

(1) 議案第1号 令和5年度事業報告について

一般会計

18,763千円

1 DMO運営事業

【4,976千円】

(1) 観光地満足度調査【3,491千円】

各種観光データに基づく観光振興を図るため、当エリアを訪れる観光客を対象に、観光消費額、満足度、リピーター率、宿泊者数、経済波及効果等の調査を実施し、当エリアの実態や課題を分析する。

【実績等】

村山地域の宿泊施設、観光施設の利用者を対象に二次元コードを使ったアンケートを実施。

設置施設：宿泊施設32件、観光施設37件

回収件数：1,738件

【調査結果抜粋】

(詳細は別紙「7市7町観光地の魅力向上に向けた満足度等調査業務報告書」参照)

- ・男女比率は4：6で女性の割合が多く、年代は50代、人数は2人の旅行者が多い。
- ・県外客と県内客の割合は7：3となっており、昨年度よりも県外客の割合が増加した。
- ・1人当たりの観光消費額は57,618円(昨年比+11,749円)である
- ・NPS(顧客推奨度)については、28.1ポイント(昨年比+3.7ポイント)。さらには【批判者】のポイントが減少しており、全体的な満足度が少なからず増加していることが分かる。

(2) デジタル人材育成事業【1,485千円】

Google Mapの整備によるデジタルマーケティング推進とデジタル人材育成の継続。

前年度に実施したMEO研修事業を活かし、その活用方法やアイデアを生み出すことを目的とする。

【実績等】

第1回MEO対策基礎研修(令和5年10月17日(火)10:00から12:00)

参加人数：14名

講師：合同会社dano 伊藤 大貴氏、伊藤 豪祐氏

Google Map等を活用した観光情報の発信、利活用のポイント等

第2回MEO対策基礎研修(令和5年11月29日(水)13:30から15:30)

参加人数：9名

講師：合同会社dano 伊藤 大貴氏、伊藤 豪祐氏

GBPの拡充やアップデートの方法、GBPの運用について等

【概要】

- ・GBPの概要とメリット
- ・GBPの登録方法と基本構造
- ・GBPの活用方法
- ・ワークショップ



(3) 会議

ア 定例総会	令和5年4月28日	山形国際交流プラザ2階大会議室
イ 幹事会	第1回 令和5年4月17日	山形市役所11階大会議室
	第2回 令和6年3月12日	道の駅やまがた蔵王内樹氷ホール
ウ 戦略会議	第1回 令和5年6月7日	オンライン開催
	第2回 令和5年8月30日	遊学館第3研修室
	第3回 令和5年11月27日	遊学館第3研修室
	第4回 令和6年2月20日	霞城セントラル23階高度情報会議室
エ 観光WG	第1回 令和5年5月23日	天童市市民プラザ3階カルチャールーム1
	第2回 令和5年7月7日	オンライン開催
	第3回 令和5年8月23日	霞城セントラル23階高度情報会議室
	第4回 令和5年11月10日	霞城セントラル22階
		山形市民活動支援センター会議室B
	第5回 令和6年1月25日	霞城セントラル22階
		山形市民活動支援センター会議室B
オ 担当者会議	20回	
	(アドベンチャーツーリズム推進事業10回 デジタルマップ事業10回)	

2 受入体制構築事業

【1,625千円】

(1) アドベンチャーツーリズム推進事業【800千円】

Instagramアカウント「山形ドライブ (@yamagata.drive)」の運用。

【実績等】

フォロワー数：1,047名達成（4月12日時点）

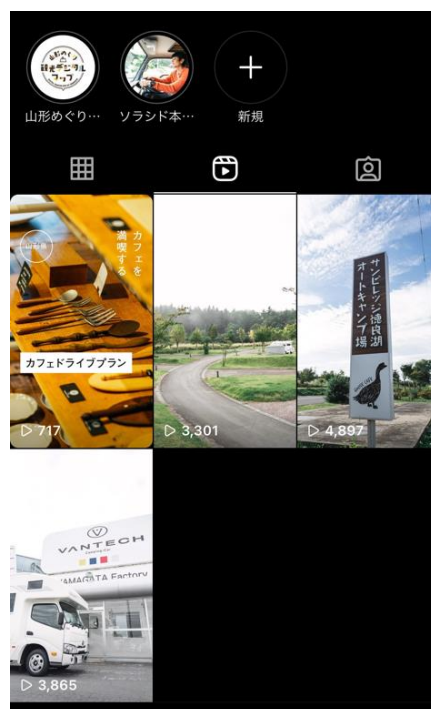
総投稿数：104件（モデルルート含）

モデルルート：5投稿

定例打合せの開催：【毎月第3木曜9時から】オンラインにて実施（計10回）



「山形ドライブ」QRコード



(2) アウトドア推進事業【825千円】

モンベルのジャパンエコトラックやフレンドエリアと連携しアウトドア・スポーツツーリズムを推進する。

【実績等】

ア モンベルフレンドフェアオンライン夏（令和5年7月25日～7月31日）

景品数：24セット

ページ閲覧数：10,200PV（フェア全体中央値：1,900PV）

応募者数：14市町平均1,203人（フェア全体中央値：1,400人）



イ モンベルフレンドフェアオンライン冬（令和6年1月25日～1月31日）

景品数：5セット

ページ閲覧数：7,000PV（フェア全体中央値2,100PV）

応募者数：5市町平均2,420人（フェア全体中央値：2,500人）

※冬季アクティビティ施設のある山形市、上山市、天童市、西川町、朝日町参加



ウ モンベルジャパンエコトラック事業

パッシュファミリー日本周遊イベントの実施（令和5年7月20日@山形市清風荘）



3 観光客誘客事業

【11,755千円】

(1) VISIT YAMAGATA運営事業【7,898千円】

アクセス増のためSEO対策を中心に行い、体験予約の販売等を通じた誘客へつなげる。また、英語圏からのアクセスも増加していることから、英語記事の内容充実や英語圏向けの商品開発・販売強化を図る。

【実績等】

VISIT YAMAGATA各種数値（アクセス数、体験予約数）

年度	R1 (2019)	R2 (2020)	R3 (2021)	R4 (2022)	R5 (2023)
ページセッション数（件）	133,289	378,249	708,887	978,143	1,150,078
ページビュー数(件)	231,209	562,672	1,079,866	1,463,502	1,484,143
記事掲載数(件)	120	147	302	472	515
体験予約成約数（件）(A)	142	204	828	832	1,243
体験予約成約金額（円）(B)	14,500	544,000	5,661,388	2,768,030	4,138,300
体験予約平均単価(円) (B÷A)	@102	@2,667	@6,837	@3,327	@3,329

（２） ７市７町ブランディング事業【３，８５７千円】

ア デジタルマップ事業(1, 207千円)

デジタルマップのスポット増加、プロモーション、M a a Sとの連携模索等

【実績等】

（ア）マップ情報の充実化

スポット登録数：258→475スポット

（令和5年4月公開～令和6年4月12日時点）

マップPV数：31,491件

スポットPV数：29,743件

案内ボタンクリック数：583件

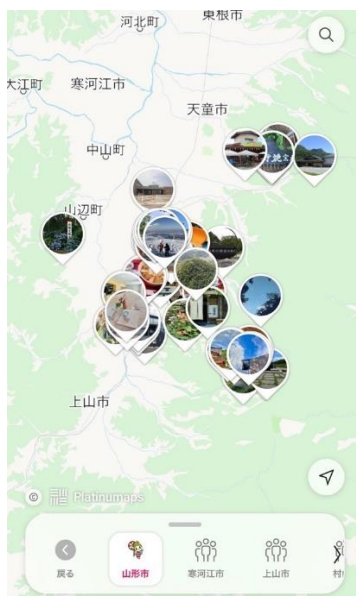
利用ユーザー数：11,120人

仕様変更点：市町別検索カテゴリの追加



「山形めぐり観光デジタルマップ」

QRコード



（イ）「山形の魅力やまもり！スタンプラリー」の実施

（令和5年9月1日～10月31日）

総閲覧数：4,850人

エントリー数：1,474人

特典応募数：284件

景品数：53セット



イベント期間PV：14, 114件

男女別の利用割合：男性41.4%、女性58.6%

年齢層：男女共に50代がトップで次点は40代の利用が多い。

イ 訪日旅行商品企画造成と販売事業

旅行会社と連携したインバウンド向けプロモーションや旅行商品販売促進のほか、在日外国人にむけたプロモーションの実施等

【実績等】

(ア) 冬のコンテンツ造成(1,000千円)

冬のシーズンに蔵王温泉や銀山温泉に滞在する観光客に対して、周辺市町で観光素材の掘り起こしを行い、着地型旅行商品の造成等を行い、滞在時間延伸を図るもの。

受託者であるHISと、7市7町の間でコンテンツ素材の洗い出しから商品造成に取り組んだ。最終的には山形市、寒河江市、上山市、村山市、天童市、東根市、中山町、朝日町の8市町で冬のコンテンツを作成。

(イ) 在日外国人向けプロモーション(1,650千円)

長期滞在型の旅行者をターゲットに欧米豪圏のネイティブ目線でコンテンツの発掘を行い、英字メディア「Tokyo Weekender」での記事を掲載した。

a 2023年8月特別号「Element of Japan」本紙掲載

発行部数：20,000部

配布先：大使館、外資系企業、高級レジデンシャル、インターナショナルスクール、定期購読者等（首都圏300ヵ所以上）

b 「Tokyo Weekender」公式WEBタイアップ記事掲載

PV数：1,361件

UU数：1,124件

（対象期間 令和5年8月22日～12月4日）

c 「Tokyo Weekender」公式Facebookアカウント投稿

インプレッション数：76,780件

リーチ数：58,350件

エンゲージメント数：1,985件

（対象期間 令和5年8月22日～12月4日）

