

「第2次おもてなし山形県観光計画～beyond2020～」に基づく主な取組状況の整理 <施策の柱1：魅力的な観光地域づくり>

資料2

項目名	主な取組み	主な成果			
		R 2	R 3	R 4	R 5
①郷土愛やおもてなしの心の醸成と観光客との交流促進	未就学児（保育所、幼稚園等）を対象に、自然や文化など本県の魅力に触れる体験型バスツアーを実施			・開催ツアー数：109ツアー ・総参加者数：2,905名	・開催ツアー数：20ツアー ・総参加者数：521名
	子どもたちの伝統芸能や文化芸術活動の発表の場の創出	・「やまがた伝統文化フェスタ」の開催	・「こども郷土芸能まつり」「やまがた伝統文化フェスタ」の開催	・「こども郷土芸能まつり」「やまがた伝統文化フェスタ」の開催	・「こども郷土芸能まつり」「やまがた伝統文化フェスタ」の開催
	県職員向けの「おもてなし体験実習」の実施	・受講者数：25名		・受講者数：22名	・受講者数：23名
	東北DCとともに盛り上げる「TOHOKUサポーター」の展開	・Welcome to TOHOKU隊(東北6県在住者)登録件数：2,909件 ・TOHOKU Fan(東北6県以外の在住者)登録件数：2,255件 ※R3年度東北DC実績	・Welcome to TOHOKU隊(東北6県在住者)登録件数：2,909件 ・TOHOKU Fan(東北6県以外の在住者)登録件数：2,255件 ※R3年度東北DC実績		
	JR東日本の南東北重点販売地域指定（R4.4月～6月）を契機とした、各種取組みの推進			・キャンペーン特設サイトでの情報発信 閲覧数：17,935回（期間：R4.4.15～7.29） ・宮城・山形・福島デジタル周遊スタンプラリーの実施 開催期間：R4.4.14～6.30 参加者数：1,010名	
	JR東日本と連携して実施する「令和6年度春の観光キャンペーン」（R6.4月～6月）に係る各種取組みの推進				・ガイドブック制作 発行部数：100,000部 ・ポスター制作（5種1セット） 発行部数：3,000セット ・機運醸成ツール制作 缶バッジ：5,500個 のぼり旗：2,500個 ・キャンペーン特設サイト等での“旅マエ”のタイムリーな情報発信(公開期間：R6.2.2～6.30)
	新型コロナウイルス感染症に対応した接客スキルの向上のため、オンライン研修動画の配信を実施	・視聴数総計：601回（10回総計）			
	「山形おもてなしドライバー検定」の実施	・新規認定者数：7名 ・フォローアップ研修受講者：14名	・新規認定者数：18名 ・フォローアップ研修受講者：12名	・新規認定者数：12名 ・フォローアップ研修受講者：17名	・新規認定者数：8名 ・フォローアップ研修受講者：22名
観光人材育成機関「山形観光アカデミー」への支援	・観光ビジネス基礎講座：6回実施（山形・庄内）	・観光ビジネス基礎講座：6回実施（山形・庄内）	・観光ビジネス基礎講座：6回実施（山形・庄内）	・観光ビジネス基礎講座：6回実施（山形・庄内）	
県内外から本県の魅力を認識してもらい、ポストコロナの観光誘客に繋げるため、オンラインによる「山形ふるさと観光検定」を実施		・受検者数：10,099人	・受検者数：32,293人	・受検者数24,637人	
②国内外から本県への移手段の確保・二次交通の充実	国際チャーター便の復活を目指し、台湾市場において、本県観光情報及び感染防止策等を発信			・台湾旅行業界誌掲載：4回 ・台湾現地イベント出展：イベント来場者78,371人 ・SNS等web広告：インプレッション3,567,547	



項目名	主な取組み	主な成果			
		R 2	R 3	R 4	R 5
②国内外から本県への移手段の確保・二次交通の充実	山形空港と蔵王温泉、銀山温泉等と結ぶ観光ライナー及びバス運行事業者に対する助成を実施	・利用者：蔵王ライナー：1,045人、銀山ライナー：332人、銀山バス：1,545人	・利用者：蔵王ライナー2,298人、銀山ライナー569人、銀山バス3,057人	・利用者：蔵王ライナー3,836人、銀山ライナー756人、銀山バス：7,120人、庄内空港カーシェア：157台	・利用者：蔵王ライナー：4,191人、銀山ライナー：696人、銀山バス：8,488人
	庄内エリア内周遊のため、「レンタカー」「タクシー」の旅行商品造成及び情報発信を実施	・造成した商品の販売実績：20名 ・庄内空港レンタカーカウンターでの外国人貸し出し台数：30台（増加数） ・窓口対応及びネット決済によるコンテンツ等取次：189人（うち観光タクシープラン商品利用27人）			
	JR東日本と東北各地の自治体や事業者等が連携し、観光型MaaS「東北MaaS」を展開	・東北MaaS登録会員数：約5,800名 ※R3年度東北DC実績	・東北MaaS登録会員数：約5,800名 ※R3年度東北DC実績	・非接触・キャッシュレスで東北の旅を便利にする旅のマーケットプレイス「TOHOKU MaaS」の提供 サービス提供エリア：宮城県、山形県、福島県を含む東北6県 ・提供内容(南東北エリア：交通チケット（JR線含むフリーパス・高速バスなど）の購入、観光チケット（観光施設入場券など）の購入等	・非接触・キャッシュレスで東北の旅を便利にする旅のマーケットプレイス「TOHOKU MaaS」の提供 サービス提供エリア：宮城県、山形県、福島県を含む東北6県 ・提供内容(南東北エリア：交通チケット（JR線含むフリーパス・高速バスなど）の購入、観光チケット（観光施設入場券など）の購入等
③観光地や観光・宿泊施設等での安全・安心・快適な環境の整備	「やまがたバリアフリーMAP」による、県内施設のバリアフリー情報の集約・提供	・バリアフリーMAP掲載施設数：542	・バリアフリーMAP掲載施設数：527	・バリアフリーMAP掲載施設数：553	・バリアフリーMAP掲載施設数：557
	宿泊施設を対象に、ポストコロナを見据えた取組みや新型コロナウイルス感染症の感染防止対策に必要な経費を支援		・助成施設：267件		
	観光立寄施設を対象に、ポストコロナに向けた誘客促進に係る取組みを支援		・助成件数：127件		
	ポストコロナに向け、県内観光施設が誘客促進となり得る取組み等を行うための必要な経費を支援			・助成施設数：434件	
	置賜観光ポータルサイトによる情報発信	・ツイッター公式アカウントの立ち上げ（6月25日） ・令和3年3月現在フォロワー数 約1.5万人	・学生を中心とした地域の若者が制作する個人旅行者向け動画広告：4回 ・「行ってみて！『おきたま』ミニ動画コンテスト」で収集した動画のYouTubeへの掲載による情報発信	・桜開花状況、イベント等を情報発信：計約20回	・公式SNSでの情報発信 X フォロワー：3.3万人 LINEお友達：4,672人
	看板や自社サイトの多言語化、WiFi環境整備、キャッシュレス決済の導入等に対する助成事業の実施	・支援対象事業者：35事業者			
	①親子で学ぶ防災出前教室（各種イベントでの地震体験車、防災ブースの出演） ②ミニ出前講座普及事業（総合支庁が実施する消費生活出前講座等での啓発チラシの配布） ③自主防災組織リーダー研修会	①やまがたオンライン環境展（防災コンテンツを提供（119アクセス））、新庄もがみ守りリンピック（約60名） ②啓発チラシの配布（28回、約350名） ③参加者92名（村山会場63名、庄内会場29名）	①やまがたオンライン環境展（防災コンテンツ提供（1,803アクセス）） ②啓発チラシの配布（49回、約2,800名） ③233名参加（村山会場191名（ハイブリッド開催）、庄内会場42名）	①やまがた環境展（約50名）、NHK山形防災の広場（約340名） ②啓発チラシの配布（80回、約4,700名） ③95名参加（村山会場63名、庄内会場32名）	①イオンモール天童防災フェスティバル（4月約350名、令和6年3月約100名）、やまがた環境展（約100名） ②啓発チラシの配布（150名回、約5,200名） ③86名参加（村山会場59名、庄内会場27名）
飲食店等が実施する新型コロナウイルス感染防止対策について、県が認証する制度を創設・運用			・令和4年度末認証施設数：4,136件	・制度終了時点（R5.5.7）認証施設数：4,136件	

項目名	主な取組み	主な成果			
		R 2	R 3	R 4	R 5
③観光地や観光・宿泊施設等での安全・安心・快適な環境の整備	やまがた観光情報センターにおける県内全域の観光情報の発信	・来館者数：70,036人（R2年度年間）	・来館者数：56,634人（R3年度年間）	・来館者数 82,012人（R4年度年間）	・来館者数 117,948人（R5年度年間）
	山形駅西口周辺における賑わい創出を図るためのやまがた観光情報センターの機能強化				・県産酒30銘柄、県産ワイン12銘柄の試飲・紹介機能の新設 ・工芸その他の県産品の展示・販売機能の新設 ・賑わい創出のためのイベント実施スペースの確保 等
④観光資源の発掘・磨き上げ、各種ツーリズムの推進	DC期間の誘客対策・受入態勢整備・二次交通整備に向けた支援の実施		・特別企画の設定：35件(DC期間中)		
	・「山形日和。」花回廊キャンペーン（R2.4～7）の展開 ・南東北3県春期観光キャンペーン（R4.4～6）の展開 ・「山形日和。」春の観光キャンペーン（R5.4～R5.7） ・「山形日和。」冬の観光キャンペーン（R2.12～R3.31、R3.12～R4.3、R4.12～R5.3、R5.12～R6.3）の展開 ・地域別キャンペーン支援事業を実施	・花回廊キャンペーンガイドブック 発行部数：80,000部	・「山形日和。」冬の観光キャンペーン やまがたおでかけクーポン事業(R3.12.24～R4.3.31) 配布数：800枚（1枚500円分） 参加社数：タクシー会社17社、観光立寄施設66施設	・南東北3県春期観光キャンペーン 朝パフェやまがたキャンペーン(R4.4.1～9.30) Instagram投稿数：219 ・「山形日和。」冬の観光キャンペーン デジタルスタンプラリー(R4.12.16～R5.2.28) 参加者数（累計）：751名 JAF会員向けアンケート(R5.1.6～3.6) 回答者数：11,994名 ・地域別キャンペーン支援事業：事業採択 19件	・春の観光キャンペーン 朝パフェやまがたキャンペーン（R5.4.1～10.31） ①デジタルスタンプラリー(4～7月) 参加人数：1,688名 ②アンケートキャンペーン(8～10月) 回答件数：444件 ・冬の観光キャンペーン Instagram投稿キャンペーン（R5.12.1～R6.2.29）投稿件数：1,907件（R6.2.29現在） ・地域別キャンペーン：事業採択 21件
	・精神文化のブランド化とデジタル及びリアル媒体を組み合わせた多角的な情報発信によるプロモーションの展開		・動画の視聴回数：1,714,677回（R3.12.22～R4.3.31） ・特集ページ作成数：4ページ ・地図アプリ（Googleマップ）登録件数：117箇所	・動画制作本数：4本、広告配信期間中の視聴回数：1,214,681回 ・特集ページ作成数：1ページ ・オンラインセミナー参加人数（申込総数）：42名 ・招請事業参加人数：7名 ・ツアー催行数：7本 ・プロモーションツアー参加メディア数：2社	・電子雑誌PV数：107,392PV ・新幹線車内サービス誌閲覧可能者数：900万人 ・LINE広告クリック数：28,169回 ・Instagram広告クリック数：4,002回 ・ジオターゲティング広告クリック数：16,928回 ・インターネット調査人数：2,687人
	・精神文化や食などのコンテンツを活用したプロモーションの実施	・OTA3社、旅行会社1社HPで情報発信 ・メディア1社、インフルエンサー2名を招請。掲載記事：7本 ・米国でのオンライン商談会でセールスイベントを2回開催、南米・豪州向けにウェビナーイベント各1回開催			
	・日本遺産の認定を契機として、地域活性化等に向けた取組みを推進	・英語ガイドテスト販売：3回 ・紹介動画の作成・公開：6件 ・ポータルサイトPV数（累計）：431,658件	・英語ガイドによるモニターツアーの実施：1回 ・体験動画の作成・公開：8件 ・ポータルサイトPV数（累計）：654,963件	・モニターツアーの販売数：1件 ・伝統文化体験動画の作成・公開：8件 ・ポータルサイトPV数（累計）：772,392件	・着地型旅行商品の販売数：2件 ・伝統文化体験動画の作成・公開：5件
	・国宝「羽黒山五重塔」ライトアップを実施		・実施期間：36日間 ・拝観者数：4,410人	・実施期間：35日間 （内3日間：プロジェクションマッピング開催） ・拝観者数：5,342人	羽黒山五重塔の大規模修繕に伴い、ライトアップに代わる事業として以下事業を実施 ・参道山伏（25日間）参加者：約3,600人 ・五重塔プロジェクションマッピング（6日間）参加者：約2,600人
	・「日本一美酒県 山形」フェアの開催等		・「日本一美酒県 山形」フェアイベント（オンライン）の開催（R3.11.6） 事前販売額：1,020万円 動画再生回数：約3,200回（R6.3時点）	・来場者数：4,112名 ・地域経済への波及効果分析：約1.2億円	・第2回「日本一美酒県 山形」フェア 来場者数：7,062名、地域経済への波及効果分析約2億円 ・県産品魅力発信イベント 来場者数：約1,700名、売上：約80万円 ・県産酒講座：参加者数5名

項目名	主な取組み	主な成果			
		R 2	R 3	R 4	R 5
④観光資源の発掘・磨き上げ、各種ツーリズムの推進	・酒蔵ツーリズム等の旅行商品造成、プロモーションを実施	・ Key Opinion Leader2名へのFAMツアーを実施 ・ KOLによる情報発信25回 ・ 酒蔵ツーリズム等の滞在型商品造成：4本 ・ ウェブマガジン記事掲載：3件			
	・四季折々の山の楽しみ方を募集し、「山楽」として選定するとともに、情報発信のためのデジタルパンフレット等を作成				・一般の方や市町村、観光協会等から計92件の応募があり、それらから選定した内容をもとにデジタルパンフレットを作成。（R6.4月に公開）
	・「やまがた百名山探訪マップ」を作成	・マップ作成部数：13,200部	・マップ作成部数：14,070部	・マップ作成部数：3,906部	・マップ作成部数：18,500部
	・第6回「山の日」全国大会の開催			・参加者数：4,041名	
	・県産品のブランドコンセプトを活かした情報発信や実売拡大に向けたしくみづくりの実施	・ポータルサイト掲載生産者数：56者	・ポータルサイト掲載生産者数：60者	・ポータルサイト掲載生産者数：65者	・サイト掲載生産者：71者
	・サイクリングモデルルートの自転車通行空間整備	・「山形県自転車ネットワーク計画」の策定	・サイクリングモデルルートの自転車通行空間整備（整備延長L =0.87km）	・サイクリングモデルルートの自転車通行空間整備（整備延長L =0.919km）	・サイクリングモデルルートの自転車通行空間整備（整備延長L =0.560km）
	・サイクリングモデルルートの舗装修繕・路面表示の実施	・山形県自転車ネットワーク計画に基づき、案内看板設置及び路面標示箇所の検討を行った。	・山形県自転車ネットワーク計画に基づき、案内看板設置及び路面標示を実施した ・自転車が行くうえで危険な箇所を調査し、必要な舗装修繕等を実施した  間沢寒河江山形自転車道線（村本）：L=16.5km JR米沢駅～道の駅たかはた（置本）：L=18.6km 庄内空港～羽黒山神社社務所（庄内）：L=33.1km 計：L=68.2km	・山形県自転車ネットワーク計画に基づき、案内看板設置及び路面標示を実施した  山寺～天童～村山橋（村本）：L=14.5km R13～米沢県南公園自転車道線（置本）：L=18.2km J R新庄駅周辺（最上）：L=6.7km 【西廻】庄内空港～J R酒田駅（庄内）：13.6km 計：L=53.0km	・山形県自転車ネットワーク計画に基づき、案内看板設置及び路面標示を実施した  やまがたヒルクライム（村本）：L=46.9km 【東廻】羽黒山～J R酒田駅（庄内）：L =51.8km 計：L=98.7km
	・舞妓文化を活用した観光誘客を図るための支援を実施	・やまがた舞子・酒田舞娘によるプロモーション事業に対して支援を実施	・やまがた舞子・酒田舞娘によるプロモーション事業に対して支援を実施	・やまがた舞子・酒田舞娘によるプロモーション事業に対して支援を実施	・やまがた舞子・酒田舞娘によるプロモーション事業に対して支援を実施
	・日本遺産と山形交響楽団とのコラボレーションによる観光PRを実施	・「山形交響楽団×出羽三山 金管五重奏in羽黒山五重塔」約4,090回再生（R6.6.10時点） ・「山形交響楽団×出羽三山 弦楽四重奏in羽黒山三神合祭殿【御奉納演奏】」約2,600回再生（R6.6.10時点）	・「山形交響楽団×日本遺産『山寺と紅花』」約26万回再生（R6.6.10時点）		
	・やまがた冬割キャンペーン、やまがた春旅・夏旅・秋旅キャンペーン等の県民割事業、全国旅行支援～やまがた旅割キャンペーン～の実施		・のべ人泊・旅行数 425,450人泊分（R3.4.16～R4.3.31）	・県民割（R4.4.1～R4.10.10）のべ人泊・旅行数：574,169人泊 ・全国旅行支援（R4.10.11～R5.6.30）のべ人泊・旅行数：1,158,003人泊	・全国旅行支援（R4.10.11～R5.6.30）のべ人泊・旅行数：1,158,003人泊
・県内交通事業者の貸切バス等を利用した本県の多様な観光資源を楽しめる旅行商品の造成を支援				・送客者数：約15,000人（申請ベース、実績は集計中）	

項目名	主な取組み	主な成果			
		R 2	R 3	R 4	R 5
④観光資源の発掘・磨き上げ、各種ツアーの推進	・コロナ後の個人旅行や小グループ旅行の増加への確に対応するため、近隣県及び交通事業者と連携し、「新しい山形の過ごし方」の提案による誘客を実施		<ul style="list-style-type: none"> <li>・メディア・旅行会社招請： 【台湾・香港・中国】5メディアでそれぞれWeb記事・SNS投稿を実施、計122,510PV、1,648,820リーチ</li> <li>【英・米・仏・独】招請旅行会社によるツアー造成数16本、送客数52人（※コロナ禍のため見込数）</li> <li>・広告の実施： 【台湾・香港・中国】広告3本掲載、計3,094,411リーチ</li> <li>【英・米・仏・独】YouTube広告掲載計28回、広告表示回数279,847回、クリック数262回</li> <li>・フランス旅行博 参加者：バイヤー約1,300名、メディア約70社</li> </ul>		
	・農家民宿、農家レストラン、体験施設等の調査とウェブサイトでの情報発信などグリーン・ツーリズムを推進	・農家民宿1か所、農家レストラン8か所、農山漁村体験施設2か所、体験イベント11団体の調査と情報発信	・農家民宿3か所、農山漁村体験施設2か所の調査と情報発信	・農家民宿5か所、農家レストラン1か所、農山漁村体験施設1か所の調査と情報発信	・農家民宿1か所、農山漁村体験施設1か所の調査と情報発信

「第2次おもてなし山形県観光計画～beyond2020～」に基づく主な取組状況の整理 < 施策の柱2：効果的な情報発信（情報でのおもてなし） >

項目名	主な取組み	主な成果			
		R 2	R 3	R 4	R 5
①デジタルマーケティングの推進 ～増加する個人旅行者に向けて～	令和5年度春夏の観光キャンペーンにおける特設HPへの観光予約サイトのリンク掲載やWEBやSNS等を活用したデジタルプロモーションの展開				・特設サイトでの情報発信 公開期間：R5.3.22～8.31 ・デジタル広告配信（ディスプレイ広告、SNS広告、ジオターゲティング広告等） クリック数：63,522回(期間：R5.3.31～7.17)
	やまがた観光情報センターにおける、観光者等に対する県内全域の観光情報発信	・来館者数 70,036人（R2年度年間）	・来館者数 56,634人（R3年度年間）	・来館者数 82,012人（R4年度年間）	・来館者数 117,948人（R5年度年間）
	県観光情報ポータルサイトやSNSのアクセスデータ、観光統計データの分析による消費者嗜好を踏まえたデジタルプロモーションを実施 ・県観光情報ポータルサイト「やまがたへの旅」の全面刷新を実施 ・消費者嗜好を踏まえた特集記事を24本制作 ・タイ語Facebookによる情報発信を実施 ・着地型旅行商品販売サイト「VISIT MY山形」と連携するためのポータルサイトの改修を行った。 ・県や市町村、観光協会等の職員が、アクセスデータ等を活用した観光施策の展開が行えることを目指し、研修会・セミナーを実施	・令和2年度アクセス数：1,620,993	・令和3年度アクセス数：2,154,543	・令和4年度アクセス数：3,646,164	・令和5年度アクセス数：4,091,215
	広域的な情報分析できる東北観光DMPの利用環境を整備するとともに、職員向け操作研修等により東北観光DMPの理解醸成を図り、観光客の動向把握等を実施				・観光施策立案に必要な国内外の観光客の動向把握及びデータの活用
②各種媒体や人的ネットワークを活用した情報発信の充実	中国ハルビン事務所の運営（SNS（wechat）とHPに山形県の観光、県産品等の情報を掲載）	・事務所公式SNS（wechat）のフォロワー800人 ・県ハルビン事務所公式HP内に山形県農産物118種及び工芸品70種の中国語版サイト立ち上げ ・SNSへ年間24件のニュース発信。	・事務所公式SNS（wechat）のフォロワー1,000人 ・事務所公式HPから、県及び関連団体13の公式HPへリンクし、より専門的な情報へアクセス可能にした。 ・同SNS（wechat）へ年間49件のニュース発信。	・事務所公式SNS（wechat）のフォロワー1,200人 ・事務所公式HPとSNS（wechat）を連動した情報発信。 ・同SNS（wechat）へ年間82件のニュース発信。	・事務所公式SNS（wechat）のフォロワー1,391人 ・同SNS（wechat）へ年間14件のニュース発信。
	・「やまがたへの旅」自動翻訳及びR3.2開設の多言語ホームページ「STAY YAMAGATA」や観光プロモーション動画「STAY YAMAGATA」による情報発信 ・Facebook（繁体字）等での観光情報の発信	・「やまがたへの旅」自動翻訳及びR3.2開設の多言語ホームページ「STAY YAMAGATA」のページビュー数432,686 ・観光プロモーション動画「STAY YAMAGATA」再生回数約114万回	・多言語ホームページ「STAY YAMAGATA」ページビュー数38,121 ・観光プロモーション動画「STAY YAMAGATA」再生回数約115万回、「my yamagata」再生回数約23万回 ・Facebookリーチ数：繁体字948,066	・多言語ホームページ「STAY YAMAGATA」セッション数10,415回/月 ・観光プロモーション動画「my yamagata」再生回数36万回 ・Facebookリーチ数：繁体字897,712、タイ語596,869	・多言語ホームページ「STAY YAMAGATA」セッション数10,014回/月 ・観光プロモーション動画「my yamagata」再生回数約46万回 ・Facebookリーチ数：繁体字642,638、タイ語341,442
	・台湾、中国、タイの各市場にてインフルエンサー招請等を実施 ・大手OTAサイトでのWeb広告配信等を実施 ・OTAサイトにて商品販売（8サイトに県内43施設、計28商品を掲載）	・インフルエンサー計8名招請、各SNSへの投稿数40回、リーチ数393万回 ・Web広告出稿数4回、クリック数計189,396回 ・OTAサイトでの商品販売による送客数：実送客4名、バーチャルツアー81名			

項目名	主な取組み	主な成果			
		R 2	R 3	R 4	R 5
②各種媒体や人的ネットワークを活用した情報発信の充実	・出羽三山での山伏体験などの精神文化ツーリズムに係るメディア及びインフルエンサーの招請	・OTA等を活用したプロモーション →OTAサイト3社、SITを扱う旅行会社1社に特設ページを設定 ・メディアインフルエンサーと連携したプロモーション →メディア1社、インフルエンサー2名を招請し、体験記事等7本をSNSや雑誌等で発信			
	・コロナ後の個人旅行や小グループ旅行の増加への確に対応するため、近隣県及び交通事業者と連携し、「新しい山形の過ごし方」の提案による誘客を実施		・メディア・旅行会社招請 【台湾・香港・中国】5メディアでそれぞれWeb記事・SNS投稿を実施、計122,510PV、1,648,820リーチ 【英・米・仏・独】招請旅行会社によるツアー造成数16本、送客数52人（※コロナ禍のため見込数） ・広告の実施 【台湾・香港・中国】広告3本掲載、計3,094,411リーチ 【英・米・仏・独】YouTube広告掲載計28回、広告表示回数279,847回、クリック数262回 ・フランス旅行博 参加者：バイヤー約1,300名、メディア約70社		
	県人会の担い手となる現地の若者と県内若者がオンライン交流を行い、意見交換や本県の魅力を発信		・オンライン意見交換会2回（ブラジル、ペルー各1回） ・オンライン国際交流イベント4回（ブラジル、ペルー各2回開催）	・ブラジル、ペルーの両県人会から各1名ずつ招聘	・ブラジル県人会の若者2名が来県し、県農業総合研究センターや県内の酒蔵を見学。また、県内の若者と意見交換を実施
	本県にゆかりある方を「やまがた特命観光・つや姫大使」として委嘱	・委嘱状況：787名（令和3年2月16日現在）	・委嘱状況：782名（令和4年2月25日現在）	・委嘱状況：767名（令和5年2月28日現在）	・委嘱状況：818名（令和6年3月31日現在）
	山形応援寄付金（ふるさと納税）を通じた県産品の知名度向上と販路拡大（ポータルサイト等を通じた寄付金受入と自治体及び返礼品の情報発信の実施）	・寄付受入件数：64,080件 ・寄付受入金額：1,331,007,896円	・寄付受入件数：130,251件 ・寄付受入金額：2,465,703,346円	・寄付受入件数：129,471件 ・寄付受入金額：2,313,627,783円	・寄付受入件数（予算ベース）：171,000件 ・寄付受入金額（予算ベース）：29億円
	アンテナショップ「おいしい山形プラザ」の運営	・来店者数：403千人 ・売上額：2億7,800万円	・来店者数：507千人 ・売上額：3億4,100万円	・来店者数：540千人 ・売上額：3億9,600万円	・来店者数：591千人 ・売上額：4億5,300万円
	おいしい山形プラザのECサイト及びポータルサイトの開設・運営				・「おいしい山形プラザWEB」及び「山形まるっとWEB」をR5.3に開設
	山形県総合文化芸術館内「魅力発信モール」における県産品の情報発信・販売			・0035 BY KIYOKAWAYAでは、県産品の魅力を発信できる売場づくり、0035gatherでは、民芸芸を中心に、様々なイベントと連携した営業を行った。「アルケッチャーノ コンチェルト」では、コロナ禍で厳しい飲食店環境下ではあったが、テイクアウトを拡充し、価値ある料理提供を実施した。	・0035 BY KIYOKAWAYAにおいて全35市町村の商品を取り扱うに至った。0035gatherでは、県産酒の有料試飲を開始し、手工芸品だけでなく県産酒の魅力を発信した。アルケッチャーノ コンチェルトでは、県産食材の品質やこだわりを深掘りした料理の提供を行い、県産食材の魅力を発信した。魅力発信モール全体として様々なイベントと連携し、山形県の魅力を県内外に効果的に発信した。

項目名	主な取組み	主な成果			
		R 2	R 3	R 4	R 5
②各種媒体や人的ネットワークを活用した情報発信の充実	民間PR会社を活用した県外・海外への情報発信	・国内発信件数（全体）：5件 ・海外発信件数（全体）：1件	・国内発信件数（全体）：5件 ・海外発信件数（全体）：1件	・国内発信件数（全体）：5件 ・海外発信件数（全体）：1件	・国内発信件数（全体）：5件 ・海外発信件数（全体）：2件
	海外における山形県の認知度向上及び観光誘客の拡大を図るため、対象市場（台湾・香港・中国・韓国・タイ・欧米豪）の特性や嗜好を踏まえた観光写真素材を季節ごと（夏、秋、冬）に収集	・県観光ホームページへの掲載や旅行会社等への提供に活用した。撮影スポット：銀山温泉、山寺、最上川舟下り、水没林等 計 30 箇所	・作成した多言語パンフレットを各種プロモーションにおいて配布	・作成した多言語パンフレットを各種プロモーションにおいて配布	・各種プロモーション事業における配布のほか、関係機関窓口等に配架した
	首都圏からの観光誘客を図るための観光情報番組の制作及び放映	・年間46回放映		・県観光情報番組「ワクワク！やまが旅」の制作、放映、YouTube動画の配信（年間46回放映、YouTubeは3局各46回配信）	・年間46回放映、YouTubeは3局各46回配信
	・ラグジュアリー志向の女性をターゲットに、東京と山形の呼応する観光スポットを雑誌で紹介 ・若年女性を対象に、国内向けウェブサイトと海外向けウェブサイト両都県のお薦め観光ルートを紹介 ・都県連携ウェブサイトで都県の魅力を3つのテーマに分けて発信				・雑誌発行部数：7万部 ・総PV数：63,182PV（R5.11.10～R6.3.31） ・総PV数：182,000PV（R5.6.5～R6.3.31）
	・東北DC期間中における山形県版ガイドブックの設置 ・東北DCのロゴやキャッチフレーズの入った各駅への装飾によるおもてなし機運の醸成		・東北・新潟県内のJR主要駅等へ山形県版ガイドブックを設置(R3.3～9) ・東北DCの装飾：東北6県の各主要駅 110か所		
	JR東日本の南東北重点販売地域指定（R4.4月～6月）を契機とした誘客促進事業			・全国のJR主要駅(JR6社重点宣伝)：R4.4 ・JR東日本管内各駅：R4.2～6	
	・JRグループ月別重点宣伝地域として、全国の主要駅に令和6年度山形県春の観光キャンペーンの5連ポスターを掲出				・JRグループ月別重点宣伝地域ポスター掲出期間：R6.5.1～5.31
精神文化のブランド化と動画や魅力的なコンテンツでの発信等デジタルプロモーションの展開		・制作した動画の視聴回数：1,714,677回（R3.12.22～R4.3.31） ・特集ページ作成数：4ページ ・地図アプリ（Googleマップ）登録件数：117箇所	・動画制作本数：4本、広告配信期間中の視聴回数：1,214,681回 ・特集ページ作成数：1ページ ・オンラインセミナー参加人数（申込総数）：42名、招請事業参加人数：7名、ツアー催行数：7本、プロモーションツアー参加メディア数：2社	・電子雑誌PV数：107,392PV、新幹線車内サービス誌閲覧可能者数：900万人、LINE広告クリック数：28,169回、インスタグラム広告クリック数：4,002回、ジオターゲティング広告クリック数：16,928回 ・インターネット調査人数：2,687人	

「第2次おもてなし山形県観光計画～beyond2020～」に基づく主な取組状況の整理 <施策の柱3：観光交流人口の拡大>

項目名	主な取組み	主な成果				
		R 2	R 3	R 4	R 5	
①国内誘客の推進	東北DCを契機とした誘客促進		<ul style="list-style-type: none"> <li>東北DCウェブサイト</li> <li>PV数：約308万PV(サイト公開～R3.9.30)</li> <li>東北DCデジタルスタンプラリー(R3年度)</li> <li>参加者数：5,514名</li> <li>スタンプ数：128,348個</li> <li>東北・新潟県内のJR主要駅等へ山形県版ガイドブックを設置(R3.3～9)</li> </ul>			
	JR東日本の南東北重点販売地域指定(R4.4月～6月)を契機とした誘客促進事業			<ul style="list-style-type: none"> <li>ガイドブック制作</li> <li>発地型：JR東日本管内各駅 約12,000部(JR制作)</li> <li>着地型：南東北域内観光施設等中心 80,000部(山形県制作)</li> <li>ポスター制作(3県1セット)</li> <li>発行部数：約2,500部</li> <li>機運醸成ツール制作</li> <li>缶バッジ・缶バッジ用シール：約5,500部</li> <li>のぼり旗：約2,000部</li> </ul>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>JR東日本と山形県の連携による事業展開</li> <li>各種媒体を活用したプロモーション</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>ガイドブック制作</li> <li>発行部数：100,000部</li> <li>ポスター制作(5種1セット)</li> <li>発行部数：3,000セット</li> <li>機運醸成ツール制作</li> <li>缶バッジ：5,500個</li> <li>のぼり旗：2,500個</li> <li>キャンペーン特設サイト等での“旅マエ”のタイムリーな情報発信(公開期間：R6.2.2～6.30)</li> </ul>	
	広域的な情報分析ができる東北観光DMPの利用環境を整備するとともに、職員向け操作研修等により東北観光DMPの理解醸成を図り、観光客の動向把握等を実施					<ul style="list-style-type: none"> <li>観光施策立案に必要な国内外の観光客の動向把握及びデータの活用</li> </ul>
	やまがた観光情報センターにおける、観光者等に対する県内全域の観光情報発信	<ul style="list-style-type: none"> <li>来館者数 70,036人(R2年度年間)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>来館者数 56,634人(R3年度年間)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>来館者数 82,012人(R4年度年間)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>来館者数 117,948人(R5年度年間)</li> </ul>	
	首都圏からの観光誘客を図るための観光情報番組の制作及び放映	<ul style="list-style-type: none"> <li>年間46回放映</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>県観光情報番組「ワクワク!やまが旅」の制作、放映、YouTube動画の配信(年間46回放映、YouTubeは3局各46回配信)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>年間46回放映、YouTubeは3局各46回配信</li> </ul>	
	山形交響楽団の東京特別演奏会での集客力を活用し、山形の文化と物産のすばらしさを全国にアピールし、観光客等の交流人口増加を促進	<ul style="list-style-type: none"> <li>さくらんぼコンサート東京公演の実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>さくらんぼコンサート東京公演の実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>さくらんぼコンサート東京公演の実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>さくらんぼコンサート東京公演の実施</li> </ul>	
	本県にゆかりある方を「やまがた特命観光・つや姫大使」として委嘱	<ul style="list-style-type: none"> <li>委嘱状況：787名(令和3年2月16日現在)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>委嘱状況：782名(令和4年2月25日現在)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>委嘱状況：767名(令和5年2月28日現在)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>委嘱状況：818名(令和6年3月31日現在)</li> </ul>	

項目名	主な取組み	主な成果			
		R 2	R 3	R 4	R 5
①国内誘客の推進	山形応援寄付金（ふるさと納税）を通じた県産品の知名度向上と販路拡大（ポータルサイト等を通じた寄附金受入と自治体及び返礼品の情報発信の実施）	・寄附受入件数：64,080件 ・寄附受入金額：1,331,007,896円	・寄附受入件数：130,251件 ・寄附受入金額：2,465,703,346円	・寄附受入件数：129,471件 ・寄附受入金額：2,313,627,783円	・寄附受入件数（予算ベース）：171,000件 ・寄附受入金額（予算ベース）：29億円
	アンテナショップ「おいしい山形プラザ」の運営	・来店者数：403千人 ・売上額：2億7,800万円	・来店者数：507千人 ・売上額：3億4,100万円	・来店者数：540千人 ・売上額：3億9,600万円	・来店者数：591千人 ・売上額：4億5,300万円
	おいしい山形プラザのECサイト及びポータルサイトの開設・運営				・「おいしい山形プラザWEB」及び「山形まるっとWEB」をR5.3に開設
	山形県総合文化芸術館内「魅力発信モール」における県産品の情報発信・販売		・0035 BY KIYOKAWAYAでは、県産品の魅力を発信できる売場づくり、0035gatherでは、民芸芸を中心に、様々なイベントと連携した営業を行った。「アルケッチャーノ コンチェルト」では、コロナ禍で厳しい飲食店環境下ではあったが、テイクアウトを拡充し、価値ある料理提供を実施した。	・0035 BY KIYOKAWAYAでは、県産品の魅力を発信できる売場づくり、0035gatherでは、民芸芸を中心に、様々なイベントと連携した営業を行った。「アルケッチャーノ コンチェルト」では、コロナ禍で厳しい飲食店環境下ではあったが、テイクアウトを拡充し、価値ある料理提供を実施した。	・0035 BY KIYOKAWAYAにおいて全35市町村の商品を取り扱うに至った。0035gatherでは、県産酒の有料試飲を開始し、手工芸品だけでなく県産酒の魅力を発信した。アルケッチャーノ コンチェルトでは、県産食材の品質やこだわりを深掘りした料理の提供を行い、県産食材の魅力を発信した。魅力発信モール全体として様々なイベントと連携し、山形県の魅力を県内外に効果的に発信した。
	東北各県及び文化団体と連携し東北圏域の特色ある文化資源の情報を総合的に発信する「東北文化の日」を推進することにより、交流人口の拡大を促進	・東北文化の日関連事業の実施	・東北文化の日関連事業の実施	・東北文化の日関連事業の実施	・東北文化の日関連事業の実施
	山形県総合文化芸術館を拠点とし、幼いころから質の高い文化芸術や本県の伝統芸能に親しむ環境を充実させることにより、文化による郷土への愛着や誇りを醸成し、県民の文化力の向上を図るための事業を、共同で主催する			・県共催事業24公演の開催	・県共催事業36公演の開催
	冬季の観光誘客の促進に向けた県内の冬の観光資源を活用したイベント（やまがた音と光のファンタジア）の開催支援		・R3.11.26～R4.2.14 来場者数 61,205人	・R4.11.26～R5.2.12 来場者数 101,510人	・R5.11.26～R6.2.12 来場者数 120,290人
	「日本遺産」と「音楽」というジャンルの異なる山形の上質な文化資源を掛け合わせ、日本遺産認定地域の出羽三山で山形交響楽団によるアンサンブル演奏を行い、動画配信を行った	・「山形交響楽団×出羽三山 金管五重奏in羽黒山五重塔」約4,090回再生（R6.6.10時点） ・「山形交響楽団×出羽三山 弦楽四重奏in羽黒山三神合祭殿【御奉納演奏】」約2,600回再生（R6.6.10時点）	・「山形交響楽団×日本遺産『山寺と紅花』」約26万回再生（R6.6.10時点）		
	・やまがた冬割キャンペーン、やまがた春旅・夏旅・秋旅キャンペーン等の県民割事業、全国旅行支援～やまがた旅割キャンペーン～の実施		・のべ人泊・旅行数 425,450人泊分（R3.4.16～R4.3.31）	・県民割（R4.4.1～R4.10.10）のべ人泊・旅行数：574,169人泊 ・全国旅行支援（R4.10.11～R5.6.30）のべ人泊・旅行数：1,158,003人泊	・全国旅行支援（R4.10.11～R5.6.30）のべ人泊・旅行数：1,158,003人泊

項目名	主な取組み	主な成果			
		R 2	R 3	R 4	R 5
①国内誘客の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>「山形日和。」花回廊キャンペーン (R2.4~7) の展開</li> <li>東北デスティネーションキャンペーン (D C) (R3.4~R3.9)</li> <li>南東北3県春期観光キャンペーン (R4.4~6) の展開</li> <li>「山形日和。」春の観光キャンペーン (R5.4~R5.7)</li> <li>「山形日和。」冬の観光キャンペーン (R2.12~R3.31、R3.12~R4.3、R4.12~R5.3、R5.12~R6.3) の展開</li> <li>地域別キャンペーン支援事業を実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>花回廊キャンペーンガイドブック 発行部数：80,000部</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「山形日和。」冬の観光キャンペーン：やまがたおでかけクーポン事業(R3.12.24~R4.3.31) 配布数：800枚 (1枚500円分)</li> <li>参加社数：タクシー会社17社、観光立寄施設66施設</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>南東北3県春期観光キャンペーン 朝パフェやまがたキャンペーン(R4.4.1~9.30) インスタグラム投稿数：219</li> <li>「山形日和。」冬の観光キャンペーン デジタルスタンプラリー(R4.12.16~R5.2.28) 参加者数(累計)：751名</li> <li>JAF会員向けアンケート(R5.1.6~3.6) 回答者数：11,994名</li> <li>地域別キャンペーン支援事業：事業採択 19件</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>春の観光キャンペーン 朝パフェやまがたキャンペーン (R5.4.1~10.31) ①デジタルスタンプラリー(4~7月) 参加人数：1,688名 ②アンケートキャンペーン(8~10月) 回答件数：444件</li> <li>冬の観光キャンペーン Instagram投稿キャンペーン (R5.12.1~R6.2.29) 投稿件数：1,907件 (R6.2.29現在)</li> <li>地域別キャンペーン：事業採択 21件</li> </ul>
	「やまがた紅王」デビューイベントの実施			<ul style="list-style-type: none"> <li>デビューイベント実施計画を策定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「やまがた紅王」デビュー記念イベントの開催 (来場者：約20,000人)</li> </ul>
	冬季間の観光客入込みの増加を図るため、置賜地域と上山市政が連携して実施する「やまがた冬のあった回廊キャンペーン」の取組みを支援			<ul style="list-style-type: none"> <li>冬の観光コンテンツ作り支援 3企画</li> <li>バスツアー旅行商品造成支援 10ツアー</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>冬の観光コンテンツ作り支援 3企画</li> <li>バスツアー旅行商品造成支援 16ツアー</li> </ul>
	宮城県仙台地方振興局と連携しての美食・美酒での相互誘客	<ul style="list-style-type: none"> <li>「酒と肴まっふ」の作成 (10,000部)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「スイーツと癒しマップ」の作成 (10,000部作成)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「仙山交流ドライブスタンプラリー」9月2日~11月30日 (参加者729名)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>①「仙山交流スイーツスタンプラリー」7月15日~10月12日 (参加者719名)</li> <li>②「高速道路を使ってGo!やまがた秋のドライブスタンプラリー」9月15日~11月30日 (パンフレット20,000部作成、情報誌等掲載4件、参加者3,327名)</li> </ul>
	新規教育旅行実施に伴う助成事業、北海道中学校・旅行会社セールスの実施、ガイドブックの作成。	<ul style="list-style-type: none"> <li>1,869人、2,768人泊に対し、6,593,600円の助成</li> <li>ガイドブック10,000冊作成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2,623人、4,219人泊に対し、8,372,000円の助成。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>3,699人、8,954人泊に対し、10,000,000円の助成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>3,313人、8,203人泊に対し、8,248,000円の助成</li> </ul>
	大規模なプロモーション事業、東北運輸局との連携、情報発信、マーケティング事業など、単県では効果の出にくい事業を東北一体となって実施	<ul style="list-style-type: none"> <li>台湾、香港、韓国、中国、ASEAN、欧米豪の市場において、東北観光推進機構と連携し、訪日プロモーションを展開</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>台湾、香港、韓国、中国、ASEAN、欧米豪の市場において、東北観光推進機構と連携し、訪日プロモーションを展開</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>台湾、香港、韓国、中国、ASEAN、欧米豪の市場において、東北観光推進機構と連携し、訪日プロモーションを展開</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>台湾、香港、韓国、中国、ASEAN、欧米豪の市場において、東北観光推進機構と連携し、訪日プロモーションを展開</li> </ul>
	コロナ後に増えると見込まれる個人旅行や小グループ旅行への確に対応するため。近隣県及び交通事業者と連携し、「新しい山形の過ごし方」の提案による誘客を実施		<ul style="list-style-type: none"> <li>メディア・旅行会社招請</li> <li>【台湾・香港・中国】5メディアでそれぞれWeb記事・SNS投稿を実施、計122,510PV、1,648,820リーチ</li> <li>【英・米・仏・独】招請旅行会社によるツアー造成数16本、送客数52人 (※コロナ禍のため見込数)</li> <li>広告の実施</li> <li>【台湾・香港・中国】広告3本掲載、計3,094,411リーチ</li> <li>【英・米・仏・独】YouTube広告掲載計28回、広告表示回数279,847回、クリック数262回</li> <li>フランス旅行博</li> <li>参加者：バイヤー約1,300名、メディア約70社</li> </ul>		

項目名	主な取組み	主な成果			
		R 2	R 3	R 4	R 5
①国内誘客の推進	文化芸術活動・地域活性化の拠点となる山形県総合文化芸術館の施設管理やオペラやバレエなどの舞台公演や著名アーティスト等の大規模公演などを開催		・年間約59万人の来館者数を達成	・年間726,583人の来館者を達成	・年間795,539人の来館者を達成
②インバウンド誘客の推進	(台湾) ・観光コーディネーター業務として旅行社等を対象とした調査などを実施 ・広告費支援として観光パンフレットの作成	・旅行会社10社以上から聞き取り・問い合わせ対応等を実施 ・簡易版パンフレット24,000部、総合版パンフレット5,000部印刷	・毎月の旅行会社訪問数：3社程度 ・広告による情報発信数：年2回	・毎月の旅行会社訪問数：3社程度 ・広告による情報発信数：年2回	・毎月の旅行会社訪問数：3社程度 ・広告による情報発信数：年2回 ・チャーター便誘致数：年間47往復94便
	・台湾現地と県内観光事業者とのオンライン商談会を開催 ・県内観光地の紹介動画を作成し、台湾現地4か所にて動画を使用したセミナーを開催 ・台湾、中国、タイの各市場にてインフルエンサー招請等を実施	・オンライン商談会：日本側15団体・事業者17名、台湾側74社113名参加 ・セミナー参加者124人 ・インフルエンサー計8名招請、各SNSへの投稿数40回、リーチ数393万回			
	・台湾・香港・中国からのメディア招請 ・Web記事・SNSでの情報発信 ・台湾・香港・中国での広告の実施		・メディア招請：4社を招請 ・情報発信：5メディアでそれぞれWeb記事・SNS投稿を実施し、計122,510PV、1,648,820リーチ ・広告：3本掲載、計3,094,411リーチ		
	・JR・新潟県と連携し、香港ブックフェア2023に出展。 ・JR・新潟県と連携し、香港・台湾からインフルエンサーの招請を秋・冬の2回実施。 ・JR（東北本部）と連携し、香港・台湾からインフルエンサーの招請を1回実施。				・香港ブックフェア：2023年7月19日～25日開催、一般来場者数99万人 ・インフルエンサー招請：YouTube動画計4本投稿、合計視聴数約12万回（3/4時点） ・インフルエンサー招請（東北本部）：Facebook等合計25回投稿
	東北観光推進機構主催の台湾現地イベント東北遊楽日への出展				・東北遊楽日：2023年12月9日～12月10日開催、一般来場者数93,140人
	インターナショナルスクールや企業研修等を通じた宿坊等における受入れ環境の整備（R3へ繰越実施事業）	・受入マニュアルの配布108か所 ・教育旅行受入可能施設11施設増 ・コンテンツ開発6本 ・モニターツアー2校			
	・サイクリスト受入態勢強化セミナー等の開催 サイクルツーリズムに関心のある観光関係者等を対象にセミナー等を開催 ・山形県観光情報ポータルサイトを活用した情報発信 外国人サイクリストが県内を自転車で観光する体験記事等を中国語、英語で作成し、ポータルサイト「やまがたへの旅」における多言語ページに掲載	・サイクリスト受入態勢強化セミナー等の開催 オンライン（ZOOM）によるセミナーを開催し、56名の参加申し込み。 ・山形県観光情報ポータルサイトを活用した情報発信 訪日観光情報メディア「MATCHA」と連携し、記事を作成。 記事内のモデルはアメリカ人プロサイクリストの「マイケル・ライス氏」を起用 年度内のPV数は2,181PVを達成			

項目名	主な取組み	主な成果			
		R 2	R 3	R 4	R 5
②インバウンド誘客の推進	(中国) ・現地旅行会社等へのセールス活動等による情報収集 ・旅行博等の観光PRイベントへの出展 ・県公式SNS (Weibo、WeChat) における情報発信	・現地旅行会社等へのヒアリング年間244回、オンラインセールス3回 ・一般消費者向けイベント出展6回、県公式SNS新規フォロワー獲得数計833人 ・Weibo投稿計103回、WeChat投稿計24回	・現地旅行会社等へのヒアリング年間178回、訪問6回 ・一般消費者向けイベント出展3回、県公式SNS新規フォロワー獲得数計580人 ・Weibo投稿計102回、WeChat投稿計53回	・現地旅行会社等へのヒアリング年間163回、訪問4回 ・オンラインセミナーへ中国各地の旅行会社41社50名が参加 ・Weibo投稿計103回、WeChat投稿計50回	・現地旅行会社等へのヒアリング毎月10社程度 ・BtoCスキーセミナー参加者計138名、広州ジャパンプランドー一般来場者未公開 ・Weibo投稿7,8回/月、WeChat投稿3,4回/月
	(中国) ・日本国内に拠点を持つランドオペレーター5社5名を招請(11月) ・観光関連事業者向け観光セミナー及び商談会の開催(2月)			・招請ランド社5社各2コースのツアー造成、BtoB向けに販売。送客数95名(※コロナ禍のため見込数) ・中国側参加者：セミナー72名、商談会12社17名、商談会によるツアー造成数10本、送客数50人(※コロナ禍のため見込数)	
	(中国) 東北観光推進機構、宮城県、秋田県と連携した招請事業を実施。(9月) ・現地旅行会社招請2社2名 ・インフルエンサー招請(在日2名、現地1名)				・旅行会社招請によるツアー造成11本、送客数226人 ・インフルエンサー招請による現地SNS発信3媒体での発信回数31回、閲覧数総計4,066万回
	(中国) 東北観光推進機構、青森県、秋田県、宮城県、福島県と連携し、北東北と南東北に分けて各1回、現地旅行会社及びスキークラブ招請(3社3名)を実施(2月)。				・ツアー造成数9本、送客数167人
	(香港) ・香港ブックフェア2021限定ブックレットへの掲載 ・メディア・KOLへのプレスリリースによる観光PR ・ウェブサイトへのバナー広告 ・Visit Yamagata Facebookへの投稿を通じた観光情報の配信 ・Nippon Sensor Facebookへの投稿を通じた観光情報の配信 ・オンラインメディアと連携し観光PR記事の掲載 ・旅行会社との連携による商品造成	・プレスリリース1回実施(3月)、3媒体がプラットフォームに掲載 ・Nippon Sensorホームページにバナー広告を1か月間掲載、閲覧数1,105回以上 ・Facebookフォロワー増507人、閲覧数309,095	・ブックフェア来場者へ配布(5,000部発行) ・プレスリリース2回実施(10月・11月) ・Facebookへ1回投稿(2月)：閲覧数74,735回	・プレスリリース4回実施(9月・11月・1月・3月) ・Facebookへ11回投稿(5~3月) ・メディア「Go! Japan」にて記事掲載(2月) ・Travel Expert社と連携し商品造成	・プレスリリース4回実施(9月・11月・1月・3月) ・Facebookへ10回投稿(5~2月) ・メディア「Go! Japan」にて記事掲載(1月)
	・香港・韓国のOTAに特設ページを設け、旅行商品の造成・販売を促進 ・香港訪日メディアとランドオペレーターを招請したAMツアーの実施 ・韓国OTAとランドオペレーターを招請したFAMツアーの実施	・OTA特設ページのビュー数：香港164,932PV、韓国43,770PV(実送客数：香港22名) ・旅行会社招請：モデルコース造成香港・韓国各2件 ・インフルエンサー計2名招請、記事閲覧香港197,720回、韓国120,998回			

項目名	主な取組み	主な成果			
		R 2	R 3	R 4	R 5
②インバウンド誘客の推進	(香港) ・KOLを招請したFAMツアーの実施 ・既存商品のブラッシュアップ、新規着地型旅行商品の造成・販売 ・ウェブマガジンや観光ポータルサイトによる旅マエ・旅ナカの情報発信	・KOL2名を招請しFAMツアーを実施し、KOLによる情報発信25回 ・酒蔵ツーリズムを中心とした滞在型商品4本造成 ・ウェブマガジンに新規3記事掲載			
	(韓国) ・韓国観光コーディネータ、戦略的情報発信員及び宮城県と連携し、ソウル特別市が主催・運営する観光産業博覧会に宮城県と共同出展 ・宮城県と連携し、日韓交流おまつり2020inSeoulのオンラインイベントに出展、令和元年度制作の2県連携のPR動画を掲載や視聴者景品プレゼント企画を実施 ・日韓交流おまつり2021inSeoulのオンラインイベントに出展 ・現地BtoC旅行博・韓国トラベルショーに出展	・参加国 39 国 265 ブース、参加者7,100 名 ・宮城県連携：動画の総視聴数50,000件	・オンラインイベント ①おまつりYouTubeアクセス数49千人（ライブ及び事前広報映像含む） ②おまつり公式ホームページ閲覧数310千人 ③おまつり公式ブログ訪問者数5.5千人 ・現地旅行博：4日間で来場者数85千人		
	東北観光推進機構と東北6県が連携して行う「香港市場におけるアフターコロナの観光誘客プロモーション事業」への参加			・旅行会社3社招請、ツアー商品2件造成、47名送客	
	韓国現地から、キリシタン巡礼ツアーの主催団体や教会関係者、メディア等計4名を招請。宮城県、山形県及び岩手県内の巡礼地及び観光地の視察を実施。			・参加した教会関係者主催でツアー1本造成、R5年7月21日～25日に開催。学生を中心に20名参加。	
	韓国現地の旅行会社および同社のランドオペレーターを務める在日の旅行会社よりそれぞれ1社1名を招請し、宮城・山形にてFAMツアーを実施				・ツアー2本造成 宮城オルレ5日間（当県立寄り、宿泊なし）、東北周遊8日間（うち当県4泊）
	・秋田県・宮城県と連携し、秋季に韓国現地の旅行会社2社（各1名ずつ）招請 ・秋田県・宮城県と連携し、冬季に韓国現地のインフルエンサーを2名招請				・ツアー造成数3本、総客数186人 ・Youtube動画作成数5本（3/7現在4本掲載中）、再生回数約6.3万回
	(ASEAN) ・現地コーディネーターによる現地情報の収集 ・現地旅行会社及び観光関係機関への本県情報の発信、認知度向上と旅行造成意欲促進			・現地旅行会社等へのヒアリング毎月5社程度 ・タイ旅行会社10社が参加するランドオペレーター主催の東北セミナーにて山形のプレゼンを行った。 ・造成ツアー本数21本、総送客数558人 ・特集ページ35,631プレビュー、広告リーチ数6,178,411リーチ、有効アンケート数351件	・タイ現地旅行会社42社へ本県観光情報を提供し、内12社以上が本県を含んだツアーを企画・販売

項目名	主な取組み	主な成果			
		R 2	R 3	R 4	R 5
②インバウンド誘客の推進	(ASEAN) ・東北観光推進機構と連携し、現地旅行会社、メディア、インフルエンサー等を対象にしたオンラインセミナーを実施		・開催日：2021年12月8日、2022年2月8日		
	(欧米) ・富裕層向け旅行商品の造成支援を目的とした富裕層向け国内旅行会社、コンシェルジュ協会等関係者による視察 ・富裕層向け商談会ILTM出展 ・富裕層マーケット報告会の開催	・ILTMにて40社と商談。 ・富裕層マーケット報告会2回開催し、参加者合計87名。			
	(欧米) ・現地旅行会社及び観光関係機関への本県情報の発信、認知度向上と旅行造成意欲促進			(欧米) ・旅行会社招請：米・英2社2名。メディア招請：英・仏2名、媒体接触者数：358,039人。 (豪州) ・メディア招請：2社2名、掲載記事数：4本、PV数3,262件。インフルエンサー招請：2名、リール再生数：32,184回。旅行会社招請：3社3名。	(欧米) ・旅行会社招請 英・仏2社2名 接触媒体者数201,798名 (豪州) ・メディア招請：3社3名 インフルエンサー1名（ストーリー86回、リール30回、記事6本）
	東北観光推進機構と連携した旅行会社の招請等				(欧米) ・インフルエンサー情報発信Instagram12回、YouTube4本。旅行博共同ブース来場者数：11,998人。 (豪州) ・メディア情報発信記事数：104件（内当県30回）、媒体接触者数：4,669,000人
	県内宿泊を伴うなど一定の要件を満たすインバウンド旅行商品を販売・催行した旅行会社等に対して助成金を交付				・利用人数13,728人、交付総額64,909千円
	精神文化や食などのコンテンツを活用したプロモーションの実施	・OTA3社、旅行会社1社HPで情報発信 ・メディア1社、インフルエンサー2名を招請。掲載記事：7本 ・米国でのオンライン商談会でセールスイベントを2回開催、南米・豪州向けにウェビナーイベント各1回開催	・招請メディア数：1社 ・招請旅行会社数：2社 ・旅行博：12/6～12/9参加バイヤー1,300名		
東京オリパラに向けた各種プロモーションを実施	・旅行会社・ランドオペレーターを30社61名招請、旅行商品を61本造成 ・ウェブ広告を4回、セミナーを14回実施。口コミ投稿数10,609件 ・Youtube広告等の合計視聴者数8,704,161回				

項目名	主な取組み	主な成果			
		R 2	R 3	R 4	R 5
②インバウンド誘客の推進	ナイトタイムエコノミーコンテンツ等これまで開発してきた着地型観光商品を活用したプロモーションを実施するとともに、ローカルコンテンツを取り入れた商品の造成・販売プロモーションを実施	<ul style="list-style-type: none"> <li>・着地型観光商品の開発数：13商品</li> <li>・招請・セミナー・商談会を契機とした着地型観光商品開発数：5商品</li> <li>・OTAサイトでの商品販売による送客数：実送客4名、パーソナルツアー81名</li> </ul>			
	貸切列車「サムライトレイン」や、米沢・会津でのサムライをテーマにした体験を組み込んだモニターツアー等を実施	<ul style="list-style-type: none"> <li>・置賜地方を訪れる外国人観光客 18,000人</li> <li>・SNSフォロワー数 65,000人</li> <li>・商品造成エージェント 8社</li> </ul>			
	出羽三山を中心とした周辺地域の新たなコンテンツの磨き上げを行い、インバウンドの誘客拡大に向け、受入態勢を整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ストーリーミーティングの開催 3回</li> <li>・ファミトリップツアーの実施 1回(18名)</li> <li>・ガイド研修の実施 1回(16名)</li> </ul>			
	仙台空港からのインバウンド観光客に、山形県内を周遊してもらうため県内地域間の二次交通を整備(コロナの影響で一部事業中止)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・バス会社との調整会議 11回</li> <li>・関係者間の調整会議 2回</li> <li>・インバウンド関係事業者との意見交換会 1回</li> <li>・ホームページの作成(WOW YAMAGATA)</li> </ul>			
③アウトバウンド・相互交流の促進	県内空港を発着地のいずれかとして運航する国際チャーター便を利用する旅行商品を造成・販売する県内旅行会社に対して助成金を交付				<ul style="list-style-type: none"> <li>・旅行商品造成支援：採択数3件・2社、交付総額2,400千円</li> </ul>
	東京2020オリンピック・パラリンピック聖火リレーにおけるコロナ対策、ホストタウンにおける選手団事前キャンプ受入れや交流事業のためのコロナ対策等		<ul style="list-style-type: none"> <li>・ホストタウンにおける交流事業の参加者数10,732人</li> <li>・ホストタウン等新型コロナウイルス感染症対策交付金を交付(6市町32,875,000円)</li> </ul>		
	山形県と姉妹友好県州締結の海外自治体、第2次山形県国際戦略の重点地域等との交流を実施		<ul style="list-style-type: none"> <li>・山形県タイ友好協会と連携し山形県とタイ王国の交流促進に向けたオンライン交流を3回開催。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・県内とコロラド州内高校各2校がオンライン交流を実施、県内小学生が手作りした花笠100個を州内の小学校へ寄贈。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・山形県及び黒龍江省幹部による相互往来交流実施、県知事筆頭にブラジル県人会・ペルー県人会を現地訪問・記念式典参加</li> </ul>
	ブラジル及びペルー県人会の若者と県内若者などによるオンライン交流の実施		<ul style="list-style-type: none"> <li>・オンライン意見交換会2回(ブラジル、ペルー各1回)</li> <li>・オンライン国際交流イベント4回(ブラジル、ペルー各2回開催)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ブラジル、ペルーの両県人会から各1名ずつ招聘し、自身のルーツを再確認することができたうえ、本県への関心が高まり、その経験を県人会の他の若者に発信した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ブラジル県人会の若者2名が来県し、県農業総合研究センターや県内の酒蔵を見学。</li> </ul>
	県内市町村と連携し18歳以上30歳の若者のパスポート取得を1人あたり5000円補助した。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・申請のあった9市町53名に対し、パスポート取得補助として5000円を交付した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・申請のあった9市町村34名に対し、パスポート取得補助として5000円を交付した。</li> </ul>		
④MICE誘致・国際イベントを活用した本県への誘導	県内関係団体と連携したコンベンション主催団体への支援		<ul style="list-style-type: none"> <li>・補助実績：3件(全て国内規模)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・補助実績：25件(全て国内規模)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・補助実績：26件(うち国内規模：24件 国際規模：2件)</li> </ul>

項目名	主な取組み	主な成果			
		R 2	R 3	R 4	R 5
④M I C E 誘致・国際イベントを活用した本県への誘導	・スポーツイベント、合宿の誘致及び受入支援 ・スポーツイベント等の開催 ・スポーツ施設やイベントに関する情報発信	・県内への文化・スポーツ合宿の新規誘致数1団体		・県内への文化・スポーツ合宿の新規誘致数3団体	・県内への文化・スポーツ合宿の新規誘致数3団体
	文化・スポーツのイベントや大会、県外からの合宿支援（補助金の交付）		・5団体914,000円を交付	・12団体1,247,500円を交付	・6団体1,584,000円を交付
	第6回「山の日」全国大会の開催（準備を含む）	・マップ作成部数：2,000 ・チラシ配布イベント数：3		・R4.8.10～8.11開催 参加者数：4041	
	文化・スポーツのイベントや大会、県外からの合宿支援		・5団体914,000円を交付	・12団体1,247,500円を交付	・6団体1,584,000円を交付
	本県の観光振興、県全体のPRにつながる県内での映画製作等への支援		・補助実績：1件	・補助実績：1件	・補助実績：1件

「第2次おもてなし山形県観光計画～beyond2020～」に基づく主な取組状況の整理 <施策の柱4：観光産業の成長促進による地域活性化>

項目名	主な取組み	主な成果			
		R 2	R 3	R 4	R 5
①観光産業を担う人材の育成・確保	山形県観光ボランティアガイド連絡協議会に対する支援	・52団体へ携帯用消毒スプレー235個とフェイスシールド880個を配布。	・1団体に対し、37,920円の支援	・山寺での現地研修会の実施（16団体が参加）	・南陽市での研修会の実施（16団体が参加）
	県インバウンド向け観光ホームページ「STAY YAMAGATA」内に、通訳ガイドを希望する旅行者と県内通訳案内士をつなぐマッチングページを開設		・登録者数12名※2言語対応の方が1名 (内訳：英語11名、スペイン語1名、ロシア語1名)	・登録者数12名※2言語対応の方が1名 (内訳：英語11名、スペイン語1名、ロシア語1名)	・登録者数12名※2言語対応の方が1名(3/7時点) ・内訳：英語11名、スペイン語1名、ロシア語1名
	山寺観光協会と連携しての英語ガイド対応トライアルツアー（モニターツアー）の実施		・11名参加	・18名参加	
	外国人旅行者への対応研修会の実施		・第1回：令和3年11月1日、21名参加 ・第2回：令和4年2月22日、17名参加		
	おきたま地域観光ボランティアガイド協議会が実施する研修会等への支援		・おきたま地域観光ボランティアガイド研修会（参加者33名）	・おきたま地域観光ボランティアガイド研修会（参加者40名）	・おきたま地域観光ボランティアガイド研修会（参加者33名）
	事業承継を受ける事業者に対し、金融機関への預託を通じて低利子融資を実施	・認定件数：5件 ・認定金額：179百万円 (観光関連以外の認定を含む)	・認定件数：15件 ・認定金額：1,223百万円 (観光関連以外の認定を含む)	・認定実績：16件 ・認定金額：624百万円 (観光関連以外の認定を含む)	・認定件数：13件 ・認定金額：629百万円 (観光関連以外の認定を含む)
	県内の在住外国人からの生活・就労に関する相談等に対応する「外国人相談窓口」を運営	・相談実績：437件	・相談実績：426件	・相談実績：395件	・相談実績：372件
	県内の在住外国人や、外国を雇用する企業などからの相談や、生活・就労に関する情報をワンストップで情報提供・相談を行う「山形県外国人総合相談ワンストップセンター」を運営	・相談実績：37件	・相談実績：48件	・相談実績：46件	・相談実績：56件
	「山形おもてなしドライバー検定」の実施	・新規認定者数：7名 ・フォローアップ研修受講者：14名	・新規認定者数：18名 ・フォローアップ研修受講者：12名	・新規認定者数：12名 ・フォローアップ研修受講者：17名	・新規認定者数：8名 ・フォローアップ研修受講者：22名
	観光人材育成機関「山形観光アカデミー」への支援	・観光ビジネス基礎講座：6回実施（山形・庄内）	・観光ビジネス基礎講座：6回実施（山形・庄内）	・観光ビジネス基礎講座：6回実施（山形・庄内）	・観光ビジネス基礎講座：6回実施（山形・庄内）
新型コロナウイルス感染症の影響による新しい生活様式に則した接客スキルの向上のため、宿泊、タクシー等の県内観光事業者向けにオンライン研修動画の配信（全10回）を実施。	・県内観光事業者による視聴数総計601回				
東北DCとともに盛り上げる「TOHOKUサポーター」の展開		・Welcome to TOHOKU隊(東北6県在住者)登録件数：2,909件 ・TOHOKU Fan(東北6県以外の在住者)登録件数：2,255件 ※R3年度東北DC実績			

項目名	主な取組み	主な成果			
		R 2	R 3	R 4	R 5
②観光事業者等の生産性向上	観光施設等の整備や旅館・ホテルの改修等を実施する事業者に対し、金融機関への預託を通じて低利子融資を実施	・認定件数：2件 ・認定金額：45百万円	・認定件数：5件 ・認定金額：64百万円	・認定実績：14件 ・認定金額：314百万円	・認定件数：18件 ・認定金額：266百万円
	宿泊施設を対象にポストコロナを見据え、新たな需要にかかる取組みや新型コロナウイルス感染症の感染防止対策に必要な経費を補助した。		・件数：267件		
	新型コロナウイルスの感染拡大の影響により厳しい経営状況にある観光立寄施設を対象に、ポストコロナに向けた誘客促進に係る取組みを支援した。		・助成施設数：127	・助成施設数：434（R4現年分＋R4明許分）	
	観光業に精通した専門家をアドバイザーとして派遣するなど、観光事業者のDX推進や高付加価値化、経営改善などに向けた伴走支援を実施				・10事業者57件の取組み支援
	観光事業者が行うDXの推進や高付加価値化に向けた取組みに対する助成を実施				・59案件を採択して助成を実施
③DMOの形成・育成の促進・支援	地域DMOに旅行マーケットに精通した、商品企画・流通などの専門家を派遣し、着地型旅行商品づくりの実践を通して助言指導等を実施	・支援件数：1件、支援実績：187千円		ポストコロナに向けた観光復活推進事業において、各広域観光協議会が主体となり、地域DMO・DMC等と連携して行う観光コンテンツ造成等に係る支援を行った。	ポストコロナに向けた観光復活推進事業において、各広域観光協議会が主体となり、地域DMO・DMC等と連携して行う観光コンテンツ造成等に係る支援を行った。
	ポストコロナに向け、地域DMOをはじめとする地域関連事業者等と連携した観光人材の育成			<p>①各広域観光協議会が実施する観光アドバイザーを招聘し、域内観光人材の育成を行うとともに、地域資源を活用した着地型コンテンツを造成する事業に対して支援</p> <p>②世界のトップレベルの観光ノウハウを各地に広める観光カリスマである山田桂一郎氏から、幅広い視点で各地の取組に関するアドバイス、今後の事業の展開等についての総合的なアドバイスをいただく</p> <p>③山形県公式観光サイト「やまがたへの旅」にて、個人向け着地型旅行商品を販売するに当たり、販売拡大に向けたデジタル広告を配信</p> <p>④旅行会社における着地型旅行商品の個人向け販売の広告宣伝への支援</p> <p>①支援件数：4件、支援金額：10,648千円</p> <p>②開催日：R4.9.12、参集範囲：各総合支庁、観光復活戦略課</p> <p>③配信媒体：GDN、Facebook、Instagram、広告配信期間：R5.2.14～28、広告表示回数：1,219万回（クリック率1.04%）</p> <p>④支援件数：2件、支援金額：2,000千円</p>	<p>①各広域観光協議会が実施する観光アドバイザーを招聘し、域内観光人材の育成を行う事業に対して支援</p> <p>②JTIC.SWISS 山田桂一郎氏（観光カリスマ）及び一般社団法人気仙沼地域戦略 小松志大氏から、幅広い視点で各地の取組に関するアドバイス、今後の事業の展開等についての総合的なアドバイスをいただく</p> <p>①支援件数：4件、支援金額：11,437千円</p> <p>②開催日：R6.2.9、参集範囲：地域DMO、市町村、市町村観光協会等</p>

項目名	主な取組み	主な成果			
		R 2	R 3	R 4	R 5
③DMOの形成・育成の促進・支援	年間を通して国内外からの多くの観光客で賑わう「四季のリゾート“世界の蔵王”」の確立に向けた「世界の蔵王」プロジェクト事業の展開【再掲】	<p>【泉質を活かしたプロモーション展開】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・美容と健康に関する意識の高い特に20代～30代女性をターゲットにした温泉体験プログラム（モデルコース）を4つ構築。</li> <li>・プロモーション動画2本を制作。</li> <li>・R3.1月にモニターツアーを実施（10名参加）し、ツアー参加者によるSNSでの情報発信を行った。</li> </ul> <p>【泊食分離に関するニーズ調査事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・泊食分離プランや関連コンテンツを7事業者で提供。</li> </ul> <p>R2.12月に1泊2日のモニターツアーを実施（20名参加）。</p> <p>【SDGsに関する勉強会事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・R3.2月開催の勉強会及びワークショップに、地元関係者や観光事業者など22名が参加。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・蔵王総合情報発信サイト「feel the ZAO」を構築するとともに、蔵王地域取材のうえ、夏版、秋版、冬版、ダイジェスト版の動画計4本を制作。</li> <li>・高齢者や障がい者に係る受入態勢の構築を考慮した10コンテンツを造成して、R3.9.17～19（2泊3日）で障がい者によるモニターツアーを実施（2組4名が参加）。</li> <li>・一般開通前の4月の蔵王エコラインを活用した旅行商品「早春の白いお釜トレッキング」を企画し、旅行会社2社が商品化。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・蔵王地域取材の上、春版及びダイジェスト版（R3年度に制作した夏・秋・冬版に、春版を合わせたもの）の動画計2本を制作。本サイトや動画を活用し、年間を通して蔵王地域の魅力を継続的に発信した。</li> <li>・ユニバーサルツーリズムに適した体験コンテンツを造成し、R4.11.12～14（2泊3日）で障がい者によるモニターツアーを実施（2組4名が参加）。また、R4.11.15にバリアフリー受入態勢の向上に係る研修会を開催し、蔵王地域の宿泊事業者など19名が参加。</li> <li>・R5.1.14～R5.2.26の土日祝日（計15日間）、1日4便の無料シャトルバスを運行。延べ232名が利用し、1日あたり乗車人数が15.47名だった。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・本サイトや動画を活用し、年間を通して蔵王地域の魅力を継続的に発信した。</li> <li>・R6.1.1～R6.2.25のうち、1月の金～日・2月の金～月（計27日間）、1日4便の無料シャトルバスを運行。延べ547名が利用し、1日あたり乗車人数が20.26名（前年比約31%増）だった。</li> <li>・一般開通前の4月の蔵王エコラインを活用した旅行商品「早春の白いお釜トレッキング」を企画し、3月初旬に旅行会社へ造成の働きかけを実施した。</li> </ul>
	精神文化のブランド化と動画や魅力的なコンテンツでの発信等デジタルプロモーションの展開		<ul style="list-style-type: none"> <li>・制作した動画の視聴回数：1,714,677回（R3.12.22～R4.3.31）</li> <li>・特集ページ作成数：4ページ</li> <li>・地図アプリ（Googleマップ）登録件数：117箇所</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・動画制作本数：4本、広告配信期間中の視聴回数：1,214,681回</li> <li>・特集ページ作成数：1ページ</li> <li>・オンラインセミナー参加人数（申込総数）：42名、招請事業参加人数：7名、ツアー催行数：7本、プロモーションツアー参加メディア数：2社</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・電子雑誌PV数：107,392PV、新幹線車内サービス誌閲覧可能者数：900万人、LINE広告クリック数：28,169回、Instagram広告クリック数：4,002回、ジオターゲット広告クリック数：16,928回</li> <li>・インターネット調査人数：2,687人</li> </ul>
④SDGsの視点を取り入れた観光産業の持続的発展による地域活性化	UNWTOの統計や調査研究などの情報提供を受ける等のため、駐日事務所との連携を実施	<ul style="list-style-type: none"> <li>・セミナー参加1回。（大阪府にて開催）</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>・第7回UNWTOガストロノミーツーリズム世界フォーラム参加。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・セミナー参加1回。（大阪府にて開催）</li> </ul>