



第4期 米沢市観光振興計画

米 沢 市
令和3年11月



Photo: 刺し子工房 創匠庵

目 次

第1章 基本的な事項	1
1 計画策定の背景と目的	1
2 計画の位置づけ及び新たな関連要素	2
3 計画の期間	4
第2章 観光を取り巻く情勢	5
1 国の観光動向	5
2 県の観光動向	7
第3章 米沢市の観光の現状と課題	8
1 米沢市の観光の現状	8
2 第3期米沢市観光振興計画の総括	15
3 米沢市の強みと弱み	31
4 課題の整理	32
第4章 これからの観光戦略	33
1 計画策定にあたって	33
2 基本理念	33
3 基本方針	34
4 施策の体系	37
5 重点戦略（リーディングプロジェクト）	74
第5章 計画のマネジメント	76
1 計画の目標（数値目標）	76
2 計画の進捗管理	77
資料編	79

第1章 基本的な事項

1 計画策定の背景と目的

本市の観光振興については、2016（平成28）年度に2020（令和2）年度を目標年次とする「第3期米沢市観光振興計画」を策定し、魅力ある観光資源を最大限に活用しながら計画的に推進してきました。また、2017（平成29）年3月には、「米沢市インバウンド計画」を策定し、インバウンド¹施策への取組を強化してきました。

一方、少子高齢化による本格的な人口減少社会の到来により、地域活力の維持・向上が困難な状況にある中、国は、観光を成長戦略の柱の一つとし、急速に経済成長するアジアの観光需要を取り込むとともに、地域経済の活性化や雇用機会の増大を図るとしています。また、他省庁と連携した観光施策を推進していることから、分野横断的に施策を展開していくとしています。

本市としても、こうした方向性を確実に捉えて、観光によるまちづくりを推進し、交流人口の拡大による地域経済の活性化につなげるとともに、障がい者や高齢者、外国人などを含めた、すべての人々にとって「住んでよし」「訪れてよし」のまちをめざす必要があります。

しかし、2019（令和元）年12月に海外で初めて確認され、現在も世界中で感染の流行が継続している新型コロナウイルス感染症の影響により観光を取り巻く環境は一変し、2020（令和2）年4～6月の訪日外国人観光客数は、前年同期比過去最大の落ち幅となりました。また、国内においても旅行のキャンセル、予約控えや外出自粛の影響を受け、観光需要は大幅に落ち込んでおり、日本の観光業は大きな転換期を迎えることになりました。

今後も、当面の間は厳しい状況が続くことが見込まれていますが、国や山形県において、「新しい生活様式」を取り入れ、様々なガイドラインや「新しい旅のエチケット」等の徹底により、感染拡大防止と社会経済活動の回復を両立していくための取組が推進されています。コロナ禍において、観光のあり方そのものが大きく変わっていく中で、これまで以上に直接的に「観光」に携わってきた人々はもちろんのこと、これまで「観光」に関係を持たなかった人々とも多様な連携を図り、市民や観光関係者、行政が一体となって、米沢市の地域資源を磨き、活用し、継承していく取組を進めていくことのほか、既存のスタイルにとらわれない新しい観光のあり方として、他分野と掛け合わせた観光に取り組んでいくことが重要となります。

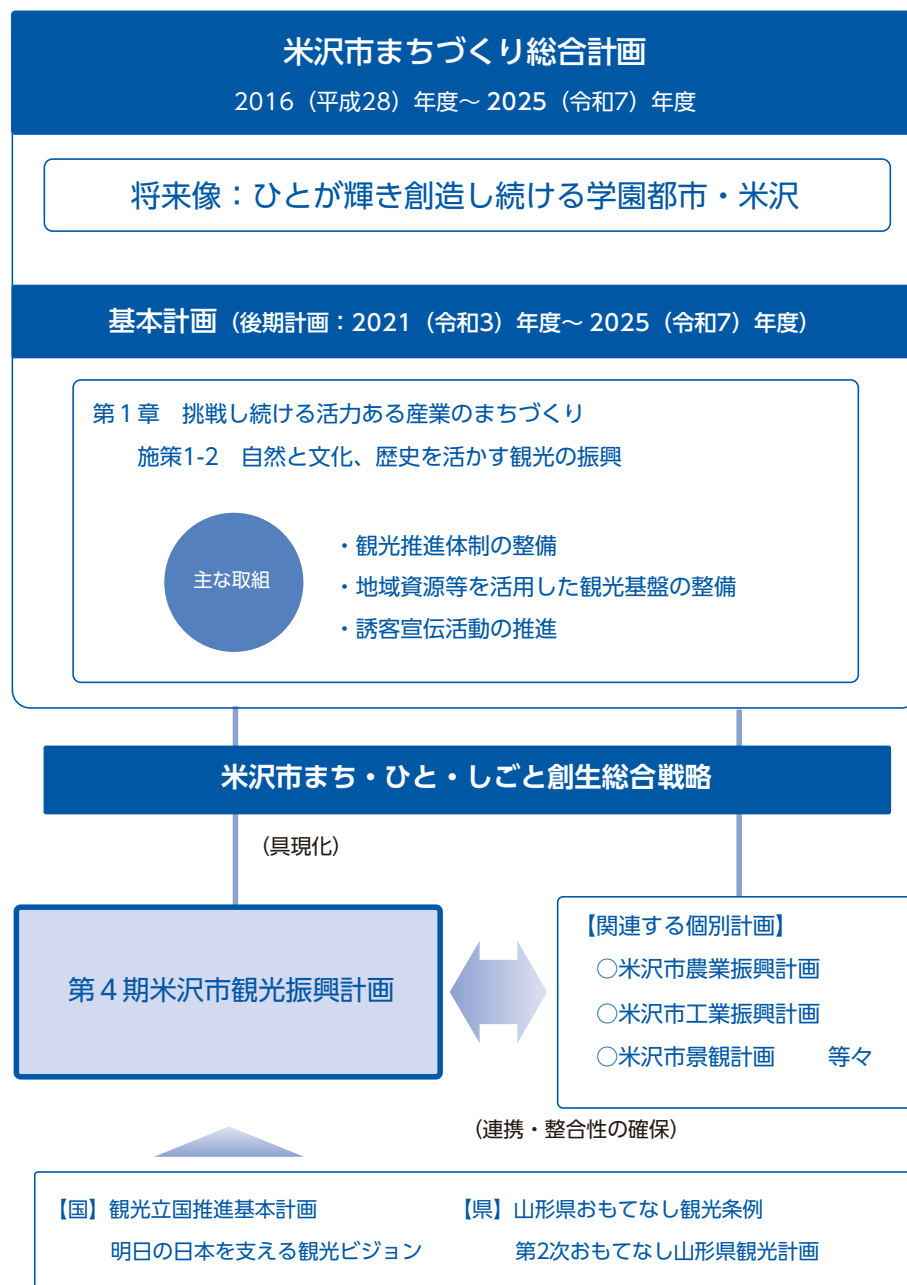
そこで、こういった状況を踏まえ、交流人口の拡大から地域経済の活性化につながるよう、その基本となる理念や展開する施策等を掲げていくほか、「米沢市インバウンド計画」の見直しを図り、インバウンドの推進についても本市観光振興施策の一つの柱として包含し、戦略的かつ実効性のある計画として新たに策定するものです。

1 インバウンド：外国人が訪れてくる旅行のこと。日本へのインバウンドを訪日外国人旅行、または訪日旅行という。

2 計画の位置づけ及び新たな関連要素

本計画書は、市政運営の最上位計画である「米沢市まちづくり総合計画」に掲げる、本市の魅力ある観光の振興を具現化するため、地域の観光施策の考え方や方向性を示した計画書として策定するものです。

また、まちづくり総合計画・後期基本計画では、持続可能な開発目標（SDGs）²と取組の関係を位置付け、SDGsの理念や目標を踏まえ、施策を推進することとしており、本計画においても関連するゴールや理念・目標を踏まえて施策を推進するものとします。



2 持続可能な開発目標（SDGs：Sustainable Development Goals）：2001年に策定されたミレニアム開発目標（MDGs）の後継として、2015年9月の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」に記載された、2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標。

～持続可能な開発目標（SDGs）と本計画との関係～

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



■SDGsの17のゴール

出典：国際連合広報センターWEBサイト

観光は経済成長や雇用の創出以外にも観光資源や文化財の保護や交流と連携の促進といった様々な分野への貢献が考えられ、持続可能な開発目標（SDGs）の各項目を進めていくためにも必要不可欠な分野と言われています。

こうしたことを踏まえ、本計画においても関連するゴールや理念・目標を踏まえ施策を推進するものとします。

【本計画における特に関連の深いゴール】



3 計画の期間

本計画書に位置付けられた各計画の計画期間は、2021（令和3）年度から2025（令和7）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。

	2016 H28	2017 H29	2018 H30	2019 H31/R1	2020 R2	2021 R3	2022 R4	2023 R5	2024 R6	2025 R7
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3期米沢市観光振興計画 (5年間)					第4期米沢市観光振興計画 (5年間)				

第2章 観光を取り巻く情勢

1 国の観光動向

国では、2006（平成18）年に成立した「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を図るため、2017（平成29）年には新たに「観光立国推進基本計画」が閣議決定されました。

「観光立国推進基本計画」は、2016（平成28）年に策定された「明日の日本を支える観光ビジョン」を踏まえ、観光は我が国の成長戦略の柱、地方創生への切り札であるという認識の下、拡大する世界の観光需要を切り込み、世界が訪れたいくなる「観光先進国・日本」への飛躍を図ることとしています。

一方で、2020（令和2）年1月以降の新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大以降、国内外の観光需要が大幅に減少しました。しかしながら、我が国の観光資源の魅力が失われたわけではないことから、ポストコロナを見据えて感染対策と両立しながら観光需要を回復させるため政策プランが取りまとめられました。

【「明日の日本を支える観光ビジョン」－世界が訪れたいくなる日本へ－】（抜粋）

■観光先進国への「3つの視点」と「10の改革」

〈視点1 観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に〉

- ・「魅力ある公的施設」をひろく国民、そして世界に開放
- ・「文化財」を、「保存優先」から観光客目線での「理解促進」、そして「活用」へ
- ・「国立公園」を、世界水準の「ナショナルパーク」へ
- ・おもな観光地で「景観計画」をつくり、美しい街並みへ

〈視点2 観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に〉

- ・古い規制を見直し、生産性を大切にする観光産業へ
- ・あたらしい市場を開拓し、長期滞在と消費拡大を同時に実現
- ・疲弊した温泉街や地方都市を、未来発想の経営で再生・活性化

〈視点3 すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に〉

- ・ソフトインフラを飛躍的に改善し、世界一快適な滞在を実現
- ・「地方創生回廊」を完備し、全国どこへでも快適な旅行を実現
- ・「働きかた」と「休みかた」を改革し、躍動感あふれる社会を実現

【観光立国推進基本計画】（抜粋）

〈観光立国の実現に関する施策についての基本的な方針〉

- | | |
|------------|-----------------|
| ①国民経済の発展 | ②国際相互理解の増進 |
| ③国民生活の安定向上 | ④災害、事故等のリスクへの備え |

〈観光立国の実現に関する目標〉（目標年：2030年）

		H27(基準値)	R1(現状値)	R12(目標値)
国内観光の拡大・充実	①国内旅行消費額(兆円)	20.4	21.9	22
国際観光の拡大・充実	②訪日外国人旅行者数(万人)	1,974	3,188	6,000
	③訪日外国人旅行消費額(兆円)	3.5	4.8	15
	④訪日外国人リピーター数(万人)	1,159	1,420	3,600
	⑤訪日外国人旅行者の地方部における延べ宿泊者数(万人泊)	2,514	4,309	13,000

【感染拡大防止と観光需要回復のための政策プランの概要】（抜粋）

以下の取組を本政策プランの柱として、関係省庁が緊密に連携して着実に実行する

(1)感染拡大防止策の徹底とGoToトラベル事業の延長等

- ・まずは感染拡大防止策の徹底。その上で、GoToトラベル事業を延長し、ワーケーション等を普及させつつ、国内の観光需要を喚起。

(2)国の支援によるホテル、旅館、観光街等の再生

- ・観光施設を再生し、さらに地域全体で魅力と収益力を高めるため、新たな補助制度の創設や融資制度を大幅に拡充して、観光施設全体が再生できるような施設改修、廃屋の撤去等を短期集中で協力を支援。

(3)国内外の観光客を惹きつける滞在コンテンツの充実

- ・観光事業者や観光地域づくり法人（DMO）と、交通事業、漁業、農業、地場産業などの多様な関係者が連携し、地域に眠る観光資源を磨き上げる取組を支援することで、観光需要の回復・地域経済の活性化につなげるとともに、地域に残る縦割りを打破し、観光地の整備を進めるための体制を強化。
- ・自然、文化、食などの観光資源を高付加価値・長期滞在型コンテンツ（スノーリゾート、アドベンチャーツーリズム等）に磨き上げる取組の推進。
- ・デジタル技術を複合的に活用し、文化芸術や自然等の観光資源を深く体験・体感できるよう磨き上げ。

(4)観光地等の受入環境整備（多言語化、Wi-Fi³整備等）

- ・観光地や国立公園、文化財、文化施設、公共交通機関等における多言語対応、無料Wi-Fiの整備等
- ・100の主要観光地については、2020年度中に、多言語表示の充実・改善、外国人観光案内所等を整備。

(5)国内外の感染状況等を見極めた上でのインバウンドの段階的復活

- ・インバウンドについては、国内外の感染状況等を見極めつつ、段階的回復に向けた取組を進める必要がある。
- ・我が国の安全・安心への取組に関する情報や地域の魅力の発信を通じて今後の訪日意欲の喚起を図り、2030年6000万人の誘客につなげる。

3 Wi-Fi：駅やホテル、店舗、公共施設などで、スマートフォンやノート型パソコン等を利用して、無線でインターネットに接続できる通信サービスのこと。

2 県の観光動向

山形県においては、「おもてなし山形県観光条例」が制定され、2014（平成26）年4月1日に施行されました。おもてなしの心と郷土愛にあふれる県民の総参加、全産業の参加によって観光立県を実現し、県民生活の向上を図るためとされており、県民及び観光事業者、観光関係団体が一体となって観光の振興に取り組んでいます。

また、社会情勢が大きく変化するなか、観光立県の確立に関する施策を総合的かつ計画的に実施するため、「おもてなし山形県観光条例」第8条に基づく基本計画として「第2次おもてなし山形県観光計画～beyond2020～（2020（令和2）年度～2024（令和6）年度）」が策定されています。この基本計画において、『「観光立県山形」の確立』を目指して観光振興施策を展開しています。

【第2次おもてなし山形県観光計画～beyond2020～】（抜粋）

〈基本目標〉 県民の総参加と全産業による観光振興施策の実施を通し、観光による交流人口の拡大を図り、本県経済を持続的に発展させるとともに、魅力ある活力に満ちた地域社会を築くことによる『「観光立県山形」の確立』を目指して

〈基本的施策〉 ①魅力的な観光地づくり
②効果的な情報発信（情報でのおもてなし）
③観光交流人口の拡大
④観光産業の成長促進による地域活性化

〈リーディングプロジェクト（集中・重点・加速化して取り組む施策）〉

①ICT等を活用したインバウンド拡大の加速化
（デジタルマーケティングの展開）
②稼ぐ観光地域づくりによる地域活性化
③各種ツーリズムの推進

〈数値目標〉

	H30(基準値)	R2(目標値)
観光消費額(年)	2,177億円	2,600億円

〈参考管理指標〉

	H30(基準値)	R2(目標値)
観光者数（年）	46,507千人	50,000千人
延べ宿泊者数（年）	5,431,360人泊	6,000,000人泊
外国人受入数（年）	252,289人	600,000人
外国人延べ宿泊者数（年）	163,460人泊	400,000人泊
平均宿泊数（年）	1.32泊	全国平均以上
観光満足度（年度）	—	今後、設定
県観光HPアクセス数 （セッション）（年度）	229万件	350万件

第3章 米沢市の観光の現状と課題

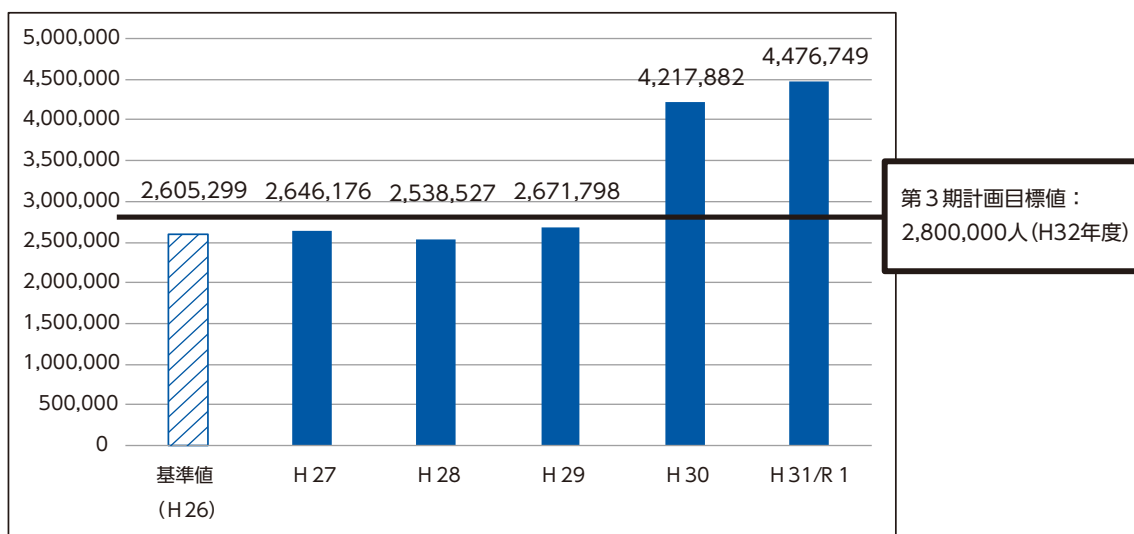
1 米沢市の観光の現状

(1) 各種統計指標

「第3期米沢市観光振興計画」では、施策目標ごとに数値目標を掲げ、観光振興を推進してきました。その結果、統計データで見る観光振興の現状は、以下のとおりです。

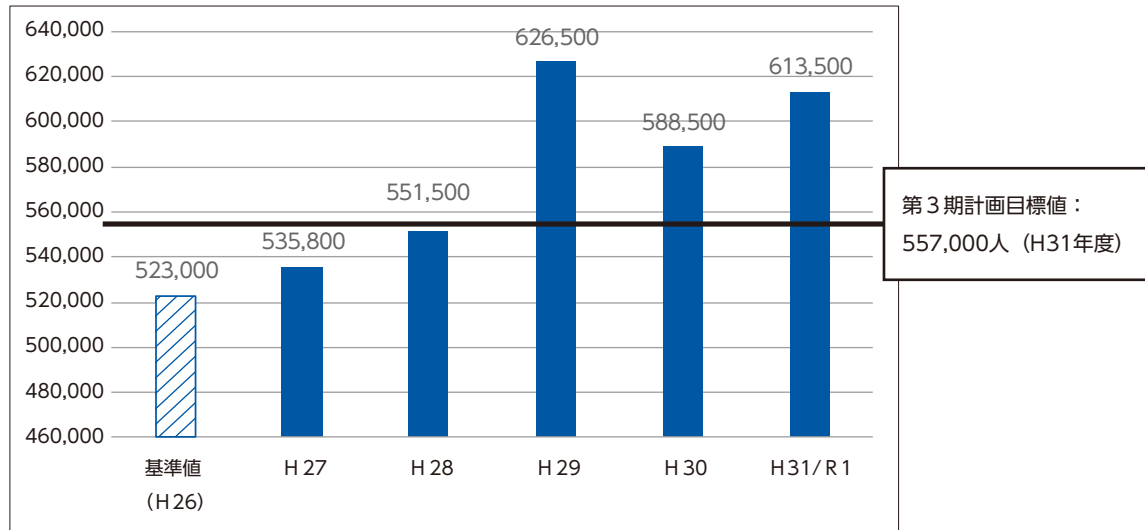
①観光入込客数

地域資源の発掘や磨き上げを行い、米沢観るパスをはじめとした各種事業を展開しました。また、女子旅や漫画・キャラクターの活用など、様々な趣味嗜好にあったテーマ性とターゲットを明確にした情報発信を行い誘客に努めたことにより、本市の観光入込数は順調に伸びています。2018（平成30）年は、道の駅米沢の開業の効果もあり飛躍的な増加となっており、目標値を上回っています。



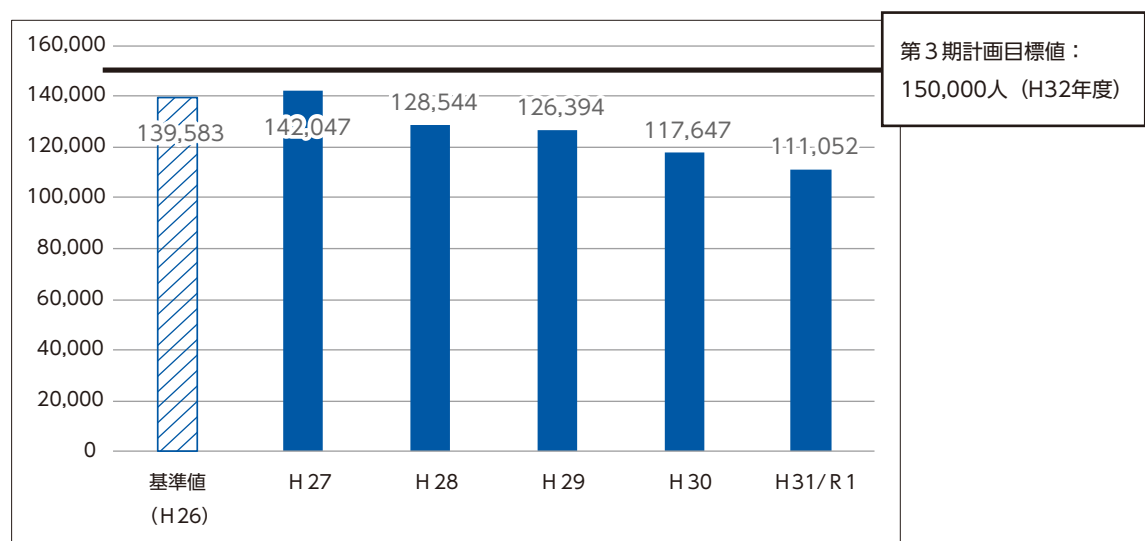
②四季のまつりの入込数

上杉まつりをはじめとする四季のまつりの実施のほか、愛宕の火祭りや獅子踊り等の伝統的なまつりの継続的な開催を支援してきており、四季のまつりへの入込数についても伸びています。



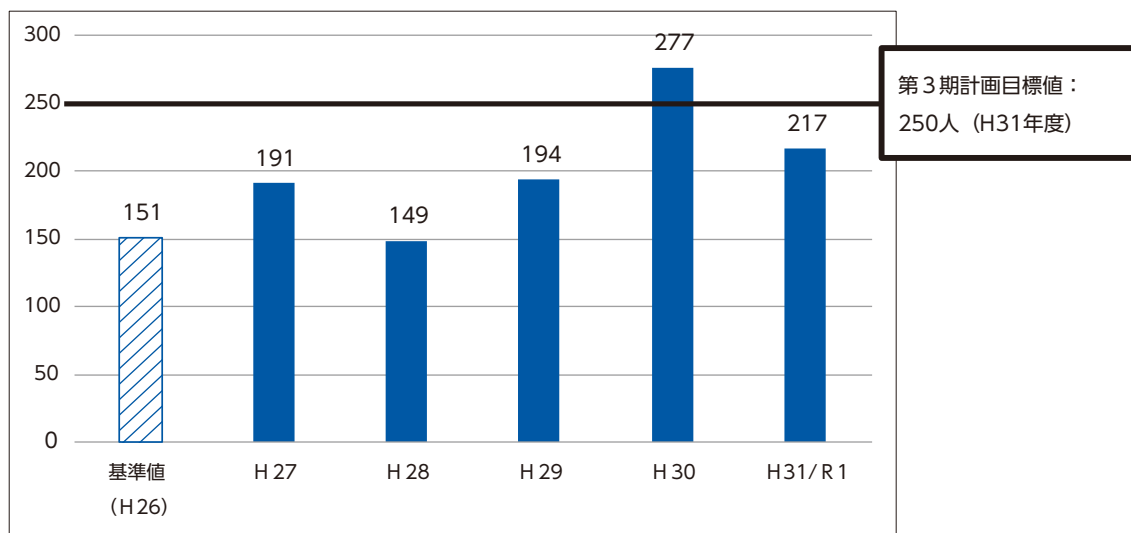
③温泉地（宿泊・日帰り）入込数

米沢まち歩きホームページでのまち歩きガイドの予約システムを継続的に実施し、小野川温泉や白布温泉でのまち歩きを推進するなど、新しい観光誘客や着地型観光に取り組んできましたが、情報の発信力が弱かったことなどから「2020（令和2）年までに入込数を150,000人にする」という目標値の達成には至っていません。



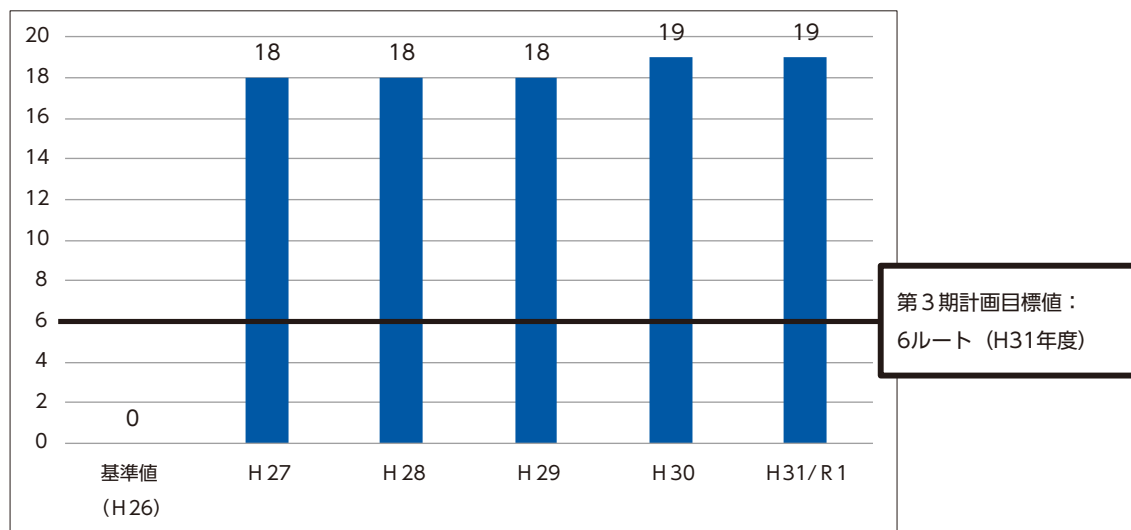
④教育旅行受入人数

米沢市農泊受入推進協議会を中心に研修会や先進地研修を実施し、受入体制の整備と質の向上を図ってきたこともあり、受入人数は増えてきています。今後は、米沢スキー場に隣接するペンション村キラキラ王国等と連携し、受入客数のさらなる拡大を目指すなど体制整備を図っていきます。



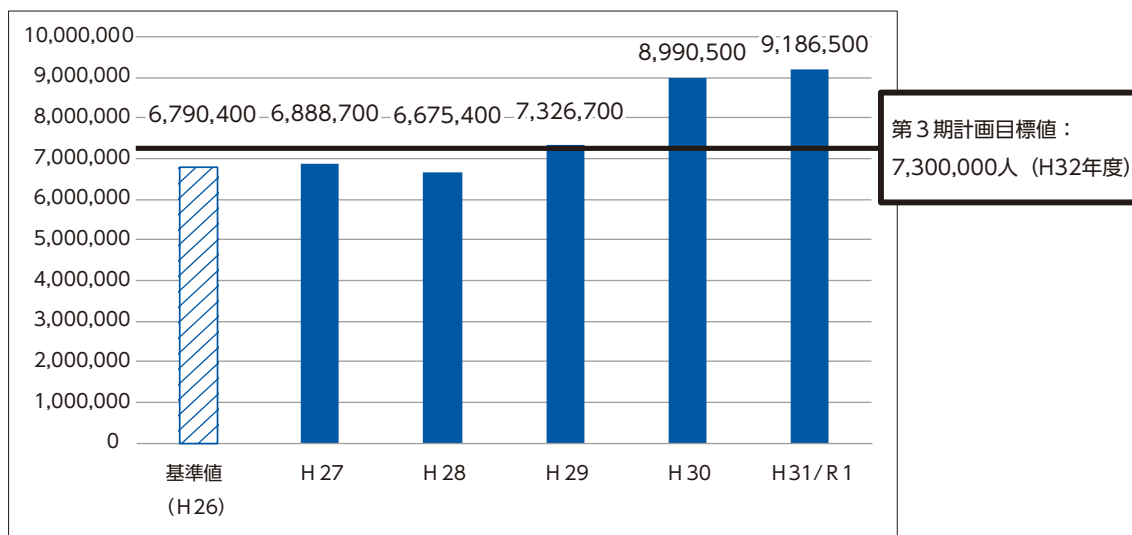
⑤まち歩き・歴史ルートの設定数

まち歩きルートの設定及びおもしろなガイドの会等のまち歩きコースの情報の一元化を図りガイドシステムを構築したことで、目標以上のルート数を設定できています。



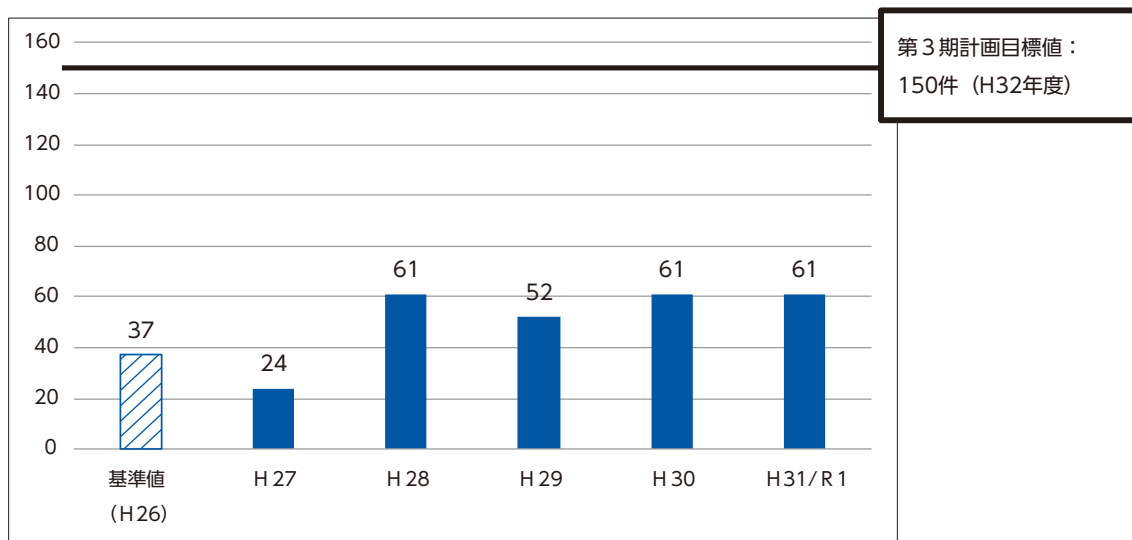
⑥置賜地域の観光者数

置賜管内の観光施設や店舗の情報を掲載した「まちなびカード」を作成し、道の駅米沢内の特設コーナーに設置しました。道の駅米沢を情報拠点として置賜管内への周遊促進を図ったことで、目標値を上回っています。



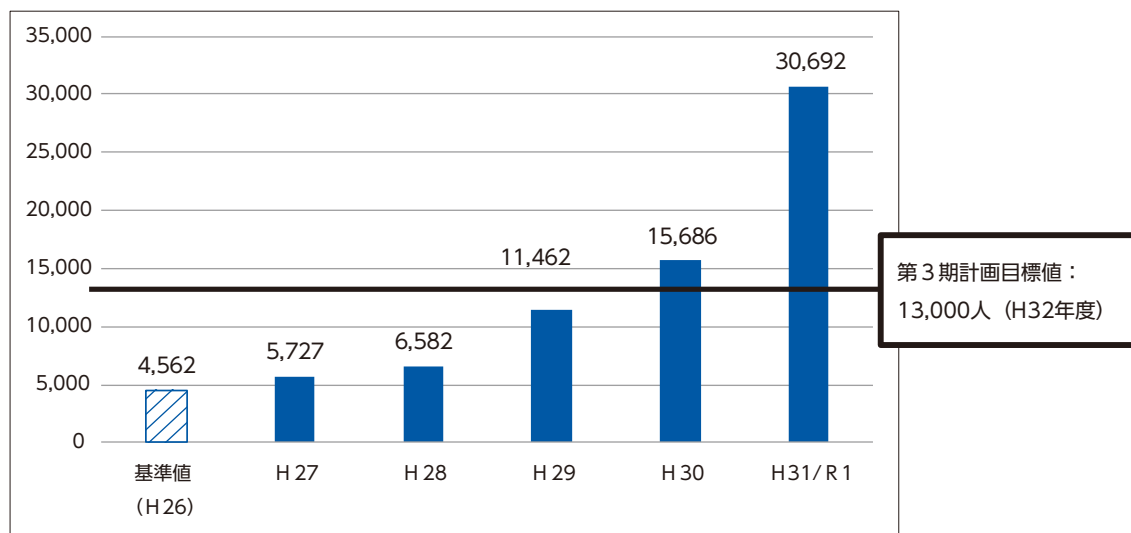
⑦無料公衆無線LAN (Wi-Fi) 設置件数

無料Wi-Fiについては、公的機関及び民間施設中心に整備が進んできていることに加え、目標策定時に比して通信環境が変化し、訪日外国人旅行者は、入国時の空港において日本国内で使用するSIMカードを入手してから旅行先に訪問するケースが多くなっていることなどから、無料Wi-Fiを整備する必要性も低くなり目標値の達成には至っていません。



⑧外国人観光客受入数

多言語総合パンフレットやポスター、指さし会話シート等を作成し、外国人観光客に伝わり易いよう改善に努め利便性の向上を図ったこと、また、農業・農村民泊体験型のインバウンドに先進的に取り組んでいる飯豊町やJICE⁴をはじめとする国際交流団体等と連携し、インバウンド誘客を推進してきたことにより、目標値を上回っています。



(2) 米沢市まちづくり総合計画の基本計画改定に向けたアンケート調査結果

まちづくり総合計画の後期基本計画（R3～7年度）を策定するにあたり実施されたアンケート（市民意識）調査から、観光振興に関連する項目を抜粋し、市民の意向を整理します。

■普段の暮らしで感じること

普段の暮らしで感じることや取り組んでいることに関して22項目を例示し、「とてもそう思う」、「どちらかといえばそう思う」、「あまりそう思わない」、「まったくそう思わない」の4段階の中でどれにあてはまるかという設問の結果から、「そう思う」⁵・「そう思わない」⁶と回答したそれぞれ上位3項目の集計をみると、「そう思う」では、『自然の豊かさを実感して生活している』という項目が、市民（第2位）・大学生（第3位）において上位にきています。

一方、「そう思わない」とする上位には、『地域が元気で、産業に活力がある』という項目

4 JICE（一般社団法人日本国際協力センター）：日本国外務省とJICA（独立行政法人国際協力機構）が実施する開発途上国への国際協力（ODA）に、民間機能を発揮して協力することを目的に設立された法人。世界各国・地域からの人材に対する実施事業は、日本の大学院等で学位を取得するための支援を行う留学生受入支援事業、海外から研修生や視察者を招いて行う国際研修事業、青少年などを対象とした国際交流事業のほか、日本語講習・教材開発に係る日本語教育事業や多言語に対応した通訳派遣事業など多岐にわたる。

5 「そう思う」：「とてもそう思う」と「どちらかといえばそう思う」の合計

6 「そう思わない」：「あまりそう思わない」と「まったくそう思わない」の合計

が、市民の第1位となっているほか、『市外から人が訪れたくなる魅力があるまちだと思う』という項目も市民（第3位）・高校生（第1位）において上位となっています。

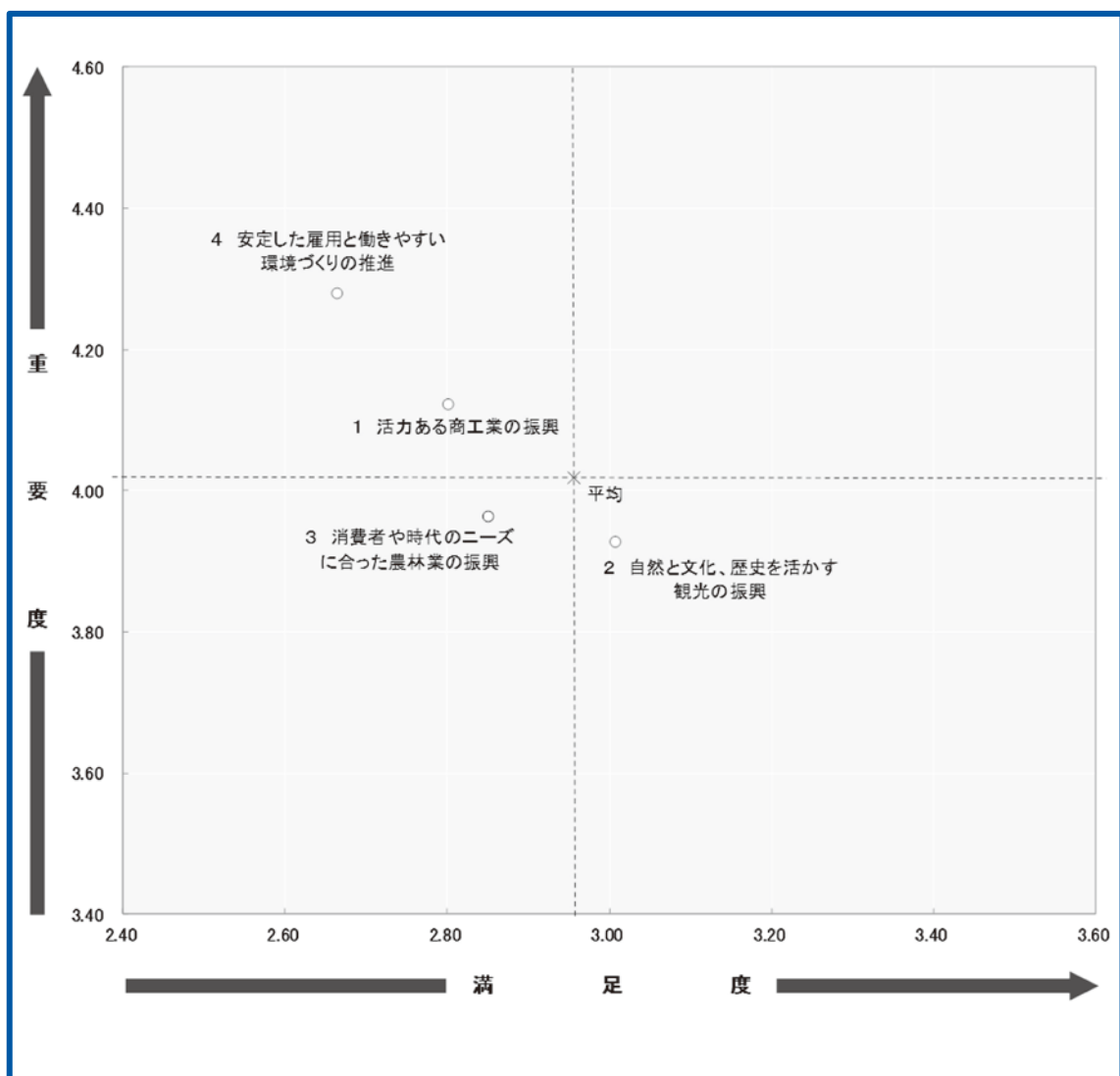
そのほか、「そう思わない」の上位項目をみると、まちづくりに関する当事者意識や、シビックプライドが薄く、市政との距離を感じていることが伺えると評価されています。

■各施策に対する満足度・重要度

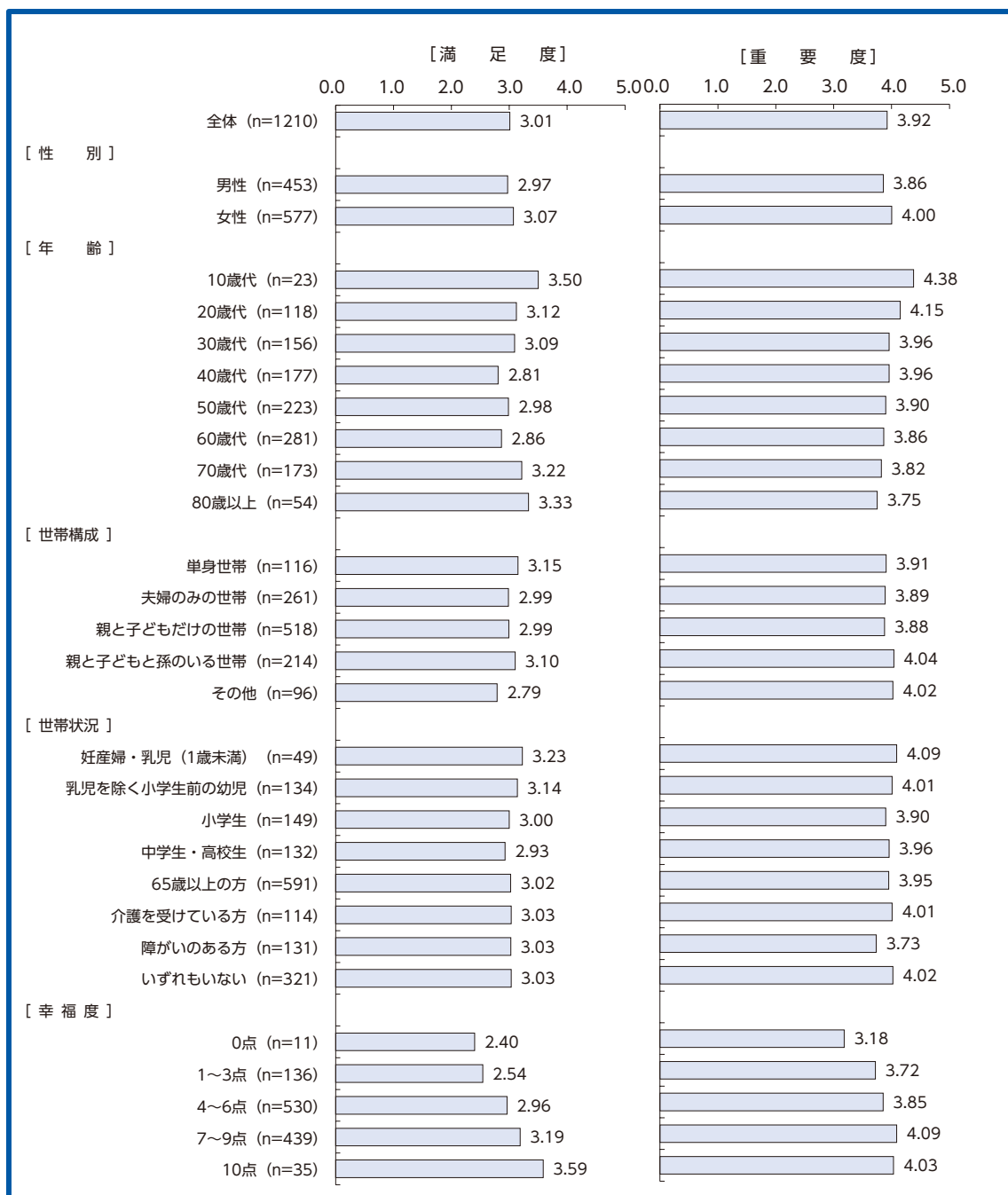
まちづくり総合計画の基本目標ごとに取り組んでいる施策に対する満足度・重要度をそれぞれ尋ね、その結果を指数化して、施策ごとにまとめられています。

そのうち、「挑戦し続ける活力ある産業のまちづくり」に向けた施策「自然と文化、歴史を活かす観光の振興」をみると、満足度は平均を越えていますが、その重要度は低い結果となっています（図表1）。また、指数値による属性別比較（図表2）では、40代～60代で満足度が低くなっているのに対し、その重要度については、年齢が高齢になるにつれて低くなっているのがわかります。

図表1 「挑戦し続ける活力ある産業のまちづくり」で取り組む施策の満足度・重要度について



図表2 自然と文化、歴史を活かす観光の振興の満足度・重要度（指数値による属性別比較）



以上のことから、市外から人が訪れたいくなるような魅力あるまちにするため、自然の豊かさを実感する施策を取り入れ、幅広く米沢の魅力を感じていくことのほか、地域と一体となってまちづくりを推進し、シビックプライドの醸成を図っていく必要があります。

2 第3期米沢市観光振興計画の総括

(1) 第3期観光振興計画の評価

米沢市観光振興委員会において第3期観光振興計画の評価を行いました。その結果から抽出した主な成果と課題は下記のとおりです。

■ 主な成果と課題

〈主な成果〉

- ◎「道の駅米沢」が開業し、入込客数の増加に大きく寄与している。道の駅米沢においては、四季折々の新鮮な農畜産物や特産品を販売及び地域特産の飲食を提供する施設に整備したほか、置賜地域や県内等の観光情報を網羅し、インバウンドにも対応した総合観光案内所が開設されており、県南のゲートウェイとして機能している。
- ◎美化活動の推進においては、各種団体が主催する定例の清掃活動などが浸透している。特に、上杉まつりを前に、米沢駅周辺やインターチェンジ周辺、中心市街地などで清潔なまちづくりを推進し、住民・観光客へ快適性と安全性を提供しており、より良い地域づくりを目指した環境美化活動を通じて、郷土愛の育成・おもてなしの意識向上が図られている。
- ◎Twitter、InstagramやYouTube等のSNSを利用して、米沢上杉まつりや上杉雪灯籠まつり等においてハッシュタグキャンペーンを実施し、米沢の魅力を発信している。また、よねざわ女子旅インスタグラムを展開し、米沢の観光資源を女性の目線で発信するなど、様々な趣味嗜好にあったテーマ性とターゲットを明確にした情報発信を行いながら誘客に努めている。
- ◎四季のまつりでは、2018（平成30）年度において、延べ613,500人の入込客数を記録しており、各まつりが一定の集客を実現している。

〈主な課題〉

- ◎SNSを利用し米沢の魅力を発信してきているものの、情報発信の強化は重要課題の一つである。さまざまな観光宣伝ツールを活用し、効果的な情報発信を積極的に行う必要がある。
- ◎インバウンド対策としてのWi-Fi環境の整備と観光案内板やパンフレット、ホームページなどの多言語対応は欠かすことができない。訪日外国人旅行者の増大が見込まれるなか、引き続き対応を行う必要がある。
- ◎本物志向など、素材の磨き上げが進んでいるもののターゲットを明確にした、高級感とおもてなしを通した市内経済の好循環につながるような企画を設定する必要がある。
- ◎ハンディキャップのある旅行者が無理なく楽しめる施設環境の整備が進んでいない。観光バリアフリーの重要性を再認識する一方、ユニバーサルツーリズムを推進し、その普及・促進を図る必要がある。
- ◎国際観光の来訪者が少なく、その必要性和それに向けた取組が希薄。まちなか散策マップやロードマップなど日本人客だけではなく海外からの観光客向けの表示案内が必要である。
- ◎道の駅開業を契機に観光客が伸長している市内施設もあることから、各施設の磨き上げが重要である。また、それらの掘り起こしを進めるとともに、効率的に活用していけるようにICTの活用（DX：デジタルトランスフォーメーション）を積極的に進めていく必要がある。

(2) 専門家による分析

本計画の策定や観光振興施策等において助言・指導をいただいている相原健郎氏（国立情報学研究所 准教授）⁷に専門的見地から分析してもらい整理しました。

■ 第3期米沢市観光振興計画における取組と第4期観光振興計画に向けての分析

〈施策目標1〉 地域ブランドとしての米沢の魅力向上

- ・各事業は着実に実行され、成果も評価できる。
- ・ただし、各事業がそれぞれ達成されることが本来の目的ではなく、それらが達成される先にある他地域における「米沢ブランドの向上」に、それらがどうつながっているかをそれぞれが意識して取り組むことが重要である。
- ・入込客数は、「道の駅米沢」の開業の影響が大きく、それを含めれば目標を優に超える規模に躍進した。
- ・道の駅米沢を除く従来の観光施設等の入込は、横ばいもしくは微減傾向が見られ、特に中心となる松が岬公園の減少は注視が必要である一方、「東光の酒蔵」など、道の駅開業後に伸長している施設もあり、各施設の磨き上げが重要になってくる。
- ・四季のまつりでは、2018（平成31）年度において、延べ613,500人の入込客数を記録した。各まつりが一定の集客を実現している一方で、県内や近隣県からの来訪者に関しては天候等に左右される側面もあり、これらのイベントに依存しすぎない方策も必要となる。
- ・景観形成は、地域のブランディング、特に観光資源の観点では重要である。「本物性」「上質さ」への要望が高まる昨今の情勢は、「品質」を売りにする米沢にとってはむしろ好機とも言える。
- ・街なかの景観や道案内の標識、パンフレット、ウェブでの情報発信など、ハード、ソフト両面に跨ったデザインの統一性の向上も必要となると考えられる。
- ・市民への情報発信や学習機会の増加に加え、市民と来訪者との交流機会の向上も今後検討する必要がある。ハード面での改善は一朝一夕には進まないが、ソフト面での強化はそれをカバーするだけでなく、地域全体の魅力向上に必ず結びつくはずである。

〈施策目標2〉 異業種連携による観光の促進

- ・異業種連携には、主に以下の3点の効果が期待されると考えられる。
 - ① そのネットワークを通じての認知向上
 - ② 活用できていなかった業種での新たな観光資源の発見
 - ③ 異なる業種を結ぶことによる新たな観光資源の創造
- ・認知向上のための各業種（チャンネル）の活用比べ、新たな観光資源の発見、創造のためには、より大胆で積極的な取り組みも必要に思われる。
- ・観光は本来、全ての分野に関係があると言ってよい。地域住民にとっては当たり前のことも、来訪者には新鮮で、興味深いものも多い。それらの掘り起こしを進めるとともに、効率的にそれらを活用してけるようにICTの活用（デジタルトランスフォーメーション、DX）を積極的に進めていく必要がある。

7 職名は当時；現 東京都立大学 都市環境学部 観光科学科 教授

〈施策目標 3〉 広域連携からの観光地づくり

- ・道の駅米沢に期待される、立ち寄り客の集客、地域への送客（案内）、物販等のゲートウェイ機能は、着実に効果をみせている。
- ・置賜地域をはじめ、県全域を見渡す視点での情報発信や、農特産物やこだわりのものづくり産業など、地域のショーケースとしての展示は有用である。
- ・今後は、来訪者目線での周遊を意識した近隣地域との連携をより強化し、具体的な回り方、楽しみ方を多く取り揃えた上で、それを分かりやすく提示していけるようにしていくことが望まれる。
- ・パンフレットやポスターなどの紙媒体、SNS、アプリなどを効率的に活用していく必要がある。

〈施策目標 4〉 戦略的な態勢整備

- ・ハード的な整備は、予算的な制約などもあり、また、全域に渡って整えていくことの難しさもあり、効果を意識しながら、また、ソフト的に対応できる部分は積極的にそちらを活用するという姿勢で進めていくことが重要である。情報や案内などの部分は、ソフト（ネットやアプリ）に誘導するきっかけとなるものを物理的に配置していくという発想でも良い。
- ・域内交通についても、旅館などはそれぞれ個別に送迎車を運行していたりする部分もあり、それらを連携させて効率的に運用するなどして、路線バスだけに頼らない工夫がより重要となっている。MaaS的なサービスの導入可能性も今後は現実的に検討する必要がある。
- ・コンテンツや個別の機能を強化するとともに、広報・情報・企画などを網羅する全体戦略を司る役割を明確に位置づけ、その下での運用を図っていくことが重要である。

〈次期計画に向けて留意すべき事項〉

◎ キーワード

- | | |
|----------------|-------------------------------|
| — 分散、滞在、安心 | — ○○×観光 |
| — 癒やし、開放・自由 | — 個別、特別、テラーメイド、courtesy、気の利いた |
| — 上質、本物、伝統、体験 | — 長期滞在、繰り返し滞在、いつでも |
| — 自然（非人工的）、非日常 | — さらなるDX |

◎ 司令塔

- 全体と統括する組織の強化
 - ・「司令塔」及び市観光担当は、役所の全セクションと日常的につながっている（情報共有ができています）くらいの情報の集約も重要となる
 - ・市観光担当は、市広報担当と一体化するくらいでも良い
 - ・米沢市の中だけでなく、置賜地域、近隣市町、南東北・新潟などとの関係性も見渡し、連携体で動けるように
- 情報戦略の強化
 - ・ウェブ、SNS⁸、マスコミ（新聞、雑誌、放送）など、双方向での情報流通の全体的な戦略を統括
 - ・情報発信とコンタクトポイントが散在する状態を避ける

◎ 交流人口 → 関係人口 → 二拠点生活へ

8 SNS：Social Networking Serviceの略。登録された利用者同士が交流できるWebサイトの会員制サービスのこと。友人同士や、同じ趣味を持つ人同士が集まったり、近隣地域の住民が集まったりと、ある程度閉ざされた世界にすることで、密接な利用者間のコミュニケーションを可能にする。

第3期米沢市観光振興計画において掲げた4つの施策目標と16の重点プロジェクトのブラッシュアップを行い、観光地等における受入環境整備のほか、滞在コンテンツの更なる充実に向け、本市の魅力や特性を活かした戦略を計画する必要がある。

■ (参考)第3期米沢市観光振興計画の施策目標と重点プロジェクト

施策の目標	重点プロジェクト
1 地域ブランドとしての米沢の魅力向上	(1) 市民が米沢に誇りと郷土愛を持ち、おもてなしができる心の育成 (2) 各種まつり等の充実と市民の積極的な参加促進 (3) 米沢の魅力を伝える取組の実施及び支援 (4) 観光を契機とした移住・二地域居住をはじめとした交流人口の拡大
2 異業種連携による観光の促進	(1) 異業種連携による観光誘客やコンベンション等の誘致 (2) 異業種連携による新たな観光の創出 (3) 農業・農村民泊体験等を活かした教育旅行等国内外からの誘致 (4) ストーリー性のある観光コースの造成とガイドの育成
3 広域連携からの観光地づくり	(1) (仮称)道の駅よねざわの有効活用 (2) 広域観光の推進
4 戦略的な態勢整備	(1) 観光地域づくりプラットフォームの育成支援 (2) 顧客ニーズに即したターゲットの選定や誘客施策につながる観光統計の見直し (3) インバウンドに対応した受入態勢の整備と情報発信 (4) 二次交通の整備 (5) だれもが心地よく過ごせるようなバリアフリーの整備 (6) SNSや動画等を活用した有効的な情報発信

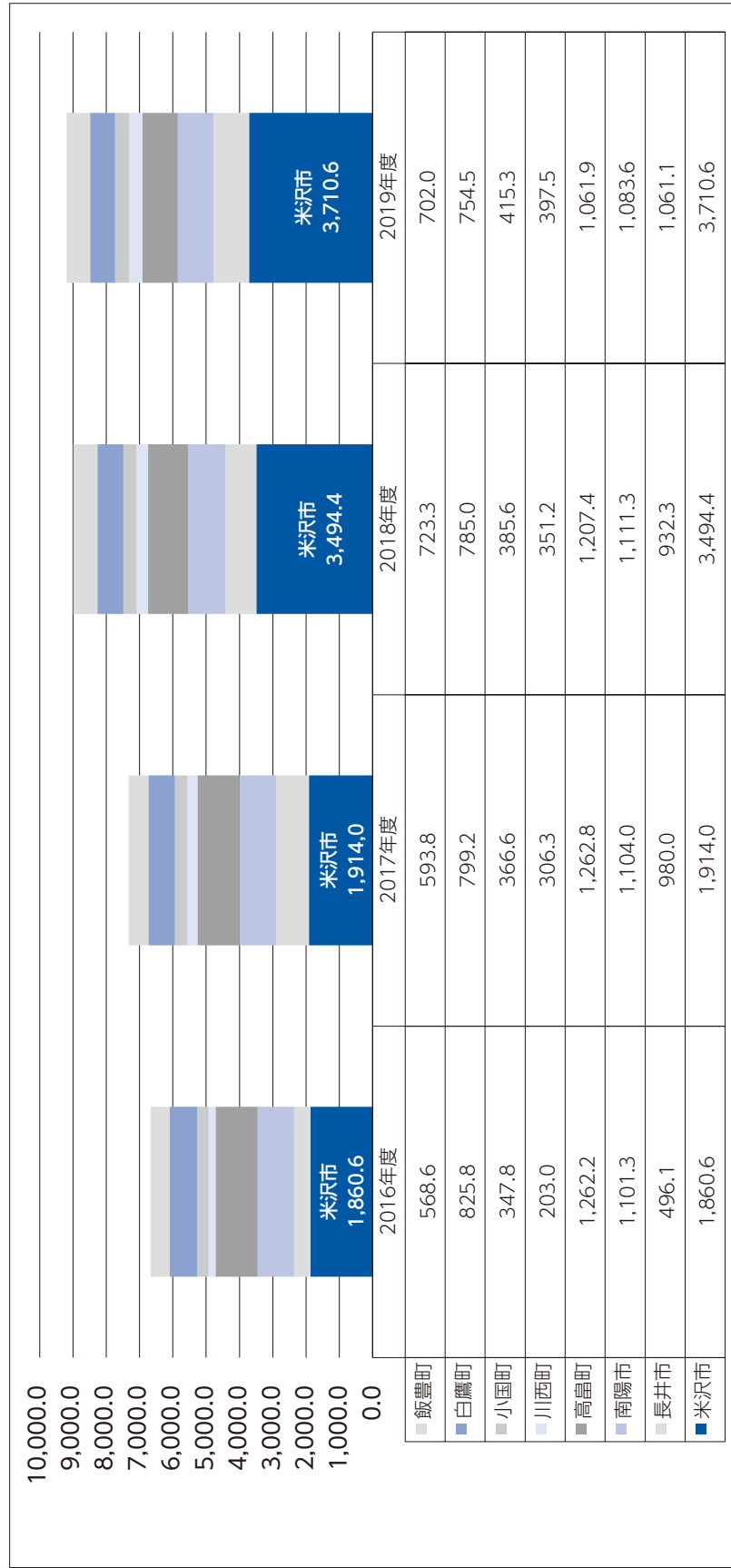
(3) その他観光指標にみる現況の把握

① 置賜地域 観光者数 推移

置賜地域全体で見れば、2018（平成30）年に米沢市の増加を反映して延べ900万人の入込客数を記録しています。川西町、飯豊町は同時期に増加が見られることから、道の駅の波及効果があったと考えられます。

観光者数

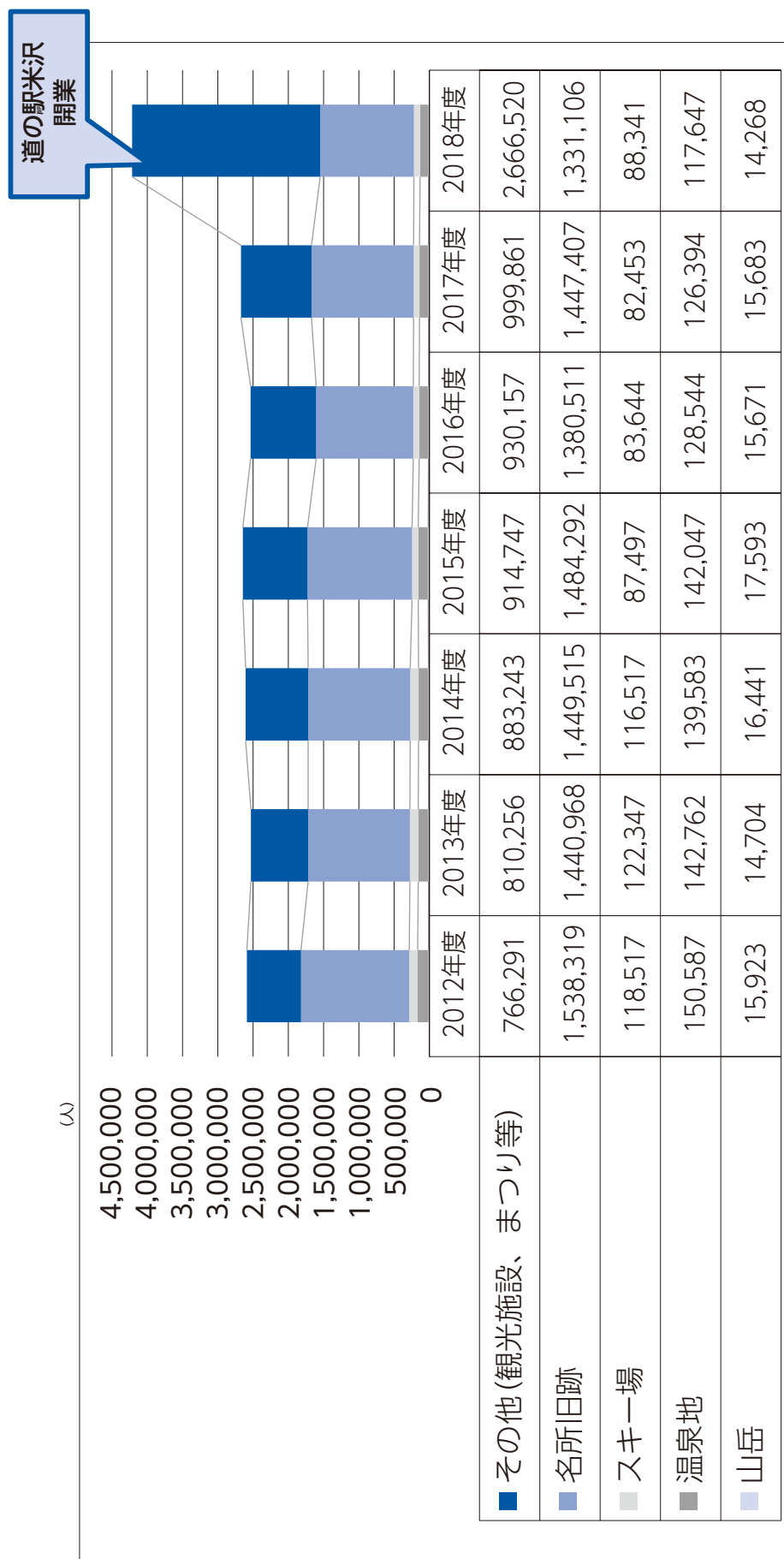
(千人)



出典：山形県「観光者数調査」

② 目的別観光客数

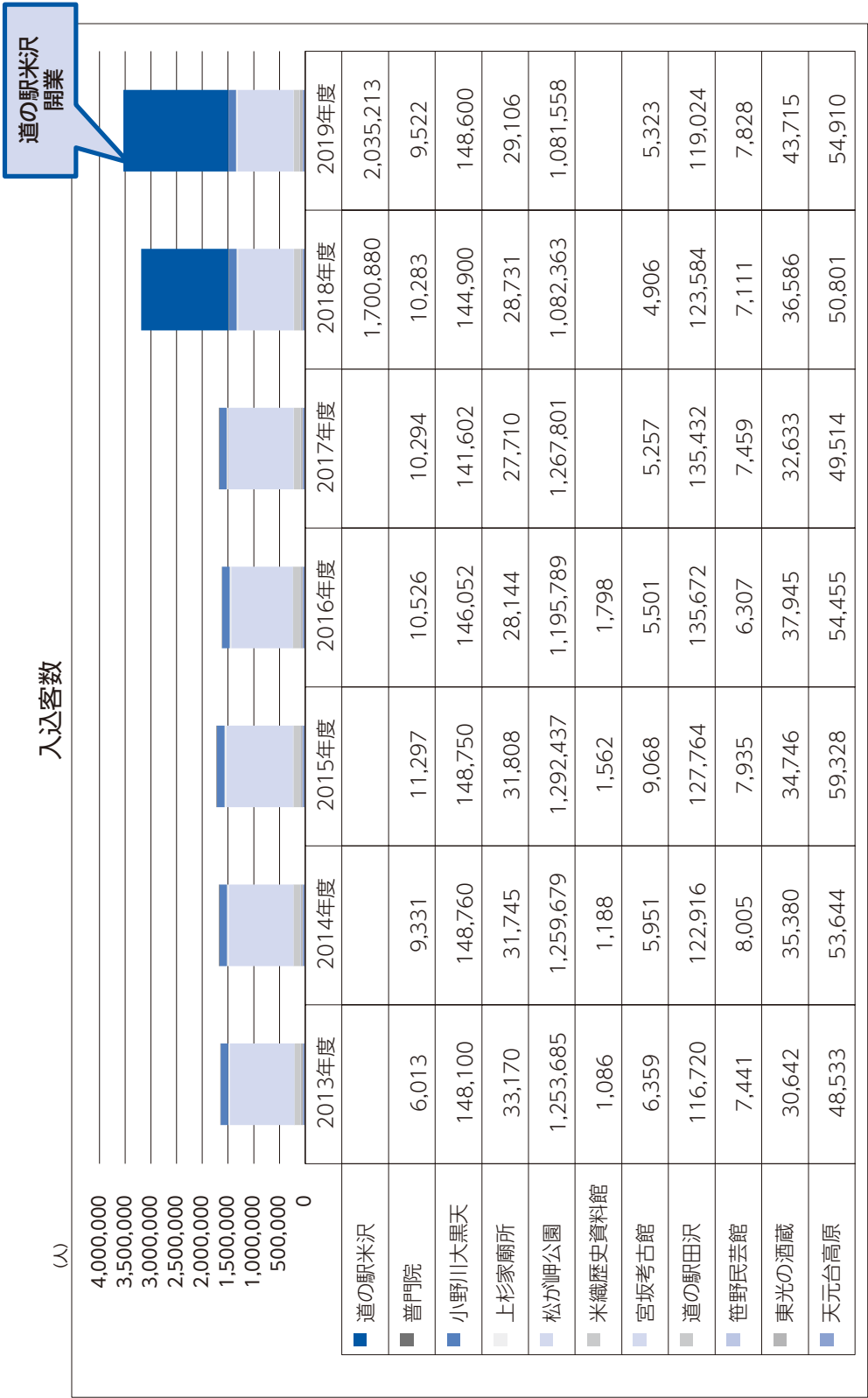
米沢市では、名所旧跡を目的とする来訪が圧倒期に多いのがわかります。



出典：米沢市統計

③ 入込客数の年度別推移（2014～2019年度）

道の駅米沢の来館者数は、他の観光施設の延べ総計を越える数で推移しています。

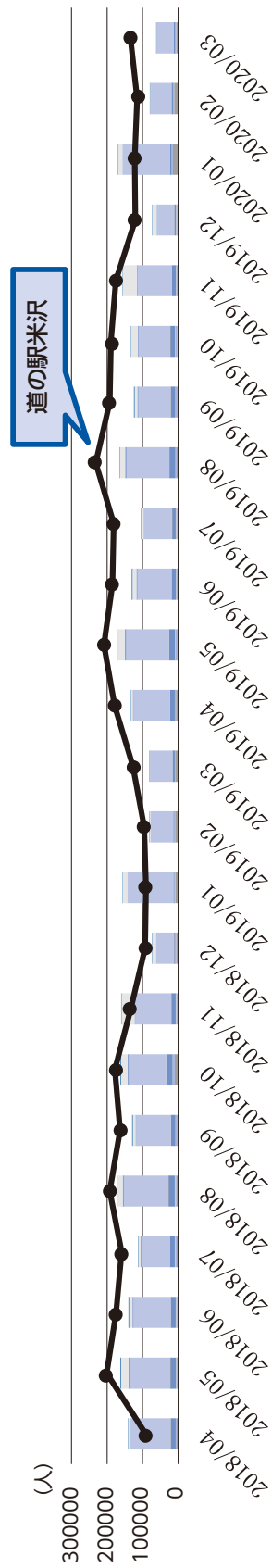


出典：米沢市統計

④ 入込客数の年度別推移（2018～2019年度）

道の駅米沢の来館者数は、他の観光施設の延べ総計を越える数で推移しています。

入込客数



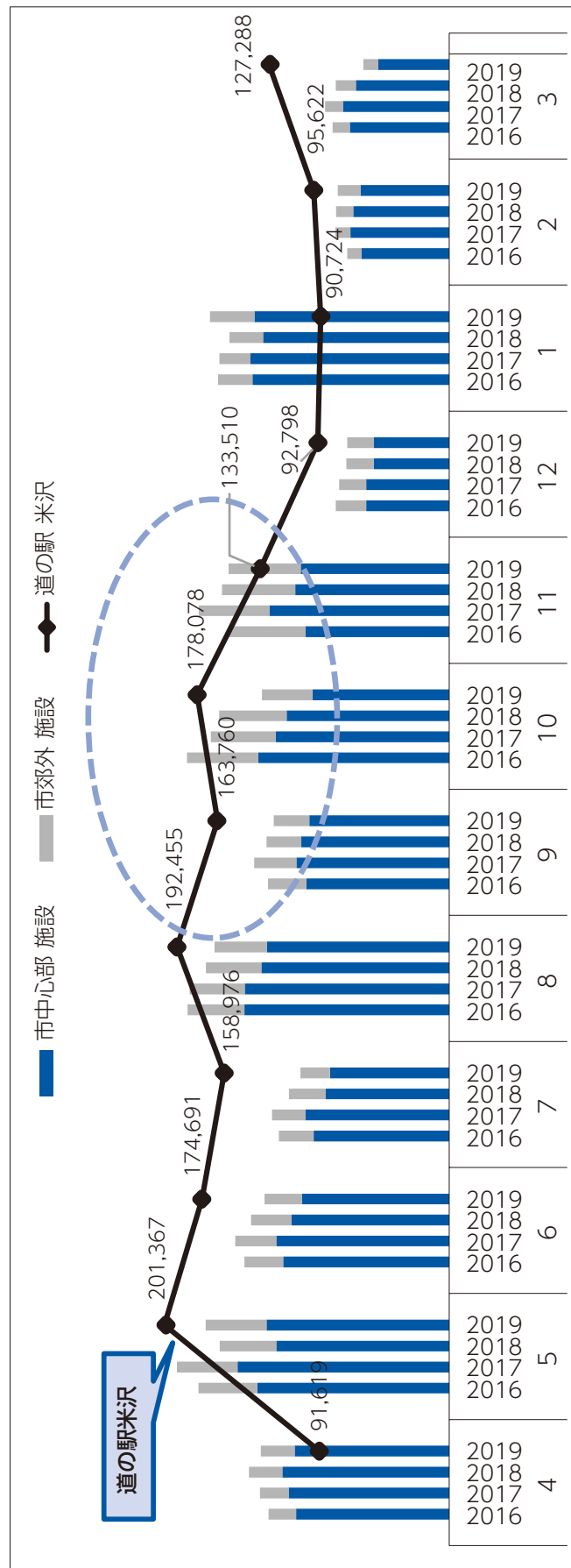
	2018/04	2018/05	2018/06	2018/07	2018/08	2018/09	2018/10	2018/11	2018/12	2019/01	2019/02	2019/03	2019/04	2019/05	2019/06	2019/07	2019/08	2019/09	2019/10	2019/11	2019/12	2020/01	2020/02	2020/03
善門院	1176	1982	1799	704	986	1123	1061	737	237	177	301	727	876	1768	1663	711	1525	1126	724	524	185	125	92	203
小野川大黒天	3800	20100	9900	7100	15200	7700	19400	37400	10300	12400	1600	900	4100	20600	11400	7400	15300	7800	18600	38500	10700	12300	1400	500
上杉家廟所	2571	3698	3200	3040	4241	3216	4285	2532	815	414	719	1359	2650	4356	3200	2586	4106	3371	2882	2573	901	716	782	983
松ヶ坪公園	112817	114480	104286	80190	124489	96453	104753	100742	50351	129613	64189	61843	102868	119808	96127	77444	120586	90736	88269	96988	49569	134017	58063	47083
宮城考古館	412	690	539	518	785	585	563	389	160	112	153	242	502	837	431	486	753	602	495	471	161	230	191	164
道の駅田沢	13580	15708	13376	12608	17220	12076	17388	12104	3628	2656	3240	5656	12616	16416	11904	9764	15760	12732	12868	10960	4496	3576	3440	4492
徳島民芸館	473	731	1083	1081	603	638	688	456	474	615	269	434	528	1019	650	643	620	580	729	904	696	817	381	261
東光の酒蔵	2172	3238	3438	3789	3207	4265	5257	5083	2067	1425	2645	2446	3101	4173	4444	3650	3434	4148	5063	4991	2490	2769	3666	1786
天元台高原	4455	1582	2424	4274	5317	3032	9263	1064	4641	7882	6867	6554	5905	3205	689	2405	3803	2868	2753	0	2757	14626	10761	5138
道の駅米沢	91619	201367	174691	158976	192455	16376	178078	133510	92796	90724	95622	127282	178501	208689	184816	181562	232404	192469	188887	175117	120673	122579	115522	133994

出典：米沢市統計

⑤ 入込客数 月別推移

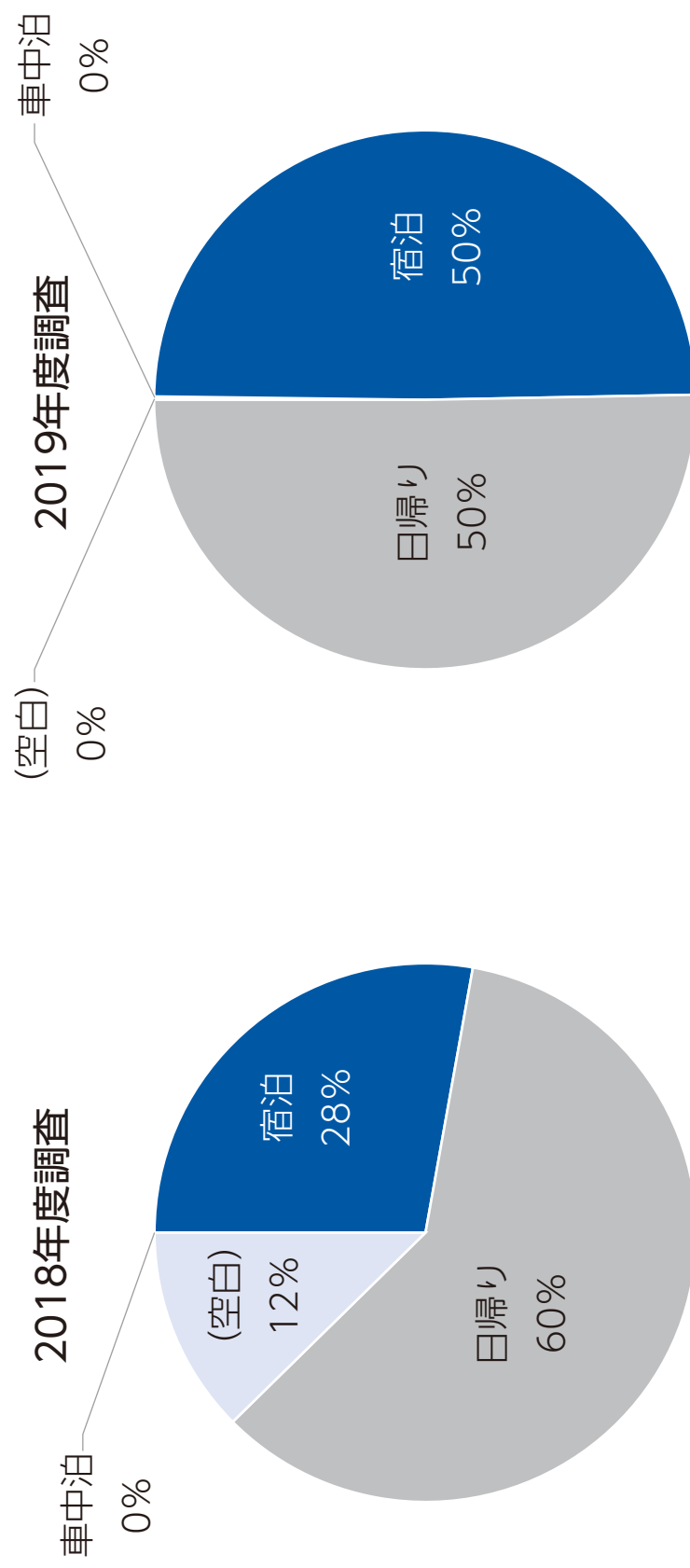
入込客数の前年比では、全体的には前年割れの月が多いものの、5月や1月など、月によっては前年を越える来訪者が認められます。

各施設での入込客延べ総数は、道の駅米沢の来館者数と基本的に相関の高い推移を示しています。また、10月は、道の駅来館者数は9月と同水準であり、入込客数も同程度であったが、11月は道の駅が微減である一方で、入込客数は大きく伸びています。これは小野川大黒天の集客が貢献していると考えられますが、道の駅利用者とその訪問客（例祭）との相関が低いことが推察されます。



⑥ 入込の内訳：訪問者比較（宿泊別、2018～2019年度）

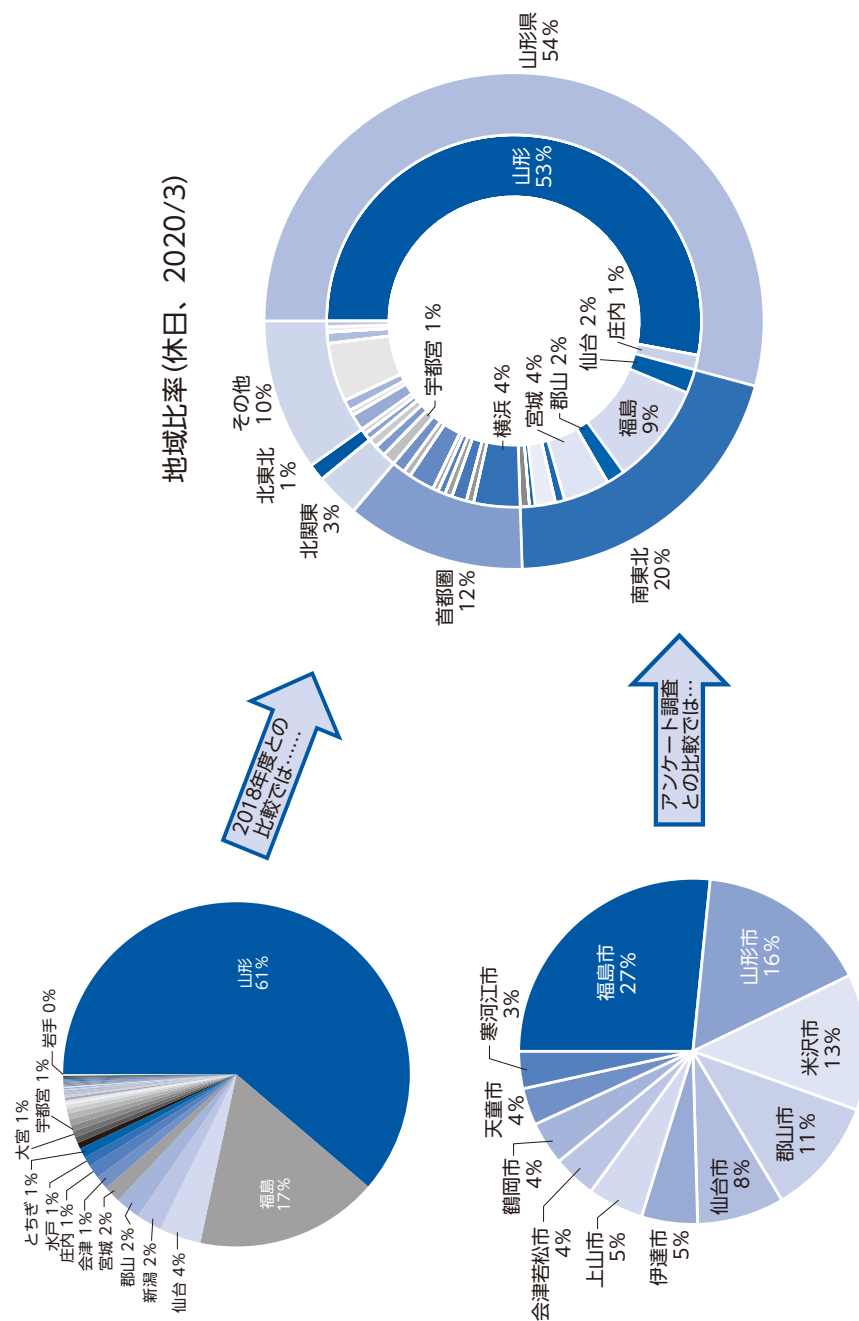
宿泊での訪問の比率が2018年度から増えていることが特徴と言えます。宿泊率が高い首都圏からの来訪者の増加が影響していると考えられます。



出典：米沢市観光調査

⑦ 来訪者の地域比率 年度別比較（休日）

2018年度との比較では、宮城や首都圏からの来訪比率が増え、都市部での誘客プロモーションなどの効果が現れつつあるのかもしれない。アンケート結果との比較では、普段は福島市からの流入が多いという結果になっていますが、調査対象（3月の週末）においては、県内からの来場が半分程度を占めていると思われます。また、アンケートでは少数だった首都圏からの来訪も、実データからは確認できます。



出典：米沢市観光課調査

⑧ 来訪者の地域比率 年度別比較 (休日)

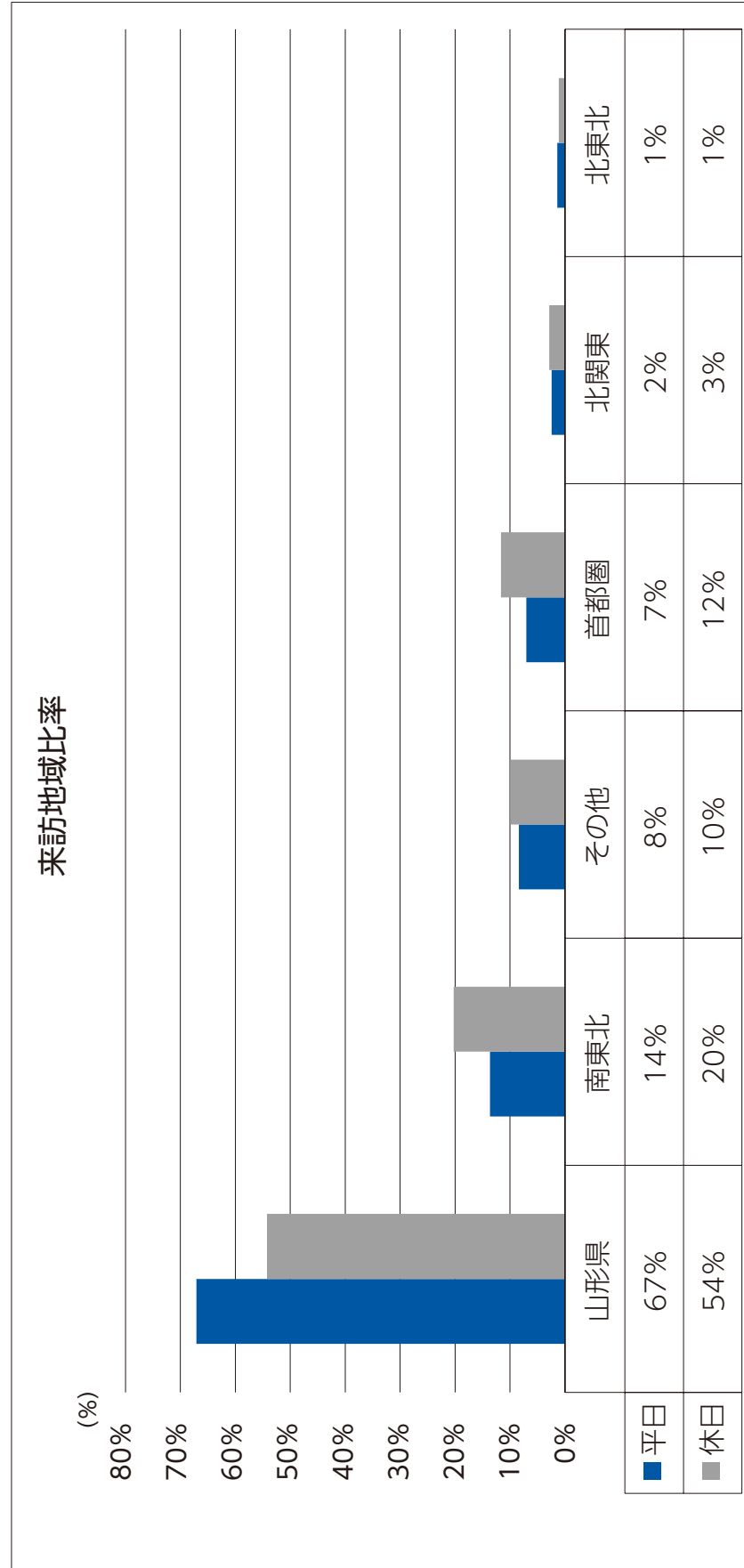
平日は、山形県内（山形ナンバー）が6割を占めますが、土日になると、山形ナンバーの比率は1割ほど低下し、宮城、横浜、新潟などの比率が上昇しています。



出典：米沢市観光課調査

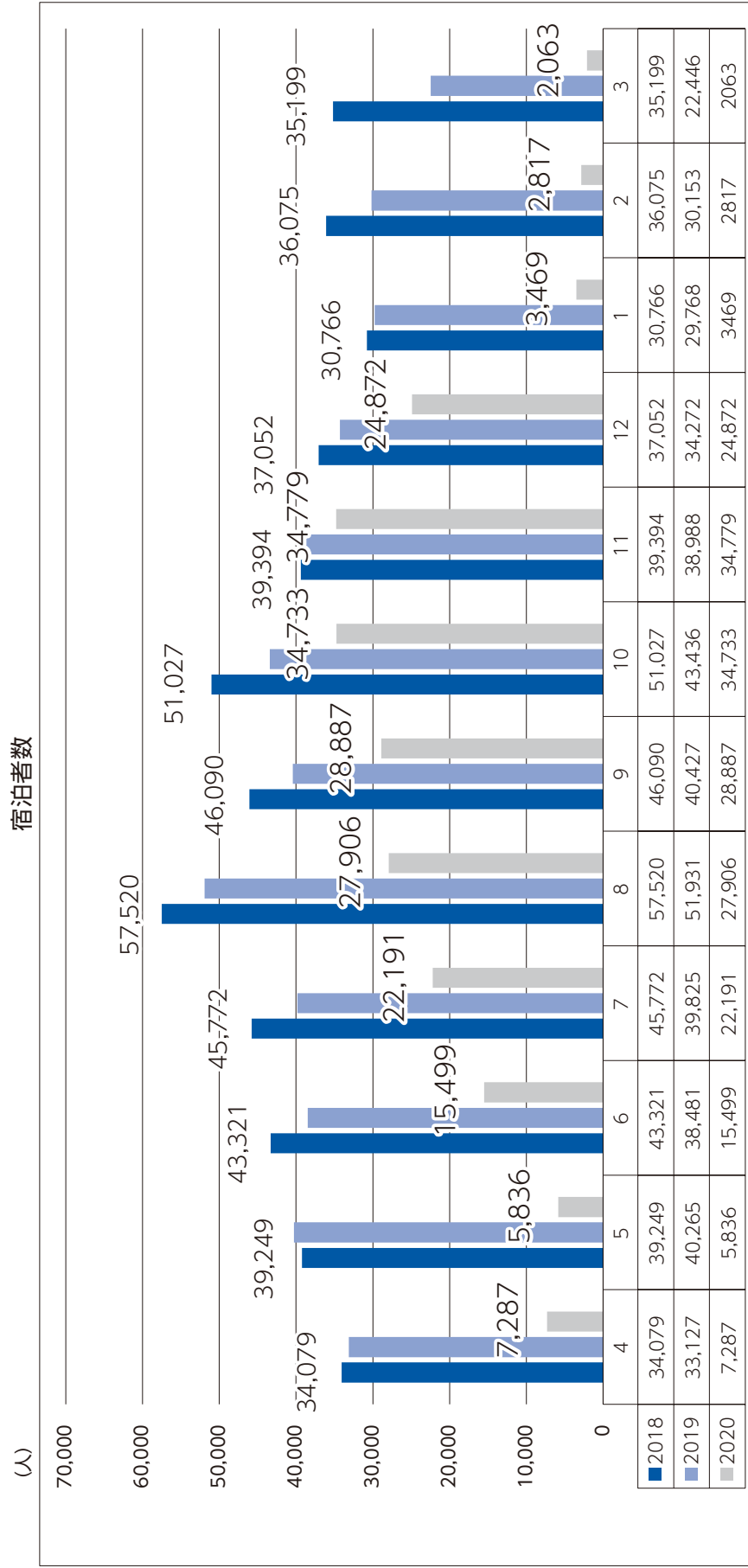
⑨ 来訪者の地方比率 比較（平日/休日、2020年3月）

平日は、山形県内が3分の2を占めます。土日になると、県内比率は1割ほど低下し、南東北、首都圏の比率が上昇しています。
この調査では、北関東が相対的に少ない点が顕在化しています。



出典：米沢市観光調査

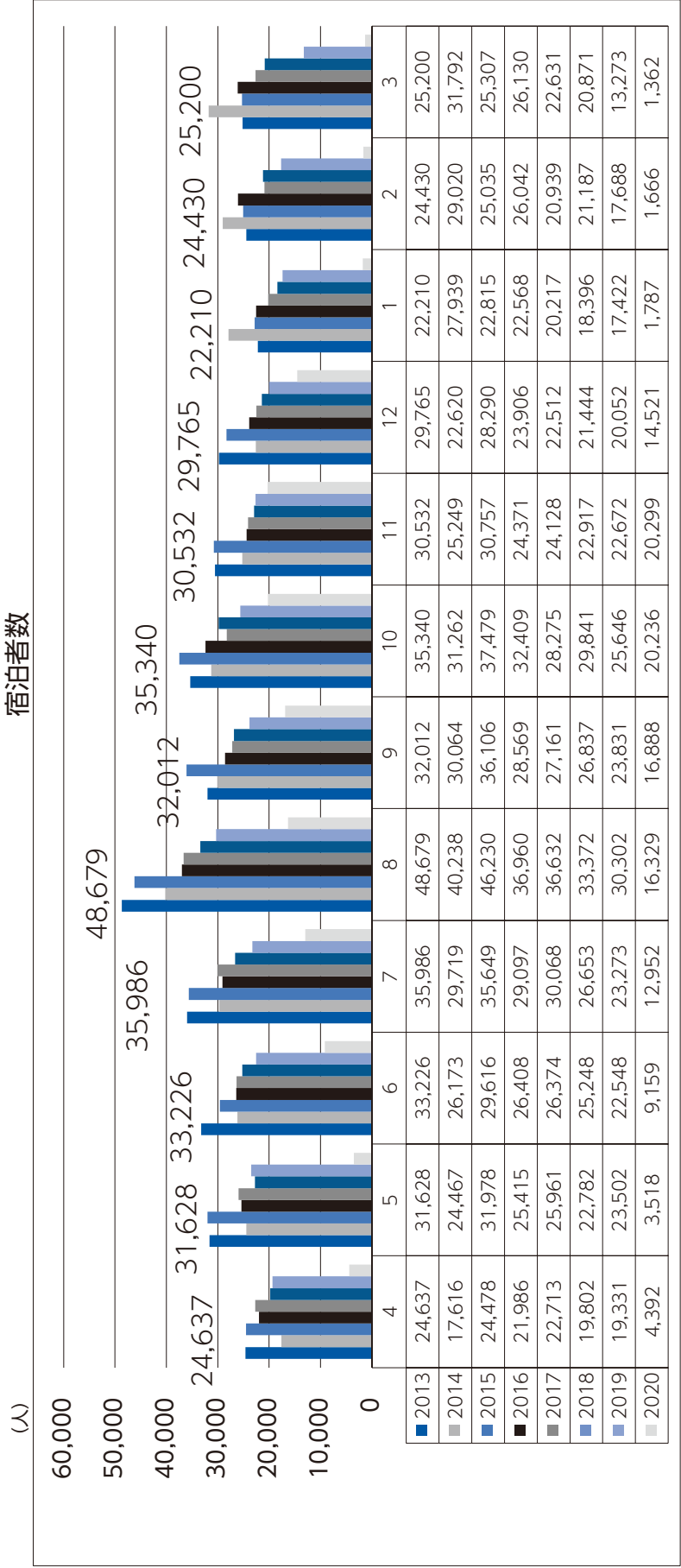
⑩ 置賜地域 宿泊者数 推移



出典：観光予報プラットフォーム 宿泊実績データ調査

⑪ 米沢市の宿泊動向：米沢市宿泊者数 年度別推移

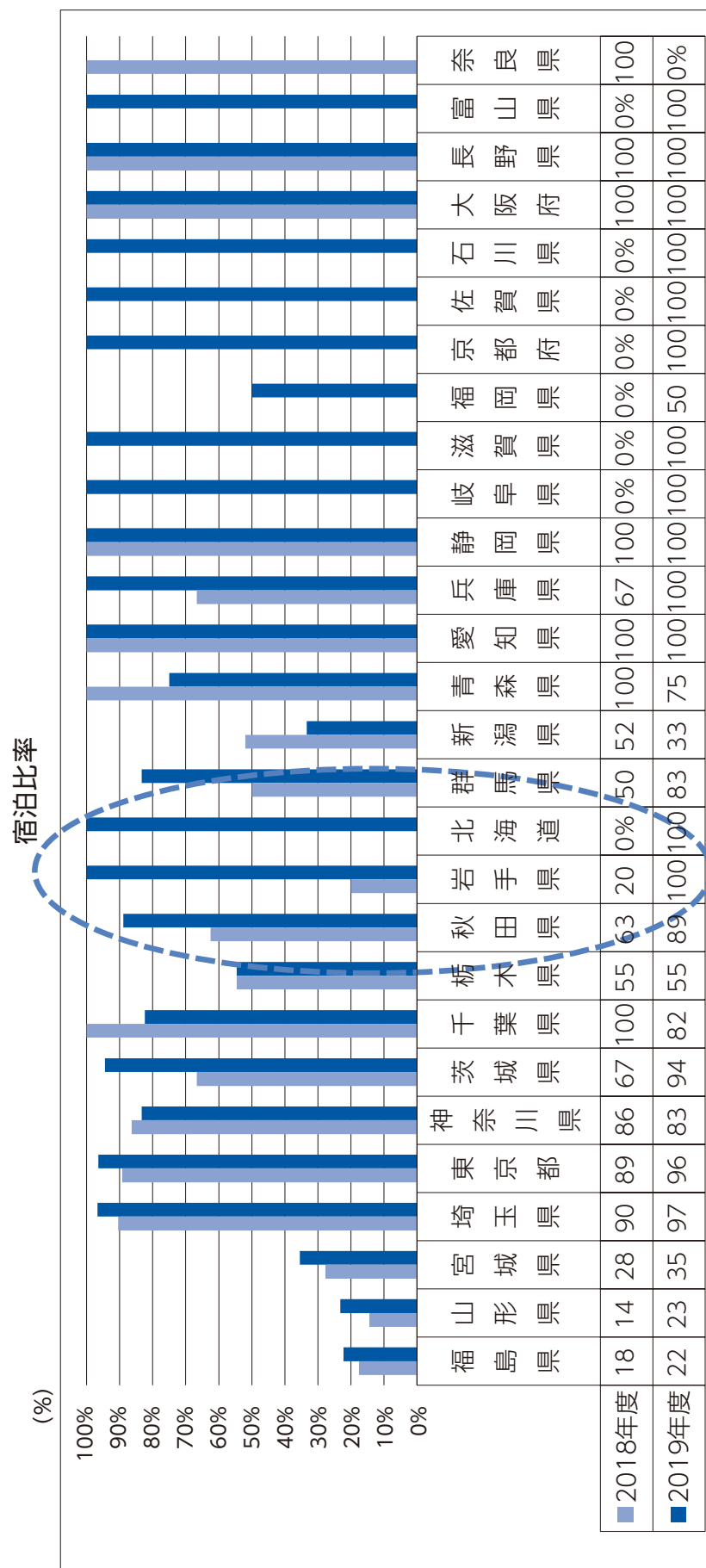
米沢市に関しては、2017年度で30万人強の規模となっています。入込数と同様に、2013年からは横ばいから微減の傾向が続いてきています。



出典：観光予報プラットフォーム 宿泊実績データ調査

⑫ 宿泊比率比較：2018～2019年度

秋田、岩手、北海道など、北東北・北海道からの宿泊客の伸びが見られます。



出典：米沢市観光調査

3 米沢市の強みと弱み

■SWOT分析⁹

【強み Strength】 ・ 上杉家や先人たちが築いた歴史、文化 ・ 米沢の味ABCや米沢らーめん、伝統野菜、地酒などの食が豊富 ・ 良質な温泉資源が豊富 ・ 山岳、四季の彩りなどの豊かな自然環境 ・ 米沢織などの伝統産業 ・ 有機ELなどの先進技術 ・ 上杉まつり、なせばなる秋まつり、上杉雪灯籠まつりなど、四季ごとに開催されるイベント ・ おしよしなの心 ・ 道の駅米沢の集客力 ・ 首都圏からのアクセスの良さ ・ 認知度の低さは、観光振興によって伸びが期待できるという強み	【弱み Weakness】 ・ イベント中心型の集客が主であるため、通年での安定的な集客力が弱い ・ 駅などからの二次交通が不十分 ・ 中心市街地の閑散化など地域力の低下 ・ 観光に携わる事業者、団体、行政等の連携不足と調整機能の欠如 ・ 地域全域に点在する地域資源の掘り起しや連携 ・ バリアフリー・ユニバーサルデザインが不十分 ・ 国内外へのプロモーション力が弱い ・ 人口減少、少子高齢化等による担い手不足 ・ 通過型観光（滞在時間が短い） ・ 体験型観光メニューやアクティビティ等が不足 ・ 地域資源が分散して存在し、周遊が非効率的 ・ 海外向けの情報発信ができていない ・ 外国人向け案内所、対応ガイドなどが不十分
【機会 Opportunity】 ・ 情報通信技術の飛躍的な発展 ・ 温泉への根強いニーズ ・ スローライフ、エコ、LOHAS、農業・林業などへの関心の高まり ・ 着地型旅行の需要拡大 ・ 外国人観光客の増加とローカル志向 ・ 東北デスティネーションキャンペーンの実施 ・ 東京オリンピック・パラリンピックの日本開催 ・ 地方創生、DMO推進による国の支援、仕組み作り ・ 働きかた改革の推進 ・ 東北中央自動車道の開通	【脅威 Threat】 ・ 消費人口の減少による日本人観光客の減少 ・ 観光関連事業者の高齢化、人手不足、後継者不足 ・ 若者等人材の流出による生産人口の減少 ・ 地方創生、CCRC構想などによる地域間競争の激化 ・ 非正規雇用の増加等による旅行関連支出の減少 ・ 新型コロナウイルス感染症による影響 ・ 世界経済の先行き不安 ・ 地元経済の停滞 ・ 時期による観光入込のばらつき

9 SWOT分析：目標を達成するために組織において外部環境や内部環境を強み（Strength）、弱み（Weakness）、機会（Opportunity）、脅威（Threat）の4つのカテゴリーで要因分析し、事業環境の変化に対応した経営資源の最適活用を図る経営戦略策定方法の一つ。

4 課題の整理

SWOT分析の結果を踏まえ、特に活かすべき「強み」や特に克服すべき「弱み」から観光振興の課題を整理します。

【課題1】観光資源の開発・活用

- ・歴史、文化を活かす
- ・まつり、イベントによる誘客促進
- ・豊富にある食を活かす
- ・産業観光の開発と受入施設の掘り起こし
- ・〇〇×観光、ニューツーリズムの進展
- ・新しい生活様式・新しい旅行スタイルへの適応

【課題2】広域連携の促進

- ・地域の特性を活かした広域連携の強化
- ・広域連携による観光ルートの造成

【課題3】観光客の誘致

- ・戦略的な情報発信とプロモーションの展開
- ・コンベンションの誘致
- ・通年での安定的な集客
- ・マーケティング視点の欠如

【課題4】インバウンド観光の促進

- ・多言語対応等の受入態勢の整備
- ・的確な観光情報の発信
- ・訪日外国人旅行者を楽しませるコンテンツの充実

【課題5】戦略的な情報発信

- ・米沢市の認知度向上のためのプロモーションの推進
- ・情報戦略の展開

【課題6】受入環境の整備と案内機能の強化

- ・観光施設の環境整備
- ・高齢者や障がい者などさまざまな旅行者に優しい観光基盤の整備
- ・訪日外国人旅行者に対する多言語対応など観光基盤の整備
- ・旅行者の利便性の向上
- ・観光案内所の機能強化

【課題7】観光戦略推進体制づくり

- ・観光に携わる事業者・団体・行政等の連携強化
- ・関係者間の総合的な調整機能の強化
- ・観光人材の育成・強化

第4章 これからの観光戦略

1 計画策定にあたって

少子高齢化や人口減少により地域の活力が低下していく中、本市は「挑戦と創造」のコンセプトの元、地域全体の付加価値を高め続けることで「米沢ブランド」を確立していくことに舵をきりました。様々な分野での「挑戦と創造」を喚起し、市民と共に「米沢ブランド」を育てていくことで市民が住み続けたいと思い、観光客の誘致や交流人口、移住等の拡大につなげ持続可能な地域を作り上げる必要があります。

本市は、歴史的な名所・旧跡・文化財等が数多く残り、古くから歴史と文化のまちとして親しまれ、また、豊かな自然と豊富な温泉群を有しており、これらの観光資源をより磨き上げていくとともに、観光DXを活用したマーケティングの導入により、観光動向の把握や分析を進めながら効果的な誘客を行い、旅行者のライフステージや趣味に合わせた体験型観光やまち歩き観光などの滞在時間を長くする取組や、市民との交流により観光客が再び訪れたいと思うような魅力あるまちづくり、城下町らしい景観づくりを進めていきます。

また、平成30年4月の道の駅米沢の開業や東北中央自動車道の開通による交流人口の増加を着実に地域経済の活性化につなげていくため、本市はもとより近隣自治体の周遊促進に向けた観光基盤づくりや、それぞれの地域の特性を活かした広域連携を進めていきます。

さらには、アフターコロナを見据え、今後拡大する国内旅行需要やインバウンド需要を取り込んでいくため、プロモーション等による情報発信やソフト・ハード両面による多角的な取組をさらに推進しながら、新たな魅力の創出と受入体制の整備に取り組んでいくとともに、「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）」等を遵守し、持続可能な観光を推進していきます。

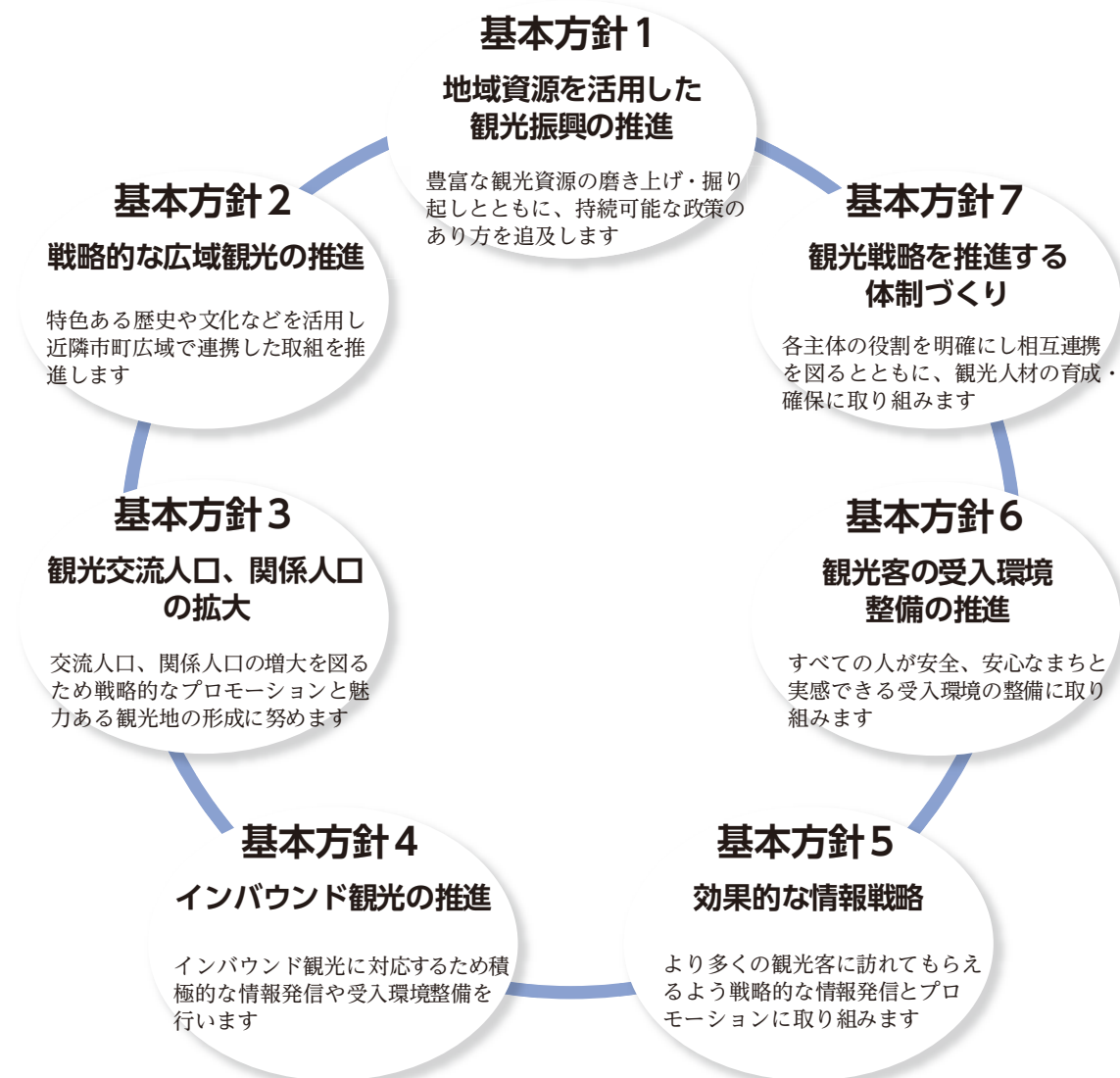
2 基本理念

米沢市まちづくり総合計画の後期基本計画における観光分野の施策「自然と文化、歴史を活かす観光の振興」の目指す姿を本計画の基本理念とします。

『本市の多彩な観光資源の魅力を発信し続けることで、
より選ばれる観光地米沢として
国内外から多くの観光客が訪れるとともに、
来訪者が満足できるおもてなしが充実したまち』
を目指します。

3 基本方針

本市の地域特性や観光の現状、課題を踏まえて、基本理念の実現に向けた基本方針を次のとおり設定します。



基本方針1 地域資源を活用した観光振興の推進

- 持続的な観光の発展に向けて、本市がもつ豊かな自然、素朴な風土、貴重な歴史・文化等のありのままの資源を活かした観光振興に取り組んでいくとともに、豊かな自然と調和し、美しい景観に配慮した、地域の人々にとっても、観光客にとっても魅力ある観光まちづくりを推進していきます。
- 上杉神社をはじめとする観光施設や歴史、食などさまざまな地域資源に恵まれているものの、十分に活かしきれていません。数多くある地域資源をどうPRしていくか、どう見せていくかが重要であり、それら地域資源の掘り起こしとともに、全国に誇れる観光資源となるようさらなる磨き上げを行っていきます。

基本方針2 戦略的な広域観光の推進

- 本市における観光は通過型が多く、いかに経済波及効果の高い滞在型につなげるかが課題であり、近隣市町においても同様の課題を有しています。
- 置賜地域においては、3市5町が連携し、それぞれの特色豊かな観光資源をつなぎ合わせ、足りない魅力を補完し合うことで、相乗効果による誘客が期待されます。そのため、一体となったイベントの開催や地域内での回遊性向上事業、広域観光マップ、ホームページを活用したPRを行うなど、広域で連携することにより新たな魅力を生み出し、さらなる誘客に向けた取組を進めていきます。

基本方針3 観光交流人口、関係人口の拡大

- 地域経営の視点を踏まえた戦略的な観光振興を展開するため、マーケティング機能の導入を推進します。本市の観光に関する統計データや観光動向の把握・分析を行い、分析結果に基づく戦略的な事業展開を図っていきます。
- 本市の活性化やまちのにぎわいを創出していくためには、観光客や交流人口の増大を図っていく必要があります。そのため、プロモーション戦略の強化を図るとともに、ゆったり、じっくり堪能してもらえそうな魅力ある観光地の形成に努めていきます。
- 関係人口の拡大に努め、地域外からの新しい人の流れをつくることで地域の担い手づくりを推進し、地域の持続可能性を高めます。

基本方針4 インバウンド観光の推進

- インバウンド市場は、コロナの影響を受けて極端に落ち込んだものの、今後もコロナ以前より大きく成長すると予測されます。拡大する市場に対応するため、必要な対策を実施することが大変重要と言えます。
- そこで、外国人観光客が楽しめる市内観光コンテンツの開発及び受入環境の整備に加え、本市を拠点とした広域観光コンテンツの開発を近隣市町等と連携して行うなど、インバウンド観光の推進を図ります。

基本方針5 効果的な情報戦略

- 多くの観光客に訪れてもらえるよう、伝えたい人に、伝えたいことが伝わっていることを目標とし、「何を」「誰に」「どうやって」伝えるかをしっかり設計し情報発信していきます。
- SNSの普及により、個人からの情報発信が消費者の動向などに大きな影響を与えています。また、マスメディアにおいても、地域情報を取り上げる番組が多く放映されていることから、SNSの効果的な活用、マスメディアへの積極的な情報提供を進めていきます。

基本方針6 観光客の受入環境整備の推進

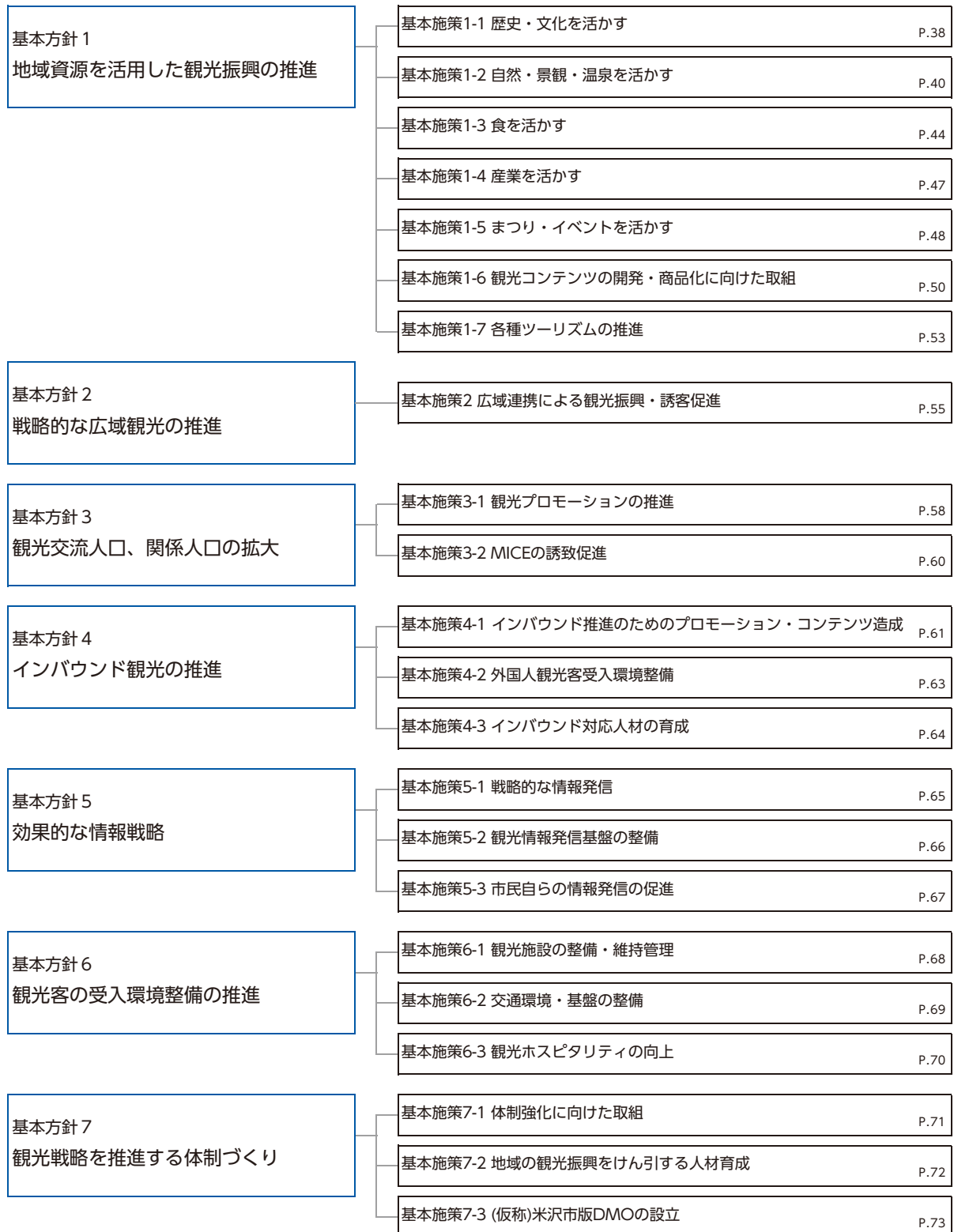
- 観光客が何度でも訪れたい観光地の形成に向けて、近年急増している外国人観光客をはじめとして、高齢者や障がい者に配慮した、観光客の誰もが快適かつ安全に過ごせる受入環境の整備に取り組んでいきます。

基本方針7 観光戦略を推進する体制づくり

- 本計画の方針に沿ってさまざまな取組を進めていくため、市民・観光関連事業者・行政など観光振興に関わる各主体の役割を明確にし、相互に連携を図り一体となった体制づくりに取り組みます。また、各主体の事業をより効果的なものとするために観光人材育成・確保に係る取組を進めます。
- 住んで自慢のまち、訪れて感動のまちの観光まちづくりに向けて、市民が地域に誇りと愛着を持ち、自分たちの地域を他の人に見てもらいたい、今ある魅力をさらに磨いていきたいと思う心の醸成に取り組んでいきます。また、本市全体でおもてなしの心をもって観光客を温かく迎えることで、観光客が気持ちよく過ごせる環境づくりに取り組んでいきます。

4 施策の体系

本市が抱える課題の解決と数値目標の達成を目的に、次の7つの基本方針を設定し、具体的な取組について基本施策を策定します。



基本方針 1 地域資源を活用した観光振興の推進



基本施策 1-1 歴史・文化を活かす

◆施策の方向

本市は、原始・古代の昔から開発が進んだ地域で、数多くの縄文遺跡が確認されています。成島古墳や戸塚山古墳群などの古墳も多く、平安時代の古志田東遺跡は、国史跡に指定されています。江戸時代には、上杉景勝が越後から会津を経て米沢に入封、重臣・直江兼続の指揮で城下が拡張され、現在の米沢市街の基盤が築かれました。また、米沢の街並みは大正時代の大火によって昔の面影を失いましたが、それでも米沢藩主上杉家墓所や上杉治憲敬師郊迎跡などの国史跡や、国宝「上杉本洛中洛外図」・「上杉家文書」などの文化財が多く残っています。

そのほか、政治、経済、文化、教育、産業その他広く社会の進展に貢献した偉人や、直江石堤や栗子隧道等の守り続けたい土木遺産、また、草や木などの自然の恵みへの感謝と供養のために建立された草木塔が今なお多く残っており、自然を敬う精神文化が息づいています。

こうした歴史・文化遺産を観光資源として磨き上げるとともに、近隣市町などと連携し、歴史をテーマとした観光周遊ルートを造成するほか、PR映像の出し方を工夫するなど、アフターコロナにつながるよう新たな魅力の創出に取り組むとともに、本市観光の拠点である上杉神社を中心とする、上杉博物館・上杉伯爵邸・上杉城史苑等上杉文化エリアにおける重要な観光施設と連携し、さらなる集客を図ります。また、市民が観光行政に関わり施策等を推進するだけでなく、自分たちのまちに愛着と誇りをもってもらうことを目的として、市民参加型の観光を推進します。

(1) 歴史や文化を活かした観光の推進

◆主な取組

①テーマ別観光周遊ルートの造成

それぞれの時代を背景とする歴史や地域特有の文化をテーマとした観光周遊ルートを造成します。また、歴史や文化のつながりを通じ、関係自治体と連携した広域観光周遊ルートを造成します。



上杉神社

5年間の進め方					実施主体			
R3 → R7					行政	関係団体	事業者	市民
検討	協議		実施		○	○	○	

【実施主体の考え方】

行政	米沢市 産業部観光課、関係各課など	事業者	観光施設・物販・飲食・交通運輸事業者など
関係団体	米沢観光コンベンション協会、米沢商工会議所、農協、社協など	市民	市民及び町内会、市民団体など

②教育旅行等の誘致促進

歴史的建造物や自然を観光することが主流であった旅行もその形が変化し、体験型の旅行が増加しています。歴史文化を通じて何を学んでいただくかを整理し、断片的ではなく総括的に紹介していくこと、また、地域資源の磨き上げを図ることで新たな魅力を創出し、教育旅行等の誘致に取り組みます。



教育旅行 植樹体験

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
		実施			○	○	○	○

③新しい歴史・文化観光の推進

米沢は歴史と文化のまちであり、上杉文化のほか、伊達の故郷としてもゆかりがあることから、歴史的・文化的な特性を活かし、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等、時代のニーズに応じた魅力ある観光コンテンツの充実を推進していきます。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
検討	協議		実施		○	○	○	

(2) 郷土愛の醸成

◆主な取組

①郷土に関する副読本の配付・活用

郷土の歴史や文化について、子どもの頃から学べるよう教育機関と連携して継続的な学習機会を提供していきます。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
		実施			○			

②鷹山大学米沢の歴史文化ふれあい講座の実施

現地や座学で詳しく学びながら知識を深めていく講座を開催し、米沢の歴史・文化を学び、郷土の誇りを再認識します。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
		実施					○	○

③郷土の歴史・伝統文化に関する講座等の実施

コミュニティセンターと連携し、伝統的な民俗・文化・方言などを実際に体験・学習できるよう各種講座を開催します。また、歴史授業やふるさと歴史講座等を実施する中で、史跡や伝統野菜などの地域資源を活用し、市民が改めて郷土の文化に関心を持ち、さらに愛着を深める機会を提供します。

5年間の進め方					実施主体			
R3	→ R7				行政	関係団体	事業者	市民
		実施			○		○	○

基本施策1-2 自然・景観・温泉を活かす

◆施策の方向

本市域の南側に広がる吾妻連峰は、東西約20kmに渡り連なっており、その中でも最高峰・西吾妻山は『日本百名山』に数えられます。里山では、兜山、斜平山、一念峰が『やまがた百名山』に選定されており、桜や蓮、紫陽花、紅葉など、四季折々の自然景観が楽しめます。

また、米沢の奥座敷である小野川温泉のほか、吾妻の山々には古くから奥州三高湯のひとつと言われた白布温泉をはじめ、姥湯温泉、大平温泉、滑川温泉、新高湯温泉、五色温泉、湯の沢温泉などの豊富な温泉群があるほか、夏山トレッキングやスキーなどのアクティビティが手軽に楽しめます。

そのほか、市内には近代建築の建物が多く残り、国の重要文化財に指定されている旧米沢高等工業学校本館や国の登録有形文化財となっている上杉記念館など、歴史を感じさせる建物が処々に存在するほか、ウコギを垣根として植栽している地域が残っているなど昔の街並みを感じることができます。

これらは、「米沢」の魅力の一つであり、積極的な情報発信に取り組みます。

(1) 自然を活かした観光の促進

◆主な取組

①登山・トレッキング情報の発信

本市を代表する西吾妻山(標高2035m)は、ロープウェイとリフトを乗り継いで標高1800m付近まで行くことができる魅力的な山岳観光資源です。この特性を活かし、山岳や登山・トレッキングコースと周辺の観光素材を組み合わせたモデルコースを紹介するなど、情報発信に取り組みます。



西吾妻山

5年間の進め方					実施主体			
R3	→ R7				行政	関係団体	事業者	市民
		実施			○	○	○	

②高山植物鑑賞トレッキングの開催

西吾妻山一帯に広がる高層湿原は高山植物の宝庫です。西吾妻山案内人がガイドする鑑賞トレッキングを開催します。飯豊・月山・鳥海・蔵王や安達太良・磐梯など、日本百名山も眺望できます。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
		実施				○	○	



西吾妻山（人形石）



高山植物 チングルマ

③安全な山岳観光の促進

山岳関係者と連携し、遭難防止対策に努めるなど安全な山岳観光を促進します。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
		実施			○	○	○	



西吾妻春山遭難防止作業

④新しいレジャー等の創出

近年、観光・余暇活動としてキャンプやグランピングの人気の高まっています。民間事業者等と連携し、優れた自然の中において、家族連れ等が自然体験等を通じて自然とふれあい、自然から学ぶ機会が得られるような場の創出を図ります。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
検討	協議		実施		○	○	○	

(2) 米沢らしい景観の活用

◆主な取組

①街並みの景観を活かしたまち歩き

本市は、歴史や文化、自然など魅力が盛りだくさんです。地元ガイドが米沢でしか体験できない「まち歩きプラン」を案内するほか、城下の街路が9割方残っているという特徴や、明治から大正にかけて建てられた近代建築物が多いことから、これらを活かしたまち歩きプランを造成するなど、「米沢ならではの景観」を活かしたまち歩きを推進します。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
		実施			○	○	○	

②魅力ある景観形成の推進

名所・旧跡等の歴史・文化的景観資源を有効活用し、市民との協働で整備・保存するなど、既存の街並みに配慮した城下町らしい景観の形成を推進します。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
		実施			○	○		

③電動レンタサイクルの活用

電動レンタサイクルは、街なかにおける移動手段確保対策のほか、街並みや自然が織りなす素敵な景観を楽しむことができる自転車だからこそ感じられる魅力があります。交通・観光拠点に配置することで、郊外の温泉やレジャー施設などへの広域散策につなげ、宿泊や長期滞在による地域経済の活性化を図ります。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
		実施			○	○	○	



電動レンタサイクル事業

④まつり・イベントの開催

上杉雪灯籠まつりや米沢撮レジャーコンテストなど、米沢の景観を活用したまつりやイベントを開催します。コンテストにあたっては、一般参加はもとより中高生など幅広い参加を促進するほか、応募いただいた作品はホームページやパンフレット作成等への活用を図ります。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
		実施			○	○	○	○



上杉雪灯籠まつり



米沢撮レジャーコンテスト 2020 風景部門入選作品

(3) 米沢八湯が連携した温泉地の魅力発信

◆主な取組

①パンフレットやホームページの整備

山形県は全市町村に温泉が湧く「温泉王国」であり、本市では、古き良き伝統の湯、山奥に湧く秘湯など、八つの湯めぐりを楽しめます。温泉米沢八湯会の連携を最大限に活かし、豊かな温泉が多く湧く米沢の魅力を広く発信します。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
		実施				○	○	

②米沢八湯をさらに楽しむ取組

温泉米沢八湯会・JR・飲食店が連携し、上杉家ゆかりの郷土料理と米沢牛による駅弁を販売します。また、温泉米沢八湯会の旅館を巡るスタンプラリーを実施します。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
		実施			○	○	○	



米沢八湯（大平温泉 滝見屋）

基本施策1-3 食を活かす

◆施策の方向

本市は上杉の城下町として歴史と伝統文化が育まれ、先人の知恵の賜である食文化として、保存食や発酵食が伝えられてきました。味噌、醤油、酒、漬物等受け継がれてきた発酵食品が数々あるほか、ミネラル分を多く含んだ山々からの雪解け水が水田を潤し、昼夜の寒暖差が大きい気候条件によっておいしいお米が育ちます。

特産品は、Apple（舘山りんご）、Beef（米沢牛）、Carp（米沢鯉）の頭文字を取った「米沢の味ABC」が広く知られています。この中でも豊かな自然と優秀な飼育技術によって育まれた米沢牛は、GI登録産品にも登録された市を代表する特産品です。そのほか、雪菜などの伝統野菜を始めとする地域特産物や酒造りにも恵まれ、四つの蔵元が存在するなど全国に誇れる銘酒が揃っています。

また、約100軒の飲食店が掲げる「米沢らーめん」も人気を博しており、細打ち縮れ麺とあっさりとした醤油味のスープが特徴です。さらに、そばで有名な山形のなかでも、水のきれいな米沢には美味しい蕎麦店がたくさんあり、市内外から多くのお客様が訪れます。

このように豊かな食を活かした戦略的な情報提供を行い、「本場で味わいたい」という需要の創出につながるよう、食観光の推進に取り組み、旅行者の満足度の向上を図ります。

(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

①米沢品質向上運動によって磨き上げられた商品やサービスの高付加価値化

「米沢牛」や「上杉の城下町米沢」など、これまで培ってきた知名度は継承しつつ、米沢品質向上運動の中から生まれる「挑戦と創造」を究め、特に秀でた米沢品質を有する「米沢品質AWARD」やTEAM NEXT YONEZAWAに参画し、高付加価値化された商品やサービス等を強く紹介することで、物産振興や魅力度の向上につなげます。



米沢ブランドスローガン・ロゴマーク

5年間の進め方					実施主体			
R3	→ R7				行政	関係団体	事業者	市民
		実施			○	○	○	

②郷土料理や伝統野菜の活用

関係団体と連携し創作料理を提供するイベントやまちなかバル等において、伝統野菜等の提供を推進します。また、飲食店での郷土料理の提供等を促進します。



米沢の郷土料理

5年間の進め方					実施主体			
R3	→ R7				行政	関係団体	事業者	市民
		実施			○	○	○	

③新たな名物の開発

既存の資源を活かした、城下町ならではの名物となるお菓子や健康をキーワードにした新商品を開発するなど、新たな名物の開発に取り組みます。伝統として受け継いでいくほかに、現代のものを取り入れて、新しい商品として作り出していくことも重要です。原点を外さず、新たな付加価値を付けながら、新しい食の創造に取り組んでいきます。

5年間の進め方				実施主体			
R3  R7				行政	関係団体	事業者	市民
検討・協議		実施		○	○	○	

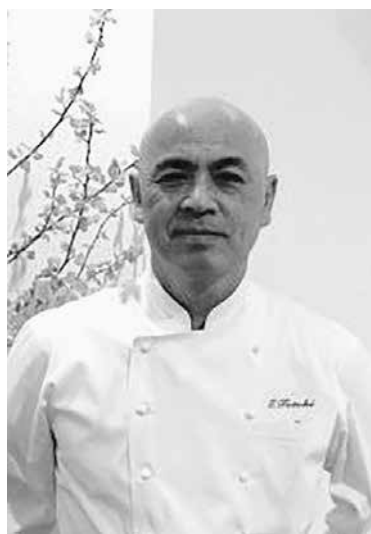
④食に関する人材の活用

豊富な食を活かすのも人の経験や知識が必要なところであり、米沢には「米沢食の種まき大使」と「米沢食の親善大使」として3名程が任命されています。また、食生活改善推進員も地域の食材を生かした調理実習を行っており、食のプロや食に関する関係団体を活用した事業の展開を図ります。

5年間の進め方				実施主体			
R3  R7				行政	関係団体	事業者	市民
検討・協議		実施		○	○	○	



米沢食の種まき大使
アルケッチャーノ
オーナーシェフ 奥田正行氏



米沢食の親善交流大使
ギンザトキ
オーナーシェフ 十時 亨氏



米沢食の親善交流大使
幸せ料理研究家
相田幸二氏

(2) 豊かな食のプロモーション

◆主な取組

①観光物産フェアへの参加

姉妹都市・友好都市等全国各地で実施される観光物産フェアなどに参加し、「米沢牛」をはじめ、本市のおいしいグルメなど食の魅力を発信します。



愛知県東海市東海秋まつりへの出展

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
		実施			○	○	○	

②おすすめグルメ情報の発信

豊かな食を楽しむという強みを活かし、ホームページやパンフレットなどを充実させ、旅行者へおすすめの店舗情報を発信することにより、満足度の向上につなげます。また、コロナ禍においては、現地に行かずとも味わえる「お取り寄せ」などの情報発信の充実を図ります。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
検討・協議		実施			○	○	○	



米沢牛すき焼き



米沢らーめん

③食を活かした観光ルートの創出

本市の食と公共交通機関等を組み合わせた観光プランなどを提供するとともに、周辺都市におけるその地域でしか味わうことができない郷土料理などを結び付けた特色ある観光周遊ルートを創出します。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
検討・協議		実施			○	○	○	

基本施策 1－4 産業を活かす

◆施策の方向

上杉鷹山が行った代表的な殖産振興政策は織物の製造を下級武士などに奨励したことで、これが現在の「米沢織」の起源となっています。現在は、米沢八幡原中核工業団地等への企業誘致を行ってきたことなどにより、県内はもとより東北地方でも有数の工業のまちとなっています。また、近年は、山形大学工学部を中心として産学官が連携した有機エレクトロニクス関連技術の研究開発が加速しており、有機エレクトロニクスの実用化研究施設等の整備が進んでいます。

産業観光の推進は、訪日外国人を含めた旅行者の滞在時間の延長につながり、旅行消費による経済効果が見込まれるものであることから、受入可能企業数を増やすとともに、古くからの産業と最新の産業を活用し、体験・見学コンテンツの充実を図ります。

(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

①産業観光モデルルートの創出

伝統的な繊維産業から、先端的な情報・エレクトロニクス産業に至るまで、多様な産業構造を活かし、それらを組み合わせた産業観光モデルルートを創出します。



米沢織物体験(染織工房わくわく館)

5年間の進め方					実施主体			
R3 → R7					行政	関係団体	事業者	市民
検討	協議		実施		○	○	○	

②産業観光プログラムの開発

農林業や商業、サービス業、工業、食品加工業など幅広い業種を対象に新たな産業観光受入先の発掘を行うとともに、体験型、滞在交流型の産業観光プログラムの開発に取り組みます。

5年間の進め方					実施主体			
R3 → R7					行政	関係団体	事業者	市民
検討	協議		実施		○	○		

③産業観光の魅力的な商品づくり

産業観光と他の観光資源を組み合わせた広域観光ルートの造成など、魅力的な付加価値のある商品づくりに取り組みます。

5年間の進め方					実施主体			
R3 → R7					行政	関係団体	事業者	市民
検討	協議		実施		○	○	○	

(2) 伝統工芸等の魅力発信

◆主な取組

①イベントの実施

米沢には、魅力ある伝統工芸品が多くあることから各種関係団体等が連携し、イベント等を開催することにより情報を発信するとともに、付加価値の向上を図ります。



笹野一刀彫

5年間の進め方				実施主体			
R3  R7				行政	関係団体	事業者	市民
検討	協議		実施	○	○	○	

②後継者の育成支援

後継者不足が深刻なことから、地元にいる若い方をはじめ、全国に広くPRしていくとともに、現地での研修等により、後継者の育成支援に取り組みます。

5年間の進め方				実施主体			
R3  R7				行政	関係団体	事業者	市民
検討	協議		実施	○	○	○	

基本施策1－5 まつり・イベントを活かす

◆施策の方向

近年は、伝統芸能など各地の特色ある地域文化を観光資源化し、歴史・文化に関心の高い旅行者に訴求する質の高い日本文化体験プログラムとして充実させることが求められています。

本市には、「米沢上杉まつり」や「なせばなる秋まつり」「上杉雪灯籠まつり」「愛宕の火まつり」「牛肉まつり」など、地域の歴史や文化を体感できる多くのまつりが季節の風物詩として開催されています。これらのまつりやイベントは、旅行者が本市を訪れるきっかけとなるとともに、リピーターの獲得につながることを期待されることから情報発信に取り組みます。

また、新型コロナウイルス感染症がまつり・イベントの開催に大きく影響していることから、既存のまつり・イベントのあり方のほか、新たな取組などについて検討を図ります。



米沢上杉まつり（左：川中島合戦 右：上杉軍団行列）

(1) まつり・イベントの推進

◆主な取組

①まつり文化の継承と参加促進

四季のまつりやイベント等をより発展させるほか、愛宕の火祭りや獅子踊り等の伝統的なおまつりをはじめとした地域文化の継承を図ります。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
		実施			○	○	○	○



保呂羽堂の年越祭



竹あかり

②市民主体事業の支援

小野川温泉かまくら村や米沢まちなかバル等、市民や若者団体が主体的に企画実施している事業を支援します。また、学生を中心として活動している夢プロジェクトなど、新規団体等への支援を図ります。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
		実施			○	○	○	○

(2) 情報の発信と新たな取組

◆主な取組

①まつり・イベント情報の発信と誘客

関係団体等と連携を図りながら、市内各地域のまつりや多彩なイベントなどへの参加・体験プログラムを充実させます。また、食や温泉といった他の観光資源と併せて積極的に情報発信を行い、さらなる誘客とリピーターの獲得に取り組みます。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
検討・協議		実施			○	○	○	

②オンラインツールの推進

コロナ禍において、本市に訪することができない地域の方が多くいること、また、アフターコロナを見据え現地に行かなくても体験できるオンラインツアー等のコンテンツを造成します。

5年間の進め方				実施主体			
R3  R7				行政	関係団体	事業者	市民
検討	協議		実施	○	○	○	

③新たな取組の検討

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、全国的に多くのまつりが規模縮小や中止となっています。今後は、感染症の状況に対応したまつり・イベントの開催を検討していきます。

5年間の進め方				実施主体			
R3  R7				行政	関係団体	事業者	市民
検討・協議		実施		○	○	○	

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

◆施策の方向

本市は、豊かな自然や歴史・文化など様々な地域資源に恵まれています。これらの資源は他の都市でも見ることができるものであることから、差別化を図る上でも、これらの資源に触れられる機会の提供方法（ガイドツアー、体験型プログラム等）について磨き上げを行うとともに、本市の新たな観光資源となりうる世界農業遺産候補の紅花や、草木への感謝や供養など自然を敬う精神文化を生かし、本市に訪れたいような魅力的な観光コンテンツの造成を進めます。

また、本市には数多くのイベントが存在し、それを目的に訪れる方も多く、地域の活性化が図られています。今後は、イベントも観光コンテンツの一つとして捉え、観光振興に対する効果などについて多角的に考察し、本市の観光振興に資する事業となるよう見直しを図ります。

(1) 観光コンテンツの造成

◆主な取組

①事業者、関係団体との連携による観光コンテンツの造成

温泉米沢八湯会や上杉文化エリア懇話会等の事業者、関係団体と連携し、マーケティングの視点に立った観光コンテンツの企画と販売促進の仕組みづくりに取り組みます。

5年間の進め方				実施主体			
R3  R7				行政	関係団体	事業者	市民
検討・協議		実施		○	○	○	

②イベントのさらなる磨き上げ

開催目的等の明確化を図るとともに、収益性や経済効果の高いイベントとなるようマーケティングの視点に立ってイベントの見直しを検討します。また、イベント等がより魅力あるものとなるよう若い世代の意見などを取り入れられるような体制づくりについて検討を進めるとともに、担い手確保に努めます。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
		実施			○	○	○	○

③福島圏域との観光連携

会津・置賜地域の商工・観光団体と連携し、両地域の魅力を全国に発信しながら、広域での観光誘客に取り組みます。また、吾妻山の地域資源を核とした観光誘客を図るため、福島市と連携した広域観光に取り組みます。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
		実施			○	○	○	○

④西吾妻山×天元台×白布温泉リポーンプロジェクト事業

西吾妻山、天元台高原、白布温泉を一体のエリアとして捉え、地元及び関係機関・団体が一丸となってハード・ソフト両面から持続可能な再生事業に取り組むほか、環境省が行う「磐梯朝日国立公園磐梯吾妻・猪苗代地域満喫プロジェクト」と連携しながら、次世代に残せる魅力溢れるエリアの再生に取り組みます。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
		実施			○	○	○	○

(2) 新たな商品化に向けた取組

◆主な取組

①Instagram等SNSの活用

流行を生み出す女性をターゲットとし、米沢の魅力ある観光資源等を発信している「よねざわ女子旅（Instagram）」など、各種SNSを活用した情報発信を行うとともに、ターゲットを明確化した新たなツアーを造成します。



「米沢女子旅」Instagram

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
検討・協議		実施			○	○	○	○

②既存観光コンテンツの磨き上げ

地域住民や団体等による体験・交流型の観光コンテンツなどの把握と磨き上げを行うとともに、回遊性の向上のための地域間連携の促進を図ります。また、宿泊を伴う長期滞在につなげていくため、朝若しくは夜のコンテンツを造成します。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
検討・協議		実施			○	○	○	○



刺し子体験（刺し子工房創匠庵）

③オンラインツーリズムの推進（再掲）

コロナ禍において、本市に訪することができない地域の方が多くいること、また、アフターコロナを見据え現地に行かなくても体験できるオンラインツアー等のコンテンツを造成します。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
		実施			○	○	○	

【すごい歴史とグルメの旅】

おとなの オンラインツアー in 山形県米沢市



5月23日（日）PM3:00～
参加費：500円



オンラインツアー募集用ページ

基本施策 1-7 各種ツーリズムの推進

◆施策の方向

観光客のニーズが多様化する中、様々なものを観光資源として捉えていく必要があります。

また、新型コロナウイルスの影響により、人々の旅の目的や訪問先の選択基準が変化しはじめており、コロナ禍の前と後では価値観や旅のスタイルが一変する可能性もあります。変化を的確に捉えながら、その時流に合わせたツーリズムのニューノーマルを形作っていきます。

(1) 既存のツーリズムの推進

◆主な取組

①グリーンツーリズムの推進

米沢の四季を活かした農業・農村、また米沢ならではの歴史も併せて活用するなど、農業関係者と連携しながら連泊や滞在型観光の提供を推進します。特に、農業体験や農家民泊体験を活かした教育旅行への理解を深めるなど、地域の受入体制を整備します。



対日理解促進交流プログラム「カケハシ・プロジェクト」
日本語弁論大会成績優秀者(米国)・日本語学習者(カナダ)招聘

5年間の進め方					実施主体			
R3	→ R7				行政	関係団体	事業者	市民
		実施			○	○	○	○

②マイクロツーリズムの推進

マイクロツーリズムは、コロナ禍における観光誘客の有効な手段の一つであることから、ウィズコロナ期の観光市場を維持する取組として推進します。



会津若松市・喜多方市と連携し作成した
多言語パンフレット

5年間の進め方					実施主体			
R3	→ R7				行政	関係団体	事業者	市民
		実施			○	○	○	

③スポーツツーリズムの推進

市民の健康増進や競技力向上及び地域活性化を目的とし、米澤上杉城下町マラソンの開催やスポーツ少年団から大学生、社会人等を対象にスポーツ合宿の誘致を推進します。

5年間の進め方					実施主体			
R3	→ R7				行政	関係団体	事業者	市民
		実施			○	○	○	

(2) 新たなツーリズムの推進

◆主な取組

①ヘルスツーリズムの推進

「健康」×「観光・交流」を軸に、旅行という楽しみの中で、健康の回復や健康増進を図りながら、交流人口の拡大につなげます。



食べて健康動いて健康 カラダシアワセ大作戦(ポールウォーキング)

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
検討・協議		実施			○	○	○	○

②アドベンチャーツーリズムの推進

本市の豊富な観光資源を活用することはもちろん、地域の自然・社会環境のサステナビリティ、地域住民の雇用・所得向上につながることから、従来の旅行とは違った観点での旅行コンテンツを造成します。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
検討	協議		実施		○	○	○	

③ワーケーションへの対応

ニューノーマルな働き方としてワーケーションを取り入れている企業が増えており、本市を選んでもらうことで新たな顧客獲得、ひいては地域の雇用増加が期待されます。また、企業や社員に本市を訪れてもらうことで地域活性化が期待できることから、一過性のものではなく長期的なメリットを見据えて受入体制の整備に取り組めます。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
検討・協議		実施			○	○	○	

基本方針 2 戦略的な広域観光の推進

17 パートナースhipで
目標を達成しよう



基本施策 2 広域連携による観光振興・誘客促進

◆施策の方向

地方創生の取組の加速化や、全国的なインバウンドの増加など、観光の取り巻く環境は大きく変化しています。ニーズを捉え、戦略的な広域連携の取組が必要となっています。

そこで、山形の南の玄関口である地理的特性を活かすとともに、国や県、共通する歴史や文化などにより、連携可能な市町村などと結び付きを強め、本市の観光資源に留まらない広域的な魅力を生み出し、相互に情報発信を行うことによりさらなる誘客を図ります。

(1) 置賜管内の連携

◆主な取組

①置賜地域の観光連携

置賜定住自立圏構想に基づき、山形おきたま観光協議会と連携し、「道の駅米沢」を拠点とした置賜3市5町の広域観光を促進します。また、東京から2時間というアクセスの良さを特性としているJR米沢駅を起点とした周遊を図るため、置賜地域の観光連携について取り組みます。

5年間の進め方					実施主体			
R3 → R7					行政	関係団体	事業者	市民
		実施			○	○	○	



道の駅米沢

②広域観光情報の発信機能の整備

希薄になりがちな他市町あるいは管轄の異なる観光関係者の発信する情報について、旅行者の視点に立った情報提供を図ることが求められています。当該観光エリアの観光情報とともに、隣接する観光エリアの位置情報や観光情報など、より広域的な視点で観光旅行者へ情報を提供する環境づくりに取り組みます。

5年間の進め方					実施主体			
R3 → R7					行政	関係団体	事業者	市民
		実施			○	○	○	

(2) 地域資源を活用した近隣自治体の連携

◆主な取組

①福島圏域との観光連携

会津・置賜地域の商工・観光団体と連携し、両地域の魅力を全国に発信しながら、広域での観光誘客に取り組みます。また、吾妻山の地域資源を核とした観光誘客を図るため、福島市と連携した広域観光に取り組みます。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
		実施			○	○	○	

②宮城圏域との観光連携

仙台空港を基点とするインバウンド誘客の推進のほか、仙台市や石巻市等と連携し広域観光ルートの造成に取り組み、交流人口の拡大を図ります。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
		実施			○	○	○	

③新潟市とのインバウンドルートの構築

新潟空港からのインバウンド誘客を促進するため近隣自治体と連携しドライブルートを構築します。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
		実施			○	○	○	

(3) 戦略的な広域連携の推進

◆主な取組

①マーケティング・調査の実施

広域観光の推進を効果的かつ効率的に進めていく上で、的確にマーケティングを実施することは欠かせない取組です。国内外の観光に関する調査や統計資料の収集と分析によって、需要層の動向やニーズを把握し、広域観光に関する取組に活かします。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
		実施			○	○	○	

②東北中央自動車道を活用した地域連携

東北中央自動車道の福島～米沢間及び相馬福島道路の開通を契機とし、福島県北との地域連携を推進します。「道の駅」を巡る周遊観光や、高速道路を通じて仙台空港へのアクセスが時短になることからインバウンドの誘客に取り組みます。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
検討	協議		実施		○	○	○	

③エリアとしての観光誘客

観光客にとって自治体の括り・境界線は関係ないため、近隣自治体と連携し、一つのエリアとして打ち出していくことで地域全体への流動につなげ、相互に補完し合うような観光商品の造成に取り組みます。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
検討	協議		実施		○	○	○	

④新たな広域連携体制の検討

観光誘客のさらなる促進やインバウンドの取り込みにおいては、本市単独の取組だけでは限界があることから、近隣自治体との広域的な連携や協力関係を確立し、観光客の行動範囲に対応した取組の充実を図りつつ、地域連携型DMO¹⁰の組織体制の在り方を検討します。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
検討・協議		実施			○	○	○	

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

基本方針3 観光交流人口、関係人口の拡大



基本施策3-1 観光プロモーションの推進

◆施策の方向

定住人口が減少する中において、国内外からの交流人口を拡大し、本市の地域経済を活性化するため、旅行地としての米沢の魅力を効果的に発信していくことが重要です。科学的データに基づく質の高い戦略的な観光誘客を行うため、観光統計の分析やマーケティングを実施するなど、データとデジタル技術を活用する観光DXを推進します。

(1) 戦略的なプロモーション

◆主な取組

①効果的な広報戦略

パソコンやインターネットの進展、スマートフォンやタブレットなどの普及とともに、ホームページやオンラインマガジン、SNSなどのWebメディア等情報のデジタル化が急速に進み、即時性や一覧性に優れた電子媒体を活用した広報は不可欠となっています。一方、紙媒体においても、ターゲットや状況に合わせられる自由度が高いことから、その優位性を活かした効果的な広報に取り組みます。

5年間の進め方					実施主体			
R3	→ R7				行政	関係団体	事業者	市民
		実施			○	○	○	

②インバウンドプロモーションの推進

外国人旅行者のニーズに沿った観光情報を提供するため、さまざまな情報媒体を活用し、戦略的な情報発信を行います。また、国や地域によって異なるニーズに応じたインフルエンサー等の活用による情報発信や、海外の旅行会社や関係者に対するプロモーションを積極的に行います。

5年間の進め方					実施主体			
R3	→ R7				行政	関係団体	事業者	市民
		実施			○	○		

③魅せるプロモーションの推進

インターネット、特にSNSによる情報拡散力が高まりを見せている中、プロモーション動画の活用によって広く知ってもらうことにつながることから、興味を引くWEBサイトの整備やスマートフォンで閲覧できる利便性を高め、本市を魅せるプロモーションに取り組みます。

5年間の進め方					実施主体			
R3	→ R7				行政	関係団体	事業者	市民
検討・協議		実施			○	○	○	

④フィルムコミッションの強化と観光への活用

本市を舞台とする原作小説や漫画の発掘や撮影地として選ばれるよう、アクセスの良さを活かしながら、ドラマや映画等関係者へのPRを図ります。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
検討・協議		実施			○	○	○	

(2) 観光DXの推進

◆主な取組

①デジタルマーケティング¹¹の推進

スマートフォンやパソコンなどのデジタルデバイスを利用したマーケティングを実施します。Webサイトの閲覧者の数などを分析、データ化し、何が求められているかを知ることによって戦略的な情報発信につなげていきます。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
検討・協議		実施			○	○	○	

②DX活用による観光振興

デジタルマーケティングの推進により得られた分析結果を活用し、新たなニーズに沿った観光誘客を推進します。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
検討・協議		実施			○	○	○	

③オンラインツーリズムの推進（再掲）

コロナ禍において、本市に訪することができない地域の方が多くいること、また、アフターコロナを見据え現地に行かなくても体験できるオンラインツアー等のコンテンツを造成します。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
		実施			○	○	○	

11 デジタルマーケティング：デジタルを活用したマーケティング

基本施策3-2 MICE¹²の誘致促進

◆施策の方向

MICE誘致とは、多くの集客交流が見込まれる企業等の会議・研修旅行、または、国際機関・団体、学会等が行う国際会議や展示会・見本市、イベントといったビジネスイベントの開催を誘致することであり、さらなる人的交流や投資を呼び込むための重要な戦略として位置付けられています。一般的な観光誘致とは違い、企業・産学活動、学術イベントなどに関連することが多く、そこから派生する人的交流や知識交換などの付加価値が生じることに大きな意義があることからMICEの誘致を促進します。

また、MICEの誘致に際しては、本市が持つ観光資源を活かし、観光関連団体や行政等が総ぐるみで取り組むことが不可欠です。本市が持つ強みを一元的に集約・発信し、誘致に結び付けるとともに、誘致及び開催支援組織の育成に取り組めます。

◆主な取組

①MICE誘致の推進

米沢市コンベンション開催支援事業補助金等を活用した積極的なコンベンション誘致を促進します。
また、主催する大学や企業とも連携し、エクスカージョンの実施など滞在期間の延長を図ります。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
		実施			○	○	○	

②MICE誘致、開催支援体制の構築及び支援組織の整備・育成

MICE振興に関する基本的な考え方を整理し、開催支援体制の構築や支援組織の整備、民間施設等との協力体制を構築します。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
検討	協議		実施		○	○	○	

③コンベンション等参加者への観光情報の発信

コンベンション等で市内を訪れた参加者に対して市内観光に関する情報提供を行い、滞在時間の延長や観光消費額の増加につなげていきます。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
検討	協議		実施		○	○	○	

12 MICE：企業等の会議（Meeting）、企業等の行う報奨・研修旅行（インセンティブ旅行）（Incentive Travel）、国際機関・団体、学会等が行う国際会議（Convention）、展示会・見本市、イベント（Exhibition／Event）の頭文字を使った造語で、これらのビジネスイベントの総称。

基本方針4 インバウンド観光の推進



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

◆施策の方向

外国人観光客の誘客につながる戦略的情報発信を関係自治体と連携し実施するほか、外国人観光客の嗜好性・ニーズを踏まえた観光コンテンツを造成します。特に、台湾を主要なターゲットとして設定し、各種事業を展開していきます。

(1) 戦略的なプロモーション

◆主な取組

①情報発信力の強化

外国人観光客が楽しめる観光コンテンツを厳選し、それらが的確に伝わるよう適切な媒体でプロモーションを実施します。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
検討	協議		実施		○	○	○	

②インバウンドプロモーションの推進（再掲）

外国人旅行者のニーズに沿った観光情報を提供するため、さまざまな情報媒体を活用し、戦略的な情報発信を行います。また、国や地域によって異なるニーズに応じたインフルエンサー等の活用による情報発信や、海外の旅行会社や関係者に対するプロモーションを積極的に行います。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
		実施			○	○	○	

③現地プロモーションの実施

外国人観光客の集客として効果的な現地でのプロモーションを、本市のターゲット国である台湾で実施します。また、現地の方と精通している人材を活用し、継続的なプロモーションに取り組みます。



台北温泉まつりへのブース出展

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
		実施			○	○		

(2) ニーズを踏まえたコンテンツ造成

◆主な取組

①外国人観光客が楽しめる観光コンテンツ造成

外国人観光客にとって魅力的な資源を組み合わせたコンテンツ造成に取り組みます。造成にあたっては、ニーズに対応できるよう国際交流員などの知見を活用し、外国人目線で取り組みます。

5年間の進め方				実施主体			
R3  R7				行政	関係団体	事業者	市民
検討	協議		実施	○	○	○	

②体験型観光コンテンツの整備

城や神社といった日本の歴史・文化的な建造物には外国人観光客が訪れています。本市には、上杉神社などのほか米沢牛をはじめとする食文化、また、伝統工芸品の体験等、魅力的なコンテンツが豊富にあることから、米沢でしかできない、特別な体験をできる環境を整備し、観光誘客を図ります。

5年間の進め方				実施主体			
R3  R7				行政	関係団体	事業者	市民
検討	協議		実施	○	○	○	



和風カフェ 和庭



米沢織等の着付け体験



基本施策4-2 外国人観光客受入環境整備

◆施策の方向

外国人観光客が快適に滞在できるよう受入環境整備を進めます。受入環境の整備は優先順位を付け、重要度の高いものや他の施策と関連性が高いものから実施していきます。

(1) 通信環境の整備

◆主な取組

①Wi-Fi環境整備の検討

主要観光地におけるWi-Fi環境の整備について、利用状況や利用者情報等の調査・分析を行ったうえで、補助金等を活用した取組を進めます。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
検討	協議		実施		○	○	○	

②情報発信ツールの整備・活用

本市の観光情報を一つのホームページに一元化し、ユーザー目線に立った観光情報の総合サイトとして、内容や多言語表示の充実を図ります。また、口コミによる情報発信が期待されるツイッターやインスタグラムなどのSNSを有効利用するほか、新たな情報発信ツールの活用にも取り組みます。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
検討	協議		実施		○	○		

(2) 受入環境の整備

◆主な取組

①観光施設、観光コンテンツの多言語化の推進

外国人観光客がスムーズに観光できるように、観光地や観光施設等における多言語化を推進します。また、本計画に基づき造成する観光コンテンツに関しても多言語化の充実を図ります。



総合観光案内所（道の駅米沢内）

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
検討	協議		実施		○	○	○	

②案内標識等における外国語併記の推進

外国人旅行者がひとり歩きできるよう、交通機関や観光地での案内標識等への外国語併記を進めます。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
検討	協議		実施		○	○		

基本施策4-3 インバウンド対応人材の育成

◆施策の方向

外国人観光客の増加に伴い、それに対応できる観光関連事業者を育成することが必要になります。外国人観光客を受け入れることに積極的な観光連携事業者を増やし、事業者独自の観光コンテンツやサービス開発を行える人材の育成を推進します。

◆主な取組

①外国人観光客受入意識の向上

外国人観光客を受け入れる意識の向上を図るため、観光関連事業者を対象にした研修会を開催し、インバウンド受入に取り組む事業者の増加に取り組みます。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
		実施			○	○	○	

②インバウンド対応人材育成支援

本市の魅力を活かした外国人観光客向けの観光コンテンツやサービスを提供できる人材を育成するため、関係機関と連携しながら、研修会などの開催を支援します。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
検討	協議		実施		○	○	○	

③国際交流員によるインバウンド体制の整備促進

インバウンド観光推進を目的として、市内の民間事業者などを対象に、施設の紹介や案内表示、メニューなどの英語併記化など、外国人対応に関して国際交流員が指導・サポートします。また、小中学校や高等学校、各種団体等の派遣依頼に対応するなど国際化を推進します。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
		実施			○	○	○	



春日山林泉寺 4か国語史跡案内板



基本方針5 効果的な情報戦略



基本施策5-1 戦略的な情報発信

◆施策の方向

旅行形態が個人旅行というスタイルに変化し、有名観光地を巡るだけでなく、テーマや目的に沿った訪問地や体験を組み込んだ旅行の人気の高まるなど旅行ニーズが多様化しています。

一方で、本市の観光地としての知名度が低いという「弱み」を解消し誘客を促すためには、本市のブランド化を図るとともに、地域や年代、性別といったターゲットの属性を明確にした戦略的な情報発信が必要です。

このことから、外国人を含めた旅行者の需要や動向など、さまざまなデータを総合的に分析し、各ターゲットの旅行ニーズを的確に把握するとともに、ホームページやSNS、観光パンフレット、テレビ、ラジオ、新聞、旅行雑誌等の情報媒体の選択、また、情報発信の内容や時期を見定めた情報戦略を展開します。

◆主な取組

①ターゲットに向けた効果的な情報発信

特に訪問してほしいターゲットを明確にし、興味や関心を引くため魅力的な観光情報を取りまとめるとともに、効果的に届く媒体を選定して発信します。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
検討・協議		実施			○	○		

②情報発信ツールの整備・活用（再掲）

本市の観光情報を一つのホームページに一元化し、ユーザー目線に立った観光情報の総合サイトとして、内容や多言語表示の充実を図ります。また、口コミによる情報発信が期待されるツイッターやインスタグラムなどのSNSを有効利用するほか、新たな情報発信ツールの活用にも取り組みます。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
検討	協議		実施		○	○		

③米沢品質AWARDを活用した米沢ブランドの発信

米沢品質AWARDを受賞した商品やサービス等とともに、米沢品質向上運動の取組を積極的に国内外に発信することで、米沢への関心と知名度向上、市民のさらなる「米沢品質向上運動」の促進につなげていきます。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
		実施			○	○	○	○

基本施策5-2 観光情報発信基盤の整備

◆施策の方向

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。このために、受動的な情報の伝達が可能なテレビ、ラジオ、新聞等のマスメディアを継続的に活用するほか、能動的に雑誌やインターネット等で情報を得ようとする人が、欲しい情報が得られるように情報内容の整備・充実を図ります。また、訪れた観光客が本市の見所、歴史、文化等に関する情報を得ることができ、かつ、地元と観光客とのコミュニケーションの場となるような居場所の整備を図るとともに、各種提供ツールの整備・充実を図ります。

◆主な取組

①観光ポータルサイトにおける情報内容の充実

本市の観光情報とコンテンツの作成・管理を、官民を越えて整理・連携させるとともに、観光ポータルサイトである「米沢観光Navi」の内容の充実化と、効果的な事前情報ツールとしての機能の充実を図ります。また、より多くの飲食店や商店街等を含めた地元企業の参画を募り、情報内容の充実に取り組みます。



米沢観光Naviトップページ

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
		実施			○	○		

②既存施設の機能強化

米沢観光案内所や置賜広域観光案内センター（ASK）、道の駅米沢総合観光案内所において、さらなる観光情報発信の充実を図るため、観光案内所間の人材交流等を実施しコンシェルジュの育成に努めます。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
		実施			○	○	○	

③観光交流の役割の推進

各観光案内所においては、観光案内マップをはじめ、観光や交通に関する情報のほか、地域イベントなどの情報も幅広く提供することはもちろん、市民作品の展示等を通じての市民と観光客の交流の場となるような環境整備を推進します。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
検討・協議		実施			○	○		

基本施策5-3 市民自らの情報発信の促進

◆施策の方向

情報を発信していくためには、まず市民自身がこのエリアの良さに気づき、誇りを持つことが重要です。一人一人が地域について誇りをもって情報を発信できるまちづくりを進めます。



米沢撮レジャーコンテスト2020
おもしろ部門 最優秀作品

◆主な取組

①フォトコンテスト等の開催

米沢撮レジャーコンテストなど、SNSを活用し、地元の魅力を発信する市民参加型のキャンペーンやイベントを実施することで、地元の良さに気づき、自ら発信していく仕組みづくりに取り組みます。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
		実施			○	○	○	○

②ガイド養成講座の開催

おもしろなガイドや米沢城ガイド育成などの養成講座を実施し、歴史や文化の知識を深めるとともに郷土愛の醸成を図り、来訪者などへの丁寧な案内ができる人材を育成します。



おもしろなガイド会による観光案内

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
		実施			○	○	○	○

③(仮称)米沢観光文化検定の実施

地域から観光振興していくためには、住民が地域のことをよく理解し、知ることが大切です。観光関係者はもちろん、市民全体が観光客をお迎えできる知識を持つことが観光のまちづくりを進めるうえで重要になります。検定の実施を通して、郷土への愛着をさらに深めるとともに、市外・県外も含め米沢ファンの拡大に努めます。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
検討	協議		実施		○	○	○	○

基本方針 6 観光客の受入環境整備の推進



基本施策 6-1 観光施設の整備・維持管理

◆施策の方向

より多くの観光客に快適に施設を利用してもらうため、また魅力ある観光地づくりを図るため、観光関連施設等の充実及び良好な状態を維持していきます。また、各施設整備にあたっては、多くの費用がかかることから、利用の頻度、集客への効果、民間活力の導入の可能性等の面から優先順位をつけながら計画的な整備を推進するとともに、バリアフリー対応に配慮し、観光客が訪れたくなる・魅力を感じるような受入環境の整備を図り、観光客の米沢滞在での体験を向上させられるように、地域のトータルブランディングと整合する形で、城下町としての景観整備の指針を示します。

◆主な取組

①観光施設の現状把握と将来に向けた整備計画

観光施設の利用状況、老朽化の状況や損傷箇所等の現状把握を行うとともに、既存施設の在り方や活用について検討を進め、長期的な視点をもった施設整備を計画します。なお、その整備にあたっては、公共施設等総合管理計画個別施設計画に従って、計画的に取り組めます。

5年間の進め方					実施主体			
R3 → R7					行政	関係団体	事業者	市民
		実施			○			

②観光誘導看板の整備

観光周遊を促進するための観光案内サインの整備は重要であり、更新が必要な箇所への設置などを計画的に進め、まち歩きの促進につながるよう取り組みます。

5年間の進め方					実施主体			
R3 → R7					行政	関係団体	事業者	市民
		実施			○			

基本施策6-2 交通環境・基盤の整備

◆施策の方向

来訪者にとって観光地が魅力的なものであるためには、自然環境や文化・歴史的資源など観光資源自体の価値に加えて、観光客が時間を有効に活用しながらいかにスムーズに地域内を移動できる環境が提供されているかが重要です。既存の公共交通とデマンド型交通、各事業者が個別に運用する送迎等、活用できるものをシームレスに連携させるなどして、地域で持続可能であり、かつ、観光客の利便性の向上に資する交通環境の整備に取り組みます。

◆主な取組

①既存公共交通の有効活用

既存の鉄道やバス、タクシーを有効利用するとともに、「乗るパス」や「ワンコインタクシー」の魅力を広く発信し認知度を高め、有効性の高い二次交通の発展を目指します。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
		実施			○	○	○	

②レンタサイクルによるまち歩き観光の推進

市内の観光地などを手軽に周遊してもらうため電動レンタサイクルを活用し、まち歩き観光を推進することで、長期滞在による地域観光・経済の活性化を図ります。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
		実施			○	○		



米沢観るパス・乗るパス PRチラシ

③利便性の高い交通戦略

観光振興における二次交通の整備においては、地域公共交通計画との整合性を図りながら、関係機関と横断的な調整を図っていきます。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
検討	協議		実施		○	○	○	

基本施策6－3 観光ホスピタリティの向上

◆施策の方向

観光の発展には人の役割が欠かせません。観光における感動や共感を得るには何よりも地域住民との関わりが不可欠であることから、ホスピタリティ向上のための取組を推進します。

◆主な取組

①観光ホスピタリティ運動の展開

市民や観光事業者、観光関係団体、行政機関が協働して、ホスピタリティ向上のための取組をそれぞれの役割分担のもと全市的に幅広く展開し、市民はもとより、観光事業者に至るまで、自らの参加意識を高めていきます。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
検討・協議		実施			○	○	○	○

②感動を与える受入体制の整備

JRやバス、タクシー、ホテル旅館、土産品店など観光客の旅行プロセスで、それぞれが観光客の立場に立った受け入れができるよう、基本的な接客マナーの徹底に取り組みます。また、観光施設や旅館等においてウェルカムボードを設置するなど、「おもてなしの心」で受入態勢の整備を図ります。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
		実施			○	○	○	

③ホスピタリティを实践する人材の育成

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を図るため、セミナーの開催や総合的な研修を実施するなど、質の高いサービスを提供するための人材育成に取り組みます。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
検討・協議		実施			○	○	○	

基本方針 7 観光戦略を推進する体制づくり



基本施策 7-1 体制強化に向けた取組

◆施策の方向

観光戦略を推進していくため、市民、地域、学生、NPO等団体、観光関連事業者、観光コンベンション協会、行政の役割を明確にし、相互に連携・協働して進めていく体制を整えます。

◆主な取組

①市民の取組

本市への理解や関心を深めるとともに、本市に対する郷土愛や誇りを持ち、多くの方々へ魅力を発信する広告塔としての役割を担うとともに、おもてなしの心で旅行者を迎え、交流を深めます。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
		実施						○

②地域の取組

地域の歴史や文化、自然に愛着と誇りをもち、地域の魅力の向上と活性化に努めるとともに、あいさつ運動など、地域をあげて旅行者をあたたく迎え入れる環境を整えます。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
		実施						○

③学生の取組

市内の学校において、観光をテーマとした授業やゼミを設け、観光産業の実務人材の確保・育成に取り組めます。また、各種まつり・イベントに積極的に関わりをもちながら、観光振興に参画します。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
		実施						○

④NPO等団体の取組

NPOやボランティア団体等は、地域に根差した活動などの取組を通じて、魅力づくりやさまざまな観光交流の取組に努めるなど本市の魅力を広く伝えていきます。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
		実施					○	

⑤観光関連事業者の取組

交通事業者や宿泊業、飲食業等の観光関連事業者は、地域観光の最前線で旅行者と接する立場であることを意識し、魅力ある商品づくりと質の高いサービスの提供に努めるとともに、事業者相互の連携を図りながら、観光振興を推進します。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
		実施				○		

⑥米沢観光コンベンション協会の取組

本市の観光振興を進める民間の核となる組織として、市内の観光産業をけん引するという重責を担っています。地域の観光振興と観光産業の活性化に向け、さらなる体制の強化を図ります。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
		実施				○		

⑦行政（米沢市）の取組

国、県、周辺市町などと連携を図り、観光情報の収集や提供等を行うとともに、各主体が取り組む活動に対し側面支援を行うなど、連携・協力を図りながらおもてなしのまちづくりを進めます。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
		実施			○			

基本施策7-2 地域の観光振興をけん引する人材育成

◆施策の方向

本市の観光振興を推進するため、観光コンベンション協会や観光関連事業者、行政など観光振興に関わる各主体の役割を明確にし、相互の連携を図り一体となった体制づくりに取り組むとともに、各主体の事業をより効果的なものとするために観光人材育成・確保に係る取組を進めます。

◆主な取組

①ホスピタリティを実践する人材の育成（再掲）

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を図るため、セミナーの開催や総合的な研修を実施するなど、質の高いサービスを提供するための人材育成に取り組みます。

5年間の進め方					実施主体			
R3  R7					行政	関係団体	事業者	市民
検討・協議		実施			○	○	○	

②おもてなし意識の醸成

観光関連事業者や市民を対象にし、観光振興の方向性の共有やおもてなし意識醸成に取り組みます。

5年間の進め方				実施主体			
R3  R7				行政	関係団体	事業者	市民
検討・協議		実施		○	○		

③観光コンベンション協会の機能強化と運営支援

継続的・専門的に観光振興を推進する組織としての機能強化及び運営支援を実施します。

5年間の進め方				実施主体			
R3  R7				行政	関係団体	事業者	市民
		実施		○	○		

基本施策7-3 (仮称)米沢市版DMOの設立

◆施策の方向

日本版DMOの形成・確立の取組は、国の観光振興施策の柱として位置付けられており、本市においても地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに、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取組を進めます。また、社会経済、文化及び環境の側面からバランスの取れた観光地域づくりを進めるため、観光庁が開発した「日本版持続可能な観光ガイドライン (JSTS-D)」等を活用して持続可能な観光地マネジメントに取り組みます。

そこで、本市の観光実態におけるマーケティング調査・分析を行い、まちづくりと観光振興を中・長期的視点から実践的にマネジメントできる専門的な人材を有する組織としての、(仮称)米沢市版DMOの設立に取り組みます。地域の観光振興推進において主導的な役割を担い、行政や米沢観光コンベンション協会等の関係事業者、関係団体での個別の施策を統括・調整し、必要な要請等を行うものとし、各関係者は、DMOの包括的な戦略とリーダーシップを尊重しながら、オール米沢で協力する体制の構築に取り組みます。

◆主な取組

①DMOの設立に向けた取組

本市の観光振興をけん引していく力強い体制を構築するため、米沢観光コンベンション協会等観光関連事業者などを対象に「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりについての合意形成を図るとともに、組織の中心を担う人材を育成するなど(仮称)米沢市版DMOの構築に向けて取り組みます。

5年間の進め方				実施主体			
R3  R7				行政	関係団体	事業者	市民
検討	協議	実施		○	○	○	

5 重点戦略（リーディングプロジェクト）

本市観光を推進し、他の事業への波及効果を持つ先導的な役割を果たすとともに、それぞれの基本施策を複合的に推進することによって相乗効果が期待できる施策をリーディングプロジェクトに設定し、スピード感をもって取り組みます。

〈今後5年間のキーワード〉

「観光DX」「広域連携」「組織体制」「地域資源」

〈リーディングプロジェクト〉

- I 観光DXを活用した観光誘客プロジェクト
- II 広域連携推進プロジェクト
- III DMO推進プロジェクト
- IV 西吾妻山×天元台高原×白布温泉エリアリボーンプロジェクト

I 観光DXを活用した観光誘客プロジェクト

観光DXの技術を活用したマーケティングを実施し、主要ターゲット層の洗い出しとニーズの把握を行い、そのターゲット層に対して魅力あるコンテンツの造成や誘客プロモーションを集中的に展開することにより、本市の観光の魅力向上と誘客の拡大につなげていきます。

〔関連する主な基本施策〕

- ・基本施策1-1 歴史・文化を活かす 1-2 自然・景観・温泉を活かす 1-3 食を活かす
1-4 産業を活かす 1-5 まつり・イベントを活かす
1-6 観光コンテンツの開発・商品化に向けた取組 1-7 各種ツーリズムの推進
- ・基本施策2 広域連携による観光振興・誘客促進
- ・基本施策3-1 観光プロモーションの推進
- ・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
- ・基本施策5-1 戦略的な情報発信

II 広域連携推進プロジェクト

東北中央自動車道福島・米沢間及び福島・相馬間の開通を契機に、滞在型観光の振興を図るため、福島圏域及び置賜地域に存在する観光資源を磨き上げ、観光地を戦略的に連携させることにより来訪者の長期滞在を促進し、交流人口の拡大につなげます。

[関連する主な基本施策]

- ・基本施策1－4産業を活かす 1－6観光コンテンツの開発・商品化に向けた取組
- ・基本施策2 広域連携による観光振興・誘客促進

III DMO推進プロジェクト

本市の地域の良さを最大限に活かし、地域で稼ぐ力を引き出し、地域への誇りと愛情を醸成していくために、各団体の役割を明確にし、相互の連携を図りながら一体となって取り組む体制づくりを行うとともに、(仮称)米沢市版DMOの構築に向けた取組を行っていきます。

[関連する主な基本施策]

- ・基本施策2 広域連携による観光振興・誘客促進
- ・基本施策7－3(仮称)米沢市版DMOの設立

IV 西吾妻山×天元台高原×白布温泉エリアリボーンプロジェクト

本市山岳観光の拠点である西吾妻山・天元台高原・白布温泉を一体のエリアとして捉え、関係機関が連携し、ハードとソフトの事業を戦略的に展開していくことで、魅力あふれるエリアへの再生と地域経済の活性化を図り、継続的・発展的に自走できる体制の構築に取り組めます。

また、エリア外の関心を持つ人々や、他の地域との連携につなげていくことで、交流人口の拡大やより重層的な誘客事業の展開につなげていきます。

[関連する主な基本施策]

- ・基本施策1－2自然・景観・温泉を活かす 1－6観光コンテンツの開発・商品化に向けた取組
1－7各種ツーリズムの推進
- ・基本方針3－1観光プロモーションの推進

第5章 計画のマネジメント

1 計画の目標（数値目標）

本計画を計画的・効果的に推進していくために、本計画の数値目標を設定し、5年間の目指すべき姿とします。

この数値目標をもとに、本計画の推進状況を把握することにより、本市の観光振興の政策全般における計画推進の成果を評価し、次期計画策定の際に見直し等を図るものとします。

〈数値目標〉

成果指標名	単位	前回基準値(H26)	基準値(H31/R元)	目標数値(R7)
四季のまつりの入込客数	人	523,000	609,000	674,000
雪灯籠まつりの入込客数	人	－	162,000	274,000
道の駅米沢への来場者数	人	－	2,035,213	2,149,000
温泉地(宿泊・日帰り)入込数	人	139,583	111,052	136,000
観光入込客数	人	2,605,299	4,476,749	5,137,000
外国人宿泊者数	人	－	5,788	12,500
宿泊者数	人	－	193,278	244,000
観光消費額	億円	－	139.7	171.7

※基準値：2020（令和2）年度はコロナ禍のため、2019（令和元）年度の数値を適用する。

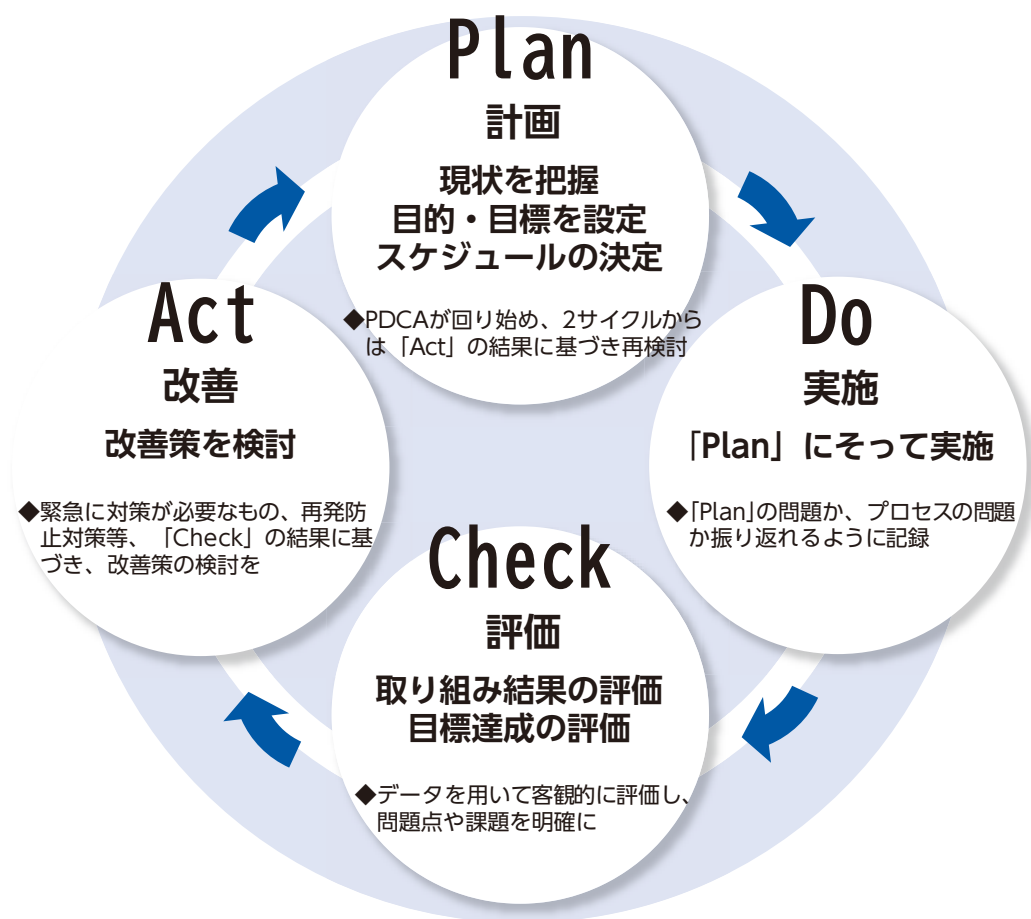
2 計画の進捗管理

本市の観光の目指す姿を実現するためには、計画に基づく事業推進について進捗管理を行う必要があります。本計画の進捗管理は、観光振興に関わる有識者等で構成される「米沢市観光振興委員会」において行い、計画の目的や意義の共有を図ります。

また、各基本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、ウィズコロナやアフターコロナの動向等さまざまな社会情勢の変化を踏まえ、必要に応じて基本施策や重点戦略（リーディングプロジェクト）の見直しや追加を行っていくこととします。

評価にあたっては、本計画で定めた数値目標等の定量的な指標を活用するなど第三者にも分かりやすい評価に努めるものとします。

市民、関係団体、事業者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り、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。





資料編

資料編目次

1	計画策定経過	80
2	主な意見・質問等	81
3	米沢市観光振興委員会設置要綱及び委員名簿	95

1 計画策定経過

日 時	会 議
〈令和元年度〉 令和元年6月26日	第1回米沢市観光振興委員会 ・委嘱状交付 ・令和元年度観光課運営方針及び予算について ・第3期観光振興計画の実施状況について ・今後のスケジュールについて
令和元年10月23日	第2回米沢市観光振興委員会 【視察研修】会津若松市内 ・観光振興計画について（会津若松市） ・まちづくりについて（会津若松まちなみ協議会） ・蔵が建ち並ぶ通りを散策（七日町散策）
令和2年3月27日	第3回米沢市観光振興委員会 ・第3期観光振興計画の実施状況について（報告） ・今後のスケジュールについて
〈令和2年度〉 令和2年12月23日	第1回米沢市観光振興委員会 ・第3期観光振興計画の実施状況について（報告） ・第3期観光振興計画と第4期観光振興計画策定に向けての講評 ・第4期観光振興計画の体系について
令和3年2月25日	第2回米沢市観光振興委員会 ・第4期観光振興計画（骨子案）について
令和3年3月30日	第3回米沢市観光振興委員会 ・第4期観光振興計画（素案）について
〈令和3年度〉 令和3年4月22日	第1回米沢市観光振興委員会 ・第4期観光振興計画（素案）について
令和3年5月19日	第2回米沢市観光振興委員会 ・第4期観光振興計画（素案）について
令和3年7月6日	第3回米沢市観光振興委員会 ・第4期観光振興計画（原案）について
令和3年9月1日～ 令和3年9月21日	パブリック・コメントの実施 ・「第4期観光振興計画（案）」
令和3年10月22日	第4回米沢市観光振興委員会 ・第4期観光振興計画（最終案）について

2 主な意見・質問等

令和2年度第1回観光振興委員会（令和2年12月23日開催）

意見・質問事項	対 応
【地域資源の活用】 1) 歴史がそこら中に溢れていることや食も素晴らしいということが福島の方からの意見であった。そこは米沢の強みであり、さらにブラッシュアップしていくことが重要で、本物・上質という視点で強化していくのがいいのではないか。 2) 観光の形態が団体から個人に変わり、さらには体験型に変わってきているが、まだまだ体験メニューは少ない状況がある。「上杉×体験」のような新たな取組が必要になってくるのではないか。 3) 「健康」を歴史観光に掛け合わせていくのはどうか。ウェルネスツーリズムやヘルスツーリズムといった新しいツーリズム、新しい観光の検討が必要なのではないか。	基本方針1（地域資源を活用した観光振興の推進）の中で個別施策を検討していく。
【異業種連携】 1) 観光を一つのきっかけに、環境や道路が整備され、雇用の拡大や定住者の増加というのが目指すところになるが、観光だけではなく、異業種の方との交流や連携を活発にし、地域活性化について議論していくことが大事ではないか。	基本方針1（地域資源を活用した観光振興の推進）の中で個別施策を検討していく。
【観光客誘致】 1) 米沢には、鉄道のほか高速道路もあることで、自家用車や高速バス等で来る方法もある。また、団体客か個人客かなど、マーケティングしていくことが必要になるのではないか。 2) 道の駅と城史苑を同日来訪しているデータがあるように、街なかから発信していくシステムを構築していくのはどうか。	基本方針3（観光交流人口、関係人口の拡大）の中で個別施策を検討していく。
【インバウンド観光】 1) 段階的な復活を見据えて、ツアーコースを造成していくこと。さらには、ただPR発信するのではなく、パッケージ商品としてダイレクトに売り込むことが有効なのではないか。	基本方針4（インバウンド観光の推進）の中で個別施策を検討していく。

【情報発信】 1) TwitterやInstagramのほか、weibo（ウェイボ）やwechat（ウィーチャット）といったSNSを活用し、中国へ発信していくのはどうか。 2) 最初から街なかを目指して来てもらえるよう、地域戦略的に仕掛けていくような作りこみが大事になるのではないか。	基本方針5（効果的な情報戦略） の中で個別施策を検討していく。
---	--

令和2年度第2回観光振興委員会（令和3年2月25日開催）

意見・質問事項	対 応
【地域資源の活用】 1) 移動手段をシームレスで展開するため、スマートフォン一つで利用できる観光型MaaSに取り組んでいくのかどうか。	基本方針6（観光客の受入環境整備の推進） の中で個別施策を検討していく。
【人材育成】 1) 計画を進めるのも人、お客様も人、何をやるにも人。地域の観光人材をどう育成していくかが重要なのではないか。例えば、おもてなし講座や観光に関する授業の実施していくのはどうか。 2) プレーヤーとして人材のほか、10年、20年先の将来を見据えて、若手の育成が必須になるのではないか。 3) 地域づくりの観光塾などにおいて、後継者を育成していくのはどうか。	基本方針7（観光戦略を推進する体制づくり） の中で個別施策を検討していく。
【観光客誘致】 1) 米沢ファンのお客様と強くに結びついていくことが重要ではないか。例えば、イベントやおまつりに参加した人やふるさと納税者の情報を活用していくことができないか。 2) オンラインイベント（有料）を実施していくのはどうか。 3) オンラインを通じ、興味をもってもらうところから、実際に来てもらうところまでの仕組みを構築していくのはどうか。 4) 観光をきっかけに、住みたいと思ってもらうことが重要ではないか。	基本方針3（観光交流人口、関係人口の拡大） の中で個別施策を検討していく。

【体制づくり】 1) 学生が活躍する姿が諸所で見られる。観光振興においても学生の取組を位置付けていくのはどうか。 2) DMOを構築することによって、新しい取組、新しいお客様の呼び込みに繋げていけるのではないか。 3) 郷土愛の醸成に加え、10年、20年後の将来の米沢に対する危機意識を持つことも重要ではないか。 4) 多様な観光に対応した、多様な人材のチャネルを整備していくのはどうか。 5) DMOを構築することで、観光地域づくりの司令塔として観光をコーディネートしていくことができるのではないか。	基本方針 7（観光戦略を推進する体制づくり）の中で個別施策を検討していく。
【情報戦略】 1) 尖がった商品は尖がった商品を好む人に届きにくいので、情報が欲しい人のところにどう届けていくか、工夫が必要になるのではないか。 2) 一人も見ない広告はないので、続けていくことが大事になる。	基本方針 5（効果的な情報戦略）の中で個別施策を検討していく。
【地域資源の活用】 1) ものづくりの産業は米沢の大きな魅力の一つ。地元にも知らないことがあったりするので、産業観光の充実はおもしろいと思う。 2) オンラインで産業観光を発信するなど、企業が自ら発信していくことも重要になるのではないか。 3) 数ある観光資源をどう組み合わせで発信していくか、どうプロデュースしていくかが重要になる。 4) 特に女性や子どもは、普段できないことに魅力を感じ、体験が伴う観光を好むので、体験型観光の充実を図っていくのはどうか。 5) 観光客だけでなく、まちの人も一緒に集うような賑わいの場を作ることがサステナブルツーリズム、持続可能な米沢の観光に繋がっていくのではないか。 6) 他にはない尖がった商品を造成し、誘客していくのはどうか。	基本方針 1（地域資源を活用した観光振興の推進）の中で個別施策を検討していく。

7) それぞれの施策を複合的に組み合わせていくことで、他にはない優位性に繋げていけるのではないかな。	
8) 体験型観光の中に大学でのセミナーを組み入れ、歴史や文化、産業などを紹介していくのはどうか。	
9) 米沢の食を説明するうえで、米沢ラーメンという側面も露出させていく必要があるのではないかな。	
10) スポーツによって楽しみや経済価値を生み出すため、スポーツツーリズムの仕組みを構築していくのはどうか。	

**令和2年度第3回観光振興委員会（令和3年3月30日開催）及び
令和3年度第1回観光振興委員会（令和3年4月22日開催）**

意見・質問事項	対 応
【基本方針1】地域資源を活用した観光振興の推進	
1) 歴史文化を活かすという考え方の中で、映像の出し方を工夫していくなど、視点を変えながらアフターコロナにつながるように取り組んでいく必要があるのではないかな。	1－1 歴史・文化を活かす の施策の方向に中に、PR映像の出し方を工夫するなど、アフターコロナにつながるようと追記。
2) 以前は「上杉の城下町 伊達のふるさと」というタイトルを使っていたことがあるなど、「伊達」についても歴史文化の面でゆかりがあることから、そういった視点も入れていくのはどうか。	1－1(1)③新しい歴史・文化観光の推進 の中に 伊達の故郷としてもゆかりがあることから、歴史的・文化的な特性を活かし と追記。
3) 歴史文化を通じて何を学んでいただくか。断片的に紹介するのではなく、誇りをもって伝えていくことで意味合いがでてくるのではないかな。持続可能な食文化という部分はSDGsの考え方にマッチするので、そういったエッセンスを入れていくと郷土愛の醸成にもつながっていくのではないかな。	1－1(2)③こどもふるさと歴史講座等の各種講座、歴史授業の実施 の中に、 食文化という部分は、持続可能なものとして受け継がれてきており、その精神を学ぶことで郷土愛の醸成につながっていく と追記。
4) 歴女をターゲットにしたイベントを開催してみてもどうか。来ていただくことでSNS等での発信にもつながっていくことが考えられる。	1－5(2)①まつり・イベント情報の発信と誘客 の中の、 多彩なイベントを充実 させていくという部分で検討。

5) 米沢撮レジャーコンテストに高校生の参加も促すなど、高校生目線のPR促進につなげていってはどうか。	1-2(2)④まつり・イベントの開催の中に、コンテストについては、中高生など幅広い参加を促進するほか、応募いただいた作品はホームページやパンフレット作成等への活用を図ると追記。
6) 米沢撮レジャーコンテストに応募いただいた作品を、ホームページやパンフレットに活用する方が、魅力的に感じて想像力が掻き立てられるのではないか。	
7) ドッグランの整備などペットをターゲットにした誘客はどうか。またはキャンプ場を整備することで交流人口が増えてくるのではないか。	1-2(1)④新しいレジャー等の創出の中の、キャンプやグランピングのほかドッグランの整備なども含めて、民間事業者の活用の記載内容に含む。
8) 歴史的な背景のある道路や土地、地域など、表に出ずに埋もれているがあるので、そういった話を整理し活用していくのはどうか。また、神社など、歴史的背景を有するものがたくさんあるので、景観と歴史をセットにするなど、歴史的な部分に目を向けていくのはどうか。	1-2(2)①街並みの景観を活かしたまち歩き of 取組の中で、景観と歴史をセットにするなど整理し、まち歩きプランの造成に絡めながら検討。
9) 西吾妻山は、街なかから約2時間で標高2000m地点に行ける珍しい山であることから、そういった魅力を発信したPRはどうか。	1-2(1)①登山・トレッキング情報の発信の中に、ロープウェイとリフトを乗り継いで標高1800m付近まで行くことができる魅力的な山岳観光資源であり、この特性を活かして情報発信に取り組むと追記。
10) 食については、健康にいいものを生み出すという今までとは違った角度での取組がキーワードになるのではないか。	1-3(1)③新たな名物の開発の中で、城下町ならではの名物となるお菓子や健康をキーワードにした新商品の開発など、新たな付加価値を付けて、新しい食の創造に取り組むと追記。
11) 食の名物を作っていくのはどうか。特にお菓子についてはどれをとっても美味しいけれど、これが名物というものがないことから何か形にできればと思うがどうか。	
12) コロナ禍の中、お取り寄せが流行っており、中でも高価なものや質のいいものを求める傾向にある。お取り寄せをしてもらうところから、実際に来てもらう仕組みを作るのはどうか。	1-3(2)②おすすめグルメ情報の発信の中に、コロナ禍においては、現地に行かずとも味わえる「お取り寄せ」などの情報発信の充実を図ると追記。
13) 食の親善大使や食生活改善推進員など、食の人材という部分もどこかに入るといいのではないか。	1-3(1)④食に関する人材の活用として、食の親善大使や食生活改善推進員の活動取組を活用した事業の展開を図ると新たに取組を追加。

14) 工芸等芸術のレベルが高いことからイベントを実施してはどうか。	1-4(2)① イベントの実施 として、各種関係団体等が連携し、イベント等を開催することにより情報を発信するとともに、付加価値の向上を図ると新たに取組を追加。
15) 伝統産業の後継者育成の部分で、市内の若者のほか、全国に発信していくとともに補助金の制度を設けていくのはどうか。	1-4(2)② 後継者の育成支援 として、地元にいる若い方をはじめ、全国に広くPRしていくとともに、現地での研修等により、後継者の育成支援に取り組むと新たに取組を追加。
16) 伊東忠太博士など米沢の偉人を使ってアピールしていくのはどうか。	1-1(1) 歴史や文化を活かした観光の推進 の中で、関連付けた取組を実施検討。
17) 米沢には明治から大正にかけての近代建築物が多いことから「建築のまち」としても打ち出していけるのではないかな。	1-2(2)① 街並みの景観を活かしたまち歩き の中に、城下の街路が9割方残っているという特徴や、明治から大正にかけて建てられた近代建築物が多いことから、これらを活かしたまち歩きプランの造成と追記。
18) 視察受入が可能かどうかなど、情報を発信することが重要であり、米織は米織でつなげるなど、売り方を工夫していくことも必要ではないかな。	1-4(1)② 産業観光プログラムの開発 の中の、 産業観光受入先の発掘 を行うとともにとの記載内容に含む。
19) 八幡原の企業など、相当数の方が出張等で行き来しており、そういった方をどう観光と結び付けていくかという視点も必要ではないかな。	1-7(2) 新たなツーリズムの推進 の中で、 ビジネスツーリズムの推進 の取組を新たに追加。
20) 産業観光アドバイザーの招聘や米織の製品を集めた即売会などのイベントをするのはどうか。	1-4(1)③ 産業観光の魅力的な商品づくり の中で、先進事例を参考に取組んでいく。また、イベントについては1-4(2)① イベントの実施 の中で、イベント等を開催することでの情報発信とともに、付加価値の向上を図るの記載内容に含む。
21) サクランボや雪灯籠まつり等の時期に合わせて、観光と米織体験を一つにしたツアーパックを売ることによって地域への経済効果が期待できるのではないかな。	1-6(1)① 事業者、関係団体との連携による観光コンテンツの造成 の中の、 マーケティングの視点に立った観光コンテンツの企画と販売促進の仕組みづくり に取り組むの記載内容に含む。
22) 若者が中心として盛り上がっているものもあることから、新たなまつり・イベントの発掘といった部分も必要ではないかな。	1-5(1)② 市民主体事業の支援 の中に、 学生を中心として活動している夢プロジェクト など、 新規団体等への支援 を図ると追記。

23) 観光コンテンツを作っていくにあたって、チラシ代等PR経費に対する助成などがあれば着手し易くなるのではないかな。	1-6(2)新たな商品化に向けた取組の中において、今後事業を展開していく中で意見を参考に実施検討。
24) 食というのは、宿泊とともに消費が動くところになる。朝食や夕食とうまく連携させた取組を行っていくのはどうか。	1-6(2)②既存観光コンテンツの磨き上げの中に、宿泊を伴う長期滞在につなげていくため、朝若しくは夜のコンテンツを造成と追記。
25) 観光コンテンツも単発ではなく、何かと組み合わせると大きな効果を発揮する。朝または夜のコンテンツに価値を付けることで、宿泊が伴う長期滞在につなげていくことができるのではないかな。	
26) 海外との往来が難しくなっている中、オンライン上でオーロラを見に行くというプランが話題になっている。現地に行かなくても体験できるといった新しいものを取り入れていくのはどうか。	1-5(2)②オンラインツーリズムの推進の中に、本市に来訪することができない地域の方が多くいること、また、アフターコロナを見据え現地に行かなくても体験できるオンラインツアー等のコンテンツを造成と追記。
【基本方針2】戦略的な広域観光の推進	
1) 来訪者にとって行政の括りは関係ないことから、会津や喜多方など近隣市町と連携して一つのエリアとして誘客を図っていくことが重要ではないかな。相互に補完し合いエリア全体への流動を導き出す中で、米沢に来てもらうのがいいのではないかな。	2(3)③エリアとしての観光誘客として、観光客にとって自治体の括り・境界線は関係ないため、近隣自治体と連携し、一つのエリアとして打ち出していくことで地域全体への流動につなげ、相互に補完し合うような観光商品の造成に取り組むと新たに取組を追加。
2) 東北中央自動車道が米沢から相馬まで開通することで、宮城方面へのアクセスがよくなってくる。仙台空港を基点としたインバウンドの誘客が可能になるのではないかな。	2(3)②東北中央自動車道を活用した地域連携として、東北中央自動車道（米沢-相馬間）の開通を契機として、福島県北と地域連携を推進。 「道の駅」を巡る周遊観光や、高速道路を通じて仙台空港へのアクセスが時短になることからインバウンドの誘客に取り組むと新たに取組を追加。
3) 置賜管内の連携の部分で、道の駅米沢を拠点とした連携のほか、JR客もいることから米沢駅を基点とした連携も必要なのではないかな。	2(1)①置賜地域の観光連携の中に、東京から2時間というアクセスの良さを特性としているJR米沢駅を起点とした周遊を図るため、置賜地域の観光連携について取り組むと追記。

【基本方針 3】観光交流人口、関係人口の拡大 1) 魅力的に見せるプロモーションを意識的にやっていく必要があるのではないか。ホームページなどは、毎年更新しないのであれば5年先10年先を見据えて作りこみを行うなど、見ていて楽しく、惹きつけられるものにしていく必要があるのではないか。	3-1(1)③魅せるプロモーションの推進として、インターネット、特にSNSによる情報拡散力が高まりを見せている中、プロモーション動画の活用によって広く知ってもらうことにつながることから、興味を引くWEBサイトの整備やスマートフォン一つで閲覧できる利便性を高め、本市の魅せるプロモーションに取り組むと新たに取組を追加。
2) WEB上にバーチャルな視点を入れることで、行動を促すきっかけに寄与する。意欲をそそる作りこみが必要になるのではないか。	
3) スマホやタブレットが当たり前の時代であり、それとDXをどうつなげていくかが大きいのではないか。MaaSのようにスマホ一つで完結する取組が利便性という部分でマッチしていくのではないか。	3-1(2)②DX活用による観光振興として、デジタルマーケティングの推進により得られた分析結果を活用し、新たなニーズに沿った観光誘客を推進と新たに取組を追加。
【基本方針 4】インバウンド観光の推進 1) 日本人が楽しめるようなものでないと、海外の人も楽しむことができない。米沢でしかできないものを考えると同時に、長く滞在してもらう仕組みを作っていく必要があるのではないか。	4-1(2)①外国人観光客が楽しめる観光コンテンツ造成の中の、コンテンツ造成にあたっては、ニーズに対応できるよう国際交流員などの知見を活用し、外国人目線で取り組むの記載内容に含む。
2) 外国人が日本にきて楽しみしているのは食であったりもするので、食を絡めたコンテンツ造成など食からPRしていくのが有効ではないか。	4-1(2)②体験型観光コンテンツの整備の中に、本市には、上杉神社などのほか米沢牛をはじめとする食文化、また、伝統工芸品等の体験など、魅力的なコンテンツが豊富にあることから、米沢でしかできない体験ができる環境を整備し誘客を図ると追記。
3) 外国人向けの環境整備として、①Wi-Fi②キャッシュレス③多言語対応が必須要素となる。屋内でのWi-Fi環境は整備されてきているので、屋外でも利用できるように整備していくのはどうか。	4-2(1)①Wi-Fi環境整備の検討の中の、Wi-Fi環境の整備については利用状況や利用者情報等の調査・分析を行ったうえで、補助金等を活用した取組を進めるの記載内容に含む。
4) 米沢には固有名詞が少ない。例えば「上杉鷹山」という固有名詞を立てていくなど、外国人でも一目でわかるようにしていくのはどうか。	固有名詞も一つのブランディングと考え、5-1③米沢品質AWARDを活用した米沢ブランドの発信として、米沢品質AWARDを活用し国内や世界に発信し、米沢ブランドの品質向上・高付加価値化・市民への啓蒙を推進と新たに取組内容を追加。

【基本方針５】効果的な情報戦略 1) スマホを活用した発信は有効な手段である。特に、スマホを得意とする若い人を活用して発信していくのはどうか。 2) 情報はタグ付けで広がっていくので、フェイスブックなどのSNSを有効に活用してはどうか。 3) 置賜ポータルサイトのような事業者が自分で情報発信できるプラットフォーム機能を整備するなど、継続的に発信し続けられるような仕組みがあるといいのではないかな。 4) デジタル媒体のほか紙媒体の広告も効果がある場合がある。ターゲットに合わせて使い分けていく必要があるのではないかな。	５－１②情報発信ツールの整備・活用（再掲）の中の、口コミによる情報発信が期待されるツイッターやインスタグラムなどのSNSを有効利用するの記載内容に含む。 ５－２①観光ポータルサイトにおける情報内容の充実の取組の中にある「米沢観光Navi」に仕組みをつくることも考えられるが、サイトの乱立を防ぐため既存の置賜ポータルサイトを有効利用。 ５－１①ターゲットに向けた効果的な情報発信の中の、ターゲットを明確にしつつ、効果的に届く媒体を選定して発信するの記載内容に含む。
【基本方針６】観光客の受入環境整備の推進 1) 旅館の送迎バスやスクールバスなどを観光客や高齢者の送迎に使えるよう規制緩和されてきた部分がある。観光客の目線で提言するなど観光振興に資する取組をお願いしたい。 2) バス停の名称のわかりづらいことや待合所が整備されていないことなどからおもてなし心が感じられない。そういった環境を整備していくことで、地元も人も観光客も利用しやすい公共交通になるのではないかな。 バス停に地理的なシンボルを入れるなど、簡易的な地図を入れると子どもでもわかりやすくなるのではないかな。 3) 公共交通の在り方について、観光の側面だけではなく、地域振興の部分もあることから課を横断して調整していくことが大事ではないかな。 4) バスを観光客目線で運行する方法として、上杉神社を基点とした８の字ルートで走らせてはどうか。また、上杉城史苑内にバスターミナルを作ることによって利便性の向上につながるのではないかな。	６－２③利便性の高い交通戦略として、観光振興における二次交通の整備においては、地域公共交通計画との整合性を図りながら、関係機関と横断的な調整を図ると新たに取組内容を追加。

5) 人が集まるところを情報の受発信の拠点にすべき。街なかにおいても、そこに入れば何でも解決できる総合案内所の位置付けも必要ではないか。	6-1①観光施設の現状把握と将来に向けた整備計画の中の、既存施設の在り方や活用について検討を進め、長期的な視点をもった施設整備を計画の記載内容に含む。
6) 「おしょうしな」といった象徴的な言葉を全面に出して、ホスピタリティ向上の運動を展開していくということから、何らかの米沢らしいキーワードを作っていくと一つにまとまっていくのではないか。	6-3①観光ホスピタリティ運動の展開において、今後事業を展開していく中で意見を参考に実施検討。
7) 活気があるのも大事であるが、その質というところも重要になるので、定期的なセミナーや勉強会等を積み重ねていくことで、同じような温度で観光客に接することができるのではないか。	6-3③ホスピタリティを実践する人材の育成の中の、接遇等のレベルアップを図るため、セミナーの開催や総合的な研修を実施するなどの記載内容に含む。
【基本方針7】観光戦略を推進する体制づくり 1) DMO組織を整備するにあたっては、民間だけではできない、行政だけではできない機能が必要なことから、半分民間半分行政といった形で整備してはどうか。さらには、アンテナの高い人、地域づくりのマネジメントができる人に入ってもらうのがいいのではないか。	7-3①DMOの設立に向けた取組の中の、本市観光振興をけん引していく力強い体制を構築するため、米沢観光コンベンション協会等観光関連事業者などを対象に「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりについての合意形成を図るとともに、組織の中心を担う人材を育成するなど（仮称）米沢市版DMOの構築に取り組むの記載内容に含む。
2) 山形の南の玄関口として、ハブ機能を担っていくような役割を持ったDMO組織を形成していくのはどうか。	
3) 米沢には大学生のほか、自動車学校の合宿生など、相当数の学生がいることから、教育旅行と観光とどうつなげていくか検討が必要ではないか。	
4) 教育旅行と学生を連携させた取組があったらいいのではないか。	地域振興との関わりがあるため関係部署と横断的に連携し、今後事業を展開していく中で意見を参考に実施検討。
5) 漠然と世界中の人を対象にどうおもてなしをしていくかという前に、既存のお客様を大事にすることが重要ではないか。どんなことが求められているのか、どうやったらまた来てもらえるかの仕組みをそれぞれが作っていく取組が必要ではないか。	7-1⑤観光関連事業者の取組の中の、地域観光の最前線で旅行者と接する立場であることを意識し、魅力ある商品づくりと質の高いサービスの提供に努めるとともに、事業者相互の連携を図りながら、観光振興を推進の記載内容に含む。
6) 留学生の受入を強化するのはどうか。観光との結び付けていくことで、母国への発信につながっていくのではないか。	国際交流との関わりがあるため関係部署と横断的に連携し、今後事業を展開していく中で意見を参考に実施検討。

令和3年度第2回観光振興委員会（令和3年5月19日開催）

意見・質問事項	対 応
【基本方針1】地域資源を活用した観光振興の推進 1) リピーターを獲得していくためには、地元の人が喜ぶもの、楽しめるような商品でなければならない。いろいろな切り口で地元の人たちと一緒にやって取り組んでいくことが大事ではないか。	ご意見のとおり、地元の人々の意見を多く取り入れながら、地元の人が楽しめる、魅力ある商品を造成していく。
2) コンテンツを造成していく中で、課を跨いだ調整が必要になってくると思う。横断した連携を積極的に推進していただきたい。	関係課と連携し、横断的に取り組んでいく。
3) 1- (6) ②の主な取組のうち「(I)よねざわ女子旅instagramの活用」とあるが、取組名に具体的な名称が入りすぎではないか。	インスタグラム等SNSの活用に取組名を変更し、よねざわ女子旅は例として記載するよう修正。
【基本方針2】戦略的な広域観光の推進 4) 相馬までの高速道路が開通したことで、米沢相馬間が90分圏内となり、今後の広域的な連携の幅が広がってくる。また、仙台空港から相馬を経由してくる方が、高速道路の料金が安いということなどは意外と知られていないので、そういったPRも必要なのではないか。	広域連携による観光振興・誘客促進の施策の中で取り組んでいくこととし、福島・相馬・会津圏域との連携は、広域連携を進めていくうえで非常に重要なことであり、今まで以上に強化していきたいと考えている。6月末まで実施していた「東北6県及び新潟県民を対象にした宿泊キャンペーン」では、高速道路が開通し利便性が高まったことから、相馬市域にPRチラシを折り込みながら誘客を行っており、今後も継続的に誘客を行っていく。
5) 道路の開通を契機に、滞在時間が長くなるようなメニュー作りに取り組んでいくとあるが、既に行き来が始まっているので、本来であれば取り組んでいる必要がある。開通した時のタイミングを活かしていくためにも、今がいろいろ売っていくチャンスではないか。	
【基本方針3】観光交流人口、関係人口の拡大 6) 米沢ファンに対する取組として、顧客データを活用していくことはできないか。ご縁があって納税いただいているふるさと納税のお客さまや、各部署で実施している事業等で関わったお客さまの情報を有効に活用し、絶え間なく関係性を継続していく目的で、メールやお手紙を定期的に配信・発信していくことなど、既に持っている情報を有効に活用したお客さまとの関係づくり、その仕組みを作っていく取組ができないか。	観光交流人口、関係人口の拡大に向けて、観光プロモーションの推進の施策の中で観光DXを推進していく。その取組の一つにデジタルマーケティングを実施していくとしており、いただいた意見を含めてこういったデータが活用可能かどうか検討していく。また、個人情報を活用した情報発信については、各情報を持っている主管課と協議し、どのような形で展開していくことができるか検討していく。

7) 個人情報の取扱は、お客様に確認をしなければならず、それを可能にするのはDXになるのではない。ホームページの閲覧記録をマーケティングすることで嗜好を追い、そこからつながりを持っていくことで、未来永劫米沢のファンになっていくのではない。課を横断して個人情報を取り扱うのは難しいと思うが、こういった方法なら使えるか検討いただきたい。	6) の対応に同じ。
8) まち歩きや電動レンタサイクルにもDXを活用していくことができるのではない。お客様の動いた履歴、どういうルート歩いているかのデータをとることで、まち歩きに求めているものが見えてくるのではない。	電動レンタサイクルの活用の取組については、ウェブを整備することのほかアプリを使うこととし、本年8月からの本格稼働に向けて準備を進めている。アプリにおいては、利用者の行動データを取っていけるようシステムを構築しているところであり、データをもとにしたマーケティングを実施しながら計画的に取り組んでいきたいと考えている。
【基本方針6】観光客の受入環境整備の推進 9) 観光客にとって、駐車場の情報があったら便利ではないか。特に初めて来られる方は土地勘がないわけなので、観光客目線で、何らかの形で提示していけばいいのではない。	駐車場情報の必要性は感じているので、関係各課、関係機関との横断的な連携を図り、どういう形にしていけるか検討していく。
10) 米沢は上杉の城下町というイメージが強いので、上杉文化エリアの再構築について、将来的に考えていく必要があるのではない。	上杉文化エリアの再構築については、市全体としてまちづくり総合計画の中に位置付けて考えていく必要がある。今後、NHKラジオ中継所の移転による跡地の活用を含め、上杉文化エリアのまちづくりについて、全庁的な組織の中で協議検討していきたい。
【基本方針7】観光戦略を推進する体制づくり 11) DMO設立に向けての取組について、いつまでに、どのようにといったロードマップを示していただくと、それに関わる人も、市民の方にもわかりやすいのではない。	DMOの構築に向けた取組は、重点戦略の一つに位置付けて取り組んでいくこととしている。ロードマップについては、今後取り組みを進めていく中でお示ししていきたい。

米沢の魅力を磨き上げ、行ってみたい観光地米沢にするための政策提言

■はじめに

本市の観光入込客数は、米沢市観光振興計画によれば平成21年度の大河ドラマ「天地人」放送による495万人と突出した年度を省いた場合、年平均約260万人～280万人で推移している。また、歴史的先人が数多く関係してきたことなどを背景に、現在でも城下町米沢として観光客を呼び込んできている。

一方で、人口減少が進み続けている現在、まちの活性化策として交流人口の増加や関係人口の獲得といった定住していなくても本市に縁のある人、定期的に訪れてくれる人など、本市に関心を持ってくれる人々を如何に増やしていくかは喫緊の課題である。

交流人口・関係人口を増やす方策として様々なことが考えられるが、観光というカテゴリーについても重要な要素であると認識している。一言に観光振興といっても、自然や温泉、景観やもてなしの心など、その項目は多岐にわたる。近年、観光都市として成果をあげてきた地域の多くは、民間主導での取り組みが功を奏した事例として多く取り上げられている。

本市観光施策においても民間活力の取り込みや発想、行動力の発揮を目指してきたところ是一部あるものの、その成果は限定的となっている。より良い観光施策を実施していくためには補填的な活用ではなく、抜本的な改革により、民間主導での観光施策実施に向けた取り組みが求められている。また、新型コロナウイルス感染症の脅威により、これまでの観光施策が通用しなくなっているのは明白な事実であり、ウィズコロナ、アフターコロナを見据えた新たな観光振興策が求められている。

大きな転換点を迎えている状況の中、本委員会としては、これからの観光振興が行政のみで発展的に実施されることなど到底かなわないことを認識していることも背景にしながら、2年間の調査研究、市民との意見交換などに基づき、本市発展の一翼を担う、行ってみたいまち米沢を実現するための政策を提言する。

本 編

1 事業の推進体制について

(1) DMOの設立に向けた調査・検討に関すること

令和2年10月、当委員会では管外視察として「VISITはちのへ」における取組について学びの機会を得た。

八戸市内の観光政策に資する団体を統合し、利益追求ができるDMOとして設立した「VISITはちのへ」は、八戸市観光課の約6割の業務を移行し、ソフト事業においてはすべてを担っており、市役所内における業務のスリム化、また民間力の活用した事業展開はこれまでにない成果を生んでいる。

このように、本市においても、観光政策に資する市内団体を統合し、民間主導でのDMOの組織の設立による交流人口の拡大と米沢ブランド確立に向けた事業展開についての調査・検討を行うこと。

(2) 既存部署の常時連携について

現在、観光施策を主に担当している観光課と本市の魅力を発信する部署として米沢ブランド戦略課が設置されている。施策における最大限の効果を発揮するためにも双方の連携が必要不可欠である。常時連携の体制づくりと必要に応じた部署の一元化について検討すること。

2 自分たちの住むまちに対する誇りや自信といった心の醸成

観光客を呼び込むためには、まず受け皿となる市内の体制づくりが必要になる。道路や建物などコストをかけて見た目を飾ることだけでは到底訪れてみたいまちとしての継続は図れない。ここに住む人々が地元の物産品や歴史、文化、景観などに自信と誇りを持てることがまずは重要になってくると考える。また、その誇りや自信をより高めようとする意識の醸成こそが、受け入れる側にとって重要な価値でありテーマであると考えている。よって、市民が住むまちに対する誇りと自信（シビックプライド）の醸成に結びつくよう市民周知に努めること。

3 交通・インフラの整備と周遊観光

来訪者の交通手段の確保は、住民もそのサービスを楽しむよう多様な交通手段を統合したMaaS（Mobility as a Service）の導入など、包括的な地域公共交通の円滑化が重要となる。車両配備だけでなく、アプリケーションの導入や事業者の連携など体制整備に向けた取組を推進すること。

また、情報発信拠点としての機能を併せ持つ「道の駅米沢」を存分に活用し、市内への入り込みに注力した施策を実施すること。

4 市民自らがまちを育てる、磨き上げる熱意を育む景観形成

市民が自分たちのまちを磨き上げることに熱意と情熱をもって取り組んでいけるような想いが形となる事業を実施すること。また、外国人も含めた来訪者が街を快適に観光するために、ユニバーサルデザインにも配慮した魅力ある街並みを整えること。さらに、短期的な取組では、総合的な景観形成とはならないことを認識し、長期的なビジョンを持って取り組むこと。

5 スマートツーリズム・新しい観光の推進

新たな観光ツールとして、デジタル技術を活用し、ツアープランの提供（検索・予約・決済）・市内を巡るための情報提供（混雑を避ける機能、交通、施設入館、食事情報の一元提供）・普段見られない風景を仮想（VR・AR）で見せるなどの観光サービス「スマートツーリズム」に関するスマートフォンアプリの開発、活用などの展開により、来訪者やターゲットとなる人々に付加価値をもたらすサービスとして提供できるよう努めること。

仕事と休暇の融合形であるワーケーションも旅行プランを造成して推進すべき施策であることから、テレワークの推進に係る通信網の強化やWi-Fi環境整備を行うこと。

これまでのコンベンション誘致をより力強く推進するため、MICE＜Meeting（会議、研修、セミナー）、Incentive Tour（招待旅行）、Convention（大会、学会、国際会議）、Exhibition（展示会）＞への誘客を念頭に全国的な誘致協議会への参画などを検討すること。

6 情報の発信

本市の観光情報は、観光誘客専用のホームページ（市のホームページである必要はない。例：VISITseattle、Visit Kinosaki）やSNSから文字情報に加えて画像・映像の情報も含めて効果的に発信し続けること。また、来訪者の旅行計画が立てやすいようにイベント等は4か月前には詳細な情報を提供できるよう努めること。

7 インバウンド対応施策の推進

将来を見据えれば、日本の地方の旅行目的地としての魅力は高まる方向にある。さらに、新型コロナウイルス感染症の影響で、コロナ後には旅行先の地方への分散が見込まれている。DMOでブランドを訴求していても、認知されるまで10年単位の期間がかかることを前提としながらインバウンド対応施策を発展的に継続していくこと。また、インバウンド客は、周遊型観光を好む傾向があることから広域ツアーの企画、予約システムの確立を目指すこと。

3 米沢市観光振興委員会設置要綱及び委員名簿

(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事。
- (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事。
- (3) その他観光振興の推進に関する事。

（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条繰下）

(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条繰下）

(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条繰下）

(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条繰下、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条繰下)

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	吉澤 彰浩	一般社団法人米沢観光コンベンション協会副会長
副委員長	安部 徹	米沢商工会議所事務局長

委 員

委 員	安部 宏海	米沢ブランド戦略委員
委 員	井上 浩之	公募委員
委 員	遠藤 勲	米沢文化エリア懇話会幹事長
委 員	遠藤 清美	公募委員
委 員	黄木 綾子	温泉米沢八湯会副会長
委 員	金田洋一郎	協同組合米沢商店街連盟
委 員	齋藤 英助	特定非営利活動法人米沢伝承館理事長
委 員	佐藤 文俊	東日本旅客鉄道株式会社米沢駅長
委 員	色摩 彩佳	米沢市国際交流協会事務局長
委 員	穴戸 俊文	山形県立米沢商業高等学校教諭
委 員	高橋 弦子	社会福祉法人米沢市社会福祉協議会
委 員	山田 敬之	公益社団法人米沢青年会議所
委 員	渡部 俊一	山形おきたま農業協同組合米沢支店米沢経済支店長

(敬称略、五十音順)



第4期米沢市観光振興計画

令和3年度～令和7年度

発行：令和3年11月 米沢市 産業部 観光課

〒992-8501

山形県米沢市金池五丁目2番25号

Tel 0238.22.5111 Fax 0238.24.4541

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

UD
FONT

