

## 1 地域の国際化

## 1-1 多文化共生の推進

## (1) 言葉・生活・文化の壁を越えた相互理解の促進

## 令和3年度の実施状況

- ◆日本語ボランティアの不足、高齢化等に対応するため、県内4カ所（鶴岡、長井、新庄、山形で開催。参加者合計93人）でボランティア育成プログラムを実施。併せて、ボランティアが行うオンライン学習支援に関するセミナーも開催（上記4地域で開催。参加者合計25人）



(ボランティア育成研修)

- ◆英語教育充実を図るための教員研修
  - ・外部有識者を招聘し、小中学校教員対象研修会をそれぞれオンラインで開催した。（参加者合計 小学校82名、中学校43名）
- ◆各地区の英語教育を推進する教員の育成・実践の発信
  - ・小中学校各10名を英語教育実践リーダーに任命し、外部講師による継続的な指導等により指導力向上を図った。
- ◆外国人児童生徒教育や支援について
  - 各校との情報共有及び必要に応じて関係各所との連携

## 事業実施後の評価、課題等

- ▶ 日本語ボランティア育成事業について  
既に日本語教室が開設されている地域での開催となったが、鶴岡会場は庄内地域全域から、長井会場は西置賜を含む置賜全域から参加者が集まるなど、日本語ボランティアの地域偏在を解消するという目的は一定程度達成できた。一方で、ボランティアは依然不足しているとの声があることから、継続してボランティア育成を進める必要がある。
- ▶ 英語教育充実を図るための教員研修について  
オンライン開催に変更したことで、多数の教員の参加につながった。一方で、指導の在り方などを、演習を通して学ぶ機会が確保できず、具体的な実践イメージの共有がなかったため、参集型とオンライン型の双方を視野に入れつつ、その利点を生かしていく必要がある。
- ▶ 英語教育を推進する教員の育成・実践の発信について  
年間を通じて随時実践を発信・共有したことにより、県内教員が発信の度指導改善を図ることにつながった。
- ▶ 外国人児童生徒教育や支援について  
関係機関との連携を含めた支援体制の在り方の研究

## 今後の対応方針・予定

- ✓ 日本語ボランティア育成研修を行う団体等へ開催経費の補助を行い（R4新規）、引き続き日本語ボランティア育成を継続していく。
- ✓ 次年度も取組を継続し、教員の指導力向上を通して生徒の英語を用いたコミュニケーション能力を育成する。

# 1 地域の国際化

## 1-1 多文化共生の推進

### (2) 多文化共生推進のための態勢整備

#### 令和3年度 of 取組状況

##### ◆ 山形県外国人総合相談ワンストップセンターについて

- ・ 県内の在住外国人や外国人を雇用する企業等からの相談に対応する「山形県外国人総合相談ワンストップセンター」を運営

(令和4年2月現在の相談件数：425件)

内訳：外国人相談窓口 380件  
企業向け相談窓口 45件



- ・ 離婚やDV等専門機関との連携が必要な相談が増加していることから、関係機関を参集した「外国人支援関係機関連絡会議」を開催

##### ◆ グローバル人材の育成・確保と県内企業における活用促進

- ・ 県内大学等に留学している外国人留学生を対象としたオンライン企業見学会を2回開催（参加者 延べ97名）
- ・ 日本人学生も含めた企業説明会について、外国人留学生の採用意欲がある参加企業の情報を県内大学等に提供し、留学生の参加を促した。
- ・ 学生支援組織が行う外国人留学生向け奨学金給付事業への補助を実施。

#### 事業実施後の評価、課題等

##### ▶ 山形県外国人総合相談ワンストップセンターについて

外国人相談窓口については、生活一般の相談から在留資格やパスポート申請手続き、コロナ関連の相談等幅広い相談に対応している。在留手続などは制度変更が多く、最新の情報を収集する必要がある。相談員のスキルアップが欠かせない。「外国人支援関係機関連絡会議」では、県弁護士会や社会福祉協議会、県警等の担当者に参加していただき、顔と顔が見える関係を持つことができた。

##### ▶ グローバル人材の育成・確保と県内企業における活用促進

- ・ オンライン企業見学会については、コロナ禍を受け、従来のバスツアー形式から変更して実施。参加者は増加した一方、実際に現場の雰囲気に触れたい、触れてほしいという声もあった。
- ・ 過去の企業見学会や企業説明会に参加した外国人留学生が県内企業に就職しており、こうした取組みが寄与していると考えられることから、引き続きの取組みが必要。

#### 今後の対応方針・予定

- ✓ チラシの配布や関係機関への訪問により、引き続きワンストップセンターの周知に取り組む
- ✓ 「外国人支援関係機関連絡会議」は来年度以降も定期的に開催し、専門機関との連携を図る
- ✓ 企業見学会については、バスツアー形式（実際に企業を訪問する形）での開催を目指すほか、各種事業の実施にあたっては、外国人留学生の県内企業への関心をより高められる工夫について県内大学等と相談しながら進める。

# 1 地域の国際化

## 1-2 国際交流の促進

### (1) 多様な国際交流の促進、経済交流の発展

#### 令和3年度 of 取組状況

##### ◆ 海外とのオンライン交流の実施

- イギリスの中高生と山形大学生との語学交流（右上）  
県国際交流員のつながりで実施
- 南米県人会（ブラジル、ペルー）の若者との交流（右中）  
東北公益文科大生との意見交換会や、県内の食や文化に親しみ、理解を深めてもらおうと、芋煮や花笠踊りのイベントを開催
- タイとの連携拡大に向けたオンラインミーティング（右下）  
山形県タイ友好協会（荘内銀行）と共に開催。  
タイ国商務省参事官事務所にも後援をいただき、観光や貿易、企業進出等幅広い分野でトークセッションを行った



#### 事業実施後の評価、課題等

- 海外とのオンライン交流について
  - 欧米や南米とは時差があるため、イベントの開催時間や曜日を調整し、実施することができた。
  - ペルー県人会では、このイベントが刺激となって現地で日本語を学ぶ学生が、「ペルー日系人の歴史」について日本語でプレゼンを行うイベントも開催されるなど、双方の理解を深める機会とすることができた。
  - オンラインというツールを使い、今まで交流がなかった地域とも交流することができた。
  - 新型コロナウイルスが収束すれば、自由な往来による交流も再活性化していくが、オンライン交流の良さ（手軽さ、気軽さ）を活かしていく必要がある。

#### 今後の対応方針・予定

- ✓ Youth Summit in YAMAGATA（仮称）の開催
- ✓ 県内在住外国人を対象とした山形の魅力体験バスツアーの開催
- ✓ 南米県人会からの技術研修員受入の再開、県人会の担い手育成支援のための若者の県内招へいを行う。

# 1 地域の国際化

## 1-2 国際交流の促進

### (2) グローバル人材の育成

#### 令和3年度の実施状況

- ◆ 留学生受入拡大に関する取組みについて
  - ・ 県内高等教育機関の留学情報を一元的に発信するポータルサイトを開設し、併せて国内外の日本語を学習する外国人向けに県内の留学情報を発信するオンラインフェアを開催
  - ・ 大学、行政機関、企業等で組織する「山形県留学生就職促進プログラム コンソーシアム」の幹事会メンバーとして参画
- ◆ 外国語教育の充実、国際理解教育の促進
  - ・ 英語ディベート力育成事業（全てオンライン）
  - ・ 英語ディベート指導者研修会の実施（高校教員対象）
  - ・ 山形県高校生英語ディベート大会の実施
  - ・ 英語ディベートチャレンジセミナー（3月下旬実施予定高校生対象）
  - ・ 中高教員相互派遣研修  
中学校と高等学校の学習の接続を円滑にするとともに、中学校と高等学校の教員が互いに授業を理解し、教科指導の在り方を協議

#### 事業実施後の評価、課題等

- 留学生受入拡大に関する取組みについて
  - ・ ポータルサイトの本格的稼働は3月末の予定。県、教育機関、留学生が連携し、情報発信を強化していく。
  - ・ 留学を発信したオンラインフェアは、海外からも参加申し込みがあるなど「留学するなら山形」をPRできた機会となった。
- 外国語教育の充実、国際理解教育の促進
  - ・ 英語ディベート大会等を通して、グローバル人材に求められる英語での発信力の強化、異文化を理解する態度を備えた人材育成につなげることができた。
  - ・ 昨年度に引き続き、新型コロナの感染拡大により、海外での交流学習は実施困難な状況であるが、Web会議システムを利用した外国の生徒との英語での交流や、探究型学習の成果をグローバルに発表する機会として英語による発表会をオンラインで配信する等、ICTを活用し、国際的な視野を広げる取組みが増加した。

#### 今後の対応方針・予定

- ✓ 産学官による留学生トータルサポート体制の構築
- ✓ 指導と評価の一体的な学習指導の継続及び教員研修の充実
- ✓ 国の事業を活用した留学支援やオンライン交流などの取組みによる国際理解教育の促進

## 2 本県産業の発展に向けた貿易振興

### 2-1 県産品の輸出拡大・県内企業の海外取引の拡大

#### (1) 重点5地域を中心とした県産品の輸出拡大

##### 令和3年度の実施状況

- ◆ 市場ごとの成果・課題、現地情勢を踏まえた取組みの重点化
  - ・(台湾)台中市の高級食品スーパーを運営する日本企業と連携し、県内事業者とのオンライン商談を実施のうえ、現地で山形食品フェアを開催。
  - ・上海の食品見本市への県内事業者の出展を支援。
- ◆ 県産品の継続取引に向けた輸出ルートづくり
  - ・台湾、中国、香港、韓国、タイ、マレーシア、フィリピンの高級スーパー等で県産農産物、加工食品、日本酒等の販売プロモーションを実施。
  - ・台湾、香港、タイ等のバイヤーを招へいし、産地訪問や商談等を実施。
  - ・台湾や香港での商流拡大に向けたオンライン商談会を開催。
- ◆ 市場ごとの成果・課題、現地情勢を踏まえた取組みの重点化
  - ・輸出事業者の掘り起こしを図るため、県産農産物輸出促進セミナーを令和3年7月15日に開催（生産者等の参加者50名）
  - ・山形県産米輸出拡大チーム会議を令和3年9月3日に開催し、県産米の輸出拡大に向けた意見交換を実施。



##### 事業実施後の評価、課題等

- 市場ごとの成果・課題、現地情勢を踏まえた取組みの重点化
  - ・継続取引に至った商品もあり、商流拡大に一定の成果があった。今後も市場特性を踏まえた販路拡大に取組む必要がある。
- 県産品の継続取引に向けた輸出ルートづくり
  - ・コロナ禍により海外渡航ができず、プロモーションは現地パートナーの協力を得て実施。巣ごもり需要で売上が増加したものもあったが、試食提供が限定されたり、輸送遅延による日程変更が生じるなど、世界的な感染拡大の影響を大きく受けた。
  - ・商談会を契機として、新たに輸出に取り組む事業者が増加。
  - ・さらなる販路拡大や新規商品の売り込み等は対面での対応も必要になるため、現地渡航による取組みの再開が必要。
- 市場ごとの成果・課題、現地情勢を踏まえた取組みの重点化
  - ・新規輸出取組者にとっては、輸出先国の検疫条件や農薬規制に対応した生産体制の構築が課題であり、継続したセミナーの開催が必要。

##### 今後の対応方針・予定

- ✓ プロモーション等は、新型コロナの渡航制限の状況を見ながら、リアルとオンラインの両面で輸出拡大に向けた効果的な取組を実施。
- ✓ 県産工芸品海外テストマーケティング事業（R4新規）を実施し、マーケットインの視点を踏まえた商品改良による販路拡大を図る。
- ✓ 上海貿易コーディネーターの設置（R4新規）による、大消費地における県産品の販路開拓と輸出拡大を促進。
- ✓ 山形県産米輸出拡大チーム会議や県産農産物輸出セミナーを通じて、輸出に取り組む事業者への情報提供を実施予定。

## 2 本県産業の発展に向けた貿易振興

### 2-1 県産品の輸出拡大・県内企業の海外取引の拡大

#### (2) ICT や人的ネットワークを活用した販路開拓等への支援

##### 令和3年度の実績状況

- ◆ ICTを活用した県産品の認知度向上と販路開拓等への支援
  - ・ ジェトロ山形が県産工芸品の海外PR用動画を作成
  - ・ 越境ECを有する海外バイヤー(工芸品・デザイン雑貨関係)との商談会の開催
  - ・ コロナ禍を受け、国際経済振興機構において、越境EC等に出席する際の会員向け費用助成を新たに実施
  - ・ 同機構のInstagramによる双方向の情報発信(英語、日本語)を開始。併せて、輸出に取組む県内工芸品事業者とその製品を海外に紹介するポータルサイトを3月中に開設予定。
- ◆ 人的ネットワークを活用した情報発信強化と山形ファンの拡大
  - ・ 山形ハルビン事務所において、イベント参加時に同事務所のSNS(ウィチャット)の登録をPR。登録者数は1,000名を超えた。
  - ・ 台湾「山形閣」の県産品PRコーナーの一部商品の入替えを実施。
- ◆ ICTを活用した県産農産物等の情報発信
  - ・ 産地情報や生産のこだわりやなど、ストーリー性を持って伝える県産米のPR動画を作成。米国のスーパーやレストラン等、現地消費者へ向けた情報発信を実施。



##### 事業実施後の評価、課題等

- ICTを活用した県産品の認知度向上と販路開拓等への支援
  - ・ 国際経済振興機構のInstagramは昨年秋の開設以降、投稿が20近くになり、フォロワーも増加中。さらなるフォロワー増加に向け、PR強化を継続する必要がある。
  - ・ 同機構の越境EC等出展時助成は利用がまだ少ないことから、さらなる周知を図る必要がある。
- 人的ネットワークを活用した情報発信強化と山形ファンの拡大
  - ・ 台湾「山形閣」のPRコーナーは、現在は展示がメインのため、体験の要素などを取り入れることで、ホテル利用者等の県産品に対する興味を引く工夫が必要である。
- ICTを活用した県産農産物等の情報発信
  - ・ コロナ感染拡大の影響により、渡航して対面での試食販売や商品説明が難しい中、HPやPR動画による情報発信を強化したことにより、消費需要の拡大に一定程度資することができた。現地での訴求効果を更に高めていくためのPR動画等の内容や効果的な活用方法について検討を進めていく必要がある。

##### 今後の対応方針・予定

- ✓ 越境ECを運営するバイヤーを招へいしてのPRや国際機構の助成制度の利用拡大等を通して、越境ECによる県産品の販路拡大を図る。
- ✓ 海外での販売プロモーションや商談会等の機会を積極的に活用して機構のInstagram等をPRし、フォロワーの拡大を図る。
- ✓ トップセールスは今後の情勢を見ながら実施を検討するとともに、渡航が困難な場合も想定し、オンラインでの対応も併せて検討する。
- ✓ 台湾「山形閣」の県産品PRコーナーについては、工芸品海外PR用動画の放映や、触って体験できる商品の導入等を検討。

## 2 本県産業の発展に向けた貿易振興

### 2-1 県産品の輸出拡大・県内企業の海外取引の拡大

#### (3) ものづくり企業への海外取引等支援の充実

##### 令和3年度の実施状況

###### ◆ ものづくり企業への情報提供や販路開拓に対する支援

- ・台日産業連携推進オフィスと連携し、工芸品事業者等を対象とした「山形県台湾商談会」を開催。
- ・山形県の企業との連携を希望する台湾企業の紹介を目的として、上記オフィスと連携し、「やまがたITソリューションEXPO」に出展。
- ・ハルビン商談会（オンライン出展）において、県内製造業事業者が自社製品をPR。
- ・国際機構、ジェトロ山形、中小機構と連携して、輸出入に課題を有する県内企業を訪問し、一体的な支援を展開。（再掲）



###### ◆ 県工業技術センターによる支援

- ・県内企業から相談のあった海外向けの製品開発案件について、令和2年度から共同研究や受託試験等により支援を行った。

##### 事業実施後の評価、課題等

###### ▶ ものづくり企業への情報提供や販路開拓に対する支援

- ・県内事業者は商談会への参加を通して、取引の成立以外にも、今後の商品づくりのアドバイスを得られるなどの成果も得られた。今後も関係機関と協力しながら、引き続き商談会の企画・提供に努める必要がある。
  - ・複数の海外取引支援機関が一緒に対応することで、それぞれの強みを組み合わせた支援に繋がった。（再掲）
- 
- ▶ 輸出にあたっての保存試験等を行い、海外での販売を実現。引き続き、ニーズに応じた技術的支援を実施していく。

##### 今後の対応方針・予定

- ✓ 関係機関等と協力して商談会の企画・提供に努めるとともに、県が関与する事業以外の商談会等の情報も積極的に提供していく。
- ✓ 新興国市場への販路開拓を志向する県内企業に対しては、県企業振興公社等と連携し、現地企業とのオンラインによる対応やニーズに応じた取組みを検討していく。
- ✓ 海外向け製品開発を目指す県内企業のニーズに応じて、県工業技術センターより技術的支援を行う。

## 2 本県産業の発展に向けた貿易振興

### 2-2 国際物流の推進

#### (1) 酒田港を拠点とする国際物流ネットワークの強化

##### 令和3年度の実施状況

- ◆ 酒田港の利用促進のため、県、酒田市、関係機関等で構成する“プロスパーポートさかた”ポートセールス協議会において、官民一体となったポートセールス活動を実施
  - ・ 訪問件数：69件（令和4年2月末現在）
  - ・ リフレット・チラシ配布による酒田港PR（配布部数：2,000部）
- ◆ 酒田港を拠点とした広域的リサイクルネットワークの形成  
遠隔地化するリサイクル資材の輸出効率化のため、関係機関で組織する「酒田港における循環資源の効率的な海上輸送推進に向けた検討会」を令和2年度に立ち上げたが、新型コロナウイルス感染症の影響もあり、十分な議論ができていない。
- ◆ 酒田港を活用した、県産米の中国輸出に向けた働きかけ
  - ・ 県内に中国向け指定精米工場がなく、県内で精米・くん蒸が完結できず、県産米の中国への輸出は、県外の指定精米工場・登録くん蒸倉庫を利用せざるを得ない状況にある。
  - ・ 農林水産省に対して、県内の精米工場が中国向け施設として指定されるよう、農産物等の輸出拡大に向けた環境整備の促進を提案。

##### 事業実施後の評価、課題等

- ポートセールス活動について  
新型コロナの感染拡大や釜山港など海外のハブ港での貨物遅滞の発生等の状況を踏まえ、企業訪問ができなかったりポートセミナーの開催を見送ったりしたものの、可能な範囲で県内企業や継続利用荷主等への地道なセールス活動を行った。
- 酒田港を拠点とした広域的リサイクルネットワークの形成  
中国におけるリサイクル資材の輸入制限による影響や取引先の遠方化等への対応が必要となっている。
- 酒田港を活用した、県産米の中国輸出に向けた働きかけ  
中国向け精米輸出を加速するため、登録済みのくん蒸倉庫がある酒田港からの輸出に向け、県内の精米工場が中国向け施設として指定されるよう、政府に対して引き続き要請していく必要がある。

##### 今後の対応方針・予定

- ✓ 継続荷主による酒田港利用拡大を促進するためコンテナ利用助成を見直すとともに、他港を利用する県内企業や物流決定権限を有する本社・商社等に対し酒田港利用を強力に働きかけることにより、新たな貨物の掘り起しを図る。
- ✓ 安全な入出港、荷役作業に資する防波堤等の整備を促進していく。
- ✓ 農林水産省に対して、引き続き、農産物等の輸出拡大に向けた環境整備の促進を提案していく。



### 3 インバウンドの推進

#### (1) 市場特性に応じた誘客拡大

##### 令和3年度 of 取組状況

- ◆ 現地観光コーディネーター（台湾、上海、香港）及び韓国戦略的情報発信員による観光情報発信及び情報収集、人的ネットワークの再構築。
- ◆ JNTO や東北観光推進機構等と連携した現地旅行博への出展や商談会への参加
- ◆ 旅行会社等とのオンライン商談会の開催（単独）  
（1/13開催：台湾79社、山形22社参加）
- ◆ 東北運輸局やJNTOと連携してメディア・インフルエンサーを招請し、本県の魅力発信と認知度の維持・向上を図った。
- ◆ JR イーストパスを利用した旅の魅力の発信（台湾・香港・中国）
- ◆ OTA プロモーション（台湾・中国）
- ◆ 宮城県連携による現地及びオンラインイベントへの出展（韓国）
- ◆ 栃木県・南東北3県連携によるプロモーション（タイ）
- ◆ 富裕層向けのセミナー及びセールススクールの実施（欧米）
- ◆ スノーリゾートに関する情報発信（豪）



（オンライン商談会の台湾会場）

##### 事業実施後の評価、課題等

- 現地観光コーディネーターについて  
各国における新型コロナの感染状況に応じ、訪問による情報交換のほか、オンラインやメールを活用した対応ができた。新型コロナの影響により、旅行会社等の職員の離職・配置転換等があるため、本県の魅力発信等を行いながら旅行商品の造成・販売につながるよう、人的ネットワークの再構築が必要。
- 旅行博・イベント・招請事業等について  
現地及びオンラインを活用し、旅行博やイベントにおいて本県PRを行い、好評を得ている。招請事業については海外から在日に変えて事業を実施。商談会を含め、山形県に高評価を得ているものの、渡航制限の中、具体的な旅行商品の造成・販売には至っていない。
- 各市場の取組みについて  
往来再開を見据えた、効果的なプロモーションが必要。

##### 今後の対応方針・予定

- ✓ 東北観光推進機構等と連携し、各地域の市場特性に合わせ、山形でしか体験できないコンテンツ等のプロモーションを実施。
- ✓ 訪日旅行者を県内に誘引するため、動画やインフルエンサーの活用、オンラインによる旅行商品等の販売強化。
- ✓ ポストコロナの誘客促進のため、台湾・上海・香港に加え、ASEAN 現地観光コーディネーターを新設。
- ✓ 現地情報に加え、観光データの分析を行い、分析結果を活用したプロモーションの展開を行っていく。

### 3 インバウンドの推進

#### (2) 本県の強みを活かしたツーリズムの展開と受入環境の整備

##### 令和3年度の実施状況

- ◆ 海外教育旅行や社員研修を想定したコンテンツの造成に向け、山伏修行体験、山菜・精進料理等の精神文化体験を通じた宿坊での受け入れ態勢の整備（マニュアル作成）。
- ◆ 欧米市場からの誘客促進に向け、メディア及び旅行会社を招請し、精神文化に関するコンテンツ及びスキーコンテンツを視察し、旅行商品造成への働きかけ及び情報発信を行った。
- ◆ 「四季のリゾート“世界の蔵王”」の確立に向けた取組みの推進。
- ◆ 本県の強みとなる観光素材を活用した、インバウンド向けの新たな動画を制作（夏編・秋編・冬編）し公開中。
- ◆ 県内宿泊施設及び観光立寄施設がポストコロナを見据え、ワーケーション等新たな旅のスタイルに対応する取組み（Wi-Fi 整備、トイレの洋式化、多言語案内標記整備等）及び非接触型システム（キャッシュレス決済）の導入等への支援



(海外教育旅行のコンテンツ造成)

##### 事業実施後の評価、課題等

- ▶ 本県の強みとなる観光素材の活用について  
出羽三山において、精神文化を体験する海外教育旅行受入態勢の整備に向けた、モニターツアーを実施。  
参加生徒から、説明内容が難しい等の課題もあったが、神秘的でとてもいい経験になった等、参加者及び受入宿坊から概ね好評を得ている。  
新型コロナウイルスの影響により海外からの参加ではなく、インターナショナルスクールに変えての実施となった。
- ▶ 観光消費額拡大に向けた取組み及び受入環境整備について  
令和2年度に作成したナイトタイムエコノミーコンテンツを紹介するパンフレットを活用し、東京オリパラ期間中等に周知を行うものの、渡航制限の中で効果は低い。  
受入環境整備支援については、新型コロナウイルスの影響による県境を越えた人の往来制限等から、収入が減少する等自己財源に余裕がない事等から、想定を下回る支援件数となった。

##### 今後の対応方針・予定

- ✓ 東北観光推進機構等と連携し、各地域の市場特性に合わせ、山形でしか体験できないコンテンツ等のプロモーションを実施。（再掲）
- ✓ 春編及び四季統合版の動画を制作・公開するとともに、オンライン広告等を行い、本県コンテンツの周知と誘客促進を図る。
- ✓ 年間を通して国内外から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。
- ✓ 受入環境の整備を促進させるため、令和3年度事業内容を見直し、快適に旅行できる環境の整備への支援を実施。

### 3 インバウンドの推進

#### (3) 本県への移動手段の確保・二次交通の充実

##### 令和3年度取組状況

- ◆ ポストコロナを見据えた国際チャーター便の受入態勢強化等を図るため、インバウンド対応を含む庄内空港の機能強化に向けた検討に対する支援を実施。
- ◆ 山形空港とJR山形駅、JR さくらんぼ東根駅、周辺5市町、鶴岡市等や、蔵王温泉・銀山温泉等の観光地をつなぐバスまたは予約制乗合タクシーに対し、運行に必要な支援を実施。あわせて、英語・日本語によるWeb予約システムを稼働。
- ◆ 外航クルーズ船の誘致のため、“プロスパーポートさかた”ポートセールス協議会と連携し、船社の日本支社長を招請(2社)。本県の魅力や寄港受入体制を説明。
- ◆ 「東北クルーズ振興連携会議」等の機会を捉え、各県や船社の取組状況についての情報交換を行う事で、人的ネットワークの構築を図った。



(日本支社長酒田港視察)

##### 事業実施後の評価、課題等

- 空港の機能強化・二次交通について  
入国制限等により外国人観光客は大幅に減少しているが、今後の海外との往来再開を見据え、引き続き、空港の機能強化・二次交通の充実に取り組んでいくことが必要。
- 外航クルーズ船の誘致について  
2～3年後を見据えた誘致活動として船社招請を行い、本県の魅力に高い評価を得た。  
令和3年度事業として、クルーズ船の感染対策等について、地元と船社の相互理解を図るセミナーの開催を予定していたものの、新型コロナウイルス感染症拡大の影響等から延期となった。
- 国際チャーター便の誘致について  
国際チャーター便を通年誘致できる受入体制の維持・整備を行っているものの、入国制限があるなか、具体的な誘致活動ができない状況にある。

##### 今後の対応方針・予定

- ✓ 庄内空港の機能強化に向けて、引き続き、関係機関とともに検討していく。
- ✓ 総合案内所でのワンストップ案内、二次交通の運行支援・予約システム運用を継続し、空港からのアクセス充実を図っていく。
- ✓ 入国制限の状況を見ながら、海外からの招請事業等を行うなど、外航クルーズ船の誘致に取り組む
- ✓ 現地観光コーディネーターによる航空会社等からの情報収集や情報提供を行い、誘致に向けた取組みを継続していく。

### 3 インバウンドの推進

#### (4) FIT 増に対応した効果的な情報発信の強化

##### 令和3年度 of 取組状況

- ◆ 令和3年2月に全面刷新した多言語版の県観光情報サイトへネイティブによる特集記事を掲載する等、外国人目線に立った情報発信を実施。
- ◆ 県観光情報サイトや SNS 等の閲覧情報を一元管理し、情報の整理・分析と閲覧数増加への施策を展開。
- ◆ 県内観光施設に、チラシを配付し宿泊者等への「LINE のお友だち登録キャンペーン」を実施。
- ◆ LINE のお友だち登録者（やまがたファン）へ定期的な観光情報の発信とクーポン等がもらえるキャンペーンを実施するとともに、やまがたファンの嗜好に合わせた情報を提供する等、リピーターの増加に努めた。  
(R4.2 末現在のやまがたファンは、5,352 人)
- ◆ 往来再開後の訪問先に山形県を選んでもらえるよう、SNS を活用した定期的な情報発信（繁体字、簡体字、韓国語、タイ語）を行うとともに、Youtube 動画の配信を行った。



(やまがたファン  
公式 LINE)

##### 事業実施後の評価、課題等

- デジタルマーケティングの推進について  
県観光情報サイトで検索数が多いワードを含む記事を翻訳するとともに、特集記事等のコンテンツを充実させ閲覧数を伸ばしているものの、渡航制限の中、山形への誘客には結びついていない。  
やまがたファン獲得に向け、LINE キャンペーンを実施する等、在日外国人を含めてお友達登録者も増えており、今後もLINE キャンペーン等を行いながら、やまがたファンの嗜好等のデータ収集及び分析を行っていく。
- SNS やメディア等を活用した戦略的な情報発信について  
各市場向けのプロモーション事業においてメディア招請を行い、本県の魅力発信等を行うとともに、山形の旬な情報を SNS で発信し、フォロワー数を伸ばしている。  
特に、中国現地イベント等での PR に合わせて公式 Wechat を紹介し、往来再開後の誘致に向け登録者を伸ばしている。

##### 今後の対応方針・予定

- ✓ デジタルマーケティングによる観光データの分析と分析結果を活用したデジタルプロモーションの展開
- ✓ LINE の普及率が高い台湾を中心としたお友達登録キャンペーンによる「旅マエ」情報の発信及びやまがたファンの獲得を図る。
- ✓ 多言語版の県観光情報サイトから商品の予約サイトへ流入させるため、サイト内のコンテンツの充実等、閲覧数増加に向けた取組みの実施。
- ✓ 往来再開を見据え、SNS やメディア等の活用による魅力ある情報の発信。