	18,143.5	16,600.8	34,744.3	
63	18,531.2	16,669.2	35,200.4	奥の細道紀行イベント「紅花の山形路キャンペーン」(DC)
平成元	19,871.6	18,172.9	38,044.5	山形自動車道山形北～寒河江間開通 奥の細道紀行300年祭
2	20,627.3	19,183.3	39,810.6	山形自動車道宮城川崎～笹谷間開通 奥の細道広域イベント
3	20,155.2	18,649.0	38,804.2	庄内空港開港 山形自動車道寒河江～村田間開通(全線開通)
4	21,112.1	19,688.3	40,800.4	べにばな国体 山形新幹線開業 デスティネーションキャンペーン 山形～名古屋便就航 国道121号大峠道路開通 国道348号白鷹～山形間全線開通
5	20,535.0	18,684.0	39,219.0	出羽三山開山1400年観光キャンペーン
6	21,715.9	19,149.0	40,864.9	松尾芭蕉生誕350年「奥の細道キャンペーン」 阪神大震災
7	21,282.4	18,768.8	40,051.2	「新上杉歴史街道」キャンペーン 庄内～札幌便の季節就航 東京都霞が関に「やまがたプラザ ゆとり都」オープン
8	21,404.4	18,265.2	39,669.6	「旬・華・酒・湯」キャンペーン
9	22,033.9	18,039.6	40,073.5	山形自動車道庄内あさひ～酒田間開通
10	21,241.0	16,885.1	38,126.1	「四季感動のやまがた」観光キャンペーン 山形自動車道寒河江～西川間開通
11	21,448.4	16,740.4	38,188.8	山形新幹線新庄開業 山形自動車道西川～月山間開通
12	21,009.2	16,678.3	37,687.5	デスティネーションキャンペーン
13	21,496.0	16,593.5	38,089.5	上杉鷹山生誕250年祭 山形自動車道酒田～酒田みなと間開通
14	21,386.4	16,278.1	37,664.5	山形新幹線開業10周年 東北中央自動車道東根～山形上山間開通
15	22,353.6	18,319.4	40,673.0	「おいしい山形」観光キャンペーン開始 国民文化祭・やまがた2003、山形もがみ国体
16	23,171.1	19,097.6	42,268.7	「おいしい山形」デスティネーションキャンペーン 新潟県中越地震
17	22,316.1	18,909.3	41,225.4	ソウル事務所開設 平成18年豪雪
18	21,911.3	18,680.9	40,592.2	
19	21,184.1	18,892.9	40,077.0	「やまがた花回廊キャンペーン」開始(H19～21) 新潟県中越沖地震
20	20,809.9	18,514.4	39,324.3	ガソリン価格高騰 岩手・宮城内陸地震 世界的経済不況
21	21,600.8	20,243.7	41,844.5	NHK大河ドラマ「天地人」放映(H21.1～) おくりびとアカデミー賞受賞(H21.2)
22	20,794.3	18,639.4	39,433.7	東日本大震災(H23.3.11)
23	18,647.0	16,751.6	35,398.6	山形県ハルビン事務所開設
24	20,505.0	17,671.1	38,176.1	山形新幹線開業20周年、山形花笠まつり50周年
25	22,065.6	18,105.4	40,171.0	「山形日和。」観光キャンペーン(プレDC)
26	25,452.8	19,718.8	45,171.6	山形デスティネーションキャンペーン 東北六魂祭 全国育樹祭
27	25,462.4	19,441.9	44,904.3	「山形日和。」観光キャンペーン(ポストDC)、日台観光サミット
28	26,098.5	19,715.6	45,814.1	「出羽三山」日本遺産認定、「新庄まつり」ユネスコ無形文化遺産登録 やまがた技能五輪・アビリンピック2016
29	25,981.0	19,141.4	45,122.4	南東北総体、UNWTO 雪と文化の世界観光会議 東北中央自動車道福島大笹生～米沢北間開通
30	26,297.5	20,209.9	46,507.4	新潟県・庄内エリア プレデスティネーションキャンペーン 道の駅米沢開業、本県初の国際定期チャーター便就航
令和元	25,601.2	19,710.5	45,311.7	新潟県・庄内エリア デスティネーションキャンペーン 山形県沖を震源とする地震の発生、新型コロナウイルスの発生
2	16,461.9	11,049.3	27,511.2	新型コロナウイルス感染拡大 新潟県・庄内エリア ポストデスティネーションキャンペーン
3	18,389.0	11,669.9	30,058.9	新型コロナウイルス感染拡大の影響長期化 東北デスティネーションキャンペーン
4	21,292.2	14,742.1	36,034.3	新型コロナウイルス感染拡大の影響長期化 全国旅行支援～やまがた旅割キャンペーン～

第6表 観光地類型別観光者の動向

(単位：千人)

年度	山岳観光地	温泉観光地	スキー場	海水浴場	名所・旧跡 観光地	観光道路等	道の駅	その他の 観光地	計
昭和38	958.6	5,000.7	877.6	1,074.4	2,502.2	1,577.9		1,858.5	13,849.9
39	1,049.8	5,192.6	1,197.0	1,069.5	4,655.0	1,401.2		550.3	15,115.4
40	709.6	5,267.5	1,256.2	1,027.1	4,270.0	1,621.7		504.2	14,656.3
41	688.0	5,867.0	1,386.3	1,099.0	4,929.6	1,706.8		591.8	16,268.5
42	703.4	6,767.6	1,522.8	1,346.0	4,790.4	1,925.1		723.4	17,778.7
43	729.2	6,959.5	1,637.9	1,426.5	5,835.7	2,129.5		418.1	19,136.4
44	773.0	7,033.6	1,795.4	1,310.5	6,609.4	2,598.8		747.1	20,867.8
45	1,015.8	6,918.8	2,004.0	1,550.9	7,057.9	2,274.4		700.0	21,521.8
46	1,133.5	7,048.4	1,829.8	1,727.1	8,005.5	1,901.2		770.6	22,416.1
47	981.5	7,632.9	2,346.3	1,874.5	8,511.6	1,942.2		1,097.3	24,386.3
48	1,566.5	7,942.3	2,318.2	1,792.9	9,173.1	3,217.6		1,187.9	27,198.5
49	1,650.5	7,950.4	2,251.9	1,447.2	9,739.5	2,766.5		1,205.5	27,011.5
50	1,644.2	7,950.2	2,453.6	1,605.8	10,166.9	3,287.7		1,900.1	29,008.5
51	1,183.0	7,696.4	2,156.7	1,039.0	9,935.8	3,073.1		1,678.2	26,762.2
52	1,356.4	8,155.6	2,140.4	1,366.2	10,810.3	2,319.4		1,741.4	27,889.7
53	1,473.0	8,058.8	1,725.7	1,377.6	11,140.0	2,573.5		1,887.3	28,235.9
54	1,275.4	8,539.7	2,310.6	1,104.7	11,257.4	2,708.3		2,042.5	29,238.6
55	1,262.1	8,437.3	2,502.4	1,165.6	11,459.2	2,542.6		1,908.1	29,277.3
56	1,309.1	8,931.2	2,665.2	1,376.3	11,380.3	2,691.0		1,938.1	30,291.2
57	1,236.9	9,096.2	2,585.3	1,209.0	12,024.7	2,742.6		2,066.5	30,961.2
58	1,253.0	9,123.8	2,858.0	1,025.9	11,844.8	2,489.1		2,442.1	31,036.7
59	1,473.1	9,162.4	2,864.3	1,765.4	11,724.3	2,702.2		2,624.9	32,316.6
60	1,373.8	9,375.7	3,005.1	1,719.5	12,172.1	2,897.6		2,773.3	33,317.1
61	1,270.1	9,434.2	2,582.5	1,570.0	12,035.9	3,350.5		3,225.6	33,468.8
62	1,149.5	9,714.0	2,611.9	1,294.8	13,307.6	3,296.1		3,370.4	34,744.3
63	1,196.9	10,175.4	3,077.3	1,985.7	12,365.3	3,126.7		3,273.1	35,200.4
平成元	1,265.8	10,631.2	3,125.7	1,978.3	13,902.7	3,574.1		3,566.7	38,044.5
2	1,290.5	10,894.5	3,468.6	2,256.5	14,323.2	4,050.4		3,526.9	39,810.6
3	1,189.6	11,488.0	3,371.2	1,593.2	13,282.7	3,759.3		4,120.2	38,804.2
4	1,341.3	12,182.8	3,382.7	1,755.0	13,884.4	3,730.8		4,523.4	40,800.4
5	1,327.0	12,141.8	3,321.3	1,009.2	14,010.4	3,160.9		4,248.4	39,219.0
6	1,362.2	12,729.9	2,966.5	2,199.8	13,621.2	3,702.4		4,282.9	40,864.9
7	1,297.8	13,225.8	3,025.5	1,476.8	12,896.0	3,425.2		4,704.1	40,051.2
8	1,293.5	13,326.0	2,731.2	1,436.5	12,767.7	3,389.4		4,725.3	39,669.6
9	1,285.1	13,967.4	2,442.9	1,349.9	12,864.7	3,284.1		4,879.4	40,073.5
10	1,219.0	13,598.7	2,313.5	1,191.4	11,502.0	3,242.2		5,059.3	38,126.1
11	1,198.2	13,763.5	2,235.8	1,238.3	11,485.0	3,127.6		5,140.4	38,188.8
12	1,133.8	13,327.5	1,904.8	1,169.1	11,354.1	2,934.5		5,863.7	37,687.5
13	1,233.8	13,608.3	1,795.2	1,010.5	11,581.1	2,814.9		6,045.7	38,089.5
14	1,150.0	13,586.7	1,709.8	854.2	11,436.7	2,770.2		6,156.9	37,664.5
15	1,078.6	13,408.4	1,494.1	698.1	11,391.9	2,349.6	5,587.4	4,664.9	40,673.0
16	1,173.2	12,803.0	1,376.3	821.4	11,275.1	2,420.4	5,827.8	6,571.5	42,268.7
17	1,115.1	12,284.7	1,303.2	728.0	10,071.3	2,444.8	5,987.2	7,291.1	41,225.4
18	1,055.2	12,311.5	1,279.0	804.0	9,643.6	2,417.9	5,883.7	7,197.3	40,592.2
19	1,077.3	11,964.1	1,329.9	703.3	9,648.3	2,489.1	5,920.1	6,944.9	40,077.0
20	1,055.6	11,270.1	1,287.8	651.9	9,710.8	2,078.6	5,889.3	7,380.2	39,324.3
21	1,129.0	11,051.8	1,176.6	523.0	11,116.5	2,396.5	6,438.0	8,013.1	41,844.5
22	1,041.4	10,061.0	997.6	592.6	9,010.7	2,294.3	5,940.2	9,495.9	39,433.7
23	978.4	9,526.4	969.4	650.7	7,603.2	1,892.2	5,163.2	8,615.1	35,398.6
24	1,049.8	9,925.8	1,099.6	689.2	8,230.1	2,070.7	5,390.5	9,720.4	38,176.1
25	886.5	9,994.9	1,116.2	665.3	8,499.9	1,920.9	5,106.1	11,981.2	40,171.0
26	885.7	10,655.0	1,053.8	519.1	8,853.2	1,960.2	5,885.9	15,358.7	45,171.6
27	896.6	10,669.1	942.5	597.8	8,463.1	1,203.9	6,300.6	15,830.7	44,904.3
28	915.8	10,470.0	987.2	631.6	8,222.5	1,312.5	6,721.6	16,552.9	45,814.1
29	812.7	10,316.0	962.9	513.6	8,419.5	1,284.4	7,202.3	15,611.0	45,122.4
30	825.0	10,282.7	935.0	513.5	8,061.6	1,229.2	9,211.1	15,449.3	46,507.4
令和元	789.4	9,826.1	716.3	463.9	7,932.4	1,264.1	9,399.6	14,919.9	45,311.7
2	437.3	5,850.1	620.4	284.5	3,695.3	969.2	6,603.0	9,051.4	27,511.2
3	488.3	6,303.8	794.3	396.8	4,158.9	890.1	6,950.8	10,075.9	30,058.9
4	551.5	7,588.1	826.0	248.7	5,336.6	1,163.4	8,346.4	11,973.6	36,034.3

第7表 祭り・イベントの入込状況

(1) 祭り・イベントの月別動向

(単位：千人、%)

	月別	合計	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
令和4年度	観光者数	2,864.0	272.0	434.5	6.8	18.1	1,315.0	227.5	77.4	58.7	37.4	191.7	224.9	0.0
	構成比	100.0	9.5	15.2	0.2	0.6	45.9	7.9	2.7	2.0	1.3	6.7	7.9	0.0
	件数※	63	10	9	2	4	13	9	6	6	1	3	7	0
令和3年度	観光者数	242.0	60.9	4.4	23.8	3.6	5.9	0.5	0.8	21.0	28.7	34.1	54.5	3.8
	件数※	26	5	3	2	1	3	2	2	3	1	4	4	1
	増減	2,622.0	211.1	430.1	△ 17.0	14.5	1,309.1	227.0	76.6	37.7	8.7	157.6	170.4	△ 3.8
	前年度比	1183.5	446.6	9875.0	28.6	502.8	22288.1	45500.0	9675.0	279.5	130.3	562.2	412.7	皆減

※複数月にまたがるイベントがあるため、各月の件数を足し上げた数値と一致しない。

(2) 祭り・イベントの地区別動向

(単位：千人、%)

地区別	祭り・イベント数		観光者数		観光者数	令和4年度
	令和4年度	令和3年度	令和4年度	令和3年度	前年度比	構成比
村山地域	26	11	1,569.5	149.1	1,052.6	54.8
最上地域	13	4	440.7	13.3	3,313.5	15.4
置賜地域	11	3	455.3	6.3	7,227.0	15.9
庄内地域	13	8	398.5	73.3	543.7	13.9
合計	63	26	2,864.0	242.0	1,183.5	100.0

(3) 令和4年度の主な祭り・イベント入込数

(単位：千人)

名称	開催時期	市町村	観光者数	
			令和4年度	令和3年度
花笠まつり	8月	山形市	560.0	規模縮小
新庄まつり	8月	新庄市	330.0	規模縮小
酒田まつり	5月	酒田市	210.0	中止
米沢上杉まつり	4~5月	米沢市	177.0	中止
初市	1月	山形市	140.0	10.8
霞城観桜会	4月	山形市	119.3	規模縮小
やまがた音と光のファンタジア	11~2月	寒河江市	101.5	61.2
上杉雪灯籠まつり	2月	米沢市	101.0	中止
むらやま徳内まつり	8月	村山市	90.0	中止
樹氷まつり	2月	山形市	86.3	39.4

※本調査として公表可能である上位10件を掲載。

※R3に規模縮小の祭り、イベントは集計せず。

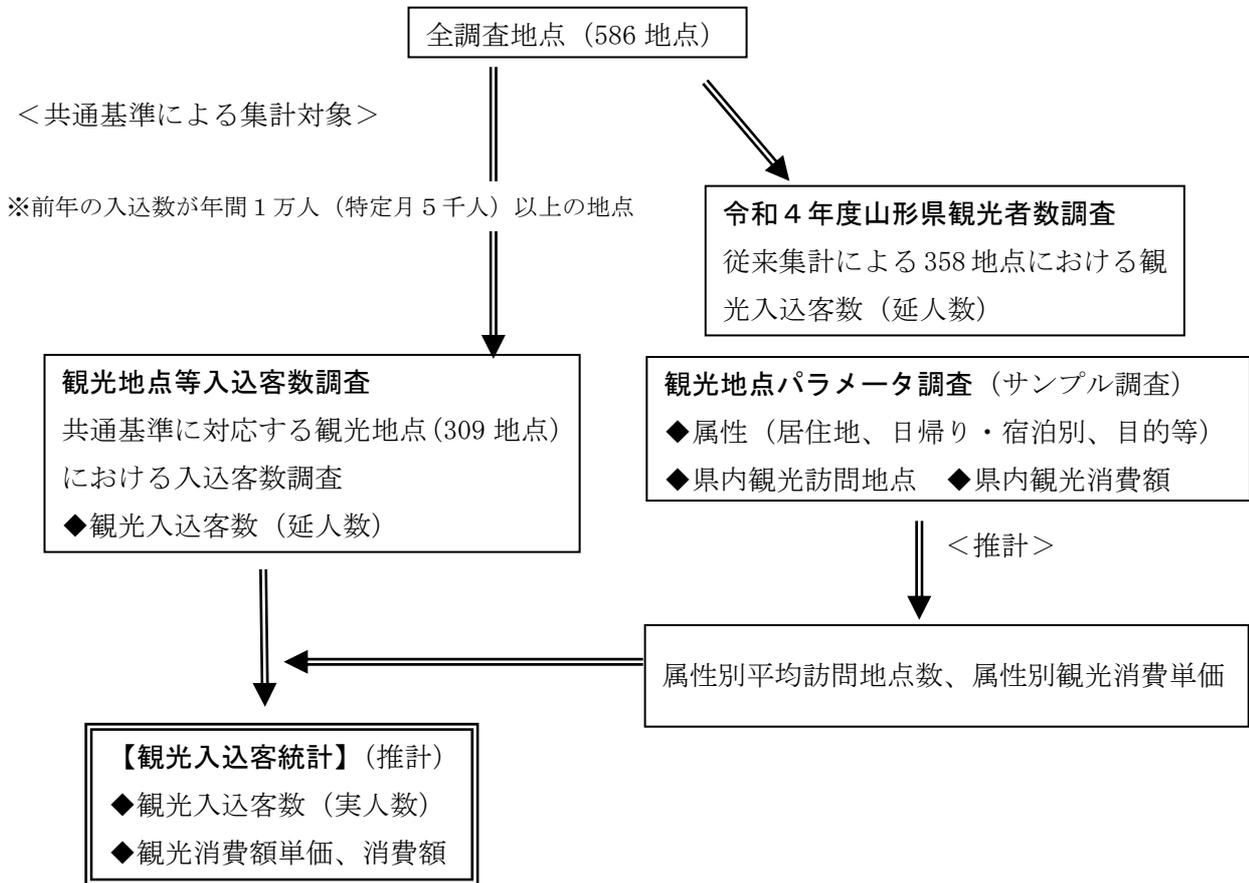
IV 観光入込客統計に関する共通基準に基づく調査の概要

観光入込客統計に関する共通基準に基づく調査（令和4年1月～12月）の概要

1 調査の目的

都道府県における観光入込客に関する統計について、調査項目の定義、調査方法、推計方法等に関する基準を共通化し、都道府県が相互に比較可能な信頼性の高い統計を作成する。

2 実施方法



3 調査結果

令和4年観光消費額	152,839百万円	(令和3年	125,229百万円)
内訳 日本人	152,839百万円	(令和3年	125,229百万円)
うち観光目的	104,561百万円	(令和3年	81,837百万円)
うちビジネス目的	48,278百万円	(令和3年	43,392百万円)
訪日外国人	0百万円	(令和3年	0百万円)

(1) 観光入込客数(実)・観光消費額単価・観光消費額(山形県・日本人・観光目的)

令和4年	①観光入込客数(千人回)				②観光消費額単価(円/人回)				③観光消費額(百万円)			
	県内		県外		県内		県外		県内		県外	
	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り
1-3月期	114	1,424	192	921	21,501	2,420	44,808	4,959	2,455	3,445	8,601	4,567
4-6月期	137	1,485	276	1,625	17,076	4,777	27,879	8,330	2,339	7,092	7,700	13,535
7-9月期	158	2,455	381	1,977	17,513	2,559	23,975	4,249	2,765	6,283	9,146	8,399
10-12月期	168	1,797	336	1,714	25,045	3,947	30,539	3,895	4,196	7,092	10,270	6,678
暦年	577	7,160	1,186	6,237	20,388	3,340	30,118	5,320	11,754	23,911	35,717	33,178

留意事項

- 観光地点等入込客数調査、観光地点パラメータ調査及び宿泊旅行統計調査(観光庁提供)をもとに推計(行祭事・イベントを除く)。
- ①観光入込客数は観光地点等ごとの重複を除いた実人数であり、1人の観光入込客が当該都道府県内の複数の観光地点を訪れたとしても、1人回と数える。
- ②観光消費額単価(円/人・回)は、観光入込客1人の1回の旅行における観光消費額を指す。
- ①観光入込客数と②観光消費額単価を掛け合わせることで、③観光消費額が算出されるが、端数の関係で一致しない場合がある。
- 暦年の合計は、端数の関係で四半期毎の合計と一致しない場合がある。

(2) 観光入込客数(実)・観光消費額単価・観光消費額(山形県・日本人・ビジネス目的)

令和4年	①観光入込客数(千人回)				②観光消費額単価(円/人回)				③観光消費額(百万円)			
	県内		県外		県内		県外		県内		県外	
	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り
1-3月期	81	28	200	31	20,807	8,129	39,477	6,777	1,688	227	7,908	209
4-6月期	125	8	246	41	28,306	8,190	37,379	7,990	3,539	64	9,204	326
7-9月期	147	30	167	32	26,957	6,623	42,865	7,441	3,967	198	7,179	238
10-12月期	148	13	250	22	26,336	6,779	37,517	8,300	3,888	88	9,374	180
暦年	501	79	864	125	26,114	7,341	38,969	7,605	13,082	578	33,665	953

留意事項

- 観光地点等入込客数調査、観光地点パラメータ調査及び宿泊旅行統計調査(観光庁提供)をもとに推計(行祭事・イベントを除く)。
- 観光地点パラメータ調査により把握されるビジネス客が対象となるため、必要十分なサンプル数を確保できず、誤差が大きい数値となっている場合がある。
- ①観光入込客数は観光地点等ごとの重複を除いた実人数であり、1人の観光入込客が当該都道府県内の複数の観光地点を訪れたとしても、1人回と数える。
- ②観光消費額単価(円/人・回)は、観光入込客1人の1回の旅行における観光消費額を指す。
- ①観光入込客数と②観光消費額単価を掛け合わせることで、③観光消費額が算出されるが、端数の関係で一致しない場合がある。
- 暦年の合計は、端数の関係で四半期毎の合計と一致しない場合がある。

(3) 観光入込客数(実)・観光消費額単価・観光消費額(山形県・訪日外国人)

令和4年	①観光入込客数(千人回)				②観光消費額単価(円/人回)				③観光消費額(百万円)			
	県内		県外		県内		県外		県内		県外	
	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り
1-3月期	0	-	1	-	0	0	0	0	0	-	0	-
4-6月期	0	-	1	-	0	0	0	0	0	-	0	-
7-9月期	0	-	2	-	0	0	0	0	0	-	0	-
10-12月期	7	-	4	-	0	0	0	0	0	-	0	-
暦年	8	-	8	-	-	-	-	-	-	-	-	-

留意事項

- 観光地点等入込客数調査、観光地点パラメータ調査及び宿泊旅行統計調査(観光庁提供)、訪日外国人の消費額単価(観光庁提供)をもとに推計(行祭事・イベントを除く)。
- 観光地点パラメータ調査により把握される訪日外国人が対象となるため、必要十分なサンプル数を確保できず、誤差が大きい数値となっている場合がある。
- ①観光入込客数は観光地点等ごとの重複を除いた実人数であり、1人の観光入込客が当該都道府県内の複数の観光地点を訪れたとしても、1人回と数える。
- ②観光消費額単価(円/人・回)は、観光入込客1人の1回の旅行における観光消費額を指す。
- ①観光入込客数と②観光消費額単価を掛け合わせることで、③観光消費額が算出されるが、端数の関係で一致しない場合がある。
- 観光地点パラメータ調査において、サンプル数が無かったものについては「-」表記としている。
- 暦年の合計は、端数の関係で四半期毎の合計と一致しない場合がある。

(4) 観光地点数、行祭事・イベント数

(地点数)

令和4年	統計	観光地点計	観光地点						行催事・イベント
			自然	歴史・文化	温泉・健康	スポーツ・レクリエーション	都市型観光	その他	
	309	257	30	66	43	56	31	31	52

留意事項

- 観光地点とは、次の①～③の要件を満たす地点であり、行祭事・イベントについては、②及び③を満たした地点(共通基準要件)
- ①月1回以上の頻度で訪問する人数の割合が半分未満と判断される地点
 - ②入込客数が適切に把握できる地点
 - ③前年の入込客数が、年間1万人以上もしくは前年の特定月の入込客数が5千人以上である地点

(5) 観光地点、行祭事・イベント別観光入込客数(山形県・延べ)

(千人)

令和4年	統計	観光地点計	観光地点						行催事・イベント
			自然	歴史・文化	温泉・健康	スポーツ・レクリエーション	都市型観光	その他	
1-3月期	5,013	4,733	154	627	1,229	840	598	1,285	280
4-6月期	8,867	7,938	560	1,351	1,342	854	947	2,884	929
7-9月期	10,888	9,017	664	1,655	1,517	1,068	1,058	3,055	1,871
10-12月期	8,219	7,667	450	1,399	1,449	705	1,036	2,629	553
暦年	32,986	29,354	1,829	5,031	5,538	3,466	3,638	9,853	3,632

留意事項

- 観光地点及び行祭事・イベントの入込客数を共通基準における施設の種類別に集計。
- 上記は延べの人数であり、観光地点数ごとの重複を含んでいる。
- 端数の関係で総計と観光地点の内訳及び暦年と四半期毎の合計と一致しない場合がある。

V 参考資料一覧

- 参考資料 1 観光者数別観光地一覧（5万人以上）
- 参考資料 2 主たる観光地別観光者数
- 参考資料 3 調査対象観光地
- 参考資料 4 宿泊旅行統計調査（令和4年1月～12月）の概要
- 参考資料 5 令和4年外国人旅行者山形県内受入実績調査の結果

観光者数別観光地一覧（5万人以上）

区分 類型別	5万人以上 10万人未満	10万人以上 20万人未満	20万人以上 30万人未満	30万人以上 40万人未満	40万人以上 50万人未満	50万人以上 70万人未満	70万人以上 100万人未満	100万人以上
山 観光 岳 地		蔵王連峰 鳥海山 月山						
温泉 観光 地	アイアイひらた 太陽館（温泉） 添川温泉しらさぎ荘 瀬見温泉 小野川温泉 由良温泉 鷹野湯温泉 肘折温泉 まむろ川温泉 柳川温泉 「おくのほそ道」 赤倉ゆけむり館 りんご温泉 野口温泉（ぼんぼ館）	テルメ柏陵 やまぶし温泉ゆほか 赤湯温泉 ぼっぼの湯 八森温泉ゆりんこ 鳥海温泉 大石田温泉 寒河江温泉 若あゆ温泉 川西温泉 くしびき温泉ゆ-TOWN ギャラリー温泉「町湯」	東根温泉 暮点温泉 べに花温泉ひなの湯 山辺温泉 あつみ温泉 ひまわり温泉「ゆ・ら・ら」 なの花温泉	天堂最上川温泉ゆびあ 寒河江花咲か温泉 ゆ～チェリー 湯野浜温泉 銀山温泉	かみのやま温泉 天童温泉	蔵王温泉		
ス キ ー 場	月山スキー場 黒伏高原スノーパークJ			蔵王温泉スキー場				
海水浴場		湯野浜海水浴場						
名 所 ・ 旧 跡 観 光 地	善宝寺 白川ダム 白つつじ公園 谷地八幡宮 湯殿山神社	十六羅漢岩 鳥帽子山公園と八幡神社 亀岡文殊 三崎公園 東沢バラ公園 若松観音	徳良湖 寒河江公園 最上公園 天童公園（舞鶴山）	熊野大社と双松公園 大滝公園		山寺 羽黒山	松が岬公園	
観光道路等		鳥海ブルーライン	蔵王ライン				蔵王エコライン	
道 の 駅	田沢 おおえ 高麗館	ぶな茶屋 観光やな場 たかはた 月山銘水館	めざみの里観光物産館 しゃりん しょうない	むらやま あさひまち 花笠の里ねまる		川のみなと長井 チェリーランド わくわくランド	ふらっと 米沢	
そ の 他 の 観 光 地	庄内おびこの里「こまぎ」 Asahi自然観 観光果樹園（東根市） 前森高原 Q1（旧山形まなび館） 山形県産業科学館 御殿堰 山形美術館 めんたま畑 県民の森 FOODEVER 米の粉の滝ドライブイン ふるさと森林公園 旧長井小学校第一校舎 マッシュルームスタンド ひがしねあそびあランド 源流の森 面白山 さくらんぼ観光果樹園 （寒河江市） JAしらたか愛菜館 小倉交流館	みなと市場 市民直売所菜なポート おくのほそ道尾花沢そば街道 山形テルサ 安久津八幡神社 日和山小幡楼 産直たわわ 西蔵王公園 産直まゆの郷 最上川三難所そば街道 百万石の里しやきつと 文翔館 JA山形おきたま 雨降直売センター（愛菜館） リナワールド いちご畑 慈恩寺テラス	アグリランド東部産直センター 山形魅力発信モール 山形国際交流プラザ かわにし森のマルシェ よねおりかんこうセンター 大石田そば街道 白糸の滝ドライブイン 新産業創造館「クラッセ」	最上川ふるさと総合公園 さかた海鮮市場 加茂水族館 どりのむ農園直売所 川の駅ヤナ茶屋もがみ 山形まるごと館 紅の蔵	酒田夢の倶楽（山居倉庫） 産直あぐり 庄内観光物産館 アグリランド産直センター	山形県観光物産会館 よってけボボラ		

主たる観光地別観光者数

(単位：千人)

区分	観光地	令和4年度			令和3年度	前年度比 (%)	
		合計	県内	県外			
山岳観光地	山岳観光地 計	551.5	296.7	254.8	488.3	112.9	
	主な観光地	蔵王連峰	194.9	107.5	87.4	98.3	198.3
		鳥海山	132.8	69.5	63.3	129.6	102.5
		月山	107.1	57.6	49.5	113.3	94.5
		朝日連峰	47.2	20.2	27.0	55.8	84.6
		神室山	24.6	15.0	9.6	23.1	106.5
		吾妻連峰	16.7	8.4	8.3	17.3	96.5
温泉観光地	温泉観光地 計	7,588.1	5,242.7	2,345.4	6,303.8	120.4	
	主な観光地	蔵王温泉	656.1	260.3	395.8	504.7	130.0
		かみのやま温泉	498.4	203.4	295.0	314.7	158.4
		天童温泉	411.9	186.3	225.6	210.8	195.4
		天童最上川温泉ゆぴあ	359.2	323.7	35.5	310.1	115.8
		寒河江花咲か温泉 ゆ〜チェリー	341.5	286.7	54.8	291.3	117.2
		湯野浜温泉	302.6	135.6	167.0	228.7	132.3
		銀山温泉	302.3	120.0	182.3	248.5	121.6
		東根温泉	277.8	194.6	83.2	231.4	120.1
		碁点温泉	271.1	206.8	64.3	242.4	111.8
		べに花温泉ひなの湯	257.6	249.8	7.8	221.0	116.6
		山辺温泉	255.5	253.0	2.5	227.9	112.1
		あつみ温泉	226.6	82.2	144.4	152.1	149.0
		ひまわり温泉「ゆ・ら・ら」	217.6	205.4	12.2	205.9	105.7
		なの花温泉	194.2	184.4	9.8	188.4	103.1
		テルメ 柏陵	191.8	172.7	19.1	198.1	96.8
スキー場	スキー場 計	826.0	419.7	406.3	794.3	104.0	
	主な観光地	蔵王（スキー場）	312.8	118.7	194.1	260.8	119.9
		月山（スキー場）	78.6	31.4	47.2	111.9	70.2
		黒伏高原スノーパークJJ	57.8	31.4	26.4	62.8	92.0
		天童高原スキー場	40.7	36.9	3.8	34.3	118.7
		たらのきだい（スキー場）	36.1	32.6	3.5	30.0	120.3
		米沢（スキー場）	36.0	10.7	25.3	41.3	87.2
		赤倉（スキー場）	33.6	13.5	20.1	26.9	124.9
		猿倉スキー場	32.5	13.0	19.5	27.9	116.5
		天元台高原（スキー場）	29.6	14.6	15.0	24.8	119.4
Asahi自然観スキー場	27.7	22.6	5.1	33.4	82.9		
海水浴場	海水浴場 計	248.7	165.4	83.3	396.8	62.7	
	主な観光地	湯野浜海水浴場	142.2	85.3	56.9	213.7	66.5
		由良海水浴場	49.4	34.6	14.8	112.7	43.8
		加茂レインボービーチ	15.6	14.0	1.6	12.9	120.9
		小波渡海水浴場	10.8	9.7	1.1	17.0	63.5
		西浜海水浴場	9.7	6.8	2.9	15.6	62.2

主たる観光地別観光者数

(単位：千人)

区分	観光地	令和4年度			令和3年度	前年度比 (%)	
		合計	県内	県外			
名所・旧跡観光地	名所・旧跡観光地 計	5,336.6	2,573.8	2,762.8	4,158.9	128.3	
	主な観光地	松が岬公園	748.5	224.6	523.9	577.4	129.6
		山寺	593.0	183.0	410.0	391.7	151.4
		羽黒山	560.6	303.3	257.3	525.5	106.7
		熊野大社と双松公園	359.1	107.7	251.4	266.4	134.8
		大滝公園	321.9	112.8	209.1	314.5	102.4
		徳良湖	251.2	155.8	95.4	221.1	113.6
		寒河江公園	223.5	201.7	21.8	194.8	114.7
		最上公園	220.8	171.4	49.4	102.6	215.2
		天童公園（舞鶴山）	217.9	102.6	115.3	102.5	212.6
		十六羅漢岩	183.7	55.2	128.5	162.3	113.2
		烏帽子山公園と八幡神社	174.0	139.0	35.0	80.3	216.7
		亀岡文殊	153.9	63.4	90.5	88.7	173.5
		三崎公園	128.8	38.7	90.1	113.6	113.4
		東沢バラ公園	101.0	62.6	38.4	94.0	107.4
		若松観音	100.7	40.3	60.4	38.4	262.2
		善宝寺	88.0	35.2	52.8	81.2	108.4
観光道路等	観光道路等 計	1,163.4	563.3	600.1	890.1	130.7	
	観光地	蔵王エコーライン	766.3	306.5	459.8	572.1	133.9
		蔵王ライン	291.0	203.7	87.3	217.4	133.9
		鳥海ブルーライン	106.1	53.1	53.0	100.6	105.5
道の駅	道の駅 計	8,346.4	3,839.1	4,507.3	6,950.8	120.1	
	主な観光地	ふらっと	1,806.7	542.0	1,264.7	1,515.5	119.2
		米沢	1,650.2	495.0	1,155.2	1,486.6	111.0
		チェリーランド	906.0	753.3	152.7	682.5	132.7
		わくわくランド	791.0	197.4	593.6	579.6	136.5
		川のみなと長井	506.1	379.6	126.5	467.8	108.2
		むらやま	338.2	207.3	130.9	293.2	115.3
		あさひまち	336.1	262.5	73.6	316.4	106.2
		花笠の里ねまる	317.1	129.8	187.3	240.4	131.9
		めざみの里観光物産館	295.8	177.6	118.2	253.5	116.7
		しゃりん	226.7	79.5	147.2	160.6	141.2
しょうない	214.1	128.5	85.6	174.9	122.4		
その他の観光地	その他の観光地 計	11,973.6	8,191.5	3,782.1	10,075.9	118.8	
	主な観光地	山形県観光物産会館	634.5	190.4	444.1	468.7	135.4
		よってけポポラ	541.2	379.0	162.2	475.5	113.8
		酒田夢の倶楽（山居倉庫）	460.4	276.3	184.1	377.8	121.9
		産直めぐり	451.7	406.8	44.9	446.4	101.2
		庄内観光物産館	432.7	311.1	121.6	364.5	118.7
		アグリランド産直センター	403.9	363.6	40.3	393.8	102.6
		最上川ふるさと総合公園	385.9	347.3	38.6	317.1	121.7
		さかた海鮮市場	363.8	263.7	100.1	299.2	121.6
		加茂水族館	359.5	257.0	102.5	253.1	142.0
		どりいむ農園直売所	320.5	275.9	44.6	333.6	96.1
川の駅ヤナ茶屋もがみ	316.5	126.7	189.8	271.3	116.7		
山形まるごと館 紅の蔵	309.1	216.5	92.6	298.5	103.6		
合 計		36,034.3	21,292.2	14,742.1	30,058.9	119.9	

山岳観光地(11箇所、44登山口)

吾妻連峰(天元台、大平、滑川、姥湯、五色)
飯豊連峰(長者原、中津川)
朝日連峰(宮宿、古寺、大井沢、五味沢、大鳥口、長井、野川、草岡、白兔)
蔵王連峰(蔵王温泉、宝沢)
月山(羽黒口、湯殿山口、志津、本道寺、岩根沢)
葉山(畑、岩野、山ノ内)
御所山(鶴子、観音寺)
神室山(土内、山屋、向町、大堀、蒲沢、有屋)
加無山(大滝、鏡沢、小又)
摩耶山(倉沢口、関川、越沢)
鳥海山(蔵岡、吹浦、二の滝、湯の台)

温泉観光地(66箇所)

《村山地域》

蔵王(山形市)、寒河江、花咲か温泉ゆ〜チェリー(寒河江市)、かみのやま(上山市)、基点(村山市)、天童、天童最上川(天童市)、東根(東根市)、銀山(尾花沢市)、山辺(山辺町)、ひまわり温泉(中山町)、べに花温泉ひなの湯(河北町)、水沢、月山志津、大井沢温泉館(西川町)、五百川、りんご(朝日町)、柳川、テルメ柏陵(大江町)、大石田(大石田町)

《最上地域》

神室(金山町)、瀬見、大堀、赤倉、せみの湯、「おくのほそみち」赤倉ゆけむり館(最上町)、若あゆ(舟形町)、まむろ川(真室川町)、肘折(大蔵村)、羽根沢(鮭川村)、草薙、野口(戸沢村)

《置賜地域》

白布、新高湯、小野川、滑川、姥湯、湯の沢、大平(米沢市)、赤湯(南陽市)、太陽館(高畠町)、川西(川西町)、飯豊、小国(小国町)、鷹野湯(白鷹町)、添川(飯豊町)

《庄内地域》

由良、湯田川、湯野浜、湯の瀬、あつみ、かたくり、やまぶし、くしびき、ぼっぽの湯(鶴岡市)、湯の台、八森、松山、アイアイひらた、小林温泉(酒田市)、月の沢、ギャラリー温泉「町湯」(庄内町)、なの花(三川町)、湯ノ田、鳥海(遊佐町)

スキー場 (22 箇所)

《村山地域》

蔵王温泉(山形市)、蔵王ライザ、猿倉(上山市)、天童高原(天童市)、黒伏高原スノーパーク・ジャングル ジャングル(東根市)、花笠高原(尾花沢市)、月山(西川町)、A s a h i 自然観(朝日町)

《最上地域》

新庄市民(新庄市)、赤倉温泉(最上町)、神室(金山町)、秋山(真室川町)、湯ノ台(大蔵村)

《置賜地域》

米沢、小野川温泉、天元台高原(米沢市)、横根(小国町)

《庄内地域》

羽黒山、たらのきだい、湯殿山(鶴岡市)、鳥海山、松山(酒田市)

海水浴場 (11 箇所)

《庄内地域》

三瀬、由良、湯野浜、小波渡、加茂レインボービーチ、マリンパークねずがせき(鶴岡市)、宮海、飛鳥(酒田市)、西浜、十里塚、釜磯(遊佐町)

名所・旧跡観光地 (77 箇所)

《村山地域》

山寺、唐松観音(山形市)、寒河江公園(寒河江市)、春雨庵、脇本陣滝沢屋(上山市)、東沢バラ公園(村山市)、天童公園(舞鶴山)、若松観音、御苦楽園、郡役所資料館、建勲神社(天童市)、大滝公園、東根の大ケヤキ(東根市)、養泉寺、徳良湖(尾花沢市)、谷地八幡宮、岩木観音(河北町)、大沼浮島、榎平の棚田(朝日町)、水郷左沢、大山自然公園(大江町)、最上三十三観音(大石田町)

《最上地域》

最上公園、芭蕉乗船の地(新庄市)、封人の家、最上三十三観音(最上町)、猿羽根山公園(舟形町)、庭月観音(鮭川村)、最上峡芭蕉ライン観光(最上川舟下り)、最上川舟下り義経ロマン観光(最上峡めぐり)(戸沢村)

《置賜地域》

松が岬公園、上杉家御廟、小野川大黒天、普門院(米沢市)、あやめ公園、はぎ公園、白つつじ公園、野川溪谷と木地山ダム、久保桜、古代の丘、文教の杜ながい(長井市)、熊野大社と双松公園、烏帽子山公園と八幡神社(南陽市)、亀岡文殊(高島町)、置賜公園(ダリヤ園・ハーブガーデン)(川西町)、大宮子易両神社(小国町)、釜の越桜と薬師桜(白鷹町)、白川ダム(飯豊町)

《庄内地域》

善宝寺、金峯山、南岳寺、致道館、旧風間家住宅丙申堂、羽黒山、注連寺、大日坊、多層民家、荒沢ダム、湯殿山神社、念珠の松庭園、玉川寺、松ヶ岡開墾記念館、近世念珠関址(鶴岡市)、飛鳥、本間家旧本邸、山居倉庫、海向寺、玉簾の滝、松山歴史公園、眺海の森、旧阿部家、山王くらぶ(酒田市)、白狐山光星寺、清川歴史公園(庄内町)、十六羅漢岩、三崎公園、旧青山本邸(遊佐町)

観光道路等（3箇所）

《村山地域》

蔵王ライン(山形市)、蔵王エコーライン(上山市)

《庄内地域》

鳥海ブルーライン(遊佐町)

道の駅(21箇所)

《村山地域》

チェリーランド(寒河江市)、むらやま(村山市)、わくわくランド(天童市)、花笠の里ねまる(尾花沢市)、ぶらっとぴあ(河北町)、月山銘水館(西川町)、あさひまち(朝日町)、おおえ(大江町)

《最上地域》

高麗館(戸沢村)

《置賜地域》

田沢、米沢(米沢市)、川のみなと長井(長井市)、たかはた(高畠町)、ぶな茶屋(小国町)、観光やな場(白鷹町)、めざみの里観光物産館(飯豊町)

《庄内地域》

月山あさひ博物村、しゃりん(鶴岡市)、いろり火の里(三川町)、しょうない(庄内町)、ふらっと(遊佐町)

その他の観光地(147箇所)

《村山地域》

山形美術館、県立博物館、面白山、文翔館、最上義光歴史館、山形市郷土館、山寺芭蕉記念館、山形まるごと館「紅の蔵」、水の町屋七日町御殿堰、山形県観光物産会館、洗心庵、山形国際交流プラザ、山形県産業科学館、西蔵王公園、Q1(旧山形まなび館)、山形テルサ、山形魅力発信モール(山形市)、さくらんぼ観光果樹園、アグリランド産直センター、最上川ふるさと総合公園、アグリランド東部産直センター、さくらんぼ友遊館、慈恩寺テラス(寒河江市)、斎藤茂吉記念館、上山市観光果樹園、上山城、リナワールド、ZAOたいらぐら(上山市)、最上川三難所舟下り、最上川美術館、最上川三難所そば街道、観光さくらんぼ村(村山市)、天童市観光果樹園、天童高原キャンプ場、天童市美術館、出羽桜美術館、天童市将棋資料館、天童ワイン、じゃがらむら、将棋駒関連施設(天童市)、東根市観光果樹園、東の杜、よってけポポラ、ひがしねあそびあランド(東根市)、芭蕉・清風歴史資料館、花笠高原、おくのほそ道尾花沢そば街道(尾花沢市)、県民の森(山辺町)、児童動物園、紅花資料館、遊蔵(河北町)、弓張平公園、月山湖水の文化館、寒河江ダムスポーツ広場、県立自然博物館(西川町)、Asahi自然観、朝日町ワイン城、蔵の広場(朝日町)、小倉交流館(大江町)、歴史民俗資料館、大石田そば街道(大石田町)

《最上地域》

新庄ふるさと歴史センター、産直まゆの郷（新庄市）、遊学の森、街並み案内・マルコの蔵、産直ちようほう屋（金山町）、前森高原、川の駅ヤナ茶屋もがみ、産直「高原の茶屋」（最上町）、アユパークふながた、長沢地区小国川多目的広場、産直「まんさく」、マッシュルームスタンド、舟形町観光物産センター「めがみ」（舟形町）、歴史民俗資料館（真室川町）、鮭川村エコパーク、産直「さけまるくん」（鮭川村）、白糸の滝ドライブイン（戸沢村）

《置賜地域》

天元台（リゾート）、笹野民芸館、東光の酒蔵、さくらんぼ観光果樹園、宮坂考古館（米沢市）、市民直売所菜なポート、旧長井小学校第一校舎（長井市）、南陽市観光果樹園、南陽愛菜館、ワイナリー（大浦ぶどう酒、酒井ワイナリー、佐藤ぶどう酒、須藤ぶどう酒工房）、ゆーなび からころ館（南陽市）、安久津八幡神社、高畠ワイナリー、よねおりかんこうセンター、浜田広介記念館（高畠町）、かわにし森のマルシェ（川西町）、観光わらび園、白い森交流センター、美森マルシェ（小国町）、ふるさと森林公園、どりいむ農園直売所、しらたか産直「愛菜館」（白鷹町）、どんでん平ゆり園、源流の森（飯豊町）

《庄内地域》

加茂水族館、致道博物館、海洋釣堀、大宝館、本長漬物蔵、庄内神社宝物殿、ふるさとむら宝谷、鶴岡市観光果樹園、月山ダム展望台、足湯カフェ「チットモッエ」、六十里越街道、スタジオセディック庄内オープンセット、藤沢周平記念館、庄内観光物産館、東田川文化記念館、百万石の里しゃきっと、米の粉の滝ドライブイン、産直めぐり、庄内おばこの里「こまぎ」、FOODEVER、関川しな織りセンター（鶴岡市）、本間美術館と鶴舞園、酒田市立資料館、土門拳記念館、スワンスケートリンク、出羽遊心館、酒田市美術館、夕日の丘オートキャンプ場、相馬樓、北港緑地展望台、酒田夢の倶楽（山居倉庫）、さかた海鮮市場、海洋センター、鳥海高原家族旅行村、産直たわわ、めんたま畑、みなと市場、いちご畑、オランダせんべいFACTORY、日和山小幡楼（酒田市）、産直みかわ（三川町）、亀ノ尾の里資料館、風車村、新産業創造館「クラッセ」（庄内町）、西浜キャンプ場、遊佐町農林漁業体験実習館さんゆう（遊佐町）

宿泊旅行統計調査（令和4年1月～12月）の概要

I 宿泊旅行統計調査の目的等

我が国の宿泊旅行の実態を明らかにし、その結果を今後の観光政策の立案に活用することを目的に統計法（平成19年法律第53号）に基づく一般統計調査として国土交通省観光庁が実施。

II 調査結果の概要

1 調査対象期間 令和4年1月から12月

2 調査対象施設 全国のホテル、旅館、簡易宿所、会社・団体の宿泊所などの全宿泊施設
全宿泊施設数： 63,833 施設

3 有効回収率

区分	1月	2月	3月	4月	5月	6月
回収率(全体)	61.1%	57.1%	53.5%	56.5%	56.8%	53.6%

区分	7月	8月	9月	10月	11月	12月
回収率(全体)	56.7%	55.4%	54.3%	56.0%	54.5%	52.7%

4 集計結果の概要

令和4年延べ宿泊者数は約4億5,046万人泊であり、令和3年と比べ41.8%増加した。うち外国人は約1,650万人泊であり、令和3年に比べ282.3%増加した。全体に占める外国人の割合は3.7%である。

(1) 都道府県別延べ宿泊者数

1位の東京都が約5,904万人泊（宿泊者数全体に占めるシェア13.1%）、2位の大阪府が約3,052万人泊（同6.8%）、3位の北海道が約2,917万人泊（同6.5%）、4位の千葉県が約2,280万人泊（同5.1%）、5位の神奈川県が約2,209万人泊（同4.9%）であり、上位5都道府県で全国でのシェアは約3.6割を占めている。

(2) 都道府県別外国人延べ宿泊者数

1位の東京都が約678万人泊（外国人延べ宿泊者数全体に占めるシェア41.1%）、2位の大阪府が約213万人泊（同12.9%）、3位の京都府が約141万人泊（同8.6%）、4位の北海道が約86万人泊（同5.2%）、5位の千葉県が約85万人泊（同5.2%）であり、上位5都道府県で全国でのシェアは約7.2割を占めている。

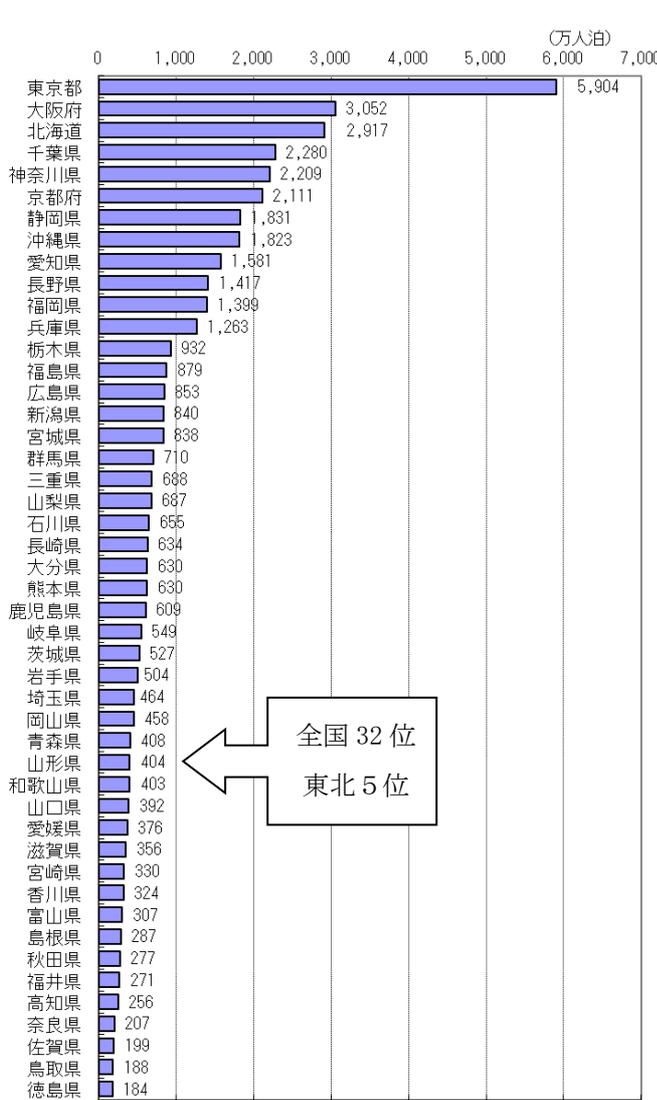
国籍（出身地）別に見ると、1位がアメリカ（同14.7%）、2位が韓国（同14.4%）、3位が中国（同7.3%）で、上位3か国で全体の約4割を占める。

5 宿泊旅行統計における山形県の状況

山形県の宿泊者数は、約404万人泊であり、令和3年と比べ17.1%増加した。うち外国人宿泊者数は約2.6万人泊であり、令和2年に比べ62.7%増加した。

全国での位置づけは、宿泊者数は、全国32位（令和3年33位）、東北5位（同5位）、外国人宿泊者数は全国38位（同33位）、東北4位（同5位）となっている。

都道府県別延べ宿泊者数（令和4年）



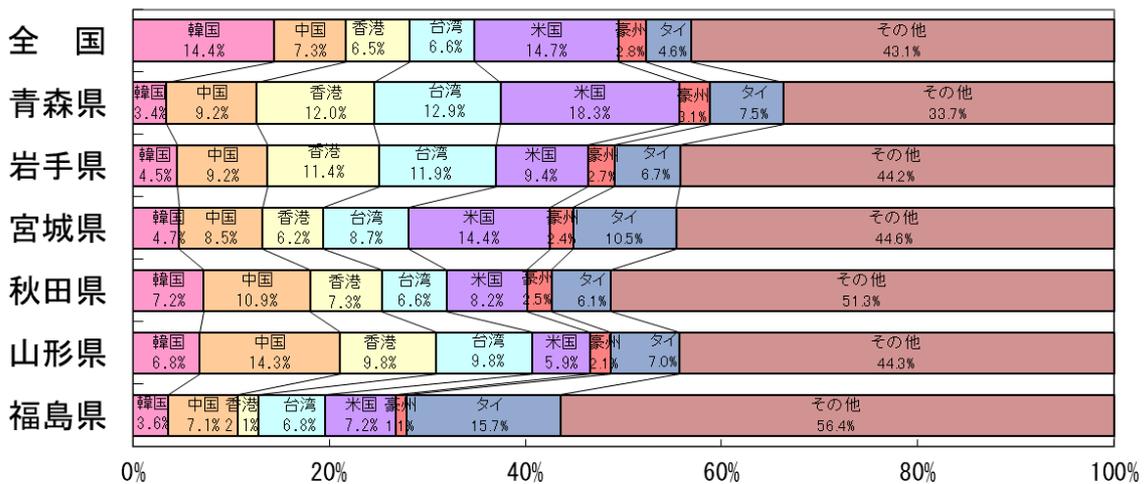
全国 32位
東北 5位

都道府県別外国人延べ宿泊者数（令和4年）



全国 38位
東北 4位

国籍（出身地）別外国人延べ宿泊者の割合



※従業者数10人以上の施設に対する調査から作成

令和4年外国人旅行者県内受入実績調査の結果について

1 調査方法

- ① 宿泊者数：観光庁宿泊旅行統計（確定値）、従業者数10人以上の宿泊施設が対象
- ② 立寄者数：立寄35市町村114地点へのアンケート調査（観光復活推進課調べ）

2 調査結果

○受入延人数 56,051人（前年増減率228.1%、38,968人増）

○概況

令和4年（1～12月）における外国人旅行者受入延人数（宿泊者数＋立寄者数）は、政府による水際対策の緩和により、新型コロナウイルス感染症の影響を受けて大幅に減少した前年と比べ228.1%の増加となった。

【主な市場別の動向】

国名 （構成比）	受入延人数
台湾 （11.3%）	6,321人（前年増減率 357.7%、4,940人増）
韓国 （5.7%）	3,194人（前年増減率 443.2%、2,606人増）
香港 （8.7%）	4,852人（前年増減率 4,656.9%、4,750人増）
中国 （12.1%）	6,781人（前年増減率 118.7%、3,681人増）
米国 （6.2%）	3,454人（前年増減率 80.8%、1,544人増）
豪州 （1.9%）	1,071人（前年増減率 285.3%、793人増）
ASEAN （17.7%）	3か国合計 9,915人（前年増減率 1,594.9%、9,330人増）
	（内訳）タイ 4,930人（前年増減率 1,490.3%、4,620人増）
	シンガポール 3,208人（前年増減率 1,702.2%、3,030人増）
	マレーシア 1,777人（前年増減率 1,732.0%、1,680人増）
欧州 （6.2%）	3,483人（前年増減率 170.8%、1,557人増）

※「欧州」の受入延人数はイギリス・ドイツ・フランス・イタリア・スペインの受入延人数の合計

令和4年 外国人旅行者県内受入実績調査結果

調査対象期間: 令和4年1月～12月

調査対象施設: 県内宿泊施設(従業者数10人以上)(出典: 観光庁宿泊旅行統計(確定値))、立寄35市町村114地点(県観光復活推進課調)

1. 国別内訳

(単位: 人)

	合計	台湾	韓国	香港	中国(香港除く)	アメリカ	オーストラリア	タイ	シンガポール	マレーシア	欧州	その他
宿泊者数	21,860	2,140	1,480	2,150	3,120	1,300	450	1,530	1,100	550	1,280	5,910
立寄者数	34,191	4,181	1,714	2,702	3,661	2,154	621	3,400	2,108	1,227	2,203	10,220
合計(延受入数)	56,051	6,321	3,194	4,852	6,781	3,454	1,071	4,930	3,208	1,777	3,483	16,130

(参考)

R3年延受入数	17,083	1,381	588	102	3,100	1,910	278	310	178	97	1,926	7,063
対前年増減率	228.1%	357.7%	443.2%	4656.9%	118.7%	80.8%	285.3%	1490.3%	1702.2%	1732.0%	80.8%	128.4%

※ 宿泊者数の合計には国籍不明者が含まれるため、国・地域別の宿泊者数を足し上げた数値と一致しない。

※ 「欧州」はイギリス、ドイツ、フランス、イタリア、スペインの足し上げ。

2. 受入地域別内訳(宿泊者数と立寄者数の計)

	合計	台湾	韓国	香港	中国(香港除く)	アメリカ	オーストラリア	タイ	シンガポール	マレーシア	欧州	その他
村山	40,914	4,814	2,082	3,609	5,289	2,107	763	4,284	2,470	1,578	2,014	11,904
最上	1,010	113	14	157	90	94	23	88	31	9	9	382
置賜	2,898	681	297	208	229	413	10	84	237	28	128	583
庄内	4,896	203	377	305	266	501	161	137	220	47	989	1,690

※ 国別内訳の宿泊者数は調査票未回収分について推計しているが、2.地域別内訳の宿泊者数は調査票回収分の足し上げであるため、各数値は一致しない。

<参考: 令和3年(1月～12月)の調査結果>

	合計	台湾	韓国	香港	中国(香港除く)	アメリカ	オーストラリア	タイ	シンガポール	マレーシア	欧州※	その他
宿泊者数	8,680	310	370	60	2,070	650	80	160	50	40	380	4,360
立寄者数	8,403	1,071	218	42	1,030	1,260	198	150	128	57	1,546	2,703
合計(延受入数)	17,083	1,381	588	102	3,100	1,910	278	310	178	97	1,926	7,063
対前年増減率	△86.4%	△98.1%	△69.2%	△99.2%	△62.3%	△8.1%	△88.6%	△97.0%	△90.4%	△94.3%	—	—

※ 令和2年の「その他」は「欧州」も含んでいるため、「欧州」「その他」の対前年増減率なし

出典 宿泊者数 観光庁宿泊旅行統計(確定値)、立寄者数 県観光復活推進課調

令和4年度山形県観光者数調査

印刷・発行 令和5年10月
編集・発行 山形県
観光文化スポーツ部 観光復活推進課
〒990-8570 山形市松波二丁目8番1号
TEL 023-630-3821
<https://www.pref.yamagata.jp/>

「第2次おもてなし山形県観光計画～beyond2020～」の概要

位置付け	おもてなし山形県観光条例に基づく観光の振興に関する基本計画	計画期間	令和2年度(2020年度)～6年度(2024年度) <5年間>
基本目標	県民の総参加と全産業の参加による観光振興施策の実施を通して、観光による交流人口の拡大を図り、本県経済を持続的に発展させるとともに、魅力ある活力に満ちた地域社会を築くことによって、『「観光立県山形」の確立』を目指す。	数値目標	観光消費額 2,600億円 ※参考管理指標として、観光者数、外国人受入数、県観光HPアクセス数等も設定

環境の変化	<社会環境の変化> <ul style="list-style-type: none"> ・日本人の人口減少や少子・高齢化の進展 ・グローバル化の更なる進展 ・スマートフォンの普及・通信環境の高度化等、ICT化が世界中で進展 	<観光環境の変化> <ul style="list-style-type: none"> ・国内の外国人旅行者の増加 ・個人旅行化・ニーズの多様化 ・県内の交通インフラの整備（東北中央自動車道の開通・延長、LCC就航等）
--------------	--	--

計画の方向性（観光振興施策）

観光消費拡大に向け、消費単価・訪問者数アップを両輪に、マーケティングに基づき、「山形ならではの」特性・資源を活用して、SDGsの視点から「基本的施策」と「リーディングプロジェクト」を展開する

基本的施策（条例の基本的施策を4本の柱に体系化）

1 魅力的な観光地域づくり

- ①郷土愛やおもてなしの心の醸成と観光客との交流促進
- ②国内外から本県への移動手手段の確保・二次交通の充実
- ③観光地や観光・宿泊施設等での安全・安心・快適な環境の整備
- ④観光資源の発掘・磨き上げ、各種ツーリズムの推進

2 効果的な情報発信（情報でのおもてなし）

- ①デジタルマーケティングの推進～増加する個人旅行客に向けて～
- ②各種媒体や人的ネットワークを活用した情報発信の充実

3 観光交流人口の拡大

- ①国内誘客の推進
- ②インバウンド誘客の推進
- ③アウトバウンド・相互交流の促進
- ④MICE誘致・国際イベントを活用した本県への誘導

4 観光産業の成長促進による地域活性化

- ①観光産業を担う人材の育成・確保
- ②観光事業者等の生産性向上
- ③DMOの形成・育成の促進・支援
- ④SDGsの視点を取り入れた観光産業の持続的発展による地域活性化

リーディングプロジェクト（集中・重点・加速化して取り組む施策）

★ 急速なICT化の進展や個人旅行化への対応、また外国人旅行者の取込み、高齢化や人口減少への対応などの本県観光の新たな課題に対して、集中・重点・加速化して取り組む施策をリーディングプロジェクトに設定

I ICT等を活用したインバウンド拡大の加速化（デジタルマーケティングの展開）

- 個人旅行者向け、デジタルプロモーションの展開
（ICTを最大限に活用した「旅マエ・旅ナカ・旅アト」での効果的なアプローチ）
- 旅の情報を提供する観光案内所の機能と予約システムを兼ね備えた観光サイトの構築
（県観光ホームページのリニューアル）
- エリア、タイム、テーマ別の地域資源の発掘・磨き上げ・発信・商品化
- 外国人旅行者を海外・国内・東北から山形へ向ける仕掛けづくり（アクセス向上）
- 欧州・米国・豪州など、対象市場の拡大 ●各国・地域の市場特性を踏まえた誘客対策

II 稼ぐ観光地域づくりによる地域活性化

- 観光産業の担い手となる人材の育成・確保
- DMOの形成や安定運営及び能力向上のための支援
- 大学や民間企業等との協働による観光マーケティングの促進
- 宿泊・滞在型観光の推進 ●ICTの活用などによる宿泊施設・観光施設の生産性向上
- 宿泊・飲食・物販・農業など地域内の業種が連携した地域ならではの付加価値の高いサービスの提供
- DMO等による観光地のブランド化の推進（「世界の蔵王」プロジェクト、出羽百観音プロジェクト等）
- 県民総参加・全産業参加によるおもてなし実践力の向上

III 各種ツーリズムの推進

- 精神文化、歴史、美食・美酒、温泉、山岳・森林、産業、スポーツ、伝統文化、カルチャー（生活文化）等、「山形ならではの」魅力的な観光資源を活用した各種ツーリズムの展開

1 魅力的な観光地域づくり

①郷土愛やおもてなしの心の醸成と観光客との交流促進

- ◇学校・地域等で、歴史や文化、自然、観光など、郷土の魅力を知り、自ら発信する機会の充実
 - ・修学旅行先での郷土の魅力PR活動や観光客へのガイド体験の実施
- ◇県・市町村職員一人ひとりが営業マン・ウーマンとなって本県魅力を発信し、売り込む意識の醸成
- ◇県民総参加・全産業参加によるおもてなし実践力の向上
 - ・東北DCを契機とした県民総参加・全産業参加によるおもてなし機運醸成の取り組み

②国内外から本県への移動手段の確保・二次交通の充実

- ◇国内線新規路線の就航誘致、チャーター便の誘致拡大、国際定期便の就航誘致
 - ◇県内空港への定期便の増便や仙台空港・新潟空港などの近隣県の空港との連携強化
 - ◇外航クルーズ船の誘致促進
 - ◇旅行者のゲートウェイとなる空港・港湾の機能強化
 - ◇東北中央自動車道等の高速道路及び地域高規格道路等の道路交通網の整備促進及び利便性向上
 - ◇観光案内やRVパーク等の観光拠点機能等をもつ「道の駅」の利便性向上及び整備促進
 - ◇成田空港・羽田空港、首都圏・関西圏などからの本県への誘導
 - ◇フル規格の奥羽・羽越新幹線の早期実現に向けた取り組み
 - ◇観光地へのラストワンマイルをつなぐ二次交通の充実
 - ◇交通データの収集と共有化等によるMaaS（※）の導入促進
- ※MaaS：複数の交通手段や行先での宿泊・サービスの予約などをスマートフォンで一括して手配し、キャッシュレスで、無駄な待ち時間なく、スムーズに移動できる利便性の高いサービス

③観光地や観光・宿泊施設等での安全・安心・快適な環境の整備

- ◇バリアフリー化、Wi-Fi等の通信環境整備など、誰もが快適に旅行できる環境の整備
- ◇観光案内所やスマートフォン等の活用による現地における観光情報の提供の充実強化（観光施設、宿泊施設、二次交通、Wi-Fi環境、免税店等の情報提供）
- ◇多言語案内表記、観光ガイド、自動翻訳機導入促進など、インバウンド受入環境の充実
- ◇災害対応力の充実強化、訪日外国人旅行者に対する医療・災害対応の充実

④観光資源の発掘・磨き上げ、各種ツーリズムの推進

- ◇エリア・タイム・テーマ別の地域資源の発掘・磨き上げ・発信・商品化
 - <エリア>県内各地域、県全体、東北地域など、エリア別の商品造成
 - <タイム>モーニング、ナイトタイムなど、時間帯別の商品造成
 - <テーマ>精神文化、歴史、美食・美酒、山岳、景観、産業、スポーツ、伝統文化、カルチャー（生活文化）、医療などの地域資源を活用したテーマごとの商品造成
- ◇「山形ならではの」魅力的な観光資源を活用した各種ツーリズムの展開
 - ・精神文化、歴史、美食・美酒、温泉、山岳・森林、産業、スポーツ、伝統文化、カルチャー（生活文化）、インフラ、医療 など

<精神文化ツーリズム>

日本遺産「出羽三山『生まれかわりの旅』」や「山寺と紅花」の山寺（立石寺）、本山慈恩寺、出羽百観音などの精神文化を深く理解し、その歴史等に基づくストーリーを辿る「歴史・精神文化ツーリズム」を展開します。

<美食・美酒・温泉ツーリズム>

全市町村から湧出する本県魅力ある「温泉」地を拠点に滞在してもらい、本県ならではの「美食・美酒」を楽しみながら、その「美食・美酒」を育んだ歴史や文化等を体感できる「美食・美酒・温泉ツーリズム」を展開します。

<山岳・森林ツーリズム>

日本百名山の鳥海山や蔵王山など、本県の山岳・森林の四季折々の豊かな自然景観等を、トレッキング・カヤック・自転車等の人力による移動手段を利用して体感し、地域の歴史や文化、人々との交流を楽しむ「山岳・森林ツーリズム」を展開します。

<産業ツーリズム>

本県の伝統に裏打ちされた技術力と堅実な県民性が育んだ、高品質なモノづくりの現場体験・見学などの産業ツーリズムを展開します。

<スポーツツーリズム>

スポーツを「観る（観戦）」、「する（楽しむ）」ことに加え、周辺の観光やスポーツを「支える」人々との交流等も含めた、「スポーツツーリズム」を展開します。近年、国内外から注目度が高い、「サイクルツーリズム」や居合等の「武道ツーリズム」による誘客拡大の取り組みを強化します。

<伝統文化ツーリズム>

黒川能、黒森歌舞伎、林家舞楽などの各地に残る民俗芸能・文化財やユネスコ無形文化遺産の新庄まつりなどの「祭り」等、地域で継承・伝承されている伝統文化を保存・活用する、「伝統文化ツーリズム」を展開します。

<カルチャー（生活文化）ツーリズム>

山形県総合文化芸術館や山形美術館、山形交響楽団などから発信される芸術文化や、雪国文化等、地域の暮らしに息づいている生活文化等を活かした、「カルチャーツーリズム」を展開します。

特に、雪国である本県の暮らしには、積雪による生活上の厳しさが伴う一方で、雪国だからこそ育まれてきた豊かな文化や地域の魅力、また、雪を資源として活用する発想も多くあり、雪があるから遊び、雪があるから寄り添い、雪があるから輝ける、この山形の雪の魅力「スノーカルチャー」を国内外に発信します。

<その他>

ヘルスツーリズム（クアオルト等）や医療ツーリズム、インフラツーリズム、アニメツーリズムなどの各種ツーリズムを推進し、国内外からの観光誘客を図ります。

◇宿泊・滞在型観光の推進

◇近隣県連携による広域観光周遊ルートの確立

◇農業や飲食店等の産業間連携による新たな観光コンテンツづくり・魅力向上

・短期農業体験プログラム

・宿泊施設や飲食店・土産店などにおける県産品の活用促進 等

2 効果的な情報発信（情報でのおもてなし）

①デジタルマーケティングの推進 ～増加する個人旅行者に向けて～

- ◇「旅マエ・旅ナカ・旅アト」でのICTを活用した国内外のターゲットに応じた効果的なアプローチ
 <旅マエ>どこに旅行するか、何をするか決める期間
 (例) 動画サイト等への動画の配信、デジタル広告、観光予約サイトの充実 等
 <旅ナカ>旅行を満喫する期間
 (例) 「今だけ・ここだけの旬の情報」の提供、観光予約サイトの充実 等
 <旅アト>旅行の余韻にひたる期間
 (例) 旅行の予約をした方やSNS等で発信した方へのデジタル広告の配信 等
- ◇旅の情報を提供する観光案内所の機能と予約システムを兼ね備えた観光サイトの構築・運用
 (県観光ホームページ「やまがたへの旅」のリニューアル)
 ・交通・宿泊・体験プログラム等の旅行商品を共有できる管理システムの構築
 ・本県への交通手段、宿泊施設、体験型プログラム等の旅行商品の検索・予約・決済までをワンストップで行えるウェブサイトの構築(OTA(※1)、航空会社、バス会社、旅行会社等のサイトとの連動)
- ◇デジタルデータによる事業効果の検証
 ・デジタル媒体を活用した「作って：届けて：計測する(3:6:1)」体制の強化
- ◇UNWTO(※2)等の様々な機関のデータやICTの活用等による統計情報の収集・分析に基づくマーケティングと県内観光地間の情報共有化による観光戦略の全県的な展開

Webを活用した取組例のイメージ

	旅マエ	旅ナカ	旅アト
	認知	検討・予約	予約・旅行
旅行者の行動	どこに旅行するか決める期間 <旅への興味、情報収集> ・様々な観光地の情報を収集 ・動画サイト等で何がしたいのかをイメージ	山形で何をするか決める期間 <情報収集、計画・予約> ・具体的な観光地情報を収集 ・旅行の計画を立てる ・交通手段・宿泊先等の予約	山形の旅を満喫する期間 <情報収集・予約・体験> ・交通情報の収集・予約 ・観光地の情報を収集 ・体験プログラム等の予約 ・飲食店等の情報収集 ・お土産情報の収集
訴求テーマ	・来県につながるような映像や画像による山形県の魅力の発信 ・優れた山形の魅力の発信	・交通手段、宿泊、体験等の紹介、予約・決済 ・天気、交通、災害等の情報	・当日開催のイベントや体験プログラム情報の提供
効果的アプローチ	・動画の配信 ・追跡型広告(デジタル広告) ・県観光情報ポータルサイト上の記事及び予約システム ・インフルエンサーによる発信	・動画の配信 ・追跡型広告(デジタル広告) ・県観光情報ポータルサイト上の記事及び予約システム	・県観光情報ポータルサイト上の記事及び予約システム ・インフルエンサーによる情報発信
効果検証	【効果検証】 ・旅行者ニーズの分析・検証 ⇒ 県観光施策の方向性の改善 ・県観光情報ポータルサイトの分析・検証 ⇒ 県観光情報ポータルサイトの改善 ・県観光施策にかかる事業の効果・検証 ⇒ 既存事業の改善・検証結果に基づく事業の展開		
メディア活用	・県観光情報ポータルサイト ・YouTube ・Facebook ・Instagram	・県観光情報ポータルサイト ・YouTube ・Facebook ・Instagram	・県観光情報ポータルサイト ・Facebook ・Instagram ・県観光情報ポータルサイト

②各種媒体や人的ネットワークを活用した情報発信の充実

- ◇外国人視点に立った多言語ホームページやSNSなどを利用したタイムリーな情報の発信強化
- ◇各国・地域で影響力を持つメディア等のファムツアー(下見招請旅行)等による本県の魅力発信の強化
- ◇国内外の県人会や「やまがた特命観光・つや姫大使」、インフルエンサー、留学生等を活用した本県の魅力の発信
- ◇日本政府観光局(JNTO)と連携した本県の魅力の発信
- ◇ふるさと納税やおいしい山形プラザ(アンテナショップ)、山形県総合文化芸術館等を通じた山形県(県産品、観光等)の魅力の発信
- ◇県外事務所等を活用した大都市圏等での情報発信
- ◇多言語ガイドブックやパンフレットの作成・活用
- ◇テレビや雑誌などのメディアを活用した情報発信
- ◇駅やイベント、コンビニ等での本県情報の発信
- ◇最先端ICT(VR・AR(※3)等)を活用した観光コンテンツの発信・魅力向上



- ※1 OTA: Online Travel Agentの頭文字の略。インターネット上で取引を行う旅行会社
- ※2 UNWTO: 世界観光機関。経済的発展、国際間の理解、平和及び繁栄に寄与するため並びに人種、性、言語または宗教による差別なく、すべての者のために人権及び基本的自由を普遍的に尊重し、及び遵守することに寄与するため、観光を振興し及び発展させることを目的とする国連専門機関
- ※3 VR: Virtual Realityの略。仮想現実。コンピューター上にCG等で人工的な環境を作り出し、あたかもそこにいるかの様な感覚を体験できる技術
 AR: Augmented Realityの略。拡張現実。現実の風景にコンピューターで生成した情報を重ね合わせることで、現実世界を拡張しようという技術

「計画の方向性（観光振興施策）」の基本的施策と主な取組み

3 観光交流人口の拡大

①国内誘客の推進

- ◇東北DC等の旅行関連企業（JRグループ、NEXCO等）と連携した観光誘客
- ◇ビッグデータ等を活用した国内の市場分析や流動分析に基づく重点地域等の設定
- ◇ホームページやSNSなどを利用したタイムリーな情報の発信強化【再掲】
- ◇本県のイメージアップによる本県ファンの拡大
- ◇国内の県人会や「やまがた特命観光・つや姫大使」等を活用した本県の魅力の発信【一部再掲】
- ◇ふるさと納税やおいしい山形プラザ（アンテナショップ）、山形県総合文化芸術館等を通じた山形県（県産品、観光等）の魅力の発信【再掲】
- ◇山形県総合文化芸術館や市町村の特色ある文化施設等における企画充実
- ◇本県観光資源を活かした各種イベントや観光キャンペーンの展開
- ◇南東北3県の高速環状ネットワークを活用した共通のテーマ等による効果的なプロモーションの展開
- ◇将来の山形ファンの形成のための教育旅行の誘致拡大
- ◇宿泊・滞在型観光の推進【再掲】

②インバウンド誘客の推進

- ◇欧州・米国・豪州など、新たな重点地域の設定
 - ・重点地域：台湾、中国、香港、韓国、ASEAN + 欧州・米国・豪州
- ◇各国・地域の市場特性を踏まえた誘客対策

台湾	<ul style="list-style-type: none"> ●民間との協働による誘客拡大 <ul style="list-style-type: none"> ・県内観光事業者と現地旅行会社等とのネットワーク強化による民間主導の誘客促進 ●定期便化を見据えた戦略的なチャーター便誘致 <ul style="list-style-type: none"> ・チャーター便を活用した旅行商品における県内への長期滞在の働きかけ 等 ●更なる冬の誘客と年間を通じた誘客拡大 <ul style="list-style-type: none"> ・現地コーディネーターを活用し、「おしん」、「樹氷」といった本県の観光素材の強みによる通年での誘客促進 等
中国	<ul style="list-style-type: none"> ●冬期から通年型観光への拡大 <ul style="list-style-type: none"> ・2022年北京冬季オリンピック開催を契機として、現地旅行会社等と連携したスキー客の誘客プロモーションの展開 等 ●県ハルビン事務所・現地コーディネーターを活用した誘客事業の展開 <ul style="list-style-type: none"> ・これまで培ってきた旅行会社とのネットワークを強化するとともに、大連とのつながりや再開した大連-仙台便などを活用し、現地旅行会社の商品造成担当者等を招請してのファムツアーや商談会等の実施 等
香港	<ul style="list-style-type: none"> ●「食」と連動した誘客事業の展開 <ul style="list-style-type: none"> ・訪日旅行取扱いの数が多い現地旅行会社等と連携し、美食・美酒など山形ならではの「食」と連動した通年での誘客プロモーションの展開 等
韓国	<ul style="list-style-type: none"> ●継続的な安全安心情報の発信 <ul style="list-style-type: none"> ・現地コーディネーター等を活用した通年での誘客促進 等 ●特定目的の旅行を中心とした誘客事業から通年型観光への拡大 <ul style="list-style-type: none"> ・スキー、ゴルフ、トレッキング等、健康志向や趣味に合わせた観光素材のPRの促進 等
ASEAN	<ul style="list-style-type: none"> ●現地の嗜好等を反映した誘客事業の展開 <ul style="list-style-type: none"> 【タイ】 <ul style="list-style-type: none"> ・現地旅行会社等と連携し、人気のある雪、桜、パワースポットなど、本県の強みである観光資源を中核とした通年での誘客プロモーションの展開 ・仙台便利用による旅行商品の造成を現地旅行会社へ働きかけ 等 【ベトナム】 <ul style="list-style-type: none"> ・今後の伸びが見込まれる市場について、地域特性や好まれる観光素材等の更なる調査分析を実施 ・ゴールドルートを訪れている旅行者等を山形に呼び込むため、雪、花、果物、おしん等をキーとした誘客プロモーションの展開 等

ASEAN (続き)	<ul style="list-style-type: none"> 【シンガポール】 <ul style="list-style-type: none"> ・個人旅行者の占める割合が高いことを踏まえ、訴求力が高い雪、桜、食などをキーとしたOTAサイト及びSNS等による情報発信の強化 等 【マレーシア】 <ul style="list-style-type: none"> ・中華系富裕層の誘客促進に向けた人気の高い雪、桜、食、果物などを活かした情報発信 ・ムスリム層の誘客に向けた、県内観光関係者へのハラル対応に関する情報提供 等
欧州・米国・豪州	<ul style="list-style-type: none"> ●現地の嗜好等を反映した誘客事業の展開 <ul style="list-style-type: none"> 【欧州（仏・英・独 等）】 <ul style="list-style-type: none"> ・出羽三山の修験道や本県発祥の居合道等、本県ならではの精神文化、食などの資源を活かした現地旅行会社へのセールス、JNTOと連携した商談会・旅行博への出展 等 【米国】 <ul style="list-style-type: none"> ・個人旅行者を対象に現地メディアを活用した情報発信の強化、姉妹都市のキーパーソン等を活用した情報発信、精神文化や食等をキーとしたプロモーションの展開 等 【豪州】 <ul style="list-style-type: none"> ・訪日旅行のけん引役となっているスキーについて、本県スキー場の雪質の良さを活かした現地旅行会社へのセールス、JNTOと連携した商談会・旅行博への出展 等

- ◇外国人視点に立った多言語HPやSNSなどを利用したタイムリーな情報の発信強化【再掲】
- ◇近隣県などとの広域連携による旅行博への出展やプロモーションの実施
- ◇海外の旅行会社の招請などによる旅行商品の造成・販売に向けた働きかけ
- ◇海外商談会やバイヤー招聘などの機会を捉えた観光と経済の一体的プロモーションの展開
- ◇国内線新規路線の就航誘致、チャーター便の誘致拡大、国際定期便の就航誘致【再掲】
- ◇外国クルーズ船の誘致促進【再掲】
- ◇各国・地域で影響力を持つメディア等のファムツアー（下見招請旅行）等による本県の魅力発信【再掲】
- ◇海外県人会や「やまがた特命観光・つや姫大使」、インフルエンサー、留学生等を活用した本県の魅力発信【再掲】
- ◇成田空港・羽田空港、首都圏・関西圏などからの本県への誘導【再掲】
- ◇県内空港への定期便の増便や仙台空港・新潟空港などの近隣県の空港との連携強化【再掲】

③アウトバウンド・相互交流の促進

- ◇県民の国際的視野の拡大・相互交流のためのアウトバウンド促進
 - 例) 市町村と連携した若者のパスポート取得支援、チャーター便を利用したアウトバウンドの推進
- ◇東京2020オリンピック・パラリンピックのホストタウン登録を契機とした相手国・地域との多様な交流の推進
- ◇海外の県人会や姉妹友好先との相互交流の促進
- ◇文化・スポーツ等による相互交流の促進
- ◇教育旅行等の学生交流や経済交流の推進

④MICE誘致・国際イベントを活用した本県への誘導

- ◇山形県総合文化芸術館等を活用したコンベンションや国際会議、イベントなどの誘致促進
- ◇MICE参加者のエクスカージョンやアフターコンベンションの充実
- ◇歴史的建造物や公的空間等の特別感や温泉等の地域特性を演出できる施設を活用したMICEの開催促進
- ◇スポーツコミッション（県内スポーツ施設を活用した合宿誘致）の推進
- ◇フィルムコミッションの推進
- ◇全国規模のスポーツ大会等の招致・開催
- ◇東京2020オリンピック・パラリンピック等の世界的イベントを活用した訪日外国人等の本県への誘導

4 観光産業の成長促進による地域活性化

①観光産業を担う人材の育成・確保

- ◇外国人も含む観光人材の育成・確保
（例）高校生、大学生及び外国人（留学生含む）の職業体験の促進
高校生ボランティア、観光ガイド、通訳案内士の育成支援
- ◇旅館・ホテルの事業承継に向けた人材育成、確保支援
- ◇高齢者・障がい者・外国人など、多様な人材が働きやすい職場環境の整備
- ◇外国人従業員が暮らしやすい環境の整備（山形県外国人総合相談ワンストップセンター等による多言語対応の相談機能の充実 等）
- ◇外国人の地域生活に必要な日本語や日本社会に関する学びの機会の提供
- ◇学校における観光教育の充実（クルーズ船乗客に対する観光ガイド 等）
- ◇県内大学等における観光人材育成に関する取組みとの連携強化
- ◇山形おもてなしドライバー検定や山形観光アカデミーによる研修など、おもてなし力の向上に向けた人材の育成
- ◇県民総参加・全産業参加によるおもてなし実践力の向上【再掲】
・東北DCを契機とした県民総参加・全産業参加によるおもてなし機運醸成の取組み

②観光事業者等の生産性向上

- ◇ICTの活用などによる宿泊施設・観光施設の生産性向上に対する支援
- ◇飲食店や宿泊施設間等の連携による生産性・付加価値向上
- ◇観光施設のリニューアルなど施設の魅力向上に向けた取組みへの支援

③DMOの形成・育成の促進・支援

- ◇DMO（※）の形成や安定運営及び能力向上のための支援
例）DMO形成のための勉強会等への支援
DMO等へのスーパーバイザーの派遣による旅行商品の造成及び販売力の強化
意見交換会などによる県内DMOの連携強化
DMOの自主財源確保に向けた海外や国内の先進事例等の紹介
- ◇DMO等による観光地のブランド化の推進（「世界の蔵王」プロジェクト、出羽百観音プロジェクト 等）
- ◇県内DMO等の連携体制の構築

※DMO：Destination Management/Marketing Organizationの略。地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた組織

④SDGsの視点を取り入れた観光産業の持続的発展による地域活性化

- ◇県民総参加・全産業参加による、持続可能な開発目標（SDGs）（※1）の視点を取り入れた「持続可能な観光（サステナブルツーリズム）（※2）」の展開
（例）「世界の蔵王」プロジェクトにおける関係機関と連携した樹氷の保全環境対策の推進
- ◇経済団体（商工業・農業等）や市町村等の海外との交流に関する情報共有による更なる交流の展開
- ◇地域、観光事業者、経済界、教育機関など、多様な主体等との協働による地域一体となった観光地域づくりの推進による地域活性化
- ◇UNWTO（※3）等様々な機関のデータやICTの活用などによる統計情報の収集・分析に基づくマーケティングと県内観光地間の情報の共有化による観光戦略の全県的な展開【再掲】

※1 持続可能な開発目標（SDGs）：2001年に策定されたミレニアム開発目標（MDGs）の後継として、2015年9月の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」にて記載された2016年から2030年までの国際目標

※2 持続可能な観光：訪問客、産業、環境、受入地域のニーズに適合しながら、現在と未来の経済、社会、環境への影響に十分配慮した観光

※3 UNWTO：世界観光機関。経済的発展、国際間の理解、平和及び繁栄に寄与するため、並びに人種、性、言語または宗教による差別なく、すべての者のために人権及び基本的自由を普遍的に尊重し、及び遵守することに寄与するため、観光を振興し及び発展させることを目的とする国連専門機関

おもてなし山形県観光計画における「数値目標」及び「参考管理指標」の進捗状況について

数値目標	平成26年	平成27年	平成28年	平成29年	平成30年	令和元年	令和2年	令和3年	令和4年	計画最終年 令和6年 (目標)
観光消費額(年)	2,108.8億円	2,014.9億円	2,048.1億円	2,168.4億円	2,176.9億円	2,235.9億円	1,348.7億円	1,252.3億円	1,528.4億円	2,600億円
前年比	114.4%	95.5%	101.6%	105.9%	100.4%	102.7%	60.3%	92.9%	122.0%	
観光消費額(年) (日本人)	2,073.6億円	1,987.0億円	2,027.8億円	2,135.4億円	2,111.5億円	2,131.1億円	1,299.4億円	1,252.3億円	1,528.4億円	2,400億円
前年比	113.5%	95.8%	102.1%	105.3%	98.9%	100.9%	61.0%	96.4%	122.0%	
観光消費額(年) (訪日外国人)	35.2億円	27.9億円	20.3億円	33.0億円	65.4億円	104.8億円	49.3億円	母数の不足により 把握できず	母数の不足により 把握できず	200億円
前年比	222.8%	79.3%	72.8%	162.6%	198.2%	160.2%	47.0%	—	—	

参考管理指標	平成26年	平成27年	平成28年	平成29年	平成30年	令和元年	令和2年	令和3年	令和4年	計画最終年 令和6年 (目標)
観光者数(年度)	45,171 千人	44,904 千人	45,814 千人	45,122 千人	46,507 千人	45,312 千人	27,511 千人	30,059 千人	36,034 千人	50,000 千人
前年比	112.4%	99.4%	102.0%	98.5%	103.1%	97.4%	60.7%	109.3%	119.9%	
延べ宿泊者数(年)	5,898,540 人	5,973,260 人	5,443,790 人	5,242,180 人	5,431,360 人	5,571,860 人	3,513,220 人	3,451,400 人	4,040,420 人	6,000,000 人
前年比	108.6%	101.3%	91.1%	96.3%	103.6%	102.6%	63.1%	98.2%	117.1%	
外国人受入数(年) ※1	68,217 人	96,847 人	127,731 人	190,639 人	252,289 人	388,928 人	125,930 人	17,083 人	56,051 人	600,000 人
前年比	137.1%	142.0%	131.9%	149.3%	132.3%	154.2%	32.4%	13.6%	328.1%	
延べ外国人宿泊者数(年)	48,220 人	75,720 人	88,200 人	117,860 人	163,460 人	234,050 人	87,440 人	15,920 人	25,900 人	400,000 人
前年比	128.9%	157.0%	116.5%	133.6%	138.7%	143.2%	37.4%	18.2%	162.7%	
平均宿泊数(年)	1.32泊	1.29泊	1.29泊	1.28泊	1.32泊	1.28泊	1.32泊	1.42泊	1.42泊	全国平均値以上
前年比	106.5%	97.7%	100.0%	99.2%	103.1%	97.0%	103.1%	107.6%	100.0%	
<参考>全国平均値(年)	1.33泊	1.33泊	1.32泊	1.32泊	1.33泊	1.34泊	1.33泊	1.33泊	1.35泊	/
前年比	100.0%	100.0%	99.2%	100.0%	100.8%	100.8%	99.3%	100.0%	101.5%	
県観光HPアクセス数(セッション) (年度)	—	—	—	—	229 万件	242 万件	162 万件	215 万件	365 万件	350万件
前年比	—	—	—	—	—	106%	67%	133%	170%	
観光満足度(年度) ※2	—	NPS 17.0 P	NPS 16.4 P	NPS 18.7 P	NPS 17.0P	NPS 23.6P	29.6%	29.2%	35.0%	40.0%

※1 外国人受入数は従業者数9人以下の施設の延べ宿泊者は含めていない。

※2 令和2年度からは、「6段階評価で最も高い評価の割合」を算出している。なお、第1次計画期間である令和元年度までは、「NPS(ネットプロモータースコア)」を算出。

令和 4 年度に係る観光満足度の状況について

1 観光満足度の設定にかかる経緯

- 令和 3 年度観光審議会において、観光満足度の目標値について審議のうえ了解をいただいたが、観光満足度の分析・活用方法を検討して欲しいとの付帯意見をいただいた。
- これを受けて、県では、観光満足度に関する調査票に、新たに 6 つの個別調査項目（「名所・旧跡等の観光地」「文化・芸術の鑑賞」「スポーツ・体験プログラム」「宿泊施設・温泉」「食事・酒」「土産品」）を追加するとともに、県内 4 地域毎に強みや改善点などを分析し、観光審議会においてその結果を報告することとした。

2 令和 4 年度の観光満足度の状況について

(1) 観光満足度（調査母数：2,685 件）

6 段階評価で最も高い評価 （大変満足）の割合	35.0% （回答数：939 件）
----------------------------	----------------------

(2) 分析結果

CS ポートフォリオ分析により、「個別調査項目の項目別満足度」と「総合満足度」から、「強み」や「改善点」を抽出。（具体的な手法は次ページのとおり。）

地域分類	強み	改善点	改善点に係る自由意見
村山地域	宿泊施設・温泉 スポーツ・体験プログラム 食事・酒	文化・芸術の鑑賞 名所・旧跡等の観光地 土産品	・案内板が少ない ・歩いて行ける場所が少ない ・品揃えがあまり良くない 等
最上地域	文化・芸術の鑑賞 宿泊施設・温泉 食事・酒	土産品	（自由意見なし）
置賜地域	食事・酒 土産品 宿泊施設・温泉	スポーツ・体験プログラム 名所・旧跡等の観光地 文化・芸術の鑑賞	・行くところがない・少ない ・観光地が点在している／観光地間が離れている 等
庄内地域	文化・芸術の鑑賞 宿泊施設・温泉 食事・酒	土産品 名所・旧跡等の観光地 スポーツ・体験プログラム	・見どころがない・少ない ・観光地間が離れている ・お土産がもっとあれば良い 等
全県	宿泊施設・温泉 食事・酒 スポーツ・体験プログラム 文化・芸術の鑑賞	名所・旧跡等の観光地 土産品	・品揃えがあまり良くない ・さくらんぼの値段が高い ・行くところがない・少ない／見どころがない・少ない／観光地が少ない 等

(3) 今後の対応

引き続き調査を継続し分析の精度を高めるとともに、地域や観光施設等へ情報をフィードバックして、強みの強化や課題の解消等を促し満足度向上を図る。

以上

CS ポートフォリオ分析 (R4 年度データに基づく分析)

委員限り配布
(非公表)

(1) 分析の概要

CS 分析とは、項目別満足度と総合満足度から重点改善項目を抽出する分析方法である。「項目別の満足度」を縦軸、「総合満足度と項目別満足度との相関係数 (関係の強さ)」を横軸にとり、各項目をプロットすることで重点的に改善すべき項目を明らかにする。

図 1 は分析結果の散布図における各象限の意味を示す。右上にプロットされる項目は、影響度が強く満足度が高い要因のため、その地域にとっての**強み**、逆に右下は**弱み (至急改善)**、左下は**弱み (長期改善)**として見る事ができる。



図 1 CS 分析結果の表現と各象限の意味

本分析では、下表のとおり「サンプル全体」、「地域別」、「居住地別」、「年代別」、「性別」の観点で分析を行う (いずれも通期のデータを使用)。

あわせて、季節による項目の相関の変化を把握するため、「調査期別」の分析も行う。

使用データ	分析区分
通期	1) 「サンプル全体」 2) 「地域別」: 村山地域、最上地域、置賜地域、庄内地域 3) 「居住地別」: 県内、県外 (東北)、県外 (東北以外) 4) 「年代別」: 若年層、中年層、高齢層 5) 「性別」: 男性、女性
四半期	6) 「調査期別」: 4-6 月期、7-9 月期、10-12 月期、1-3 月期

<参考：相関係数について>

【相関係数とは】

- 2つの変数の関係性の強さを示す係数。
- 相関係数は-1から1までの値をとり、1に近づくほど正の相関が強く、-1に近づくほど負の相関が強いという。
- 一般に相関係数は以下のとおり扱われる。
 - ①0.2以下：ほとんど相関がない
 - ②0.2と0.4の間：弱い相関がある
 - ③0.4と0.7の間：中程度の相関がある
 - ④0.7以上：強い相関がある
- なお、相関係数は因果関係を示すものではない点に注意が必要。

(例) 例えば、観光客の数と飲食店の数に正の相関があるという結果が出た場合、「観光客が多いほど飲食店が増える」という因果関係があるように思えるが、そもそも人口が多い大都市では飲食店の需要が多く、「人口が多いほど飲食店が増える」関係性も考えられる。

【相関係数の検定】

- 相関関係が意味のあるものかどうかを判断する方法。相関係数が高くなる「なりやすさ」を、確率を用いて検定する。
- ある2つの変数X、Yが正規分布に従うと仮定のもと、以下の仮説を設定し検定を行う。
 - 帰無仮説：XとYには相関関係がない。
 - 対立仮説：XとYには相関関係がある。
- この検定ではXとYの相関係数rを以下のとおり変換したtが、帰無仮説のもとでは「自由度n-2 (nは標本の数)」のt分布に従うという性質を利用した「t検定」を用いて行われる。

$$t = | \text{相関係数 } r | \times \sqrt{(n-2) / (1-r^2)}$$

(2) 分析結果

各区分の分析結果を示す。

1) サンプル全体

- 影響度が高く満足度が高い「重要維持項目」として、「宿泊施設・温泉」、「食事・酒」、「スポーツ・体験プログラム」、「文化・芸術の鑑賞」（満足度の高い順。以下同じ。）の4項目が分類された。特に図の右上に位置する「宿泊施設・温泉」、「食事・酒」の2項目は、山形県の観光の強みとすることができる。
- 一方で、満足度が低く総合満足度への影響度が高い「至急改善項目」として、「名所・旧跡等の観光地」、「土産品」の2項目が分類された。これらの項目について自由記述の内容を確認すると、「名所・旧跡等の観光地」は目的となる観光地の不足や案内、観光地間の移動、子供の遊び場に関する意見があがっている。また、「土産品」は品数や値段に関する意見が多数あがっている。

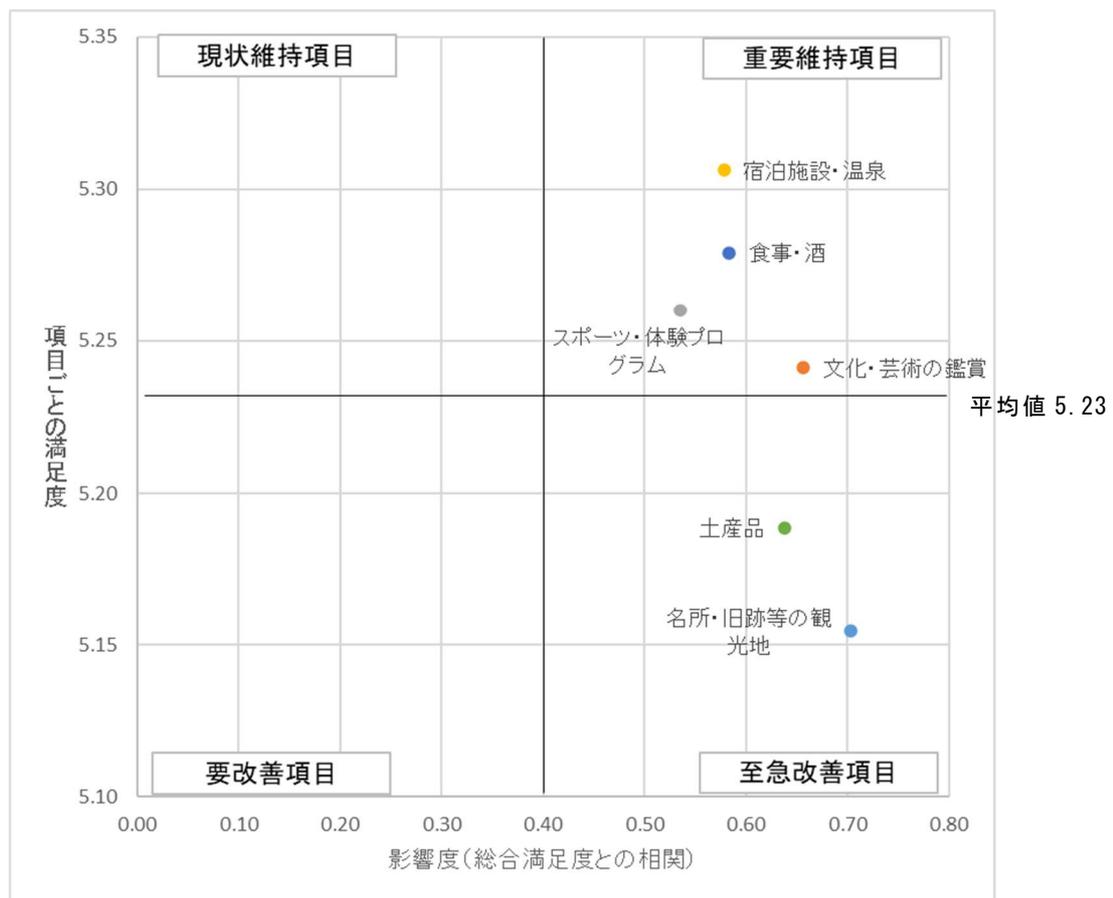


図 2 サンプル全体

- ・縦軸：項目ごとの満足度（1～6の6段階評価による全サンプル [3,376票] の平均値）
図中の太線（左右軸）は、全サンプル・全項目の満足度評価の平均値 5.23
- ・横軸：総合満足度に対する影響度（総合満足度と項目別満足度との相関係数）
図中の太線（上下軸）は、中程度の相関があるとされる相関係数 0.4を示している。
- ・相関分析の有意性：各項目の相関係数について t 検定を行ったところ、全ての項目で有意水準である 0.05 以下に達した。

<参考①：「至急改善項目」に関する自由記述> ※カッコ内は同種の意見数

■「土産品」の改善点に関する自由記述

- ・物産展の出店数や品数が少ない（6、うち北海道物産展関連の意見が5）
- ・物産展が思いのほか小規模でつまらない
- ・お土産が少ない／お土産がもっとあれば良い（2）
- ・品揃えがあまり良くない
- ・欲しいものが無かった
- ・お土産が少し高くて手頃な物がない
- ・海産物が微妙
- ・さくらんぼの値段が高い
- ・ほしい品種のさくらんぼがなかった
- ・お土産屋の通路が狭い
- ・新鮮な野菜を売っていて良いが、閉店時間が早い

■「名所・旧跡等の観光地」の改善点に関する自由記述

- ・行くところがない・少ない／見どころがない・少ない／観光地が少ない（8）
- ・ピンとくる観光地がない／インパクトのある観光地がない／目新しいものがない（3）
- ・案内板が少ない／案内板がわかりにくい（3）
- ・観光地が点在している／観光地間が離れている（3）
- ・（子どもが）遊ぶところが少ない（3）
- ・冬場は見るところが少ない
- ・歩いて行けるところが少ない
- ・歴史的なアプローチが足りない
- ・道の駅に個性がない
- ・御朱印の受付場所が分かりにくい（山寺）
- ・施設がすべて古い。銀山温泉の建物は鉄筋の支柱が残っていて残念

<参考②：項目別の満足度（「わからない」を除いた合計・平均・分散・標準偏差・相関）>

地点	回答数	点数				総合満足度との相関
		合計	平均	分散	標準偏差	
①名所・旧跡等の観光地	1,555	8,505	5.15	0.64	0.80	0.70
②文化・芸術の鑑賞	421	2,348	5.24	0.75	0.87	0.66
③スポーツ・体験プログラム	250	1,415	5.26	0.89	0.94	0.54
④宿泊施設・温泉	733	4,176	5.31	0.68	0.82	0.58
⑤食事・酒	1,960	11,324	5.28	0.55	0.74	0.58
⑥土産品	1,424	8,079	5.19	0.55	0.74	0.64

※母数は回答数から「わからない」を引いた回答数

2) 地域別

○項目ごとの満足度の平均値は、庄内地域が最も高く、次いで置賜、村山、最上と続く。
 ○いずれの地域も「宿泊施設・温泉」「食事・酒」が重要維持項目として分類されている一方、村山・置賜・庄内地域では観光地の不足等を理由に「名所・旧跡の観光地」が、村山・最上・庄内地域では品揃えや販売価格等を理由に「土産品」が至急改善項目として分類されている。特に村山地域ではこれらの項目の総合満足度への影響が高いことから改善が求められる。

	①村山地域	②最上地域	③置賜地域	④庄内地域
重要維持項目	<ul style="list-style-type: none"> 「宿泊施設・温泉」、「スポーツ・体験プログラム」、「食事・酒」の3項目が分類された。 特に、図の右上に位置する「宿泊施設・温泉」については、村山地域の観光の強みとなる要素であると考えられる。 	<ul style="list-style-type: none"> 「文化・芸術の鑑賞」、「宿泊施設・温泉」、「食事・酒」の3項目が分類された。 	<ul style="list-style-type: none"> 「食事・酒」、「土産品」、「宿泊施設・温泉」の3項目が分類された。 	<ul style="list-style-type: none"> 「文化・芸術の鑑賞」、「宿泊施設・温泉」、「食事・酒」の3項目が分類された。
至急改善項目等	<ul style="list-style-type: none"> 「文化・芸術の鑑賞」、「名所・旧跡等の観光地」、「土産品」の3項目が分類された。 自由記述をみると、「名所・旧跡等の観光地」は目的となる観光地の不足に関する意見が多い。また、「土産品」について、物産展（特に北海道物産展）の品数に関する意見が多く挙げられている。 	<ul style="list-style-type: none"> 「至急改善項目」に分類されたのは、「土産品」のみである。 なお、「スポーツ・体験プログラム」は「現状維持項目」に、「名所・旧跡等の観光地」は「要改善項目」にそれぞれ分類された。 ※至急改善項目に関する自由記述は見られなかった。 	<ul style="list-style-type: none"> 「スポーツ・体験プログラム」、「名所・旧跡等の観光地」、「文化・芸術の鑑賞」の3項目が分類された。なお、「スポーツ・体験プログラム」については、満足度が相対的に特に低い結果となっている。 自由記述をみると、「名所・旧跡等の観光地」は目的となる観光地の不足や観光地間の移動に関する意見が多い。 	<ul style="list-style-type: none"> 「土産品」、「名所・旧跡等の観光地」、「スポーツ・体験プログラム」の3項目が分類された。 自由記述をみると、「土産品」は品揃えや価格に関する意見が複数挙げられており、提供商品の改善（品揃え・価格・魅力等）が課題であると考えられる。また、「名所・旧跡等の観光地」は目的となる観光地の不足に関する意見が多い。
散布図 象限の分類	<p>(n=1,156)</p> <p>図 3 村山地域</p>	<p>(n=136)</p> <p>図 4 最上地域</p>	<p>(n=932)</p> <p>図 5 置賜地域</p>	<p>(n=1,152)</p> <p>図 6 庄内地域</p>

・縦軸：項目ごとの満足度（1～6の6段階評価による該当サンプルの平均値）
 図中の太線（左右軸）は、該当サンプル・全項目の満足度評価の平均値
 ・横軸：総合満足度に対する影響度（総合満足度と項目別満足度との相関係数）
 図中の太線（上下軸）は、中程度の相関があるとされる相関係数0.4を示している。

・相関分析の有意性：各項目の相関係数についてt検定を行ったところ、下記を除く全ての項目で有意水準である0.05以下に達した。
最上地域のうち、「名所・旧跡等の観光地」、「スポーツ・体験プログラム」の2項目については、有意水準である0.05以下に収まらなかった（いずれも、サンプル数が少ないことによるものと考えられる）。また、「文化・芸術の鑑賞」については、サンプル数が極めて少なく相関係数が1となるため、t検定が行えない（t値を算定できない）結果となった。

<参考①：「至急改善項目」に関する自由記述> ※カッコ内は同種の意見数

	①村山地域	②最上地域	③置賜地域	④庄内地域
名所・旧跡等の観光地	<ul style="list-style-type: none"> ピンとくる観光地がない／インパクトのある観光地がない／目新しいものがない (3) 遊べる場所が少ない (2) 観光地が少ない 案内板が少ない 歩いて行ける場所が少ない 御朱印の受付場所が分かりにくい 施設がすべて古い。銀山温泉の建物は鉄筋の支柱が残っていて残念 		<ul style="list-style-type: none"> 行くところがない・少ない (3) 観光地が点在している／観光地間が離れている (2) 子どもが遊ぶ場所が少ない 歴史的なアプローチが足りない 道の駅に個性がない 	<ul style="list-style-type: none"> 見どころがない・少ない (3) 際立つものはなかった 食べ物は美味しいが観光するところがない 案内板が少ない 観光地間が離れている 冬場は見るところが少ない
土産品	<ul style="list-style-type: none"> 物産展の出店数や品数が少ない (6) 物産展が思いのほか小規模でつまらない お土産が少ない 品揃えがあまり良くない 欲しいものが無かった さくらんぼの値段が高い 欲しい品種のさくらんぼがなかった 	[特になし]		<ul style="list-style-type: none"> お土産がもっとあれば良い 海産物が微妙 新鮮な野菜を売っていて良いが、閉店時間が早い
文化・芸術の鑑賞	[特になし]		[特になし]	
スポーツ・体験プログラム			[特になし]	[特になし]

<参考②：項目別の満足度（「わからない」を除いた合計・平均・分散・標準偏差・相関）>

地点	村山地域						最上地域						置賜地域						庄内地域					
	回答数	点数				総合満足度との相関	回答数	点数				総合満足度との相関	回答数	点数				総合満足度との相関	回答数	点数				総合満足度との相関
		合計	平均	分散	標準偏差			合計	平均	分散	標準偏差			合計	平均	分散	標準偏差			合計	平均	分散	標準偏差	
①名所・旧跡等の観光地	673	3,658	5.14	0.75	0.87	0.76	45	245	5.00	0.50	0.71	0.20	395	2,221	5.12	0.57	0.76	0.73	442	2,381	5.23	0.55	0.74	0.62
②文化・芸術の鑑賞	130	709	5.10	0.79	0.89	0.70	5	27	5.40	0.30	0.55	1.00	79	444	5.16	0.70	0.84	0.83	207	1,168	5.36	0.74	0.86	0.56
③スポーツ・体験プログラム	91	521	5.32	0.71	0.84	0.46	33	198	5.35	0.57	0.75	0.33	28	160	5.00	1.03	1.02	0.80	98	536	5.25	1.12	1.06	0.62
④宿泊施設・温泉	254	1,484	5.32	0.68	0.82	0.64	66	354	5.21	0.46	0.68	0.57	142	817	5.24	0.61	0.78	0.55	271	1,521	5.36	0.77	0.88	0.52
⑤食事・酒	693	4,043	5.24	0.55	0.74	0.60	92	521	5.21	0.51	0.71	0.46	510	2,979	5.29	0.47	0.69	0.61	665	3,781	5.32	0.61	0.78	0.56
⑥土産品	447	2,593	5.14	0.57	0.76	0.69	68	363	5.04	0.52	0.72	0.42	432	2,475	5.23	0.48	0.69	0.67	477	2,648	5.21	0.59	0.77	0.59

※母数は回答数から「わからない」を引いた回答数

3) 居住地別

○項目ごとの満足度の平均値は、県外（東北）と県外（東北以外）が同値で、次いで県内と続く。
 ○いずれの区分も「宿泊施設・温泉」「食事・酒」が重要維持項目として分類されている一方、観光地の不足等を理由に「名所・旧跡の観光地」が、品揃え等を理由に「土産品」が至急改善項目として分類された。なお、県内容は「文化・芸術の鑑賞」を含む3つが至急改善項目に分類されており、項目ごとの満足度も県外客と比べて低い結果となっている。

	①県内	②県外（東北）	③県外（東北以外）
重要維持項目	・「宿泊施設・温泉」、「食事・酒」の2項目が分類された。	・「スポーツ・体験プログラム」、「文化・芸術の鑑賞」、「食事・酒」、「宿泊施設・温泉」の4項目が分類された。	・「文化・芸術の鑑賞」、「宿泊施設・温泉」、「スポーツ・体験プログラム」、「食事・酒」の4項目が分類された。なお、「県外（東北）」と比べると、満足度の評価値や総合満足度との相関係数に違いは見られるものの、象限の分類については、同じ結果となっている。
至急改善項目等	・「文化・芸術の鑑賞」、「名所・旧跡等の観光地」、「土産品」の3項目が分類された。 ・なお、「スポーツ・体験プログラム」は「要改善項目」に分類される結果となる（R=0.398）。 ・自由記述をみると、「名所・旧跡等の観光地」は目的となる観光地の不足に関する意見が多い。また「土産品」については、品揃えに関する意見が多く挙げられている。	・「名所・旧跡等の観光地」、「土産品」の2項目が分類された。 ・「名所・旧跡等の観光地」は、観光地間の移動や観光地の不足に関する意見が、「土産品」では価格や営業時間に関する意見が見られる。	・「至急改善項目」についても、「県外（東北）」と同様、「名所・旧跡等の観光地」、「土産品」の2項目が分類された。 ・「名所・旧跡等の観光地」は、観光地の不足に関する意見が、「土産品」では価格や品揃えに関する意見が見られる。
散布図 象限の分類	<p>図 7 県内 (n=1,217)</p>	<p>図 8 県外（東北） (n=930)</p>	<p>図 9 県外（東北以外） (n=1,229)</p>

- ・縦軸：項目ごとの満足度（1～6の6段階評価による該当サンプルの平均値）
 図中の太線（左右軸）は、該当サンプル・全項目の満足度評価の平均値
- ・横軸：総合満足度に対する影響度（総合満足度と項目別満足度との相関係数）
 図中の太線（上下軸）は、中程度の相関があるとされる相関係数0.4を示している。
- ・相関分析の有意性：各項目の相関係数についてt検定を行ったところ、全ての項目で有意水準である0.05以下に達した。

<参考①：「至急改善項目」に関する自由記述> ※カッコ内は同種の意見数

	①県内	②県外（東北）	③県外（東北以外）
名所・旧跡等の観光地	<ul style="list-style-type: none"> ・行くところがない・少ない／あまり見るところがない (4) ・(子どもが)遊ぶ場所が少ない (3) ・目新しいものがない／際だつものはなかった (2) ・案内板が少ない ・歩いて行けるところが少ない ・道の駅に個性がない 	<ul style="list-style-type: none"> ・観光地が点在している／観光地間が離れている (3) ・温泉と食事は良かったそれ以外は見どころがなかった／見どころが少ない (2) ・案内板が少ない ・冬場は見るところが少ない ・御朱印の受付場所が分かりにくい 	<ul style="list-style-type: none"> ・食べ物は美味しいが観光するところがない／観光地が少ない (2) ・ピンとくる観光地がない／インパクトのある観光地がない (2) ・案内板が分かりにくい。情報が少ない ・施設がすべて古い。銀山温泉の建物は鉄筋の支柱が残っていて残念 ・歴史的なアプローチが足りない
土産品	<ul style="list-style-type: none"> ・物産展の出店数や品数が少ない (6) ・物産展が思いのほか小規模でつまらない ・お土産が少ない ・品揃えがあまり良くない ・欲しいものが無かった ・欲しい品種のさくらんぼがなかった ・お土産屋の通路が狭い 	<ul style="list-style-type: none"> ・さくらんぼの値段が高い ・新鮮な野菜を売っていて良いが、閉店時間が早い 	<ul style="list-style-type: none"> ・お土産がもっとあれば良い ・お土産が少し高くて手頃な物がない ・海産物が微妙 ・さくらんぼの価格が高い。全体的に価格が高い
文化・芸術の鑑賞			
スポーツ・体験プログラム			

<参考②：項目別の満足度（「わからない」を除いた合計・平均・分散・標準偏差・相関）>

地点	県内						県外(東北)					県外(東北以外)						
	回答数	点数				総合満足度との相関	回答数	点数				総合満足度との相関	回答数	点数				総合満足度との相関
合計	平均	分散	標準偏差	合計	平均		分散	標準偏差	合計	平均	分散		標準偏差					
①名所・旧跡等の観光地	526	2,771	4.98	0.70	0.83	0.71	426	2,367	5.25	0.51	0.72	0.74	603	3,367	5.24	0.65	0.81	0.67
②文化・芸術の鑑賞	114	591	4.93	1.08	1.04	0.62	115	658	5.31	0.57	0.76	0.71	192	1,099	5.39	0.59	0.77	0.62
③スポーツ・体験プログラム	79	420	5.00	1.01	1.01	0.40	65	398	5.45	0.53	0.73	0.78	106	597	5.33	0.96	0.98	0.52
④宿泊施設・温泉	108	607	5.28	0.66	0.81	0.47	168	994	5.29	0.70	0.84	0.62	457	2,575	5.32	0.68	0.82	0.61
⑤食事・酒	694	4,032	5.24	0.55	0.74	0.51	545	3,160	5.31	0.42	0.65	0.66	721	4,132	5.29	0.64	0.80	0.64
⑥土産品	423	2,419	5.10	0.59	0.77	0.61	432	2,458	5.24	0.52	0.72	0.66	569	3,202	5.21	0.53	0.73	0.65

※母数は回答数から「わからない」を引いた回答数

4) 年代別

○項目ごとの満足度の平均値は、若年層が最も高く、次いで中年層、高齢層と続く。
 ○いずれの区分も「宿泊施設・温泉」「食事・酒」が重要維持項目として分類されており、若年層・高齢層ではこれに加え「スポーツ・体験プログラム」が、中年層では「文化・芸術の鑑賞」が分類されている。一方でいずれの区分も、観光地の不足や土産品の品揃え等を理由に「名所・旧跡の観光地」「土産品」が至急改善項目として分類されており、特に「名所・旧跡の観光地」は総合満足度への影響が大きいことから改善が求められる。

	①若年層 (30歳未満)	②中年層 (30歳代～50歳代)	③高齢層 (60歳以上)
重要維持項目	・「宿泊施設・温泉」、「スポーツ・体験プログラム」、「食事・酒」の3項目が分類された。	・「文化・芸術の鑑賞」、「食事・酒」、「宿泊施設・温泉」の3項目が分類された。	・「スポーツ・体験プログラム」、「宿泊施設・温泉」、「食事・酒」の3項目が分類された。なお、満足度の評価値や総合満足度との相関係数に違いは見られるものの、象限の分類については、「若年層」と同じ結果となっている。
至急改善項目等	・「名所・旧跡等の観光地」、「土産品」、「文化・芸術の鑑賞」、の3項目が分類された。 ・自由記述をみると、「名所・旧跡等の観光地」は、観光地の不足や観光地間の移動に関する意見が見られる。	・「名所・旧跡等の観光地」、「土産品」、「スポーツ・体験プログラム」の3項目が分類された。 ・「名所・旧跡等の観光地」は、目的地となる観光地の不足について、「土産品」は、品揃えに関する意見が多く挙げられている。	・「至急改善項目」についても、「若年層」と同様「名所・旧跡等の観光地」、「文化・芸術の鑑賞」、「土産品」の3項目が分類された。 ・「名所・旧跡等の観光地」は目的地となる観光地の不足について、「土産品」は品揃えや価格に関する意見が多く挙げられている。
散布図 象限の分類	<p>図 10 若年層 (n=430)</p>	<p>図 11 中年層 (n=1,858)</p>	<p>図 12 高齢層 (n=1,088)</p>
	<ul style="list-style-type: none"> ・縦軸：項目ごとの満足度（1～6の6段階評価による該当サンプルの平均値） 図中の太線（左右軸）は、該当サンプル・全項目の満足度評価の平均値 ・横軸：総合満足度に対する影響度（総合満足度と項目別満足度との相関係数） 図中の太線（上下軸）は、中程度の相関があるとされる相関係数0.4を示している。 ・相関分析の有意性：各項目の相関係数についてt検定を行ったところ、全ての項目で有意水準である0.05以下に達した。 		

<参考①：「至急改善項目」に関する自由記述> ※カッコ内は同種の意見数

	①若年層	②中年層	③高齢層
名所・旧跡等の観光地	<ul style="list-style-type: none"> ・観光地間が離れている ・遊ぶところが少ない 	<ul style="list-style-type: none"> ・行くところがない・少ない／見どころがない・少ない／観光地が少ない (6) ・ピンとくる観光地がない／インパクトのある観光地がない／目新しいものがない (3) ・案内板が少ない／案内板がわかりにくい (3) ・観光地が点在している／観光地間が離れている (2) ・(子どもが) 遊ぶところが少ない (2) ・冬場は見るところが少ない ・歩いて行けるとところが少ない 	<ul style="list-style-type: none"> ・行くところがない／観光地が少ない (2) ・歴史的なアプローチが足りない ・道の駅に個性がない ・御朱印の受付場所が分かりにくい ・施設がすべて古い。银山温泉の建物は鉄筋の支柱が残っていて残念
土産品	[特になし]	<ul style="list-style-type: none"> ・物産展の出店数や品数が少ない (6) ・物産展が思いのほか小規模でつまらない ・お土産が少ない ・品揃えがあまり良くない ・お土産が少し高くて手頃な物がない ・お土産屋の通路が狭い ・新鮮な野菜を売っていて良いが、閉店時間が早い 	<ul style="list-style-type: none"> ・お土産がもっとあれば良い ・欲しいものが無かった ・海産物が微妙 ・さくらんぼの値段が高い ・欲しい品種のさくらんぼがなかった
文化・芸術の鑑賞	[特になし]		
スポーツ・体験プログラム		[特になし]	

<参考②：項目別の満足度（「わからない」を除いた合計・平均・分散・標準偏差・相関）>

地点	若年層						中年層					高齢層						
	回答数	点数				総合満足度との相関	回答数	点数				総合満足度との相関	回答数	点数				総合満足度との相関
		合計	平均	分散	標準偏差			合計	平均	分散	標準偏差			合計	平均	分散	標準偏差	
①名所・旧跡等の観光地	211	1,173	5.31	0.59	0.77	0.73	891	4,869	5.18	0.63	0.80	0.69	453	2,463	5.04	0.66	0.81	0.70
②文化・芸術の鑑賞	74	411	5.34	1.04	1.02	0.54	233	1,294	5.30	0.69	0.83	0.68	114	643	5.06	0.66	0.81	0.68
③スポーツ・体験プログラム	30	181	5.48	0.76	0.87	0.57	141	796	5.20	1.02	1.01	0.49	79	438	5.28	0.69	0.83	0.63
④宿泊施設・温泉	98	584	5.62	0.55	0.74	0.56	407	2,299	5.26	0.76	0.87	0.54	228	1,293	5.26	0.54	0.74	0.64
⑤食事・酒	265	1,578	5.52	0.40	0.63	0.44	1,096	6,371	5.30	0.52	0.72	0.57	599	3,375	5.14	0.61	0.78	0.63
⑥土産品	153	875	5.34	0.72	0.85	0.58	782	4,440	5.22	0.50	0.71	0.65	489	2,764	5.09	0.55	0.74	0.64

※母数は回答数から「わからない」を引いた回答数

5) 性別

○項目ごとの満足度の平均値は、女性の方が男性よりも高い。
 ○男性・女性ともに「宿泊施設・温泉」「食事・酒」が重要維持項目として分類されており、女性はこれに加えて「スポーツ・体験プログラム」「文化・芸術の鑑賞」が分類されている。一方で、観光地の不足や土産品の品揃え等を理由に「名所・旧跡の観光地」「土産品」が至急改善項目として分類されており、男性は至急改善項目に分類された項目が女性に比べて多く、特に「名所・旧跡の観光地」は総合満足度への影響度が高いことから改善が求められる。

	①男性	②女性
重要維持項目	・「宿泊施設・温泉」、「食事・酒」の2項目が分類された。	・「スポーツ・体験プログラム」、「宿泊施設・温泉」、「文化・芸術の鑑賞」、「食事・酒」の4項目が分類された。
至急改善項目等	・「名所・旧跡等の観光地」、「土産品」、「スポーツ・体験プログラム」、「文化・芸術の鑑賞」の4項目が分類された。 ・自由記述をみると、「名所・旧跡等の観光地」は目的となる観光地の不足や案内について意見が挙げられている。	・「名所・旧跡等の観光地」、「土産品」の2項目が分類された。 ・「名所・旧跡等の観光地」は、観光地の不足や子供の遊び場、観光地間の距離に関する意見が挙げられている。
散布図 (象限の分類)	<p>図 13 男性 (n=1,877)</p>	<p>図 14 女性 (n=1,499)</p>
	・縦軸：項目ごとの満足度（1～6の6段階評価による該当サンプルの平均値） 図中の太線（左右軸）は、該当サンプル・全項目の満足度評価の平均値 ・横軸：総合満足度に対する影響度（総合満足度と項目別満足度との相関係数） 図中の太線（上下軸）は、中程度の相関があるとされる相関係数0.4を示している。 ・相関分析の有意性：各項目の相関係数についてt検定を行ったところ、全ての項目で有意水準である0.05以下に達した。	

<参考①：「至急改善項目」に関する自由記述> ※カッコ内は同種の意見数

	①男性	②女性
名所・旧跡等の観光地	<ul style="list-style-type: none"> ・行くところがない・少ない／見どころがない・少ない／観光地が少ない (6) ・ピンとくる観光地がない／インパクトのある観光地がない (2) ・案内板が少ない (2) ・観光地が点在している ・遊ぶところが少ない ・冬場は見るところが少ない ・歴史的なアプローチが足りない ・道の駅に個性がない ・御朱印の受付場所が分かりにくい ・施設がすべて古い。银山温泉の建物は鉄筋の支柱が残っていて残念 	<ul style="list-style-type: none"> ・見どころが少ない／観光地が少ない (2) ・(子どもが)遊ぶ場所が少ない (2) ・観光地間が離れている (2) ・案内板が分かりにくい。 ・歩いて行けるところが少ない
土産品	<ul style="list-style-type: none"> ・欲しかった北海道の商品がなかった ・品揃えがあまり良くない ・海産物が微妙 ・さくらんぼの値段が高い。全体的に価格が高い ・お土産屋の通路が狭い 	<ul style="list-style-type: none"> ・物産展の出店数や品数が少ない (5) ・お土産が少ない／お土産がもっとあれば良い (2) ・物産展が思いのほか小規模でつまらない ・欲しいものが無かった ・お土産が少し高くて手頃な物がない ・欲しい品種のさくらんぼがなかった ・新鮮な野菜を売っていて良いが、閉店時間が早い
文化・芸術の鑑賞		
スポーツ・体験プログラム	[特になし]	

<参考②：項目別の満足度（「わからない」を除いた合計・平均・分散・標準偏差・相関）>

地点	男性						女性					
	回答数	点数				総合満足度との相関	回答数	点数				総合満足度との相関
		合計	平均	分散	標準偏差			合計	平均	分散	標準偏差	
①名所・旧跡等の観光地	853	4,621	5.10	0.66	0.81	0.71	702	3,884	5.22	0.62	0.79	0.69
②文化・芸術の鑑賞	237	1,279	5.18	0.83	0.91	0.69	184	1,069	5.32	0.65	0.81	0.60
③スポーツ・体験プログラム	149	835	5.15	1.04	1.02	0.57	101	580	5.42	0.62	0.79	0.47
④宿泊施設・温泉	420	2,394	5.27	0.76	0.87	0.54	313	1,782	5.35	0.56	0.75	0.64
⑤食事・酒	1,095	6,255	5.25	0.60	0.78	0.60	865	5,069	5.31	0.47	0.69	0.56
⑥土産品	753	4,229	5.14	0.63	0.79	0.63	671	3,850	5.25	0.46	0.67	0.65

※母数は回答数から「わからない」を引いた回答数

6) 四半期別

○項目ごとの満足度の平均値は、1-3月期が最も高く、次いで4-6月期、10-12月期、7-9月期と続く。
 ○いずれの区分も「宿泊施設・温泉」「食事・酒」が重要維持項目として分類されており、4-6月期および7-9月期はこれに加えて「スポーツ・体験プログラム」と「文化・芸術の鑑賞」が分類されている。
 一方でいずれの区分でも、観光地の不足や土産品の品揃え等を理由に「名所・旧跡の観光地」「土産品」が至急改善項目として分類されており、7-9月期と1-3月期では「名所・旧跡等の観光地」の総合満足度への影響度が特に高いことから改善が求められる。

	①4-6月期	②7-9月期	③10-12月期	④1-3月期
重要維持項目	<ul style="list-style-type: none"> 「文化・芸術の鑑賞」、「スポーツ・体験プログラム」、「宿泊施設・温泉」、「食事・酒」の4項目が分類された。 特に、図の右上に位置する「文化・芸術の鑑賞」、「スポーツ・体験プログラム」の2つの項目は、山形県の観光の強みといえる。 	<ul style="list-style-type: none"> 前期（4-6月期）と同様、「文化・芸術の鑑賞」、「宿泊施設・温泉」、「食事・酒」、「スポーツ・体験プログラム」の4項目が分類された。 	<ul style="list-style-type: none"> 「食事・酒」、「宿泊施設・温泉」の2項目が分類された。 なお、前2期（4-6月期、7-9月期）において当該項目に分類されていた「スポーツ・体験プログラム」は影響度が下がり「現状維持項目」に、また、「文化・芸術の鑑賞」は満足度が下がり「至急改善項目」に、それぞれ分類された。 	<ul style="list-style-type: none"> 前期（10-12月期）と同様、「宿泊施設・温泉」、「食事・酒」の2項目が分類されており、通期で山形県の観光の強みであることがわかる。 なお、前期では「現状維持項目」であった「スポーツ・体験プログラム」の影響度が高くなり「至急改善項目」となった。
至急改善項目等	<ul style="list-style-type: none"> 「土産品」「名所・旧跡等の観光地」の2項目が分類された。 これらの項目について自由記述の内容を確認すると、「土産品」は品数への意見が多く、「名所・旧跡等の観光地」は案内や目的となる観光地の不足、観光地間の移動、子供の遊び場に関する意見が多い。 	<ul style="list-style-type: none"> 前期（4-6月期）と同様、「名所・旧跡等の観光地」、「土産品」の2項目が分類された。 特に、「名所・旧跡等の観光地」の影響度が前期よりも高くなっており、夏期の観光地の魅力向上が求められる。 	<ul style="list-style-type: none"> 「文化・芸術の鑑賞」に加え、前2期と同様の「名所・旧跡等の観光地」、「土産品」の3項目が分類された。 「土産品」に関する自由記述を見ると、販売している商品と買いたい商品とのミスマッチがあることがうかがえる。 	<ul style="list-style-type: none"> 前期（10-12月期）と同様の「文化・芸術の鑑賞」、「名所・旧跡等の観光地」、「土産品」の3項目に加え、「スポーツ・体験プログラム」が分類され、四半期の中で最も至急改善項目が多い結果となった。 自由記述をみると、「名所・旧跡等の観光地」について、冬季の観光スポットが限られることや、観光地間の移動が課題として指摘されている。
散布図象限の分類	<p>図 15 4-6 期 (n=964)</p>	<p>図 16 7-9 期 (n=878)</p>	<p>図 17 10-12 期 (n=892)</p>	<p>図 18 1-3 期 (n=642)</p>

- 縦軸：項目ごとの満足度（1～6の6段階評価による該当サンプルの平均値）
 図中の太線（左右軸）は、該当サンプル・全項目の満足度評価の平均値
- 横軸：総合満足度に対する影響度（総合満足度と項目別満足度との相関係数）
 図中の太線（上下軸）は、中程度の相関があるとされる相関係数 0.4 を示している。
- 相関分析の有意性：各項目の相関係数について t 検定を行ったところ、全ての項目で有意水準である 0.05 以下に達した。

<参考①：「至急改善項目」に関する自由記述> ※カッコ内は同種の意見数

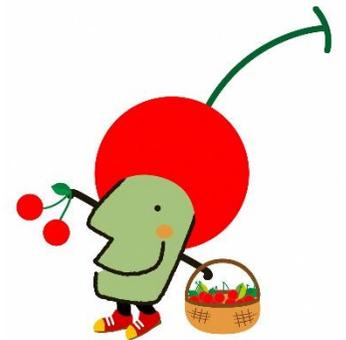
	①4-6 月期	②7-9 月期	③10-12 月期	④1-3 月期
名所・旧跡等の観光地	<ul style="list-style-type: none"> 案内板が少ない／案内板がわかりにくい (3) 行くところが少ない／行くところがない (2) ピンとくる観光地がない／目新しいものがない (2) 観光地が点在している／観光地間が離れている (2) (子どもが) 遊ぶところが少ない (2) 施設がすべて古い。銀山温泉の建物は鉄筋の支柱が残っていて残念 歴史的なアプローチが足りない 	<ul style="list-style-type: none"> 見どころがない／見どころが少ない／際立つものがない (5) 道の駅に個性がない 御朱印の受付場所が分かりにくい 	<ul style="list-style-type: none"> 観光地が少ない／行くところあまりない (2) 遊べる場所が少ない インパクトのある観光地がない 	<ul style="list-style-type: none"> 冬場は見るところが少ない 歩いて行けるところが少ない 観光地間が離れている
土産品	<ul style="list-style-type: none"> 物産展の出店数や品数が少ない (6、うち北海道物産展関連の意見が 5) 物産展が思いのほか小規模でつまらない お土産が少ない 品揃えがあまり良くない お土産が少し高くて手頃な物がない 海産物が微妙 さくらんぼの値段が高い 欲しい品種のさくらんぼがなかった 	<ul style="list-style-type: none"> お土産屋の通路が狭い。 	<ul style="list-style-type: none"> お土産がもっとあれば良い 新鮮な野菜を売っていて良いが、閉店時間が早い 	<ul style="list-style-type: none"> 欲しいものが無かった
文化・芸術の鑑賞	/			[特になし]
スポーツ・体験プログラム	/			[特になし]

<参考②：項目別の満足度（「わからない」を除いた合計・平均・分散・標準偏差・相関）>

地点	4-6 月期						7-9 月期					10-12 月期					1-3 月期							
	回答数	点数				総合満足度との相関	回答数	点数				総合満足度との相関	回答数	点数				総合満足度との相関	回答数	点数				総合満足度との相関
		合計	平均	分散	標準偏差			合計	平均	分散	標準偏差			合計	平均	分散	標準偏差			合計	平均	分散	標準偏差	
①名所・旧跡等の観光地	386	2,211	5.20	0.57	0.76	0.64	398	2,134	5.02	0.64	0.80	0.75	459	2,474	5.14	0.61	0.78	0.66	312	1,686	5.29	0.75	0.86	0.75
②文化・芸術の鑑賞	143	832	5.37	0.62	0.79	0.73	118	670	5.23	0.68	0.83	0.51	101	539	5.08	0.82	0.91	0.64	59	307	5.20	1.06	1.03	0.76
③スポーツ・体験プログラム	79	454	5.34	0.94	0.97	0.68	75	411	5.14	0.78	0.88	0.59	50	279	5.26	0.85	0.92	0.31	46	271	5.31	1.02	1.01	0.61
④宿泊施設・温泉	198	1,141	5.31	0.70	0.84	0.53	179	987	5.17	0.73	0.85	0.56	206	1,163	5.29	0.68	0.82	0.58	150	885	5.50	0.54	0.73	0.66
⑤食事・酒	568	3,247	5.25	0.60	0.78	0.62	544	3,081	5.16	0.53	0.73	0.53	501	2,935	5.35	0.47	0.69	0.57	347	2,061	5.41	0.54	0.73	0.60
⑥土産品	447	2,531	5.18	0.63	0.79	0.65	334	1,867	5.10	0.59	0.77	0.59	390	2,232	5.19	0.44	0.66	0.71	253	1,449	5.33	0.49	0.70	0.58

※母数は回答数から「わからない」を引いた回答数

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

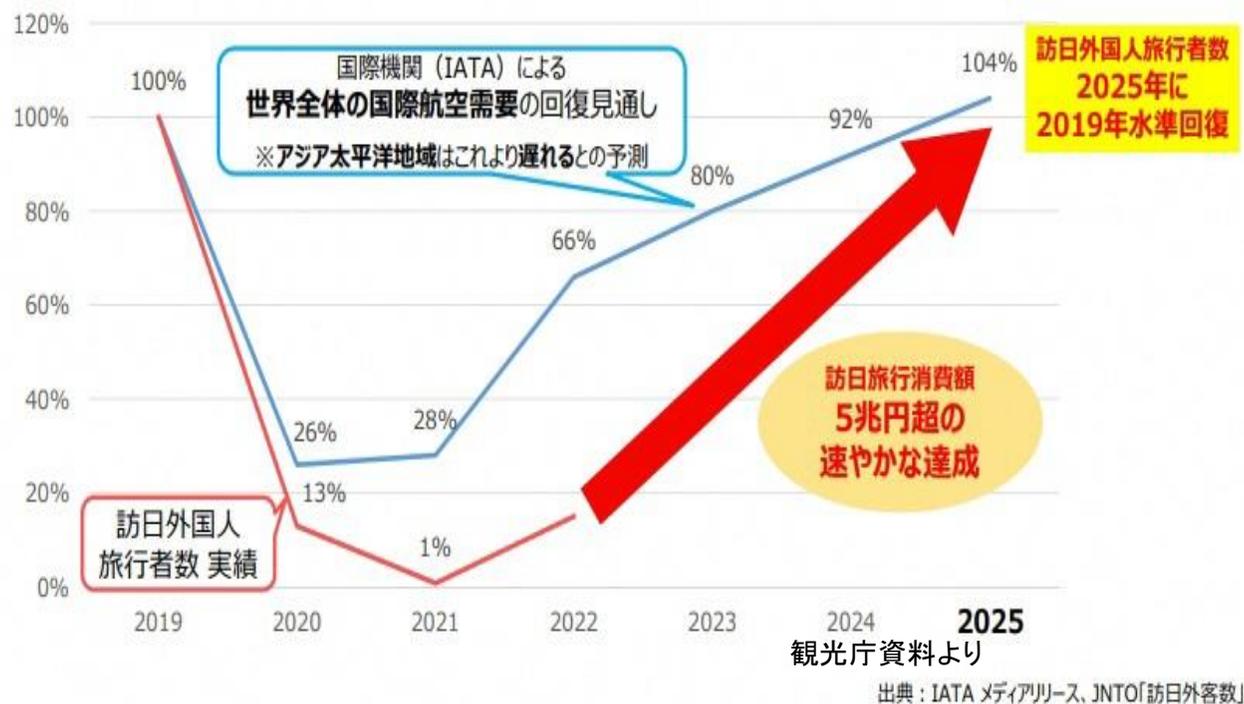


4. インバウンド復活戦略の推進

(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

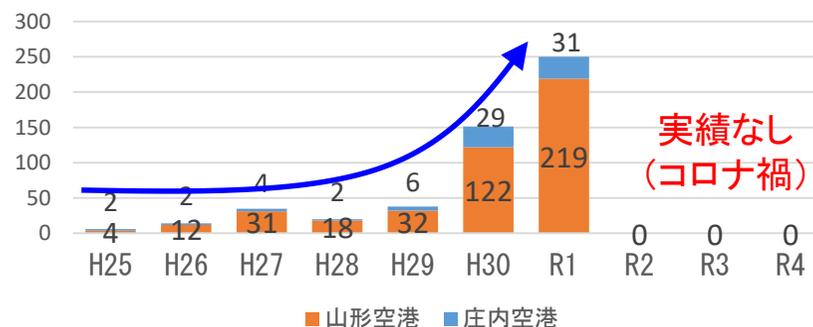
○ 県内空港国際チャーター便の復活に向けた取組み

- ・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

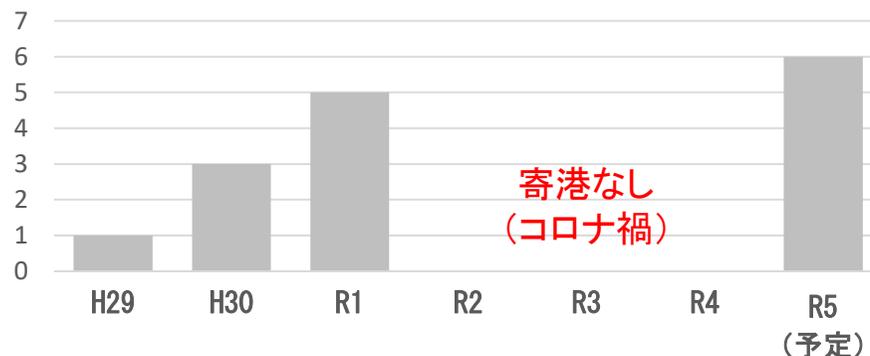
- ・官民一体となった船会社幹部やランドオペレーターの招請など外航クルーズ船の誘致活動
- ・県内消費拡大を伴う受入態勢の構築

⇒ 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

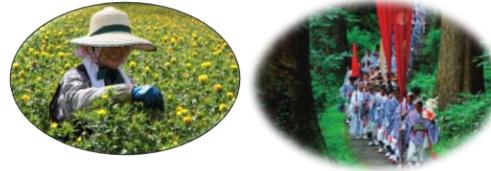
○ 海外の大学生の受入れに向けたプロモーション

- ・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

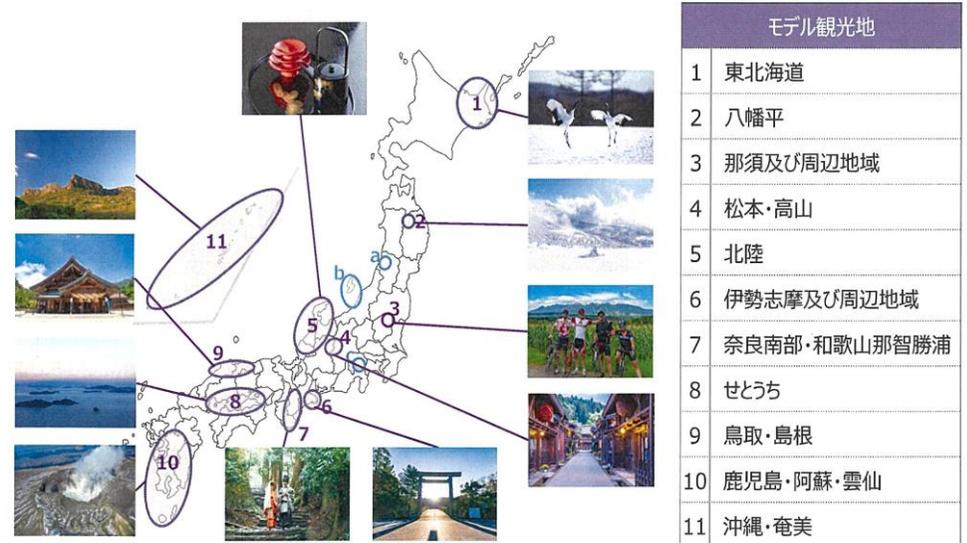
- ・高所得者層の旺盛な知的な好奇心を満たす自然体験、日本文化・伝統文化体験を取り込んだ、新たな観光コンテンツづくりの推進
- ・「学び」や「地域との交流」などを組み合わせた、「1泊ではもったいない」と思わせる観光プログラム開発

■ 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

今後の観光振興施策の展開について

(観光の高付加価値化による観光消費額の拡大)

1. 本県観光を取り巻く現状

(1) 政府の動向

観光立国推進基本計画（令和5年3月31日閣議決定）では、これまで以上に「質」や「地方」を重視した目標を設定。

基本的な方針

持続可能な観光地域づくり戦略

- 観光振興が地域社会・経済に好循環を生む仕組みづくりを推進する
- 観光産業の収益力・生産性を向上させ、従事者の待遇改善につなげる
- 地域住民の理解も得ながら、地域の自然、文化の保全と観光を両立させる

インバウンド回復戦略

- 消費額5兆円の早期達成に向けて、施策を総動員する
- 消費額拡大・地方誘客促進を重視する
- アウトバウンド復活との相乗効果を目指す

国内交流拡大戦略

- 国内旅行の実施率向上、滞在長期化を目指す
- 旅行需要の平準化と関係人口の拡大につながる新たな交流需要の開拓を図る

目標

■ 早期達成を目指す目標：インバウンド消費5兆円、国内旅行消費20兆円

■ 2025年目標（質の向上を強調し、人数に依存しない指標を中心に設定）

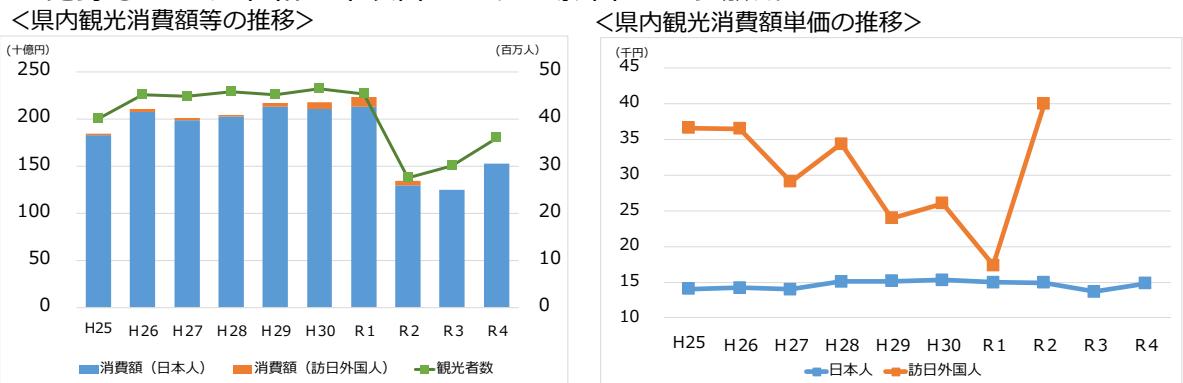
① 持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数【新】	100地域
② 訪日外国人旅行消費額単価【新】	20万円/人
③ 訪日外国人旅行者一人当たり地方部宿泊数【新】	2泊
④ 訪日外国人旅行者数	2019年水準超え
⑤ 日本人の海外旅行者数	アジア最大・3割以上
⑦ 日本人の地方部延べ宿泊者数	3.2億人泊
⑧ 国内旅行消費額	22兆円

主な施策

- 観光地・観光産業の再生・高付加価値化
- 観光DX、観光人材の育成・確保
- 持続可能な観光地域づくりのための体制整備等
- コンテンツ整備、受入環境整備
- 高付加価値なインバウンドの誘致
- アウトバウンド・国際相互交流の促進
- 国内需要喚起
- ワーケーション、第2のふるさとづくり
- 国内旅行需要の平準化

(2) 観光消費額（総額・単価）の推移

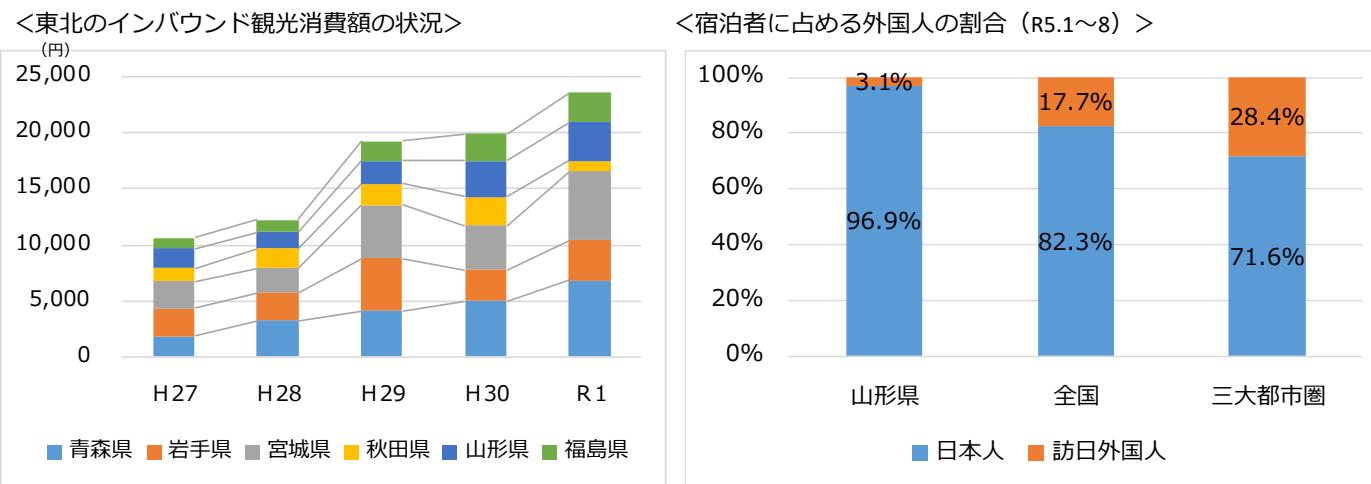
本県の観光消費額総額は、日本人・訪日外国人のいずれも令和元年に最高値を記録したが、令和2年以降コロナの影響により激減。



(出典) 県観光者数調査 ※消費額は暦年、観光者数は年度 ※R3～R4の訪日外国人はデータなし

(3) インバウンドに係る状況

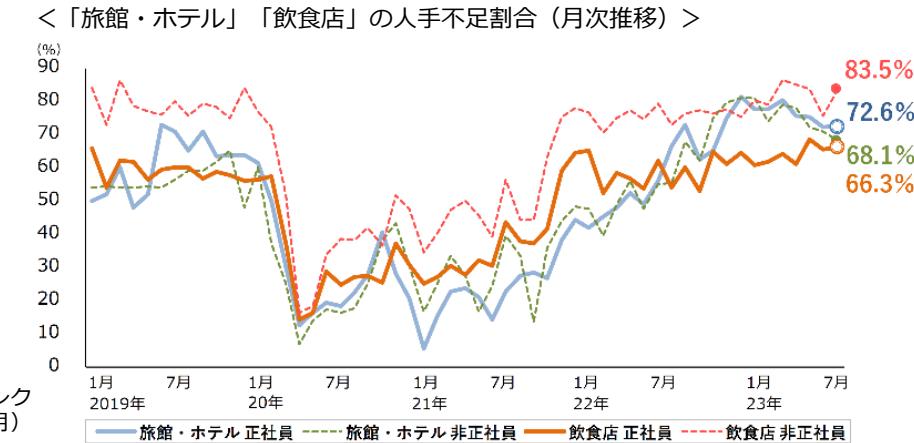
東北のインバウンド観光消費額は、コロナ前の5年間で2倍以上に増加。 その一方で、本県の宿泊者全体における外国人の割合は、全国や三大都市圏と比べ低い状況。



(出典) 観光庁「共通基準による観光入込客統計」※外国人旅行者（観光目的・宿泊） (出典) 観光庁「宿泊旅行統計調査」（R5.1～8）速報値 ※三大都市圏は、千葉県、埼玉県、東京都、神奈川県、愛知県、京都府、大阪府、兵庫県の合計

(4) 観光産業における人手不足の状況

民間調査会社による人手不足に対する業種別の全国調査では、「旅館・ホテル」の人手不足割合は正社員で72.6%と、情報サービス（74.0%）に次いで高く、非正社員でも68.1%と、飲食店（83.5%）に次いで高い状況にある。

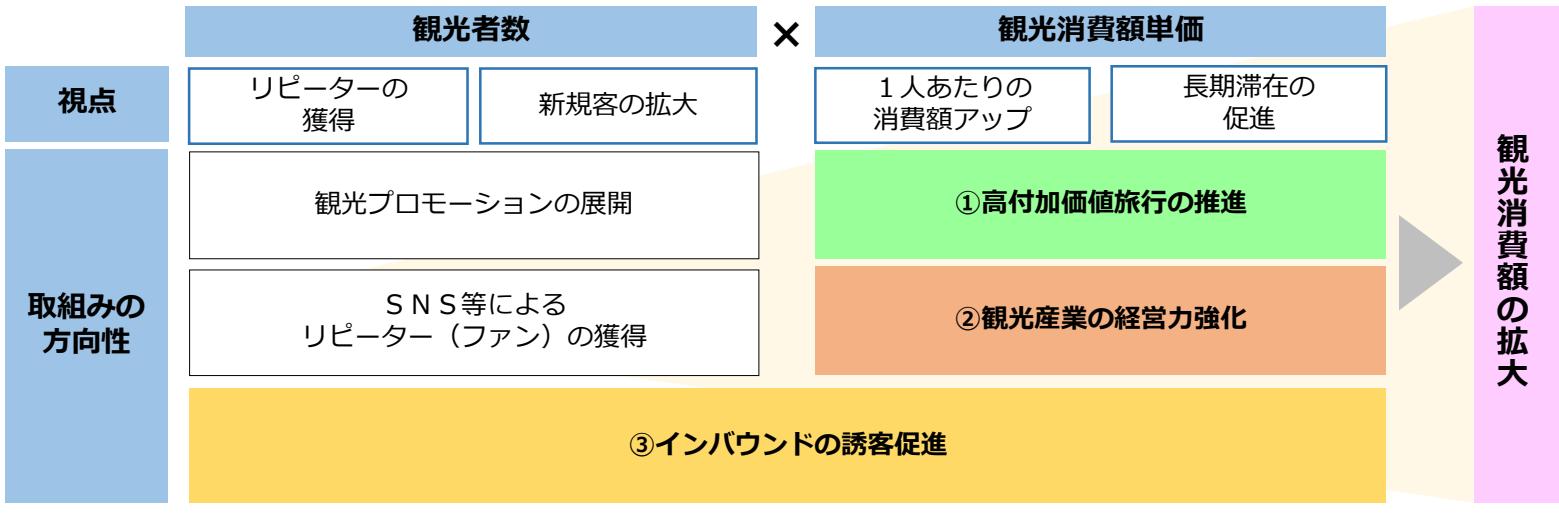


(出典) 帝国データバンク「人手不足に対する企業の動向調査」（2023年7月）

2. 現状を踏まえた施策展開の考え方

○本県観光産業における収益力を高め、持続可能な観光を実現するためには、「観光者数の増」に加え、より高所得な（高付加価値なものを求める）客層を本県に取り込むなど、「観光消費額単価の上昇」に向けた取組みを、国内・国外ともに行うことが重要。

○そのため、本県の強みを最大限に活用したコンテンツ造成をはじめとした①「高付加価値旅行の推進」や、観光DXの推進や人手不足解消など②「観光産業の経営力強化」に取り組む。併せて、消費単価の高い③「インバウンドの誘客促進」に向けた取組みを強化し、全体としての観光消費額の拡大を図っていく。



3. 施策展開の方向性

高付加価値旅行の推進

- **高所得者層に響く、滞在型の高付加価値コンテンツづくり**
 - ・高所得者層の旺盛な知的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の開発
- **本県が多様な観光資源を活用した誘客の促進**
 - ・本格デビューを果たした「やまがた紅王」や令和7年の「さくらんぼ栽培150周年」などを契機に、さくらんぼのブランド力を活かした誘客を推進
 - ・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するため、四季折々の山の楽しみ方をデジタルパンフレット等で情報発信
 - ・本県が世界に誇る食文化の一つである「ラーメン」と「そば」を市町村と連携して情報発信すること等により、国内外からの観光誘客を促進
- **多様化する旅行ニーズに応じた観光誘客の展開**
 - ・貸切バスやタクシーを利用した着地型オプションツアーや旅行者ニーズに合わせた手配型商品等に対して助成
 - ・令和6年4月から6月の3ヶ月間、「心ほどけるやまがた」をキャッチコピーに、山形県全域を対象エリアとした「山形県春の観光キャンペーン」を、JR東日本と連携して開催



観光産業の経営力強化

- **観光産業の高付加価値化・観光DXの推進**
 - ・デジタルツール導入による業務効率化や、予約管理システム導入による人員配置の最適化など、観光DXを通じた経営効率化の推進
 - ・宿泊単価アップや経費削減など、収益力の向上（高付加価値化）を図る取組みへの支援の継続
- **人手不足への対応**
 - ・観光産業における労働環境の改善や多様な働き方を促すための仕組みの構築
 - ・外国人材の活用を希望する観光事業者と海外送り出し機関等とのマッチング機会の創出、海外インターンシップ受入の促進
- **データに基づく観光施策の展開**
 - ・東北観光DMPの活用による広域観光データの分析・活用の強化
 - ・GPS機能を活用したリアルタイムでの行動データ収集など、デジタル実装を伴う新たな切り口での誘客促進・マーケティング事業を展開
- **次世代を担う観光人材の育成**
 - ・観光カリスマ等をアドバイザーとして招聘し、モニターツアー等の実践活動を通してノウハウを集積し、人材のレベルアップを図りながら新たな観光地づくりを推進



インバウンドの誘客促進

- **高付加価値なインバウンド観光地づくりの推進**
 - ・付加価値の高い観光地づくりの推進や、本県の魅力発信の強化等により、国内外における高所得者（リッチ）層の観光誘客を推進
- **国際チャーター便の誘致、外航クルーズ船の寄港拡大**
 - ・国際チャーター便等による観光交流を拡大し、更なるインバウンドの増加につなげるため、海外の旅行会社との相互利用チャーター便を活用する旅行会社の旅行商品について、経費の一部を支援
 - ・インバウンド誘客促進のための県内空港へのチャーター便誘致、県内を周遊・宿泊する旅行商品の造成支援、外航クルーズ船の寄港拡大に向けたプロモーションの展開
- **県外空港等から入国する外国人旅行者の誘客促進**
 - ・海外現地観光コーディネーターによる現地情報の収集や本県観光情報の発信等を通じた重点市場（台湾、中国、香港、韓国、ASEAN）等からの誘客の推進
 - ・仙台空港を利用するインバウンドを県内に呼び込むため、仙台空港～山形便、仙台空港～庄内便を運行するバス事業者への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



観光消費額の拡大を通じた、持続可能な観光地域づくりの実現

第2次おもてなし山形県観光計画に掲げる施策及び関連予算一覧(令和5年度)

資料3-3

観光計画に掲げる施策	部局名	課室名	事業名	R5年度 予算額 (9補現計) (千円)	事業概要
第1節 基本的施策					
1 魅力的な観光地域づくり					
① 郷土愛やおもてなしの心の醸成と観光客との交流促進					
○ おもてなしの心をもって来訪者と交流することは、地域の魅力の認識、再確認の機会となり、地域に対する自信と誇りを醸成し、郷土愛を育む土壌になるとともに、来訪者へ感動をもたらす、交流の輪を大きくすることから、学校や地域、企業等において、本県の魅力を知り、発信、交流する機会の充実を図ります。					
◇ 学校・地域等で、歴史や文化、自然、観光など、郷土の魅力を知り、自ら発信する機会の充実 (例) 修学旅行先での郷土の魅力PR活動や観光客へのガイド体験の実施	しあわせ子育て応援部	しあわせ子育て政策課	わくわく！やまがた体験事業	6,884	未就学児(保育所、幼稚園等)を対象とした、自然や文化など本県の魅力に触れる体験型バスツアーの開催
	観光文化スポーツ部	文化スポーツ振興課	文化による地域への愛着・誇り醸成事業	5,520	子ども達の伝統芸能や文化芸術活動の発表の機会の創出に対する支援 県民が本県の伝統文化を体験する機会の創出
	観光文化スポーツ部	博物館・文化財活用課	伝統芸能育成事業費	1,288	北海道・東北ブロック民俗芸能大会への団体派遣
	観光文化スポーツ部	博物館・文化財活用課	「未来に伝える山形の宝」登録制度推進事業	3,006	地域に遺る有形・無形文化財を保存・活用する取組を「未来に伝える山形の宝」として登録し、活動を支援
	観光文化スポーツ部	博物館・文化財活用課	博物館活動整備事業費	14,521	博物館学習会、企画展等の開催 県立博物館の移転整備に向けた検討の実施
	県土整備部	県土利用政策課	やまがたの誇れる景観魅力発信事業	3,399	「やまがた景観物語おすすめビューポイント」を活用したInstagramフォトコンテスト、写真展示会、景観出前授業、景観探検まちあるき及び広告景観コンテストの実施
	教育局	教育政策課	郷土愛を育む活動推進事業(一部)	213	小中学生の地域を素材とする探究型学習について、実践事例を紹介する特設ページ「郷土 Yamagataふるさと探究の広場」の開設
	村山総合支庁	観光振興室	観光振興推進事業(一部)	1,990	おもてなしドライバー現地研修の実施
	置賜総合支庁	観光振興室	観光振興推進事業(一部)	133	「学生が考える街歩き事業」の実施
◇ 県・市町村職員一人ひとりが営業マン・ウーマンとなって本県の魅力を発信し、売り込む意識の醸成	総務部	人事課(職員育成センター)	職員研修事業費(一部)	25,331	観光が地域に寄与する効果について理解を深めるとともに、おもてなしの心や発信力の向上などを習得するための職員研修を実施
◇ 県民総参加・全産業参加によるおもてなし実践力の向上 (例) 東北DCを契機とした県民総参加・全産業参加によるおもてなし機運醸成の取組み (DC等以外の関連事業)	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 精神文化・観光プロモーション室	観光キャンペーン推進事業(一部)	29,160	JR東日本と連携して実施する「令和6年度春の観光キャンペーン」(R6.4月～6月)に向けた各種取組みの推進
	総務部	人事課(職員育成センター)	人的資本投資推進事業(一部)	10,782	英語力や国際感覚等を有する人材の育成を目的に、庁内語学研修と海外短期留学(コロラド・ニュージージーランド)を実施
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課	観光誘客総合推進事業(一部)	1,290	タクシードライバーの人材育成を目的とした、山形おもてなしドライバー検定の実施
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課	観光連携推進事業(一部)	303	山形県観光ボランティアガイド連絡協議会に対する支援
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課	観光連携推進事業(一部)	768	観光人材育成機関である山形観光アカデミーに対する支援
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課	山形県版ふるさと観光検定事業費	6,127	県内外から本県の魅力を認識してもらい、ポストコロナの観光誘客に繋げるため、自宅で気軽に受検できる「山形県版ふるさと観光検定」の実施
	観光文化スポーツ部	文化スポーツ振興課	文化による地域への愛着・誇り醸成事業	5,520	子ども達の伝統芸能や文化芸術活動の発表の機会の創出に対する支援 県民が本県の伝統文化を体験する機会の創出【再掲】
	農林水産部	水産振興課	サケ・マス振興事業費(一部)	2,000	地域の子どもたちによる魚類の放流
	置賜総合支庁	観光振興室	地域広域観光推進事業(一部)	180	おきたま地域観光ボランティアガイド協議会が実施する研修会等への支援
	庄内総合支庁	観光振興室	地域広域観光推進事業(一部)	43	観光ガイド活用促進支援
② 国内外から本県への移動手段の確保・二次交通の充実					
○ 旅行者のゲートウェイとなる空港・港湾機能の強化や道の駅の充実を図るとともに、路線の誘致・拡大、道路網の整備を促進します。					
○ 鉄道・バス等の公共交通機関に加え、レンタカー、タクシー、自転車など多様な移動手段の充実、道の駅の整備等を行うことにより、観光客の円滑で快適な周遊を促進します。					
○ インバウンド拡大に向け、チャーター便やクルーズ船の誘致拡大等に取り組むとともに、近隣県と連携し、仙台空港や新潟空港等も活用した誘客に取り組めます。					
○ 首都圏・関西圏などのゴールデンルートからの経由便や新幹線、高速バス、レンタカーを利用した誘客の拡大に取り組めます。					
○ 観光地までの移動を一つのサービスとして捉え、複数の事業者をまたぐ場合においても、スマートフォン等を活用して検索から予約・決済までのサービスを一括で提供できるMaaS5を推進し、国内外の観光客の回遊性の向上を図ります。					
◇ 国内線新規路線の就航誘致、チャーター便の誘致拡大、国際定期便の就航誘致	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	国際チャーター便受入事業費等	21,206	国際定期チャーター便誘致に向けた準備のため、山形空港における受入体制整備の実施
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	乗って満喫！やまがたバス旅促進事業(一部)	97,000	仙台空港—山形間の直行バス再開支援及び海外等での広告展開
	みらい企画創造部	総合交通政策課	(山形県国際チャーター便連絡協議会 予算)	-	国際チャーター便運航促進のための支援の実施等
◇ 県内空港への定期便の増便や仙台空港・新潟空港などの近隣県の空港との連携強化	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	広域連携推進事業費(一部)	50	仙台空港及び周辺自治体と連携した誘客を実施
	みらい企画創造部	総合交通政策課	(山形空港利用拡大推進協議会 予算)	-	仙台空港と連携したレンタカー乗捨てに対する助成
◇ 外航クルーズ船の誘致促進	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	外航クルーズ船誘客事業費	18,246	外航クルーズ船誘致に向けた船会社のファームツアーの実施及びセミナー開催による受入態勢整備を行うとともに、歓迎イベントを実施
	県土整備部	空港港湾課	大型外航クルーズ船受入体制整備事業	23,316	クルーズ船寄港時の仮設フェンス設置によるおもてなしスペース等の確保

観光計画に掲げる施策	部局名	課室名	事業名	R5年度 予算額 (9補現計) (千円)	事業概要
◇ 旅行者のゲートウェイとなる空港・港湾の機能強化	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	国際チャーター便受入事業費等	21,206	国際定期チャーター便誘致に向けた準備のため、山形空港における受入体制整備の実施【再掲】
	県土整備部	空港港湾課	山形空港管理費	458	国際チャーター便就航に伴う山形空港における保安体制維持のための立哨警備業務の実施
	みらい企画創造部	総合交通政策課	(庄内空港利用振興協議会予算)	-	庄内空港の機能強化に向けた検討
◇ 東北中央自動車道等の高速道路及び地域高規格道路等の道路交通網の整備促進及び利便性向上	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 精神文化・観光プロモーション室	観光キャンペーン推進事業(一部)	29,160	東北中央自動車道を活用した誘客対策事業
	県土整備部	高速道路整備推進室	高速道路整備推進事業費	263	高速交通網の整備及び利用促進に向けて事業展開
	村山総合支庁	観光振興室	観光振興推進事業(一部)	1,990	東日本高速道路(株)等との連携による山形ラーメンマップスタンプラリーの実施
◇ 成田空港・羽田空港、首都圏・関西圏などからの本県への誘導	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	ポストコロナに向けた観光復活推進事業費(一部)	5,162	海外からの往来再開後を見据え、JR東日本と連携し外国人専用鉄道バス(JRイーストバス)を活用し、首都圏(羽田・成田空港)からの誘客を実施
	みらい企画創造部	総合交通政策課	(山形空港利用拡大推進協議会予算) (庄内空港利用振興協議会予算)	-	航空乗継利用促進協議会等と連携した乗継利用促進による国内観光誘客の促進
◇ フル規格の奥羽・羽越新幹線の早期実現に向けた取組み	みらい企画創造部	総合交通政策課	フル規格新幹線整備推進事業	7,922	米沢トンネル(仮称)整備の早期事業化及びフル規格新幹線の早期実現に向けて、機運醸成や政府等への要望活動の取組みを推進
◇ 観光地へのラストワンマイルをつなぐ二次交通の充実	みらい企画創造部	総合交通政策課	地域公共交通オープンデータ活用事業	500	交通情報等のオープンデータの整備・運用、経路検索サイトに掲載するバス運行情報(GTFS-JP)作成・更新のための市町村向け研修会の開催
	みらい企画創造部	総合交通政策課	(山形空港利用拡大推進協議会予算) (庄内空港利用振興協議会予算)	-	山形空港と蔵王温泉、銀山温泉等を結ぶ観光ライナー(予約制乗合タクシー)、銀山温泉を結ぶ観光バスの運行、レンタカーの利用促進
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 精神文化・観光プロモーション室	観光キャンペーン推進事業(一部)	29,160	広域観光協議会などが主体となって実施する二次交通整備事業への助成を実施
◇ 交通データの収集と共有化等によるMaaSの導入促進	みらい企画創造部	総合交通政策課	地域公共交通オープンデータ活用事業	500	交通情報等のオープンデータの整備・運用、経路検索サイトに掲載するバス運行情報(GTFS-JP)作成・更新のための市町村向け研修会の開催【再掲】
(上記以外の関連事業)	庄内総合支庁	観光振興室	地域広域観光推進事業(一部)	132	JR東日本が取組む東北MaaSへの参画による管内周遊促進
③ 観光地や観光・宿泊施設等での安全・安心・快適な環境の整備					
<ul style="list-style-type: none"> ○ 外国人、高齢者、障がい者、家族連れなど、全ての国内外からの観光客が、安全に安心して快適に旅行を楽しむため、Wi-Fi環境の整備や、キャッシュレス決済、バリアフリー化などの受入環境の整備を進めます。 ○ 「旅マエ」、「旅ナカ」において、旅行者が円滑に目的地や移動手段などの必要な情報を収集できるよう、観光案内所やホームページにおける観光情報の提供の充実・強化を図ります。 ○ 外国人観光客が、病気や事故、災害等の非常時においても、正確な情報を迅速に入手でき、対応できる体制を整備するなど、安心して旅行できるよう、多言語対応の医療機関や災害等の情報の提供を強化するとともに、災害に対応するため、市町村や宿泊事業者などの観光事業者、交通事業者などと連携し、危機管理意識の啓発、安全に関わる正確な情報を迅速に提供できる体制の整備を図ります。 					
◇ バリアフリー化、Wi-Fi等の通信環境整備など、誰もが快適に旅行できる環境の整備	健康福祉部	地域福祉推進課	-	0	バリアフリー情報サイト運営団体へのバリアフリー設備に関する情報提供
◇ 観光案内所やスマートフォン等の活用による現地における観光情報の提供の充実強化(観光施設、宿泊施設、二次交通、Wi-Fi環境、免税店等の情報提供)	置賜総合支庁	観光振興室	地域広域観光推進事業(一部)	156	置賜観光ポータルサイトによる情報発信
	置賜総合支庁	観光振興室	地域広域観光推進事業(一部)	74	道の駅米沢における「イベントナビカード」の実施
◇ 多言語案内表記、観光ガイド、自動翻訳機導入促進など、インバウンド受入環境の充実	置賜総合支庁	観光振興室	観光振興推進事業(一部)	164	外国人個人旅行者受入促進に向けた研修会の実施
◇ 災害対応力の充実強化、インバウンドに対する医療・災害対応の充実	健康福祉部	医療政策課	外国人患者受入促進事業 (新型コロナウイルス感染症緊急対策費の一部)	2,000	外国人患者に対応できる医療機関を拡充するため、医師会と連携した医師向け研修会等を実施
	防災くらし安心部	防災危機管理課	やまがた防災力向上加速化事業費	1,914	避難行動に対する県民の理解促進、自治体や自主防災組織の実践力を強化する取組み等により、自助・共助・公助が一体となった災害対応力の向上を推進
	防災くらし安心部	防災危機管理課	共助による地域防災力活性化事業費	1,909	防災士の養成、防災活動への多様な主体の参画促進、自主防災組織への指導・助言により地域防災力の活性化を推進
(上記以外の関連事業)	防災くらし安心部	食品安全衛生課	山形県新型コロナウイルス対策認証事業費	1,506	飲食店等が実施する新型コロナウイルス感染防止対策について、県が認証する制度を創設・運用し、県内外の人々が安心して飲食や宿泊を楽しむことができる環境を整備
	しあわせ子育て応援部	しあわせ子育て政策課	赤ちゃんほっとステーション事業(一部)	3,000	外出先で授乳・おむつ替えができる場所「赤ちゃんほっとステーション」の登録制度及び施設整備のための補助制度の創設
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課	やまがた観光情報センター運営管理事業	39,261	やまがた観光情報センターにおける観光情報発信機能の充実等
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課	観光誘客総合推進事業(一部)	25,211	山形駅西口周辺における賑わい創出を図るためのやまがた観光情報センターの機能強化
	村山総合支庁	観光振興室	新たな旅行スタイル観光地づくり事業	500	ポストコロナの旅行形態の変化に対応した旅行商品の造成・販売促進
	村山総合支庁	観光振興室	観光振興推進事業(一部)	1,990	県境案内看板の管理
	置賜総合支庁	観光振興室	観光振興推進事業(一部)	52	県境案内看板の管理
	置賜総合支庁	建設総務課	次代に繋ぐ土木史跡活用保全事業	980	「直江石堤」及び「万世大路」の環境整備

観光計画に掲げる施策	部局名	課室名	事業名	R5年度 予算額 (9補現計) (千円)	事業概要
④ 観光資源の発掘・磨き上げ、各種ツーリズムの推進					
○ 「山形ならではの」の精神文化、自然、食、温泉、伝統文化等の地域資源を活かした質の高い体験や価値を提供するコンテンツを発掘・磨き上げることにより、国内外から観光客を呼び込むとともに長期滞在に結び付けます。					
○ また、観光消費の拡大に向け、県内各地の観光コンテンツを、共通のテーマでつなぎ、県内での周遊や長期の滞在型観光を促進するとともに、宿泊に結び付けるナイトタイムエコノミー・早朝型観光などのタイム別コンテンツの開発などを促進します。					
○ 精神文化、歴史、美食・美酒、温泉、山岳・森林、スポーツ、伝統文化、カルチャー(生活文化)など、本県の特徴を活かし、他にはない「山形ならではの」の魅力・テーマをストーリーで結ぶツーリズムを発信・展開し、県内周遊・消費拡大に結び付けます。					
エリア・タイム・テーマ別の地域資源の発掘・磨き上げ・発信・商品化 <エリア> 県内各地域、県全体、東北地域など、エリア別の商品造成 <タイム> モーニング、ナイトタイムなど、時間帯別の商品造成 <テーマ> 精神文化、歴史、美食・美酒、山岳、景観、産業、スポーツ、伝統文化、カルチャー(生活文化)、医療などの地域資源を活用したテーマごとの商品造成	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 精神文化・観光プロモーション室	観光キャンペーン推進事業(一部)	29,160	各種キャンペーンの展開やコンテンツ造成の支援
「山形ならではの」の魅力的な観光資源を活用した各種ツーリズムの展開	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 精神文化・観光プロモーション室	観光キャンペーン推進事業(一部)	29,160	各種キャンペーンの展開やコンテンツ造成の支援【再掲】
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	ポストコロナに向けた観光復活推進事業費	15,000	コンテンツ造成及びプロモーションの実施
<精神文化ツーリズム> 日本遺産「出羽三山『生まれかわりの旅』」や「山寺と紅花」の山寺(立石寺)、本山慈恩寺、出羽百観音などの精神文化を深く理解し、その歴史等に基づいたストーリーを辿る「精神文化ツーリズム」を展開します。	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 精神文化・観光プロモーション室	精神文化ツーリズム推進事業費	10,870	精神文化のブランド化とデジタル及びリアル媒体を組み合わせた多角的な情報発信によるプロモーションの展開
	観光文化スポーツ部	博物館・文化財活用課	日本遺産魅力発信推進事業	1,900	日本遺産の認定を契機とした地域活性化等に向けた推進体制の整備
	村山総合支庁	観光振興室	「山寺と紅花」観光誘客推進事業	882	仙台圏での紅花展示等による誘客施策、山寺での紅花の展示、紅花まつり等の情報発信の実施、高遠道路SAでのキャラバン隊によるPR、バスツアー造成支援等
	村山総合支庁	農業技術普及課	-	0	山寺地区紅花畑の栽培指導
	村山総合支庁	観光振興室	観光振興推進事業(一部)	1,990	出羽の古道六十里越街道を観光資源とした誘客活動への支援
	庄内総合支庁	観光振興室	地域広域観光推進事業(一部)	300	羽黒山誘客促進事業(地元関係団体等が組織する実行委員会への負担金)
	庄内総合支庁	観光振興室	地域広域観光推進事業(一部)	300	高校生による庄内三十三観音の巡礼体験と情報発信
<美食・美酒・温泉ツーリズム> 全市町村から湧出する本県の魅力ある「温泉」地を拠点に滞在してもらい、本県ならではの「美食・美酒」を楽しみながら、その「美食・美酒」を育んだ歴史や文化等を体感できる「美食・美酒・温泉ツーリズム」を展開します。	産業労働部	県産品流通戦略課	「日本一美酒県 山形」推進プロジェクト事業費	12,498	「日本一美酒県 山形」フェアの開催等
	農林水産部	水産振興課	庄内浜トップブランド水産物創出事業(一部)	3,473	庄内の観光資源となるブランド魚種の創出、庄内おぼこサワラや天然とらふぐ、庄内北前ガニ、活イカ等のキャンペーンを実施
	村山総合支庁	観光振興室	村山の強みを活かした周遊観光促進事業	1,152	・山形大学等との協働によるものづくり企業等を観光素材とした新たな旅行商品の造成、販売 ・ワイナリーと温泉、酒蔵と蕎麦を組み合わせた情報発信
	村山総合支庁	観光振興室	観光振興推進事業(一部)	1,990	・宮城県仙台地方振興事務所と連携した相互誘客(「ドライブ&家たびスタンプラリー」の実施) ・最上・置賜総合支庁と連携した広域周遊促進(「ドライブスタンプラリー」の実施) ・東日本高速道路路側等との連携による山形ラーメンマップスタンプラリーの実施【再掲】
	村山総合支庁	観光振興室	農観連携推進事業	862	農業収穫体験ができる農園等の情報発信
<山岳・森林ツーリズム> 日本百名山の鳥海山や蔵王山など、本県の山岳・森林の四季折々の豊かな自然景観等を、トレッキング・カヤック・自転車等の人力による移動手段を利用して体感し、地域の歴史や文化、人々との交流を楽しむ「山岳・森林ツーリズム」を展開します。	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 精神文化・観光プロモーション室	山岳観光推進事業費(一部)	11,598	四季折々の山の楽しみ方を「やまがた四季」山旅100選(仮称)として公募・選定するとともに、情報発信のためのデジタルパンフレット等を作成
	環境エネルギー部	みどり自然課	やまがた山水百景魅力アップ事業(一部)	250	「やまがた百名山」の保全や活用を促進するため、登山環境整備等の地元の主体的な活動に対する助成
	環境エネルギー部	みどり自然課	やまがた山水百景魅力アップ事業(一部)	2,517	凍結や雨の影響で歩きにくくなった登山道の石組の撤去工事
	環境エネルギー部	みどり自然課	やまがた山水百景魅力アップ事業(一部)	224	「やまがた百名山」をはじめとする本県の山岳地について登山道情報等を県山岳情報ポータルサイト「やまがた山」で発信
	農林水産部	農村計画課	ふるさと農村地域活性化基金事業(一部)	11,936	「やまがたの棚田」PRと棚田カードを活用したスタンプラリーの実施
	農林水産部	森林ノミクス推進課	やまがた森林ノミクス県民総参加推進事業(一部)	1,272	県産木材を利用した木工体験等、木とのふれあいを通じ、木の良さややまがたの森林の良さを感じてもらおう催しとして山形県林業まつりを開催
<産業ツーリズム> 本県の伝統に裏打ちされた技術力と堅実な県民性が育んだ、高品質なモノづくりの現場体験・見学などの「産業ツーリズム」を展開します。	産業労働部	県産品流通戦略課	届けよう山形の魅力プロジェクト事業費(一部)	28,381	県産品のブランドコンセプトを活かした情報発信や実売拡大に向けたしくみづくりの実施
	農林水産部	園芸大国推進課	紅花振興拡大プロジェクト事業	3,401	平成31年2月に日本農業遺産に認定された紅花の保全計画に基づいた活動の推進、県内全域を対象とした県花である紅花の生産振興と需要拡大
	村山総合支庁	観光振興室	村山の強みを活かした周遊観光促進事業	1,152	山形大学等との協働によるものづくり企業等を観光素材とした新たな旅行商品の造成、販売【再掲】
<スポーツツーリズム> スポーツを「観る(観戦)」、「する(楽しむ)」ことに加え、周辺の観光やスポーツを「支える」人々との交流等も含めた、「スポーツツーリズム」を展開します。近年、国内外から注目度が高い、「サイクルツーリズム」や居合等の「武道ツーリズム」による誘客拡大の取組みを強化します。	産業労働部	県産品流通戦略課	中国ハルビン事務所運営・活動事業費(一部)	21,833	中国ハルビン事務所の運営(スキー客の誘客)
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課	観光連携推進事業(一部)	1,200	山形県スキー場誘客推進協議会に対する支援
	県土整備部	道路保全課	道路保全事業(一部)	41,000	サイクリングモデルルートの案内看板設置・路面表示の実施
	県土整備部	道路整備課	交通安全道路事業(一部)	510,996	サイクリングモデルルートの自転車通行空間整備

観光計画に掲げる施策	部局名	課室名	事業名	R5年度 予算額 (9補現計) (千円)	事業概要
＜伝統文化ツーリズム＞ 黒川能、黒森歌舞伎、林家舞楽などの各地に残る民俗芸能・文化財やユネスコ無形文化遺産の新庄まつりなどの「祭り」等、地域で継承・伝承されている伝統文化を保存・活用する、「伝統文化ツーリズム」を展開します。	観光文化スポーツ部	観光復活推進課	観光連携推進事業(一部)	2,500	舞妓文化を活用した観光誘客
	観光文化スポーツ部	文化スポーツ振興課	文化による地域への愛着・誇り醸成事業	5,520	子ども達の伝統芸能や文化芸術活動の発表の機会の創出に対する支援 県民が本県の伝統文化を体験する機会の創出【再掲】
	観光文化スポーツ部	博物館・文化財活用課	伝統芸能育成事業費	1,288	北海道・東北ブロック民俗芸能大会への団体派遣【再掲】
	観光文化スポーツ部	博物館・文化財活用課	「未来に伝える山形の宝」登録制度推進事業	3,006	地域に遺る有形・無形文化財を保存・活用する取組みを「未来に伝える山形の宝」として登録し、活動を支援【再掲】
＜カルチャー(生活文化)ツーリズム＞ 山形県総合文化芸術館や山形美術館、山形交響楽団などから発信される芸術文化や、雪国文化等、地域の暮らしに息づいている生活文化等を活かした、「カルチャーツーリズム」を展開します。特に、雪国である本県の暮らしには、積雪による生活上の厳しさが伴う一方で、雪国だからこそ育まれてきた豊かな文化や地域の魅力、また、雪を資源として活用する発想も多くあり、雪があるから遊び、雪があるから寄り添い、雪があるから輝ける、この山形の雪の魅力「スノーカルチャー」を国内外に発信します。	観光文化スポーツ部	観光復活推進課	雪を活用した観光誘客支援事業	9,675	冬季の観光誘客の促進に向けた県内の冬の観光資源を活用したイベント(やまがた音と光のファンタジア)の開催支援
	産業労働部	県産品流通戦略課	中国ハルビン事務所運営・活動事業費(一部)	21,833	中国ハルビン事務所の運営(青少年交流団の誘客)
◇ 宿泊・滞在型観光の推進	観光文化スポーツ部	観光復活推進課	観光誘客緊急対策事業	1,960,948	県内宿泊旅行及び日帰り旅行の割引キャンペーンの実施 ※R4年度からの繰越額
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課	乗って満喫!やまがたバス旅促進事業費(一部)	274,800	県内交通事業者の貸切バス等を利用した本県の多様な観光資源を楽しめる旅行の促進
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	広域連携推進事業費(一部)	18,500	東北観光推進機構と連携した誘客を実施
	農林水産部	県産米・農産物ブランド推進課	農林漁家民宿・レストラン人材育成支援事業	998	農山漁村の交流拠点となる農林漁家民宿・レストランの開業に向けた研修の実施
	村山総合支庁	観光振興室	観光振興推進事業(一部)	1,990	管内7市7町の観光PR動画の制作・Youtubeでの発信
	置賜総合支庁	観光振興室	地域広域観光推進事業(一部)	321	地域観光素材の発掘及び磨き上げ
	置賜総合支庁	観光振興室	地域広域観光推進事業(一部)	380	新型コロナウイルスに対応した観光誘客
◇ 近隣県連携による広域観光周遊ルートの確立	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	重点市場のポストコロナに向けた誘客推進事業費(一部)	700	宮城・山形観光推進協議会による隣県連携施策の実施
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	重点市場のポストコロナに向けた誘客推進事業費(一部)	1,007	栃木・南東北等と連携し、タイを中心とした誘致事業の実施
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 精神文化・観光プロモーション室	観光キャンペーン推進事業(一部)	29,160	近隣県を対象とした誘客促進支援
	村山総合支庁	観光振興室	観光振興推進事業(一部)	1,990	・宮城県仙台地方振興事務所と連携した相互誘客(「ドライブ&家たびスタンプラリー」の実施【再掲】) ・最上・置賜総合支庁と連携した広域周遊促進(「ドライブスタンプラリー」の実施)【再掲】
	最上総合支庁	観光振興室	地域広域観光推進事業費(東北のへそ三圏連携交流事業)	582	隣接する秋田県雄勝地域、宮城県大崎地域との広域観光の促進
	置賜総合支庁	観光振興室	地域広域観光推進事業(一部)	268	近隣県等との連携強化
	庄内総合支庁	観光振興室	観光振興推進事業(一部)	400	秋田県南部、新潟県北部との連携促進
◇ 農業や飲食店等の産業間連携による新たな観光コンテンツづくり・魅力向上 ・短期農業体験プログラム ・宿泊施設や飲食店・土産店などにおける県産品の活用促進 等	環境エネルギー部	水大気環境課	やまがた山水百景魅力アップ事業費	3,540	県内の優れた湧水を「名水」として選定し、パンフレット、ホームページ、動画等により情報発信
	環境エネルギー部	循環型社会推進課	海岸漂着物対策推進事業(一部)	13,183	飛島において、海岸漂着物問題に係る環境教育事業を実施
	農林水産部	農業経営・所得向上推進課	元気な農業人材確保プロジェクト事業(一部)	465	短期農業体験者の宿泊費助成
	農林水産部	農業経営・所得向上推進課	元気な農業人材確保プロジェクト事業(一部)	22,148	企業の地域貢献や体験型旅行に農作業を組み合わせたモデル事業の実施 ・首都圏等の企業や従業員を対象としたアグリワーケーション ・部活等で合宿を行う学生を対象としたアグリキャンプ ・観光客を対象としたアグリツアー
	村山総合支庁	観光振興室	農観連携推進事業	862	・農業収穫体験ができる農園等の情報発信【再掲】 ・農観連携モニターツアーの実施
	置賜総合支庁	地域産業経済課	おきたま6次産業化推進事業	436	地域資源を活用した土産品・加工食品の開発支援、食と農の情報発信
(上記以外の関連事業)	観光文化スポーツ部	観光復活推進課	やまがた的グリーン・ツーリズム推進事業	10,734	グリーン・ツーリズム受入態勢整備及び情報発信
	農林水産部	農村計画課	元気な農村づくり総合支援事業(一部)	16,079	地域資源を活用した付加価値を創出する取組みへの支援(体験メニューの開発等)
	村山総合支庁	観光振興室	新たな旅行スタイル観光地づくり事業	500	ポストコロナの旅行形態の変化に対応した旅行商品の造成・販売促進【再掲】
	置賜総合支庁	連携支援室	総合支庁地域政策推進費	124	西置賜地域資源PRパンフレットによる情報発信
	置賜総合支庁	観光振興室	観光振興推進事業(置賜)	1,000	行政、観光協会、観光事業者等が一体となった置賜地域の広域観光の推進
	置賜総合支庁	建設総務課	越後米沢街道・十三峠活用整備支援事業	10	越後米沢街道・十三峠交流会との連携

観光計画に掲げる施策	部局名	課室名	事業名	R5年度 予算額 (9補現計) (千円)	事業概要
2 効果的な情報発信(情報でのおもてなし)					
① デジタルマーケティングの推進 ~増加する個人旅行者に向けて~					
○ スマートフォンの普及拡大や通信環境の高度化など、ICT化の急速な進展により、Webを利用した観光情報の提供やサービスの提供がなくてはならないものになっています。					
○ また、旅行形態もOTA6を利用した旅行の予約・手配など、個人旅行(FIT)が主流となりつつあり、この状況に迅速に対応するため、県では、Web等のICTを活用した観光マーケティングを強化し、国内外からの旅行者の現況等の把握・分析を図り、トラベルライフサイクル(旅マエ・旅ナカ・旅アト)の各段階でのWebを活用した効果的な施策を展開します。					
◇ 「旅マエ・旅ナカ・旅アト」でのICTを活用した国内外のターゲットに応じた効果的なアプローチ <旅マエ>どこに旅行するか、何をするか決める期間 (例)動画サイト等への動画の配信、デジタル広告、観光予約サイトの充実等 <旅ナカ>旅を満喫する期間 (例)「今だけ・ここだけの旬の情報」の提供、観光予約サイトの充実 等 <旅アト>旅行の余韻にひたる期間 (例)旅行の予約をした方やSNS等で発信した方へのデジタル広告の配信 等	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 精神文化・観光プロモーション室	観光キャンペーン推進事業(一部)	29,160	令和5年度春夏の観光キャンペーンにおける特設HPへの観光予約サイトのリンク掲載やWEBやSNS等を活用したデジタルプロモーションの展開
◇ 旅の情報を提供する観光案内所の機能と観光予約システムを兼ね備えた観光サイトの構築・運用(県観光ホームページ「やまがたへの旅」のリニューアル・交通・宿泊・体験プログラム等の旅行商品を共有できる管理システムの構築・本県への交通手段、宿泊施設、体験型プログラム等の旅行商品の検索・予約・決済までをワンストップで行えるウェブサイトの構築(OTA、航空会社、バス会社、旅行会社等のサイトとの連動)	観光文化スポーツ部	観光復活推進課	やまがた観光情報センター運営管理事業	39,261	やまがた観光情報センターにおける観光情報発信機能の充実等【再掲】
◇ デジタルデータによる事業効果の検証 ・デジタル媒体を活用した「作って・届けて・計測する(3:6:1)」体制の強化	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	ポストコロナに向けた観光復活推進事業費(一部)	10,900	東北及び新潟県の移動経路情報や消費データ、観光サイト、SNS等のアクセスデータを一元管理し、広域的な情報を分析できる環境の整備
◇ UNWTO等の様々な機関のデータやICTの活用等による統計情報の収集・分析に基づくマーケティングと県内観光地間の情報の共有化による観光戦略の全体的な展開	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	広域連携推進事業費(一部)	500	UNWTOの統計や調査研究などの情報提供を受ける等のため、駐日事務所との連携を実施
(上記以外の関連事業)	産業労働部	県産品流通戦略課	中国ハルビン事務所運営・活動事業費(一部)	21,833	中国ハルビン事務所の運営(SNS、HPの活用)
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課	山形県版ふるさと観光検定事業	6,127	県内外から本県の魅力を認識してもらい、ポストコロナの観光誘客に繋げるため、自宅で気軽に受検できる「山形県版ふるさと観光検定」の実施【再掲】
② 各種媒体や人的ネットワークを活用した情報発信の充実					
○ 情報の受発信の手段が多様化している中、ホームページやSNS、各種メディア等を活用し、本県の地域資源等に興味・関心をもっているターゲットに対し戦略的に情報を発信します。					
○ 県人会等の本県ゆかりの方々のネットワークの活用や、リピーターとしての訪日を期待できる留学生、県民自らが、SNSなどで情報発信してもらう等、効果的な情報発信を促進します。					
○ おいしい山形プラザ(アンテナショップ)や県外事務所等を活用し、本県の観光情報等の発信を強化します。					
◇ 外国人視点に立った多言語ホームページやSNSなどを利用したタイムリーな情報の発信強化	総務部	広報広聴推進課	県内広報事業費(一部)	12,936	県公式ホームページの適正管理、コンテンツ強化
	総務部	広報広聴推進課	戦略的広報事業費(一部)	304	InstagramやYouTubeを活用した魅力発信及び広報素材の収集により、本県の魅力を発信
	産業労働部	県産品流通戦略課	中国ハルビン事務所運営・活動事業費(一部)	21,833	中国ハルビン事務所の運営(SNS、HPの活用)【再掲】
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	やまがたインバウンド協議会事業費	850	海外誘客プロモーションを行うため、観光事業者、行政等で構成する協議会へ支援を実施
	置賜総合支庁	観光振興室	地域広域観光推進事業(一部)	44	情報発信強化のための支援及び検討会の実施
◇ 各国・地域で影響力を持つメディア等のファムツアー(下見招請旅行)等による本県の魅力発信の強化	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	重点市場のポストコロナに向けた誘客推進事業費(一部)	1,007	栃木・南東北等と連携し、タイを中心とした誘致事業の実施【再掲】
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	外航クルーズ船誘客事業費(一部)	1,246	外航クルーズ船誘致に向けた船会社のファムツアーの実施及びセミナー開催による受入態勢整備【再掲】
◇ 国内外の県人会や「やまがた特命観光・つや姫大使」、インフルエンサー、留学生等を活用した本県の魅力の発信	みらい企画創造部	国際人材活躍・コンベンション誘致推進課	海外県人会の若手人材との交流	0	県人会の若者と県内若者による交流の実施
	みらい企画創造部	国際人材活躍・コンベンション誘致推進課	グローバル化推進事業費(一部)	2,000	4回のバスツアーを実施し、県内在住外国人に県内の魅力を体験・発信してもらうことで、山形のファンを増やし、外国人材受入拡大に繋げるもの
	みらい企画創造部	国際人材活躍・コンベンション誘致推進課	留学生受入拡大推進事業費(一部)	626	県内の外国人留学生に本県の魅力や本県での留学生活についてSNS等で発信してもらい、留学生受入拡大に繋げるもの
	産業労働部	県産品流通戦略課	中国ハルビン事務所運営・活動事業費(一部)	21,833	中国ハルビン事務所の運営(山形ファン、これまで培った人脈の活用)
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課	観光キャンペーン推進事業(一部)	29,160	本県にゆかりのある方を「やまがた特命観光・つや姫大使」として委嘱し、その魅力を国内外に発信
◇ 日本政府観光局(JNTO)と連携した本県の魅力の発信	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	広域連携推進事業費(一部)	810	JNTOの外国人誘客ノウハウ・海外ネットワーク・マーケティング力を活用した誘客促進事業を実施
◇ ふるさと納税やおいしい山形プラザ(アンテナショップ)、山形県総合文化芸術館等を通じた山形県(県産品・観光等)の魅力の発信	産業労働部	県産品流通戦略課	山形応援寄付金受入事業費	1,635,660	山形応援寄付金(ふるさと納税)を通じた県産品の知名度向上と販路拡大
	産業労働部	県産品流通戦略課	アンテナショップ管理運営事業費	121,607	アンテナショップ「おいしい山形プラザ」の運営
	産業労働部	県産品流通戦略課	アンテナショップ機能強化事業費	1,399	アンテナショップの出張販売やトライアル販売等の実施
	産業労働部	県産品流通戦略課	山形ファンクラブ活用推進事業費	10,400	メールマガジンやDMによる山形ファンクラブ会員への情報発信
	産業労働部	県産品流通戦略課	届けよう山形の魅力プロジェクト事業費(一部)	11,656	オンラインストア「おいしい山形プラザWEB」等の運営
	産業労働部	県産品流通戦略課	山形県の物産展開催事業費	7,378	県外等における物産展の開催
	観光文化スポーツ部	文化スポーツ振興課 県民文化館・西口広場にぎわい創出推進室	山形県総合文化芸術館管理運営費	1,800	山形県総合文化芸術館内「魅力発信モール」における県産品の情報発信・販売

観光計画に掲げる施策	部局名	課室名	事業名	R5年度 予算額 (9補現計) (千円)	事業概要
◇ 県外事務所等を活用した大都市圏等での情報発信	総務部	広報広聴推進課	戦略的広報事業費(一部)	491	首都圏、近畿圏、中京圏等における、本県の多様な情報発信、本県の認知度やイメージの向上・確立
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課	観光行政推進費	227	東京事務所における本県の観光情報発信
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課	観光行政推進費	527	大阪事務所における本県の観光情報発信
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課	観光行政推進費	510	名古屋事務所における本県の観光情報発信
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課	観光情報番組放映事業費	31,254	県観光情報番組「ワクワク! やまが旅」での本県観光情報の発信
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課	東京都と連携した観光客誘致推進事業費	10,800	東京と連携した情報発信による首都圏からの観光誘客の推進
	産業労働部	県産品流通戦略課	中国ハルビン事務所運営・活動事業費(一部)	21,833	中国ハルビン事務所の運営(中国東北三省、上海、北京等での活動)
◇ 多言語ガイドブックやパンフレットの作成・活用	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	やまがたインバウンド協議会事業費(一部)	810	海外誘客プロモーションを行うため、観光事業者、行政等で構成する協議会へ支援を実施【再掲】
◇ テレビや雑誌などのメディアを活用した情報発信	総務部	広報広聴推進課	県内広報事業費(一部)	98,244	県広報誌「県民のあゆみ」、県政広報テレビ番組、県政広報ラジオ番組、新聞紙面による広報の実施
	村山総合支庁	観光振興室	観光振興推進事業(一部)	1,990	管内観光イベント等の情報発信(フリーペーパー「河北ウイークリーせんだい」等)
◇ 駅やイベント、コンビニ等での本県情報の発信	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 精神文化・観光プロモーション室	観光キャンペーン推進事業(一部)	29,160	JR東日本と連携して実施する「令和6年度春の観光キャンペーン」(R6.4月～6月)に向けた誘客促進事業
◇ 最先端ICT(VR・AR等)を活用した観光コンテンツの発信・魅力向上	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 精神文化・観光プロモーション室	精神文化ツーリズム推進事業費	10,870	精神文化のブランド化とデジタル及びリアル媒体を組み合わせた多角的な情報発信によるプロモーションの展開【再掲】
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課	山形県版ふるさと観光検定事業	6,127	県内外から本県の魅力を認識してもらい、ポストコロナの観光誘客に繋げるため、自宅で気軽に受検できる「山形県版ふるさと観光検定」の実施【再掲】
(上記以外の関連事業)	環境エネルギー部	みどり自然課	やまがた山水百景魅力アップ事業(一部)	224	「やまがた百名山」をはじめとする本県の山岳地について登山道情報等を県山岳情報ポータルサイト「やまがた山」で発信【再掲】
	環境エネルギー部	みどり自然課	やまがた山水百景魅力アップ事業(一部)	319	Instagramに投稿された「やまがた百名山」の魅力ある写真を活用したコンテストの活用を通して、本県の山岳資源の魅力を県内外及び若年層に向け発信
	環境エネルギー部	みどり自然課	やまがた山水百景魅力アップ事業(一部)	2,354	「やまがた百名山」及び「山の日」の知名度向上と、やまがた緑環境税の普及啓発を図るため「やまがた百名山探訪マップ」を作成し、広く配布
	しあわせ子育て応援部	多様性・女性若者活躍推進課	やまがた若者元気発信事業	370	「やまがた若者応援大使」による、SNSや人的ネットワークを利用した山形の魅力や若者活動についての情報発信
	農林水産部	県産米・農産物ブランド推進課	農産物等流通戦略推進事業(一部)	28,829	おいしい山形推進機構のHPIによる、県産農産物等の「旬」の情報発信等
	県土整備部	管理課	県土形成企画事業費(一部)	505	YouTube「県土ちゃんねる」等のSNSによる情報発信
	村山総合支庁	観光振興室	観光振興推進事業(一部)	1,990	HP「山形県のほっぺtourism」(WEB)及びSNSによる情報発信
	置賜総合支庁	観光振興室	地域広域観光推進事業(一部)	156	置賜観光ポータルサイトによる情報発信【再掲】
	置賜総合支庁	観光振興室	地域広域観光推進事業(一部)	220	広域プロモーション用写真等整備
	庄内総合支庁	観光振興室	地域広域観光推進事業(一部)	1,057	やまがた庄内観光サイト及びSNSによる情報発信
3 観光交流人口の拡大					
① 国内誘客の推進					
○ 国内市場の縮小に伴い地域間競争が激しくなっていくことが見込まれる中、国内の観光需要を取り込むため、旅行環境の変化や観光客のニーズを的確に捉え、近隣県や首都圏の観光需要の更なる取込みとともに、航空路線などがある関西圏や中京圏、北海道等での観光需要の開拓などを積極的に展開し、国内観光の誘客を拡大します。					
○ 本県の地域資源や四季折一の魅力、観光客に訴求力のあるテーマを活用した観光キャンペーンやイベント等を実施するとともに、近隣県や観光関係者等と連携した効果的なプロモーションを展開します。					
○ 農泊や探究型学習なども取り入れた本県ならではの体験型のプログラムの提供などにより教育旅行の誘致拡大を図り、将来の山形へのリピーター拡大に結び付けます。					
◇ 東北デスティネーションキャンペーン等の旅行関連企業(JRグループ、NEXCO等)と連携した観光誘客	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 精神文化・観光プロモーション室	観光キャンペーン推進事業(一部)	29,160	JR東日本と連携して実施する「令和6年度春の観光キャンペーン」(R6.4月～6月)に向けた誘客促進事業【再掲】
◇ ビッグデータ等を活用した国内の市場分析や流動分析に基づく重点地域等の設定	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	ポストコロナに向けた観光復活推進事業費(一部)	10,900	東北観光DMPIによる広域的な情報分析環境の整備

観光計画に掲げる施策	部局名	課室名	事業名	R5年度 予算額 (9補現計) (千円)	事業概要
◇ ホームページやSNSなどを利用したタイムリーな情報の発信強化【再掲】	総務部	広報広聴推進課	県内広報事業費(一部)	12,936	県公式ホームページの適正管理、コンテンツ強化【再掲】
	総務部	広報広聴推進課	戦略的広報事業費(一部)	304	InstagramやYouTubeを活用した魅力発信及び広報素材の収集により、本県の魅力を発信【再掲】
	産業労働部	県産品流通戦略課	中国ハルビン事務所運営・活動事業費(一部)	21,833	中国ハルビン事務所の運営(SNS、HPの活用)【再掲】
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課	やまがた観光情報センター運営管理事業	39,261	やまがた観光情報センターにおける観光情報発信機能の充実等【再掲】
	村山総合支庁	観光振興室	観光振興推進事業(一部)	1,990	HP「山形県のほっぺtourism」(WEB)及びSNSによる情報発信【再掲】
	置賜総合支庁	観光振興室	地域広域観光推進事業(一部)	220	広域プロモーション用写真等整備【再掲】
	置賜総合支庁	観光振興室	地域広域観光推進事業(一部)	44	情報発信強化のための支援及び検討会の実施【再掲】
◇ 本県のイメージアップによる本県ファンの拡大	観光文化スポーツ部	文化スポーツ振興課	広域的文化交流事業	1,620	山形交響楽団の東京特別演奏会での集客力を活用し、山形の文化と物産のすばらしさを全国にアピールし、観光客等の交流人口増加を促進
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課	山形県版ふるさと観光検定事業	6,127	県内外から本県の魅力を認識してもらい、ポストコロナの観光誘客に繋げるため、自宅で気軽に受検できる「山形県版ふるさと観光検定」の実施【再掲】
◇ 国内の県人会や「やまがた特命観光・つや姫大使」等を活用した本県の魅力の発信【一部再掲】	観光文化スポーツ部	観光復活推進課	観光キャンペーン推進事業(一部)	29,160	本県にゆかりのある方を「やまがた特命観光・つや姫大使」として委嘱し、その魅力を国内外に発信
◇ ふるさと納税やおいしい山形ブラザ(アンテナショップ)、山形県総合文化芸術館等を通じた山形県(県産品、観光等)の魅力の発信【再掲】	産業労働部	県産品流通戦略課	山形応援寄付金受入事業費	1,635,660	山形応援寄付金(ふるさと納税)を通じた県産品の知名度向上と販路拡大【再掲】
	産業労働部	県産品流通戦略課	アンテナショップ管理運営事業費	121,607	アンテナショップ「おいしい山形ブラザ」の運営【再掲】
	産業労働部	県産品流通戦略課	アンテナショップ機能強化事業費	1,399	アンテナショップの出張販売やトライアル販売等の実施【再掲】
	産業労働部	県産品流通戦略課	山形ファンクラブ活用推進事業費	10,400	メールマガジンやDMによる山形ファンクラブ会員への情報発信【再掲】
	産業労働部	県産品流通戦略課	届けよう山形の魅力プロジェクト事業費(一部)	11,656	オンラインストア「おいしい山形ブラザWEB」等の運営【再掲】
	産業労働部	県産品流通戦略課	山形県の物産展開催事業費	7,378	県外等における物産展の開催【再掲】
	観光文化スポーツ部	文化スポーツ振興課 県民文化館・西口広場にぎわい創出推進室	山形県総合文化芸術館管理運営費	1,800	山形県総合文化芸術館内「魅力発信モール」における県産品の情報発信・販売【再掲】
	◇ 山形県総合文化芸術館や市町村の特色ある文化施設等における企画充実	観光文化スポーツ部	文化スポーツ振興課	文化団体等連携推進事業	92
観光文化スポーツ部		文化スポーツ振興課 県民文化館・西口広場にぎわい創出推進室	山形県総合文化芸術館事業費	20,600	県民の文化の創造・発表機会や高度な芸術鑑賞機会の確保
◇ 本県観光資源を活かした各種イベントや観光キャンペーンの展開	みらい企画創造部	国際人材活躍・コンベンション誘致推進課	グローバル化推進事業費(一部)	19,138	YAMAGATA Youth Summitの開催
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課	雪を活用した観光誘客支援事業	9,675	冬季の観光誘客の促進に向けた県内の冬の観光資源を活用したイベント(やまがた音と光のファンタジア)の開催支援【再掲】
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課	観光誘客緊急対策事業	1,960,948	県内宿泊旅行及び日帰り旅行の割引キャンペーンの実施【再掲】 ※R4年度からの繰越額
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 精神文化・観光プロモーション室	観光キャンペーン推進事業(一部)	29,160	各種観光キャンペーンの展開
	農林水産部	農政企画課	さくらんぼを核とした県産フルーツ情報発信事業(一部)	27,629	R5「やまがた紅王」デビュー記念イベントの開催実施
	県土整備部	県土利用政策課	やまがたの誇れる景観魅力発信事業	3,399	「やまがた景観物語おすすめビューポイント」を活用したInstagramフォトコンテスト、写真展示会、景観出前授業、景観探検まちあるき及び広告景観コンテストの実施【再掲】
	置賜総合支庁	観光振興室	観光振興推進事業(置賜)	900	やまがた冬のあった回廊キャンペーンの実施支援
	置賜総合支庁	観光振興室	観光振興推進事業(置賜)	200	置賜さくら回廊の実施支援
	庄内総合支庁	観光振興室	地域広域観光推進事業(一部)	375	冬の庄内満喫キャンペーンの実施
	◇ 南東北3県の高速環状ネットワークを活用した共通のテーマ等による効果的なプロモーションの展開	村山総合支庁	観光振興室	観光振興推進事業(一部)	1,990
◇ 将来の山形ファンの形成のための教育旅行の誘致拡大	観光文化スポーツ部	観光復活推進課	教育旅行推進事業	18,073	教育旅行の誘致活動【再掲】
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	地域間交流・海外教育旅行推進事業費(一部)	780	台湾を最重点地域とし、近隣県との連携による教育旅行の誘致を実施
	村山総合支庁	観光振興室	観光振興推進事業(一部)	1,990	・教育旅行に係るセミナー参加、全国各都市の旅行エージェントへの教育旅行セールス活動の実施【再掲】

観光計画に掲げる施策	部局名	課室名	事業名	R5年度 予算額 (9補現計) (千円)	事業概要	
◇ 宿泊・滞在型観光の推進【再掲】	観光文化スポーツ部	観光復活推進課	観光誘客緊急対策事業	1,960,948	県内宿泊旅行及び日帰り旅行の割引キャンペーンの実施【再掲】 ※R4年度からの繰越額	
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	広域連携推進事業費(一部)	18,500	東北観光推進機構と連携した誘客を実施【再掲】	
	農林水産部	県産米・農産物ブランド推進課	農林漁家民宿・レストラン人材育成支援事業【再掲】	998	農山漁村の交流拠点となる農林漁家民宿・レストランの開業に向けた研修の実施【再掲】	
	村山総合支庁	観光振興室	観光振興推進事業(一部)	1,990	管内7市7町の観光PR動画の制作・Youtubeでの発信【再掲】	
	置賜総合支庁	観光振興室	地域広域観光推進事業(一部)	321	地域観光素材の発掘及び磨き上げ【再掲】	
	置賜総合支庁	観光振興室	地域広域観光推進事業(一部)	380	新型コロナウイルスに対応した観光誘客【再掲】	
	(上記以外の関連事業)					
	みらい企画創造部	移住定住・地域活力創生課	やまがた魅力体感関係人口創出事業費(一部)	47,251	魅力ある山形暮らしの体感による新たな関係人口の創出	
	観光文化スポーツ部	文化スポーツ振興課 県民文化館・西口広場にぎわい創出推進室	山形県総合文化芸術館管理運営費	327,034	山形県総合文化芸術館(文化機能)の管理運営	
	農林水産部	県産米・農産物ブランド推進課	山形のうまいもの商品力強化事業費	4,504	県産農林水産物を使用した「売れる商品」開発のため、専門家による個別相談等を含めた加工食品開発支援	
	村山総合支庁	観光振興室	観光振興推進事業(一部)	1,990	・北関東圏の旅行エージェント等へのセールス活動の実施 ・教育旅行に係るセミナー参加、全国各都市の旅行エージェントへの教育旅行セールス活動の実施【再掲】	
	最上総合支庁	観光振興室	観光振興推進事業(最上)	2,928	最上管内の市町村と地域の観光事業者で構成する最上地域観光協議会への負担金	
置賜総合支庁	観光振興室	地域広域観光推進事業(一部)	28	旅行エージェントへのセールス活動の実施		
② インバウンド誘客の推進						
○ 国・地域毎の市場特性や成熟度を踏まえ、本県の強みである雪や美食・美酒、温泉、精神文化などの観光素材を組み合わせて満足度の高い旅を提供し、インバウンド誘客の拡大に取り組みます。						
○ 個人旅行客増大などの市場動向を見据え、近隣県・JNTOと連携したプロモーションの実施や、外国人目線に立った効果的な情報発信などに取り組み、誘客の拡大を図ります。						
○ これまで重点的に取り組んできた台湾、中国、香港、ASEANからの誘客をさらに強化するとともに、滞在日数が長く、宿泊・飲食などの消費が期待できる欧米豪等の新たな市場からの誘客についても、積極的に進めます。						
○ チャーター便やクルーズ船の誘致拡大に取り組むとともに、近隣県と連携し、仙台空港や新潟空港等も活用した誘客の拡大に取り組みます。						
○ 首都圏・関西圏などのゴールデンルートからの経由便や新幹線、高速バス、レンタカーを利用した誘客の拡大に取り組みます。						
◇ 欧州・米国・豪州など、新たな重点地域の設定 ・重点地域:台湾、中国、香港、韓国、ASEAN + 欧州・米国・豪州	産業労働部	県産品流通戦略課	中国ハルビン事務所運営・活動事業費(一部)	21,833	中国ハルビン事務所の運営(観光誘客の推進)	
◇ 各国・地域の市場特性を踏まえた誘客対策						
《台湾》 ●民間との協働による誘客拡大 ●定期便化を見据えた戦略的なチャーター便誘致 ●更なる冬の誘客と年間を通じた誘客拡大	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	重点市場のポストコロナに向けた誘客推進事業費(一部)	2,650	現地コーディネーターによる現地情報の収集や本県情報の発信等、認知度向上と誘客を実施	
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	ポストコロナに向けた観光復活推進事業費(一部)	5,162	海外からの往来再開後を見据え、JR東日本と連携し外国人専用鉄道バス(JRイーストバス)を活用し、首都圏(羽田・成田空港)からの誘客を実施【再掲】	
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	ポストコロナに向けた観光復活推進事業費(一部)	4,900	東北観光推進機構と連携した旅行博への出展	
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	国際チャーター便受入事業費等	21,206	チャーター便受入れに必要なグランドハンドリングに関する支援【再掲】	
《中国》 ●冬期から通年型観光への拡大 ●県ハルビン事務所・現地コーディネーターを活用した誘客事業の展開	産業労働部	県産品流通戦略課	中国ハルビン事務所運営・活動事業費(一部)	21,833	中国ハルビン事務所の運営(観光誘客の推進)【再掲】	
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	重点市場のポストコロナに向けた誘客推進事業費(一部)	2,800	現地(上海)コーディネーターによる現地情報の収集や本県情報の発信等、認知度向上と誘客を実施	
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	ポストコロナに向けた観光復活推進事業費(一部)	595	東北観光推進機構と連携した旅行会社の招請等	
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	ポストコロナに向けた観光復活推進事業費(一部)	1,059	東北観光推進機構と連携し、「スノーリゾート東北」への誘客のため旅行会社の招請等の実施	
《香港》 ●「食」と連動した誘客事業の展開	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	重点市場のポストコロナに向けた誘客推進事業費(一部)	3,547	現地コーディネーターによる現地情報の収集や本県情報の発信等、認知度向上と誘客を実施	
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	ポストコロナに向けた観光復活推進事業費(一部)	5,162	海外からの往来再開後を見据え、JR東日本と連携し外国人専用鉄道バス(JRイーストバス)を活用し、首都圏(羽田・成田空港)からの誘客を実施【再掲】	
《韓国》 ●継続的な安全安心情報の発信 ●特定目的の旅行を中心とした誘客事業から通年型観光への拡大	みらい企画創造部	国際人材活躍・コンベンション誘致推進課	山形県韓国戦略的情報発信事業費	6,697	戦略的情報発信員による、韓国における観光誘客、県産品輸出拡大に向けた本県の情報発信や各種イベントへの参加	
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	重点市場のポストコロナに向けた誘客推進事業費(一部)	939	宮城県と連携したプロモーションの実施	
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	ポストコロナに向けた観光復活推進事業費(一部)	1,053	東北観光推進機構等と連携した旅行会社の招請等	
《ASEAN》 (タイ) ●現地の嗜好等を反映した誘客事業の展開 (ベトナム) ●調査分析の実施 ●現地旅行会社との関係構築・誘客事業の展開 (シンガポール) ●現地の嗜好等を反映した誘客事業の展開 (マレーシア) ●現地の嗜好等を反映した誘客事業の展開 ●ムスリム層の誘客に向けた受入態勢の整備・情報発信	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	重点市場のポストコロナに向けた誘客推進事業費(一部)	4,468	・現地コーディネーターによる現地情報の収集や本県情報の発信等、認知度向上と誘客を実施 ・栃木・南東北、東北観光推進機構と連携した現地旅行会社の招請等	

観光計画に掲げる施策		部局名	課室名	事業名	R5年度 予算額 (9補現計) (千円)	事業概要
《欧州(仏、英、独等)・米国・豪州》 (欧州) ●精神文化に関心のある人が集まるイベント等での誘客事業の展開 ●精神文化ツーリズムに特化した旅行会社等を活用した情報発信 ●外航クルーズ船を活用した誘客事業の展開 (米国) ●個人旅行者を対象とする現地メディア等を活用した情報発信 ●富裕層等を対象とした誘客事業の展開 ●外航クルーズ船を活用した誘客事業の展開 (豪州) ●民間事業者と連携した旅行博等での誘客事業の展開 ●現地旅行会社等を活用した情報発信 ●外航クルーズ船を活用した誘客事業の展開 (上記以外の関連事業)	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	ポストコロナに向けた観光復活 推進事業費(一部)	2,634	東北観光推進機構と連携した旅行会社の招請等	
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	外航クルーズ船誘客事業費	18,246	外航クルーズ船誘致に向けた船会社のファムツアー の実施及びセミナー開催による受入態勢整備を行う とともに、歓迎イベントを実施【再掲】	
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	インバウンド復活に向けた誘客 促進事業費(一部)	182,617	外国人の県内宿泊を伴うツアー造成に関する支援 等	
	農林水産部	県産米・農産物ブラン ド推進課	山形のうまいもの商品力強化事 業費【再掲】	4,504	県産農林水産物を使用した「売れる商品」開発のた め、専門家による個別相談等を含めた加工食品開 発支援【再掲】	
	置賜総合支庁	観光振興室	地域広域観光推進事業(一部)	4	置賜地域インバウンド受入推進協議会の開催	
	置賜総合支庁	観光振興室	地域広域観光推進事業(一部)	44	情報発信強化のための支援及び検討会の実施【再 掲】	
	置賜総合支庁	観光振興室	観光振興推進事業(一部)	164	外国人個人旅行者受入促進に向けた研修会の実施 【再掲】	
置賜総合支庁	観光振興室	観光振興推進事業(一部)	30	チャーター便活用外国人ツアー客のおもてなし		
庄内総合支庁	観光振興室	地域広域観光推進事業(一部)	100	インバウンド(個人客)受入に向けた研修会の開催		
③ アウトバウンド・相互交流の促進						
○ 東京2020 オリンピック・パラリンピックのホストタウン登録を契機とした相手国・地域との交流や姉妹友好都市など、多様な国際交流を推進するほか、次代を担う若者の海外渡航の推進などにより、文化、スポーツ、観光等の様々な分野における県民の相互交流の促進を図ります。						
◇ 県民の国際的視野の拡大・相互交流のためのアウトバウンド促進 (例)市町村と連携した若者のパスポート取得支援 チャーター便を利用したアウトバウンドの推進	産業労働部	県産品流通戦略課	中国ハルビン事務所運営・活動 事業費(一部)	21,833	中国ハルビン事務所の運営(国際交流の推進)	
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	国際チャーター便等による観光 交流拡大事業費	25,928	チャーター便を活用する県内旅行会社への支援及 びパスポート取得促進	
◇ 東京2020 オリンピック・パラリンピックのホストタウン登録を契機とした相手国・地域との多様な交流の推進	観光文化スポーツ部	文化スポーツ振興課	—	0	各ホストタウンにおける交流事業等の情報共有を図 り交流を促進	
◇ 海外の県人会や姉妹友好先との相互交流の促進	みらい企画創造部	国際人材活躍・コンベン ション誘致推進課	国際交流推進事業費	22,157	山形県と姉妹友好県州締結の海外自治体、第2次 山形県国際戦略の重点地域等との交流を実施	
	みらい企画創造部	国際人材活躍・コンベン ション誘致推進課	海外県人会の若手人材との交 流	0	県人会の若者と県内若者による交流の実施【再掲】	
	産業労働部	県産品流通戦略課	中国ハルビン事務所運営・活動 事業費(一部)	21,833	中国ハルビン事務所の運営(中国の県人会との連 絡調整)	
◇ 文化・スポーツ等による相互交流の促進	産業労働部	県産品流通戦略課	中国ハルビン事務所運営・活動 事業費(一部)	21,833	中国ハルビン事務所の運営(技術・学術・文化交流 の推進)	
	観光文化スポーツ部	文化スポーツ振興課	スポーツ振興・地域活性化推進 事業費(スポーツコミッション運 営)	4,326	スポーツコミッションの運営支援	
◇ 教育旅行等による学生交流等の推進	産業労働部	県産品流通戦略課	中国ハルビン事務所運営・活動 事業費(一部)	21,833	中国ハルビン事務所の運営(青少年交流の推進)	
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課	教育旅行推進事業	18,073	教育旅行の誘致活動【再掲】	
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	地域間交流・海外教育旅行推進 事業費(一部)	780	台湾を最重点地域とし、近隣県との連携による教育 旅行の誘致を実施【再掲】	
④ MICE誘致・国際イベントを活用した本県への誘導						
○ 令和2年5月開館の山形県総合文化芸術館等を活用し、国内外の学会やコンベンション、イベントなどの誘致や学会などの継続を計画的に働きかけるとともに、本県の魅力を活かしたエクスカージョンの充実を図ります。						
○ 官民が連携し、国内外からのスポーツ大会、合宿等の誘致・受入支援を行うとともに、スポーツ施設・スポーツ大会に関する情報や文化・観光資源に関する情報の発信を行い、スポーツを核とした交流の拡大を図ります。						
○ 東京2020 オリンピック・パラリンピック等の国際イベントの観戦者等を対象とした本県への周遊ツアーを旅行会社に働きかけ、これらを活用した旅行商品の造成を図ります。						
◇ 山形県総合文化芸術館等を活用したコンベンションや国際会議、イベントなどの誘致促進	みらい企画創造部	国際人材活躍・コンベン ション誘致推進課	学会・大会等誘致推進事業	46,566	県内関係団体と連携したコンベンション主催団体へ の支援	
◇ MICE参加者のエクスカージョンやアフターコンベンションの充実	みらい企画創造部	国際人材活躍・コンベン ション誘致推進課	学会・大会等誘致推進事業	46,566	県内関係団体と連携したコンベンション主催団体へ の支援【再掲】	
◇ 歴史的建造物や公的空間等の特別感や温泉等の地域特性を演出できる施設を活用したMICEの開催促進	みらい企画創造部	国際人材活躍・コンベン ション誘致推進課	学会・大会等誘致推進事業	46,566	県内関係団体と連携したコンベンション主催団体へ の支援【再掲】	
◇ スポーツコミッション(県内スポーツ施設を活用した合宿誘致)の推進	観光文化スポーツ部	文化スポーツ振興課	スポーツ振興・地域活性化推進 事業費(スポーツコミッション運 営)	4,326	スポーツコミッションの運営支援【再掲】	
	観光文化スポーツ部	文化スポーツ振興課	スポーツ振興・地域活性化推進 事業費(文化・スポーツ交流支 援事業)	3,000	文化・スポーツのイベントや大会、県外からの合宿 支援	
	教育局	スポーツ保健課	蔵王坊平アスリートヴィレッジ利 活用推進事業	200	蔵王坊平アスリートヴィレッジへの合宿誘致等 を行う構想推進協議会に対する負担金	
◇ フィルムコミッションの推進	みらい企画創造部	国際人材活躍・コンベン ション誘致推進課	ロケ誘致促進事業	10,035	本県の観光振興、県全体のPRIにつながる県内での 映画製作等への支援	
◇ 全国規模のスポーツ大会等の招致・開催	観光文化スポーツ部	文化スポーツ振興課	スポーツ振興・地域活性化推進 事業費(文化・スポーツ交流支 援事業)	3,000	文化・スポーツのイベントや大会、県外からの合宿 支援【再掲】	
	教育局	スポーツ保健課	各種体育大会負担金	200	FIS女子スキージャンプワールドカップ蔵王大会2023 の開催負担金	
◇ 東京2020 オリンピック・パラリンピック等の世界的なイベントを活用した訪日外国人等の本県への誘導	観光文化スポーツ部	文化スポーツ振興課	—	0	各ホストタウンにおける交流事業等の情報共有を図 り交流を促進【再掲】	

観光計画に掲げる施策	部局名	課室名	事業名	R5年度 予算額 (9補現計) (千円)	事業概要
4 観光産業の成長促進による地域活性化					
① 観光産業を担う人材の育成・確保					
○ 観光産業の担い手となる人材の確保が今後ますます重要となるため、県内の小中高校、大学等と連携しながら観光事業者等に就労する人材の確保・育成に努めるとともに、外国人労働者の円滑な受入れを進めます。					
○ 観光に従事する人はもとより、観光に従事しない方も含め、おもてなしの力を高め、県民総参加、全産業参加で観光客をお迎えし、外国人や高齢者、障がい者、子ども連れなどのすべての旅行者の満足度向上を図ります。					
◇ 外国人も含む観光人材の育成・確保 (例)高校生、大学生及び外国人(留学生含む)の職業体験の促進、高校生ボランティア、観光ガイド、通訳案内士の育成支援	観光文化スポーツ部	観光復活推進課	観光連携推進事業(一部)	303	山形県観光ボランティアガイド連絡協議会に対する支援【再掲】
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	—	—	外国語を用いて旅行案内する「全国通訳案内士」、 「地域限定通訳案内士」の普及を実施
	置賜総合支庁	観光振興室	観光振興推進事業(一部)	164	外国人個人旅行者受入促進に向けた研修会の実施 【再掲】
	置賜総合支庁	観光振興室	地域広域観光推進事業(一部)	180	おきたま地域観光ボランティアガイド協議会が実施 する研修会等への支援【再掲】
◇ 旅館・ホテルの事業承継に向けた人材育成、確保支援	産業労働部	商業振興・経営支援 課	商工業振興資金融資事業(事業 承継・M&A促進資金)	1,005,000	事業承継を受ける事業者が必要とする資金に係る 金融機関への預託を通じた低利子融資
◇ 高齢者・障がい者・外国人など、多様な人材が働きやすい職場環境の整備	みらい企画創造部	国際人材活躍・コンベン ション誘致推進課	多文化共生推進事業費	1,531	日本語ボランティア育成のための支援及び外国人の ニーズに即した日本語教育の体制づくり【再掲】
◇ 外国人従業員が暮らしやすい環境の整備(山形県外国人総合相談ワンストップセンター等による多言語対応の相談機能の充実等)	みらい企画創造部	国際人材活躍・コンベン ション誘致推進課	外国人総合相談ワンストップセ ンター運営事業費	8,356	県内の在住外国人や、外国を雇用する企業などから の相談や、生活・就労に関する情報をワンストップ で情報提供・相談を行う「山形県外国人総合相談ワ ンストップセンター」を運営
◇ 外国人の地域生活に必要な日本語や日本社会に関する学びの機会の提供	みらい企画創造部	国際人材活躍・コンベン ション誘致推進課	多文化共生推進事業費	1,531	日本語ボランティア育成のための支援及び外国人の ニーズに即した日本語教育の体制づくり
◇ 県内大学等における観光人材育成に関する取組みとの連携強化	村山総合支庁	観光振興室	村山の強みを活かした周遊観 光促進事業(一部)	1,152	・山形大学等との協働によるものづくり企業等を観 光素材とした新たな旅行商品の造成、販売【再掲】
◇ 山形おもてなしドライバー検定や山形観光アカデミーによる研修など、おもてなし力の向上に向けた観光人材の育成	観光文化スポーツ部	観光復活推進課	観光誘客総合推進事業(一部)	1,290	タクシードライバーの人材育成を目的とした、山 形おもてなしドライバー検定の実施【再掲】
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課	観光連携推進事業(一部)	768	観光人材育成機関である山形観光アカデミーに 対する支援【再掲】
	村山総合支庁	観光振興室	観光振興推進事業(一部)	1,990	おもてなしドライバー現地研修の実施【再掲】
◇ 県民総参加・全産業参加によるおもてなし実践力の向上【再掲】 (例)東北DCを契機とした県民総参加・全産業参加によるおもてなし機運醸成 の取組み	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 精神文化・観光プロ モーション室	観光キャンペーン推進事業(一 部)	29,160	JR東日本と連携して実施する「令和6年度春の観光 キャンペーン」(R6.4月～6月)に向けた各種取組み の推進【再掲】
② 観光事業者等の生産性向上					
○ 宿泊・飲食・物販・農業など地域内の業種が連携し、様々な形の共同事業体を形成することにより、地域ならではの付加価値の高いサービスの提供に取り組めます。					
○ 宿泊、飲食、小売などをはじめ、関連する事業者への経営支援・指導により、観光関連産業の経営力の強化や生産性の向上を図ります。					
◇ ICTの活用などによる宿泊施設・観光施設の生産性向上に対する支援	産業労働部	雇用・産業人材育成 課	デジタル人材スキルアップ事業	5,548	デジタル技術(IT、AI、ビッグデータ等)を活用できる 人材を育成
◇ 飲食店や宿泊施設間等の連携による生産性・付加価値向上	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 精神文化・観光プロ モーション室	山岳観光推進事業費(一部)	11,598	年間を通して国内外からの多くの観光客で賑わう 「四季のリゾート“世界の蔵王”」の確立に向けた「世 界の蔵王」プロジェクト事業の展開
◇ 観光施設のリニューアルなど施設の魅力向上に向けた取組みへの支援 (上記以外の関連事業)	産業労働部	商業振興・経営支援 課	商工業振興資金融資事業(観光 振興資金)	223,400	観光施設等の整備や旅館・ホテルの改修等に必要 な資金に係る金融機関への預託を通じた低利子融 資
	村山総合支庁	観光振興室	観光振興推進事業(一部)	1,990	北関東圏の旅行エージェント等へのセールス活動の 実施【再掲】
③ DMOの形成・育成の促進・支援					
○ 日本版DMO等の多様な関係者が連携・協働する地域ネットワークを形成・育成し、観光地経営の視点に立った観光地域づくりに向けた活動を促進します。					
○ (公社)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します。					
◇ DMOの形成や安定運営、能力向上のための支援 (例)DMO形成のための勉強会等への支援 DMO等へのスーパーバイザーの派遣による旅行商品の造成及び販売力の 強化 意見交換会などによる県内DMOの連携強化 DMOの自主財源確保に向けた海外や国内先進事例等の紹介	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 精神文化・観光プロ モーション室	ポストコロナに向けた観光復活 推進事業費(一部)	12,800	ポストコロナに向け、地域DMOをはじめとする地域 関連事業者等と連携した観光人材の育成
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	広域連携推進事業費(一部)	18,500	東北観光推進機構と連携した誘客を実施【再掲】
◇ DMO等による観光地のブランド化の推進(「世界の蔵王」プロジェクト、出羽百 観音プロジェクト等)	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 精神文化・観光プロ モーション室	山岳観光推進事業費(一部)	11,598	年間を通して国内外からの多くの観光客で賑わう 「四季のリゾート“世界の蔵王”」の確立に向けた「世 界の蔵王」プロジェクト事業の展開【再掲】
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 精神文化・観光プロ モーション室	精神文化・観光プロモーション 推進事業費	10,870	精神文化のブランド化とデジタル及びリアル媒体を 組み合わせた多角的な情報発信によるプロモーション の展開【再掲】
◇ 県内DMO等の連携体制の構築	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 精神文化・観光プロ モーション室	ポストコロナに向けた観光復活 推進事業費(一部)	12,800	ポストコロナに向け、地域DMOをはじめとする地域 関連事業者等と連携した観光人材の育成【再掲】
	置賜総合支庁	観光振興室	地域広域観光推進事業(一部)	380	新型コロナウイルスに対応した観光誘客【再掲】
④ SDGsの視点を取り入れた観光産業の持続的発展による地域活性化					
○ 持続可能な開発目標(SDGs)の視点を取り入れた「持続可能な観光(サステイナブルツーリズム)12」を展開し、世界に認められる観光地の形成を促進します。					
○ 多様化する観光客のニーズなど、本県観光の現状と課題を的確に把握・分析し、戦略的な誘客やニーズにあった受入環境を整備するため、観光マーケティングに基づく取組みを推進します。					
◇ 県民総参加・全産業参加による、持続可能な開発目標(SDGs)の視点を取り入れた「持続可能な観光(サステイナブルツーリズム)」の展開 (例)「世界の蔵王」プロジェクトにおける関係機関と連携した樹木の 保全環境対策の推進	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 精神文化・観光プロ モーション室	山岳観光推進事業費(一部)	11,598	年間を通して国内外からの多くの観光客で賑わう 「四季のリゾート“世界の蔵王”」の確立に向けた「世 界の蔵王」プロジェクト事業の展開【再掲】

観光計画に掲げる施策		部局名	課室名	事業名	R5年度 予算額 (9補現計) (千円)	事業概要
◇ 経済団体(商工業・農業等)や市町村などの海外との交流に関する情報共有による更なる交流の展開	みらい企画創造部	国際人材活躍・コンベンション誘致推進課	山形県国際戦略推進事業費	469	外部有識者による山形県国際戦略検証委員会の開催	
	産業労働部	県産品流通戦略課	中国ハルビン事務所運営・活動事業費(一部)	21,833	中国ハルビン事務所の運営(国際交流の推進)【再掲】	
◇ 地域、観光事業者、経済界、教育機関など、多様な主体等との協働による地域一体となった観光地域づくりの推進による地域活性化	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 精神文化・観光プロモーション室	ポストコロナに向けた観光復活推進事業費(一部)	12,800	ポストコロナに向け、地域DMOをはじめとする地域関連事業者等と連携した観光人材の育成【再掲】	
	村山総合支庁	観光振興室	村山の強みを活かした周遊観光促進事業	1,152	・山形大学等との協働によるものづくり企業等を観光素材とした新たな旅行商品の造成、販売【再掲】	
	置賜総合支庁	観光振興室	観光振興推進事業(一部)	133	「学生が考える街歩き事業」の実施【再掲】	
◇ UNWTO等の様々な機関のデータやICTの活用等による統計情報の収集・分析に基づくマーケティングと県内観光地間の情報の共有化による観光戦略の全体的な展開	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	広域連携推進事業費(一部)	500	UNWTOの統計や調査研究などの情報提供を受ける等のため、駐日事務所との連携を実施【再掲】	

観光計画に掲げる施策	部局名	課室名	事業名	R5年度 予算額 (9補現計) (千円)	事業概要
第2節 リーディングプロジェクト					
I ICT等を活用したインバウンド拡大の加速化(デジタルマーケティングの展開)					
<ul style="list-style-type: none"> ○ 外国人旅行者等の旅行形態もオンライントラベルエージェント(OTA)を利用した旅行の予約・手配など個人旅行(FIT)が主流になりつつあり、また、スマートフォンの普及拡大により、Webは旅行者のトラベルライフサイクル(旅マエ・旅ナカ・旅アト)のどの段階においても旅行の情報源として活用されることから、それぞれの段階で利用されるWebサービス等を活用し、効果的な情報発信の強化を図ります。さらに、Web等のICTを活用した観光マーケティングを強化し、国内外からの旅行者の現況等の把握・分析を図り、効果的な施策を展開します。 ○ また、海外、首都圏や仙台市内も含めた国内からの外国人旅行者等の確保に向け、山形の魅力はもちろん、山形への交通手段なども、より効果の高い手法で発信するとともに、海外、首都圏から本県へ足を運ぶ流れを生み出す仕掛けづくりを行います。 ○ これまで誘客に取り組んできた国や地域については、個人旅行者も新たなターゲットに据え、その特性に応じた効果的なプロモーションを実施するとともに、欧州・米国・豪州などの新たな市場も含めた誘客を展開します。 					
<ul style="list-style-type: none"> ◇ 個人旅行者向け、デジタルプロモーションの展開(ICTを最大限活用した「旅マエ・旅ナカ・旅アト」での効果的なアプローチ) <ul style="list-style-type: none"> <旅マエ>どこに旅行するか、何をするか決める期間 (例)動画サイト等への動画の配信、デジタル広告、観光予約サイトの充実等 <旅ナカ>旅を満喫する期間 (例)「今だけ・ここだけの旬の情報」の提供、観光予約サイトの充実等 <旅アト>旅行の余韻にひたる期間 (例)旅行の予約をした方やSNS等で発信した方へのデジタル広告の配信等 2①の再掲 	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 精神文化・観光プロモーション室	観光キャンペーン推進事業(一部)	29,160	令和5年度春夏の観光キャンペーンにおける特設HPへの観光予約サイトのリンク掲載やWEBやSNS等を活用したデジタルプロモーションの展開【再掲】
<ul style="list-style-type: none"> ◇ デジタルデータによる事業効果の検証 <ul style="list-style-type: none"> ・デジタル媒体を活用した「作って・届けて・計測する(3:6:1)」体制の強化 2①の再掲 	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	ポストコロナに向けた観光復活推進事業費(一部)	10,900	東北及び新潟県の移動経路情報や消費データ、観光サイト、SNS等のアクセスデータを一元管理し、広域的な情報を分析できる環境の整備【再掲】
<ul style="list-style-type: none"> ◇ UNWTO等の様々な機関のデータやICTの活用等による統計情報の収集・分析に基づくマーケティングと県内観光地間の情報の共有化による観光戦略の全体的な展開 2①及び4④の再掲 	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	ポストコロナに向けた観光復活推進事業費(一部)	10,900	東北及び新潟県の移動経路情報や消費データ、観光サイト、SNS等のアクセスデータを一元管理し、広域的な情報を分析できる環境の整備【再掲】
<ul style="list-style-type: none"> ◇ 旅の情報を提供する観光案内所の機能と観光予約システムを兼ね備えた観光サイトの構築・運用(県観光ホームページ「やまがたへの旅」のリニューアル) 2①の再掲 	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	広域連携推進事業費(一部)	500	UNWTOの統計や調査研究などの情報提供を受ける等のため、駐日事務所との連携を実施
<ul style="list-style-type: none"> ◇ エリア・タイム・テーマ別の地域資源の発掘・磨き上げ・発信・商品化 <ul style="list-style-type: none"> <エリア>県内各地域、県全体、東北地域など、エリア別の商品造成 <タイム>モーニング、ナイトタイムなど、時間帯別の商品造成 <テーマ>精神文化・文化、歴史、美食・美酒、山岳、景観、産業、スポーツ、カルチャー(生活文化)、医療、アニメなどの地域資源を活用したテーマごとの商品造成 1④の再掲 	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 精神文化・観光プロモーション室	観光キャンペーン推進事業(一部)	29,160	各種キャンペーンの展開やコンテンツ造成の支援
<ul style="list-style-type: none"> ◇ 外国人旅行者を海外・国内・東北から山形へ向ける仕掛けづくり 3②関連の再掲 	産業労働部	県産品流通戦略課	中国ハルビン事務所運営・活動事業費(一部)	21,833	中国ハルビン事務所の運営(観光誘客の推進)
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	重点市場のポストコロナに向けた誘客推進事業費(一部)	2,650	現地コーディネーターによる現地情報の収集や本県情報の発信等、認知度向上と誘客を実施
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	ポストコロナに向けた観光復活推進事業費(一部)	5,162	海外からの往来再開後を見据え、JR東日本と連携し外国人専用鉄道バス(JRイーストバス)を活用し、首都圏(羽田・成田空港)からの誘客を実施
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	国際チャーター便受入事業費	21,206	チャーター便受入れに必要となるグランドハンドリングに関する支援
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	重点市場のポストコロナに向けた誘客推進事業費(一部)	2,800	現地(上海)コーディネーターによる現地情報の収集や本県情報の発信等、認知度向上と誘客を実施
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	ポストコロナに向けた観光復活推進事業費(一部)	595	東北観光推進機構と連携した旅行会社の招請等
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	ポストコロナに向けた観光復活推進事業費(一部)	1,059	東北観光推進機構と連携し、「スノーリゾート東北」への誘客のため旅行会社の招請等の実施
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	重点市場のポストコロナに向けた誘客推進事業費(一部)	3,547	現地コーディネーターによる現地情報の収集や本県情報の発信等、認知度向上と誘客を実施
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	重点市場のポストコロナに向けた誘客推進事業費(一部)	939	宮城県と連携したプロモーションの実施
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	ポストコロナに向けた観光復活推進事業費(一部)	1,053	東北観光推進機構等と連携した旅行会社の招請等
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	重点市場のポストコロナに向けた誘客推進事業費(一部)	4,468	・現地コーディネーターによる現地情報の収集や本県情報の発信等、認知度向上と誘客を実施 ・栃木・南東北、東北観光推進機構と連携した現地旅行会社の招請等
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	ポストコロナに向けた観光復活推進事業費(一部)	3,600	東北観光推進機構と連携した観光イベントへの出展
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	外航クルーズ船誘客事業費	18,246	外航クルーズ船誘致に向けた船会社のファミツアーの実施及びセミナー開催による受入態勢整備を行うとともに、歓迎イベントを実施
	みらい企画創造部	国際人材活躍・コンベンション誘致推進課	山形県韓国戦略的情報発信事業費	6,697	戦略的情報発信員による、韓国における観光誘客、県産品輸出拡大に向けた本県の情報発信や各種イベントへの参加【再掲】
	農林水産部	県産米・農産物ブランド推進課	山形のうまいもの商品力強化事業費【再掲】	4,504	県産農林水産物を使用した「売れる商品」開発のため、専門家による個別相談等を含めた加工食品開発支援
	置賜総合支庁	観光振興室	地域広域観光推進事業(一部)	4	置賜地域インバウンド受入推進協議会の開催
	置賜総合支庁	観光振興室	地域広域観光推進事業(一部)	44	情報発信強化のための支援及び検討会の実施
	置賜総合支庁	観光振興室	地域広域観光推進事業(一部)	250	個人旅行者の移動環境を整備するための二次交通実証実験
	置賜総合支庁	観光振興室	地域広域観光推進事業(一部)	100	ランドオペレーター等へのプロモーション
	庄内総合支庁	観光振興室	地域広域観光推進事業(一部)	100	インバウンド(個人客)受入に向けた研修会の開催
<ul style="list-style-type: none"> ◇ 欧州(英・仏・独)・米国・豪州など、対象市場の拡大 3②の再掲 	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	ポストコロナに向けた観光復活推進事業費(一部)	2,634	東北観光推進機構と連携した旅行会社の招請等
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	外航クルーズ船誘客事業費	18,246	外航クルーズ船誘致に向けた船会社のファミツアーの実施及びセミナー開催による受入態勢整備を行うとともに、歓迎イベントを実施

観光計画に掲げる施策	部局名	課室名	事業名	R5年度 予算額 (9補現計) (千円)	事業概要
◇ 各国・地域の市場特性を踏まえた誘客対策 3②の再掲	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	ポストコロナに向けた観光復活 推進事業費(一部)	2,650	現地コーディネーターによる現地情報の収集や本県 情報の発信等、認知度向上と誘客を実施
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	ポストコロナに向けた観光復活 推進事業費(一部)	5,162	海外からの往来再開後を見据え、JR東日本と連携 し外国人専用鉄道バス(JRイーストバス)を活用し、 首都圏(羽田・成田空港)からの誘客を実施
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	ポストコロナに向けた観光復活 推進事業費(一部)	4,900	東北観光推進機構と連携した旅行博への出展
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	国際チャーター便受入事業費	21,206	チャーター便受入れに必要となるグランドハンドリン グに関する支援
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	重点市場のポストコロナに向け た誘客推進事業費(一部)	2,800	現地(上海)コーディネーターによる現地情報の収集 や本県情報の発信等、認知度向上と誘客を実施
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	ポストコロナに向けた観光復活 推進事業費(一部)	595	東北観光推進機構と連携した旅行会社の招請等
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	ポストコロナに向けた観光復活 推進事業費(一部)	1,059	東北観光推進機構と連携し、「スノーリゾート東北」 への誘客のため旅行会社の招請等の実施
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	重点市場のポストコロナに向け た誘客推進事業費(一部)	3,547	現地コーディネーターによる現地情報の収集や本県 情報の発信等、認知度向上と誘客を実施
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	重点市場のポストコロナに向け た誘客推進事業費(一部)	5,162	海外からの往来再開後を見据え、JR東日本と連携 し外国人専用鉄道バス(JRイーストバス)を活用し、 首都圏(羽田・成田空港)からの誘客を実施
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	重点市場のポストコロナに向け た誘客推進事業費(一部)	939	宮城県と連携したプロモーションの実施
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	ポストコロナに向けた観光復活 推進事業費(一部)	1,053	東北観光推進機構等と連携した旅行会社の招請等
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	重点市場のポストコロナに向け た誘客推進事業費(一部)	4,468	・現地コーディネーターによる現地情報の収集や本 県情報の発信等、認知度向上と誘客を実施 ・栃木・南東北、東北観光推進機構と連携した現地 旅行会社の招請等
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	ポストコロナに向けた観光復活 推進事業費(一部)	3,600	東北観光推進機構と連携した観光イベントへの出展
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	外航クルーズ船誘客事業費	18,246	外航クルーズ船誘致に向けた船会社のファムツアー の実施及びセミナー開催による受入態勢整備を行う とともに、歓迎イベントを実施
	産業労働部	県産品流通戦略課	中国ハルビン事務所運営・活動 事業費(一部)	21,833	中国ハルビン事務所の運営(観光誘客の推進)
	みらい企画創造部	国際人材活躍・コンベ ンション誘致推進課	山形県韓国戦略的情報発信事 業費	6,697	戦略的情報発信員による、韓国における観光誘客、 県産品輸出拡大に向けた本県の情報発信や各種イ ベントへの参加【再掲】
	農林水産部	県産米・農産物ブラン ド推進課	山形のうまいもの商品力強化事 業費【再掲】	4,504	県産農林水産物を使用した「売れる商品」開発のた め、専門家による個別相談等を含めた加工食品開 発支援
	置賜総合支庁	観光振興室	地域広域観光推進事業(一部)	4	置賜地域インバウンド受入推進協議会の開催
	置賜総合支庁	観光振興室	地域広域観光推進事業(一部)	44	情報発信強化のための支援及び検討会の実施
	置賜総合支庁	観光振興室	地域広域観光推進事業(一部)	250	個人旅行者の移動環境を整備するための二次交通 実証実験
置賜総合支庁	観光振興室	地域広域観光推進事業(一部)	100	ランドオペレーター等へのプロモーション	
置賜総合支庁	観光振興室	地域広域観光推進事業(一部)	208	外国人旅行者への対応研修会の実施	
庄内総合支庁	観光振興室	地域広域観光推進事業(一部)	100	インバウンド(個人客)受入に向けた研修会の開催	

観光計画に掲げる施策	部局名	課室名	事業名	R5年度 予算額 (9補現計) (千円)	事業概要
II 稼ぐ観光地域づくりによる地域活性化					
<ul style="list-style-type: none"> ○ 「稼ぐ力」のある観光地域づくりを推進するため、「観光地域づくり」の中心となる経営人材の育成・確保や外部人材の積極的な登用など、観光で稼ぐ人材の育成や確保を促進します。 ○ 経済波及効果の高い宿泊者数の増加を図るため、本県の地域資源を活かした体験型観光や宿泊に結び付けるナイトタイムエコノミーの夜間や早朝のコンテンツの提供を充実させ、日本人旅行者等の宿泊・滞在型観光を推進します。 ○ DMO等が中心となり、地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、大学や民間企業など、多様な関係者と協働しながら、明確なコンセプトに基づいた観光戦略を展開し、着地型旅行商品の造成だけでなく、販売と購入をしっかりと結び付け、地域の「稼ぐ力」を引き出します。 					
◇ 観光産業の担い手となる人材の育成・確保 4①の再掲	みらい企画創造部	国際人材活躍・コンベンション誘致推進課	多文化共生推進事業費	1,531	日本語ボランティア育成のための支援及び外国人のニーズに即した日本語教育の体制づくり【再掲】
	みらい企画創造部	国際人材活躍・コンベンション誘致推進課	山形県国際交流協会運営費	14,186	県内の在住外国人からの生活・就労に関する相談等に対応する「外国人相談窓口」を運営
	みらい企画創造部	国際人材活躍・コンベンション誘致推進課	外国人総合相談ワンストップセンター運営事業費	8,356	県内の在住外国人や、外国を雇用する企業などからの相談や、生活・就労に関する情報をワンストップで情報提供・相談を行う「山形県外国人総合相談ワンストップセンター」を運営【再掲】
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課	観光連携推進事業（一部）	303	山形県観光ボランティアガイド連絡協議会に対する支援【再掲】
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	—	0	外国語を用いて旅行案内する「全国通訳案内士」、「地域限定通訳案内士」の普及を実施
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 精神文化・観光プロモーション室	観光キャンペーン推進事業（一部）	29,160	JR東日本と連携して実施する「令和6年度春の観光キャンペーン」(R6.4月～6月)に向けた各種取組みの推進【再掲】
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課	観光誘客総合推進事業（一部）	1,290	タクシードライバーの人材育成を目的とした、山形おもてなしドライバー検定の実施【再掲】
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課	観光連携推進事業（一部）	768	観光人材育成機関である山形観光アカデミーに対する支援【再掲】
	産業労働部	商業振興・経営支援課	商工業振興資金融資事業（事業承継・M&A促進資金）	1,005,000	事業承継を受ける事業者が必要とする資金に係る金融機関への預託を通じた低利子融資
	村山総合支庁	観光振興室	観光振興推進事業（一部）	1,990	おもてなしドライバー現地研修の実施【再掲】
	村山総合支庁	観光振興室	村山の強みを活かした周遊観光促進事業	1,152	・山形大学等との協働によるものづくり企業等を観光素材とした新たな旅行商品の造成、販売【再掲】 ・ワイナリーと温泉、酒蔵と蕎麦を組み合わせた情報発信【再掲】
	置賜総合支庁	観光振興室	地域広域観光推進事業（一部）	180	おきたま地域観光ボランティアガイド協議会が実施する研修会等への支援
◇ DMOの形成や安定運営及び能力向上のための支援 4③の再掲	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 精神文化・観光プロモーション室	ポストコロナに向けた観光復活推進事業費（一部）	12,800	ポストコロナに向け、地域DMOをはじめとする地域関連事業者等と連携した観光人材の育成【再掲】
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	広域連携推進事業費（一部）	18,500	東北観光推進機構と連携した誘客を実施
◇ 大学や民間企業等との協働による観光マーケティングの促進 4③、④関連の再掲	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 精神文化・観光プロモーション室	ポストコロナに向けた観光復活推進事業費（一部）	12,800	ポストコロナに向け、地域DMOをはじめとする地域関連事業者等と連携した観光人材の育成【再掲】
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	広域連携推進事業費（一部）	18,500	東北観光推進機構と連携した誘客を実施
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 精神文化・観光プロモーション室	山岳観光推進事業費（一部）	11,598	年間を通して国内外からの多くの観光客で賑わう「四季のリゾート“世界の蔵王”」の確立に向けた「世界の蔵王」プロジェクト事業の展開【再掲】
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 精神文化・観光プロモーション室	精神文化ツーリズム推進事業費	10,870	精神文化のブランド化とデジタル及びリアル媒体を組み合わせる多角的な情報発信によるプロモーションの展開【再掲】
◇ 宿泊・滞在型観光の推進 1④	観光文化スポーツ部	観光復活推進課	観光誘客緊急対策事業	1,960,948	県内宿泊旅行及び日帰り旅行の割引キャンペーンの実施 ※R4年度からの繰越額
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	広域連携推進事業費（一部）	18,500	東北観光推進機構と連携した誘客を実施
	農林水産部	県産米・農産物ブランド推進課	農林漁家民宿・レストラン人材育成支援事業【再掲】	998	農山漁村の交流拠点となる農林漁家民宿・レストランの開業に向けた研修の実施
	村山総合支庁	観光振興室	観光振興推進事業（一部）	1,990	管内7市7町の観光PR動画の制作・Youtubeでの発信【再掲】
	置賜総合支庁	観光振興室	地域広域観光推進事業（一部）	1,031	地域観光素材の発掘及び磨き上げ
	置賜総合支庁	観光振興室	地域広域観光推進事業（一部）	268	新型コロナウイルスに対応した観光誘客
◇ ICTの活用などによる宿泊施設・観光施設の生産性向上 4②の再掲	産業労働部	雇用・産業人材育成課	デジタル人材スキルアップ事業	5,548	デジタル技術(IT、AI、ビッグデータ等)を利活用できる人材を育成
◇ 宿泊・飲食・物販・農業など地域内の業種が連携した地域ならではの付加価値の高いサービスの提供 4②の再掲	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 精神文化・観光プロモーション室	山岳観光推進事業費（一部）	11,598	年間を通して国内外からの多くの観光客で賑わう「四季のリゾート“世界の蔵王”」の確立に向けた「世界の蔵王」プロジェクト事業の展開【再掲】
◇ DMO等による観光地のブランド化の推進(「世界の蔵王」プロジェクト、出羽百観音プロジェクト等) 4③の再掲	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 精神文化・観光プロモーション室	山岳観光推進事業費（一部）	11,598	年間を通して国内外からの多くの観光客で賑わう「四季のリゾート“世界の蔵王”」の確立に向けた「世界の蔵王」プロジェクト事業の展開【再掲】
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 精神文化・観光プロモーション室	精神文化ツーリズム推進事業費	10,870	精神文化のブランド化とデジタル及びリアル媒体を組み合わせる多角的な情報発信によるプロモーションの展開【再掲】
◇ 県民総参加・全産業参加によるおもてなし実践力の向上 1①、4①の再掲	総務部	人事課(職員育成センター)	職員研修事業費（一部）	25,331	観光が地域に寄与する効果について理解を深めるとともに、おもてなしの心や発信力の向上などを習得するための職員研修を実施
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 精神文化・観光プロモーション室	観光キャンペーン推進事業（一部）	29,160	JR東日本と連携して実施する「令和6年度春の観光キャンペーン」(R6.4月～6月)に向けた各種取組みの推進【再掲】
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課	観光誘客総合推進事業（一部）	1,290	タクシードライバーの人材育成を目的とした、山形おもてなしドライバー検定の実施【再掲】
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課	観光連携推進事業（一部）	768	観光人材育成機関である山形観光アカデミーに対する支援【再掲】
	村山総合支庁	観光振興室	観光振興推進事業（一部）	1,990	おもてなしドライバー現地研修の実施【再掲】

観光計画に掲げる施策	部局名	課室名	事業名	R5年度 予算額 (9補現計) (千円)	事業概要
(上記以外の関連事業)	観光文化スポーツ部	観光復活推進課	山形県版ふるさと観光検定事業費	6,127	県内外から本県の魅力を認識してもらい、ポストコロナの観光誘客に繋げるため、自宅で気軽に受検できる「山形県版ふるさと観光検定」の実施【再掲】
III 各種ツーリズムの推進					
○ 精神文化、歴史、美食・美酒、温泉、山岳・森林、産業、スポーツ、伝統文化、カルチャー(生活文化)等、「山形ならではの」魅力的な観光資源を活用した各種ツーリズムの展開					
◇ 各種ツーリズムの具体例 1④の再掲	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 精神文化・観光プロモーション室	観光キャンペーン推進事業(一部)	29,160	JR東日本と連携して実施する「令和6年度春の観光キャンペーン」(R6.4月～6月)に向けた各種取組みの推進【再掲】
<精神文化ツーリズム> 日本遺産「出羽三山『生まれかわりの旅』」や「山寺と紅花」の山寺(立石寺)、本山慈恩寺、出羽百観音などの精神文化を深く理解し、その歴史等に基づくとストーリーを辿る「精神文化ツーリズム」を展開します。	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 精神文化・観光プロモーション室	精神文化ツーリズム推進事業費	10,870	精神文化のブランド化とデジタル及びリアル媒体を組み合わせた多角的な情報発信によるプロモーションの展開【再掲】
	観光文化スポーツ部	博物館・文化財活用課	日本遺産魅力発信推進事業	1,900	日本遺産の認定を契機とした地域活性化等に向けた推進体制の整備
	村山総合支庁	観光振興室	「山寺と紅花」観光誘客推進事業	882	仙台圏での紅花展示等による誘客施策、山寺での紅花の展示、紅花まつり等の情報発信の実施、高速道路SAでのキャラバン隊によるPR、バスツアー造成支援等【再掲】
	村山総合支庁	農業技術普及課	-	0	山寺地区紅花畑の栽培指導【再掲】
	村山総合支庁	観光振興室	観光振興推進事業(一部)	1,990	出羽の古道六十里越街道を観光資源とした誘客活動への支援【再掲】
	庄内総合支庁	観光振興室	地域広域観光推進事業(一部)	300	羽黒山誘客促進事業(地元関係団体等が組織する実行委員会への負担金)
	庄内総合支庁	観光振興室	地域広域観光推進事業(一部)	300	高校生による庄内三十三観音の巡礼体験と情報発信
	産業労働部	県産品流通戦略課	「日本一美酒県 山形」推進プロジェクト事業費	12,498	「日本一美酒県 山形」フェアの開催等【再掲】
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	ポストコロナに向けた観光復活推進事業費(一部)	595	グルメ等のコンテンツを活用した、中国における個人旅行者の誘致事業を実施
	農林水産部	水産振興課	庄内浜トップブランド水産物創出事業(一部)【再掲】	3,473	庄内の観光資源となるブランド魚種の創出、庄内おぼこサワラや天然とらふぐ、庄内北前ガニ、活イカ等のキャンペーンを実施
村山総合支庁	観光振興室	村山の強みを活かした周遊観光促進事業	1,152	・山形大学等との協働によるものづくり企業等を観光素材とした新たな旅行商品の造成、販売【再掲】 ・ワイナリーと温泉、酒蔵と蕎麦を組み合わせた情報発信【再掲】	
	観光振興室	観光振興推進事業(一部)	1,990	・宮城県仙台地方振興事務所と連携した相互誘客(「ドライブ&家たびスタンプラリー」の実施)【再掲】 ・最上・置賜総合支庁と連携した広域周遊促進(「ドライブスタンプラリー」の実施)【再掲】 ・東日本高速道路網等との連携による山形ラーメンマップ スタンプラリーの実施【再掲】	
	観光振興室	農観連携推進事業	862	農業収穫体験ができる農園等の情報発信【再掲】	
<山岳・森林ツーリズム> 日本百名山の鳥海山や蔵王山など、本県の山岳・森林の四季折々の豊かな自然景観等を、トレッキング・カヤック・自転車等の人力による移動手段を利用して体感し、地域の歴史や文化、人々との交流を楽しむ「山岳・森林ツーリズム」を展開します。	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	ポストコロナに向けた観光復活推進事業費(一部)	553	トレッキング等のコンテンツを活用した、韓国における個人旅行者の誘致事業を実施
	環境エネルギー部	みどり自然課	やまがた山水百景魅力アップ事業(一部)	250	「やまがた百名山」の保全や活用を促進するため、登山環境整備等の地元の主体的な活動に対する助成【再掲】
	環境エネルギー部	みどり自然課	やまがた山水百景魅力アップ事業(一部)	560	自然公園内の登山道、案内板等の登山施設について、地元山岳会やNPO等の団体との協働による、良好な維持管理
	環境エネルギー部	みどり自然課	やまがた山水百景魅力アップ事業(一部)	224	「やまがた百名山」をはじめとする本県の山岳地について登山道情報等を県山岳情報ポータルサイト「やまがた山」で発信【再掲】
	農林水産部	農村計画課	ふるさと農村地域活性化基金事業(一部)【再掲】	11,936	「やまがたの棚田」PRと棚田カードを活用したスタンプラリーの実施
	農林水産部	森林ノミクス推進課	やまがた森林ノミクス県民総参加推進事業(一部)【再掲】	1,272	県産木材を利用した木工体験等、木とのふれあいを通じ、木の良さややまがたの森林の良さを感じてもらい、山形県林業まつりを開催
	農林水産部	森林ノミクス推進課	やまがた森林ノミクス県民総参加推進事業(一部)	1,662	森林の魅力を発信する森林サービス産業の創出に向けた検討会の開催、モデルツアーへの支援
<産業ツーリズム> 本県の伝統に裏打ちされた技術力と堅実な県民性が育んだ、高品質なモノづくりの現場体験・見学などの「産業ツーリズム」を展開します。	産業労働部	県産品流通戦略課	届けよう山形の魅力プロジェクト事業費(一部)	28,381	県産品のブランドコンセプトを活かした情報発信や実売拡大に向けたしくみづくりの実施【再掲】
	農林水産部	園芸大國推進課	紅花振興拡大プロジェクト事業【再掲】	3,401	平成31年2月に日本農業遺産に認定された紅花の保全計画に基づいた活動の推進、県内全域を対象とした県花である紅花の生産振興と需要拡大
	村山総合支庁	観光振興室	村山の強みを活かした周遊観光促進事業	1,152	山形大学等との協働によるものづくり企業等を観光素材とした新たな旅行商品の造成、販売【再掲】
<スポーツツーリズム> スポーツを「観る(観戦)」、「する(楽しむ)」ことに加え、周辺の観光やスポーツを「支える」人々との交流等も含めた、「スポーツツーリズム」を展開します。近年、国内外から注目度が高い、「サイクルツーリズム」や居合等の「武道ツーリズム」による誘客拡大の取組みを強化します。	産業労働部	県産品流通戦略課	中国ハルビン事務所運営・活動事業費(一部)	21,833	中国ハルビン事務所の運営(スキー客の誘客)【再掲】
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課	観光連携推進事業(一部)	1,200	山形県スキー場誘客推進協議会に対する支援【再掲】
	観光文化スポーツ部	観光復活推進課 インバウンド推進室	ポストコロナに向けた観光復活推進事業費(一部)	1,059	スノーアクティビティ等のコンテンツを活用した、豪州における個人旅行者の誘致事業を実施
	県土整備部	道路保全課	道路保全事業(一部)	41,000	サイクリングモデルルートの案内看板設置・路面表示の実施【再掲】
	県土整備部	道路整備課	交通安全道路事業(一部)	510,996	サイクリングモデルルートの自転車通行空間整備【再掲】

観光計画に掲げる施策		部局名	課室名	事業名	R5年度 予算額 (9補現計) (千円)	事業概要
	<p><伝統文化ツーリズム> 黒川能、黒森歌舞伎、林家舞楽などの各地に残る民俗芸能・文化財やユネスコ無形文化遺産の新庄まつりなどの「祭り」等、地域で継承・伝承されている伝統文化を保存・活用する、「伝統文化ツーリズム」を展開します。</p>	観光文化スポーツ部	観光復活推進課	観光連携推進事業(一部)	2,500	舞妓文化を活用した観光誘客【再掲】
		観光文化スポーツ部	文化スポーツ振興課	文化による地域への愛着・誇り醸成事業	5,520	子ども達の伝統芸能や文化芸術活動の発表の機会の創出に対する支援 県民が本県の伝統文化を体験する機会の創出
		観光文化スポーツ部	博物館・文化財活用課	伝統芸能育成事業費	1,288	北海道・東北ブロック民俗芸能大会への団体派遣
		観光文化スポーツ部	博物館・文化財活用課	「未来に伝える山形の宝」登録制度推進事業	3,006	地域に遺る有形・無形文化財を保存・活用する取組みを「未来に伝える山形の宝」として登録し、活動を支援
	<カルチャー(生活文化)ツーリズム> 山形県総合文化芸術館や山形美術館、山形交響楽団などから発信される芸術文化や、雪国文化等、地域の暮らしに息づいている生活文化等を活かした、「カルチャーツーリズム」を展開します。特に、雪国である本県の暮らしに	観光文化スポーツ部	観光復活推進課	雪を活用した観光誘客支援事業	9,675	冬季の観光誘客の促進に向けた県内の冬の観光資源を活用したイベント(やまがた音と光のファンタジア)の開催支援【再掲】
	<その他> ヘルスツーリズム(クアオルト等)や医療ツーリズム、インフラツーリズム、アニメツーリズムなどの各種ツーリズムを推進し、国内外からの観光誘客を図ります。	産業労働部	県産品流通戦略課	中国ハルビン事務所運営・活動事業費(一部)	21,833	中国ハルビン事務所の運営(青少年交流団の誘客)【再掲】