

もがみ観光交流推進プラン

平成23年 3 月

最上総合支庁産業経済部

目 次

I	策定にあたって	1
II	本県及び最上地域の観光の現状と課題	2
III	最上地域の観光の目標	9
IV	最上地域の重点施策	11
	1 地域が一体となった展開	12
	2 観光資源の発掘・磨き上げと強みへの特化	13
	3 国内ターゲットを明確にした展開	16
	4 外国人旅行者（インバウンド）への積極的な取り組み	17
	5 「もがみのおもてなし」の確立	18
	6 広域連携と交流の促進	20
	7 効果的な情報発信	21
V	施策展開のための役割と工程	22

I 策定にあたって

1 策定の趣旨

本県では、中長期的な県づくりの指針として、平成22年3月に「第3次山形県総合発展計画」を策定したところである。この中で、最上地域の観光については、『人と技術が活きる「最上」の産業づくり』のテーマのもと、地域資源を活かした日本のふるさと「最上」の展開として、『豊かで美しい自然や「結い」に象徴される相互扶助の精神を色濃く残す「日本のふるさと」として、最上地域で育まれた豊かな自然やそこから派生した地域文化をまるごと体感できる機能を更に充実させる。また、ここを訪れた人々が真に癒される地として社会に貢献できる地域づくりを進め、交流人口の拡大を目指す』こととしている。

今、観光を取り巻く環境は、旅行形態が団体型から個人型へシフトし、また、少子高齢化や若者の旅行離れなどにより全体のパイが縮小しており、より多くの来訪者に「選ばれる地域」となるためには、地域の観光資源を最大限に活用した魅力ある観光地づくりが重要となっている。

これまで、最上地域においては、平成11年の山形新幹線新庄延伸に向けた観光振興方策について検討しているものの、その後、既に10年余りが経過している。また、県では、平成23年3月に、平成18年度に策定した「やまがた観光振興プラン」を見直し、策定から平成26年度までの5ヵ年を計画期間とする「やまがた観光交流推進プラン」を策定しており、この機を逃さずに、最上地域の観光の目標と重点施策及びその具体的な施策の工程を明示すべく、最上地域独自の観光交流推進プランを策定することとしたものである。

2 性格

この計画は、「第3次山形県総合発展計画」や「やまがた観光交流推進プラン」を踏まえながら、最上地域全体として官民一体で重点的に実施すべき観光交流施策の展開方向を示すものである。

3 計画期間

この計画の計画期間は、策定から平成26年度までの概ね5ヵ年とし、計画策定後速やかに各種施策を推進していく。

なお、社会経済情勢の変化や施策の進捗状況等に応じて、適宜見直しを行うものとする。

II 本県及び最上地域の観光の現状と課題

1 本県の観光の現状と課題

本県観光の現状と課題については、新たに策定された「やまがた観光交流推進プラン」において整理されており、要約すれば以下のとおりである。

(1) 観光を取り巻く環境

① 少子高齢化を伴う人口減少の進展

我が国の総人口は、平成16年をピークに減少。観光振興の取組みは、交流人口の拡大をもたらす地域活性化に貢献するもの。

② グローバル化の進展

「ヒト」「モノ」「カネ」「情報」などが地球規模で移動する、グローバル化が急速に進展。訪日外国人旅行者（インバウンド）の増加への期待大。

③ 景気の低迷による旅行消費の縮小

景気低迷の影響を受け、家計の消費支出が減少し、旅行消費も縮小傾向。

④ 多様化する観光ニーズ

個人の価値観やライフスタイルが多様化し、旅行スタイルは周遊型から「テーマ志向」、「地元との交流志向」、「滞在志向」などに移行。旅行形態も団体旅行が減少し、個人や家族、友人等と出かける数人の小グループ旅行が主体。

⑤ 情報通信技術の進歩

インターネット環境が普及し、観光に係わる情報へのアクセスが容易。

⑥ 高速交通網の環境変化

東北新幹線の八戸～新青森駅間の開業、高速道路の無料化実験など高速交通網の環境が変化し、魅力ある観光地づくりや広域観光ルートの開発が必要。

⑦ 国による観光関連施策の推進

観光立国を推進する体制の整備。

(2) 本県の観光の現状

① 観光入込客の状況

- ・本県の観光者数は、平成16年度をピークに減少傾向にあったが、平成21年度は、「天地人」や「おくりびと」、高速道路のETC休日特別割引の効果等により、5年ぶりに前年度を上回る4,184万人。
- ・県内客・県外客別にみると、県外客が増加傾向にある一方で、県内客は停滞傾向。
- ・類型別に見ると、温泉地と名所・旧跡の観光で全体の約5割を占めるが、減少傾向。
- ・月別の観光動向を見ると、8月をピークに、5月、6月、10月の入込みが高く、11月以降の冬季間の入込みが少ない。

② 宿泊者の状況

- ・平成21年の宿泊旅行統計調査によると、宿泊者数は、年間約400万人泊と全国第27位、東北第4位、外国人宿泊者数は、約4万人泊と全国第36位、東北第6位。
- ・宿泊者の居住地を見ると、山形県内が33%、首都圏（東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県）が30%、東北六県と新潟県で21%。
- ・温泉観光者数は、全体の3割弱を占めるが、本県の温泉宿泊者数は平成4年度をピークに主要温泉地を中心に減少傾向。
- ・宿泊旅行者の属性をみると、50～79歳のシニア層、特に男性の割合が高く、若年層の割合が低。

③ 外国人旅行者の状況

- ・本県への外国人旅行者数は平成20年まで順調に増加したが、平成21年は、景気低迷と円高の継続、5月以降の新型インフルエンザの流行等の影響を受け、前年の実績下回る。
- ・国・地域別にみると、台湾、韓国、香港で全体の約9割を占める。
- ・本県への訪問者は、宿泊よりも立寄りが多く、樹氷鑑賞やスキー客による冬季の宿泊者数が多いが、東北の各県と比較すると、冬季以外は少ない。
- ・本県への宿泊者の受入先を見ると、天童、蔵王などの温泉旅館など一部の地域や施設。

④ 観光圏の取組み

- ・観光圏整備法の施行をもとに、「会津・米沢地域観光圏」「日本海きらきら羽越観光圏」「めでためてた♪花のやまがた観光圏」などが認定を受け、2泊3日以上滞り型観光を推進。

(3) 本県の観光が抱える課題

① 温泉宿泊者の減少に対応したリピーターの獲得と連泊の拡大

温泉観光者数は、本県観光者の3割弱を占め、本県観光の中心。しかし、温泉宿泊者数は、平成4年度をピークに、主要温泉地を中心に減少傾向。

② 年間を通じた来訪者の確保

本県の観光は8月をピークに、5月、6月、10月の入込みが高いものの、11月以降の冬季間の入込みが少ない。

③ 観光ニーズの多様化、体験・交流を通じた地域ならではの魅力を楽しむ観光への質的变化への対応

多様な人々が連携し、「体験する、交流する、学ぶ」といった要素を取り入れた着地型観光の提案等、新たな魅力づくりに取り組む必要。

④ 来訪者のニーズに対応した受入態勢の整備と人材育成

旅行形態の変化、ニーズの多様化を踏まえた受入態勢の整備と人材育成が必要。

⑤ 国内外からの来訪者にとっても満足度の高い観光地域づくり

地域全体で来訪者へのホスピタリティの向上を図るとともに、地域ならではの魅力づくりの推進により来訪者の満足度を高める必要。

⑥ ニーズのある人々への効果的な情報発信

インターネットの急速な普及により消費者が観光情報を収集する環境が大きく変化。誘客対象の属性・ニーズに応じたメディアの選択など効果的な情報発信手法の再構築が必要。

⑦ 外国人旅行者の受入施設の拡大と地域が一体となった受入態勢の整備

本県の外国人旅行者の受け入れが一部の地域、施設のみ。インバウンドの意識啓発を図りながら、受入施設の拡大と案内標記やサインの整備などきめ細かな受入態勢を整えていく必要。

⑧ 外国人旅行者の誘客対象市場と宿泊滞在客の拡大

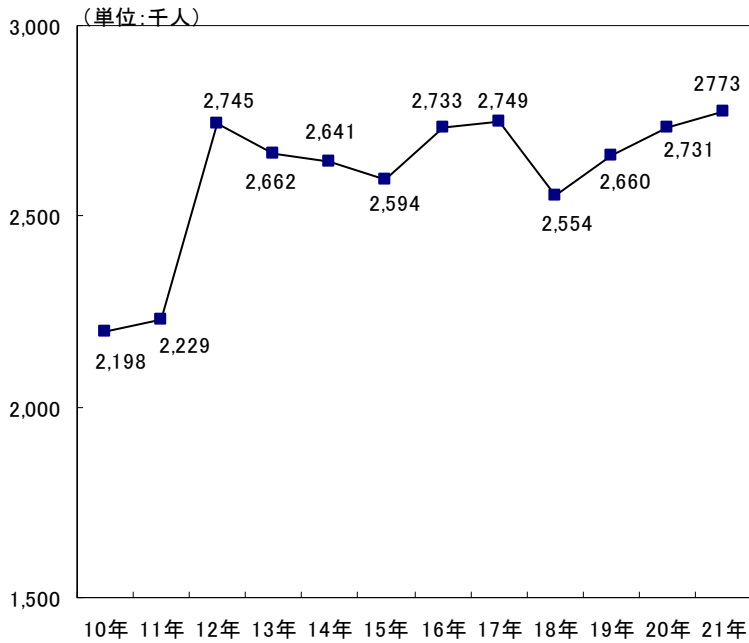
本県を訪れる外国人旅行者は、台湾、香港、韓国で約9割。今後は、リピーターの獲得に加え、訪日旅行者の大幅な増加が見込まれる中国などを中心に誘客対象エリアを拡大することや、宿泊滞在型の観光誘客を促進するなどの取り組みが必要。

2 最上地域観光の現状と課題

最上地域観光の現状と課題については、以下のとおりである。

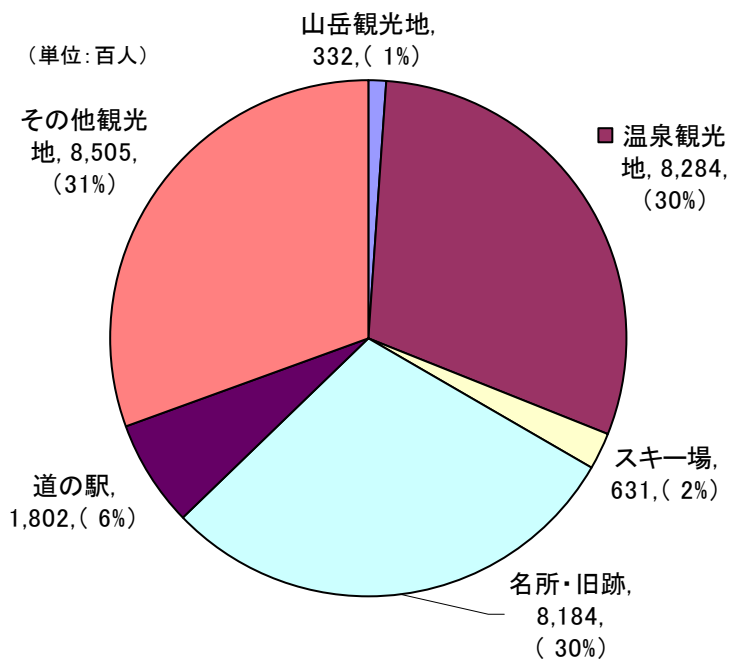
(1) 最上地域の観光の現状

① 観光入込客の状況



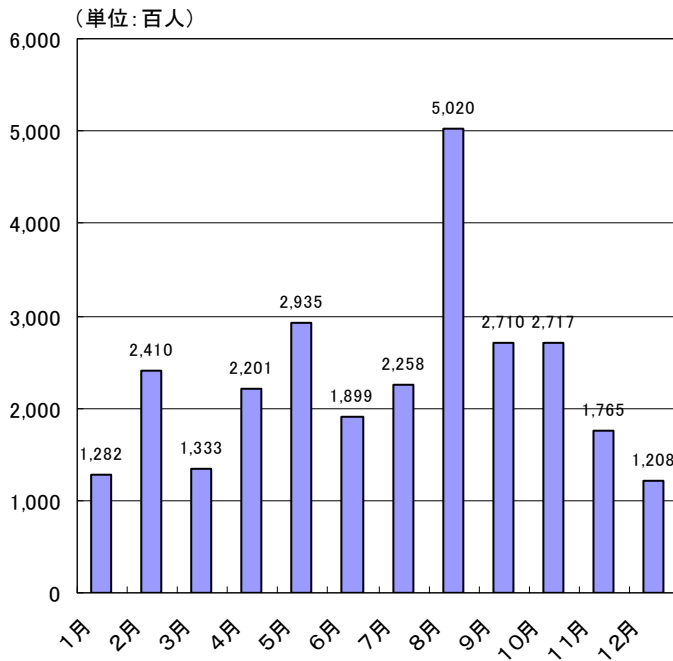
観光者数は、山形新幹線新庄延伸の効果により平成12年度に大きく増加したものの、その後は概ね横ばいが続いている。

② 平成21年度観光地類型別観光者数



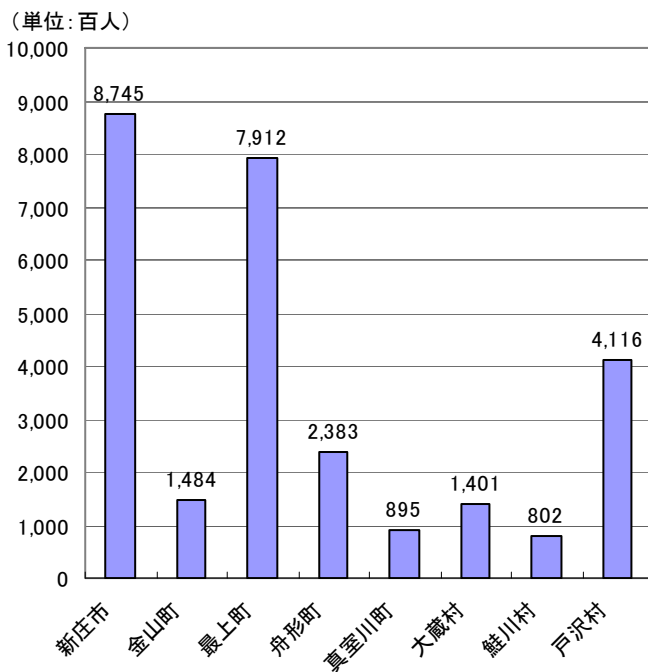
温泉観光地、名所・旧跡、その他観光地(立寄り施設、レクリエーション施設、産直施設等)が、それぞれ全体の約30%を占めている。

③ 平成21年度月別観光者数



8月をピークに、5月、9月、10月の入込みが多く、冬は少ない。

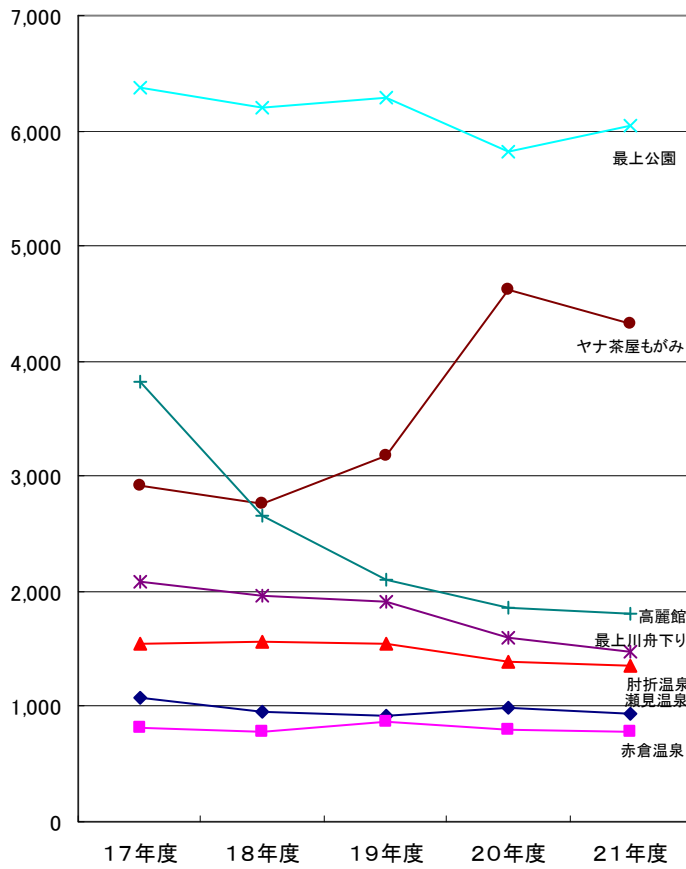
④ 平成21年度市町村別観光者数



新庄市が最も多く、次いで最上町、戸沢村となっており、この1市1町1村で最上地域全体の約75%を占めている。

⑤ 主要な調査地点別観光者数

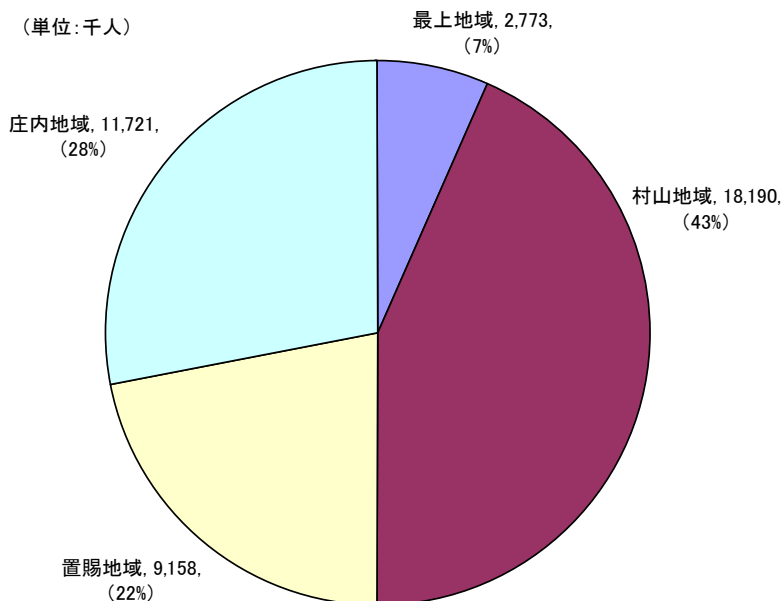
(単位：百人)



ほとんどの調査地点において、減少傾向がみられる。

《参考》平成21年度地域別観光者数

(単位：千人)



最上地域の全県の観光者数に対する割合は、7%にとどまっている。

(2) 最上地域の観光が抱える課題

最上地域の観光が抱える課題としては、全県的な課題のほか、地域独自の課題としては以下のとおりである。

① 観光資源の発掘・磨き上げ

最上地域の観光資源が少ない、あるいは知られていない。資源の発掘と磨き上げを図り、資源を活用した滞在型観光を推進する必要がある。

② 地域一体の事業展開

各市町村等が独自にイベントを開催するなど観光資源をばらばらに売り出すことが多く、消費者に与えるインパクトが弱い。最上地域が一体となった展開をする必要がある。

③ 「観光産業」の推進

観光事業や観光の振興に取り組む企業・団体や個人が少ない。農業や商工業、サービス業など他の産業と連携しながら、地域の総合力を発揮し、「観光産業」を推進していく必要がある。

III 最上地域の観光の目標

1 基本目標

地域資源を活かした「日本のふるさと最上」の展開

最上地域の観光交流の取組みについては、山形県総合発展計画において、『豊かで美しい自然や「結い」に象徴される相互扶助の精神を色濃く残す「日本のふるさと」として、最上地域で育まれた豊かな自然やそこから派生した地域文化をまるごと体感できる機能を更に充実させる。また、ここを訪れた人々が真に癒される地として社会に貢献できる地域づくりを進め、交流人口の拡大を目指す』こととしており、豊かな自然や地域文化を活用し、真に癒される地「日本のふるさと最上」となるべくさまざまな施策を推進していく。

この計画の計画期間（策定から平成26年度までの概ね5ヵ年）においては、地域あがての観光交流の機運醸成が不可欠である。そのためには、「観光資源の発掘・磨き上げ」、「地域一体の事業展開」、「観光産業の推進」など地域の諸課題を克服することが不可欠であり、行政と民間がそれぞれの役割を担いながら、官民一体となって強力に取り組んでいく必要がある。

これらの展開により、多様な分野において新たな成功事例をひとつでもふたつでも創出し、その熱意を最上地域全体に広げ、年間を通じた賑わいの創出を図っていく。

2 計画期間中の評価指標及び目標

(1) 来訪者数（平成26年度）

- 目標 延べ300万人【「やまがた観光交流推進プラン」の想定と同様に約1割増】
※各市町村においてもそれぞれ1割増を目標とする。

《参考》

平成21年度 ⇒ 第3次山形県総合発展計画短期アクションプラン
277万人 (平成24年度目標) 300万人

- 年間を通じた観光入込客数の増加

(2) 外国人来訪者数（平成26年）

- 目標 延べ1万5千人【「やまがた観光交流推進プラン」の想定と同様に
約2.5倍】

《参考》

平成21年 6,453人

(3) その他

○「観光消費額」、「リピーター率」、「観光交流に関する満足度」、「行祭事・イベントの来訪者数」についても、県が実施するパラメータ調査によって把握し、計画期間中の評価指標とする。なお、交流人口を補足する観点から、農村での民泊数などを評価指標として検討していく。

IV 最上地域の重点施策

1 基本的な考え方

「第3次山形県総合発展計画」や「やまがた観光交流推進プラン」を踏まえ、かつ、最上地域の現状や課題をかんがみ、地域全体として次の7つの施策について重点的に取り組んでいく。

2 7つの重点施策

基本目標

地域資源を活かした「日本のふるさと最上」の展開

7つの重点施策

- 1 地域が一体となった展開
- 2 観光資源の発掘・磨き上げと強みへの特化
- 3 国内ターゲットを明確にした展開
- 4 外国人旅行者（インバウンド）への積極的な取り組み
- 5 「もがみのおもてなし」の確立
- 6 広域連携と交流の促進
- 7 効果的な情報発信

1 地域が一体となった展開

【基本的考え方】

全国各地で地域づくりの取組みが盛んに進められているなか、最上地域をより強く印象づけるためには、「最上はひとつ」の考え方のもと、地域が一体となった事業を展開していくことが重要である。

そのため、最上地域の基本目標の達成に向け、観光キャッチコピーの確立など統一的なイメージ戦略を展開するとともに、市町村の枠にとらわれない観光事業の連携強化を図っていく必要がある。

(1) イメージ戦略の展開

① 施策の考え方

最上地域のイメージを明確にするとともに、地域全体の一体感を創出するため、最上地域の観光キャッチコピーを確立し、ロゴやキャラクターを募集するなど統一的なイメージ戦略を展開していく。

また、最上地域の観光を広く知ってもらい、最上地域のファンを増やすための方策を検討していく。

② 施策の展開方向

- ・観光キャッチコピーの検討及び確立
例)「日本のふるさと最上」(いやし、田舎、ゆったり感を表す)
- ・ロゴ、キャラクター等の募集
- ・「もがみ検定」、「観光大使」など最上地域のファンを増やすための方策の検討

(2) 市町村の枠にとらわれない連携強化

① 施策の考え方

各市町村等が観光事業を展開するうえで、テーマ性のあるものや類似性のあるものについては、各市町村等が連携して実施することによりスケールメリットを発揮できるため、その可能性について検討していく。

② 施策の展開方向

- ・市町村の枠にとらわれないイベント等の連携強化の検討

2 観光資源の発掘・磨き上げと強みへの特化

【基本的考え方】

観光誘客を推進するためには、観光資源の発掘・磨き上げを図るとともに、地域の強みに特化し、地域のイメージアップやブランド力の向上を図っていくことが重要である。

また、観光資源を活用した「着地型観光」を推進するとともに、最上地域独自の観光キャンペーンの実施について検討していく。

(1) 観光資源の発掘・磨き上げ

① 施策の考え方

観光資源を魅力あるものにするためには、素材そのものの魅力だけでなく、それを編集・加工し付加価値を高めるとともに、効果的に情報を発信していくことが重要である。また、その素材が時代のニーズに合致することも大きな要素となる。

$$\text{魅力ある観光資源} = \boxed{\text{素材}} \times \boxed{\text{加工}} \times \boxed{\text{情報発信}} \times \boxed{\text{時代のニーズ}}$$

最上地域においても「地域ならではの」観光資源の発掘・磨き上げを図りながら、当面、効率的かつ効果的に観光誘客を促進するため、最上地域全体として地域の強みと思われる分野を重点的に売り出すこととし、地域のイメージアップやブランド力の向上を図っていく。

「食・農業」

食・農業は、消費者が最も関心を寄せる分野であるとともに、最上地域が最も強みを発揮しうる分野であり、特に、山菜・きのこ、伝承野菜等の地域の特産物は、「地域ならではの」魅力ある観光資源となりうるものである。また、これらは収穫や料理などの体験と組み合わせることで、一層魅力が高まる。

そば、ラーメンなどの人気の食も、他との違いを明確にしながら、ブランドとして売り出していく。

「体験」

食・農業以外にも、林業や工芸・ものづくり、トレッキングや乗馬など、さまざまな最上ならではの体験の素材がある。これらの素材の一層の磨き上げを図っていく。

「自然・巨木」

最上地域の豊かな自然の風景そのもの、あるいはコンサートやフォトコンテストなど自然を活用した事業を展開していく。また、最上地域の代表的な観光資源である巨木については、家族連れなどが気軽に訪れられるような環境の整備を促進していく。

「温泉」

最上管内にはさまざまな泉質・特徴のある温泉があり、湯治文化が深く根づいている。各温泉地の魅力を一層高めていくとともに、体験観光と連携した企画を検討するなど温泉の宿泊客増につながる取組みを更に推進していく。

「芭蕉・義経・最上川など歴史の旅」

最上川を中心として展開する松尾芭蕉の旅や源義経の物語などは、最上地域の貴重な観光資源である。これらは、村山地域や庄内地域、宮城県大崎地域などと連携・補完することで一層価値が高まりうるものであり、他の地域と連携しながら、旅行商品化やイベントなどを検討していく。

「まつり・伝統芸能」

最上地域には、新庄まつりをはじめ、地域に根ざした伝統芸能が数多く存在する。これらの貴重な資源を活用した観光誘客を更に促進していく。

なお、これら重点分野は、観光資源の発掘・磨き上げの過程により適宜見直しを図っていく。

② 施策の展開方向

- ・観光資源のデータベース化の推進
- ・最上地域観光情報パンフレットの作成
- ・最上地域観光マップの見直し
- ・観光資源に関するニーズ調査（地元と消費者の意識のギャップなど）の実施
- ・各重点分野での取組みの推進

(2) 着地型観光の推進

① 施策の考え方

近年、グリーンツーリズムやエコツーリズム、文化観光、産業観光、ヘルスツーリズムなどの新たな旅行形態が注目されており、地域が主導して企画していく「着地型観光」の手法により旅行商品化を図っていく。

② 施策の展開方向

- ・「ぐるっと最上号」試行の継続
- ・地元の人による旅行企画等（「旅づくり塾」）
- ・おすすめ旅行コース（モデルコース）の確立
- ・旅行エージェントへの対応（意見交換会、現地視察会、エージェント訪問、商品造成の支援のあり方の検討など）
- ・JRとの連携（小さな旅行プラン、リゾートみのり商品など）

（3）最上地域独自の「観光キャンペーン」の開催

① 施策の考え方

最上地域の観光資源について集中的な宣伝・誘客活動を展開するため、最上地域独自の観光キャンペーンの開催を検討する。

この観光キャンペーンは、イベントの成果のみに焦点をあてるのではなく、これを機会に地域自らが観光資源の活用など観光交流事業の具体的な検討の契機とし、かつ、その後の積極的な取組みの促進を最大の目的とするものである。なお、開催にあたっては、JRや旅行エージェントなどと連携して対応していく。

② 施策の展開方向

- ・観光交流事業の取組み促進と「もがみ観光博（仮称）」の開催
- ・四季への対応、話題への対応などタイムリーな素材にスポットをあてた観光キャンペーンの展開

3 国内ターゲットを明確にした展開

【基本的考え方】

観光誘客を推進するためには、誘客のターゲットを明確にして事業を展開することが効率的かつ効果的である。

国内については、来訪者の多い3地域（県内・仙台圏・首都圏）をメインのターゲットとし、重点的に取り組んでいく。

◆国内ターゲットを明確にした展開

① 施策の考え方

国内は、来訪者の多い3地域をメインのターゲットとしていく。

県内 「山形県観光者数調査」によると、本県への入込みの約半数が県内客となっており、最上地域への入込みも同様と想定される。温泉観光地などの宿泊施設においては、地元を含めた県内観光者に依るところも大きく、今後とも最も身近な消費地である県内全域からの誘客を促進していく。

仙台圏 近隣の大都市であり、食（そば、くだものなど）や温泉などを目的とした本県への来訪者も多いと想定される。今後は、すでに入込みの多い村山地域や、隣接する宮城県大崎地域・秋田県雄勝地域との連携を強化し対応していく。

また、「リゾートみのり」など陸羽東線による入込みも期待できることから、今後ともJRとの連携を密にして誘客を進めていく。

首都圏 山形新幹線のターミナル駅であることを最大限活用し、JRと連携しながら対応していく。

また、隣接する地域（宮城県大崎地域や秋田県雄勝地域）については、それぞれの地域のニーズを考慮しながら観光誘客を図っていく。

② 施策の展開方向

- ・最上地域独自の「観光キャンペーン」の開催及びPR活動《再掲》
- ・隣接地域（村山地域、宮城県大崎地域・秋田県雄勝地域など）との連携促進
- ・「リゾートみのり」乗車促進など陸羽東線の活性化

4 外国人旅行者（インバウンド）への積極的な取組み

【基本的考え方】

インバウンドは、わが国の人口が減少していく中での国内マーケットを補完するものであり、今後、一層の拡大が見込まれており、最上地域においても受入態勢の整備について積極的に取り組んでいく。

◆外国人旅行者（インバウンド）への積極的な取組み

① 施策の考え方

日本を訪れる外国人旅行者が増加しており、本県にも台湾、韓国、香港などからの来訪があるものの、最上地域での受入れは少ない状況にある。

インバウンドは、わが国の人口が減少していく中での国内マーケットを補完するものであり、今後、一層の拡大が見込まれており、また、国や本県において重点的に取り組むこととしているため、最上地域においても受入態勢の整備について積極的に取り組んでいく。

最上地域においては、台湾、韓国、香港など訪日の実績が高い国に取り組んでいく。これらの国々の旅行者は、何度も日本を訪れているリピーターも多いと想定されるが、最上地域は未知のエリアであり、「魅力ある地域」となりうるものである。また、中国本土についても、ビザ緩和により今後多くの旅行者が期待されていることから、重点的に取り組んでいく。

最上地域には、すでに「最上川舟下り」に多くの外国人が訪れていることから、体験観光や宿泊などその前後における滞在のあり方や、「雪」の活用など外国人旅行者にとって魅力ある観光資源について検討を進めていく。

② 施策の展開方向

- ・インバウンド受入研修会の開催
- ・インバウンド受入施設（温泉地、体験施設など）の拡大
- ・山形県国際観光推進協議会等との連携（海外セールススクール、招請事業への参加など）
- ・外国語版パンフレット、ホームページの作成
- ・道路標示や案内表示のガイドラインの検討

5 「もがみのおもてなし」の確立

【基本的考え方】

日本人や外国人を問わず、広く来訪者の心をとらえるためには、最上地域全体において心をこめたおもてなしを推進していく必要がある。そのため、人づくり、地域づくり、受入れ環境づくりなど「もがみのおもてなし」の確立に向けた受入態勢の整備を促進していく。

(1) 人づくりへの取組み

① 施策の考え方

「やまがた観光交流推進プラン」に基づき、県民の参加によるホスピタリティーの涵養と「観光交流やまがた」を担う人材を育成していく。

また、「人こそ最大の資源」の認識のもと、最上地域独自の展開として、観光事業にチャレンジする人を積極的に支援することとし、その支援のあり方について検討していく。

② 施策の展開方向

- ・ 県民一人ひとりの、地域に対する誇りや愛着意識の醸成
県民総参加のおもてなし運動の展開
 - ・ 児童、生徒に対する地域の魅力を学び地域に対する愛着と誇りを身につける機会づくりの促進
児童、生徒によるボランティアガイド、高校生の観光プランコンテスト、「観光甲子園」への参加、小学生の「ふるさと教育」など
 - ・ 大学と観光産業、行政が連携し、地域を総合的にマネジメントできる高度で専門的な人材の育成
 - ・ 山形観光アカデミーによるプロ意識を持ったホスピタリティー人材の育成
 - ・ 観光関連団体との連携による質の高い接客スキルを持つ観光ガイドや体験指導者の育成
- (以上「やまがた観光交流推進プラン」より)
- ・ 最上地域独自の展開として、観光事業への取組み促進・支援策の検討

(2) 地域づくりへの取組み

① 施策の考え方

「やまがた観光交流推進プラン」に基づき、地域が主体となった「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくり活動を促進していく。

② 施策の展開方向

- ・ 観光事業者だけでなく農業、商工業、教育機関など多様な関係者が参画したネッ

トワークの構築

観光地域づくりワークショップの開催支援など

- ・地域が主体となった観光地域づくり活動への段階に応じた支援
- ・地域課題の解決に向けたノウハウの提供及び支援
観光地域づくりアドバイザーの派遣など

(以上「やまがた観光交流推進プラン」より)

(3) 受入れ環境の整備

① 施策の考え方

「やまがた観光交流推進プラン」に基づき、旅行形態やニーズの多様化に対応した受入態勢を整備していく。

また、最上地域独自の展開として、美しい観光地づくりや観光案内表示、二次交通のあり方などについて検討していく。

② 施策の展開方向

- ・旅行者の視点に立った観光案内機能の充実

I C Tの進化に合わせた観光情報サイトの構築、地域の観光窓口の整備促進、案内表示の充実

- ・地域特性に応じた二次交通の充実

列車と路線バス、路線バス間の乗り継ぎ時間の調整、交通事業者と連携したタクシー、レンタカーの利便性向上、旅館等の送迎バスの活用、レンタサイクルの乗り捨てや列車・路線バスへの自転車輪行の仕組み検討

(以上「やまがた観光交流推進プラン」より)

- ・最上地域独自の展開として、美しい観光地づくりへの支援、道路標示や案内表示のガイドラインの検討、定額乗合観光タクシーのコースの見直しやイベント会場と駅を結ぶ交通の確保など二次交通の充実促進

6 広域連携と交流の促進

【基本的考え方】

高速道路や新幹線などの高速交通網の整備が進み、来訪者の周遊も広域化していることから、相互に魅力を補い、高め合う広域連携を更に促進していく。

また、従来の観光資源の概念にとらわれない、地域や団体等の「交流」を促進していく。

(1) 広域連携の促進

① 施策の考え方

魅力ある広域観光ルートを形成するため、3圏連携（宮城県大崎地域と秋田県雄勝地域）の取組みを更に強化するとともに、県内の隣接する村山地域や庄内地域との連携の強化を図り、観光誘客を促進していく。

② 施策の展開方向

- ・広域共同イベントの開催（「東北のへそ観光まつり」など）
- ・広域観光ルートの整備及び検証
- ・「観光圏」事業の検証及び検討

(2) 交流の促進

① 施策の考え方

最上管内においては、「暮らし考房」や「四季の学校谷口」などさまざまな地域づくりの団体などが他の地域の人々と交流しており、名所旧跡や温泉など従来の観光資源の概念にとらわれない、多様な「交流」活動を促進していく。

また、教育機関との連携による大学等の研究研修の受入れや教育旅行の受入れは、最上のさまざまな資源そのものを学ぶ絶好の機会となり、また、その後の交流につながる可能性が高いため、重点的に取り組んでいく。

② 施策の展開方向

- ・地域づくりへの取組み（観光事業者だけでなく農業、商工業、教育機関など多様な関係者が参画したネットワークの構築、地域が主体となった観光地域づくり活動への段階に応じた支援、地域課題の解決に向けたノウハウの提供及び支援）《再掲》
- ・大学等の研究研修や教育旅行の取組み促進
- ・最上地域独自の展開として、さまざまな交流活動の支援

7 効果的な情報発信

【基本的考え方】

ICT（情報通信技術）が急速に高度化している中、来訪者の視点に立ったきめ細やかな観光情報の発信が求められている。インターネットを主体としたメディア戦略を中心としながら、来訪者のニーズに応じた紙媒体や口コミなどの活用を図っていく。

（1）ICTへの取組み

① 施策の考え方

インターネット環境は急速に普及しており、パソコンや携帯電話を通じて情報収集することが一般的になってきていることから、ホームページの見直しや充実を図りながら情報を発信していく。また、外国人旅行者においてもインターネットによる情報収集が一般的であることから、外国語版のホームページの作成について検討していく。

② 施策の展開方向

- ・最上地域観光協議会のホームページの見直し
- ・外国語版ホームページの作成《再掲》

（2）紙媒体への取組み

① 施策の考え方

インターネットが普及してきたとはいえ、高齢者層等においてはパンフレットやマップなどの紙媒体のニーズも確実にあることから、紙媒体での情報提供についても引き続き取り組んでいく。

② 施策の展開方向

- ・最上地域観光情報パンフレットの作成《再掲》
- ・最上地域観光マップの見直し《再掲》
- ・おすすめ旅行コース（モデルコース）パンフレットの作成
- ・外国語版パンフレットの作成《再掲》

（3）さまざまな機会を活用した情報提供

① 施策の考え方

新聞や雑誌、テレビ、ラジオ、ダイレクトメール、口コミなどさまざまな手段を利用し情報提供を行っていく。

② 施策の展開方向

- ・さまざまな手段を利用し情報提供

（4）最上地域独自の「観光キャンペーン」による情報発信《再掲》

V 施策展開のための役割と工程

1 役割の基本的な考え方

施策の展開にあたっては、県民、観光事業者、市町村・観光団体、総合支庁など多様な主体が互いに協働し、一体となって施策を展開していく必要があり、基本的に地域が主役となり、市町村の主導のもと、総合支庁が支援を行いながら施策を展開していく。

「やまがた観光交流推進プラン」における各主体の役割分担を要約すれば、以下のとおりである。

主体	役割
県民	<ul style="list-style-type: none"> 一人ひとりが、地域への理解を深め、地域への愛着と誇りを大切にしながら、地域の環境や景観を守り育て、来訪者に対して「おもてなしの心」で接する。 地域の観光交流の取組みに積極的に参画し、県民自らが地域の魅力を口コミなどにより積極的に県内外に発信するよう努める。
観光事業者	<ul style="list-style-type: none"> 地域住民や他産業の事業者と連携を図りながら、地域のさまざまな資源を活用した事業展開や付加価値の創出に努める。 観光関係団体に積極的に参加しながら、自らが主体的な誘客活動を行うように努める。
観光団体	<ul style="list-style-type: none"> 観光協会、商工会等の観光関係団体は、各種団体や多様な人材の相互連携を強化しながら着地型観光の推進役として積極的に地域の魅力の発信に取り組むとともに、地域住民の観光・交流に対する関心と理解を深め、おもてなしの機運の醸成に努める。
市町村	<ul style="list-style-type: none"> 市町村は、地域が主体となった観光地域づくり活動の機運醸成や具体的活動の支援、受入態勢の整備など地域密着型の施策に取り組むとともに、観光関係団体への支援や市町村相互の連携・調整などに重点的に取り組むよう努める。
総合支庁（県）	<ul style="list-style-type: none"> 多様な主体による自発的な取組みや連携を促進し、本計画に基づく施策を総合的かつ計画的に推進する。 総合支庁は、管内市町村と連携しながら地域資源の発掘・磨き上げや地域の特徴を活かした観光交流の拡大に向けた支援に取り組むとともに、観光交流を通じて地域社会の諸課題の解決を考えていく。

2 各重点施策における役割と工程

各重点施策における、県民、観光事業者、市町村・観光団体、総合支庁に期待される主な役割及び工程は、以下のとおりである。

なお、工程については、社会経済情勢の変化や施策の進捗状況等に応じて、適宜見直しを行うものとする。

1 地域が一体となった展開

(1) 期待される主な役割

主体	期待される主な役割
県民	<ul style="list-style-type: none"> 主体的な観光情報の発信 地域が実施する観光交流の取組みへの参加
観光事業者	<ul style="list-style-type: none"> 主体的な観光情報の発信、誘客活動の展開 他の観光事業者との連携強化
市町村・観光団体	<ul style="list-style-type: none"> 地域の観光情報の発信 他の市町村、観光団体との連携強化
総合支庁	<ul style="list-style-type: none"> 最上地域のイメージ戦略の推進

(2) 工程

項目	主な取組内容	H22	H23	H24	H25	H26
イメージ戦略の展開	<ul style="list-style-type: none"> 観光キャッチコピーの確立 ロゴ・キャラクター等の募集 最上地域のファンを増やすための方策の検討 		実施			
			実施			
				実施		
市町村の枠にとらわれない連携強化	<ul style="list-style-type: none"> イベント等の連携強化の検討 			連携強化		

2 観光資源の発掘・磨き上げと強みへの特化

(1) 期待される主な役割

主体	期待される主な役割
県民	<ul style="list-style-type: none"> 地域の観光資源の発掘など魅力ある観光地づくりへの積極的な参加 観光ガイド、インストラクターなどへの積極的な参加
観光事業者	<ul style="list-style-type: none"> 地域の観光資源を活かした観光事業の実践 魅力あるサービスの提供
市町村・観光団体	<ul style="list-style-type: none"> 地域の特性を活かした観光地づくりの推進 地域の観光資源を活かした着地型観光の推進
総合支庁	<ul style="list-style-type: none"> 最上地域の観光交流の推進 観光キャンペーンのPR活動

(2) 工程

項目	主な取組内容	H22	H23	H24	H25	H26
観光資源の発掘・磨き上げ	<ul style="list-style-type: none"> 観光資源のデータベース化 観光情報パンフレット作成 観光マップの見直し 観光資源ニーズ調査 各重点分野での取組み 	実施 作成	データベースの更新 パンフレットの更新 見直し	マップの更新		
着地型観光への取組み	<ul style="list-style-type: none"> 「ぐるっと最上号」試行 地元の人による旅行企画等 おすすめ旅行コース確立 旅行エージェントへの対応 JRとの連携 		試行 実施 <small>旅づくり塾</small> 実施 意見交換	現地視察	コースの見直し 旅行商品の造成支援	
最上地域独自の「観光キャンペーン」の開催	<ul style="list-style-type: none"> 「もがみ観光博（仮称）」開催 四季、話題への対応 		企画 春キャンペーン	開催	ポスト事業 各種キャンペーン	

※ 各重点分野で取組み

項目	主な取組内容	H22	H23	H24	H25	H26
「食・農業」	<ul style="list-style-type: none"> ・観光資源のデータベース化 ・食・農業を活用した施策推進 	実施	データベースの更新			
			食・農業を活用した施策推進			
			旅行商品の企画、食マップの作成など			
「最上ならではの体験」	<ul style="list-style-type: none"> ・観光資源のデータベース化 ・体験を活用した施策推進 	実施	データベースの更新			
			体験を活用した施策推進			
			旅行商品の企画、テーマによる重点販売など			
「自然・巨木」	<ul style="list-style-type: none"> ・観光資源のデータベース化 ・自然・巨木を活用した施策推進 	実施	データベースの更新			
			自然・巨木を活用した施策推進			
			旅行商品の企画、フォトコンテストなど			
「温泉」	<ul style="list-style-type: none"> ・観光資源のデータベース化 ・温泉を活用した施策推進 	実施	データベースの更新			
			温泉を活用した施策推進			
			スタンプラリー、温泉独自企画推進など			
「芭蕉・義経・最上川など歴史の旅」	<ul style="list-style-type: none"> ・観光資源のデータベース化 ・歴史の旅を活用した施策推進 	実施	データベースの更新			
			歴史の旅を活用した施策推進			
			歩く旅の推進、他地域との連携企画など			
「まつり・伝統芸能」	<ul style="list-style-type: none"> ・観光資源のデータベース化 ・まつり等を活用した施策推進 	実施	データベースの更新			
			まつり等を活用した施策推進			
			旅行商品の企画など			

3 国内ターゲットを明確にした展開

(1) 期待される主な役割

主体	期待される主な役割
県民	<ul style="list-style-type: none"> 主体的な観光情報の発信 地域が実施する観光交流の取組みへの参加
観光事業者	<ul style="list-style-type: none"> 主体的な観光情報の発信、誘客活動の展開 他の観光事業者との連携強化
市町村・観光団体	<ul style="list-style-type: none"> 地域の観光情報の発信 他の市町村、観光団体との連携強化
総合支庁	<ul style="list-style-type: none"> 最上地域の誘客活動の推進

(2) 工程

項目	主な取組内容	H22	H23	H24	H25	H26	
国内ターゲットを明確にした展開	<ul style="list-style-type: none"> 最上地域独自の「観光キャンペーン」の開催及びPR活動 隣接地域との連携促進 陸羽東線の活性化 			もがみ観光博	ポスト事業		
			春キャンペーン	各種キャンペーン			
		隣接地域との連携促進					
		陸羽東線の活性化					

4 外国人旅行者(インバウンド)への積極的な取組み

(1) 期待される主な役割

主体	期待される主な役割
県民	<ul style="list-style-type: none"> ・地域ぐるみで旅行者を温かく迎え入れるおもてなしの実践 ・あいさつなど簡単な外国語や文化など基礎的な知識の習得
観光事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・語学や文化の知識の習得、サービス研修などによる従業員のスキルアップ ・施設内の案内表示、観光パンフレット・ホームページ作成等によるPR活動
市町村・観光団体	<ul style="list-style-type: none"> ・地域の外国人旅行者の受入態勢の整備促進 ・道路標識や案内表示の多言語化の検討
総合支庁	<ul style="list-style-type: none"> ・最上地域の外国人旅行者の受入態勢の推進 ・最上地域の観光パンフレット・ホームページ作成等によるPR活動

(2) 工程

項目	主な取組内容	H22	H23	H24	H25	H26
外国人旅行者 (インバウンド) への積極的な取 組み	・インバウンド受入研修会	研修会の開催				
	・インバウンド受入施設拡大	施設の拡大				
	・山形県国際観光推進協議会等 との連携	国観協等との連携				
	・外国語版パンフレット作成	パンフレットの作成・更新				
	・外国語版HP作成	HPの作成・更新				
	・案内表示のガイドライン検討	ガイドライン検討				

5 「もがみのおもてなし」の確立

(1) 期待される主な役割

主体	期待される主な役割
県民	<ul style="list-style-type: none"> ・地域ぐるみで旅行者を温かく迎え入れるおもてなしの実践 ・観光ガイド、インストラクターなどへの積極的な参加
観光事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・従業員のおもてなし意識と技術の向上 ・魅力ある施設・設備の充実と適正な管理
市町村・観光団体	<ul style="list-style-type: none"> ・地域一体となったおもてなし機運醸成に向けた啓発 ・案内標識、公衆トイレなどの整備
総合支庁	<ul style="list-style-type: none"> ・最上地域一体となったおもてなし機運醸成に向けた啓発 ・最上地域の受入れ環境の整備促進

(2) 工程

項目	主な取組内容	H22	H23	H24	H25	H26
人づくりへの取組み	<ul style="list-style-type: none"> ・地域への誇り・愛着意識醸成 ・専門的な人材育成 ・最上地域独自の展開 	おもてなし運動の展開等				
		専門的な人材育成等				
		最上地域独自の展開				
地域づくりへの取組み	<ul style="list-style-type: none"> ・ネットワークの構築 ・地域づくりへの支援 	ネットワークの構築				
		地域づくりへの支援				
受入れ環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> ・観光案内機能の充実 ・二次交通の充実 ・最上地域独自の展開 	観光案内機能の充実				
		二次交通の充実				
		最上地域独自の展開				

6 広域連携と交流の促進

(1) 期待される主な役割

主体	期待される主な役割
県民	・他の地域の住民との積極的な交流
観光事業者	・他の地域の事業者との積極的な連携、交流
市町村・観光団体	・他の市町村、観光団体との積極的な連携、交流
総合支庁	・最上地域内外の連携、交流の推進

(2) 工程

項目	主な取組内容	H22	H23	H24	H25	H26
広域連携の促進	<ul style="list-style-type: none"> ・広域共同イベント ・広域観光ルートの整備 ・「観光圏」事業の検証・検討 					
交流の促進	<ul style="list-style-type: none"> ・地域づくりへの取組み ・教育旅行への取組み ・最上地域独自の展開 					

7 効果的な情報発信

(1) 期待される主な役割

主体	期待される主な役割
県民	・主体的な観光情報の発信
観光事業者	・主体的な観光情報の発信
市町村・観光団体	・地域の観光情報の積極的な情報発信
総合支庁	・最上地域の観光情報発信の推進

(2) 工程

項目	主な取組内容	H22	H23	H24	H25	H26
ICTへの取組み	<ul style="list-style-type: none"> ・最上地域観光協議会HPの見直し ・外国語版HP作成 	見直し	HPの更新			
				HPの作成・更新		
紙媒体への取組み	<ul style="list-style-type: none"> ・観光情報パンフレット作成 ・観光情報マップの見直し ・おすすめ旅行コースパンフレット作成 ・外国語版パンフレット作成 	作成	パンフレットの更新			
			見直し	マップの更新		
			作成	パンフレットの更新		
				パンフレットの作成・更新		
さまざまな機会を活用した情報提供	・さまざまな手段での情報提供		さまざまな手段での情報提供			
最上地域独自の「観光キャンペーン」の開催《再掲》	<ul style="list-style-type: none"> ・「もがみ観光博（仮称）」開催 ・四季、話題への対応 		企画	開催	ポスト事業	
			春キャンペーン	各種キャンペーン		

【参考】もがみ観光交流推進プランの策定経緯

時 期	内 容
平成 22 年 7 月 15 日	最上地域観光まちづくりワークショップ 「最上の観光の強み・弱みと戦略」
8 月～9 月	最上総合支庁オフサイトミーティング（計 3 回） 「最上の観光の売り（強み）はなんだろう？」
7 月～10 月	温泉組合等との意見交換
11 月 4 日	第 1 回「もがみ観光戦略検討会」 ・検討会の進め方 ・山形県及び最上地域の現状と課題
12 月 15 日	第 2 回「もがみ観光戦略検討会」 ・もがみ観光交流推進プラン（中間とりまとめ案）
平成 23 年 3 月 1 日	第 3 回「もがみ観光戦略検討会」 ・もがみ観光交流推進プラン（案）
3 月 29 日	もがみ観光交流推進プラン 策定

【参考】「もがみ観光戦略検討会」構成委員

(敬称略)

区分	所属	役職	氏名
温泉	赤倉温泉旅館組合	組合長	柴田 眞利
	瀬見温泉旅館組合	組合長	田中 継男
	肘折温泉旅館組合	組合長	柿崎 泉
観光事業者	最上峡芭蕉ライン観光(株)	代表取締役社長	鈴木 富士雄
J R	東日本旅客鉄道(株)	新庄駅長	小松 清治
二次交通	新庄地区タクシー協議会	(株)新庄タクシー	田宮 久雄
食	新庄・もがみそば街道協議会	事務局	佐藤 篤志
農業	産直四季の香	代表	菅 広悦
物産	(株)もがみ物産協会	常務取締役	津藤 真知子
商工	新庄商工会議所	事務局長	丹 英俊
観光ガイド	もがみ地域観光ボランティアガイド協議会	会長	佐藤 榮一
まちづくり	暮らし考房		栗田 和則
地域外	おぼなざわITものづくり研究会	事務局長	塩原 未知子
市町村	新庄市	商工観光課長	田口 富士雄
	金山町	産業課長	正野 賢一
	最上町	交流促進課長	菅原 秀一
	舟形町	まちづくり課長	中山 進
	真室川町	産業課長	佐藤 喜典
	大蔵村	産業振興課長	安彦 加一
	鮭川村	産業振興課長	横山 悦郎
	戸沢村	産業振興課長	斉藤 光矢
県	観光交流局	観光交流課長	佐藤 正彦
	最上総合支庁	産業経済部長	菊田 正廣(座長)

アドバイザー	(株)読売旅行	地域支援プロジェクトリーダー	松本 武敏
--------	---------	----------------	-------