

第1次尾花沢市持続可能な観光計画

2025－2027

尾花沢市

目 次

1. はじめに.....	1
(1) 計画策定の目的.....	2
(2) 位置づけ・期間.....	3
(3) 市民の想い.....	3
① 尾花沢市ツーリズムワークショップ.....	4
② 尾花沢市観光関係者インタビュー.....	5
2. 現状と課題.....	5
(1) 観光動向.....	12
(2) 現状・問題点.....	13
(3) 解決すべき課題.....	14
3. 持続可能な観光地づくりの基本方針.....	14
(1) 尾花沢市が目指す将来像.....	14
(2) コンセプト(3つの視点).....	15
4. 持続可能な観光地づくりに必要な取組み.....	15
(1) 誘客ターゲットの分析.....	15
① 現状の顧客分析.....	15
② セグメンテーション.....	16
③ ターゲティングとポジショニング.....	17
(2) 基本戦略(プロジェクト).....	17
5. 取組みの進め方.....	23
(1) 推進体制.....	23
(2) 検証(PDCA サイクル).....	24
(3) スケジュール.....	24



尾花沢市長 結城 裕

ごあいさつ

急速な人口減少により地域経済の縮小が余儀なくされている中、特に観光業に寄せられる期待は年々大きくなっていると認識しています。世界中で猛威を振るった新型コロナウイルス感染症は、令和5年5月に感染症法上で第5類に移行し、観光需要は回復しつつあります。また令和6年の訪日外国人客の推計が3,600万人で過去最高を記録し、今後も拡大していくことが見込まれているようです。

こうした流れを好機と捉え、何度でも訪れたいくなるような持続可能な観光地域づくりを官民協働で進めるための羅針盤として、本市としては初めての「第1次尾花沢市持続可能な観光計画」を策定しました。策定にあたり多大なお力添えをいただきました関係者の皆さま、また貴重なご意見やご提言をお寄せいただきました多くの方々に、心より感謝を申し上げます。

私がまちづくりで大切にしていることは、「市民が主役」であること。そのためには、市民の皆さま一人ひとりの「おもてなしの心」を大切にしながら、市民生活と観光が調和し、観光に関わるすべての方々に笑顔が生まれるような取組みが重要であると考えております。

市民の皆さまの観光振興に対する想いに寄り添いながら、本市が「観光地として選ばれ続ける」「観光地としてあり続ける」ための施策を積極的に展開し、「市民が暮らし続けられるまち」を目指して先頭に立ち全力を尽くしてまいりますので、引き続きのご支援とご協力をお願い申し上げ、刊行のことばといたします。

1.はじめに

(1) 計画策定の目的

予想を上回る速さで人口減少や少子高齢化が進展する中、国内外からの交流人口と旅行消費の拡大による経済効果の波及は地方創生の鍵です。そのため、令和3年3月に策定した第7次尾花沢市総合振興計画では、政策の柱の一つとして産業振興を掲げ、観光分野では「魅了する観光」の実現に向けて観光振興に取り組んでいます。

一方、新型コロナウイルス感染症の世界的流行や頻発する自然災害の脅威など、観光産業を取り巻く情勢はめまぐるしく変化しています。令和5年5月に新型コロナウイルス感染症が5類に移行してからは、インバウンドを含めた観光需要が回復傾向にあるものの、コロナ禍を経た観光客の行動や意識は変化し、観光に求めるものも多様化していることから、時流を捉えた対応が求められています。

こうしたことから、観光振興への取り組みを官民協働で推進していくための基本的な指針として、本市では初めてとなる「第1次尾花沢市持続可能な観光計画(以下、本計画)」を策定します。

主要施策①

徳良湖周辺・銀山温泉などの観光客誘導、
ワーケーション環境の整備

主要施策②

国内外への情報発信の強化

主要施策③

歴史、文化、スポーツなどと連携した新たな交流の推進

図 第7次尾花沢市総合振興計画に示す観光分野の主要施策

～なぜ、観光振興なのか？～

旅には不思議な力があります。知らない景色に心が動き、人との出会いが思い出を紡ぐ。そして、「また訪れたい」と思う場所が生まれる。

観光が息づくまちは、にぎわいと笑顔があふれ、伝統文化や自然、魅力的な景観が大切に受け継がれていきます。人が集い、心が通い、未来へつながる……。

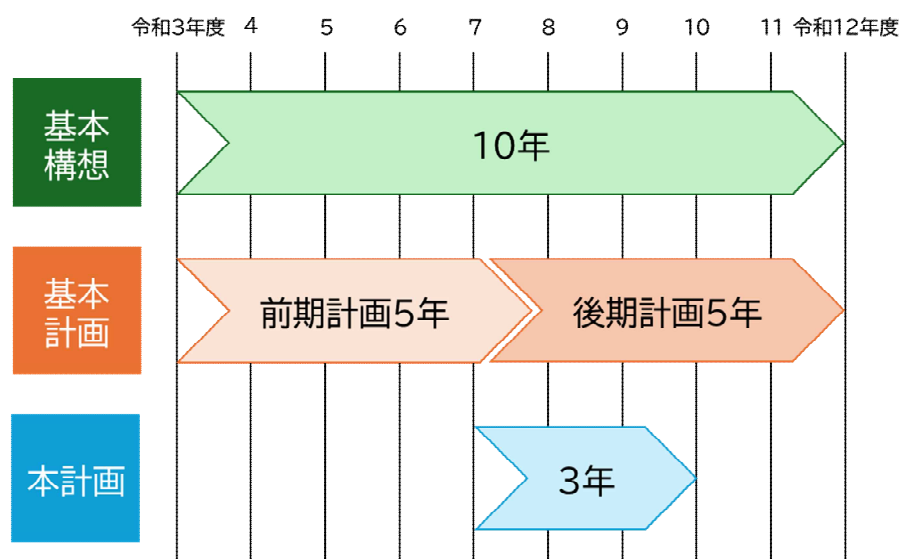
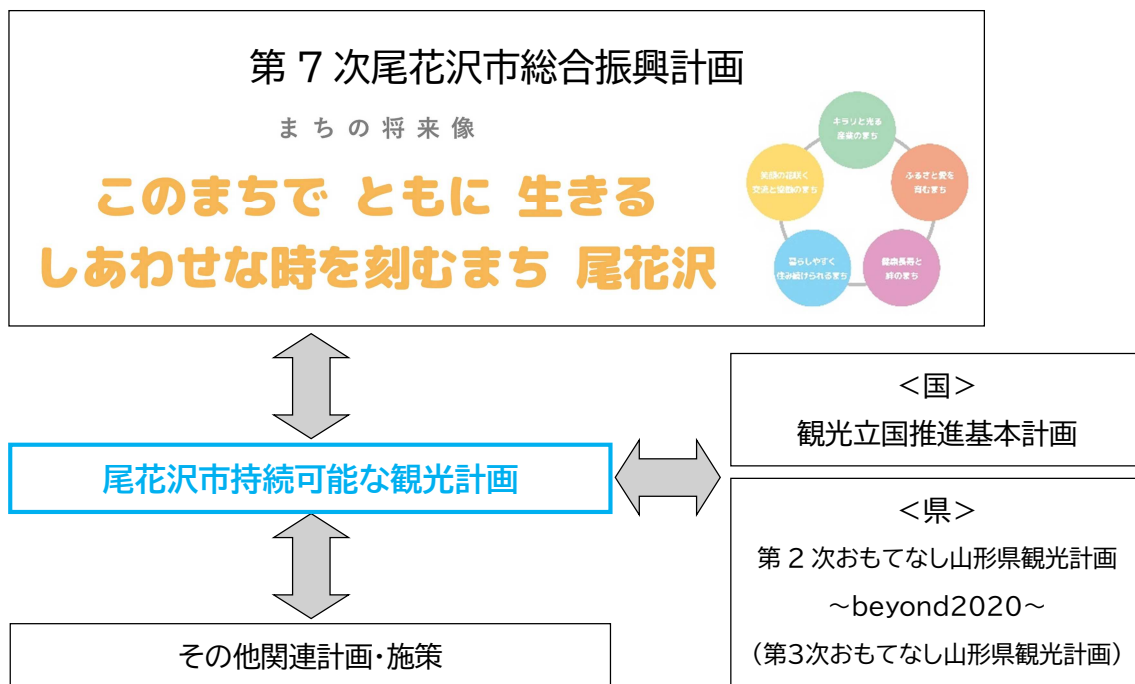
観光振興は、そんな温かな循環を生み出し、地域の活性化につながる大切な取り組みです。

(2) 位置づけ・期間

本計画は、本市の最上位計画である「第7次尾花沢市総合振興計画」における観光業分野における計画であり、国・県ならびに本市の関連計画・施策と連携しながら策定します。

現在、第3次おもてなし山形県観光計画(令和7年度～令和11年度・予定)も策定中であり、この方向性にも留意しながら検討しました。

また、計画期間は令和7年度から令和9年度までの3か年とします。



(3) 市民の想い

① 尾花沢市ツーリズムワークショップ

幅広い年代の目線から、持続可能な観光地域づくりに必要な意見やアイデアを出していただくため、「尾花沢市ツーリズムワークショップ(全3回)」を開催しました。ワークショップには市民の他、北村山高校の2年生が参加し、尾花沢市の魅力などについて話し合いました。



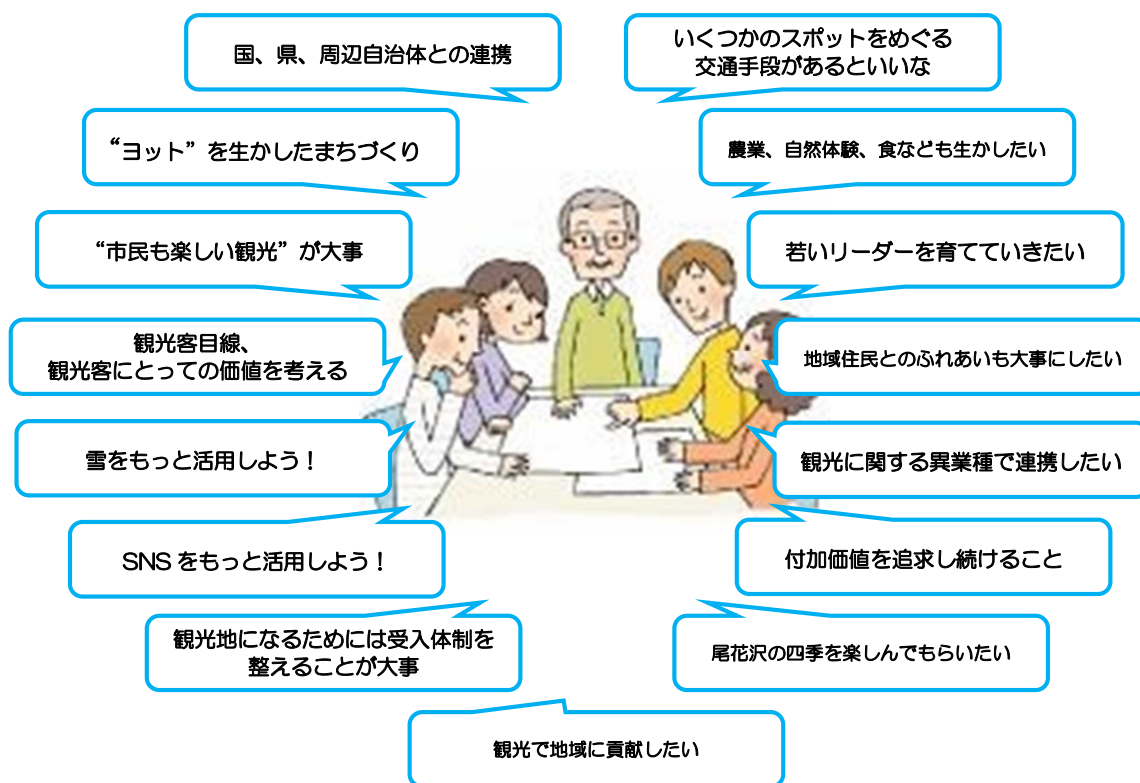
テーマ毎のキーワード

①尾花沢市の魅力や自慢	自然(雪・徳良湖)、食(スイカ、そば)、人 など
②尾花沢市の魅力を伝える プロモーション	イベント開催、SNS・メディアの活用 など
③尾花沢市の楽しみ方	尾花沢の温かさ、尾花沢の人に触れてもらう／ 自然体験・伝統文化の再発見／徳良湖のヨット ／雪遊び／花笠踊り／芭蕉ゆかりの地 など
④尾花沢市への誘客のために 行うこと	ソフト面・ハード面の両方をバランスよく整備し ていく／観光客と市民の交流の場をつくる／回 遊できるモビリティづくり／アニメなどの聖地巡 礼 など

② 尾花沢市観光関係者インタビュー

観光関係者へのインタビューでは、以下のようなキーワードが挙げられました。(主なもの)

～尾花沢の観光を盛り上げるために大事なことってなんだろう～



2.現状と課題

(1) 観光動向

①国の観光動向

<基本計画>

- ✓「観光立国推進基本計画(令和 5～7 年度)」では、「観光は成長戦略の柱、地域活性化の切り札」と位置付けています。
- ✓「持続可能な観光地域づくり戦略」「インバウンド回復戦略」「国内交流拡大戦略」の 3 つを基本方針に掲げています。
- ✓「持続可能な観光」、「消費額拡大」及び「地方誘客促進」をキーワードに、これまで以上に質の向上を重視した観光へと転換していくことが必要とされています。

<統計データ>

- ✓日本人・訪日外国人とも、コロナ禍以降回復傾向が続いており、特に訪日外国人においては顕著な増加が見られます。
- ✓日本人の国内旅行では、宿泊旅行の回復が著しくなっています。
- ✓訪日外国人の国籍別では、台湾がコロナ禍以前より最も多くなっています。

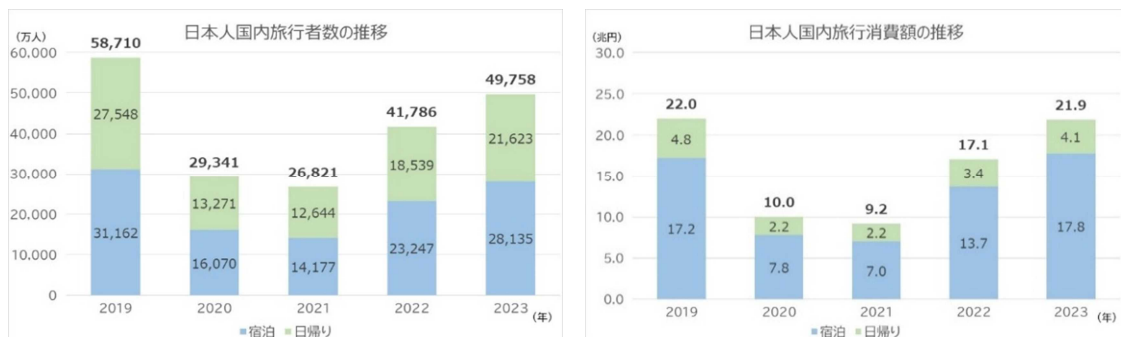


図 日本人国内旅行の概況 (出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」)



図 訪日外国人旅行者の概況 (出典：JNTO「訪日外客数」)

図 訪日外国人宿泊者数の概況 (出典：観光庁「宿泊旅行統計」)

②山形県の観光動向

<基本計画>

- ✓県では現在、「第3次おもてなし山形県観光計画(令和7～11年度)」の策定作業中です。
- ✓答申案では、観光立県としての山形県のあるべき姿を『観光消費額の拡大・多様な交流・地域資源の継承を通じた地域活性化による「持続可能な観光地域の確立」を目指す』としています。
- ✓施策展開の方向性としては、3つの「施策の柱」を掲げ、①「本物の価値」の追求による稼ぐ力の向上、②「人材×DX」による観光産業の活性化、③地域一体となったすべての人にやさしい観光地づくり、それぞれに基づいた観光振興施策を展開することとしています。

<統計データ>

- ✓コロナ禍の影響は国全体に比べて小さい傾向にあったようですが、観光者数及び観光消費額とも、完全に回復したとは言えない状況です。

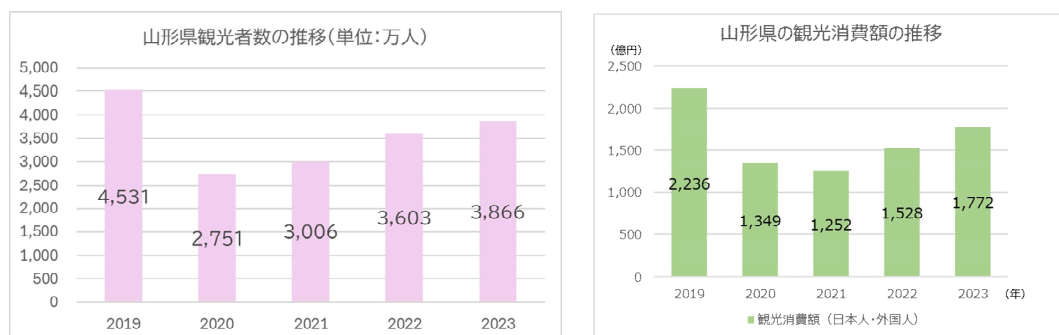


図 山形県の観光の概況(出典:山形県観光者数調査)

③尾花沢市の観光動向

<基本計画>

✓尾花沢市では観光に関する計画を策定しておらず、今回策定する計画が初めてのものとなります。

<統計データ>

✓宿泊業や旅行業、飲食業などが分類される「第三次産業」に従事する人がもっとも多くなっています。

✓銀山温泉の宿泊者数はコロナ禍により落ち込んだものの、2023 年時点でコロナ禍前と同水準にまで回復しています。

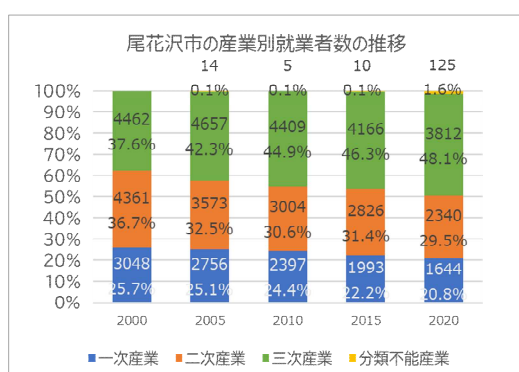


図 尾花沢市の産業別就業者数の推移

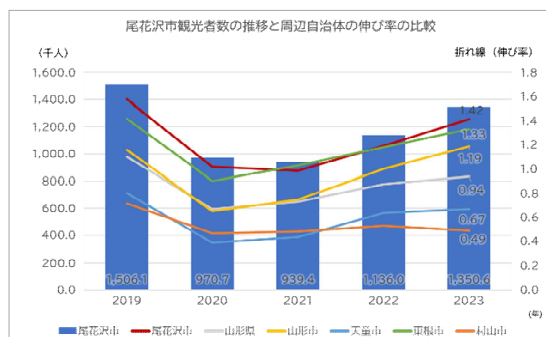


図 山形県の観光の概況 (出典: 尾花沢市統計書)

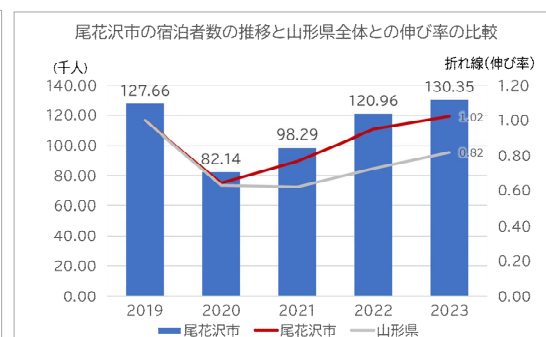
④周辺自治体との比較

✓尾花沢市の観光者数について、対前年伸び率が1を超える状況が続いており、周辺自治体よりも高く推移しています。

✓宿泊者数について、山形県全体に比べ高い伸び率となっています。



左図 観光者数の推移と周辺自治体との伸び率の比較 (出典: 山形県観光者数調査)



右図 宿泊者数の推移と山形県との伸び率の比較 (出典: 山形県観光者数調査)

- ⑤2024 年度マイカー規制（パークアンドライド方式）の実証実験で得られたデータ
（実証期間 R6. 12. 23～R7. 1. 6 で得られたデータであることに注意すること）
- ✓20 代・30 代を中心に、若年層の来訪が多いです。
 - ✓初来訪者が 90%を占めており、リピーターが少ない状況です。
 - ✓日本人と外国人の比率は 6:4 と日本人がやや多い状況です。国籍は台湾が最も多く、香港が続き、この2国で全体の 3 分の 2 を占めています。
 - ✓銀山温泉の前後の立ち寄り先について、蔵王や仙台が多く、尾花沢市内が非常に少なくなっており、回遊性が低い現状にあります。

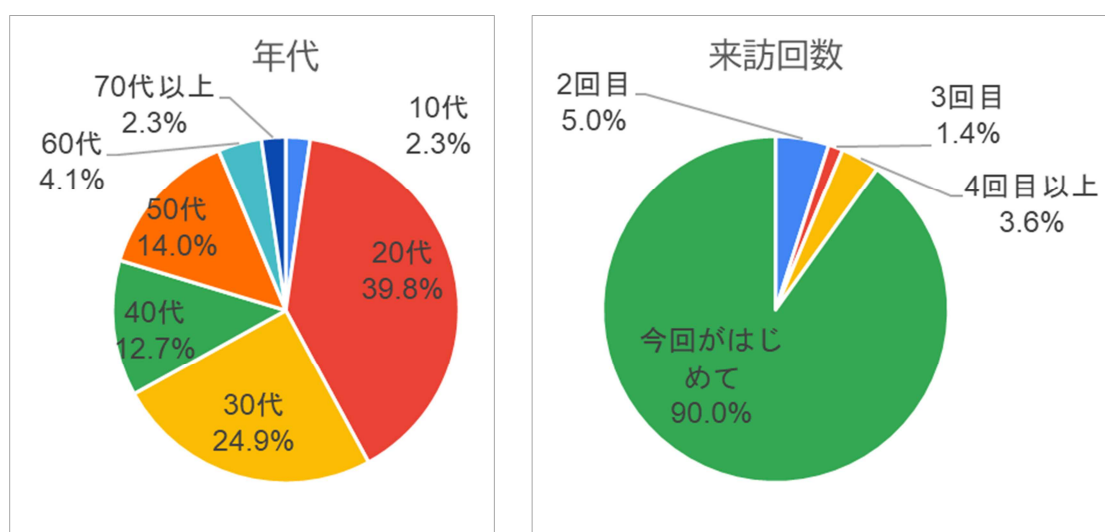


図 来訪者の属性①

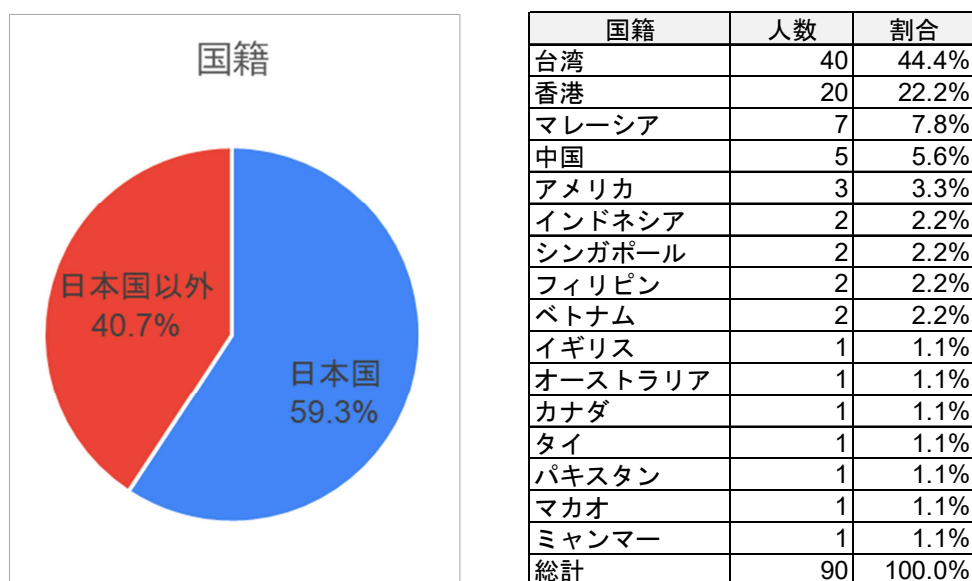


図 来訪者の属性②

銀山温泉前の立ち寄り先		銀山温泉後の立ち寄り先	
蔵王	33	蔵王	35
仙台	28	仙台	34
山形	21	山形	19
天童	6	東京	14
東京	6	山寺	7
鳴子温泉	5	天童	5
加茂水族館	4	加茂水族館	3
山寺	4	鬼怒川	2
米沢	4	埼玉	2
会津若松	2	札幌	2
青森	2	秋田	2
瀬見温泉	2	女川	2
尾花沢市内	2	庄内	2
その他	14	新庄	2
なし	88	神奈川	2
総計	221	村山	2
		尾花沢市内	2
		その他	20
		なし	64
		総計	221

図 来訪者の銀山温泉の前後の立寄り先

⑥市内回遊状況（RESAS）

- ✓携帯電話位置情報を用いた尾花沢市内の滞在状況を見ると、銀山温泉周辺には一定の滞在が見られるものの、その他の地域には少なく、市内の回遊性が低くなっています。

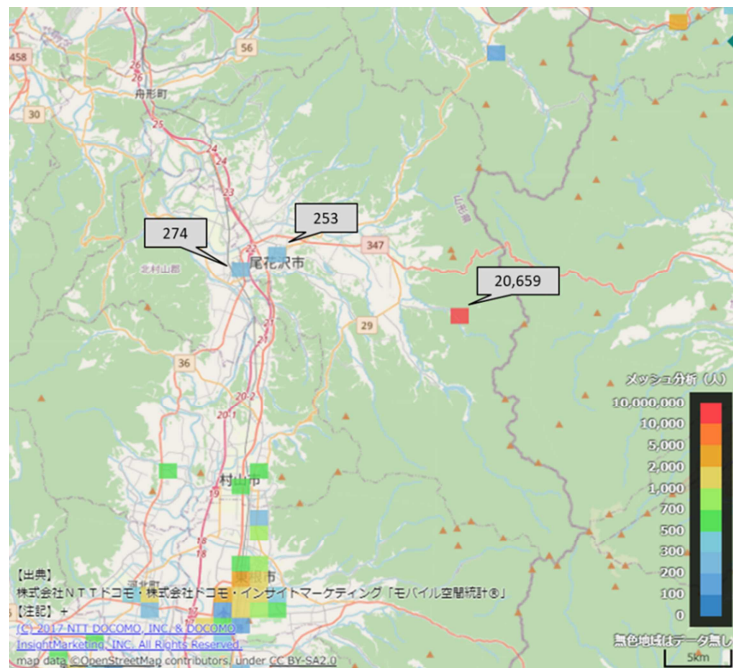


図 2017年8月～2018年7月の観光マップ・外国人メッシュ（出典：RESAS）

⑦旅行トレンド（尾花沢市の主要な観光資源に対するニーズ）

✓日本人については、「宿でのんびり過ごす」「温泉や露天風呂」「名所・旧跡の観光」が上位に挙がっています。

✓外国人について、「有名な史跡や歴史的な建造物の見物」「温泉への入浴」「雪景色鑑賞」のニーズが高くなっています。

✓全体的に、特定のテーマに対するニーズが高い傾向にあります。

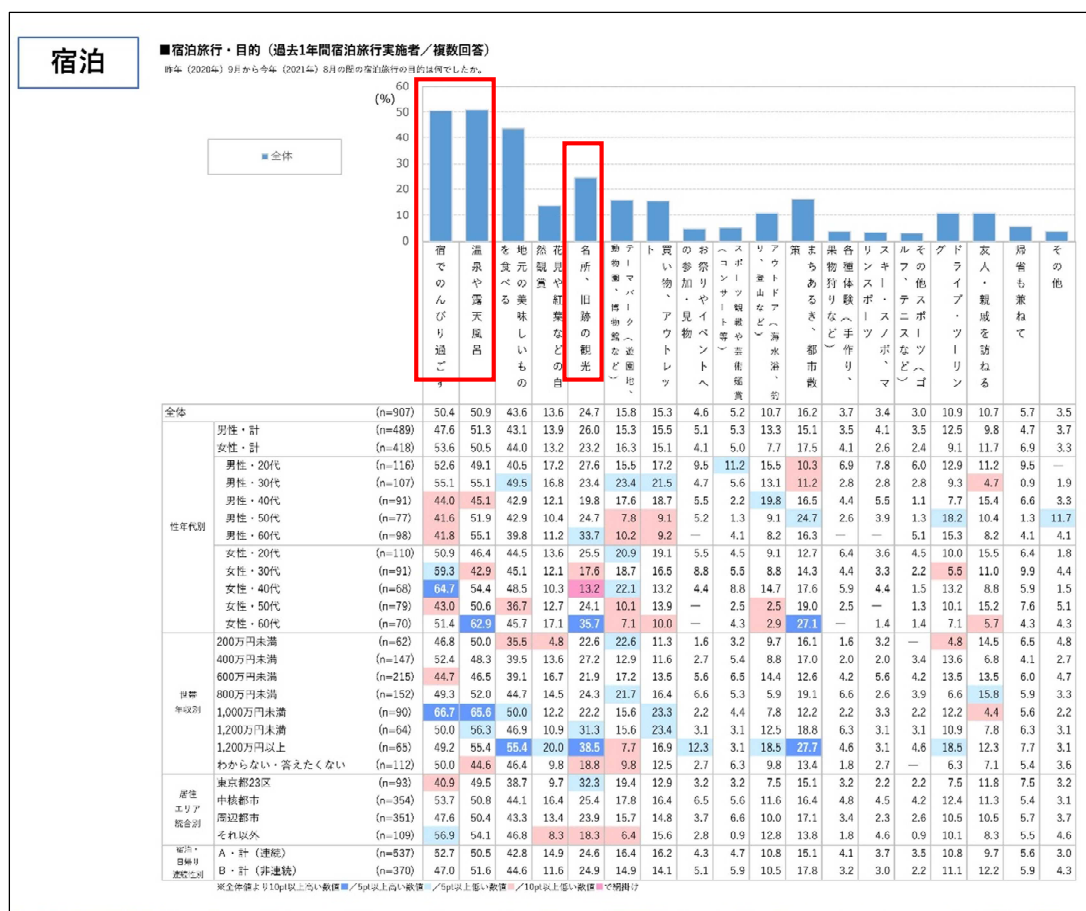


図 【日本人】宿泊旅行者の旅行目的（出典：2022年3月じゃらん日帰り旅行に関する調査）

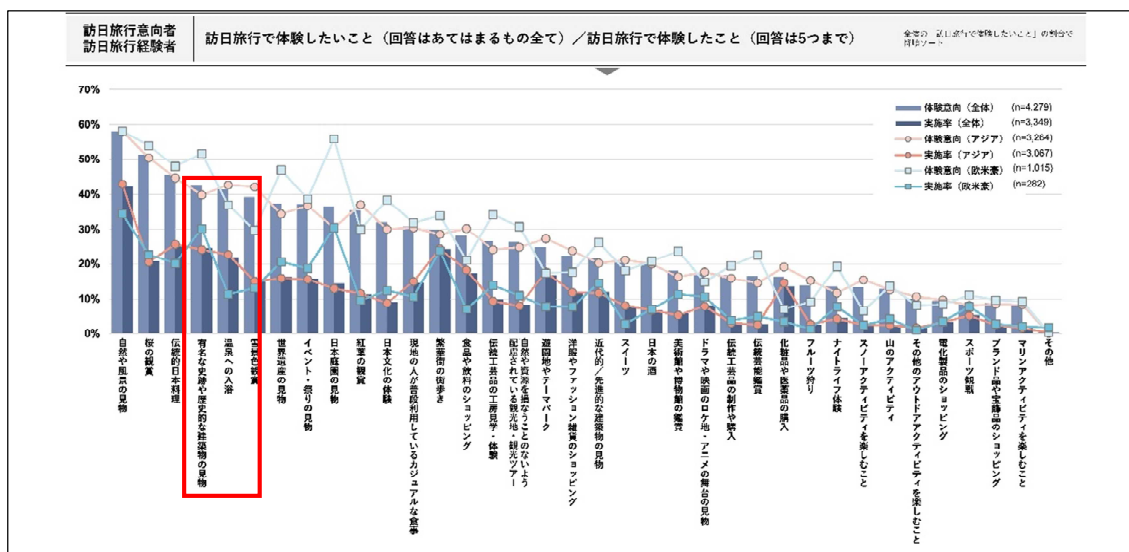


図 【外国人】訪日旅行で体験したいこと（出典：2024 年 DBJ・JTBF「アジア欧米系訪日外国人旅行者の意向調査」

(2) 現状・問題点

尾花沢市の観光の現状を SWOT 分析すると、以下のような問題点が明らかとなります。

<SWOT 分析>

	プラス要因	マイナス要因
内部環境	強み (Strength) ✓ 銀山温泉というキラークンテンツの存在 ✓ 「雪・スイカ・花笠」という強力なシビックプライド ✓ 全国有数の豪雪地帯で雪を生かした文化・伝統が豊富	弱み (Weakness) ✓ 宿泊・観光施設など受入環境の整備不足 ✓ 銀山温泉以外の観光コンテンツが不足し市内回遊性が低い ✓ 情報発信が弱く魅力を伝え切れていない
外部環境	機会 (Opportunity) ✓ インバウンドを中心としたコロナ禍からの強力な回復 ✓ 見学型から体験型観光へのニーズの変化 ✓ レスポンシブルツーリズム(*)への理解	脅威 (Threat) ✓ 人口減少・担い手不足 ✓ 急速な観光需要回復への対応(オーバーツーリズム未然防止) ✓ 周辺観光地との連携が希薄 ✓ 地球温暖化や気候変動

<問題点>

尾花沢市には銀山温泉というキラークンテンツがあるものの、それ以外のコンテンツが不足しており、魅力的な資源の活用も十分ではありません。このため、その効果も限定的であり、しかも、一つのコンテンツに頼っている現状から、外部環境の変化による影響が大きいことが予想されます。

このようなことから、市内にある魅力的な資源を磨き上げ、回遊性を向上させることで、尾花沢市における観光レジリエンス(*)を強化することが必要です。そのためには、一部の担い手だけでなく、多様な関係者が連携することが大変重要です。

*レスポンシブルツーリズム…観光に携わるすべての人が、その土地の環境や文化などに与える影響に責任を持つべきであるという考えのもと、より良い観光地をつくる動きのこと。特に、旅行者側に持続可能性を意識してもらうことを重視している。

*レジリエンス…困難や危機に直面したときに、回復力や復元力、弾力性をもって乗り越える能力のこと。総じて「環境の変化への対応力」のこと。

(3) 解決すべき課題

解決すべき課題を整理するため、クロス SWOT 分析を行いました。

強み (Strength)



機会 (Opportunity)

- ✓ 銀山温泉というキラーコンテンツをさらに活かし、継続的な需要の取り込みを行う。
- ✓ シビックプライドを全面に出し、文化・歴史を活かした体験型コンテンツの造成などにより、新たな観光需要の創出・取り込みを目指す。
- ✓ インバウンド需要の取り込みをさらに強化するとともに、レスポンスブツーリズムを推進する。

強み (Strength)



脅威 (Threat)

- ✓ 需要と供給を適切に管理し、滞在価値の向上を目指したオーバーツーリズムの抑制・未然防止策の実施。
- ✓ 周辺観光地(自治体)と連携し、エリア一体となった魅力の向上が必要。
- ✓ 地球温暖化や気候変動にも強い、持続可能な取組みが必要。

弱み (Weakness)



機会 (Opportunity)

- ✓ インバウンドのニーズに対応した新たな観光コンテンツを作り出し、市内が一体となった受入態勢の構築で、回遊性を向上させる。
- ✓ レスポンシブルツーリズムの推進により、周辺より一歩先ゆく観光先進地を目指す。
- ✓ 戦略的なプロモーションにより、ターゲットに訴求した情報発信で誘客を促進。

弱み (Weakness)



脅威 (Threat)

- ✓ 高付加価値なコンテンツといった、「数から質の観光」への変化を遂げる必要。
- ✓ デジタル技術の活用など、少ないリソースで対応できる体制づくり。
- ✓ 周辺地域との連携を強化して、相乗効果を活かして「面」の誘客力を高める。

3.持続可能な観光地づくりの基本方針

(1)尾花沢市が目指す将来像

めぐる時、めぐる旅。～どうぞ、ねまらっしゃい～

めぐる時、めぐる旅

時代を超えて受け継がれる歴史や文化、そして訪れるたびにある新しい発見。

旅人が心惹かれ何度も足を運びたくなる場所を表現しました。

どうぞ、ねまらっしゃい

“ねまらっしゃい”は尾花沢の方言で、“くつろいでください、休んでください”の意味。温泉につかって、きれいな景色を見て、おいしいものを味わって…。

旅人が肩の力を抜いて、心からくつろげる、そんな温かいおもてなしの心を表現しました。

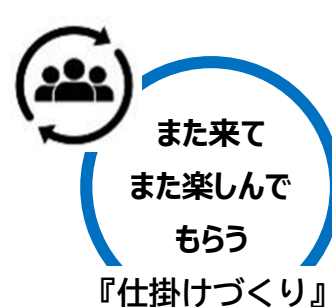
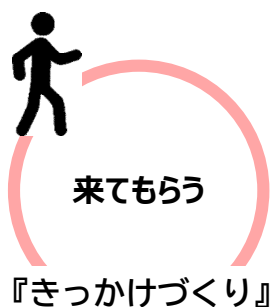
尾花沢市は、一度訪れたら忘れられない、何度でもめぐりたくなるまち。歴史と今が出会い、旅人も市民もゆったりと「ねまる」ことで心が通い合い、そして笑顔になる。そんな尾花沢市の未来をこの将来像に託しました。

数値目標(めざす成果)

指標	令和 5 年度	令和 9 年度
年間観光客数	160万人	200万人

(2)コンセプト(3つの視点)

「本市の特徴を生かし選ばれる観光地となるため」、「地域住民が参画し、一体となった持続可能な観光地づくりを実現するため」、以下の 3 つの視点をもって取り組むこととします。



4.持続可能な観光地づくりに必要な取組み

(1)誘客ターゲットの分析

① 現状の顧客分析

令和6年度銀山温泉マイカー規制実証実験におけるアンケート調査(12/20～1/6 実施)では、尾花沢市(銀山温泉)の顧客とその特徴は以下のように整理されます。

✓20代・30代の若者世代が多い。

➡(特徴)行動力があり、SNSなどを活用した発信力がある一方、多様な楽しみ方を持つ世代であり、旅行・観光以外にも興味を持つことが多い。

✓リピーター率は10%程度と少ない。

➡(特徴)尾花沢市への来訪がはじめてであるため、期待値は大きい。一方で、期待値が大きい分、高い満足度を求める傾向がある。

✓日本人・外国人の割合は、およそ6:4で、外国人の多くは台湾人や香港人。

➡(特徴)日本人はリピーター化しやすいが、外国人はしにくい。一方で、外国人の地方来訪は着実に進んでおり、今後も需要拡大の可能性が高い。

② セグメンテーション

視点①	「来訪経験の有無」 セグメント:既存顧客 or 新規顧客
-----	---------------------------------

<既存顧客>

「①現状の顧客分析」のとおり、「いま尾花沢市に訪れている観光客」を言い、この顧客層をさらに増やしていこうという考え方になります。

この顧客層は、来訪を伴う「交流人口」だけでなく、地元に戻っても尾花沢市と何らかの関係性を持つ(持とうとする)「関係人口」にもなりえます。

<新規顧客>

「①現状の顧客分析」にはないような、「いま尾花沢市に訪れていないが、来てくれそうな観光客」を言い、新しい取組みを行うことで需要の獲得を目指すことが考えられます。

視点②	「尾花沢市の楽しみ方」 セグメント:「雪・スイカ・花笠」に代表される尾花沢市ならではの観光資源の魅力を知っているかどうか。
-----	--

<魅力を知っている方>

銀山温泉に代表される「大正レトロな景観」だけでなく、尾花沢市の様々な観光資源と、それを守りつつ、ともに暮らしてきた人たちの歴史・文化を知っており、すでに触れているか、触れてみたいと思っていると考えられ、優先順位の高い顧客層と言えます。

<魅力をまだ知らない方>

魅力的な尾花沢市の様々な観光資源と人々・歴史・文化をまだ知らないため、今後適切な情報提供等が必要となる顧客層と考えられます。

③ ターゲティングとポジショニング

「②セグメンテーション」を踏まえると、以下のような顧客層がターゲットとして考えられます。

表 ターゲット整理のためのマトリクス

視点① 「来訪経験の有無」	新規顧客 ターゲット層1	既存顧客 ターゲット層2
視点② 「尾花沢市の楽しみ方」	魅力をまだ知らない	魅力を知っている



<ターゲット層1>

尾花沢市の魅力に
まだ出会っていない層

- ・“最初の接点”創出、認知度向上、新たなファン層の拡大をめざす。
- ・ポジティブな第一印象の確立をめざす。



<ターゲット層2>

尾花沢市の魅力を
すでに知っている層

- ・リピーターの獲得・定着、強みの最大化をめざす。
- ・「観光地」から「心のふるさと」へ。

図 ターゲット層のイメージ

(2)基本戦略(プロジェクト)

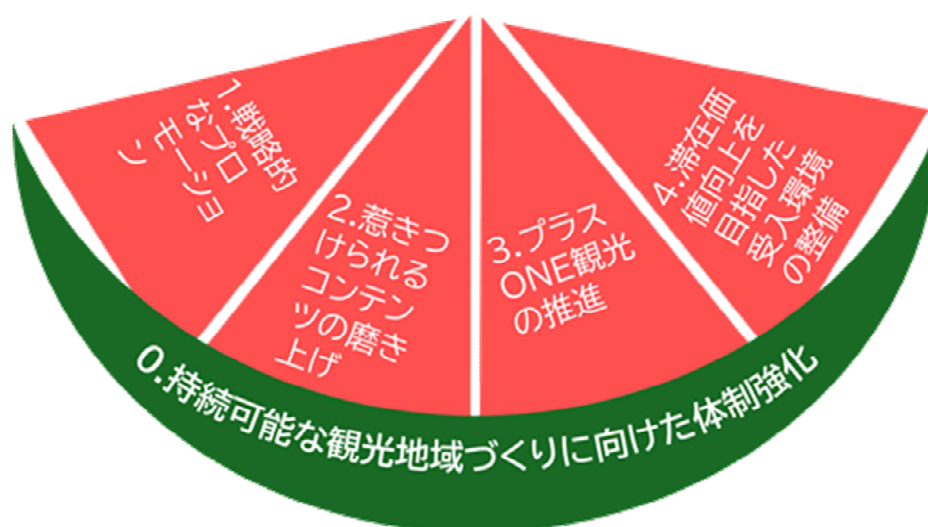


図 基本戦略（プロジェクト）

表 基本戦略（プロジェクト）と総合振興計画との関係

		第 7 次尾花沢市総合振興計画の主要施策		
		徳良湖周辺・銀山温泉などの観光客誘導、ワーケーション環境の整備	国内外への情報発信の強化	歴史、文化、スポーツなどと連携した新たな交流の促進
尾花沢市持続可能な観光計画の戦略	0.持続可能な観光地域づくりに向けた体制強化			
	1.戦略的なプロモーション			
	2.惹きつけられるコンテンツの磨き上げ			
	3.プラス ONE 観光の推進			
	4.滞在価値向上を目指した受入環境の整備			



0.持続可能な観光地域づくりに向けた体制強化



尾花沢市が観光客(＝尾花沢ファン)から「選ばれ続ける」、観光地として「あり続けられる」よう、その基礎となる体制強化を図ります。また、地域住民も一体となった観光地域づくりを通じて、市民の地域に対する誇りや愛着を育みます。

<施策の方向性>

- ☞ 観光に関わる者同士が集える場を設け、関係団体の相互理解や連携を深めます。
- ☞ 市民が尾花沢市の観光の魅力に触れ、理解する機会(暮らしのそばにある魅力探しなど)を創出し、シビックプライド(尾花沢市への誇りと愛着)の醸成に取り組みます。
- ☞ 時代の変化に対応ができ、将来の本市観光を牽引できる担い手づくりに取り組みます。
- ☞ 観光客を尾花沢ファンと位置づけ、地域住民と尾花沢ファンが協働で観光地域を形成する気運の醸成を目指します。(レスポンシブルツーリズムの推進)
- ☞ 国、県、市がそれぞれの役割に応じた取組みを推進できるよう、連携強化を図ります。
- ☞ デジタル技術を活用した新たな価値の創出を目指すとともに、周辺自治体との広域連携を推進し、相乗効果の創出を目指します。
- ☞ 観光振興に活用できる新たな財源とその有効な活用方法について研究します。
- ☞ 日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)に基づき、持続可能な観光地域づくりに取り組みます。

<KPI>

項目	基準(令和 6 年度)	目標(令和 9 年度)
協議の場 (協議会や WS 等)	10回/年	12回/年

<具体的な取組み例>

①観光地域づくり法人(DMO)の設立

観光地域づくりの司令塔として、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法人です。(観光庁ホームページより)

②観光事業者・市民ワークショップの開催

地域一体となった観光地づくりとその気運向上のため、ワークショップを開催するものです。

❁ 1.戦略的なプロモーション



さまざまな手法を用いて国内外に「尾花沢らしさ」を発信し、本市の知名度向上につなげます。また、さまざまなデータの収集・分析を行いながら、観光客(=尾花沢ファン)の属性や嗜好に基づいた情報発信と誘客促進を目指します。

<施策の方向性>

- ☞ 観光資源の特長と他地域との違いを把握しながら、「尾花沢らしさ」(=アピールポイント)を探求します。
- ☞ ターゲットに応じた情報を世界中へ発信できる手法の確立を目指します。
- ☞ 尾花沢ファンとのネットワークを生かしながら、尾花沢ファン自らの体験を発信したくなるような仕掛けを検討します。
- ☞ 観光に関するデータの収集と分析に取り組むことで、より効果的で効率的な誘客プロモーションを展開します。

<KPI>

項目	基準(令和 6 年度)	目標(令和 9 年度)
効果的な情報発信手法の確立	—	1 手法

<具体的な取り組み例>

❶ SNS の活用

instagram や facebook などの SNS は、世界中に多くの利用者がおり、また、基本的な機能は無料となるため非常に有効な発信手段です。また、ユーザ属性を保有しているため、広告(有料)を行う際には特定のターゲットのみに訴求することも可能です。

❷ データマーケティングの推進

観光に関するデータ収集・分析を行うことで、合理的根拠(エビデンス)に基づいたプロモーションが可能です。



2.惹きつけられるコンテンツの磨き上げ



尾花沢の人、自然、食、景観、体験に触れ合うことができるコンテンツの高付加価値化を目指します。また、観光客のニーズに寄り添った尾花沢での過ごし方(尾花沢スタイル)を提案することにより、観光客の満足度向上につなげます。

<施策の方向性>

- ☞ 豪雪地ならではの「雪」をテーマにしたコンテンツの磨き上げに取り組みます。
- ☞ 尾花沢ならではの体験型(花笠踊り体験、徳良湖でのヨット体験、農作物の収穫体験、俳句体験など)観光コンテンツの充実を図ります。
- ☞ ターゲットを絞ったテーマ性やストーリー性のある、新たなコンテンツ造成を目指します。その際、提供者目線ではなく、観光客のニーズに寄り添ったものを検討します。
- ☞ 既存のコンテンツや、そのコンテンツに関わりのある人同士をつなぐ仕組みづくりに取り組みます。

<KPI>

項目	基準(令和 5 年度)	目標(令和 9 年度)
徳良湖スノーランドと 花笠高原スキー場の入れ込み客数	23,921 人 (スノーランド 2,115 人、スキー場 21,806 人)	34,000 人

<具体的な取り組み例>

❶夏季の雪イベント

「豪雪」であることを逆にとり、冬季の雪を雪室などで保管し、夏季にイベントを開催するものです。他の観光資源(徳良湖のヨット、農作物など)と組み合わせることで、新たな視点でのコンテンツ造成が可能です。

❷徳良湖エリアの癒やし機能向上

徳良湖周辺整備マスタープランに基づき計画的に整備することで、来訪者にとっての「憩いの場」としての機能を高めることが期待できます。



3. プラス ONE 観光の推進



磨き上げたコンテンツなどを最大限に活用しながら、まつり見物やスポーツ、ビジネスなどで来訪した方に対して、何かもう一つの観光を促し、宿泊や消費拡大につながる仕組みづくりを目指します。

<施策の方向性>

- ☞ 既存の施設を活用した「ワーク×観光」、歴史・文化的資源や体験型観光コンテンツを生かした「教育×観光」を推進します。
- ☞ 既存のさまざまな観光資源を生かし、尾花沢の四季を体感できるプログラムの充実を図り、何度も訪れたくなるワクワク感を創出します。
- ☞ 花笠まつり見物と〇〇体験、スポーツイベントと郷土食など、親和性の高いコンテンツ同士を組み合わせたモデルコースの提案を目指します。
- ☞ 周辺市町村と連携しながら、それぞれの強みを生かした広域周遊観光を推進します。
- ☞ 回遊や周遊しやすい環境整備に向けて、目的地までの移動の円滑化を目指します。

<KPI>

項目	基準(令和 6 年度)	目標(令和 9 年度)
複数のコンテンツを組み合わせたモデルコースの造成	2コース ※観光物産協会、おば旅	5コース

<具体的な取組み例>

①周遊乗り合いタクシーの運行

観光客のニーズを踏まえた、市内や周辺自治体をめぐる乗り合いタクシーを運行するものです。市内や周辺自治体を周遊したあとに銀山温泉へ向かう…といった行程が考えられ、これにより、未利用資源の活用、新たな収益手段の確保、銀山温泉のオーバーツーリズム抑制・未然防止など、多様な効果が期待できます。

②まちなか歴史観光ルート

「歴史好きな人」をターゲットにした、松尾芭蕉ゆかりの地や旧羽州街道をめぐるルートを造成し、滞在時間延長を目指すものです。また、テーマ性やストーリー性の観点で周辺自治体と連携した広域周遊ルートの造成も期待できます。

❀ 4.滞在価値向上を目指した受入環境の整備



観光客が「尾花沢に来てよかった」「尾花沢にまた来たい」と思えるような滞在価値の向上を目指しながら、誰もがゆっくり安全に尾花沢での観光を楽しむことができるよう、受入環境を整備します。

<施策の方向性>

- ☞ 銀山温泉の景観の保全と継承に向けて、官民協働による景観づくりに取り組みます。
- ☞ 銀山温泉における交通支障の減少や、渋滞・混雑緩和の解消に向けて継続的に取り組むことで、安全にゆっくり観光できる環境を整備します。
- ☞ 銀山温泉のインフラ設備改修に向けて、地域や国・県と連携したプロジェクトチームの立ち上げを目指します。
- ☞ 空きスペースや空き施設の活用を視野に入れながら、ホスピタリティのある空間づくりを目指します。特に銀山温泉においては、観光客と地域住民が利用できる多機能な空間づくりに取り組みます。
- ☞ すべての人にやさしい観光地域づくりに向けて、アクセシブルツーリズム(*)を推進します。

<KPI>

項目	基準(令和 6 年度)	目標(令和 9 年度)
銀山温泉における旅行満足度 (大変満足)	65.6%	70.0%

<具体的な取組み例>

❶ 空きスペースの有効活用

市内にある未利用施設などを活用し、新たな滞在拠点を作ります。これにより、新たな魅力が創出され、消費拡大が期待できます。

❷ 誰もが楽しめる観光地づくり

案内看板の多言語化や音声案内などに取り組みながら、段差の解消などのハード面の整備も進めていくことで、満足度の向上が期待できます。

*アクセシブルツーリズム…障がいの有無や年齢に関わらず、すべての人が旅行を楽しめるようにすること。

5.取組みの進め方

(1)推進体制

ー体制イメージー

観光を取り巻く環境は、日々変化します。そのため、尾花沢市の観光を持続可能なものとしていくためには、行政だけでなく、市民や観光関連事業者、観光関連団体、本市の魅力づくりの担い手、地元の高校、大学など、多様な主体が連携しつつ、互いを尊重しながらそれぞれの役割に応じた取組みを実行することが必要です。

そのため、それぞれの立場で観光振興に携わりながら、持続可能な観光地域づくりに取り組んでいきます。

① 市民の役割

先人たちが築き上げた本市の魅力をさらに磨き上げ、次の世代へつないでいくことができるよう、地域資源に対する理解を深めます。また、本市を訪れる方々を“尾花沢らしいおもてなしの心”でお迎えします。

② 事業者の役割

観光客との関わりの中で日々変化する多様なニーズを把握し、他の事業者や産業との連携を深めながら、時流を捉えた観光振興に取り組みます。また、地域との調和に配慮しつつ、地域文化や地域経済の発展に貢献します。

③ 行政の役割

計画の推進に向けて、庁内組織の横断的な連携を図るとともに、多様な主体が連携し、尊重し合える体制づくりを行いながら、市民や観光関連事業者等の取組みを支援します。また、国や山形県、周辺自治体との連携強化により、観光振興による効果の最大化を目指します。

(2)検証(PDCA サイクル)

本市が目指す将来像を実現するには、的確な進行管理を行う必要があります。

このため、取組み状況や KPI について、PDCA サイクルに基づいて評価・検証し、本市を取り巻く環境の変化等に応じて、必要な見直しを行っていくこととします。



(3)スケジュール

	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和10年度
本計画	計画推進			
	評価 / 検証		見直し作業	
次期計画				計画推進