

第5期米沢市観光振興計画

米沢市

令和8年4月

目次

第1章 計画策定の基本的な考え方

- 1 観光振興の目的・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1
- 2 観光振興により市民、観光客、観光産業事業者、振興関連団体等の関係者が享受する効果・・・・・・・・ 1
- 3 計画策定の背景・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2
- 4 計画策定の趣旨・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2
- 5 計画の位置づけ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 3
- 6 計画期間・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 4

第2章 観光の動向と現状

- 1 国と県の観光動向
 - (1) 国の動向・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 5
 - (2) 県の動向・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 7
- 2 第4期米沢市観光振興計画の評価（令和3年度～令和7年度）
 - (1) 各施策の評価・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 8
 - (2) 第4期米沢市観光振興計画の数値目標の達成状況・・・・・・・・ 17
- 3 観光の現状
 - (1) 国内の状況・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 18
 - (2) 山形県の状況・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 28
 - (3) 本市の状況・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 32

第3章 本市の目指す姿と目標

- 1 本市の観光の目指す姿・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 52
- 2 目指す姿（将来像・なるべき姿）の実現に向けた施策体系・・・・・・・・ 52
- 3 本計画における重点的視点・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 53
- 4 数値目標
 - (1) 観光入込客数・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 54
 - (2) 観光消費額・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 54
- 5 計画推進の役割・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 55
- 6 具体的な施策・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 56
- 7 計画の進捗管理・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 76

資料

- 第5期米沢市観光振興計画の策定経過・・・・・・・・・・・・・・・・ 77
- 米沢市観光振興委員会 設置要綱・・・・・・・・・・・・・・・・ 78
- 米沢市観光振興委員会 委員名簿・・・・・・・・・・・・・・・・ 80

第1章 計画策定の基本的な考え方

1 観光振興の目的

観光を振興することは、交通産業、宿泊業、旅行業といった産業に加え、飲食業や小売業など幅広い業種の活性化に繋がります。これらの業種が活性化し、更なる消費拡大が促されることで、市内全体に大きな経済効果をもたらします。

また、観光振興は新規雇用を創出し、市民生活を下支えするとともに、地域社会に賑わいを形成します。さらに、観光振興によって地域経済の消費が拡大し、税収が増えることで、魅力的で住みやすいまちづくりを推進するための貴重な財源の一つとなります。この財源を活用した再投資が地域経済の好循環を促進します。

2 観光振興により市民、観光客、観光産業事業者、振興関連団体等の関係者が享受する効果

(1) 観光振興による経済波及効果

観光振興による令和6年の本市の観光消費額は、約154億円です。

今後も、本市の観光資源を磨き上げ、その魅力を高付加価値化することにより、国内需要はもとより成長が見込まれるインバウンド¹需要を取り込み、更なる観光消費額の拡大が期待できます。

(2) 市民生活の豊かさの向上

これからの観光振興においては、観光振興の推進と市民生活の豊かさ向上との調和が重要となります。

人々が集うことにより、飲食や買い物スポットの更なる充実や、鉄道やバスなどの公共交通機関の路線と便数の維持拡大、市民も観光客も共に楽しめる多様なイベントなどの拡充に繋がります。多くの観光客が本市を訪れることで、こうした生活利便性向上を含む多岐にわたる効果が見込まれ、市民と観光客の双方が恩恵を享受します。

また、観光客に本市の豊かな自然、食、おまつり、歴史文化などに触れてもらい、本市の魅力を深く体感してもらうことは、地域ブランドの更なる向上をもたらします。これにより、市民自らも本市固有の価値を再認識し、郷土への愛着や誇りを醸成することに繋がります。

(3) 観光振興計画の展開意義

米沢市観光振興計画（以下「本計画」という。）の推進にあたっては、市民、観光客、

¹ インバウンド：「外から中へ入ってくる」という意味の言葉で、特に観光業界では外国人が日本に旅行に来ること、またはその旅行者を指す。

観光産業事業者、振興関連団体など、全ての関係者がその方針に注目し、具体的な行動に結びつけられるよう進めます。本市を訪れる観光客が本市の魅力と価値を深く実感できるよう、本計画に基づき、施策を推進します。また、市民及び関係者が本計画の意義と重要性を十分理解し、行動変容に繋がるよう、計画の内容を整理した上で推進していきます。

3 計画策定の背景

本市では、令和3年度から令和7年度まで第4期米沢市観光振興計画に基づき施策を展開してきました。この間の観光を取り巻く情勢としては、個人旅行のニーズの多様化、社会のデジタル化の加速とSNS普及による情報収集の容易化、持続可能な観光への関心の高まり等といった潮流の変化があり、さらに本市においては米沢市版DMO²が発足し、組織体制の強化も図られました。一方で、本市においては人口減少と少子高齢化を起因とする市内の事業者の廃業の増加といった課題にも直面しており、将来的な人口減少が見込まれる地域が活力を失うことなく持続していくためには、地域の活性化が不可欠となっており、今後、このような情勢に応じた観光施策を展開する必要があります。

4 計画策定の趣旨

観光を取り巻く情勢の変化に応えるべく、観光客の多様なニーズに応じた質の高い施策を実施していく必要があります。特に、人口減少と事業者廃業が進む本市にとって、地域の活性化は持続的なまちづくりに不可欠であり、観光振興は極めて重要な役割を担います。観光振興による交流人口や関係人口の拡大は、地域を活性化させ、生活基盤の向上とともに、市民の豊かさへと直結します。このことから、私たちは市民生活との調和を図った持続可能な観光地づくりを目指し、市民の「しあわせ」を意識した観光施策を展開することが重要と考えます。

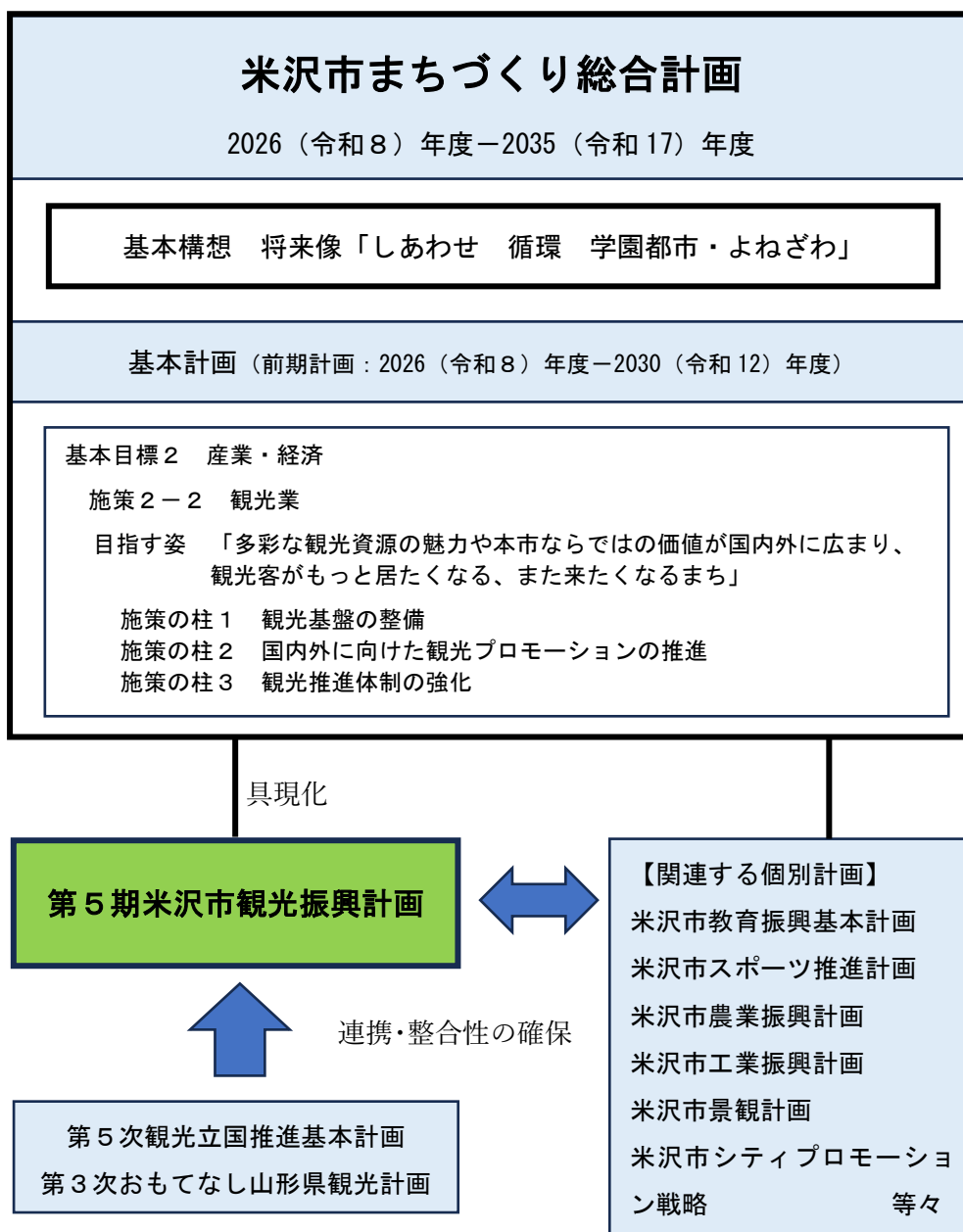
この度、第4期米沢市観光振興計画の計画期間が令和7年度で終了することから、地域の活性化と市民の「しあわせ」につながる観光振興を推進するため、新たな基本計画を策定することとします。本計画に基づき、市民と観光客双方にとってより豊かで価値ある観光の振興を図り、持続可能で魅力的な観光地を築いていきます。

また、観光・文化・スポーツの連携を強化し、交流人口拡大により一層注力していくため、令和8年4月に観光文化スポーツ部を新設し、本計画の施策を着実に実行していきます。

2 DMO：Destination Management (Marketing) Organization の略称。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、多様な関係者と協働しながら、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。

5 計画の位置づけ

本計画は、本市の最上位計画である「米沢市まちづくり総合計画」の内容を具体化及び補完するものです。「米沢市まちづくり総合計画」における観光施策の個別計画として、基本的方針や重点的な取組、計画推進のための役割分担と連携を示すものです。



6 計画期間

本計画の期間は、2026（令和8）年度から2030（令和12）年度までの5年間とします。

ただし、今後の観光ニーズや社会経済情勢に大きな変化が生じた場合は、必要に応じて見直しを行うこととします。

	2026 R8	2027 R9	2028 R10	2029 R11	2030 R12	2031 R13	2032 R14	2033 R15	2034 R16	2035 R17
基本 構 想	米沢市まちづくり総合計画 (10年間)									
基本 計 画	米沢市まちづくり総合計画 前期基本計画（5年間）					米沢市まちづくり総合計画 後期基本計画（5年間）				
観 光 振 興 計 画	第5期米沢市観光振興計画 (5年間)					第6期米沢市観光振興計画 (5年間)				

第2章 観光の動向と現状

1 国と県の観光動向

(1) 国の動向

国は、令和5年3月に、観光立国推進基本法に基づき、観光立国の実現に関する施策の総合的かつ計画的な推進等を図るため、「第4次観光立国推進基本計画」を閣議決定しました。「第4次観光立国推進基本計画」は、「持続可能な観光³」「消費額拡大」「地方誘客促進」の3つをキーワードに、持続可能な観光地域づくり、インバウンド回復、国内交流拡大の3つの戦略に取り組むこととしています。



3 持続可能な観光（サステナブルツーリズム）：訪問客、産業、環境、受け入れ地域の需要に適合しつつ、現在と未来の環境、社会文化、経済への影響に十分配慮した観光のこと。

4 DX（デジタルトランスフォーメーション）：データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズをもとに、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること。

5 アウトバウンド：国外へ出かけていく旅行のこと。日本は周囲を海に囲まれているため、国外へ旅行することを「海外旅行」というが、陸続きの国では一般的に「外国旅行」「国際旅行」という。

6 関係人口：ある地域に移住した「定住人口」でも、観光で訪れる「交流人口」でもなく、その地域に多様な形で継続的に関わる人々のこと。

現行の第4次観光立国推進基本計画における目標の達成状況

目標	計画策定時の 参考数値 (R1)	目標数値 (R7 まで)	現在の数値 (R6)
持続可能な観光地域づくりの体制整備			
持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数	12 地域=R4	100 地域	68 地域
インバウンド回復			
訪日外国人旅行消費額	4.8 兆円	早期に 5 兆円	8.1 兆円
訪日外国人旅行消費額単価	15.9 万円	20 万円	22.7 万円
訪日外国人旅行者 1 人当たり地方部宿泊数 ※1	1.4 泊	2.0 泊	1.4 泊
訪日外国人旅行者数	3,188 万人	R1 水準超え	3,687 万人
日本人の海外旅行者数	2,008 万人	R1 水準超え	1,301 万人
アジア主要国における国際会議の開催件数に占める割合 ※2	アジア 2 位 (30.1%)	アジア最大の開催国 (30%以上)	アジア最大の開催国 (32.7%) =R5
国内交流拡大			
日本人の地方部延べ宿泊者数 ※1	3.0 億人泊	3.2 億人泊	3.0 億人泊
国内旅行消費額	21.9 兆円	22 兆円	25.1 兆円

出典：観光経済新聞 令和7年5月7日付け記事

※1 地方部は、三大都市圏（埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、愛知県、京都府、大阪府、兵庫県）以外の地域

※2 アジア主要国は、アジア太平洋地域での国際会議開催件数上位5カ国・地域

「第4次観光立国推進基本計画」は令和7年度末で終期を迎えることから、観光庁は次期計画「第5次観光立国推進基本計画」の策定に着手しています。令和8年度から令和12年度までの5カ年計画で、令和12年度の訪日外国人旅行者数6千万人、訪日外国人旅行消費額15兆円などを目標に設定し、令和8年3月までに閣議決定する予定です。

(2) 県の動向

山形県は、おもてなし山形県観光条例に基づき、山形県の経済を持続的に発展させ、魅力ある活力に満ちた地域社会の実現を図り、観光立県山形を確立するため、令和7年3月に「第3次おもてなし山形県観光計画」(計画期間：令和7年度から令和11年度)を策定しました。

観光消費額の拡大・多様な交流・地域資源の継承を通じた地域活性化による「持続可能な観光地域の確立」を目指すことを基本目標に設定し、「本物の価値」の追求による稼ぐ力の向上、「人材×DX」による観光産業の活性化、地域一体となったすべての人にやさしい観光地づくりの3つの施策の柱に基づいた観光振興施策を展開することとしています。



第3次おもてなし山形県観光計画の概要

本県観光産業を巡る現状

- 数値目標(観光消費額)は、新型コロナウイルスの影響により策定時を下回っている。
- 観光需要の回復等により、外国人受入数をはじめ多くの指標がコロナ禍から回復している一方で、全国と比較すると回復速度は鈍い状況にある。

<本県観光消費額(暦年)の推移(億円)>



<延べ宿泊者数(暦年)における令和元年比の推移(%)>



本県観光における課題

- ▶ 国内外の旅行者の多様なニーズ・嗜好に応えるため、データ分析に基づき、DMOなど地域が一体となって地域資源の価値に光を当て、深掘りし、魅力ある観光コンテンツとして開発することが必要。
- ▶ 国内需要が縮小する中においては、高付加価値旅行者層をはじめとした旺盛なインバウンド需要を本県に広く取り込む取組みが不可欠。
- ▶ 観光産業における深刻な人手不足に対応するため、観光DXの推進等を通じた経営効率化や、将来の本県観光産業の重要な担い手となる人材の育成が急務。
- ▶ 人口減少・少子高齢化が避けられない中、交流人口・関係人口の拡大による地域活性化を実現するためには、すそ野の広い観光産業が地域経済の牽引役としての取組みを推進し進めることが必要。

計画の概要(計画期間：令和7年度(2025年度)から令和11年度(2029年度)までの5年間)

【観光立県としての山形県のあるべき姿(基本目標)】

本県観光産業を巡る現状や課題を踏まえつつ、観光立県としての山形県のあるべき姿を基本目標として設定。

観光消費額の拡大・多様な交流・地域資源の継承を通じた地域活性化による「持続可能な観光地域の確立」を目指す

【施策展開の方向性】

- おもてなし山形県観光条例における基本的施策を踏まえつつ、観光消費額の単価上昇を伴った拡大と、観光産業の持続的発展を実現するため、本県が世界に誇る観光資源を最大限に活用しながら、3つの「施策の柱」に基づいた観光振興施策を展開する。
- さらに、昨今の観光産業を巡る状況に対応するため、特に優先度が高く注力すべき3分野を「重点プロジェクト」として設定し、施策を強力に推進する。
- 数値目標については、観光消費額における「質的な変化」を確認するため、新たに「観光消費額単価」を設定する。

【地域活性化・持続可能な観光地づくり戦略】 (3つの「A」による施策展開)



重点プロジェクト

- I. イン・アウトバウンドも含めた交流人口・関係人口の拡大と高付加価値化
- II. DXの推進や観光産業を支える人材の育成
- III. すべての人々を受け入れるアクセシブルツーリズムの推進

数値目標

- 観光消費額：2,600億円(日本人2,300億円、訪日外国人300億円)
(直近値(R5)：約1,772億円(日本人約1,669億円、訪日外国人約102億円)、コロナ禍前(R元)：約2,236億円(日本人約2,131億円、訪日外国人約105億円))
- 【新規】観光消費額単価(県外客(宿泊))：38,900円/人回
(直近値(R5)：31,799円/人回、コロナ禍前(R元)：29,588円/人回)
- 【新規】観光消費額単価(訪日外国人(宿泊))：58,700円/人回
(直近値(R5)：38,933円/人回、コロナ禍前(R元)：28,923円/人回)

7 アクセシブルツーリズム(Accessible Tourism)：英語の「Accessibility(利用しやすい)」に由来し、移動やコミュニケーション等の困難さに直面する人々のニーズに応えながら、誰もが旅を楽しめることを目指す取組。主に国内で用いられている類語の「ユニバーサルツーリズム(Universal Tourism)」ではなく、海外(特に欧米)で通用している「アクセシブルツーリズム」を標榜するもの。

2 第4期米沢市観光振興計画の評価（令和3年度～令和7年度）

（1）各施策の評価

第4期米沢市観光振興計画に掲載する各施策の評価を行い、施策体系の基本施策別の代表的な取組と課題等は次のとおりです。

■ 第4期米沢市観光振興計画の施策体系

<p>基本方針1 地域資源を活用した観光振興の推進</p> <p>基本施策1-1 歴史・文化を活かす</p> <ul style="list-style-type: none"> (1) 歴史や文化を活かした観光の推進 (2) 郷土愛の醸成 <p>基本施策1-2 自然・景観・温泉を活かす</p> <ul style="list-style-type: none"> (1) 自然を活かした観光の促進 (2) 米沢らしい景観の活用 (3) 米沢八湯が連携した温泉地の魅力発信 <p>基本施策1-3 食を活かす</p> <ul style="list-style-type: none"> (1) 米沢ブランドや特色ある地域特産物による物産振興 (2) 豊かな食のプロモーション <p>基本施策1-4 産業を活かす</p> <ul style="list-style-type: none"> (1) ものづくりのまちを活かした産業観光の推進 (2) 伝統工芸等の魅力発信 <p>基本施策1-5 まつり・イベントを活かす</p> <ul style="list-style-type: none"> (1) まつり・イベントの推進 (2) 情報の発信と新たな取組 <p>基本施策1-6 観光コンテンツの開発、商品化に向けた取組</p> <ul style="list-style-type: none"> (1) 観光コンテンツの造成 (2) 新たな商品化に向けた取組 <p>基本施策1-7 各種ツーリズムの推進</p> <ul style="list-style-type: none"> (1) 既存のツーリズムの推進 (2) 新たなツーリズムの推進 <p>基本方針2 戦略的な広域観光の推進</p> <p>基本施策2 広域連携による観光振興・誘客促進</p> <ul style="list-style-type: none"> (1) 置賜管内の連携 (2) 地域資源を活用した近隣自治体の連携 (3) 戦略的な広域連携の推進 	<p>基本方針3 観光交流人口、関係人口の拡大</p> <p>基本施策3-1 観光プロモーションの推進</p> <ul style="list-style-type: none"> (1) 戦略的なプロモーション (2) 観光DXの推進 ⁸ <p>基本施策3-2 MICEの誘致促進</p> <p>基本方針4 インバウンド観光の推進</p> <p>基本施策4-1 インバウンド推進のためのプロモーション・コンテンツ造成</p> <ul style="list-style-type: none"> (1) 戦略的なプロモーション (2) ニーズを踏まえたコンテンツ造成 <p>基本施策4-2 外国人観光客受入環境整備</p> <ul style="list-style-type: none"> (1) 通信環境の整備 (2) 受入環境の整備 <p>基本施策4-3 インバウンド対応人材の育成</p> <p>基本方針5 効果的な情報戦略</p> <p>基本施策5-1 戦略的な情報発信</p> <p>基本施策5-2 観光情報発信基盤の整備</p> <p>基本施策5-3 市民自らの情報発信の促進</p> <p>基本方針6 観光客の受入環境整備の推進</p> <p>基本施策6-1 観光施設の整備・維持管理</p> <p>基本施策6-2 交通環境・基盤の整備</p> <p>基本施策6-3 観光ホスピタリティの向上</p> <p>基本方針7 観光戦略を推進する体制づくり</p> <p>基本施策7-1 体制強化に向けた取組</p> <p>基本施策7-2 地域の観光振興をけん引する人材育成</p> <p>基本施策7-3 (仮称)米沢市版DMOの設立</p>
--	---

8 MICE：企業・団体などの Meeting（会議・研修）、Incentive Travel（報奨・研修旅行）、Convention（国際会議・学会）、Exhibition（展示会）の頭文字をとった造語。

基本方針 1 地域資源を活用した観光振興の推進

1-1 歴史・文化を活かす

(1) 歴史や文化を活かした観光の推進

主な取組	施策における今後の課題等
・広域観光周遊スタンプラリーや歴史に触れるプログラムといった観光コンテンツを提供した。	・デジタル技術を活用した新たなコンテンツ造成や磨き上げを行い、魅力ある観光コンテンツの更なる充実を図る必要がある。

(2) 郷土愛の醸成

主な取組	施策における今後の課題等
・小学校における米沢の歴史にかかるとの授業を実施した。また、歴史や伝統文化に関する市民向けの講座を開催した。	・米沢鷹山大学における講座についての情報発信の強化と、講座開催の頻度を高くすることが必要である。

1-2 自然・景観・温泉を活かす

(1) 自然を活かした観光の促進

主な取組	施策における今後の課題等
・山岳観光にかかるイベントの情報発信を行った。また、「手ぶらでキャンプ」等、新しいレジャーの創出を行った。	・今後の西吾妻エリアの観光振興のあり方について検討する必要がある。

(2) 米沢らしい景観の活用

主な取組	施策における今後の課題等
・おもしろな観光ガイドによる観光客のまち歩きガイドや景観まちづくり基金事業、景観を活用したイベントを実施した。	・令和12年上杉謙信公生誕500年の節目を目標として、上杉神社周辺環境整備を進めていく必要がある。

(3) 米沢八湯が連携した温泉地の魅力発信

主な取組	施策における今後の課題等
・米沢八湯パンフレットの制作と配布、HP及びSNSによる情報発信を行った。	・米沢八湯を巡るスタンプラリー等の観光コンテンツの造成により誘客拡大を図っていく必要がある。

1-3 食を活かす

(1) 米沢ブランドや特色ある地域特産物による物産振興

主な取組	施策における今後の課題等
・市内飲食店での郷土料理の提供、伝統野菜の活用を行った。また、著名な料理人を招き、地元食材を活用した料理教室の開催を行った。	・地域経済の活性化を図る目的で、今後、地元食材を「食」へと高めて提供するプランを構築し、観光消費額を高めていく取組が必要である。

(2) 豊かな食のプロモーション

主な取組	施策における今後の課題等
・姉妹都市、友好都市等で開催される観光物産フェアへ参加し物産販売を行った。	・地域の食と観光は深く関係があるため、今後も、本市の魅力的な食文化を対外的に広く発信していくことが必要である。

1-4 産業を活かす

(1) ものづくりのまちを活かした産業観光の推進

主な取組	施策における今後の課題等
・「360° オープンファクトリー」を実施し、米沢の産業技術について市内外にPRを行った。	・地域の産業資源を広く周知し、将来的な就業者の確保につなげる重要な機会を創出することが必要であることから、オープンファクトリーなどの産業観光プログラムを実施することで誘客拡大を図っていく。

(2) 伝統工芸等の魅力発信

主な取組	施策における今後の課題等
・なせばなる秋まつりにおいて「今に伝わる伝統市」を学生団体が主導し実施した。	・伝統工芸等を多くの方に知ってもらうことにより、物産の振興と後継人材の獲得につながる取組が必要である。

1-5 まつり・イベントを活かす

(1) まつり・イベントの推進

主な取組	施策における今後の課題等
・米沢上杉まつり等の各種おまつり、イベント	・物価高騰による運営経費の増大や少子高齢化

を開催し、地域文化の継承や集客による地域経済の活性化を図った。	に伴うまつりの担い手不足といった課題があるため、持続可能なまつりの実現に向けて、収入増加の取組や効率的な運営を図る必要がある。
---------------------------------	---

(2) 情報の発信と新たな取組

主な取組	施策における今後の課題等
・米沢市の歴史について学習できる「米沢上杉まつり探求学習プログラム」を実施した。	・今後も、おまつりの一般参加者枠の拡大や参加料金の見直しといった新たな取組を検討していく必要がある。

1-6 観光コンテンツの開発、商品化に向けた取組

(1) 観光コンテンツの造成

主な取組	施策における今後の課題等
・各団体において新たな観光コンテンツを造成し誘客拡大を図った。	・今後も米沢の魅力を生かした観光コンテンツの造成に取り組み、誘客拡大を図っていく必要がある。

(2) 新たな商品化に向けた取組

主な取組	施策における今後の課題等
・「360° オープンファクトリー」や「米沢品質向上運動」といった市内の事業所と連携した取組を行った。	・宿泊を伴う長期滞在につながるコンテンツの造成等、観光客の滞在時間を伸ばす施策に取り組んでいく必要がある。

1-7 各種ツーリズムの推進

(1) 既存のツーリズムの推進

主な取組	施策における今後の課題等
・海外の学生の農泊受入を実施した。 ・上杉神社や道の駅米沢等の主要観光地において、上杉太鼓や愛の武将隊によるおもてなし事業を展開した。	・各関係機関との連携により、各種ツーリズムについて推進し、観光消費額の向上に繋がる取組が必要である。

(2) 新たなツーリズムの推進

主な取組	施策における今後の課題等
<ul style="list-style-type: none"> ・市内の施設でのヨガのイベントや和太鼓を活かしたエクササイズ等を実施し交流人口の拡大を図った。 ・天元台高原周辺で体験型イベントを開催した。 	<ul style="list-style-type: none"> ・各関係機関との連携により、各種ツーリズムについて推進し、観光消費額の向上につながる取組が必要である。

基本方針 2 戦略的な広域観光の推進

2 広域連携による観光振興・誘客促進

(1) 置賜管内の連携

主な取組	施策における今後の課題等
<ul style="list-style-type: none"> ・置賜地域内での各種観光キャンペーンの実施により、地域内の連携推進を図った。 	<ul style="list-style-type: none"> ・今後も、置賜地域内での観光連携を推進し、道の駅米沢や米沢駅を起点とした広域的な観光周遊施策を実施していく必要がある。

(2) 地域資源を活用した近隣自治体の連携

主な取組	施策における今後の課題等
<ul style="list-style-type: none"> ・福島県と宮城県の地域と連携した観光周遊イベントを実施した。 	<ul style="list-style-type: none"> ・今後も、隣県の地域と連携し、近隣の宮城県、福島県からの誘客拡大を図る必要がある。

(3) 戦略的な広域連携の推進

主な取組	施策における今後の課題等
<ul style="list-style-type: none"> ・各観光関連施設周辺における人流や車流データといった観光情報データの収集と分析を実施した。 	<ul style="list-style-type: none"> ・近隣地域にできる新たなショッピングモール等を契機とした、人流や車流を生かした広域連携による観光施策の実施を図る必要がある。

基本方針 3 観光交流人口、関係人口の拡大

3-1 観光プロモーションの推進

(1) 戦略的なプロモーション

主な取組	施策における今後の課題等
<ul style="list-style-type: none">・各種メディア媒体を活用した情報発信を行った。・台湾など海外の観光展示イベントに出展し、プロモーションを実施した。	<ul style="list-style-type: none">・年代、居住地、嗜好、旅行形態といった観光データの活用によるターゲットを明確にしたプロモーションを実施する必要がある。・インバウンド向けには、ターゲット国のニーズに合った情報発信を強化する必要がある。

(2) 観光 DX の推進

主な取組	施策における今後の課題等
<ul style="list-style-type: none">・各観光関連施設周辺における人流や車流データといった観光情報データの収集と分析を実施した。	<ul style="list-style-type: none">・これまで蓄積してきた観光情報データの分析を進めるとともに、近隣地域とのデータ共有を進めていく必要がある。

3-2 MICE の誘致促進

主な取組	施策における今後の課題等
<ul style="list-style-type: none">・MICE 商談イベントへの参加、コンベンション主催者との商談等の活動を実施した。	<ul style="list-style-type: none">・エクスカージョン⁹の企画や実施等、MICE 参加者の滞在時間を伸ばす施策について検討する必要がある。

基本方針 4 インバウンド観光の推進

4-1 インバウンド推進のためのプロモーション・コンテンツ造成

(1) 戦略的なプロモーション

主な取組	施策における今後の課題等
<ul style="list-style-type: none">・米沢観光ナビ HP を多言語化し、情報発信を行った。・台湾など海外の観光展示イベントに出展し、プロモーションを実施した。	<ul style="list-style-type: none">・引き続き、台湾等におけるブース出展等によるプロモーションを実施し、現地からの送客を促進していく必要がある。

⁹ エクスカージョン：単なる観光旅行や視察とは異なり、参加者が体験や議論を交わす「体験型の見学会」であり、専門家の解説を聞きながら地域の自然、歴史、文化などを深く理解すること。

(2) ニーズを踏まえたコンテンツ造成

主な取組	施策における今後の課題等
・着物の着付け体験、米沢織の織物体験、染め物体験といった体験型コンテンツを提供した。	・引き続き、米沢の魅力を生かした体験型コンテンツを提供し、誘客拡大を図る必要がある。

4-2 外国人観光客受入環境整備

(1) 通信環境の整備

主な取組	施策における今後の課題等
・観光関連 HP、インスタグラム等の SNS による情報発信を行った。	・主要観光地における Wi-Fi の整備や、観光関連 HP の内容の整理及び見やすさの向上について継続して検討する必要がある。

(2) 受入環境の整備

主な取組	施策における今後の課題等
・米沢観光ナビ HP を多言語化し、情報発信を行った。 ・多言語版のバスマップを制作し配布を行った。	・訪日中の外国人はスマートフォンによる情報取得が主であるため、訪日外国人の情報導線に沿った案内が必要である。

4-3 インバウンド対応人材の育成

主な取組	施策における今後の課題等
・国際交流員を市内の小中学校に派遣し、出身国の文化について紹介を行う機会を設け、国際交流の促進を図った。	・インバウンド受入に関する研修会や勉強会といった関係事業者間の情報共有の場を設けることにより、インバウンド受入を促進させることが必要である。

基本方針5 効果的な情報戦略

5-1 戦略的な情報発信

主な取組	施策における今後の課題等
・各種メディア媒体を活用した情報発信を行った。 ・米沢観光ナビ HP を多言語化し、情報発信を行った。	・年代、居住地、嗜好、旅行形態といった観光データの活用により、ターゲットを明確にしたプロモーションを実施する必要がある。

5-2 観光情報発信基盤の整備

主な取組	施策における今後の課題等
・道の駅米沢の展示スペースにおいて、米沢市民の作品等の展示を行い、市民と観光客の交流の場となる環境を整備した。	・観光サイトのデータベース共通化を進め、効率的な情報発信を行っていく。

5-3 市民自らの情報発信の促進

主な取組	施策における今後の課題等
・SNSのハッシュタグキャンペーンといった市民参加型イベントの実施により米沢の魅力を発信する機会を設けた。	・市民の郷土に対する愛着を高めていくとともに、SNS等により気軽に情報発信できるような取組について、実施していく。

基本方針6 観光客の受入環境整備の推進

6-1 観光施設の整備・維持管理

主な取組	施策における今後の課題等
・各観光施設について、利用者の安全を確保するため、随時、修繕や改修等を行った。	・引き続き、各観光施設における利用者の安全確保に取り組んでいく必要がある。

6-2 交通環境・基盤の整備

主な取組	施策における今後の課題等
・米沢市内の観光施設を安価に周遊できるサービス「乗るバス」や電動レンタサイクル事業を実施し、各観光施設を周遊できる環境を整備した。	・地域交通の維持について、コストを抑えた形で実施できる、「乗るバス」や電動レンタサイクル事業を引き続き実施していく。

6-3 観光ホスピタリティの向上

主な取組	施策における今後の課題等
・おまつり等のイベント開催時において、ホスピタリティを意識した観光客への対応を実施した。	・観光関連団体を対象としたセミナーや研修会等を実施し、受入人材の育成に努める必要がある。

基本方針 7 観光戦略を推進する体制づくり

7-1 体制強化に向けた取組

主な取組	施策における今後の課題等
<ul style="list-style-type: none"> ・青年経済団体等と連携し花火大会を創設した。 	<ul style="list-style-type: none"> ・市や観光関連団体のそれぞれの役割を見直し、重複業務の削除、不要な業務の削減等により業務統合について検討・実施する必要がある。

7-2 地域の観光振興をけん引する人材育成

主な取組	施策における今後の課題等
<ul style="list-style-type: none"> ・米沢の将来を担う青年経済団体が中心となり、観光関連団体等と連携し、花火大会を実施した。 	<ul style="list-style-type: none"> ・観光客へのサービス向上を図るため、観光関連団体を対象としたセミナーや研修会の開催について検討・実施する必要がある。

7-3 (仮称)米沢市版DMOの設立

主な取組	施策における今後の課題等
<ul style="list-style-type: none"> ・米沢市版 DMO を設立し、地域の観光事業者同士が連携し、「稼ぐ力」の創出や各種誘客拡大施策、プロモーションの実施等に取り組んだ。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ステークホルダー¹⁰ との合意形成を行いながら、誘客拡大や受入体制の整備に取組み、「稼ぐ力」の強化と地域経済の活性化を図ることが重要である。



米沢上杉まつり



上杉雪灯籠まつり

10 ステークホルダー：企業活動等によって直接または間接的に影響を受ける「利害関係者」のこと。

(2) 第4期米沢市観光振興計画の数値目標の達成状況

(単位：人)

成果指標名	基準値 R1	R3	R4	R5	R6	目標数値 R7	達成率
四季のまつりの 入込客数	609,000	0	329,000	378,000	280,000	674,000	41.5%
雪灯籠まつりの 入込客数	162,000	0	101,000	108,000	53,000	274,000	19.3%
道の駅米沢への 来場者数	2,035,213	1,486,911	1,650,145	1,711,711	1,712,134	2,149,000	79.7%
温泉地(宿泊・日 帰り)入込客数	111,052	90,355	108,546	111,856	109,812	136,000	80.7%
観光入込客数	4,476,749	2,447,382	3,166,304	3,399,293	3,361,172	5,137,000	65.4%
外国人宿泊者数	5,788	454	1,587	3,242	4,377	12,500	35.0%
宿泊者数	193,278	222,311	219,635	278,420	233,889	244,000	95.9%

(単位：億円)

成果指標名	基準値 R2	R3	R4	R5	R6	目標数値 R7	達成率
観光消費額	139.7	128.1	169.3	201.9	154.2	171.7	89.8%

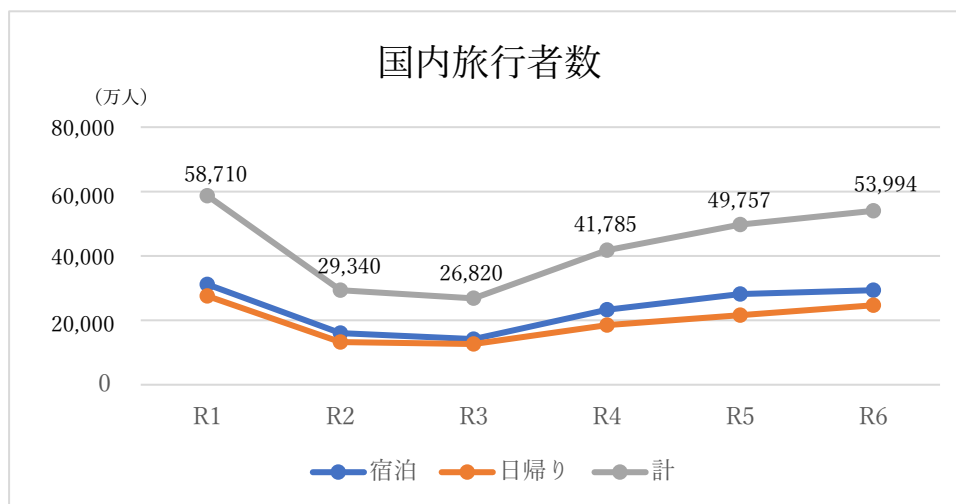
※ 達成率については、「R6 数値/R7 目標数値×100」で算出。

3 観光の現状

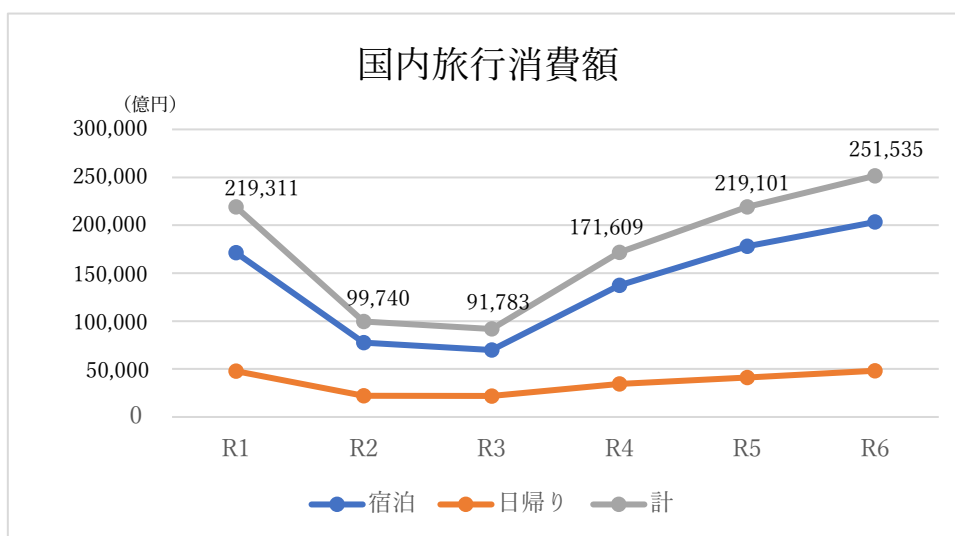
(1) 国内の状況

① 国内旅行者数と国内旅行消費額

コロナ禍の影響により一時大幅に減少していましたが、現在では回復傾向にあります。旅行者数については、宿泊旅行と日帰り旅行の合計で5億人を超えている状況であり、国内旅行消費額については宿泊旅行と日帰り旅行の合計で25兆円を超えている状況です。



出典：観光庁 観光・統計白書 旅行・観光消費動向調査



出典：観光庁 観光・統計白書 旅行・観光消費動向調査

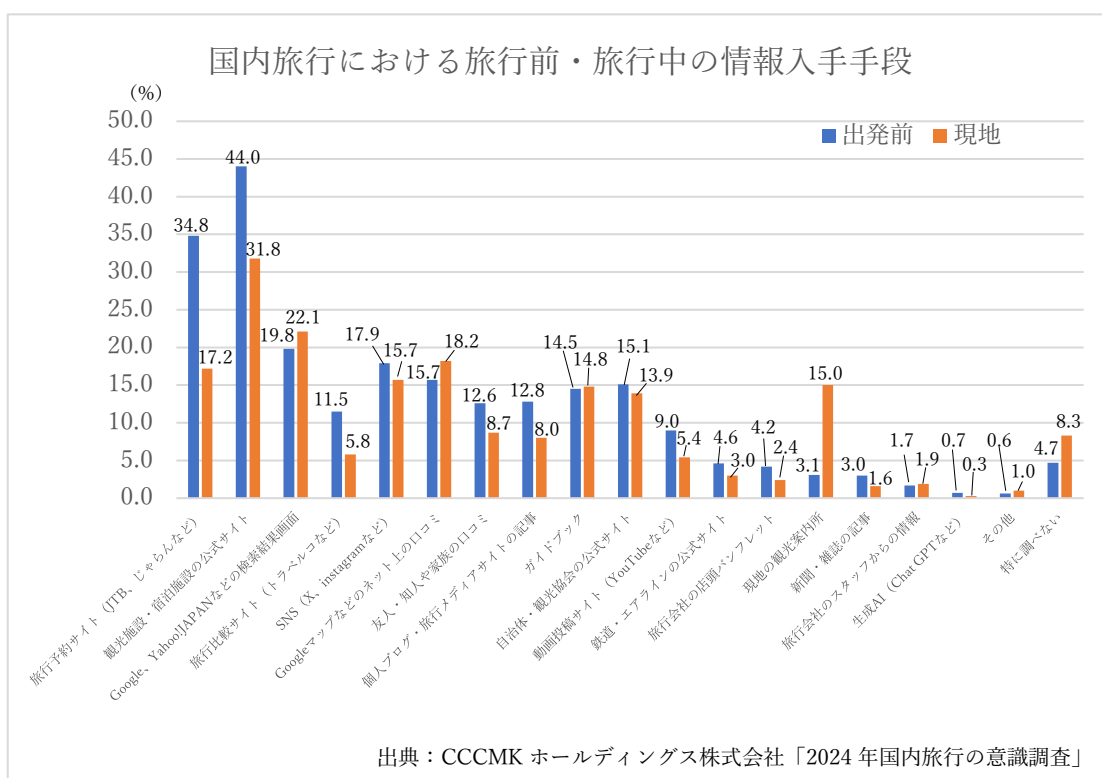
国内旅行者数はコロナ禍以前まで回復していません。また、国内旅行消費額は、近年の物価高傾向やコロナ禍を経てよりプライベートな旅行（体験型・コト消費¹¹）へシフトし、一人当たりの旅行単価が増加しているものと考えられます。

日本において、全旅行者のうち国内旅行者の占める割合は8割を超えている状況であり、本市においても今後も重要なターゲット層として、商品造成やプロモーションを行う必要があります。

② 国内旅行者の旅行情報の入手方法

旅行前では、「観光施設・宿泊施設の公式サイト」「旅行予約サイト」が特に多く、その他にも様々な手段で情報を入手している状況です。

旅行中では、「観光施設・宿泊施設の公式サイト」が特に多く、「Googleなどの検索結果画面」「Googleマップなどのネット上の口コミ」が上位で、「現地の観光案内所」も多い状況です。



「旅行前」については、インターネットによる情報取得が主流となっており、旅行予約サイトや観光施設・宿泊施設等の公式サイトが上位となっています。また、SNSやGoogleマップ上の口コミ等、事前に旅行した者の体験談を参考にしている旅行者も多い状況です。

「旅行中」についても、インターネットによる情報取得が主流ですが、現地の観光

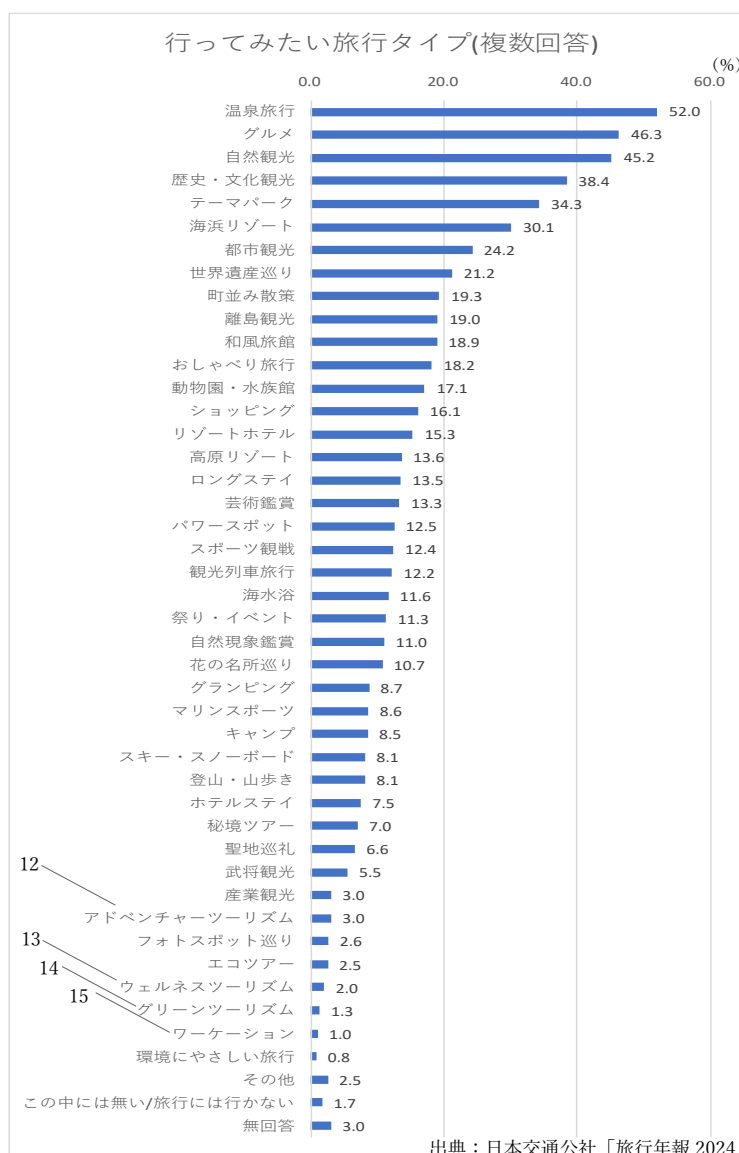
¹¹ コト消費：モノではなく、旅行先で得られる「体験」や「経験」に価値を見出す消費行動です。観光におけるコト消費は、「日本でしかできない体験」や「日本ならではの文化・自然・アクティビティ」への参加を通じて、感動や思い出を重視する旅行者のニーズを満たすものを表す。

案内所も 15.0%と高い状況です。

旅行者はインターネットで事前情報を収集し、SNS や口コミで体験談を参考にし、旅行先を決定しており、旅行中は、インターネット情報に加え、現地の情報も重要視しているといえます。情報提供については、「旅行前」はインターネット（公式サイトや SNS、口コミ）を活用し、「旅行中」はデジタルとアナログの双方で情報を提供する必要があると考察されます。

③ 旅行形態の多様化

行ってみたい旅行タイプとして、「温泉旅行」「グルメ」「自然観光」「歴史・文化観光」「テーマパーク」「海浜リゾート」の割合が高い状況です。

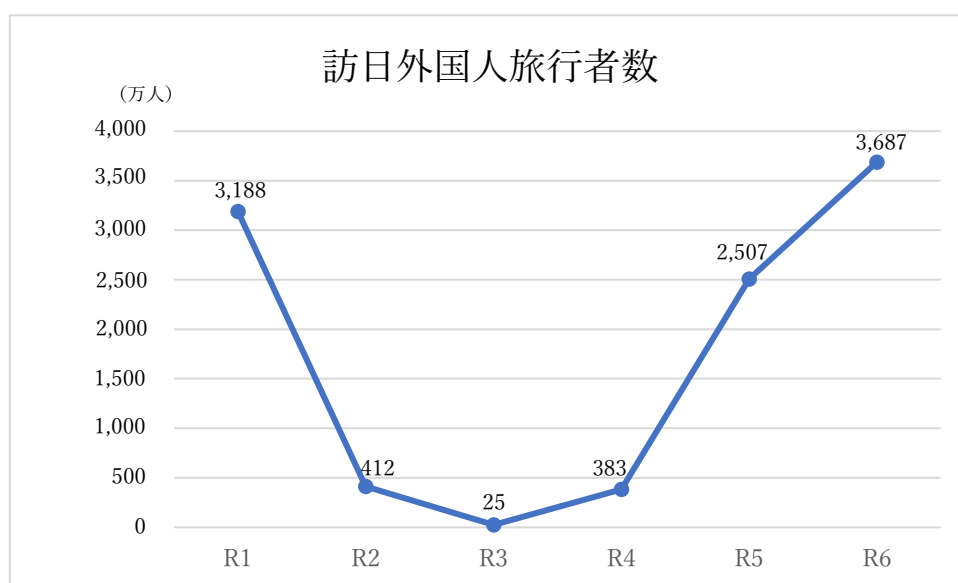


- 12 アドベンチャーツーリズム：「アクティビティ」、「自然」、「異文化体験」の3つの要素のうち2つ以上で構成される観光の形態のこと。
- 13 ウェルネスツーリズム：旅行を通して、心身の健康維持や健康増進、リフレッシュ、ストレス解消、ライフスタイルの改善を目指す観光の形態のこと。
- 14 グリーンツーリズム：都市住民などが農山漁村地域を訪れ、その自然、文化、人々との交流を楽しみながら、滞在型の余暇を過ごす活動のこと。
- 15 ワーケーション：ワーク（仕事）とバケーション（休暇）を組み合わせた造語で、テレワーク等を活用してリゾート地や温泉地、国立公園など、普段の職場とは異なる場所で余暇を楽しみつつ仕事を行うこと。

「温泉旅行」「グルメ」「自然観光」「歴史・文化観光」が上位となっており、本市の観光資源である温泉、食文化、山岳観光、伊達氏・上杉氏の歴史、伝統産業等と親和性が高いといえます。これらの観光資源を嗜好する旅行者層をターゲットとして、商品造成やプロモーション等を行っていくことが重要です。

④ 訪日外国人旅行者数及び訪日外国人旅行消費額

コロナ禍の影響により一時大幅に減少していましたが、現在では回復傾向にあり、近年急激に増加しています。旅行者数については、3,000万人を超えている状況であり、旅行消費額については8兆円を超えている状況です。



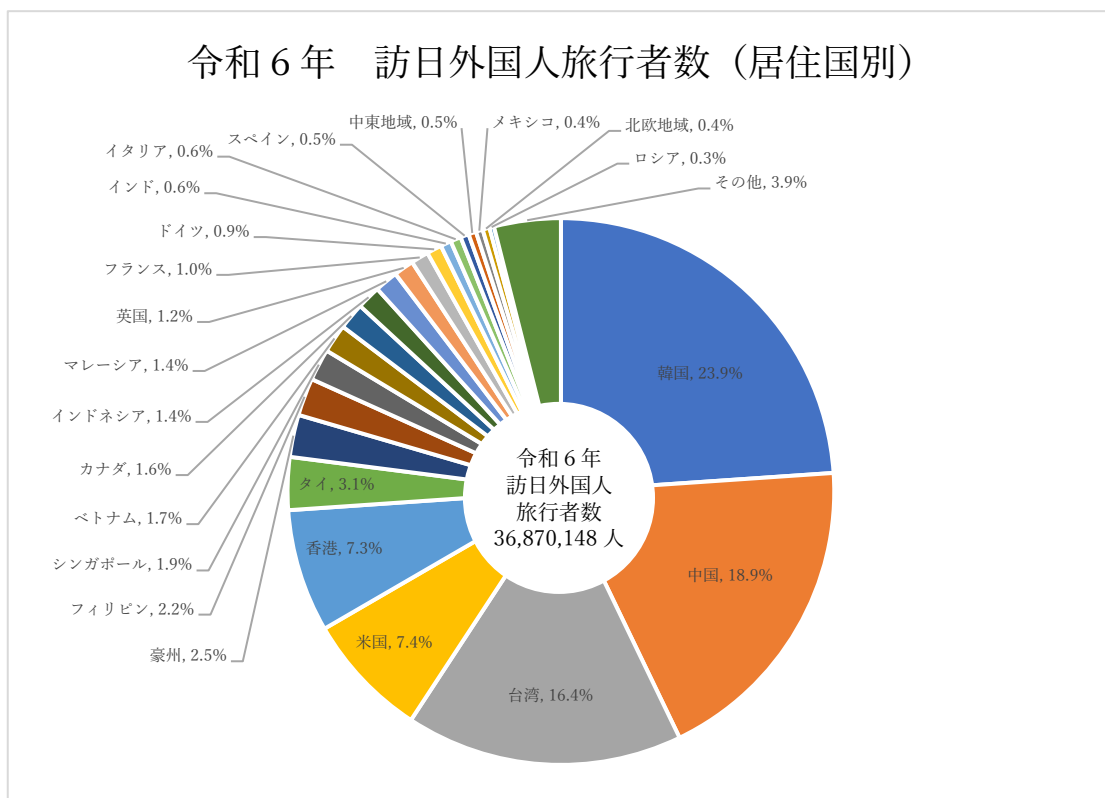
出典：観光庁 観光・統計白書 インバウンド消費動向調査



出典：観光庁 観光・統計白書 インバウンド消費動向調査

⑤ 国内の訪日外国人旅行者数（居住国別）

居住国別で見ると、韓国が最も多く、次いで、中国、台湾、米国、香港、タイの順となっています。



令和6年 訪日外国人旅行者数（居住国別）

出典：「日本政府観光局（JNTO）」

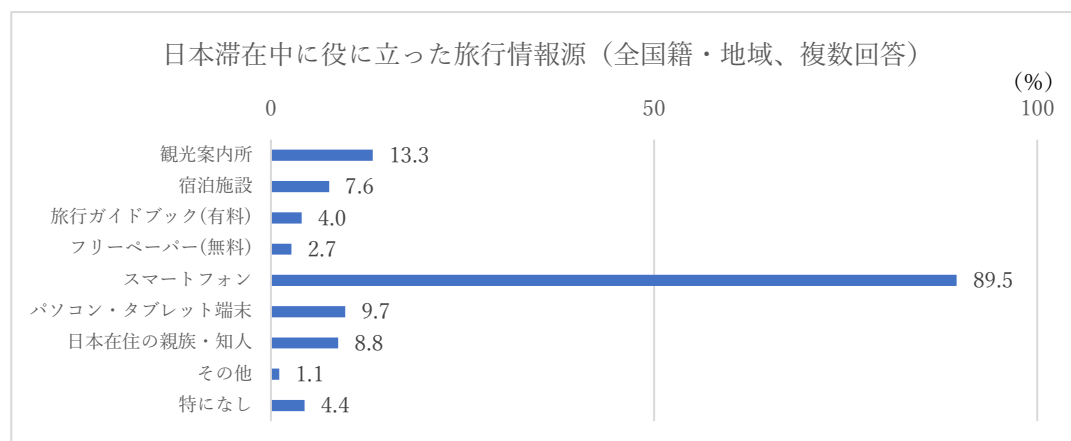
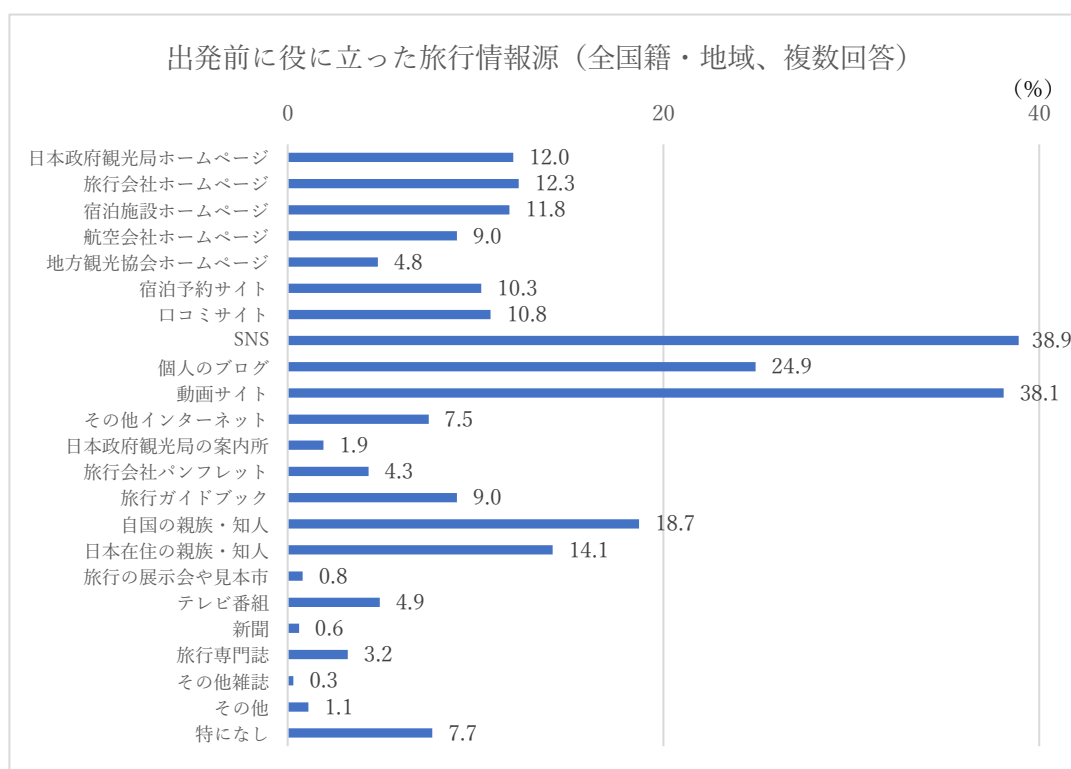
(人)

居住国	人数
韓国	8,817,765
中国	6,981,342
台湾	6,044,316
米国	2,724,594
香港	2,683,391
タイ	1,148,848
豪州	920,196
フィリピン	818,659
シンガポール	691,226
ベトナム	621,173
カナダ	579,445
インドネシア	517,651
マレーシア	506,883
英国	437,230
フランス	385,071
ドイツ	325,870
インド	233,061
イタリア	229,785
スペイン	182,284
中東地域	166,259
メキシコ	151,835
北欧地域	150,730
ロシア	99,264
その他	1,453,270
計	36,870,148

訪日外国人旅行者については、コロナ禍による渡航制限が解除されたこと、また、為替の影響等により、増加傾向が続いています。観光消費額も増大傾向となっているが、以前の家電店やドラッグストア等における商品の大量購入から、「体験・コト消費」へと消費傾向が変わってきていることにも留意する必要があります。

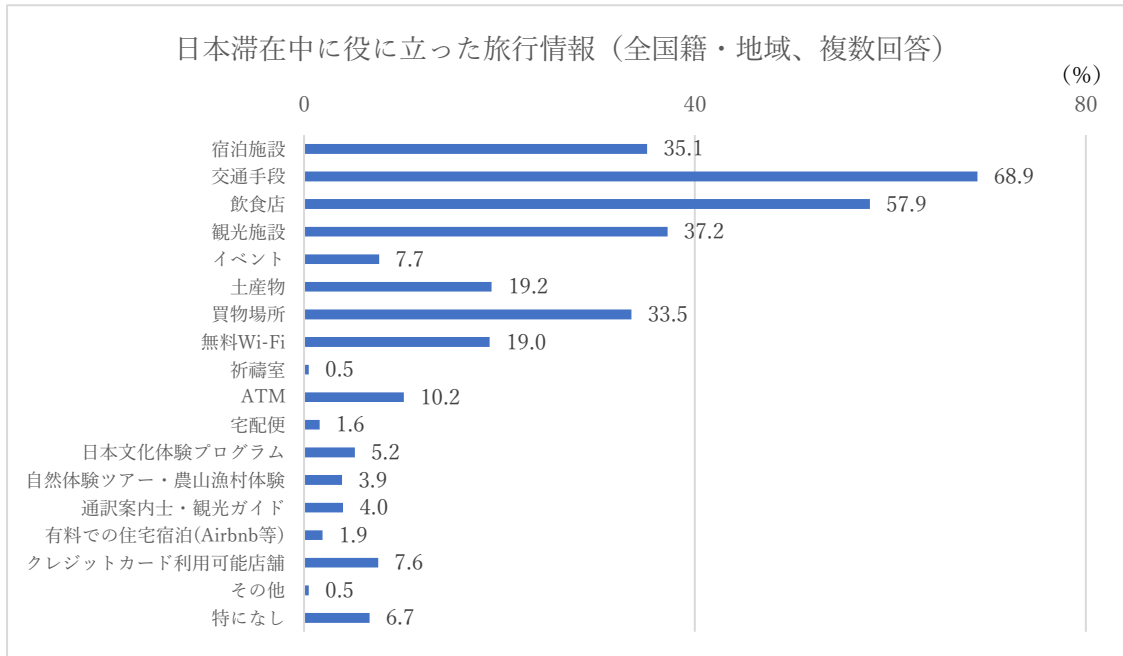
⑥ 訪日外国人の旅行情報の入手方法

訪日外国人の情報収集源としては、訪日前は「SNS」や「動画サイト」、訪日中は「スマートフォン」が多く、いずれもインターネットを通じた情報収集が主となっています。



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向 2024年 年次報告書

訪日外国人が日本滞在中に役に立った旅行情報としては、「交通手段」「飲食店」が多い状況となっています。

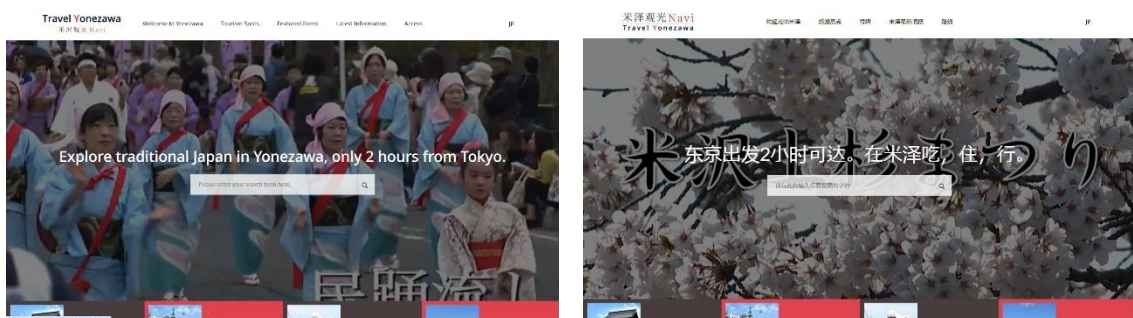


出典：観光庁 訪日外国人の消費動向 2024年 年次報告書

訪日外国人の旅行情報源は主にインターネットであり、「動画サイト」「SNS」「個人のブログ」等、既に体験した旅行者の情報を参考にしています。一方で、地方観光協会ホームページは4.8%と低く、そもそも認知されていない可能性が高いと推察されます。

訪日中の情報取得については、スマートフォンにより、主に飲食店、宿泊施設や交通経路等の着地情報を調べています。

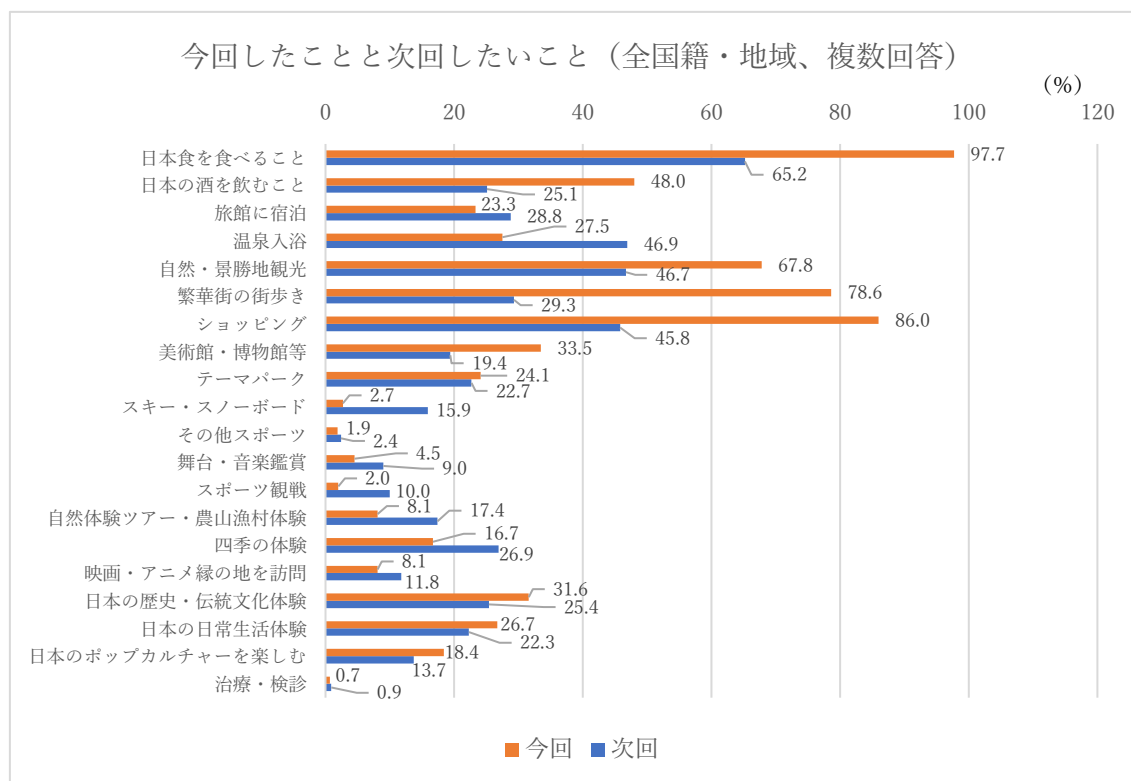
地方の情報発信は、SNS や動画サイトで旅行者の体験談を拡散し、認知度を高めることも必要です。また、訪日中に役立つ飲食店・交通情報などをインターネット上に掲載することも重要です。



多言語版 米沢観光 Navi ホームページ

⑦ 訪日外国人旅行者の来訪目的

訪日外国人の来訪目的は「日本食」「ショッピング」「繁華街の街歩き」などの割合が高く、再来訪の目的としては「日本食」に次いで「温泉入浴」「自然・景勝地観光」「ショッピング」の割合が高くなっている状況です。



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向 2024年 年次報告書

初回より再来訪時の方が高くなっている項目では、「旅館での宿泊」「温泉入浴」「スキー・スノーボード」「自然体験ツアー・農山漁村体験」「四季の体験」等、本市の観光資源に合致するものが多い状況です。

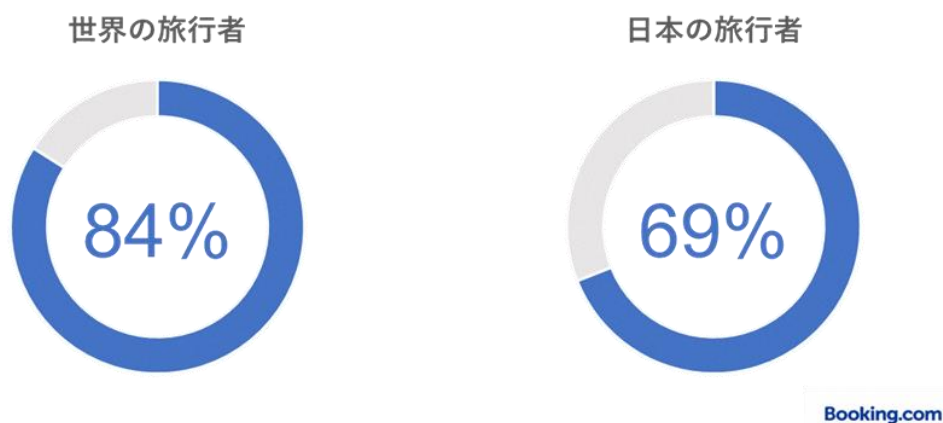
初回の来訪を促すためのターゲット国でのプロモーションに加えて、再来訪の際に本市を選んでもらえるよう、現在日本を訪れている外国人に対しても本市の認知度を高めるプロモーションを行う必要があるといえます。

⑧ 持続可能な観光への関心の高まり

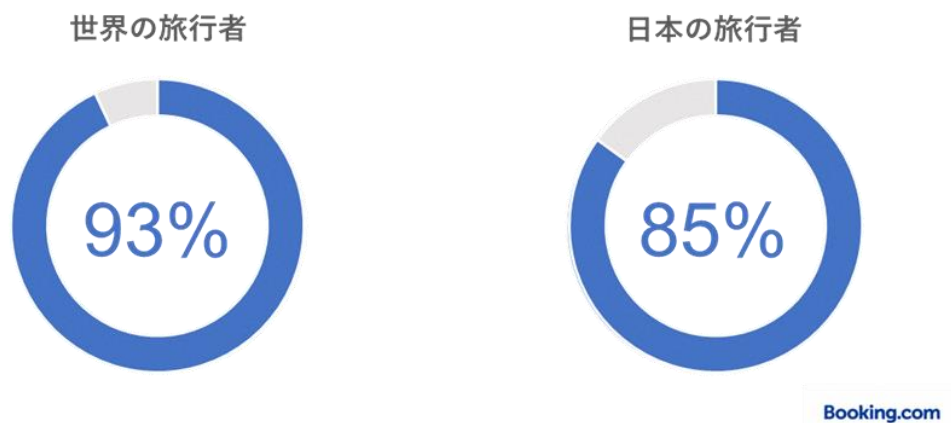
観光振興の世界的な潮流として、「持続可能性（サステナブル/Sustainable）」がキーワードとなっています。国連世界観光機関（UNWTO）では、持続可能な観光を「訪問客、業界、環境、訪問客受け入れ地域のニーズに対応しつつ、現在、将来の経済、社会、環境への影響を十分に考慮する観光」と定義されています。

令和7年（2025年）版 Booking.com 調査によると、「よりサステナブルに旅行することが重要だ」と回答した旅行者の割合は、世界の旅行者で約84%、日本の旅行者で約69%となっており、また、「旅行に関してよりサステナブルな選択をしたい」と回答した旅行者の割合は、世界の旅行者で約93%、日本の旅行者で約85%となっています。このことから世界的な規模でサステナブルツーリズムに対する関心が加速度的に高まっていることが伺えます。

「よりサステナブルに旅行することが重要だ」と回答



「旅行に関してよりサステナブルな選択をしたい」と回答



今後、オーバーツーリズム¹⁶となっている観光地を避けて旅先を選定する傾向は強まってくるものと想定されます。

こうした「サステナブルな旅行」を指向するインバウンドは、一般的には単なる観光地の訪問だけでなく、地域に貢献したい、文化を深く学びたいと考えています。

本市では、「サステナブルな旅行」を好むインバウンド向けに、「伝統工芸・食文化体験」や「農業・自然体験」といった独自の体験コンテンツを造成する必要があり、コンテンツを通じて地域住民との交流機会を設けることで、旅行者に本物の体験を提供することも重要です。また、こうしたインバウンドに対して、「なぜこの文化が受け継がれているのか」といったストーリーテリング¹⁷の手法を用いた情報発信や、本市の観光資源と合致する分野で発信力を持つインフルエンサー¹⁸を活用した情報発信など、効果的な情報発信を行う必要があります。



米沢織



紅花・藍などの草木染め体験



雪菜収穫体験



インフルエンサーを活用した情報発信

16 オーバーツーリズム：特定の観光地に観光客が過度に集中することで、地域社会や環境に悪影響を及ぼす現象のこと。

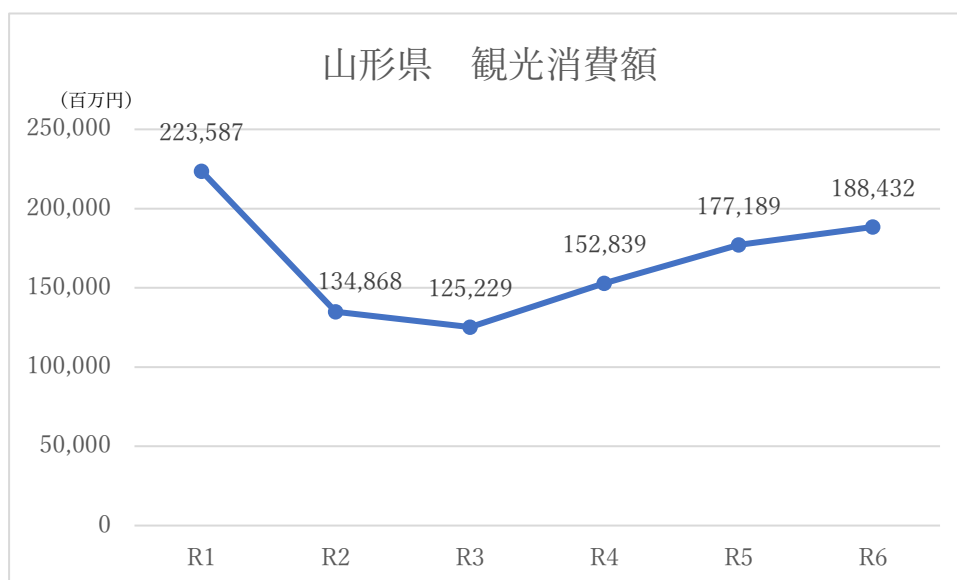
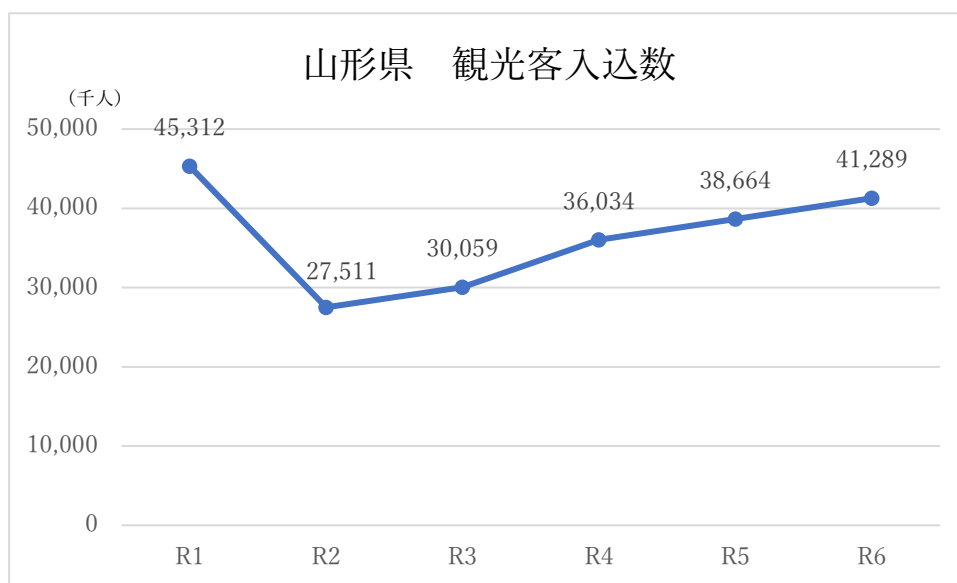
17 ストーリーテリング：伝えたい情報やメッセージを「物語」にのせて語ることで、聞き手の共感や理解を促し、記憶に残りやすくするコミュニケーション技術のこと。観光におけるストーリーテリングとは、単なる場所の紹介に留まらず、その土地の歴史、文化、自然、人物などを有機的につなぎ、観光客が感情移入できるような「物語」を創出する手法を表す。

18 インフルエンサー：SNS などを通じてフォロワーの意見や行動に大きな影響を与える人のこと。

(2) 山形県の状況

① 観光客入込数と観光消費額

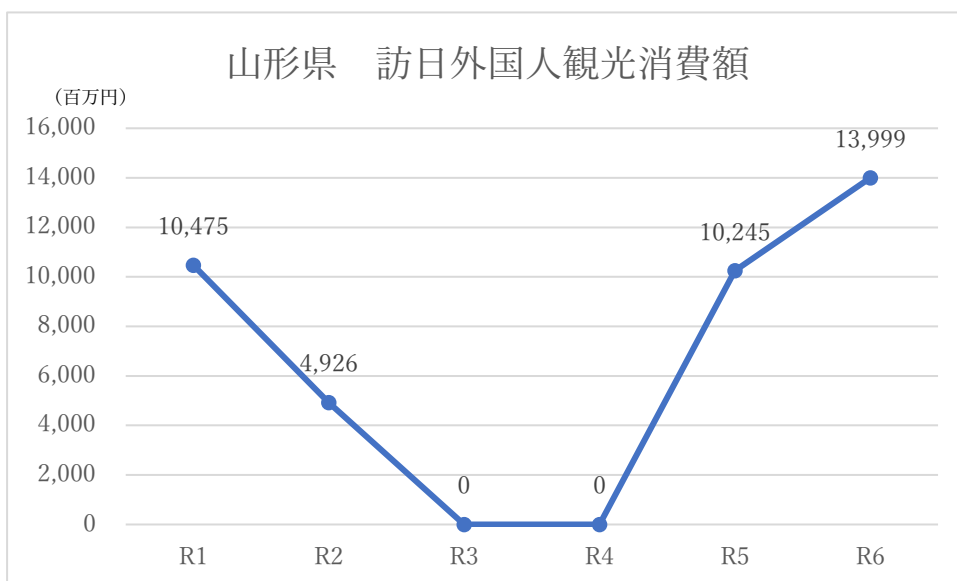
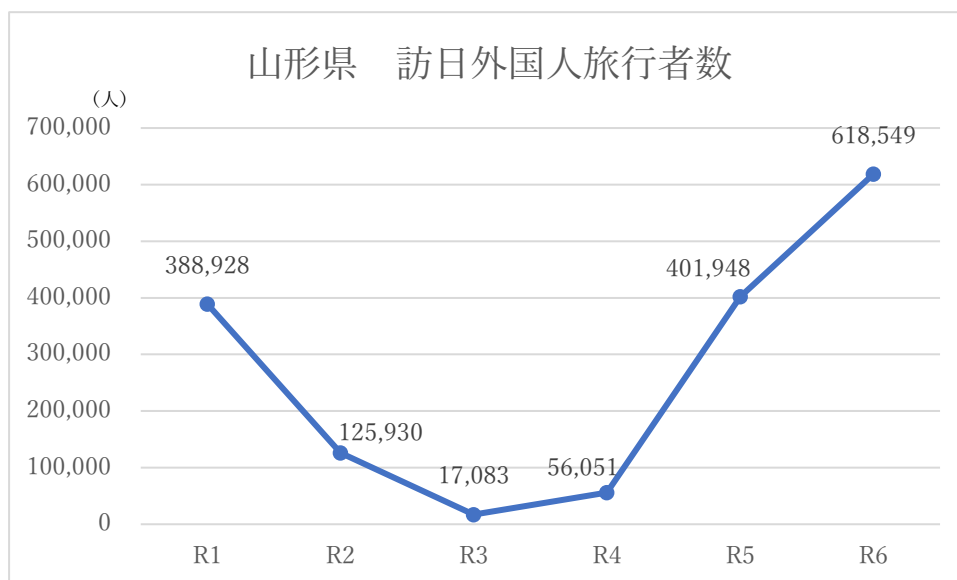
山形県の観光客入込数と観光消費額についても、コロナ禍の影響により一時大幅に減少していましたが、現在では回復傾向にあります。令和6年度の観光客入込数については、4,100万人を超えている状況であり、観光消費額については1,884億円を超えている状況ですが、依然としてコロナ前の令和元年度水準には回復していない状況です。



出典：山形県観光者数調査（山形県観光文化スポーツ部）

② 山形県の訪日外国人旅行者数と訪日外国人旅行消費額

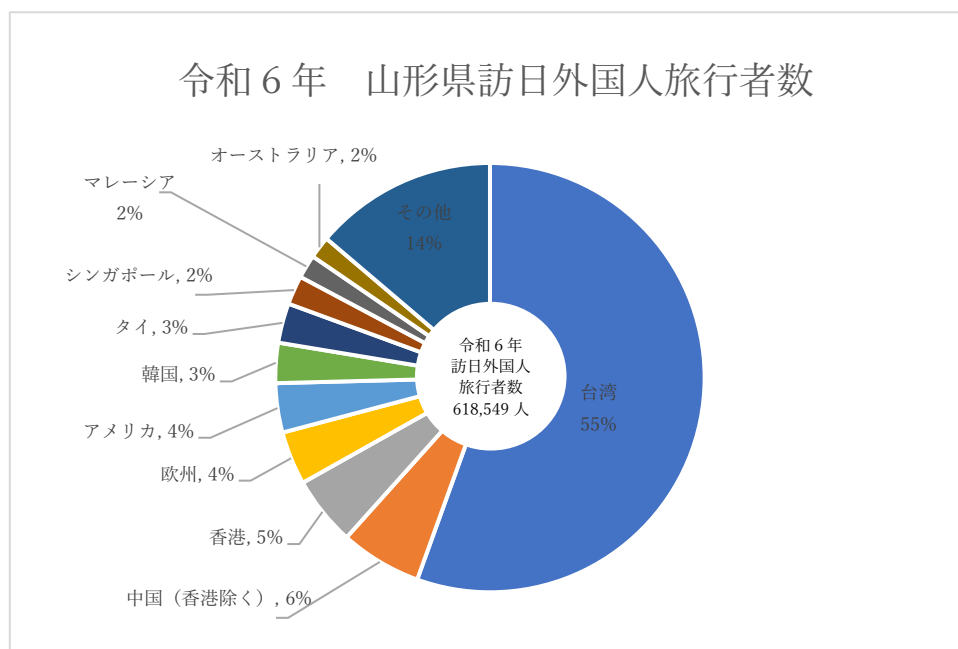
訪日外国人旅行者数は令和6年度において60万人を超えている状況であり、訪日外国人旅行消費額については139億円を超えている状況です。



出典：山形県観光者数調査（山形県観光文化スポーツ部）

③ 山形県の訪日外国人旅行者数（居住国別）

居住国別で見ると、台湾が最も多く、次いで、中国（香港を除く）、香港、欧州の順となっています。



出典：山形県観光者数調査（山形県観光文化スポーツ部）

(人)

居住国	人数
台湾	340,563
中国（香港除く）	37,643
香港	32,010
欧州	24,668
アメリカ	22,758
韓国	18,551
タイ	18,323
シンガポール	13,370
マレーシア	10,867
オーストラリア	10,241
その他	84,565
計	618,549

※ 上記の合計の値には国籍不明者が含まれるため、国・地域別の人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。

山形県の主なインバウンドターゲットである台湾からの旅行者が全体の半分を占めており、本市のメインターゲットとも合致する結果となっています。一方で、そうした台湾からの旅行者の主な目的地は、蔵王、銀山温泉、最上川舟下り、庄内地方等となっており、置賜への周遊は少ない状況です。

こうした状況から、今後とも置賜への周遊について県に働きかけるとともに、本市が独自にインバウンドプロモーションを行っていく必要があります。



米沢上杉まつり 川中島合戦での外国人参加者



上杉雪灯籠まつりでの雪灯籠製作体験

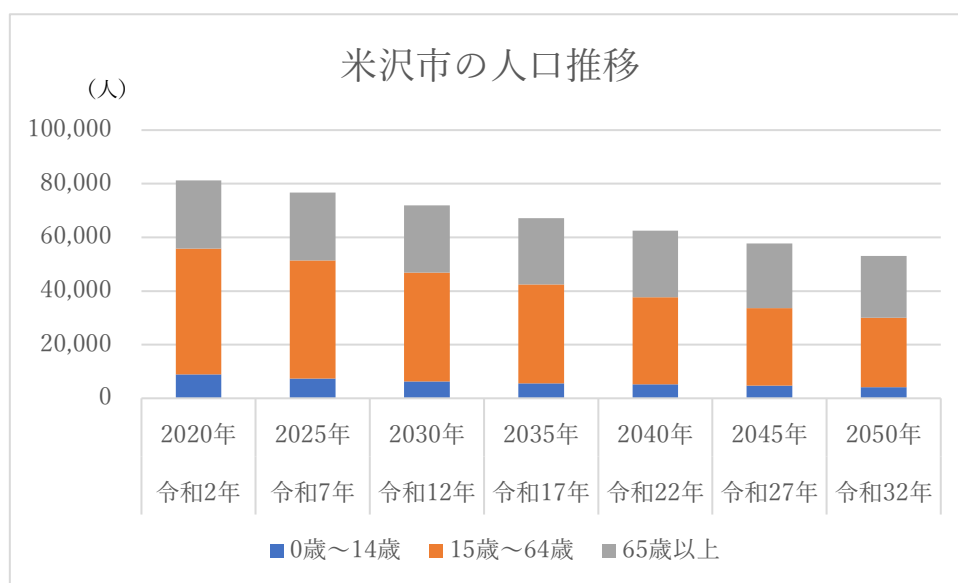


和庭での着付け体験

(3) 本市の状況

① 人口動向

本市の人口は急速に減少しており、国立社会保障・人口問題研究所（令和5年12月推計）による推計人口では、令和17（2035）年に67,000人程度、令和32（2050）年に53,000人程度になる見通しです。令和27（2045）年には高齢者人口が40%に達し、少子高齢化、人口減少がさらに進む見通しです。



(単位：人)

	2020年 令和2年	2025年 令和7年	2030年 令和12年	2035年 令和17年	2040年 令和22年	2045年 令和27年	2050年 令和32年
0歳～14歳	8,883	7,386	6,246	5,545	5,164	4,723	4,142
15歳～64歳	46,979	44,015	40,649	36,877	32,564	28,869	25,919
65歳以上	25,390	25,290	25,012	24,741	24,778	24,192	23,051
計	81,252	76,691	71,907	67,163	62,506	57,784	53,112

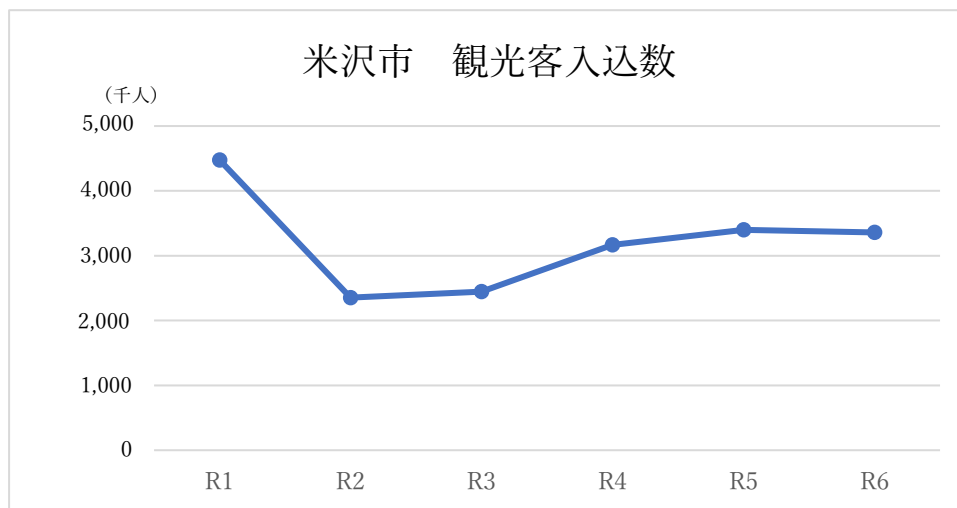
出典：国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口（令和5（2023）年推計）」

市内において、今後、人手不足や消費の減少による経済の縮小、事業者の承継者不足による廃業の増加といった問題が起きることが想定されます。こうした問題解決のためには、観光による交流人口の拡大による観光消費額の拡大が必要不可欠です。

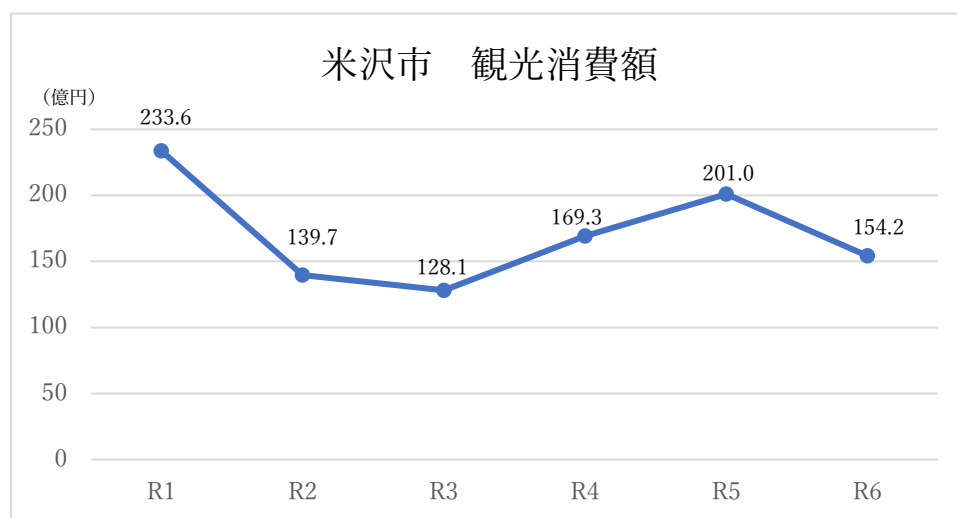
「稼ぐ力」を強く意識し、観光関連事業者及び団体等が連携して観光振興に力を入れることで、交流人口の拡大による経済活性化を図っていくことが重要です。

② 観光客入込数と観光消費額

本市の観光客入込数と観光消費額について、コロナ禍の影響により一時大幅に減少していましたが、現在では回復傾向にあります。令和6年度の観光客入込数については約336万人となり、観光消費額については約154億円となっています。



出典：米沢市観光課調査



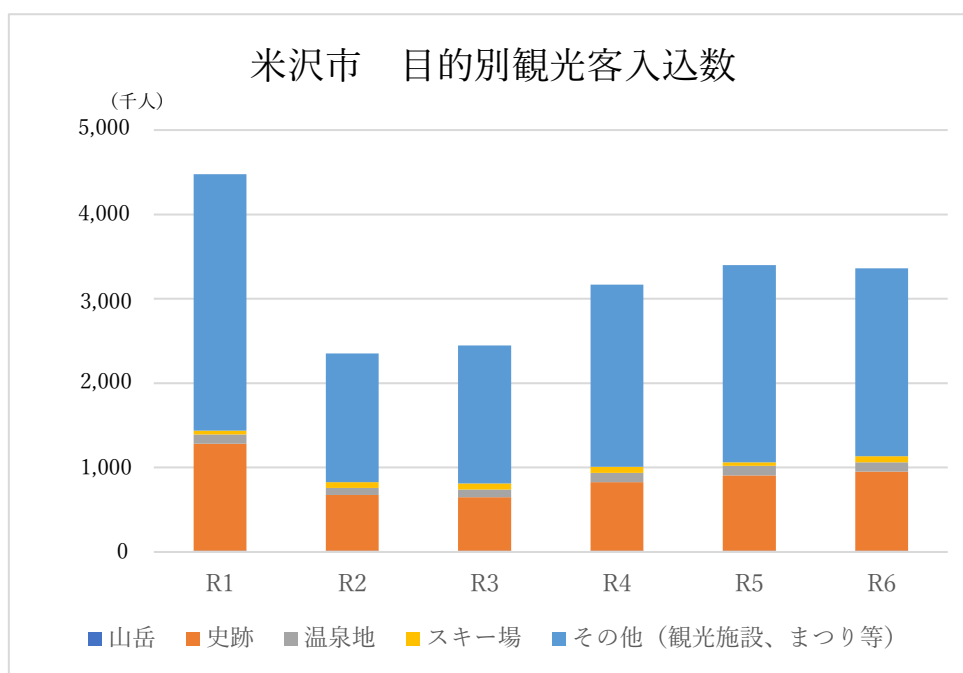
出典：米沢市観光課調査

今後、社会全体で人口が減少する見込みであること及び本市の立ち寄り施設や宿泊施設等のキャパシティをふまえると、観光入込客数の大幅な増加は見込めないものと考えられます。人口減少による国内旅行者の減少を補うためにも、旅行者一人当たりの消費額が大きいインバウンドの誘客を増加させていく取組が必要です。

また、観光消費額を増加させるため、各関係機関、事業者において商品及びサービス等の付加価値を高めていくという意識を持つことが重要です。

③ 目的別観光客入込数

本市では、「観光施設及びまつり等」への入込数が最も多くなっています。また、上杉文化エリアを始めとする「史跡」への入込数も多い状況です。その中で、令和元年度から令和6年度までの全体の観光客入込数のうち、道の駅米沢来場者数は約半数を占めている状況です。



(人) 出典：米沢市観光課調査

	R1	R2	R3	R4	R5	R6
山岳	14,427	13,890	13,674	15,479	14,740	15,001
史跡	1,268,786	660,683	636,057	813,091	892,467	938,042
温泉地	111,052	84,726	90,355	108,546	111,856	109,812
スキー場	45,084	66,898	71,773	71,500	43,300	71,200
その他 (観光施設、 まつり等)	3,037,400	1,527,800	1,635,523	2,157,688	2,336,930	2,227,117
計	4,476,749	2,353,997	2,447,382	3,166,304	3,399,293	3,361,172

道の駅米沢 観光客入込数

(人)

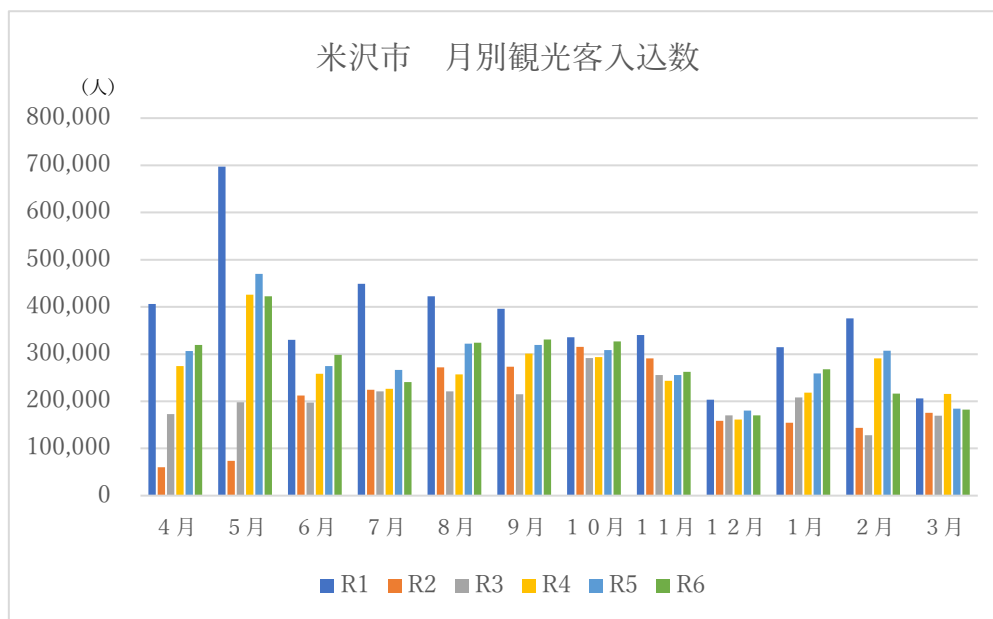
R1	R2	R3	R4	R5	R6
2,035,213	1,378,810	1,486,911	1,650,145	1,711,711	1,708,080

道の駅米沢の来訪者は、本市の観光客の約半数を占めています。同駅で配布している「まちナビカード」の取組を推進することで、来訪者を市内の飲食店や観光施設へ誘導し、観光消費額を増やすことができると考えられます。

④ 月別観光客入込数

本市では5月の入込客数が多く、上杉まつりの影響によるものと考えられます。また、紅葉シーズンとなる9月、10月についても入込客数が多い傾向となっています。

観光入込客数が減少する冬季観光の誘客拡大を図るため、雪への嗜好性が高い台湾等のインバウンド誘客を推進していく必要があります。



出典：米沢市観光課調査

	(人)												
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	計
R1	406,048	697,314	330,456	448,704	422,650	395,898	335,865	340,451	203,193	314,629	375,645	205,896	4,476,749
R2	59,961	73,722	212,334	224,574	271,983	273,171	314,954	290,718	158,664	154,402	143,754	175,760	2,353,997
R3	172,930	198,241	196,997	220,871	221,239	214,616	291,612	255,627	170,016	207,827	127,809	169,597	2,447,382
R4	274,318	426,059	258,068	226,672	256,789	301,155	293,240	243,226	161,500	218,397	291,044	215,836	3,166,304
R5	306,781	469,913	274,886	266,742	321,915	319,344	308,335	255,263	180,335	259,214	307,179	184,286	3,454,193
R6	319,024	422,194	298,580	240,555	324,155	330,983	326,847	262,658	169,829	268,039	215,907	182,401	3,361,172



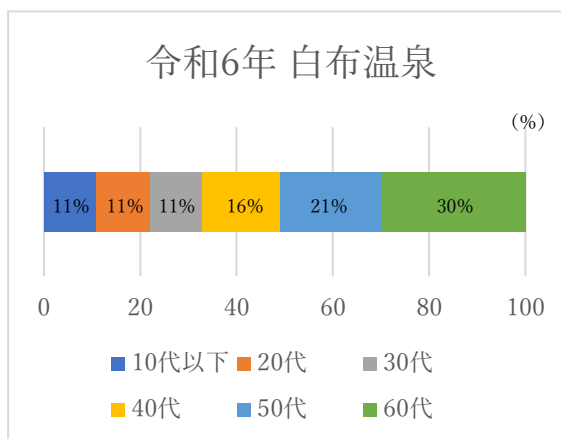
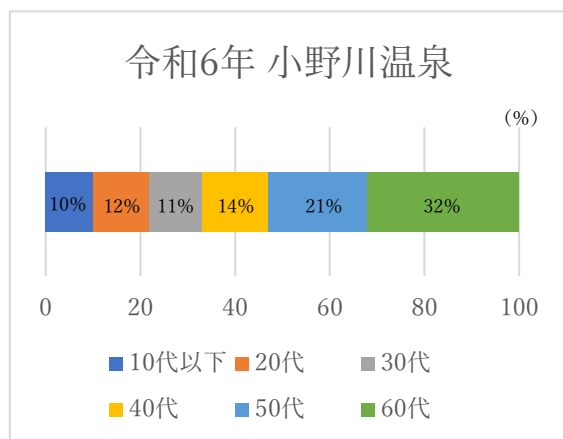
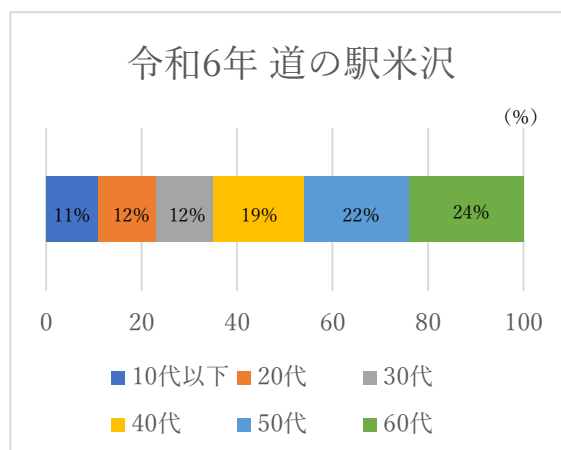
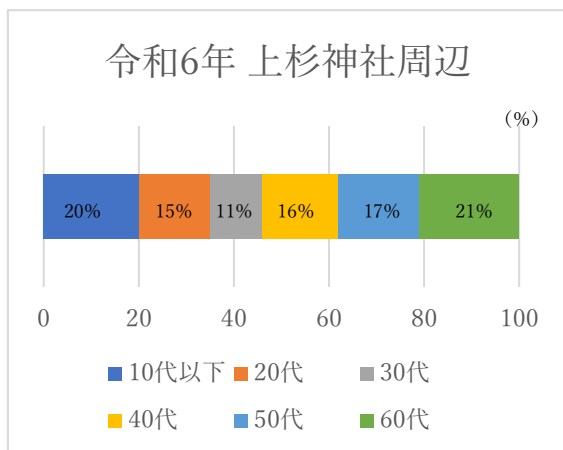
西吾妻山の紅葉



小野川温泉かまくら村

⑤ 本市の主要観光地の1日あたりの来訪者の年代別割合について

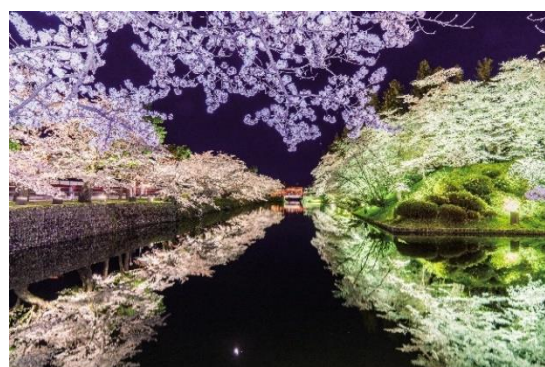
50代と60代の来訪者について、上杉神社と道の駅米沢は約4割を占めており、小野川温泉と白布温泉については約5割を占めています。



出典：マチレポ（株式会社 Agoop の位置情報ビッグデータ）



上杉神社

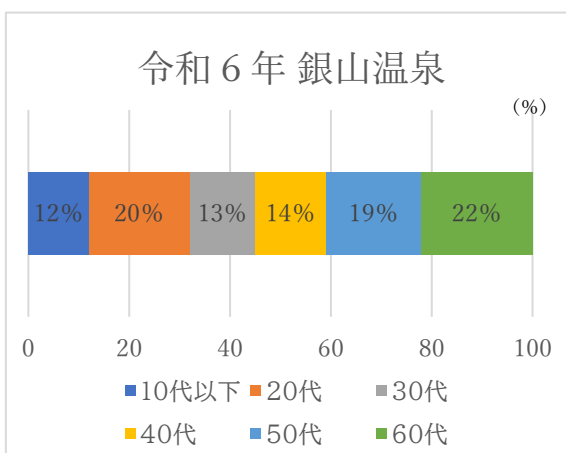
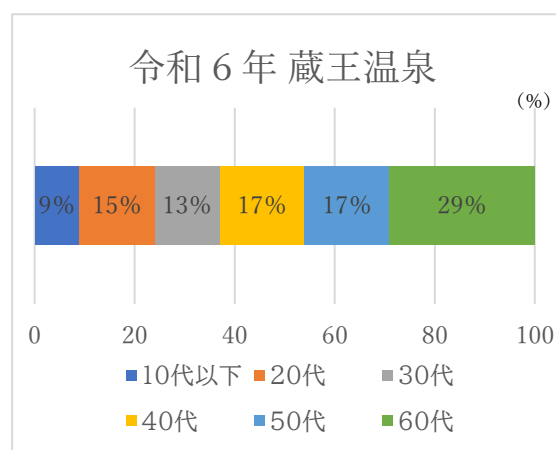
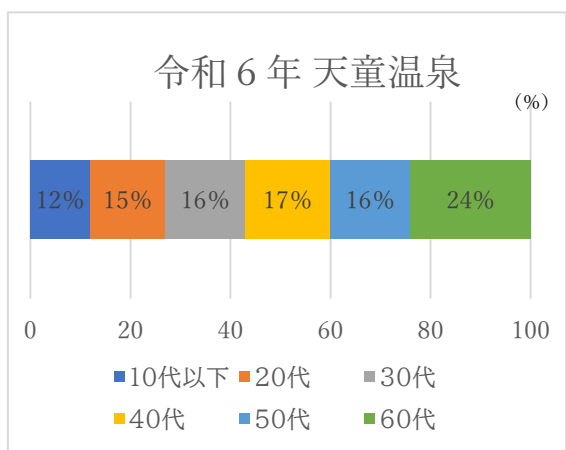
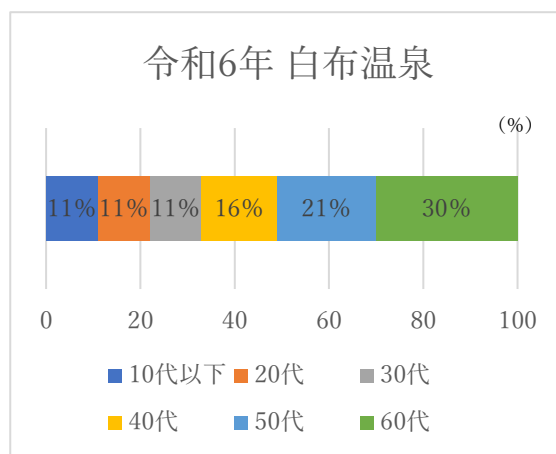
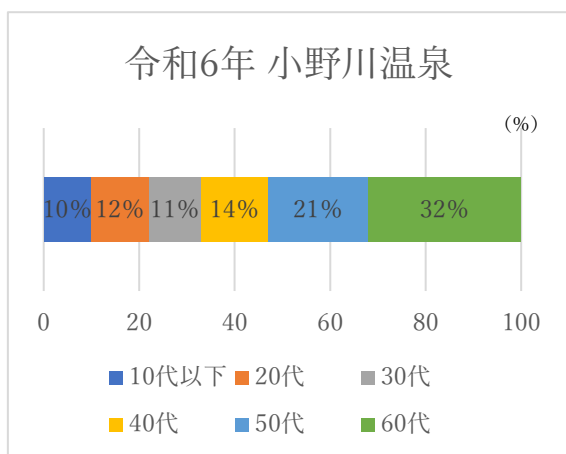


松が岬公園の桜

⑥ 本市の温泉地と山形県内主要温泉地との比較

- ・ 1日あたりの来訪者の年代別割合

小野川温泉と白布温泉については、他の温泉地と比べ、50代と60代の来訪者の割合が5割を超えている状況です。



出典：マチレポ（株式会社 Agoop の位置情報ビッグデータ）



白布温泉 湯車

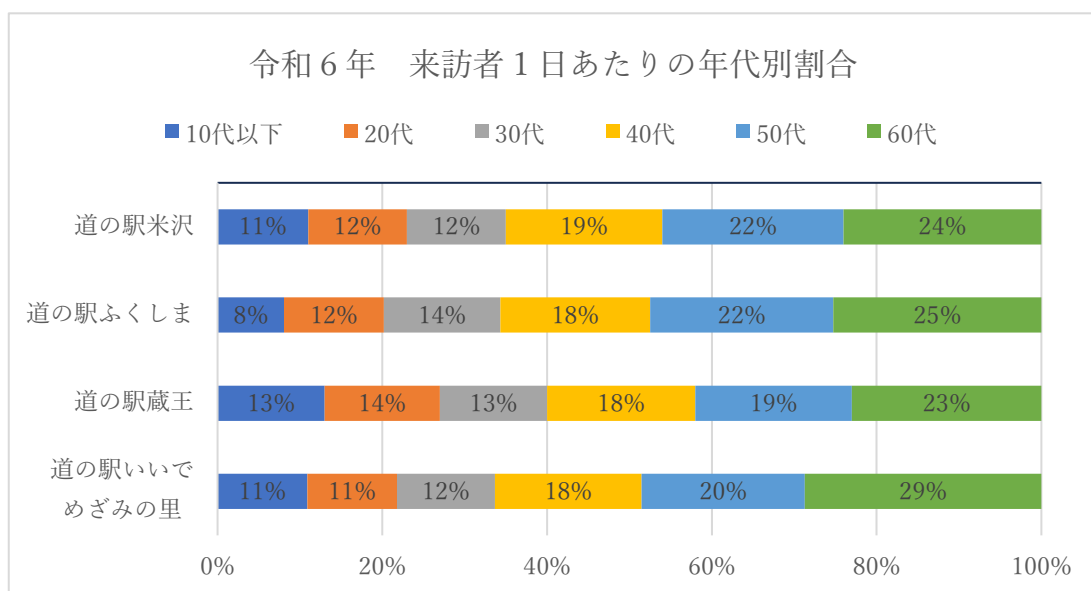
本市の主要観光地及び温泉地の来訪者は、50代以降の方が多い傾向となっており、これらの層をターゲットとしたプロモーションを行うことが有効と考えられます。

一方で、上杉神社周辺には各年代から来訪者があり、特に家族連れに対し本市のプロモーションを行うことで、将来のメインターゲットとなる年代に対する有効なアプローチとなるものと考えられます。

⑦ 道の駅米沢と近隣道の駅との比較

- ・ 来訪者1日あたりの年代別割合

道の駅米沢については、道の駅ふくしまと同じような来訪者年代別割合となっており、40代から60代までの割合が6割以上となっていますが、各道の駅について、データ上有意な差はみられませんでした。

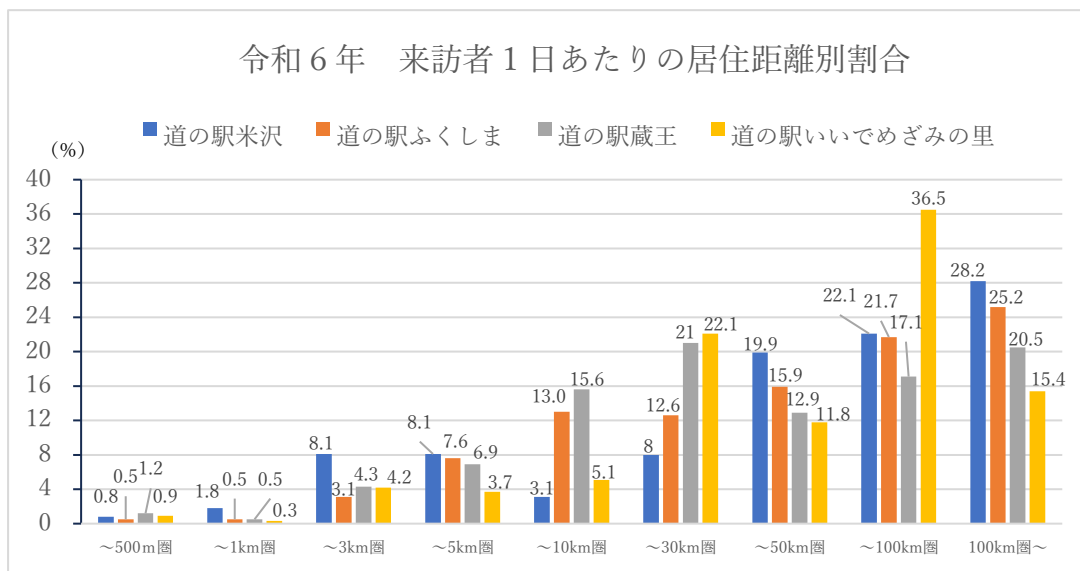


出典：マチレポ（株式会社 Agoop の位置情報ビッグデータ）



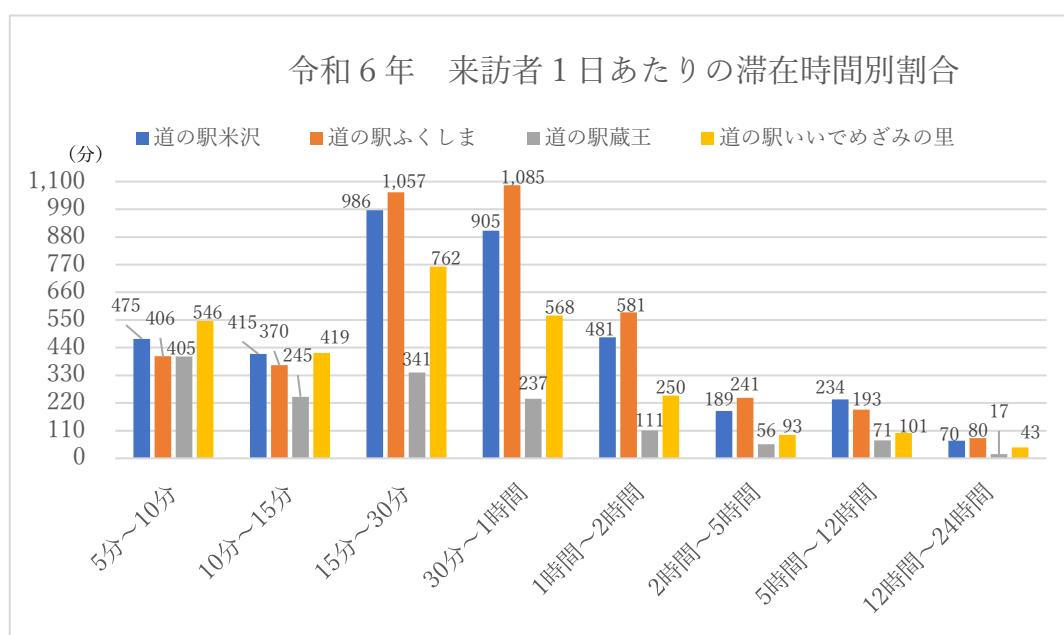
道の駅米沢

- ・ 来訪者1日あたりの居住距離別割合
道の駅米沢については、居住距離 100km 以上からの来訪者が最も多く、次いで、100km 圏内の割合、50km 圏内の割合の順となっている状況です。



出典：マチレポ（株式会社 Agoop の位置情報ビッグデータ）

- ・ 来訪者1日あたりの滞在時間別割合
道の駅米沢については、滞在時間 15分~30分の割合が最も多く、次いで 30分~1時間の割合、1時間~2時間の割合の順となっています。

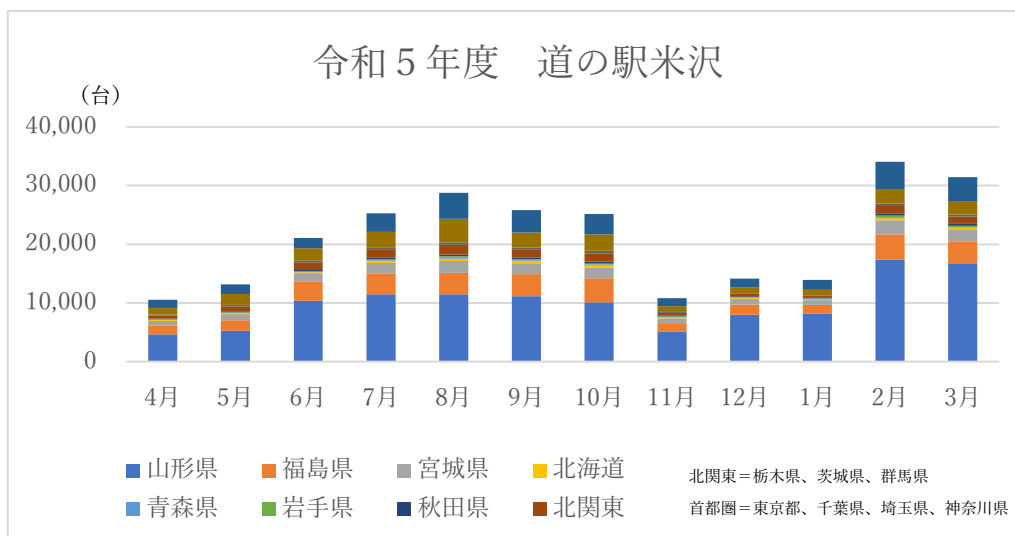


出典：マチレポ（株式会社 Agoop の位置情報ビッグデータ）

⑧ 本市の主要観光施設の出発地別来訪者数について

【 令和5年度 道の駅米沢 】

山形県を除くと、隣県である福島県及び宮城県からの来訪者は月平均で約 4,300 台となっており、北関東及び首都圏からの来訪者が月平均で約 3,000 台となっています。



令和5年度 道の駅米沢 (台)

出発地	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	計	割合	月平均
山形県	4,632	5,267	10,393	11,476	11,489	11,113	10,108	5,124	7,999	8,147	17,365	16,783	119,896	47.2%	9,991
福島県	1,518	1,809	3,196	3,503	3,612	3,797	4,060	1,439	1,711	1,494	4,310	3,612	34,061	13.4%	2,838
宮城県	770	989	1,481	1,830	2,037	1,868	1,865	812	967	846	2,386	2,027	17,878	7.0%	1,490
北海道	169	179	142	331	400	349	361	165	177	147	378	391	3,189	1.3%	266
青森県	43	65	67	117	165	136	132	46	47	45	188	108	1,159	0.5%	97
岩手県	74	102	126	168	262	228	192	94	86	59	264	227	1,882	0.7%	157
秋田県	128	170	224	275	255	262	291	136	138	113	401	419	2,812	1.1%	234
北関東	538	802	1,284	1,439	1,720	1,273	1,420	477	452	391	1,214	1,139	12,149	4.8%	1,012
新潟県	135	283	315	342	350	409	438	184	128	118	479	341	3,522	1.4%	294
首都圏	1,092	1,871	2,089	2,633	4,035	2,565	2,815	966	895	891	2,448	2,199	24,499	9.6%	2,042
その他	1,454	1,631	1,767	3,156	4,413	3,837	3,483	1,377	1,549	1,645	4,615	4,193	33,120	13.0%	2,760
計	10,553	13,168	21,084	25,270	28,738	25,837	25,165	10,820	14,149	13,896	34,048	31,439	254,167	100.0%	21,181

※ 令和6年度のデータについては欠測があるため令和5年度のデータを使用。

出典：米沢観光推進機構（自動ナンバープレート認識技術を活用した車両画像解析調査結果より）

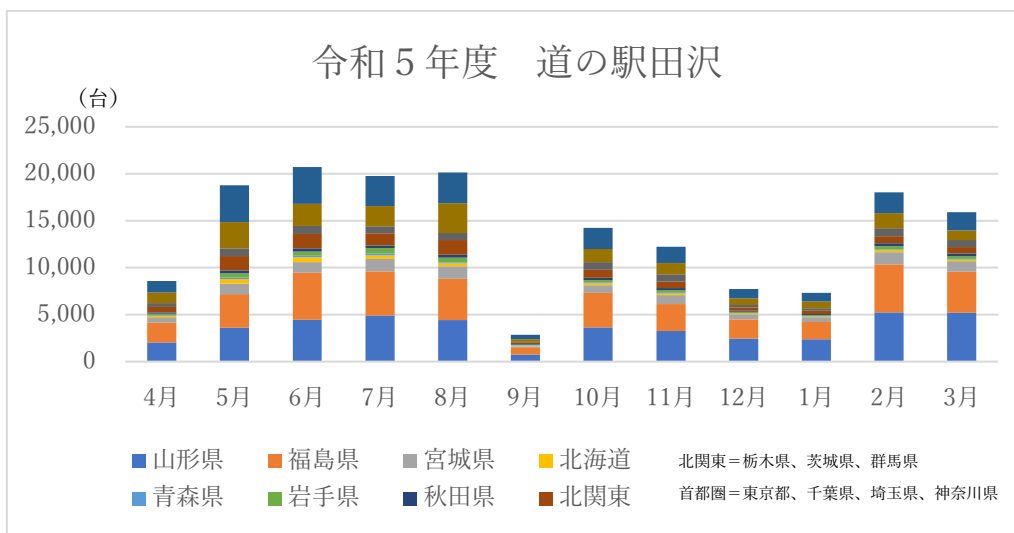
近隣の福島県や宮城県からの来訪者が多く、またリピーターも多いものと想定されます。観光案内所による情報発信により、2回目以降の市内における立ち寄りポイントを提案することで滞在時間並びに観光消費額の増加に繋がる可能性があります。

近隣道の駅と比較して、「100Km圏～」の来訪者が多く、その多くは北関東、首都圏からの来訪者となっていることから、こうした地域に対するプロモーションは今後も継続する必要があります。

道の駅米沢は山形県南のゲートウェイとして、山形県から県外に向かう方の立ち寄り地点でもあります。休憩やお土産の購入等の利便性を向上することで、このような方々の更なる誘客へ繋がるものと考察されます。

【 令和5年度 道の駅田沢 】

山形県を除くと、隣県である福島県からの来訪者は月平均で約 3,300 台となっており、首都圏からの来訪者が月平均で約 1,500 台、宮城県からの来訪者が月平均で約 900 台となっています。



令和5年度 道の駅田沢 (台)

出発地	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	計	割合	月平均
山形県	2,020	3,600	4,462	4,901	4,416	754	3,644	3,274	2,444	2,370	5,247	5,196	42,328	25.4%	3,527
福島県	2,131	3,594	4,994	4,690	4,415	707	3,682	2,841	2,035	1,839	5,091	4,372	40,391	24.3%	3,366
宮城県	589	1,115	1,149	1,329	1,304	175	822	963	570	508	1,303	1,119	10,946	6.6%	912
北海道	141	483	489	385	321	50	212	169	93	72	203	186	2,804	1.7%	234
青森県	65	178	166	211	116	33	91	86	30	41	91	62	1,170	0.7%	98
岩手県	155	427	462	572	506	68	232	246	121	129	377	291	3,586	2.2%	299
秋田県	126	321	328	274	300	63	236	240	132	102	281	274	2,677	1.6%	223
北関東	582	1,540	1,553	1,293	1,562	154	866	701	332	357	767	690	10,397	6.3%	866
新潟県	412	805	838	748	746	112	799	766	283	265	841	744	7,359	4.4%	613
首都圏	1,136	2,801	2,372	2,145	3,188	254	1,398	1,198	689	729	1,619	1,044	18,573	11.2%	1,548
その他	1,240	3,899	3,921	3,227	3,251	488	2,273	1,743	1,017	919	2,196	1,929	26,103	15.7%	2,175
計	8,597	18,763	20,734	19,775	20,125	2,858	14,255	12,227	7,746	7,331	18,016	15,907	166,334	100.0%	13,861

※ 令和6年度のデータについては欠測があるため令和5年度のデータを使用。

出典：米沢観光推進機構（自動ナンバープレート認識技術を活用した車両画像解析調査結果より）

福島県については主に会津地方からの来訪者が多いものと推測されます。

宮城県からの来訪者数は月平均 900 台であることから、宮城県から会津地方へ向かう際の立ち寄り地点となっていることが想定されます。こうした方々に対して、道の駅田沢において市内観光スポットの提案や観光周遊ルートの造成といった施策を立案することが有効だと考えられます。



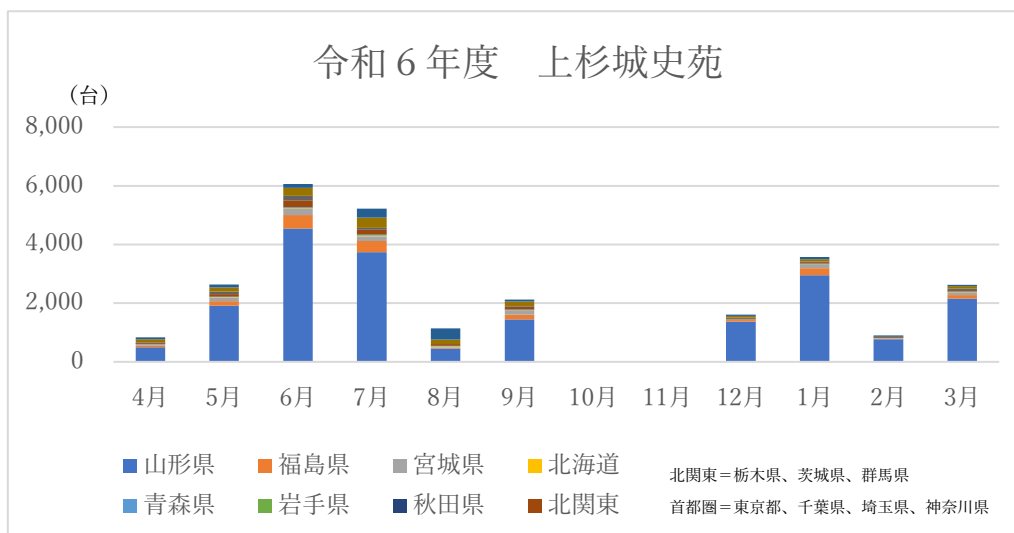
道の駅田沢 なごみの郷



草木塔

【 令和6年度 上杉城史苑 】

山形県を除くと、隣県である福島県及び宮城県からの来訪者は月平均で約 250 台となっており、首都圏からの来訪者は月平均で約 140 台となっています。



令和6年度 上杉城史苑

(台)

出発地	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	計	割合	月平均
山形県	495	1,916	4,547	3,740	456	1,448			1,372	2,957	769	2,155	19,855	74.3%	1,986
福島県	62	155	461	379	24	164			49	237	24	117	1,672	6.3%	167
宮城県	49	132	207	148	17	154			34	126	20	105	992	3.7%	99
北海道	1	5	15	19	27	3			4	1	7	7	89	0.3%	9
青森県	3	16	22	22	11	2			2	10	0	17	105	0.4%	11
岩手県	3	8	15	20	19	18			1	10	1	9	104	0.4%	10
秋田県	1	1	7	10	1	7			6	13	3	7	56	0.2%	6
北関東	40	78	226	162	54	83			26	45	18	38	770	2.9%	77
新潟県	21	82	156	69	0	29			18	27	3	43	448	1.7%	45
首都圏	97	146	274	349	153	150			53	74	17	81	1,394	5.2%	139
その他	62	95	128	300	381	61			47	74	40	50	1,238	4.6%	124
計	834	2,634	6,058	5,218	1,143	2,119	0	0	1,612	3,574	902	2,629	26,723	100.0%	2,672

※ 10月、11月については機器の不具合により欠測

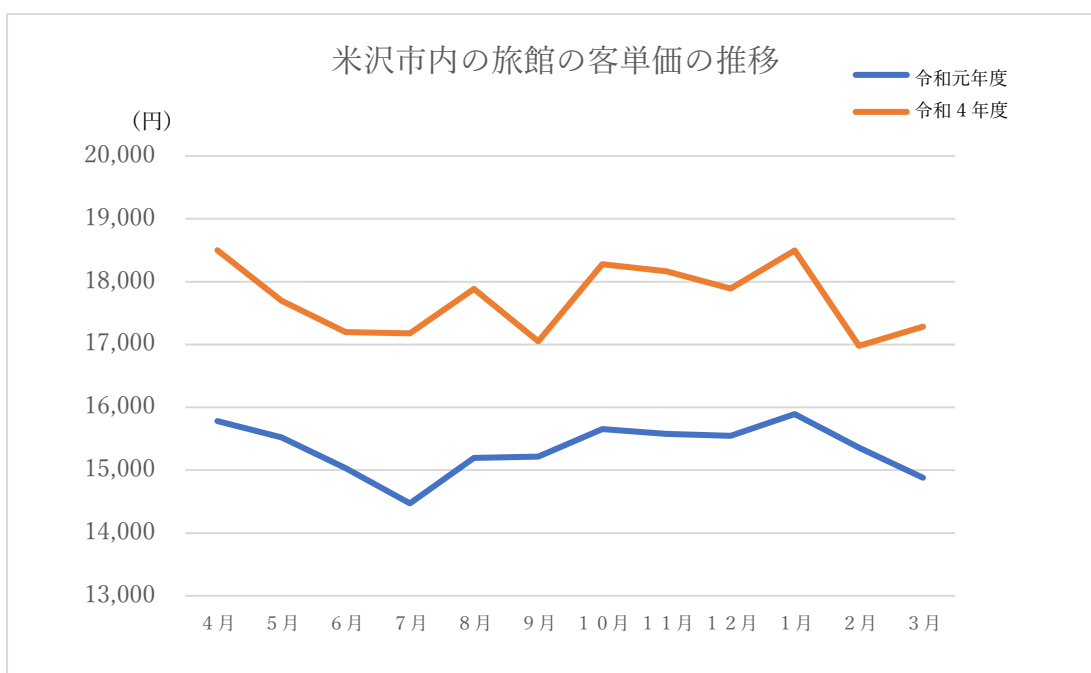
出典：米沢観光推進機構（自動ナンバープレート認識技術を活用した車両画像解析調査結果より）

山形県の割合が74.3%となっています。隣県やその他の地域からの来訪者を増加させるために、引き続き、道の駅米沢への来訪者を、上杉神社周辺エリアを始めとしたまちなかへ誘導させる施策を推進する必要があります。

⑨ 本市の旅館の客単価と部屋単価

- 客単価の推移

令和元年度に比べて令和4年度については客単価が全ての月で上がっており、4月の客単価が最も高い状況です。また、9月と2月以外については2,000円以上単価が上がっています。

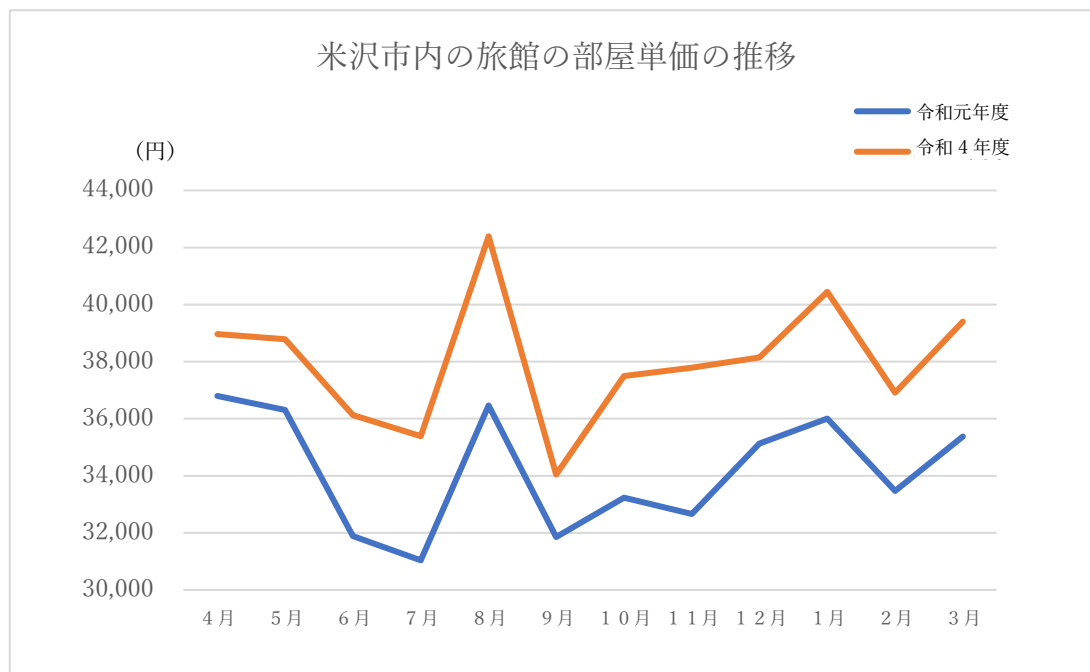


		(円)											
		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
令和元年度		15,780	15,519	15,033	14,471	15,193	15,215	15,653	15,578	15,546	15,893	15,359	14,879
令和4年度		18,501	17,699	17,200	17,180	17,886	17,051	18,278	18,165	17,892	18,498	16,979	17,284
差額		2,721	2,180	2,167	2,709	2,693	1,836	2,625	2,587	2,346	2,605	1,620	2,405

出典：米沢観光推進機構（じゃらん net 予約実績より）

・ 部屋単価の推移

部屋単価についても、令和元年度に比べて令和4年度については全ての月で単価が上がっており、8月の単価が最も高い状況です。また、4月、5月、9月以外については3,000円以上単価が上がっており、8月は約5,900円の上昇となっています。



(円)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
令和元年度	36,797	36,308	31,883	31,038	36,470	31,852	33,232	32,658	35,134	36,008	33,474	35,379
令和4年度	38,970	38,789	36,126	35,388	42,392	34,043	37,492	37,793	38,146	40,447	36,914	39,401
差額	2,173	2,481	4,243	4,350	5,922	2,191	4,260	5,135	3,012	4,439	3,440	4,022

出典：米沢観光推進機構（じゃらん net 予約実績より）

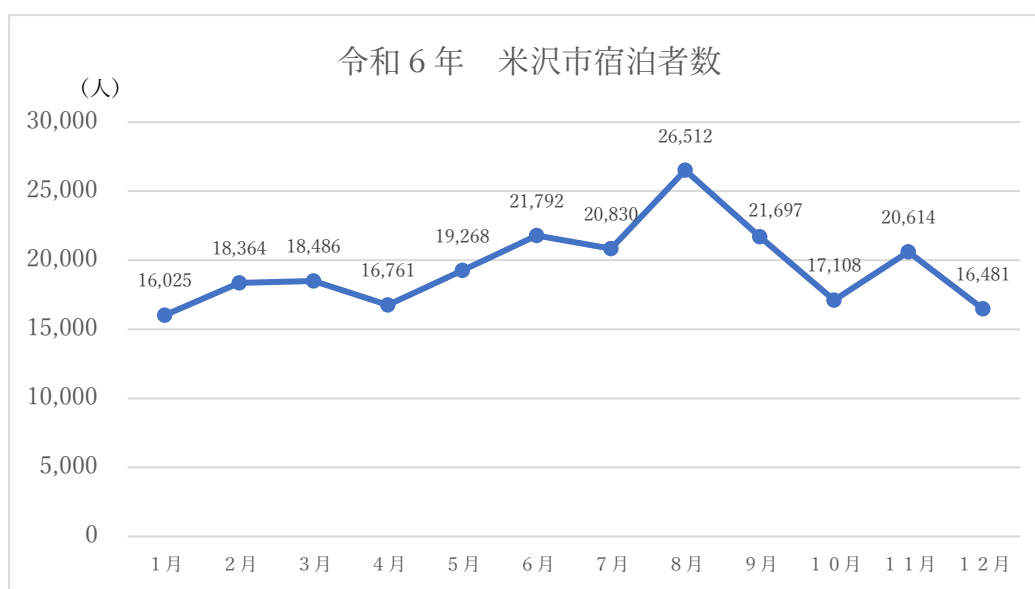
客単価と部屋単価の上昇の主因は、コロナ禍以降の物価高騰や人件費高騰によるコストプッシュ型のものであり、観光消費額の増加には繋がるものの、地域経済の拡大には直接の寄与は薄いものと考えられます。

地域経済の拡大を目指すために、宿泊施設の高付加価値化や、付加価値の高い旅行商品の造成による旅行者の需要増加を起点とした単価の上昇（デマンドプル型）を目指していく必要があります。

⑩ 本市の宿泊者の状況

- 令和6年の宿泊者数

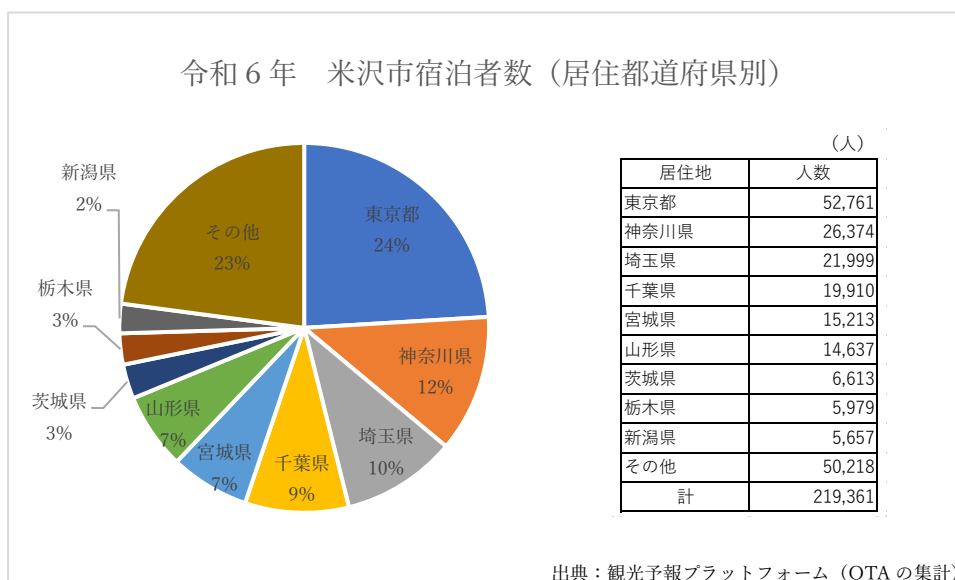
年間の合計は 233,938 人（OTA¹⁹ の集計による。）となっており、8月が最も多く、1月、4月、10月、12月が少ない傾向にあります。



出典：観光予報プラットフォーム（OTA の集計）

- 令和6年の本市の宿泊者数（居住都道府県別）

東京都が最も多く、次いで、神奈川県、埼玉県、千葉県の間となっています。



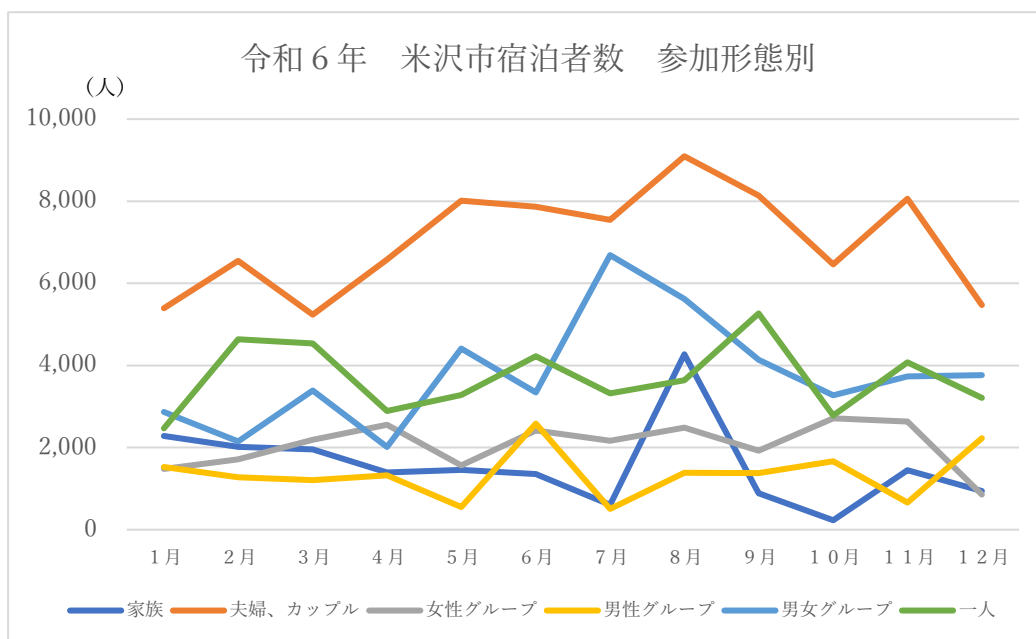
出典：観光予報プラットフォーム（OTA の集計）

※ ⑩本市の宿泊者の状況における各グラフの年計の値について、統計データ算出方法の違いにより各数値が一致しない。

19 OTA：Online Travel Agent（オンライン・トラベル・エージェント）の略で、インターネット上で取引を行う旅行会社のこと。

・ 令和6年の宿泊者数（参加形態別）

参加形態別で見ると、全ての月において「夫婦・カップル」が最も多い状況であり、8月が最も多くなっています。また、7月においては「男女グループ」が多い傾向にあり、2月、3月、9月においては「一人」が多い傾向にあります。



令和6年 米沢市宿泊者数（参加形態別）

(人)

	家族	夫婦、カップル	女性グループ	男性グループ	男女グループ	一人	計	月平均
1月	2,285	5,390	1,479	1,524	2,868	2,468	16,014	1,335
2月	2,020	6,549	1,713	1,275	2,152	4,639	18,348	1,529
3月	1,953	5,236	2,186	1,210	3,387	4,532	18,504	1,542
4月	1,394	6,579	2,554	1,326	2,015	2,890	16,758	1,397
5月	1,453	8,014	1,567	551	4,414	3,279	19,278	1,607
6月	1,353	7,868	2,412	2,584	3,341	4,226	21,784	1,815
7月	603	7,545	2,165	505	6,687	3,318	20,823	1,735
8月	4,272	9,095	2,489	1,385	5,617	3,642	26,500	2,208
9月	886	8,135	1,926	1,375	4,136	5,266	21,724	1,810
10月	229	6,462	2,712	1,663	3,271	2,779	17,116	1,426
11月	1,446	8,057	2,630	658	3,730	4,076	20,597	1,716
12月	941	5,472	855	2,224	3,765	3,214	16,471	1,373
計	18,835	84,402	24,688	16,280	45,383	44,329	233,917	19,493

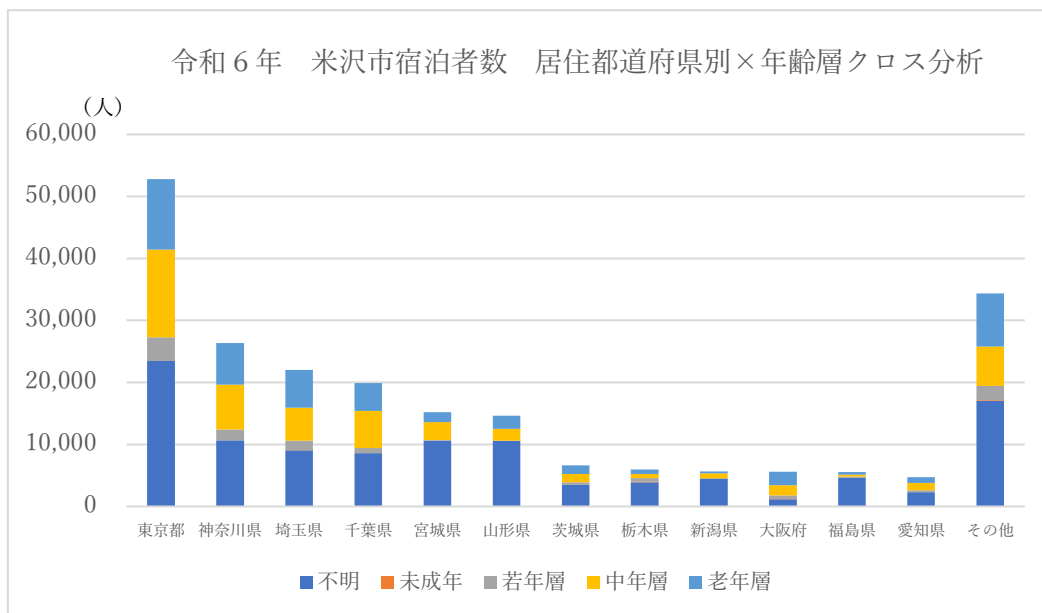
家族は小人を含む。カップルは男女2人かつ13歳以上。

出典：観光予報プラットフォーム（OTAの集計）

男女グループは男女合計3人以上かつ13歳以上。

・ 令和6年の宿泊者数（居住都道府県別×年齢層クロス分析）

不明を除くと、東京都の中年層が最も多く、東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県といった首都圏からの中年層、老年層の来訪者が多い状況です。また、その他の地域においても、中年層、老年層の来訪者が多い状況です。



令和6年 米沢市宿泊者数（参加形態別）

(人)

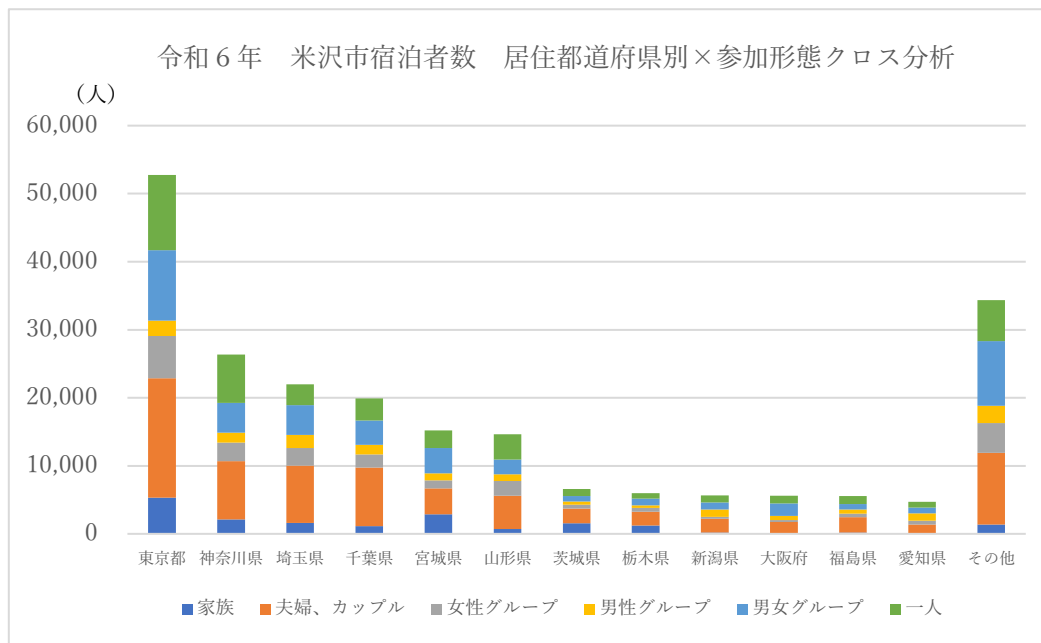
	不明	未成年	若年層	中年層	老年層	計	月平均
東京都	23,477	0	3,808	14,162	11,326	52,773	4,398
神奈川県	10,650	0	1,744	7,241	6,734	26,369	2,197
埼玉県	9,042	39	1,539	5,289	6,089	21,998	1,833
千葉県	8,586	0	861	5,979	4,487	19,913	1,659
宮城県	10,593	0	127	2,883	1,612	15,215	1,268
山形県	10,555	0	34	1,940	2,108	14,637	1,220
茨城県	3,479	0	438	1,305	1,391	6,613	551
栃木県	3,910	88	576	678	727	5,979	498
新潟県	4,535	0	0	819	303	5,657	471
大阪府	1,163	39	602	1,655	2,135	5,594	466
福島県	4,648	0	184	296	434	5,562	464
愛知県	2,326	0	269	1,211	909	4,715	393
その他	17,087	65	2,292	6,320	8,583	34,347	2,862
計	110,051	231	12,474	49,778	46,838	219,372	18,281

未成年は19歳以下。若年層は20歳～39歳。中年層は40歳～59歳。
老年層は60歳以上。

出典：観光予報プラットフォーム（OTAの集計）

・ 令和6年の宿泊者数（居住都道府県別×参加形態クロス分析）

東京都の「夫婦・カップル」が最も多く、次いで「男女グループ」「一人」の順で多い状況となっています。また、神奈川県、埼玉県、千葉県といった首都圏やその他の地域からの「夫婦・カップル」も多い状況にあり、その他の地域からの「男女グループ」も多い傾向にあります。



令和6年 米沢市宿泊者数（参加形態別）

(人)

	家族	夫婦、カップル	女性グループ	男性グループ	男女グループ	一人	計	月平均
東京都	5,308	17,574	6,182	2,274	10,376	11,059	52,773	4,398
神奈川県	2,101	8,562	2,739	1,494	4,338	7,136	26,370	2,198
埼玉県	1,605	8,410	2,584	1,954	4,353	3,091	21,997	1,833
千葉県	1,117	8,620	1,933	1,422	3,582	3,242	19,916	1,660
宮城県	2,863	3,835	1,163	1,026	3,749	2,580	15,216	1,268
山形県	727	4,868	2,165	1,009	2,173	3,696	14,638	1,220
茨城県	1,564	2,143	588	482	776	1,060	6,613	551
栃木県	1,222	2,027	553	402	973	801	5,978	498
新潟県	176	2,031	293	1,060	1,063	1,036	5,659	472
大阪府	0	1,725	292	606	1,855	1,116	5,594	466
福島県	179	2,268	511	627	782	1,195	5,562	464
愛知県	0	1,373	581	1,058	830	873	4,715	393
その他	1,356	10,554	4,393	2,525	9,508	6,011	34,347	2,862
計	18,218	73,990	23,977	15,939	44,358	42,896	219,378	18,282

家族は小人を含む。カップルは男女2人かつ13歳以上。

出典：観光予報プラットフォーム（OTAの集計）

男女グループは男女合計3人以上かつ13歳以上。

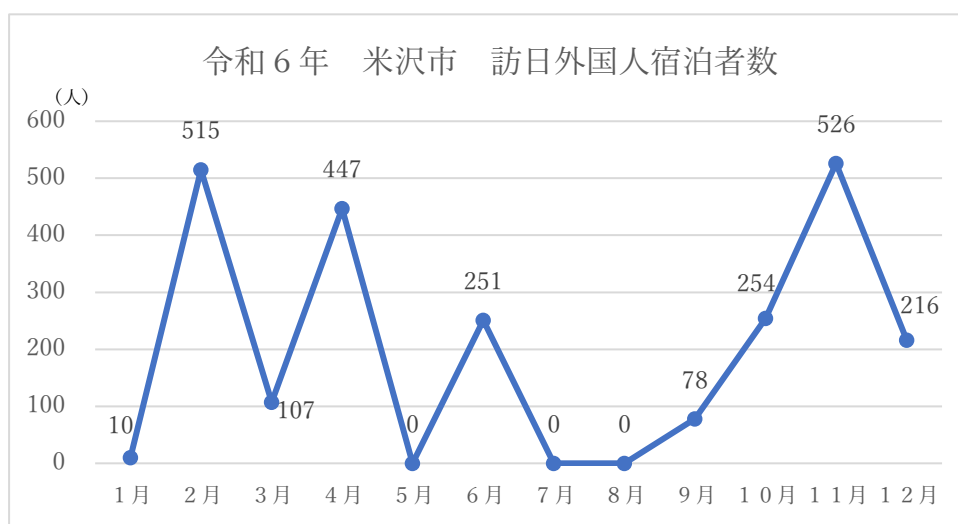
それぞれの宿泊者数データより、「8月・首都圏・夫婦」の利用者については帰省客が多いものと考えられ、「首都圏、1人利用」についてはビジネス客であることが想定

されます。こうした首都圏からの旅行者はその大部分が JR 利用であることから、その発着地となる JR 米沢駅での情報発信やデータ取得は有効だと考えられます。

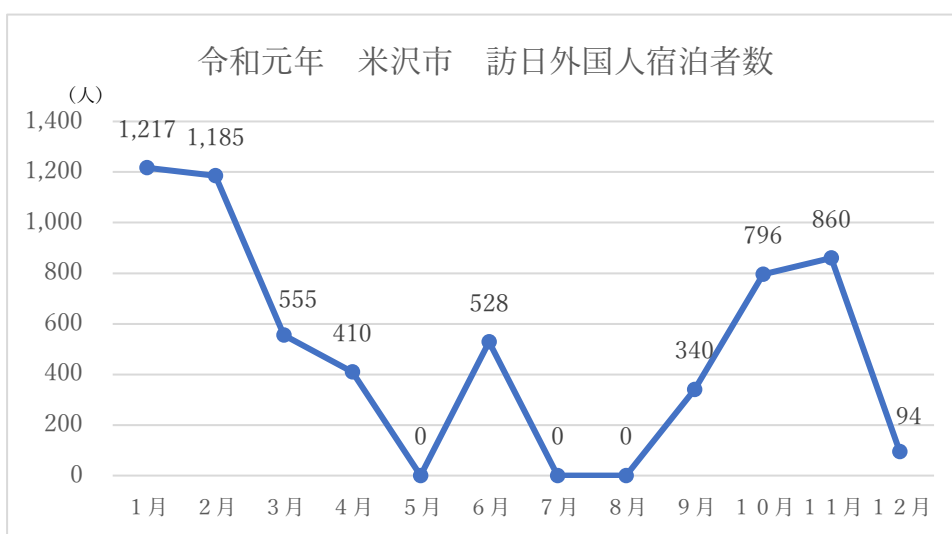
一方、近隣県からの来訪者においては、宿泊せずに日帰りで帰る通過型観光となっていることが想定され、こうした方々への宿泊を伴う体験型商品造成とプロモーションも重要と思われます。

⑪ 本市の訪日外国人宿泊者数

令和6年の年間の合計は2,404人となっています。11月が最も多く、次いで、2月、4月となっています。令和元年の値と比較すると、令和元年の年間の合計は5,985人となっており、約3,600人の減となっています。また、令和元年においては、1月が最も多く、次いで、2月、11月の順となっています。



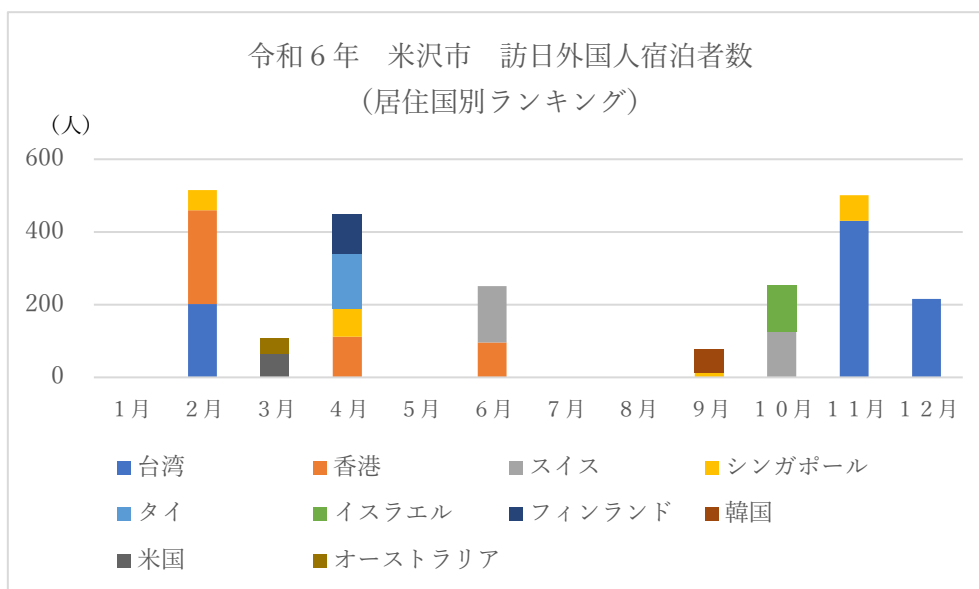
【参考 令和元年 米沢市訪日外国人宿泊者数】



出典：観光予報プラットフォーム（OTAの集計）

⑫ 本市の訪日外国人宿泊者数（居住国別ランキング）

台湾からの来訪者が最も多く、次いで、香港、スイスとなっています。台湾からの来訪者は11月が最も多く、次いで、12月、2月の順となっています。

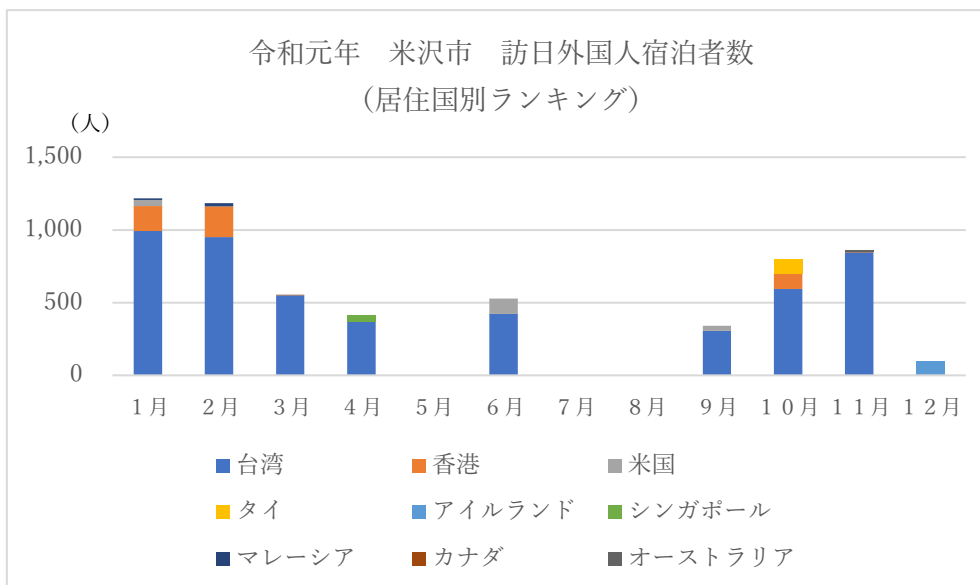


令和6年 米沢市訪日外国人宿泊者数（居住国別ランキング） (人)

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	計
台湾	0	202	0	0	0	0	0	0	0	0	431	216	849
香港	0	258	0	112	0	96	0	0	0	0	0	0	466
スイス	0	0	0	0	0	155	0	0	0	127	0	0	282
シンガポール	0	55	0	78	0	0	0	0	13	0	70	0	216
タイ	0	0	0	150	0	0	0	0	0	0	0	0	150
イスラエル	0	0	0	0	0	0	0	0	0	127	0	0	127
フィンランド	0	0	0	107	0	0	0	0	0	0	0	0	107
韓国	0	0	0	0	0	0	0	0	65	0	0	0	65
米国	0	0	65	0	0	0	0	0	0	0	0	0	65
オーストラリア	0	0	42	0	0	0	0	0	0	0	0	0	42
計	0	515	107	447	0	251	0	0	78	254	501	216	2,369

出典：観光予報プラットフォーム（OTAの集計）

【参考 令和元年 米沢市訪日外国人宿泊者数（居住国別ランキング）】



令和元年 米沢市訪日外国人宿泊者数（居住国別ランキング） (人)

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	計
台湾	993	950	550	367	0	422	0	0	306	595	846	0	5,029
香港	172	212	0	0	0	0	0	0	0	102	0	0	486
米国	42	0	0	0	0	106	0	0	34	0	0	0	182
タイ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	99	0	0	99
アイルランド	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	94	94
シンガポール	0	0	0	43	0	0	0	0	0	0	0	0	43
マレーシア	10	23	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	33
カナダ	0	0	5	0	0	0	0	0	0	0	6	0	11
オーストラリア	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8	0	8
計	1,217	1,185	555	410	0	528	0	0	340	796	860	94	5,985

出典：観光予報プラットフォーム（OTAの集計）

令和元年の値と比較すると、約3,600人の減となっており、台湾からの来訪者が大幅に減となっています。また、令和元年及び令和6年ともに、5月、7月、8月は0人となっていますが、冬季における台湾からの来訪、宿泊が多く、春節と併せて、本市の温泉や雪といった観光資源が嗜好されていることが伺えます。

これまで築いてきた台湾との関係性を生かし、現地の旅行代理店と連携しながら台湾でのプロモーションを継続し、台湾から本市への送客を強化していく必要があります。

第3章 本市の目指す姿と目標

本計画は、「米沢市まちづくり総合計画 2026（令和8）年度－2035（令和17）年度」の方針の理念や施策の方向性を踏まえ、4つの基本方針を設定し、具体的な取組として12項目の戦略プロジェクトを策定します。

1 本市の観光の目指す姿

多彩な観光資源の魅力や本市ならではの価値が国内外に広まり、観光客がもっと居たくなる、また来たくなるまち

2 目指す姿（将来像・なるべき姿）の実現に向けた施策体系

基本方針	戦略プロジェクト
(1) 選ばれ続ける持続可能な観光魅力づくり	①地域資源を生かした高付加価値での長い滞在を促す観光コンテンツ創出と磨き上げ
	②多様な主体による観光資源を活用した新たな観光魅力づくり
	③持続可能な観光地づくりに向けた取組
(2) 魅力あふれる情報発信と戦略的な誘客施策の展開	①観光DXを基盤とした戦略的なマーケティングに基づく国内外に向けたプロモーションの展開
	②地域ブランディング向上による誘客促進
	③広域連携による観光魅力づくりと本市への誘客拡大
(3) ホスピタリティの深化と居心地の良い観光空間の創出	①観光人材の育成と地域ホスピタリティの向上
	②観光関連施設の安心・安全確保と観光客受入体制の整備
	③米沢市版DMOによる観光推進体制の強化
(4) 観光振興と市民生活のしあわせ向上循環	①市民生活と観光の調和の推進
	②観光をフックにした関係人口の拡大
	③市民の豊かさに繋がる地域交通基盤の整備と連携推進

3 本計画における重点的視点

(1) 地域資源を活用した滞在時間の長期化を図る滞在型観光の推進

観光消費額拡大を図るためには、観光客の本市での滞在時間を伸ばすことが重要です。本市の特徴的な地域資源である「米沢八湯」を活用し宿泊者数の増加を目指します。温泉を活用した観光コンテンツの造成を行い、宿泊需要の創出と本市全体での滞在時間の長期化による観光消費額の増加を図っていきます。

また、文化・スポーツ分野との連携を強化することにより、地域資源の磨き上げの一層の促進を図り、交流人口の拡大と賑わいの創出につなげます。

さらに、国外メディア等において山形県への注目が高まり、国際的な認知度が向上していることから、この機会を最大限に生かすため、関係機関と連携してインバウンド受入体制の整備を推進します。

(2) (仮称)「上杉謙信公生誕 500 年プロジェクト」に向けた受入体制強化と観光消費額の拡大

令和 12 年の上杉謙信公生誕 500 年という節目を地域活性化の好機と捉え、機運の醸成、記念イベントの実施、上杉文化エリアの整備等に取り組めます。また、上越市など上杉家ゆかりの都市との連携により、歴史・文化を生かした観光振興に取り組み、誘客と観光消費額の拡大を図ります。

(3) 戦略的なマーケティングに基づく国内外の細やかなターゲット層への情報発信

宿泊や交通等の統計データを活用し、ターゲット層を細かく設定した効果予測性の高いプロモーションを展開します。また、戦略的なマーケティングにより、インバウンドを含めた情報の受け手側のニーズに応じた最適な媒体と手法を用いた情報発信を行っていきます。

(4) 米沢市版 DMO による観光推進体制の整備

従来の観光協会や行政の枠組みを超え、地域全体を一つの事業体として捉えて観光地を運営するため、米沢市版 DMO による観光推進体制の整備に取り組めます。効率的な観光地運営を図る目的で、各観光関連団体の業務を整理、統合し、観光コンテンツの企画から実施、効果検証までを一貫して米沢市版 DMO での合意形成のもとスピード感を持って行えるよう、実効性の高い体制を構築します。

4 数値目標

本市観光の目指す姿の実現に関する数値目標は次のとおりです。

(1) 観光入込客数

本市の観光振興の成果を測る指標となる観光入込客数については、令和12年度の目標人数を3,672千人とし、令和6年度から約31万人の増加を目指します。

(単位：千人)

R6 基準	R7	R8	R9	R10	R11	R12
3,361	3,411	3,462	3,513	3,565	3,618	3,672

(2) 観光消費額

本市の観光施策による経済効果を測る目安である観光消費額については、令和12年の目標金額を23,192百万円とし、基準値となる令和5年の観光消費額から約30億円の増加を目指します。

(単位：百万円)

R5 基準	R7	R8	R9	R10	R11	R12
20,194	21,008	21,428	21,856	22,293	22,738	23,192

(参考 R6：15,425百万円 ※)

※ 本市の観光消費額は、毎年、山形県が公表する観光消費額単価を用いて算出しています。本市の観光消費額の算出根拠としている山形県の令和6年の観光消費額単価について令和5年より大幅に下落したことを受けて、令和6年の本市の観光消費額も大幅に下落していることから、令和5年の観光消費額を基準値としています。なお、本計画は、米沢市まちづくり総合計画「よねざわ しあわせ ビジョン 2035」(計画期間 R8～R17)を上位計画と位置づけていることから、本計画における数値目標は米沢市まちづくり総合計画の設定値と同一としています。

5 計画推進の役割

本計画を推進していくためには、市民、観光関連事業者、観光関連団体・DMO、行政が連携を図りながら適切に役割分担を行い、施策を展開していくことが必要です。それぞれの役割については次のとおりとなります。

(1) 市民の役割

観光客に「もっと居たい、また来たい」と感じていただくためには、市民一人ひとりが「米沢らしい、おもてなしの心」を持って対応することが期待されます。また、観光振興の重要な担い手として、おまつり等のイベントへの参加や SNS 等での情報発信、観光案内ガイドへの参加といった取組を行い、地域一体による観光客受入環境の整備に努めます。

(2) 観光関連事業者の役割

宿泊施設や飲食店、商店などの観光関連事業者は、観光客が本市ならではの魅力を体験できるよう、地域資源を生かした商品やサービスの提供を行います。また、単に商品やサービスを提供するだけでなく、観光客に「また来たい」と思ってもらえる特別な体験と価値を提供することで、観光客のリピーター化を図っていきます。

(3) 観光関連団体・DMOの役割

米沢観光コンベンション協会を始めとする観光関連団体は、各団体との連携により魅力的な観光コンテンツの造成や観光客受入体制の強化、物産の振興に努めます。また、米沢市版 DMO は、地域内の多様な関係者における合意形成のもと、観光振興による持続的な地域活性化を図ります。

(4) 市の役割

市は、市民、観光関連事業者、観光関連団体との連携を図りながら、本計画に基づく観光振興施策の推進と各施策の進捗管理を行い、各主体が自主的に取組む観光振興事業への支援に取り組めます。また、国や県、他自治体との連絡調整を行いながら、観光を取り巻く社会情勢の変化に適切な対応を行います。

実施主体について

- ・ 市民 …市民、町内会、市民団体、学生など
- ・ 観光関連事業者 …観光施設、物販、飲食、交通運輸事業者など
- ・ 観光関連団体 …米沢観光コンベンション協会、米沢商工会議所、米沢青年会議所、山形おきたま農業協同組合、米沢市社会福祉協議会など
- ・ 市 …米沢市観光文化スポーツ部観光課、関係各課など

6 具体的な施策

(1) 選ばれ続ける持続可能な観光魅力づくり

本市が「選ばれ続ける観光地」となるためには、本市にある多様な観光資源の磨き上げを行い、観光客がその魅力や価値に触れる機会を増やすことが必要です。

本市の魅力を最大限に生かした、誰もが訪れるたびに新しい魅力や学びを発見できる観光地づくりに力を入れていきます。

① 地域資源を生かした高付加価値での長い滞在を促す観光コンテンツ創出と磨き上げ

多くの観光客に「米沢ならではの」特別な体験を提供し、「もっと居たい」「また来たい」と感じていただけるよう、本市の多様な地域資源を最大限に活用した高付加価値な滞在型コンテンツの提供に努めます。

主な取組

ア 温泉を活用した付加価値の高い体験の提供

本市には小野川温泉や白布温泉をはじめとした8か所の温泉地があり、「米沢八湯」として各温泉地が連携してPRを行っています。多くの観光客の方に、各温泉地の魅力を生かした付加価値の高い体験や滞在期間の長期化が図られるような観光プログラムの造成等に取り組んでいきます。また、こうした体験の提供には、持続可能な温泉地であることが必要不可欠であることから、温泉資源の適切な管理や整備、地域住民との協働など、環境と調和した持続可能な観光地づくりを推進します。

- ・ 小野川温泉
温泉と、食やホテル等の魅力的な地域資源を活用した、温泉街と一体となった高付加価値観光プログラムの造成を図ります。また、地域住民との協働により、持続可能な温泉地の実現に向けたあり方について検討します。
- ・ 白布温泉、新高湯温泉
西吾妻山を中心とした、天元台高原、両温泉を含むエリア（アROUND西吾妻）を一体として捉え、トレッキングやウィンタースポーツ、雪を生かしたアクティビティ等と温泉を結び付けた付加価値の高い観光コンテンツを造成します。
- ・ 大平温泉、滑川温泉、姥湯温泉、五色温泉、湯の沢温泉
本格的な山岳観光の基点として、また、都市部の喧騒を離れた山あいの一軒宿として、それぞれの魅力を生かしたPRを行うとともに、各温泉地間の回遊性を高める取組を行い、滞在期間の長期化を図ります。



小野川温泉



白布温泉



新高湯温泉



大平温泉



滑川温泉



姥湯温泉



五色温泉



湯の沢温泉



小野川温泉ほたるまつり

イ 地域資源を活用した高付加価値の滞在型プログラムの造成

本市を含む置賜地域には、米沢牛をはじめ、米や酒、ワイン、果物、伝統野菜など、高品質な食材が豊富にあります。こうした特徴を生かし、単に食材を供給するに留まらず、地域の食として付加価値を高め、観光客に提供できる体制づくりを推進します。この魅力ある「食」を核とした高付加価値なガストロノミーツーリズム²⁰を推進し、地域経済の活性化を図ります。

- ・ 地域の食材を生かした高付加価値なガストロノミーツーリズムの推進



米沢牛



日本酒

²⁰ ガストロノミーツーリズム：その土地ならではの気候風土が生んだ食材や食文化、歴史、伝統に触れることを目的とした旅行スタイルのこと。

② 多様な主体による観光資源を活用した新たな観光魅力づくり

観光資源を活用した新たな観光魅力づくりでは、観光関連事業者や観光関連団体、企業、大学など、幅広い連携のもと観光に新たな視点や価値を加え、多様な体験を伴う観光コンテンツの造成を行う必要があります。

また、近年では個人の嗜好に合わせた旅行が主流になってきていることから、特定の興味や関心を持つ方を対象とした観光コンテンツの造成や観光施策に取り組んでいきます。さらに、令和12年に迎える上杉謙信公生誕500年の節目に向けて、市民、関係団体と連携し、記念すべき周年イベントの実施に向けた取組を推進していきます。

主な取組

ア DMOによる観光魅力づくり

米沢市版 DMO が観光地経営の司令塔となり、関係者間の合意形成を図りながら地域の観光戦略を策定し、観光客の多様なニーズに応じた観光魅力づくりに取り組んでいきます。

- ・ 米沢市版 DMO による新たな観光コンテンツの造成

イ フィルムコミッション事業²¹による観光魅力づくり

フィルムコミッション事業を通して、アニメや映画等のロケ地として誘致し、本市の知名度向上を図ることで、誘客の促進と観光消費額の拡大を図ります。

- ・ フィルムコミッション事業の実施と聖地巡礼などロケツーリズム²²活性化による本市への誘客促進

ウ アニメ、漫画、キャラクターを活用した観光魅力づくり

本市と関連のあるアニメ等の作品やキャラクターを活用し誘客促進を図ることで地域の活性化に繋がっていきます。

- ・ 映画「好きでも嫌いなあまのじゃく」デザインマンホールの活用及びマンホールカードの配布を通じた継続的な情報発信
- ・ その他、本市に関連するアニメ等の作品やキャラクターを活用した情報発信等

21 フィルムコミッション事業：映画などのロケーション撮影を誘致・支援する事業。

22 ロケツーリズム：映画やドラマ、アニメなどの映像作品に登場した地域を訪れる新しい観光形態のこと。



映画「好きでも嫌いなあまのじゃく」
デザインマンホール



マンホールカード

エ 観光関連団体や事業者との連携と各種ツーリズム等推進による観光魅力づくり
観光関連団体や事業者との連携による、まつり・イベントの実施や、地域の観光資源を生かした体験型観光コンテンツ造成等を行います。

- ・ まつり文化の継承と発展、市民や企業の参加促進
- ・ 農業体験や農家民泊体験を生かした教育旅行の推進
- ・ 観光関連団体等と連携した各種ツーリズム（スポーツツーリズム²³、ヘルスツーリズム²⁴、フルーツ・ツーリズム²⁵、アドベンチャーツーリズム、産業ツーリズム²⁶、シルバーツーリズム²⁷等）の推進
- ・ 市内スキー場等と連携した誘客促進事業の実施
- ・ 冬季における雪を生かした観光コンテンツの造成と情報発信、誘客促進事業の実施



農業体験



西吾妻山スノーシュートレッキング

23 スポーツツーリズム：スポーツの「観戦」「参加」「交流」を目的とした旅行スタイルで、地域の観光資源とスポーツを組み合わせた観光の形態のこと。

24 ヘルスツーリズム：健康増進や維持、回復などを目的とした観光のこと。自然や温泉、地域特有の食事などを楽しみながら、心身ともに癒やされることを主眼としており、医療や健康プログラム、フィットネス、ヨガ、健康的な食事などが含まれる。

25 フルーツ・ツーリズム：特定の地域を訪れ、その土地ならではのフルーツの収穫や加工、販売体験を通じて、生産者との交流や地域文化を楽しむ観光の形態のこと。

26 産業ツーリズム：歴史的、文化的に価値ある工場や機械などの産業文化財や産業製品を通じて、ものづくりの心にふれることを目的とした観光の形態のこと。

27 シルバーツーリズム：高齢者を対象とした観光旅行のこと。世界的な高齢化を背景に注目されており、リタイア後の時間と経済的余裕を持つシニア層の需要が高まっている。

オ (仮称)「上杉謙信公生誕500年プロジェクト」実施に向けた取組

令和12年の上杉謙信公生誕500年という節目を地域活性化の好機と捉え、上杉謙信生誕の地である本市の姉妹都市「上越市」と協力し、両地域と関係する自治体・団体等が一体となって機運の醸成、記念イベントの実施に取組み、誘客と観光消費額の拡大を図ります。

- ・ 姉妹都市「上越市」や関係自治体、団体との連携による(仮称)「上杉謙信公生誕500年プロジェクト」実施にかかる各種事業の実施
- ・ デジタルコンテンツを生かした上杉博物館常設展示室の充実に合わせた誘客プロモーションの実施

③ 持続可能な観光地づくりに向けた取組

人口減少に伴う人手不足や物価高騰によるイベント運営経費の増加といった課題がある中、観光客の受入体制を将来にわたって維持するため、地域の実情に合わせた各種施策に取組んでいきます。また、観光振興を通じて地域の魅力を高め、観光客と地域住民の双方が利益を享受できる好循環の実現を目指します。

主な取組

ア 人手不足の解消と新たな人材獲得や育成に向けた取組

人口減少や少子高齢化に伴う人手不足の問題を解決するため、観光振興を通じた新たな人材獲得や育成に取組みます。

- ・ 産業観光プログラムの実施等による、観光客や市民が地場産業に触れ事業者と交流できる機会の創出
- ・ 地元高校や大学との連携による、地域観光をテーマにした探求学習の実施や観光ボランティアの募集

イ 財源獲得のための新たな取組

昨今の物価や人件費の高騰の影響によるおまつり等のイベントの運営経費の増加や、観光施設の老朽化に伴う修繕等の必要性から観光財源がひっ迫している状況です。また、交流人口を拡大し地域経済を活性化していくためには、新たな観光財源の獲得による観光施策の推進が必要です。このため、新たな収益源の確保や、イベント運営の効率化、民間活力の活用に向けた取組について検討していきます。

- ・ 目的を明確にしたガバメントクラウドファンディング²⁸の実施等による新たな財源の獲得
- ・ まつり・イベントにおける収益化及び運営の効率化の検討
- ・ 企業との連携等、民間活力の活用による効率的な観光地運営

ウ 地域貢献型観光コンテンツ²⁹の実施

人口減少に伴うおまつりやスポーツイベント等の運営の担い手不足に対応するため、「地域貢献型観光」の考え方を導入し、イベント等の参加者である観光客がボランティア等に参加し、社会貢献を実感できるような仕組みづくりについて検討・実施します。

- ・ おまつりやスポーツイベント等における観光客のボランティア等を通じた地域貢献型観光コンテンツの造成

エ 観光客と地域住民双方の好循環の実現

観光客と地域住民との交流機会を創出することにより、地域住民が地域の資源の価値や良さ、地域への誇りを再認識するきっかけを生み出し、さらには地域住民のおもてなしの心の醸成に繋がります。こうした地域住民の意識の向上が、地域資源の更なる磨き上げや誘客の促進に繋がることから、この好循環の原動力となる施策について推進し、地域一体となった観光客受入環境の整備に取り組めます。

- ・ 地域の歴史や文化を深く理解し、それを観光客に魅力的に伝える観光ボランティアガイドの育成支援
- ・ 観光客が市民との交流を通じて地域資源に触れられる機会の提供
- ・ 観光振興を契機とした地域一体となった観光客受入環境整備に係る支援



おまつりでの高校生のボランティア活動



米沢織物体験

28 ガバメントクラウドファンディング：自治体が地域課題の解決やまちづくりに関するプロジェクトを立ち上げ、そのプロジェクトに共感した人々から寄附を募る、ふるさと納税制度を活用した寄附の仕組みのこと。

29 地域貢献型観光コンテンツ：その地域に本来備わっている自然、文化、歴史、産業、人々の暮らしといった「地域資源」を最大限に活用して企画、提供される、旅行者にユニークな体験や学びを提供するプログラムやツアーの総称のこと。

(2) 魅力あふれる情報発信と戦略的な誘客施策の展開

国内外からの本市への誘客を促進するために、本市の魅力についての効果的な情報発信、地域資源のブランディング向上による観光施策の展開を行います。また、近隣自治体・地域等との連携による観光客の滞在時間の長期化施策の実施や姉妹都市・友好都市との連携による相互の観光振興に取り組んでいきます。

① 観光DXを基盤とした戦略的なマーケティングに基づく国内外に向けたプロモーションの展開

米沢市版DMOが実施する観光DXを基盤とした戦略的なマーケティングに基づき、国内外に向けた効果的な観光プロモーションを展開します。また、これまで国外現地プロモーションにより築いたコネクションを活用し、更なるインバウンドの誘客に取り組んでいきます。

主な取組

ア 隣県や関東地域へのプロモーション

国内旅行者は今後も重要なターゲットであり、本市の観光客においては、本市の隣県や関東地域からの来訪者が多い傾向があることから、こうした地域からの国内旅行者の誘致と本市での滞在時間の長期化を意識したプロモーションを展開します。

- ・ 日帰り観光が多い近隣県の観光客に対する滞在型の旅行商品の造成とプロモーションの強化
- ・ 北関東や首都圏をターゲットとした現地プロモーションや効果的な情報発信の実施

イ インバウンドへのプロモーション

今後も大きく伸張することが予想されるインバウンドの誘致促進を図るため、戦略的なマーケティングに基づくプロモーションを行います。特に台湾を主要なターゲットとして設定するとともに、マーケティングに基づく新たな海外市場の開拓も含めた各種事業を展開していきます。また、本市を旅行先とするインバウンド（特にFIT³⁰）の多くは国内主要観光地を観光した経験を持つ旅行者が多いことが想定されることから、首都圏等国内主要観光都市においてもインバウンド向けプロモーションを実施します。さらに、上杉雪灯籠まつりや天元台高原における本州トップ

30 FIT：「Foreign Independent Tour」（海外個人旅行）または「Free Individual Traveler」（個人旅行者）の略で、パッケージツアーや団体旅行ではなく、航空券やホテルなどをすべて個人で手配して自由に旅行する旅行者のこと。

クラスの雪質や樹氷の景観などの観光資源を生かし、冬季における誘客の拡大を図ります。

- ・ インバウンドの情報取得経路に即した SNS や YouTube 等を活用した情報発信の実施
- ・ 海外現地プロモーション実施と海外旅行エージェントとの協業による現地からの送客の強化
- ・ 首都圏を始めとする訪日外国人のハブとなる国内主要観光地におけるプロモーションの実施
- ・ 海外旅行エージェントや記者を招いたファミツアー³¹の実施
- ・ スノーシーズンにおけるインバウンド誘客施策の推進



台北温泉まつりでのプロモーションの実施



圧雪車を活用した西吾妻雪上ツアーの実施

ウ 情報発信の効果的な推進

これから観光をしようとする人に、本市を観光目的地として選択してもらうためには、本市の魅力が事前に伝わっていることが必要です。本市シティプロモーション戦略に基づき、興味関心の醸成に役立つ PUSH 型メディア³²と、興味関心を抱いた方が比較検討するために詳細な情報を取得できる PULL 型メディア³³を効果的に活用することで、本市の地域資源へ興味や関心を抱いた方々の来訪を促す情報発信を行います。また、観光客の「旅マエ」「旅ナカ」におけるニーズに応じた最適な媒体と手法を用いた情報発信や、誰もが安心して楽しめる観光についての情報発信に取り組めます。

- ・ SNS から米沢観光ナビ等の観光関連公式 HP への誘導の促進と、各団体で運用する観光 HP のデータベース共通化による効果的な情報発信
- ・ 観光客の「旅マエ」（計画・情報収集段階）を意識した、インターネットや SNS の活用による、本市の魅力的な地域資源（歴史・文化・食・温泉等）についての情報発信と、市民や観光客の体験談の拡散を意識した取組の実施

31 ファムツアー：観光誘致を目的として、海外の旅行会社、メディア、インフルエンサーなどを現地に招き、観光地や宿泊施設などを体験してもらう「Familiarization Trip（ファミリアライゼーション・トリップ）」の略称。

32 PUSH 型メディア：SNS、テレビ CM、新聞広告、チラシ、雑誌等、企業がユーザーの意思に関わらず情報を積極的に送り届けるメディアのこと。

33 PULL 型メディア：検索エンジン、Web サイト、ブログ等、ユーザーが自らの意思で能動的に情報を引き寄せて利用するメディアのこと。

- ・ 観光客の「旅ナカ」（現地での行動段階）を意識した、リアルタイムなイベントや交通機関、飲食店等についての情報発信
- ・ デジタル（SNS や観光関連公式 HP 等）とアナログ（パンフレットの配布等）双方の活用による各観光案内所における観光情報提供の強化
- ・ おもしろな観光大使等発信力のある人材を活用した情報発信の強化
- ・ 誰もが安心して楽しめる観光の推進に向けた情報発信

エ 観光客の再来訪を促す情報発信

初回来訪時に体験できなかった季節限定の魅力やイベント情報、市内の未訪問エリアの情報を効果的に発信することで、再来訪の動機の創出に繋がります。本市の玄関口である道の駅米沢や米沢駅を中心に、再来訪を促す情報発信に努めていきます。

- ・ 道の駅米沢や米沢駅の観光案内所における季節を先取りした情報発信
- ・ 「まちなびカード」や「よねざわえきまえてくてくさんぽカード」による市内飲食店等についての情報発信
- ・ 道の駅米沢や米沢駅（置賜広域観光案内センターASK（アスク））におけるデジタルサイネージを活用した本市の魅力的な地域資源の情報発信



米沢観光コンベンション協会 観光案内所



置賜広域観光案内センターASK（アスク）

② 地域ブランディング向上による誘客促進

本市の魅力を最大限に高め、観光客の誘致を拡大するためには、戦略的な地域ブランディングの強化が不可欠です。その実現のため、食、産業、歴史、文化など、本市が持つ豊富な地域資源を最大限に活用し、特定のテーマやコンセプトに基づく戦略的な施策を展開していきます。

主な取組

ア 豊かな食の活用

米沢・置賜地域は豊かな食材に溢れています。こうした食材を、「食」へと昇華させる観光施策に取組み、観光客に特別な体験を提供することで観光消費額の向上を図ります。

- ・ 米沢牛をキラーコンテンツとした訴求力の高いプロモーションの実施
- ・ 米沢ラーメン、そば、米沢鯉等、地域の名物を生かしたプロモーションの実施
- ・ 地域の食材を生かした高付加価値なガストロノミーツーリズムの推進（再掲）
- ・ 「かてももの」や伝統食材に関する歴史的・文化的背景についてのストーリーテリングの手法による効果的な情報発信



米沢ラーメン



米沢鯉

イ ものづくりのまちを生かした産業観光の推進

本市は、「米沢織」に代表される伝統産業から、産学官連携の先端工業に至るまで、ものづくりのまちとして有名です。産業観光を推進することで、国内外からの誘客を図ります。さらに、観光客が本市のものづくりの現場に触れて魅力を感じ、それが就業のきっかけとなることで、人手不足といった地域課題の解決に貢献します。

- ・ オープンファクトリーなどの産業界との連携による産業観光の推進
- ・ 米沢織や笹野一刀彫等の伝統産業の魅力発信



オープンファクトリーの開催



笹野一刀彫

ウ 歴史と文化を生かした観光の推進

上杉神社を中心とする、上杉博物館、上杉記念館、上杉城史苑等の上杉文化エリアを中心として、各地域に残る歴史や文化遺産等を観光資源として磨き上げ、「米沢ならではの」体験ができる観光コンテンツを造成します。

- ・ 上杉謙信公生誕 500 年を契機とした誘客プロモーションの実施
- ・ デジタルコンテンツを生かした上杉博物館常設展示室の充実に合わせて誘客プロモーションの実施（再掲）
- ・ 着付け体験により地域資源に触れる機会を提供する体験型観光客受入施設「和庭」の運営
- ・ 草木塔などの地域に残る精神文化や歴史遺産を活用した事業の実施



上杉謙信公像



上杉記念館

③ 広域連携による観光魅力づくりと本市への誘客拡大

広域連携により魅力ある観光地づくりを進め、面・ゾーンでの誘客を推進するため、置賜地域内の市町や観光団体、さらには隣県地域等との連携を強化し、本市への誘客拡大を図る施策に取り組めます。また、姉妹都市や友好都市との連携により、相互の物産振興やプロモーションの強化を図ります。

主な取組

ア 置賜地域の観光連携

置賜定住自立圏構想に基づき、置賜地域一体となった観光客受入施策や情報発信の実施に取り組めます。

- ・ 道の駅米沢を中心とした広域観光の推進
- ・ 山形おきたま観光協議会との連携による観光プロモーションの実施
- ・ 地域連携 DMO「やまがたアルカディア観光局」との連携

イ 周辺地域や隣県との連携

隣接する宮城、福島圏域との連携により、本市への誘客拡大を図ります。また、共通する歴史や文化などにより、連携可能な市町村との連携を強化します。さらに、本市の周辺地域との連携によるインバウンド誘客や MICE の誘致を推進します。

- ・ 宮城圏域における、仙台空港を起点とするインバウンド誘客や、伊達政宗や支倉常長といった共通の歴史的背景を活用した観光連携の実施
- ・ 福島圏域における、観光データ共用によるマーケティングの実施や、今後開業する大型ショッピングモールの影響により生じる新たな人流を考慮した観光連携の実施
- ・ その他、共通する歴史・文化や観光資源を生かした地域との広域観光ルートの造成
- ・ 周辺地域との連携によるインバウンド誘客や MICE 誘致の推進



コンベンションの開催支援



MICE 誘致商談会への参加

ウ 姉妹都市や友好都市との連携

姉妹都市や友好都市と連携し、相互の物産振興と観光プロモーションを実施することで、相互誘客と関係人口の創出を図ります。

- ・ 姉妹都市や友好都市におけるイベント等での出展と観光プロモーションの実施



東海秋まつりでの出展



益子町民まつりでの出展

(3) ホスピタリティの深化と居心地の良い観光空間の創出

観光客に真に満足していただくためには、居心地の良い観光空間で快適に滞在することが重要です。こうした空間を創出するためには、ホスピタリティの向上を意識した施策や、体験価値を高める施策を推進することが必要です。

このような取組は、観光客に「また米沢に来たい」「大切な人に米沢を勧めたい」という強い動機を生み出します。その結果、リピーターの増加や更なる誘客促進に繋がる好循環が生まれます。

この好循環を生み出すべく、観光客受入体制のソフト面の磨き上げとハード面の整備を両輪で進めます。さらに、米沢市版 DMO による地域一体の観光振興に取り組めます。

① 観光人材の育成と地域ホスピタリティの向上

観光客が地域住民とふれあうことは観光に深い満足と感動をもたらします。住民自身の言葉で語られる地域の歴史や文化は、単なる情報ではなく、地域資源に深いストーリーと独自の価値を付加します。また、住民による温かい「おもてなしの心」は、観光客に単なるサービス以上の価値を与え深い満足感と感動をもたらし、こうした触れ合いは心に強く残る体験となります。付加価値の高い感動体験を観光客に提供するため、観光人材の育成に努めていきます。

また、市民が本市の歴史や文化に触れる機会を創出することで、まちへの理解と郷土への誇りを深めます。この意識向上を通じて、市民一人ひとりが地域の魅力発信の担い手となれるような地域づくりを推進していきます。

主な取組

ア 観光人材の育成

観光客に接する機会の多い事業者の接遇のレベルアップとホスピタリティの醸成を図るため、セミナーや総合的な研修を実施し、「おもてなしの心」による質の高いサービスを提供できる人材の育成に取り組めます。また、インバウンド受入を促進させるため、多言語対応ができるランドオペレーター³⁴機能の設置に向けた取組を実施していきます。

- ・ 観光業従事者向けの接遇レベルアップを目的とした研修の実施や、地域の歴史と文化に関する専門性の高い研修の実施
- ・ 市内の旅行会社等との協働によるランドオペレーター機能の設置

³⁴ ランドオペレーター：旅行会社の依頼を受け、旅行先のホテルやレストラン、ガイドやバス・鉄道などの手配・予約を専門に行う会社、または職業のこと。



おしよしなガイドによる観光案内

イ 市民が自分たちのまちについて学ぶ機会の提供

市民一人ひとりが観光客へ地域の魅力を語れるよう、まちの歴史や文化、資源の価値について学ぶことができる場や機会の提供に努めていきます。

- ・ 歴史や郷土について学ぶ講座の実施と積極的な周知
- ・ 郷土に関する副読本の配付・活用
- ・ 子どもたちが史跡や伝統産業などの地域資源に実際に触れられる学習機会の提供

② 観光関連施設の安心・安全確保と観光客受入体制の整備

観光客が観光関連施設において快適に滞在し満足度の高い体験を得るためには、居心地の良い観光空間を創ることが重要です。観光客の安心と安全の確保を意識した施設の維持管理と、世代や国籍の違い、障がいの有無に関わらず誰もが快適に過ごせる観光関連施設の整備、観光客の満足度を高める施設運営施策について推進していきます。

主な取組

ア 観光関連施設の管理

各観光関連施設において観光客が常に安心して観光を楽しめるよう、施設における安全の管理と維持を実施します。

- ・ 観光関連施設の維持管理と計画的な施設整備の実施

イ 施設設備のユニバーサルデザイン化の推進

観光関連施設内におけるバリアフリー化等に取り組み、誰でも観光を楽しめる居心地の良い観光空間の創出に努めます。

- ・ 観光関連施設内におけるバリアフリー化やトイレ洋式化、多言語表記の推進

ウ インバウンド受入体制の強化

インバウンドが快適に滞在できるよう、観光パンフレット等の多言語化を推進し、また、SNS や地図情報サイト等を活用するなど情報提供体制を整備することで、インバウンドの受入体制強化を図ります。

- ・ 観光関連事業者におけるインバウンド受入体制の強化
- ・ SNS や地図情報サイト等を通じた多言語による情報提供の充実

エ 天元台高原における受入環境の改善

本市の山岳観光の拠点である天元台高原において、専門人材の活用等により受入環境の改善を行い、四季を通じて楽しむことができるリゾート地としての魅力向上を図ります。

- ・ 専門人材の活用等による受入環境の改善
- ・ 天元台高原の索道施設等の計画的な整備



上杉家廟所 4か国語史跡案内板



天元台高原スキー場

③ 米沢市版DMOによる観光推進体制の強化

DMOは、観光地全体の経営責任と戦略的マーケティング機能を一手に引き受けることで、競争が激化する観光市場において地域を存続、発展させるための「司令塔」となる組織です。地域内の多様な関係者における合意形成を推進し、観光振興による

持続的な地域活性化を図ります。また、効率的な観光地運営を図る目的で各観光関連団体の業務を整理・統合し、観光推進体制を強化していきます。

主な取組

ア 多様な関係者との合意形成の推進

米沢市版 DMO は、地域一体の観光振興を図るため、多様なステークホルダー間の合意形成と連携による観光振興事業を推進します。これにより、米沢観光コンベンション協会等の観光関連団体や地域住民といった多様なステークホルダーが持つ分野ごとの深い専門知識と現場知見を施策に反映し、各施策の実効性と質の向上を図ります。

- ・ 米沢観光推進機構における各ステークホルダー間の合意形成の推進

イ 観光関連団体の業務整理

従来の観光協会や行政の枠組みを超え、地域全体を一つの事業体として捉えて観光地を運営するために、各観光関連団体の業務を抜本的な整理を行い、観光推進体制の整備を行います。

- ・ 各観光関連団体の業務の整理及び観光推進体制の整備



(4) 観光振興と市民生活のしあわせ向上循環

持続可能な観光地であるためには、観光の経済的恩恵を市民生活の質（しあわせ）向上に直結させる「観光振興と市民生活のしあわせ向上循環」の確立が不可欠です。

観光による収益などの経済的恩恵は、行政による住民サービスや生活環境の整備を充実させるとともに、民間事業者による地域への再投資を促進します。これにより、市民の幸福度と地域への誇りが高まります。そして、この市民の郷土愛とホスピタリティの深化こそが、観光客に質の高い満足度を提供し、さらなる誘客と消費を促す原動力となります。この好循環を通じて、「もっと居たくなる、また来たくなる」という本市観光の目指す姿を実現し、真に持続可能な観光まちづくりを推進します。

① 市民生活と観光の調和の推進

本市が持続可能な観光地として発展していくためには、市民生活と観光との調和が重要です。市民が観光地としての地域を魅力的に思い、観光の振興が市民生活の向上に繋がることを知ってもらうことが重要です。市民が観光を「自分たちの生活を豊かにする」ものとして捉え、自らのまちに誇りを持てるような環境整備を推進します。

主な取組

- ・ 四季のまつり等のイベントの実施と市民参加推進
- ・ 観光関連事業における地元企業・地場製品の積極活用
- ・ 観光関連イベント等における学生ボランティアの参加
- ・ 花火大会などの有料イベントにおける市民割の実施



米沢上杉まつり・武てい式への市民の参加



よねざわ戦国花火大会

② 観光をフックにした関係人口の拡大

人口減少が深刻化する中、地域づくりの重要な鍵となるのが関係人口の増加です。関係人口の増加は、ふるさと納税による継続的な応援、移住・定住の促進による長期的な人口減少対策、将来的な地域づくりの担い手の獲得に繋がります。観光客を将来的な関係人口へと発展させていくために、一時的に観光目的で来訪された方々がリピーターになることを意識した取組を行い、リピーターからふるさと納税による応援や移住促進へ繋げる施策を実施します。また、ふるさと納税者への情報発信を通じて、本市への来訪・観光機会の創出とリピーター増加に繋げていきます。さらに、観光客と地域の方々が交流する機会を創出することで関係人口の拡大を図ります。地域の歴史、文化、スポーツ、産業等の資源を、知識やスキルを得るためのコンテンツに磨き上げ、参加者が地域の専門家や職人と交流する機会を提供するプログラムの造成に努めます。

主な取組

ア ふるさと納税と移住定住の促進に向けた情報発信

人口減少による経済の縮小と税収の減少に対応するため、経済の活性化と行政サービスの維持を図る必要があります。

観光で本市を訪れた方々に、ふるさと納税や移住・定住に関する情報発信を行うとともに、ふるさと納税を行っていただいた方々へ本市の観光関連情報の発信を行い、ふるさと納税による本市への応援者と関係人口の更なる拡大を図っていきます。

市外からのふるさと納税による寄附は行政サービスを維持・向上させるための重要な基盤となり、また、移住の促進は、新たな担い手の確保による労働力人口の回復と地域内消費の拡大による経済の活性化に繋がるため、効果的な情報発信に注力していきます。

- ・ 観光客・イベント参加者を対象とした、ふるさと納税・移住定住サイトへの誘導
- ・ ふるさと納税者を対象とした、本市の観光関連情報の発信
- ・ おしよしな観光大使の知名度や情報発信力を生かした、大使のファン層へのふるさと納税についての情報発信
- ・ 観光案内所と移住相談窓口の連携



米沢市ふるさと納税特設サイト



米沢市移住定住サイト「米沢住」

イ 観光客と地域住民との交流促進

観光客と地域住民との交流を促進し関係人口を増加させるためには、単なる交流イベントに留まらない、深い関与と継続的な繋がりを生む戦略的な仕組みづくりが重要です。具体的には、観光客の意識を「消費者」から「地域の協力者」へと変えるため、本市独自の観光資源を生かした参加型・体験型の観光コンテンツの造成を推進します。

- ・ 歴史や文化、伝統産業をテーマにした「地域資源活用」型の短期滞在プログラム造成



電動レンタサイクル事業



米沢乗るパス PR チラシ

③ 市民の豊かさに繋がる地域交通基盤の整備と連携推進

観光客と市民の双方が快適に過ごせるよう、交通ネットワークの利便性向上を図ります。こうした取組を、観光振興の視点だけでなく、市民生活の質の向上という観点からも捉え、関係部署や地域住民と連携を図り、円滑な移動手段を確保することにより、地域経済の活性化と市民の豊かな暮らしの実現を目指します。

また、道の駅などの主要観光拠点から市内中心部への周遊施策を強化することで、市内の観光消費に繋げ、地域経済の活性化を加速させます。基盤整備と周遊促進を両輪として、観光を契機とした地域全体の持続可能な発展に繋がります。

主な取組

ア 交通基盤の整備

観光関連施設や飲食店などへの移動手段として、特に米沢駅からの二次交通³⁵としての交通ネットワークの利便性向上に努めていきます。

- ・ 電動レンタサイクル事業の実施

35 二次交通：空港や主要な鉄道の駅から観光地などの目的地まで移動するための、2番目の交通手段のこと。

- ・ 市街地における路線バス一日乗り放題チケット「乗るパス」の販売
- ・ 関係部署との連携による、鉄道とバスとの接続性の見直し及び二次交通の利便性向上を図る取組の実施

イ 道の駅米沢を起点とした観光客周遊施策の実施

本市の観光客入込数の約半数を道の駅米沢への来訪者が占めていることから、この集客力を最大限に活用します。来訪者を市内の観光関連施設や飲食店、各温泉地へ誘導する施策を展開し、地域全体の経済活性化を図ります。

この誘導施策は、道の駅を周遊の「起点」とする層に加え、お土産購入や休憩で利用する「最終立ち寄り層」に対しても重要です。帰路につく直前の旅行者へ、次回以降の米沢市内周遊に繋がる魅力的な情報と動機付けを行い、持続的なリピート訪問と市内消費の拡大を目指します。

- ・ デジタル（SNS やデジタルサイネージ）とアナログ（総合観光案内所でのパンフレット配付等）双方の活用による本市の魅力的な地域資源についての情報発信
- ・ 本市ならではの体験や文化に焦点を当てた着地型旅行商品の造成と提供
- ・ 「まちナビカード」の実施



道の駅米沢 総合観光案内所



まちナビカード



着地型旅行商品の造成

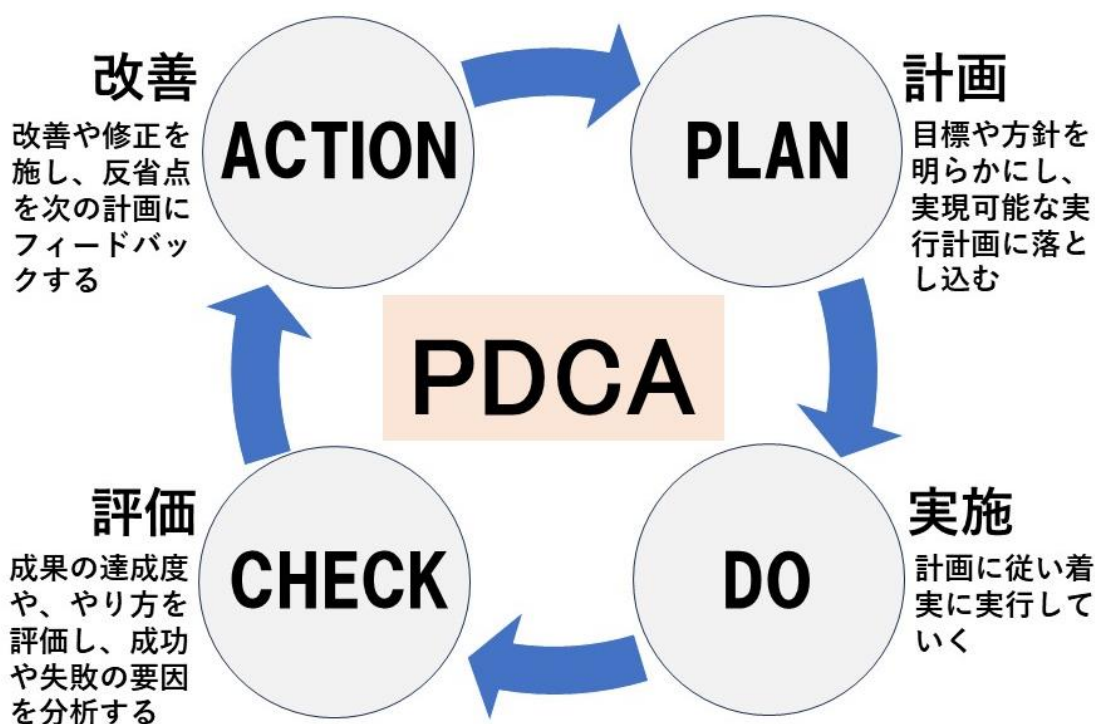


ワンコインタクシー事業

7 計画の進捗管理

本計画の各施策の効果検証については、観光振興に関わる多様な関係者で構成される「米沢市観光振興委員会」で行います。各施策における具体的な取組状況の把握やPDCAサイクルに基づく評価、意見交換等を行うとともに、必要に応じて基本施策の見直しを行っていくこととします。

市民、観光関連事業者、観光関連団体・DMO及び行政がそれぞれの役割を担い、協働の認識の下で、各施策を展開する必要がある、施策の効率的かつ効果的な事業展開を図る観点から、互いに連携しながら計画的に事業を推進します。



資料

第5期米沢市観光振興計画の策定経過

日時	審議内容等
令和7年7月18日	令和7年度第1回米沢市観光振興委員会 ・第4期米沢市観光振興計画の総合評価について ・第5期米沢市観光振興計画の策定（素案）について
令和7年9月18日	令和7年度第2回米沢市観光振興委員会 ・第5期米沢市観光振興計画の策定（素案）について
令和7年11月21日	令和7年度第3回米沢市観光振興委員会 ・第5期米沢市観光振興計画の策定（素案）について
令和7年12月12日	令和7年度第4回米沢市観光振興委員会 ・第5期米沢市観光振興計画の策定（素案）について
令和8年1月26日～ 令和8年2月16日	パブリック・コメントの実施 ・「第5期米沢市観光振興計画（案）」
令和8年3月13日	令和7年度第5回米沢市観光振興委員会 ・第5期米沢市観光振興計画（案）のパブリック・コメントの結果について ・令和8年度観光関連予算について
令和8年4月27日	第5期米沢市観光振興計画の策定

米沢市観光振興委員会 設置要綱

(設置)

第1条 本市の観光振興計画を推進するため、米沢市観光振興委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

（平 19 告示 20・一部改正）

(所掌事務)

第2条 委員会は、次に掲げる事項について検討を行い、市長に意見を述べるものとする。

- (1) 観光振興計画の策定に関すること。
- (2) 観光振興計画に基づく観光振興を推進するために必要な事項に関すること。
- (3) その他観光振興の推進に関すること。

（平 19 告示 20・一部改正）

(組織)

第3条 委員会は、委員 15 人以内で組織する。

2 委員は、次に掲げる者のうちから市長が委嘱する。

- (1) 識見を有する者
- (2) その他市長が適当と認める者

（平 19 告示 20・一部改正）

(任期)

第4条 委員の任期は、2 年以内の範囲で市長が定めるものとし、委員が欠けた場合における補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。ただし、再任を妨げない。

（平 19 告示 20・追加）

(委員長及び副委員長)

第5条 委員会に委員長及び副委員長各 1 名を置き、委員の互選により定める。

2 委員長は、委員会を代表し、会務を総理する。

3 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故があるとき、又は欠けたときは、その職務を代理する。

（平 19 告示 20・旧第 4 条線下）

(会議)

第6条 委員会は、委員長が招集し、会議の議長となる。

2 委員会の会議は、委員の半数以上が出席しなければ、これを開くことができない。

3 委員会の議事は、出席委員の過半数で決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。

（平 19 告示 20・旧第 5 条線下）

(関係者の出席)

第7条 委員会は、必要があると認めるときは、関係者に会議への出席を求め、又は関係者

から意見若しくは説明を聴取し、若しくは資料の提出を求めることができる。

(平 19 告示 20・旧第 6 条線下)

(庶務)

第 8 条 委員会の庶務は、産業部観光課において処理する。

(平 19 告示 20・旧第 7 条線下、平 20 告示 52・平 23 告示 67・平 27 告示 27・一部改正)

(その他)

第 9 条 この要綱に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、委員長が委員会に諮って定める。

(平 19 告示 20・旧第 8 条線下)

附 則

この要綱は、平成 18 年 4 月 1 日から施行する。

附 則 (平成 19 年 2 月 7 日告示第 20 号)

この要綱は、平成 19 年 4 月 1 日から施行する。

附 則 (平成 20 年 3 月 31 日告示第 52 号)

この要綱は、平成 20 年 4 月 1 日から施行する。

附 則 (平成 23 年 3 月 31 日告示第 67 号)

この要綱は、平成 23 年 4 月 1 日から施行する。

附 則 (平成 27 年 3 月 17 日告示第 27 号)

この要綱は、平成 27 年 3 月 17 日から施行する。

米沢市観光振興委員会 委員名簿

委員長及び副委員長

委員長	遠藤 勲	一般社団法人米沢観光コンベンション協会 理事
副委員長	田中 明子	米沢商工会議所 理事兼事務局長

委員

委員	入間川 悟	東日本旅客鉄道株式会社 米沢駅長
委員	遠藤 平右衛門	温泉米沢八湯会
委員	小形 喜代之	山形おきたま農業協同組合 米沢・川西地区統括支店長
委員	黒澤 光高	米沢ブランド戦略会議 委員
委員	黒田 三佳	米沢市国際交流協会 会長
委員	寒河江 大輔	上杉文化エリア懇話会
委員	高橋 弦子	米沢市社会福祉協議会 総務管理課長
委員	中嶋 朱実	NPO 法人米沢伝承館 副理事長
委員	野本 真穂	山形県立米沢鶴城高等学校 教諭
委員	松田 智博	協同組合米沢市商店街連盟 理事長
委員	宮坂 匡	公益社団法人米沢青年会議所 まちづくり委員長
委員	宮崎 市朗	公募委員

(敬称略)

第5期米沢市観光振興計画

発行：令和8年4月 米沢市 観光文化スポーツ部 観光課

〒992-0012

山形県米沢市金池三丁目1番14号 置賜総合文化センター内

TEL 0238-22-5111 FAX 0238-22-5502

<https://www.city.yonezawa.yamagata.jp/>
