

山辺町 観光振興計画



山辺町観光協会公式キャラクター

すだまりんちゃん

令和4年12月
山 辺 町

目次

第1章 山辺町における観光振興について	1
第1節 計画策定にあたって	1
第2節 計画の位置づけ	2
第3節 計画期間	2
第4節 計画の策定体制	2
第2章 山辺町の観光を取り巻く動向	4
第1節 国の観光動向	4
第2節 山形県の観光動向	9
第3節 山辺町の観光動向	15
第3章 山辺町が目指す観光振興	22
第1節 目指す姿	22
第2節 現状と課題	23
第3節 アクションプランの全体像	25
第4章 アクションプラン	26
方向性1 情報発信によるPRと人材育成	26
方向性2 「稼げる観光」への取り組み	28
方向性3 観光推進ネットワークの充実	30
数値目標一覧	32
第5章 本計画の推進にあたって	33
第1節 本計画の推進体制	33
第2節 各主体に期待される役割	33
資料編	34
第1節 観光振興計画策定懇話会	34
第2節 観光振興計画庁内関係課調整会議	36
第3節 策定経過	37

第1章 山辺町における観光振興について

第1節 計画策定にあたって

国では、観光を地方創生への切り札、成長戦略の柱と位置付けて各種施策を推進しており、令和元年の訪日外国人旅行者数は 3,188 万人と 7 年連続で過去最高を更新しています。そのような中、新型コロナウイルス感染症の流行により、観光需要が大きく減少し、国内の観光産業に大きな影響を及ぼしています。

また、人々の生活形態や価値観も変化し、ソーシャルディスタンスや密閉・密集・密接の回避、テレワークや時差出勤等の「新しい生活様式（ニューノーマル）」が広まりました。観光分野においても、近隣を観光する「マイクロツーリズム^{*1}」や仕事と旅行を合わせた「ワーケーション^{*2}、ブレジャー^{*3}」等の新しい観光の形が広がってきています。



(上：ニット館「すだまり」、
右：作谷沢地区の水車)



一方、本町では町内外での「つながり」を大切にしながら、これまで積み重ねてきた歴史や取り組みを次の世代に引き継いでいくため、平成 29 年 12 月に今後 10 年間のまちづくりの基本となる「第 5 次山辺町総合計画」を策定しました。

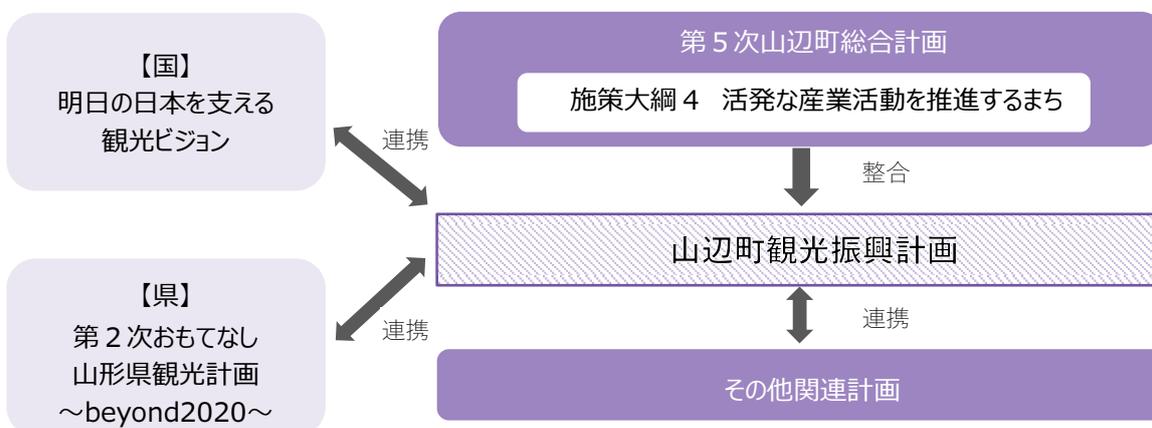
なかでも観光分野においては、まちが誇る「ものづくり」の技術や豊かな自然環境等の様々な観光資源を磨き上げ、町民のおもてなしによる活性化を図る等、町全体としての観光の可能性を高めていくことが必要となっています。

そこで、新たな生活様式等も踏まえながら、本町における観光振興策を明確にし、様々な地域産業の活性化を図るため、「山辺町観光振興計画」を策定します。

-
- *1 マイクロツーリズム：自宅から 1~2 時間程度の移動圏内で観光する近距離の旅行形態のこと。
 - *2 ワーケーション：Work（仕事）と Vacation（休暇）を組み合わせた造語。テレワーク等を活用し、リゾート地や温泉地、国立公園等、普段の職場とは異なる場所で余暇を楽しみつつ仕事を行うこと。
 - *3 ブレジャー：Business（ビジネス）と Leisure（レジャー）を組み合わせた造語。出張先等で滞在時間を延長する等により余暇を楽しむこと。

第2節 計画の位置づけ

本計画は、平成 29 年度に策定した「第 5 次山辺町総合計画」の観光分野の計画として、本町における観光振興の方針や具体的な行動を定めた計画です。また、国や県、そのほか町の関連計画とも連携を図りながら、計画を推進します。



第3節 計画期間

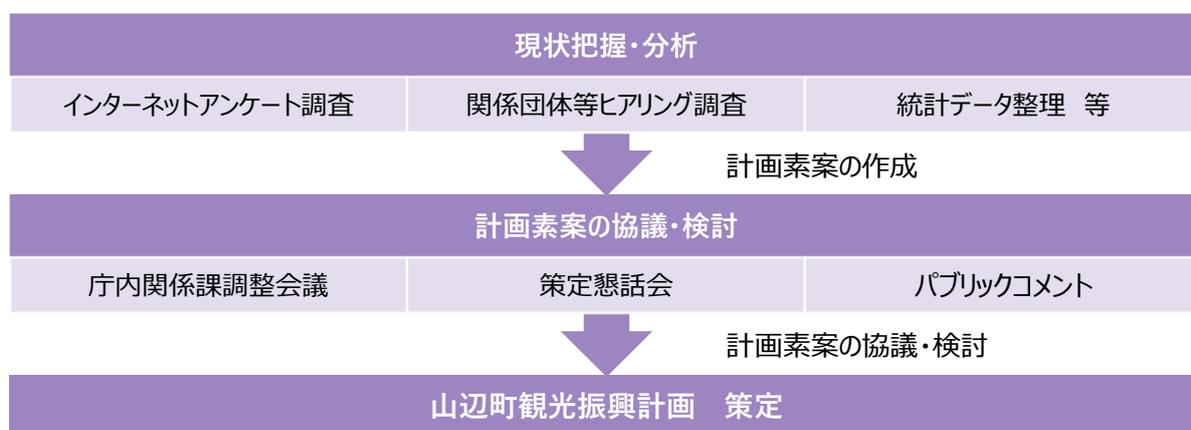
本計画の計画期間は、令和 5 年度から令和 10 年度までの 6 年間とします。ただし、町の状況や観光を取り巻く社会情勢等の変化に対応するため、必要に応じて見直しを行います。

	R5	R6	R7	R8	R9	R10
第 5 次山辺町総合計画	H30~				見直し	次期計画
山辺町観光振興計画						見直し

第4節 計画の策定体制

本計画は、以下の流れで現状把握・計画策定を行いました。

■計画の策定プロセス



■各種調査等概要

●インターネットアンケート調査

本町における今後の観光振興の方向性の検討に向け、町外から見た本町のイメージや興味・関心等を把握するため、インターネットアンケート調査を実施しました。

対 象	・山形県村山地方在住者：223名 ・宮城県仙台市在住者：226名	計 449名
実施方法	インターネットリサーチ（WEB アンケート）	
実施期間	令和3年11月8日（月）～11月10日（水）	

●関係団体等ヒアリング調査

本町の観光振興に関わる現状・課題を把握するため、町内関係団体及び事業者へのヒアリング調査を実施しました。

対 象	町内の観光に関わる関係団体及び観光事業者 9団体 （ニット館 すだまり/県民の森 森林学習展示館/そば処 弁天/山辺温泉保養センター/JAやまがた 山辺果樹部会/ふるさと資料館/オリエンタルカーペット株式会社/畑谷城ガイドの会/嘶館）	
実施方法	対面式による個別ヒアリング調査	
実 施 日	令和3年11月10日（水）/11月12日（金）/11月15日（月）	

●庁内関係課調整会議

観光振興に関わる庁内関係課の課長及び係長から構成される庁内関係課調整会議において、本計画の内容の協議・検討及びその他の必要な事項について協議しました。

●策定懇話会

有識者や商工観光関係者等で構成される策定懇話会において、本計画の内容の意見聴取を行いました。

●パブリックコメント

計画（案）についてパブリックコメントを実施し、町民から幅広い意見を求め、寄せられた意見等を参考とし、計画を策定しました。

第2章 山辺町の観光を取り巻く動向

第1節 国の観光動向

(1) 国の観光施策

国では、平成18年度の「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、平成27年度に「明日の日本を支える観光ビジョン」を策定しました。一方、新型コロナウイルス感染症の流行以降、国内外の観光需要は大きく減少し、観光産業は深刻な影響を受けており、雇用の維持と事業の継続が極めて重要となっています。

国では、事業者への金融支援や雇用調整助成金等の支援策のほか、感染状況等も踏まえてGo Toトラベル事業や地域観光事業支援を実施するとともに、ワーケーション等の普及により旅行需要の平準化を図り、混雑や密を低減させるとしています。

さらに、観光地等の受入環境整備を着実に実施し、国内外の感染状況等を見極めた上でインバウンドの段階的復活に向けた取り組みを推進し、令和12年の目標達成に向け、官民一丸となって観光立国の実現を目指しています。

■「観光先進国」への「3つの視点」と「10の改革」/明日の日本を支える観光ビジョン

3つの視点	10の改革
1 観光資源の魅力を見極め、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
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
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

■令和12年の目標値/明日の日本を支える観光ビジョン

訪日外国人旅行者数	訪日外国人旅行消費額*4	
6,000万人 (平成27年の約3倍)	15兆円 (平成27年の4倍超)	
地方部での外国人延べ宿泊者数	外国人リピーター数	日本人国内旅行消費額
1億3,000万人 (平成27年の5倍超)	3,600万人 (平成27年の約3倍)	22兆円 (直近5年間の平均から約10%増)

*4 旅行消費額：観光客が旅行「前・中・後」において、旅行に起因して消費した金額のこと。「観光消費額」と類義語。

(2) 新しい生活様式・旅行スタイルへの対応

令和2年1月以降、新型コロナウイルス感染症の世界的な流行により、観光需要は大きく減少しており、新型コロナウイルス感染症の感染リスクに対する不安が払拭されるまでは、感染リスクを前提として、感染拡大防止と観光振興の両立を図っていく必要があります。

■日常生活を営む上での基本的な生活様式



(3) 「持続可能な開発目標 (SDGs)」の達成に向けた取り組みの推進



SDGs (エスディージーズ) とは「Sustainable Development Goals (持続可能な開発目標)」の略称であり、平成27年9月に国連サミットの中において採択された国際社会共通の目標です。

17の目標と169のターゲット(具体目標)で構成され、観光分野では有形・無形文化財や自然環境に配慮しながら、地域の雇用や収入を生み出し、各地域の持続可能な発展のための推進力となることが期待されています。

(4) デジタル・AI等のテクノロジーの進化

スマートフォンの登場を契機に情報通信技術 (ICT) が急速に発展し、近年では通信速度の向上とスマートフォンの普及等により、SNSの利用も急速に進んでいます。

観光分野においても、SNS等から個人が容易に観光情報を得ることができ、オンラインによる宿泊施設や交通手段等の旅行予約も普及しています。また、新型コロナウイルス感染症の流行も相まって、対面や接触を避ける観点からオンライン予約が進展していることに加え、AI^{*5}やIoT^{*6}(アイオーティー)を使ったサービスもさらに進化しています。

今後は、AIやIoTを活用しながら、観光客が必要とする情報をタイムリーに提供し、観光資源と観光客を相互に結びつけていくことが重要です。

*5 AI: 人工知能。人間の思考プロセスと同じような形で動作するプログラム。

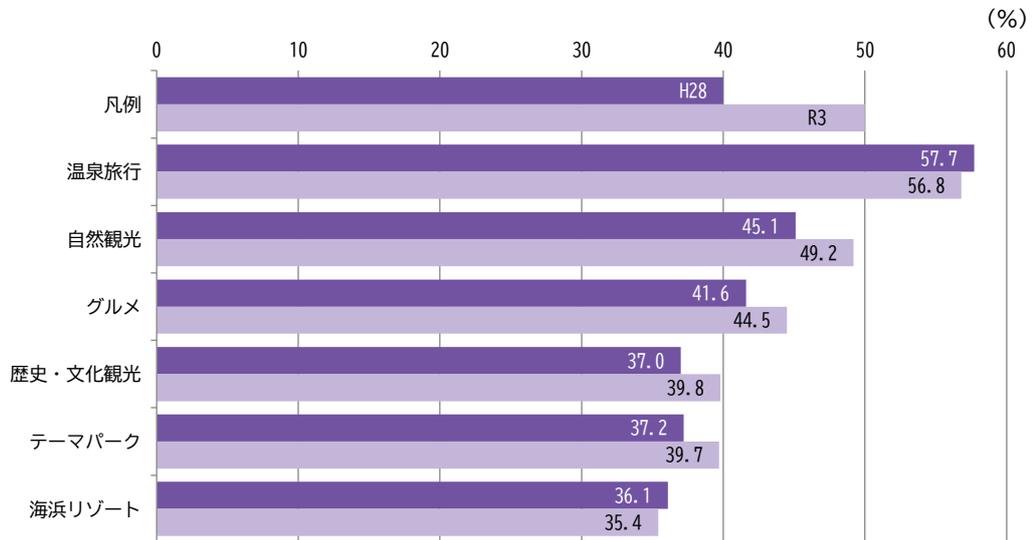
*6 IoT: Internet of Things (インターネット オブ シングス) の略で、様々な物がインターネット経由でつながること。観光分野では観光地での情報発信アプリや多言語翻訳システム等。

(5) 旅行者が求める旅行の目的や観光コンテンツ

自然や歴史、食に関する観光ニーズが高い

行ってみたい旅行タイプについては、「温泉旅行」が半数以上と最も多く、次いで「自然観光」「グルメ」となっています。また、5年前も同様の傾向となっています。

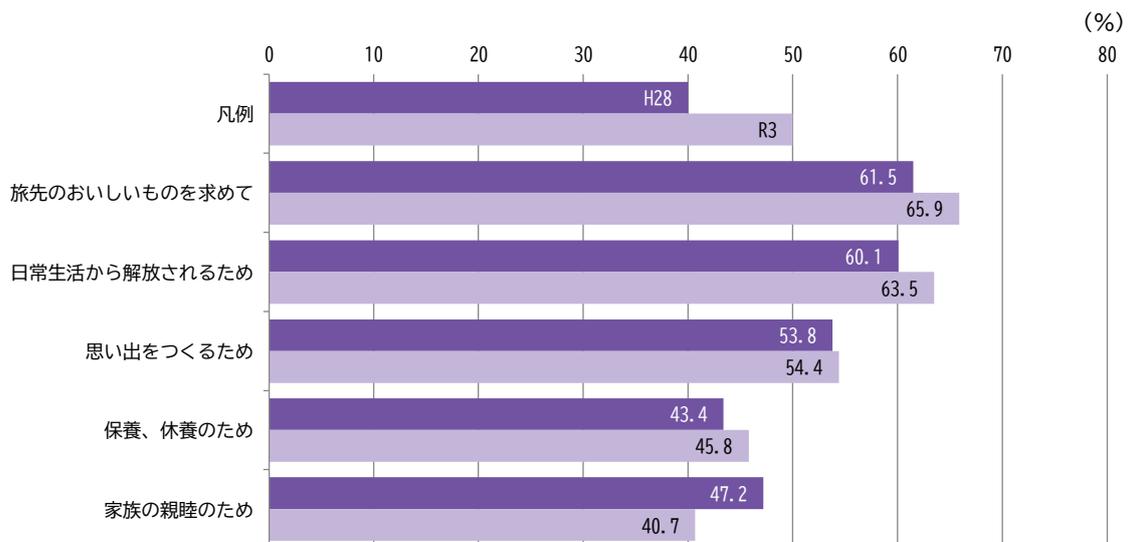
■ 行ってみたい旅行タイプ【38項目中の上位5位】/公益財団法人 日本交通公社「旅行年報」※



※全国 18～79 歳の男女（調査会社のパネルより抽出）を対象とした旅行に関する意識調査
（海浜リゾート：海辺でゆったり過ごす旅行）

旅行の動機については、「旅先のおいしいものを求めて」が6割台と最も多く、次いで「日常生活から解放されるため」「思い出をつくるため」となっています。また、5年前と比較すると、「旅先のおいしいものを求めて」がやや増加しています。

■ 旅行の動機【22項目中の上位5位】/公益財団法人 日本交通公社「旅行年報」

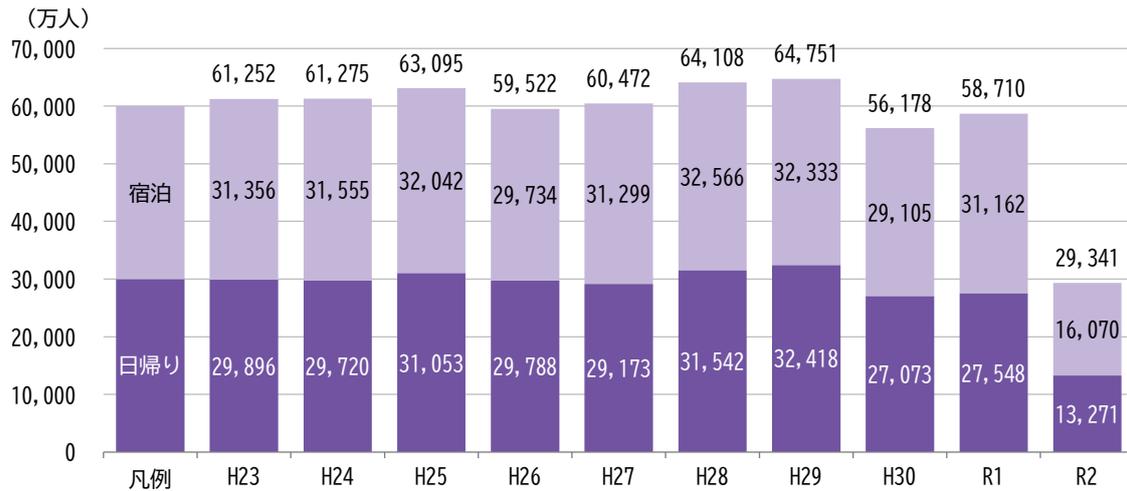


(6) 日本人の国内旅行の状況

旅行者数は停滞もしくは減少傾向、一方で消費額は増加傾向

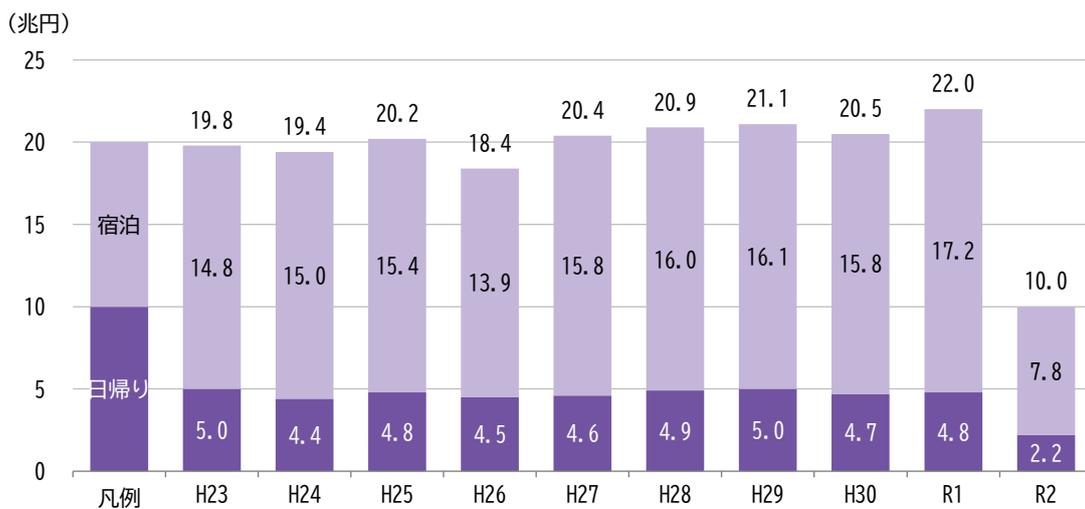
日本人の国内旅行者数はこれまでほぼ横ばいで推移していましたが、平成29年の6億4,751万人をピークに減少傾向となっています。また、令和2年には新型コロナウイルス感染症流行に伴い、旅行の需要が大きく減少し、2億9,341万人と前年の約半分となっています。

■日本人の国内旅行者数の推移/観光庁「旅行・観光消費動向調査」



日本人の国内旅行消費額総額については、令和元年に約22兆円と直近10年以内では最も多くなっているものの、旅行者数同様、令和2年に半分以下にまで減少しています。

■日本人の国内旅行消費額総額の推移/観光庁「旅行・観光消費動向調査」



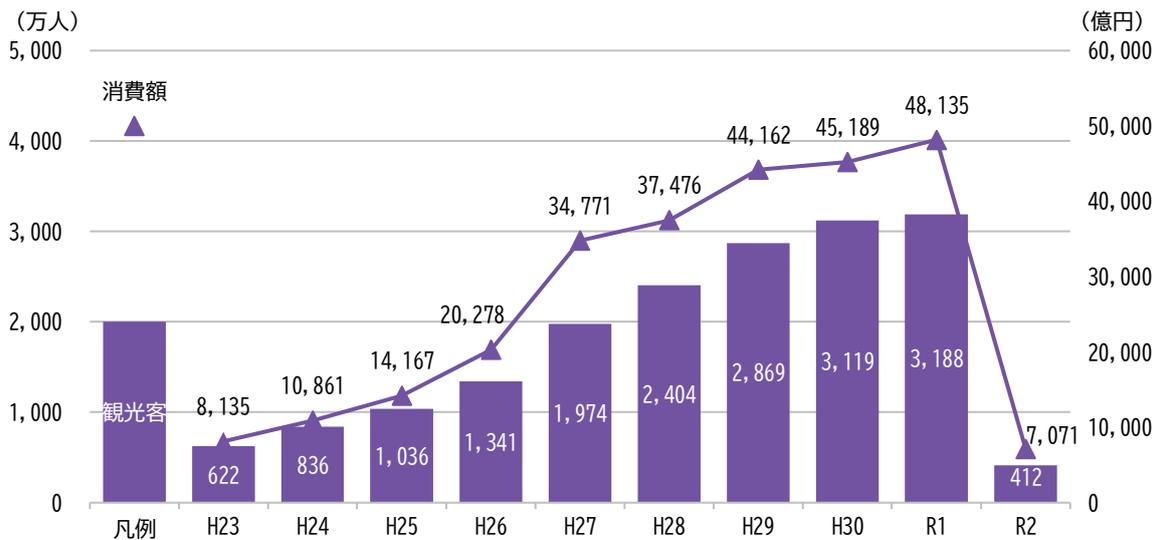
(7) 訪日外国人旅行者の状況

観光客及び消費額ともに増加し、東アジア圏が半数以上を占める

観光目的で来訪する外国人は年々増加し、令和元年には 3,188 万人と増加傾向となっていました。新型コロナウイルス感染症の流行に伴い、令和 2 年には 412 万人と大きく減少しています。

訪日外国人観光客の日本国内における消費額は、平成 26 年以降急速に拡大し、令和元年は、4 兆 8,135 億円となっています。

■ 訪日外国人観光客数及び訪日外国人旅行消費額の推移/日本政府観光局・観光庁「訪日外国人消費動向調査」

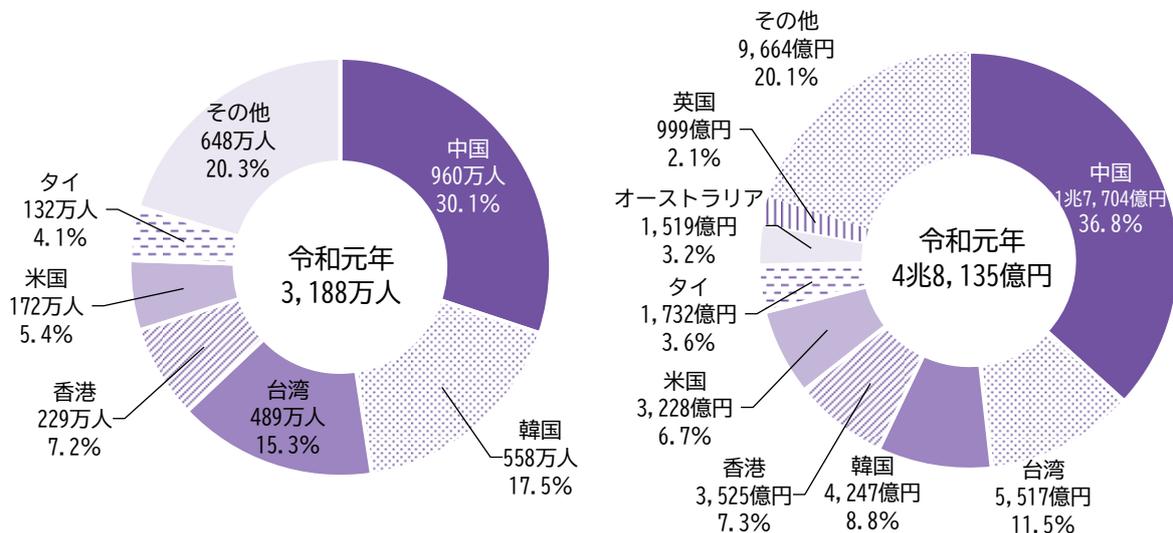


※消費額については、新型コロナウイルス感染症の流行により、令和 2 年の 4-6 月期より調査中止

観光客の国別・地域別内訳をみると、アジアからの来訪が全体の 8 割以上を占め、うち、東アジア圏（中国、韓国、台湾、香港）からの来訪が約 4 分の 3 を占めています。

旅行消費額についても、観光客と同様に中国が最も多く、次いで、台湾、韓国、香港となっています。

■ 国別・地域別の訪日外国人観光客及び消費額の内訳/日本政府観光局・観光庁「訪日外国人消費動向調査」



第2節 山形県の観光動向

(1) 県の観光施策

山形県では、県民の総参加と全産業の参加による観光振興施策の実施を通して、観光による交流人口の拡大を図り、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って、『「観光立県山形」の確立』を目指すため、令和元年度に「第2次おもてなし山形県観光計画～beyond2020～」を策定しています。

■第2次おもてなし山形県観光計画～beyond2020～

基本的施策	リーディングプロジェクト
1 魅力的な観光地域づくり 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 ②国内外から本県への移動手段の確保・二次交通の充実 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 ④観光資源の発掘・磨き上げ、各種ツーリズムの推進	I. ICT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） II. 稼ぐ観光地域づくりによる地域活性化 III. 各種ツーリズムの推進
2 効果的な情報発信（情報でのおもてなし） 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～ 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	
3 観光交流人口の拡大 ①国内誘客の推進 ②インバウンド誘客の推進 ③アウトバウンド*7・相互交流の促進 ④MICE（ビジネスイベント）*8誘致・国際イベントを活用した本県への誘導	
4 観光産業の成長促進による地域活性化 ①観光産業を担う人材の育成・確保 ②観光事業者等の生産性向上 ③DMOの形成・育成の促進・支援 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	

■令和6年の目標値/第2次おもてなし山形県観光計画～beyond2020～

観光消費額*9	日本人の観光消費額	訪日外国人の観光消費額
2,600 億円 (H30 : 2,177 億円)	2,400 億円 (H30 : 2,112 億円)	200 億円 (H30 : 65 億円)

*7 アウトバウンド：観光分野においては、国外へ出かけて行く旅行のこと（海外旅行）。

*8 MICE：企業等の会議（Meeting）、企業等の行う研修旅行（Incentive Travel）、国際機関・団体等が行う国際会議（Convention）、展示会・見本市、イベント（Exhibition/Event）の頭文字のことであり、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベント等の総称。

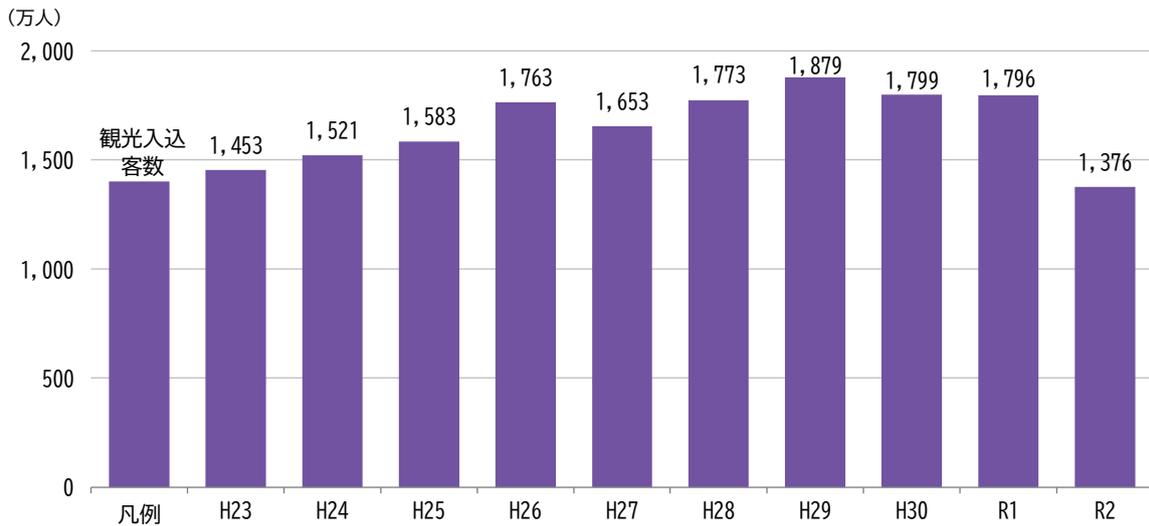
*9 観光消費額：観光客が旅行「前・中・後」において、旅行に起因して消費した金額のこと。「旅行消費額」と類義語。

(2) 日本人旅行者の状況

観光入込客数は近年減少傾向、形態では県外日帰り客が最多

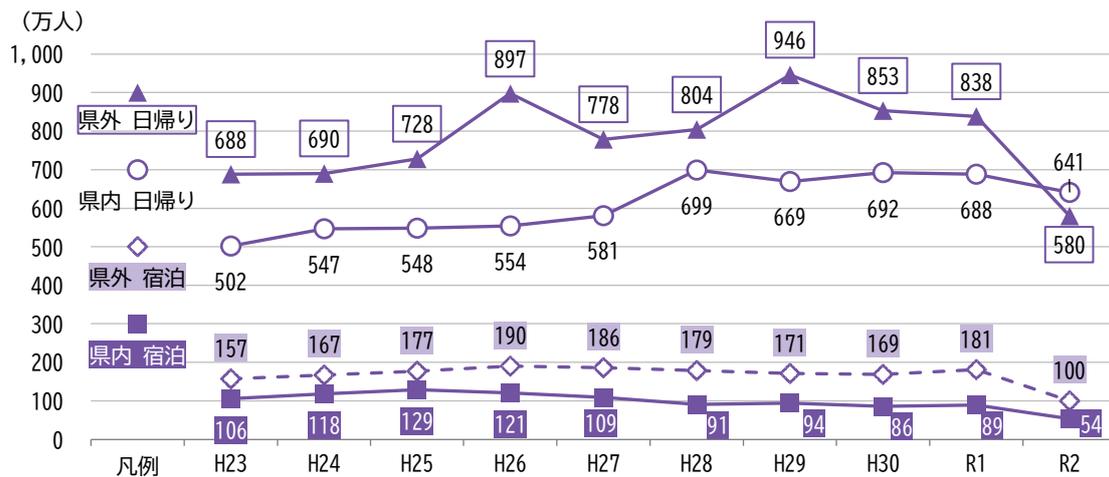
山形県の観光入込客数は、平成 23 年以降増減を繰り返しながら、平成 29 年をピークに減少傾向に転じています。さらに、令和 2 年は新型コロナウイルス感染症の流行により、ピーク時の約 7 割まで落ち込んでいます。

■ 山形県の観光入込客数の推移(実人数)/山形県観光者数調査



山形県の形態別観光入込客数は、平成 23 年から令和元年までは「県外からの日帰り客」が最も多く、平成 26 年から令和元年まで増減を繰り返しながら、全体の 4 割以上を占めています。

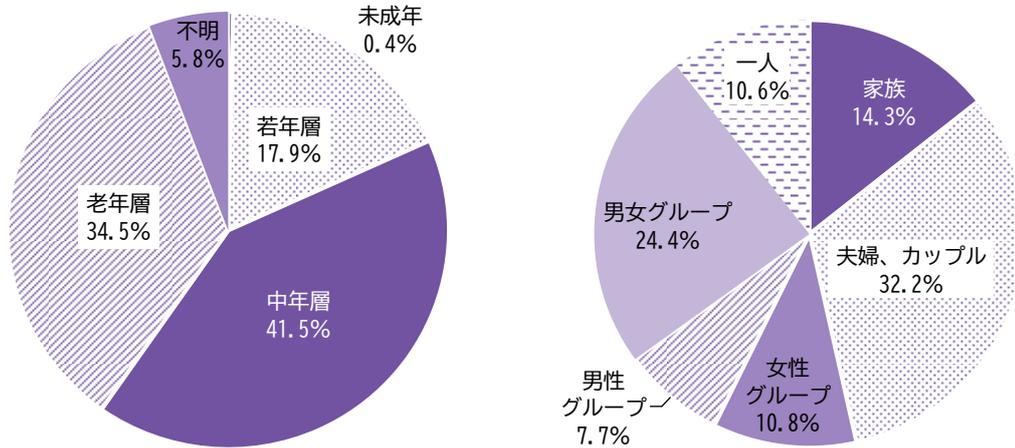
■ 山形県の形態別観光入込客数の推移(実人数)/山形県観光者数調査



年齢層は「中年層」と「老年層」、グループ形態は「夫婦・カップル」

年齢層別観光入込客数をみると、「中年層」が4割以上と最も多く、次いで「老年層」が3割台後半となっています。グループ形態別観光入込客数は、「夫婦・カップル」が最も多く、次いで「男女グループ」「家族」となっています。

■ 山形県の年齢層*及びグループ形態別観光入込客数の割合(直近5年間の平均)/観光予報プラットフォーム

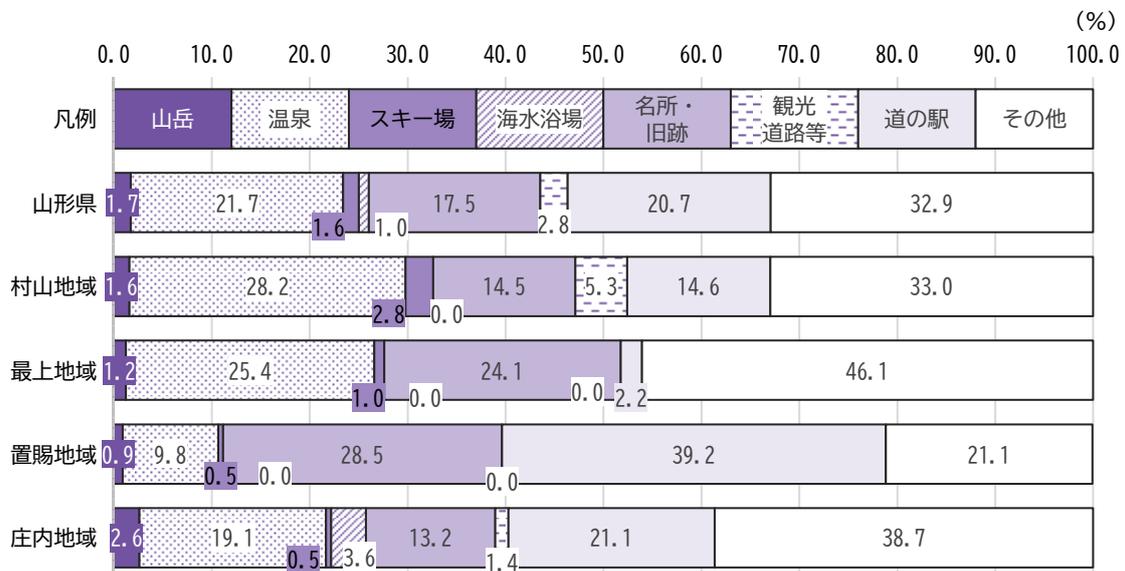


※未成年：19歳以下、若年層：20歳～39歳、中年層：40歳～59歳、老年層：60歳以上

村山地域では、特に「温泉」を目的とした観光が多い

観光地類型別の観光入込客数をみると、山形県ではその他を除くと、「温泉」が最も多く、次いで「道の駅」「名所・旧跡」の順となっています。村山地域ではその他を除くと「温泉」が28.2%と最も多く、「観光道路等」については他の地域に比べて多くなっています。

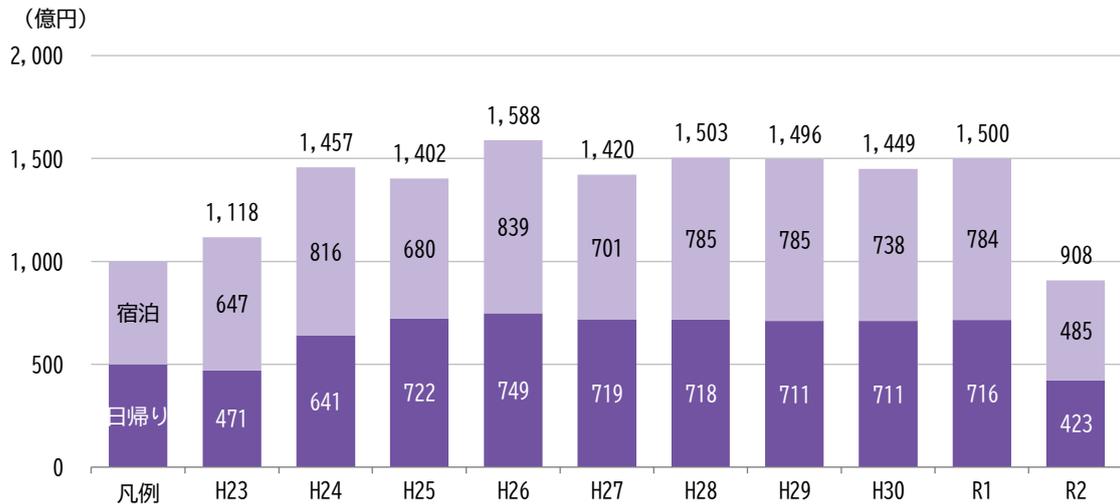
■ 山形県の観光地類型別観光入込客数の割合(令和元年)/山形県観光者数調査



旅行消費額は近年減少傾向、一方、県外からの宿泊旅行者は増加傾向

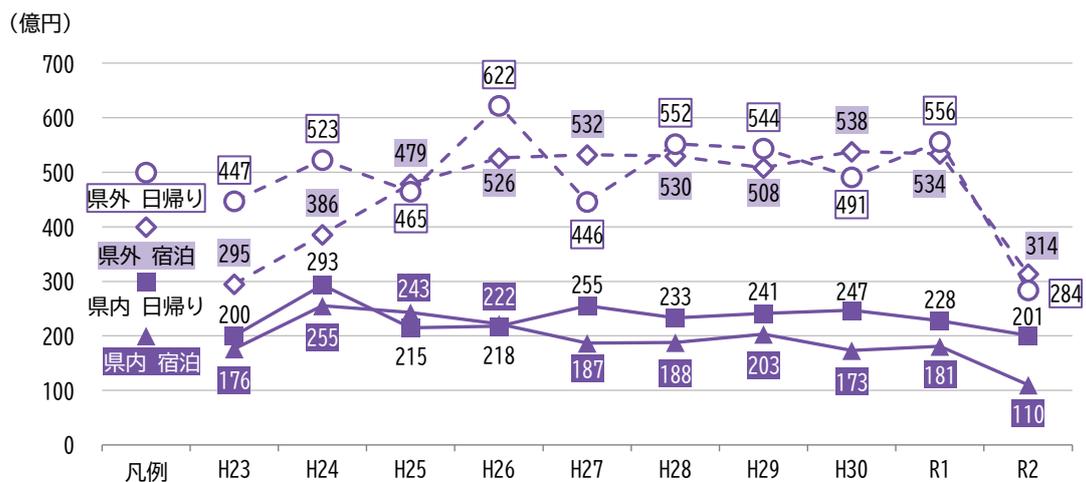
山形県への旅行者の旅行消費額について、「日帰り客」は平成 26 年まで増加傾向となっていたものの、平成 27 年以降はほぼ横ばいとなっています。また、総額は平成 26 年をピークに平成 27 年に一度大きく減少したものの、その後はほぼ横ばいでしたが、令和 2 年には前年の 6 割近くまで大きく減少しています。

■ 山形県への旅行者の旅行消費額総額の推移(日本人・観光目的)/山形県観光者数調査



山形県への形態別旅行者の旅行消費額総額については、県内旅行者は「宿泊・日帰り客」とともに平成 24 年をピークにほぼ横ばいとなっています。また、県外旅行者の「宿泊客」が平成 23 年以降増加傾向にあったものの、令和 2 年には前年比 6 割近くまで大きく減少しています。

■ 山形県への形態別旅行者の旅行消費額総額の推移(日本人・観光目的)/山形県観光者数調査

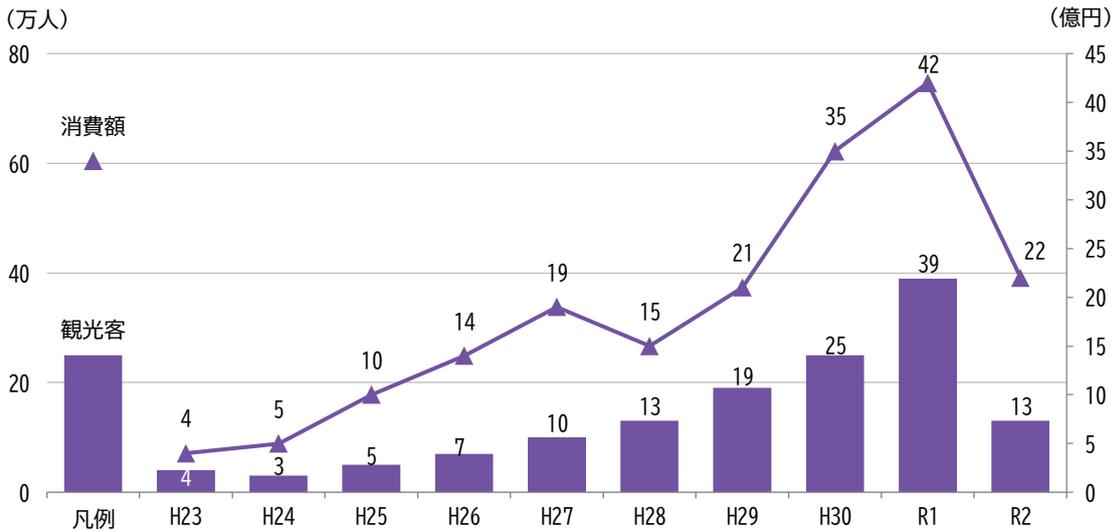


(3) 訪日外国人旅行者の状況

観光客・消費額ともに年々増加し、令和元年がピーク。東アジア圏が半数以上を占める

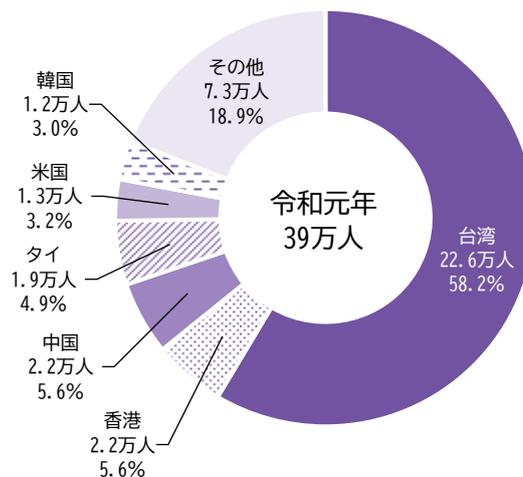
山形県の外国人観光入込客数は、平成 24 年以降増加し、令和元年のピーク時には 39 万人となったものの、令和 2 年には急増前の 13 万人まで大きく減少しています。また、旅行消費額については、平成 23 年は 4 億円でしたが、ピークの令和元年には 42 億円と約 10 倍の伸びとなっています。

■ 山形県の訪日外国人観光客数及び訪日外国人旅行消費額（観光目的）の推移/山形県観光者数調査



山形県での国別・地域別外国人観光入込数をみると、「台湾」が最も多く、次いで「香港」「中国」となっており、全国の傾向と同様に東アジア圏からの来訪が多くなっています。

■ 山形県の国別・地域別外国人観光客の割合/山形県観光者数調査



※国籍不明者が含まれるため、国別・地域別の観光客数を足し合わせた数値と合計が異なります。

(4) 地域別観光入込客数

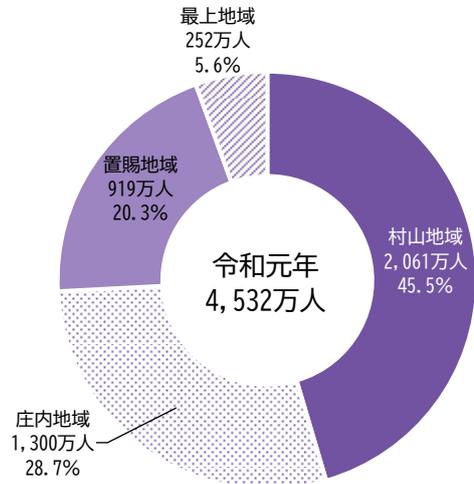
村山地域は県内の地域で最も多いものの、近年では減少傾向

令和元年の地域別観光入込客数をみると、村山地域が約半数を占めており、次いで庄内地域が28.7%、置賜地域が20.3%、最上地域が5.6%となっています。

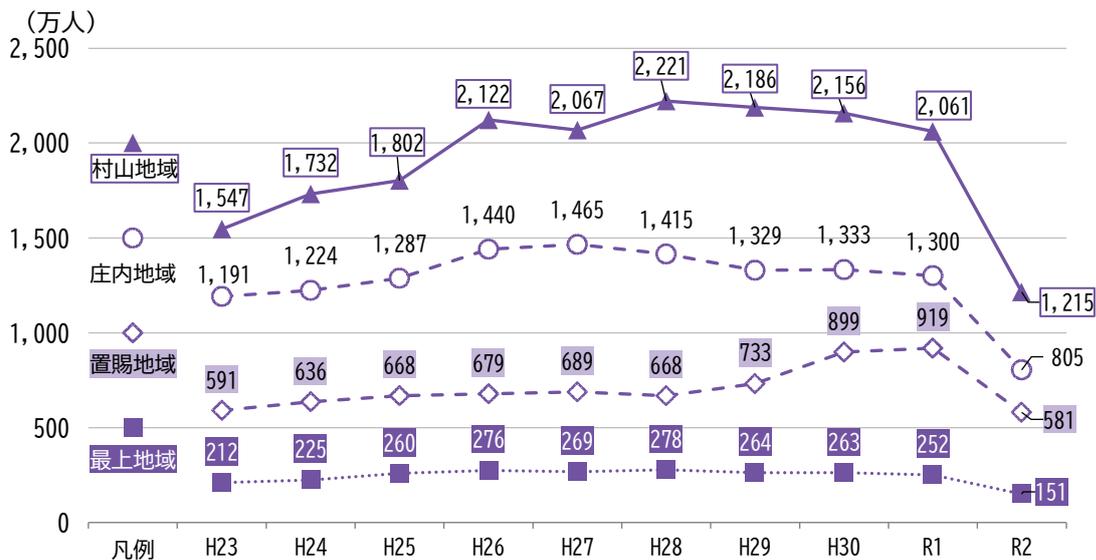
過去10年間の推移をみると、どの地域も平成26年頃までは増加しているものの、その後、庄内地域は減少傾向、村山地域・最上地域も平成28年をピークに減少しています。一方、置賜地域は平成28年から令和元年にかけて、大きな伸びを示しています。

また、どの地域も令和2年には減少しており、特に村山地域で大きく減少しています。

■ 地域別の観光入込客数の割合 / 山形県観光者数調査



■ 地域別の観光入込客数の推移 (訪日外国人旅行者含む) / 山形県観光者数調査



第3節 山辺町の観光動向

(1) 本町の観光の状況

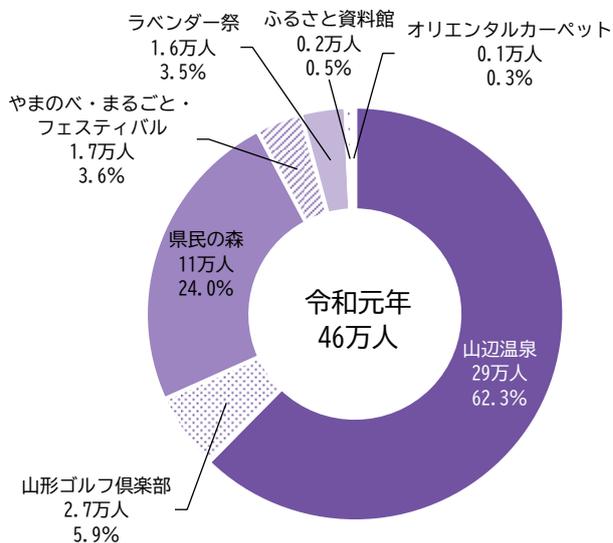
観光入込客数は近年減少傾向、山辺温泉への来訪者が半数以上を占める

本町の観光入込客数をみると、平成 29 年までは 50 万人程度でほぼ横ばいとなっていたものの、近年は減少傾向にあります。

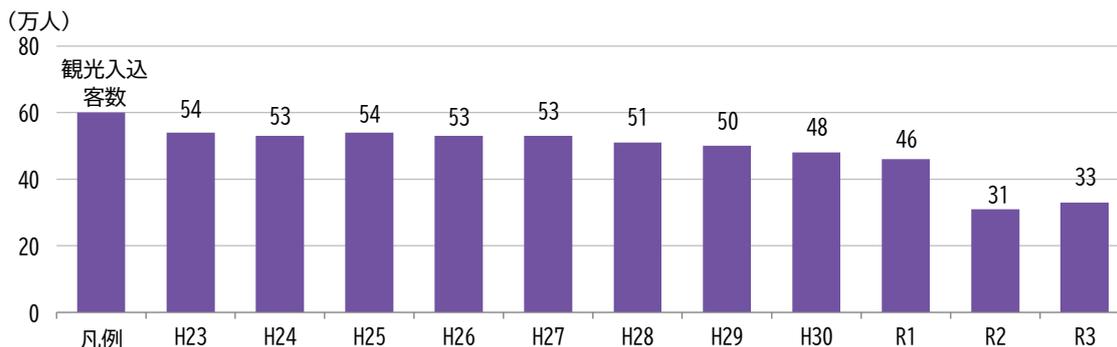
特に、令和 2 年には新型コロナウイルス感染症流行に伴うイベントの中止等により、約 30 万人と大きく減少しています。

また、町内の観光地及びイベント別観光入込客数とその割合をみると、「山辺温泉」が毎年 30 万人前後で半数以上を占めており、次いで「県民の森」が 10 万人台で 2 割台半ばとなっています。

■ 町内の観光地及びイベント別観光入込客数の割合 / 山辺町観光協会



■ 観光入込客数の推移 / 山辺町観光協会



■ 町内の観光地及びイベント別観光入込客数の推移 / 山辺町観光協会

(人)	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3
県民の森	158,500	145,900	140,600	136,200	129,000	118,400	115,600	104,200	111,200	65,800	67,700
山辺温泉	319,600	317,900	325,200	324,600	323,800	311,500	306,000	298,200	289,000	215,800	227,900
山形ゴルフ倶楽部	32,400	32,300	33,900	33,500	34,700	35,000	31,000	27,800	27,500	28,500	32,300
ふるさと資料館	4,000	2,500	3,500	4,100	2,900	3,700	2,900	4,500	2,200	700	1,100
やまのべ・まるごと・フェスティバル	21,000	21,000	21,000	21,000	22,000	22,000	24,300	23,000	16,500	中止	中止
ラベンダー祭	5,000	11,000	9,000	12,000	13,000	13,800	18,000	16,000	16,000	中止	中止
オリエンタルカーペット (工房見学のみ)	2,500	1,600	2,500	1,800	2,000	2,000	1,900	1,900	1,200	300	300

自然風景への観光イメージが強く、夫婦・カップルでの来町が最も多い

本町の観光へのイメージについては、「自然風景」が4割台半ばと最も多く、次いで「食べ物」「特産品」となっています。

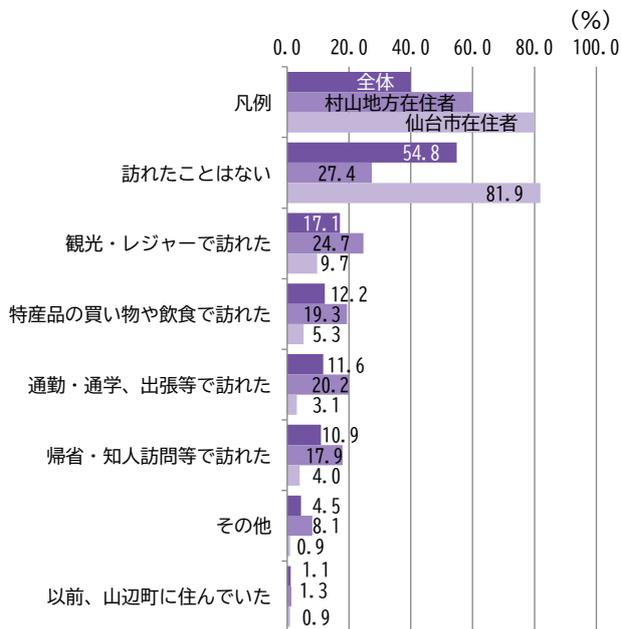
※以降、本計画に記載しているインターネットアンケート調査結果については、複数回答となっています。

町の観光へのイメージ(上位3つ)/インターネットアンケート調査*

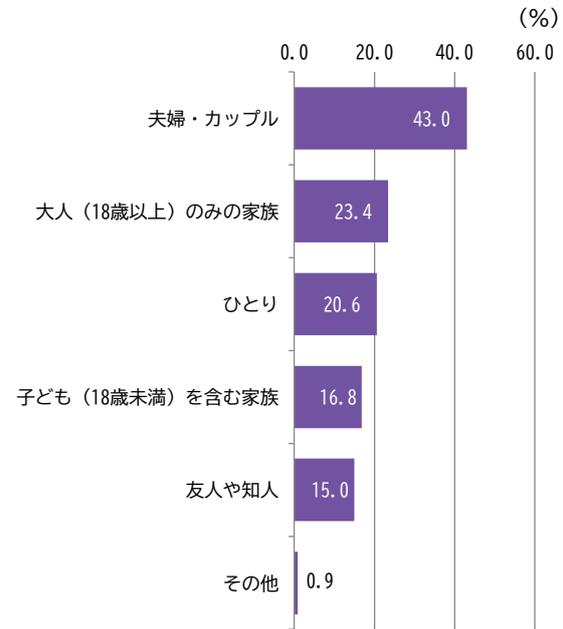
第1位	第2位	第3位
		
自然風景 (44.5%)	食べ物 (22.5%)	特産品 (17.1%)

本町への来訪状況については、「訪れたことはない」が半数以上を占めていますが、観光や買い物等で本町に訪れたことがある方の同行者については、「夫婦・カップル」が4割台前半となっています。

町への来訪状況・目的/インターネットアンケート調査



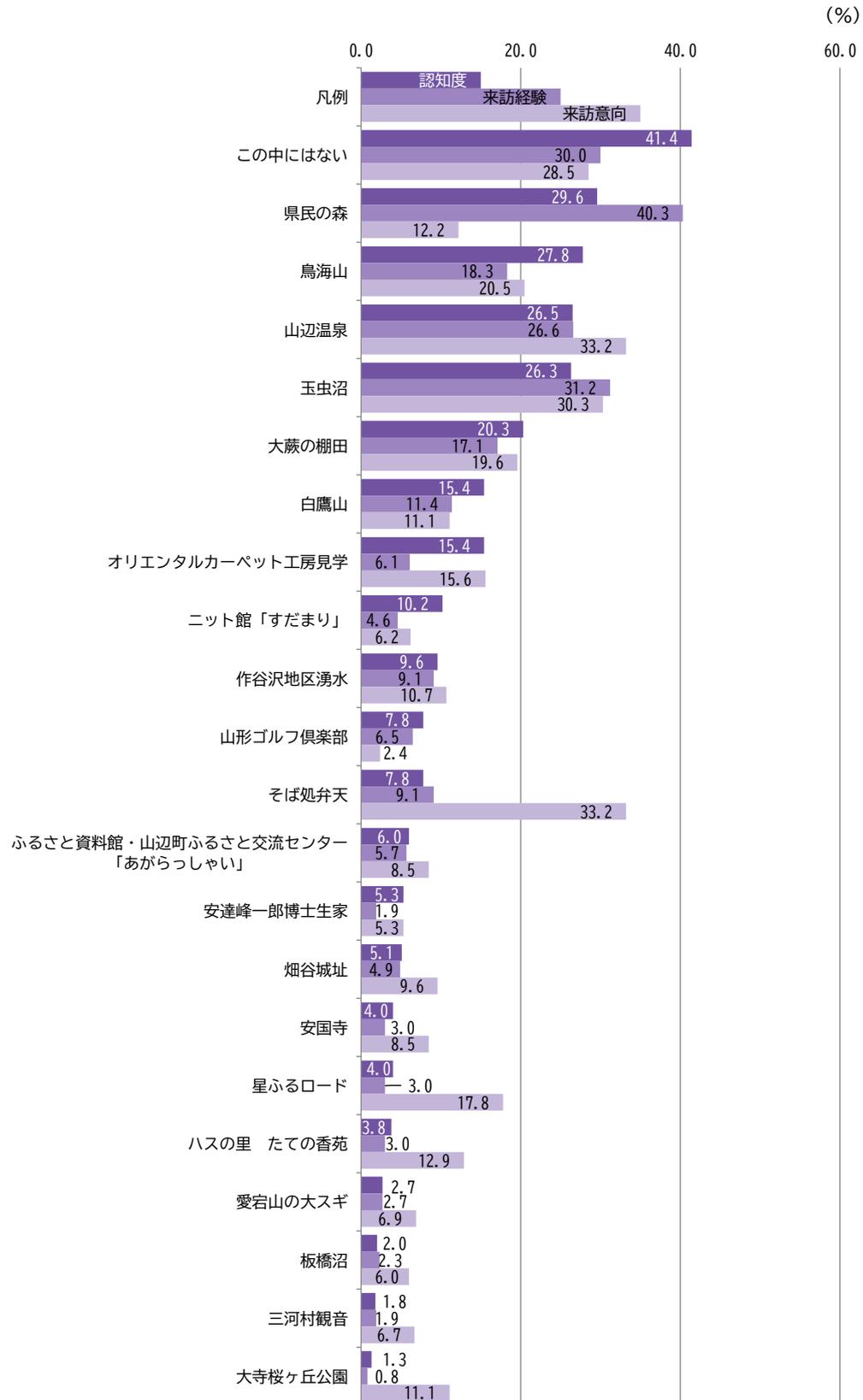
町への来訪時の同行者/インターネットアンケート調査



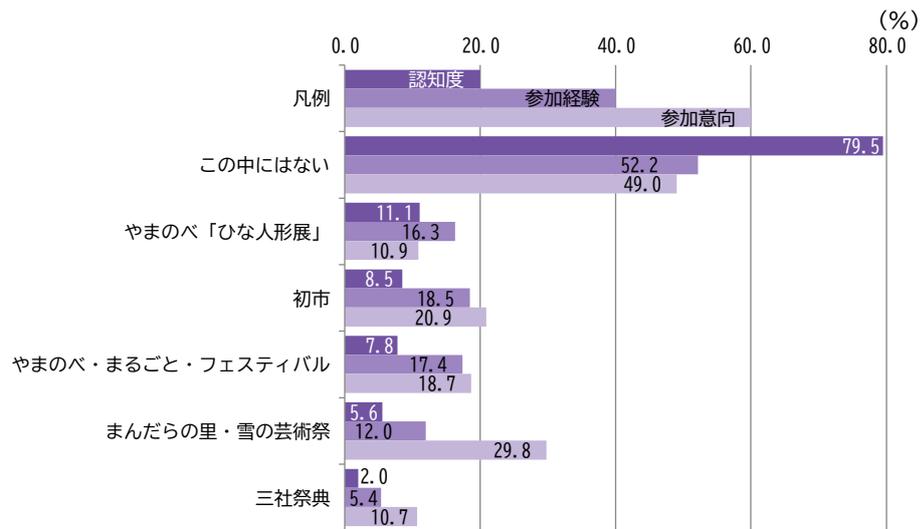
いずれの観光資源も認知度は低いものの、来訪・参加ニーズがある

町内の観光スポット・イベント・特産品のいずれも認知度は低いものの、いくつかの観光資源では来訪・参加意向が認知度や来訪・参加経験を上回っています。

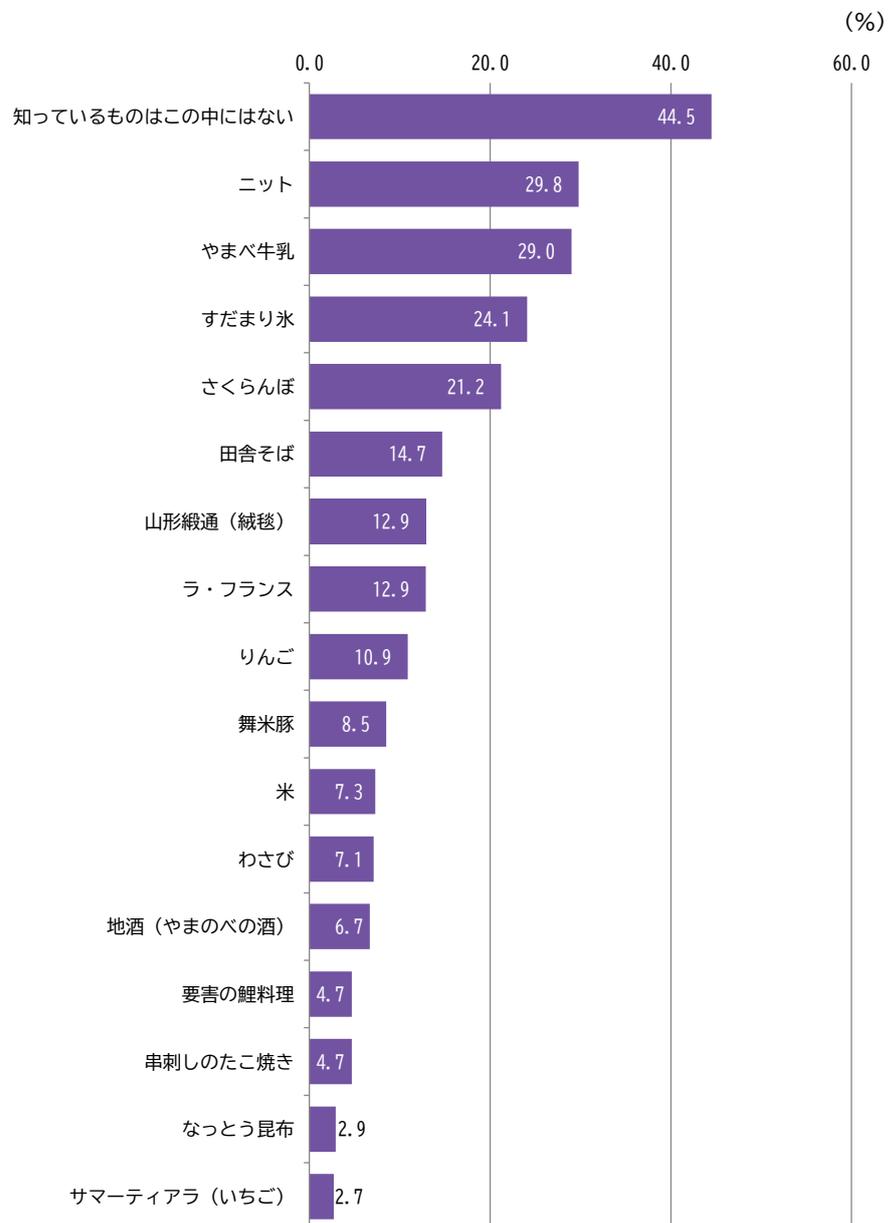
■町内の観光スポットの認知度・来訪経験・来訪意向/インターネットアンケート調査



■ 町内のイベントの認知度・参加経験・参加意向/インターネットアンケート調査



■ 町内の特産品の認知度/インターネットアンケート調査



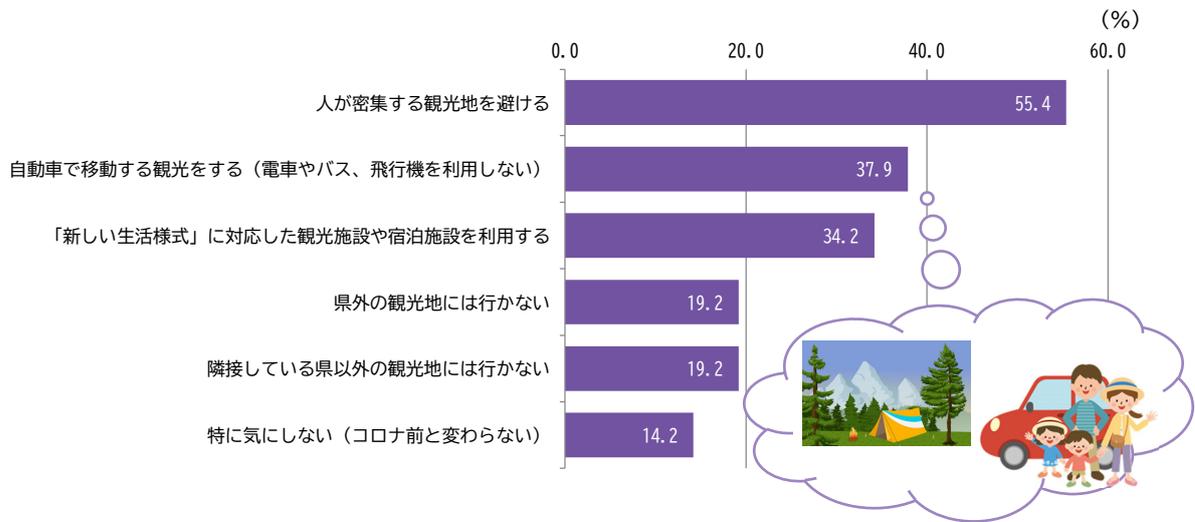
(2) インターネットアンケート調査からみる観光の意識

新しい生活様式への意識とインターネットによる情報収集

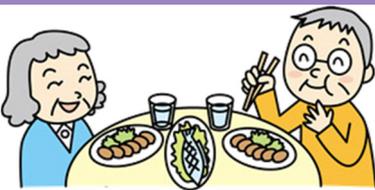
インターネットアンケート調査結果をみると、現在のコロナ禍における観光について、“人が密集する移動手段や観光地”を避ける傾向にあり、食事や買い物、温泉、自然景観を重視して、観光地を選ぶ人が多くなっています。

また、観光に対する情報の入手先では、訪問先や観光協会等のホームページ、旅行予約サイト等、インターネットから情報収集する人が多くなっています。

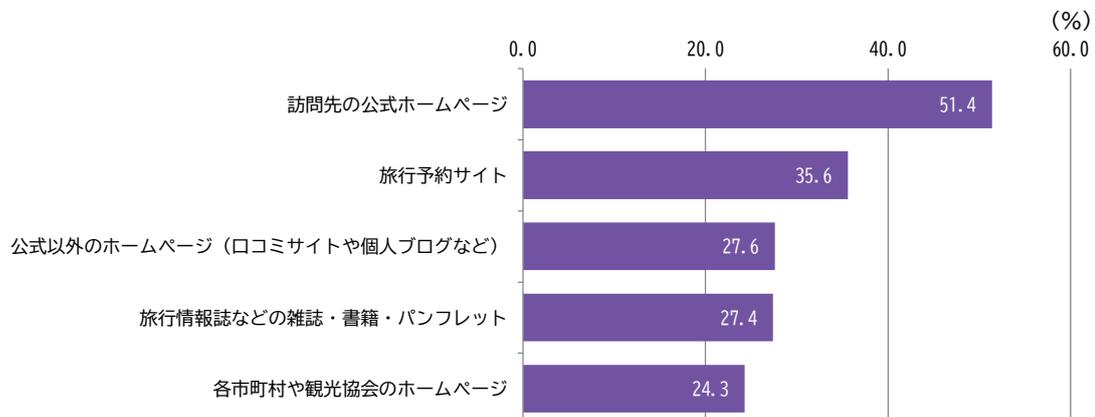
■現在の観光に対する考え方（その他、不明・無回答除く）



■観光地を選ぶときに重視する点

第1位	第2位	第3位
		
食事や買い物・特産品 (61.5%)	温泉 (53.0%)	美しい自然景観や街並み景観 (52.8%)

■観光・旅行に関する情報の入手先（上位5つ）



(3) 関係団体ヒアリング調査からみる本町観光の現状と課題等

■観光や特産品に係る取り組みの現状・課題

- ・集客力を高めるため、情報発信や集客の核となるものが必要。
 - ・町民の観光への意識醸成や小さいころから自然に関わる仕掛けづくりが必要。
 - ・農産物の需要と供給のバランスが保てない。
 - ・特産品を販売する場所の不足。
 - ・農産物の生産者の高齢化。高齢化に伴う後継者の不足。
 - ・今ある資源に付加価値をつけていくことが重要。
- 等

■関係団体等が考える「山辺町のセールスポイント」

- ・絨毯、ニット等のものづくり観光。
 - ・今後、山辺町独自のものを作っていくことも必要。
 - ・畑谷城跡や安国寺、安達峰一郎博士生家、大塚天神古墳等の歴史的遺産。
 - ・農産物。町の特産品としてのPRが必要。
 - ・活力のある人材。
 - ・自然や食のおいしさ、町に根付いた産業・文化。
 - ・町内の人やモノ全て。
- 等

■行政との協働や必要な支援について

- ・町全体のPRや観光に関わる人材育成。
 - ・特産品のPRに向けた支援。
 - ・町民の観光振興への意識醸成と支援。
 - ・様々な分野・部署での連携が重要。
 - ・町民の意識や意見の把握。
 - ・町職員や町民への観光地のPRが必要。
 - ・小中学校等への特産物の提供。
- 等

■他の団体や事業者との連携について

- ・町内外の団体・事業所等と連携して、新たな特産品の開発やイベントの実施。
 - ・町内の事業者の特産品を販売。
 - ・地域活動団体と連携し、発表会や展示を行うことで、集客力を高めたい。
 - ・町内の団体や機関との連携はあまりない。
 - ・加工場との連携をしたい。
- 等

■本町の観光振興・特産品の販売拡大に必要なこと

- ・町が活気づくイベントの開催。
 - ・ふるさと返礼品の充実。(地区の特産品を集めたパック等)
 - ・観光客が気軽に買える特産品。
 - ・観光スポットや施設の連携と周遊性やストーリー性のある観光ツアー等の企画。
 - ・町の特産品の品質維持。
 - ・観光に関わる人材やコーディネートする人の確保・育成。
 - ・観光を推進する体制の強化。
 - ・町でお金を落としていけるような仕組みづくりが必要。
- 等

(4) 観光資源

■主な観光資源一覧

名所・史跡・旧跡
畑谷城址／安国寺／旧山野辺陣屋玄関／三河村観音／武田信安公霊廟／山野辺城址 等
自然・環境・景観等
作谷沢の湧水／大蔵の棚田／県民の森／白鷹湖沼群／白鷹山／玉虫沼／鳥海山／星ふるロード／杉下の大杉（蟠流（ばんりゅう）の大杉）／たての香苑／愛宕山の大杉／水芭蕉群生地 等
温泉・レジャー施設、産地直売所
山辺温泉保養センター／山形ゴルフ倶楽部／ニット館「すだまり」／やまのべ温泉市
農産物、特産物
ニット／山形緞通（絨毯）／舞米豚／さくらんぼ／りんご／ラ・フランス／わさび／リンドウ／ワレモコウ／クリスマスローズ／米／スモモ 等
ものづくり
オリエンタルカーペット社／各ニット事業者
文化施設
安達峰一郎博士生家／ふるさと資料館
食・グルメ
すだまり氷／田舎そば／やまべ牛乳／なっとう昆布／鯉料理／もやしラーメン／ジャンボスイートポテト／串刺しのたこ焼き／地酒／玉虫姫・りんどう／亀の甲せんべい 等
偉人
安達峰一郎（常設国際司法裁判所 所長）／武田勇治郎（童謡詩人）／遠山椿吉（医学博士）
著名人
峯田和伸氏（歌手、町ふるさと観光大使）／シュガーシスターズ（歌手）
キャラクター
すだまりんちゃん（山辺町観光協会公式キャラクター）

■主な行事・イベント

4月	5月	11月	1月	2月	3月
県民の森オープニングイベント	三社祭典	やまのべ・まるごと・フェスティバル	初市	まんだらの里・雪の芸術祭	ふるさと資料館やまのべ「ひな人形展」

第3章 山辺町が目指す観光振興

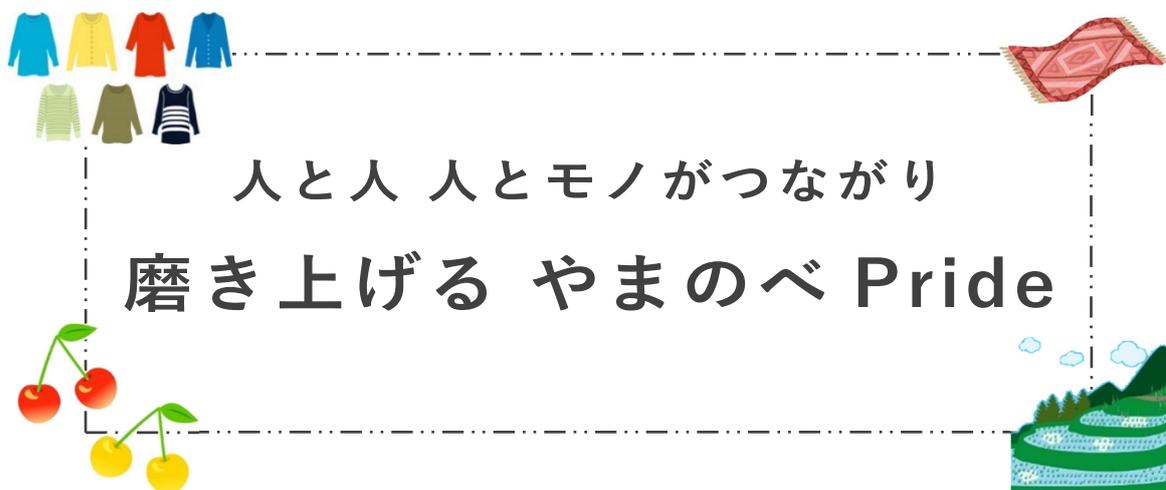
第1節 目指す姿

本町は山形県の内陸部南西側に位置し、県都・山形市に隣接しています。山形駅から約15分、山形中央ICから車で約5分と交通アクセスにも恵まれています。町内には豊かな自然環境とそれらを活かす「ものづくり」の技術・信頼が脈々と受け継がれており、ニット業界に新たな風を吹き込んだ「サマーニット」や国内にとどまらず、世界的にも高く評価されている「山形緞通」、恵まれた自然と作り手のこだわりから作り出された「農産物」、すべてにつながっています。

また、先人たちが歩み、創り上げてきた歴史や、文化芸術・スポーツといった魅力もたくさんあります。さらに、近年では官学連携による様々な取り組みも進められており、新たな観光資源の可能性も広がってきています。

以上のことから、町民の地域への愛着醸成と町外の人への魅力発信に向け、多面的な視点から観光資源をつなぎ活かし、町全体での観光振興を推進します。あわせて、価値観の多様化が求められる中、大蔵地区の棚田の景観、作谷沢地区の湧水やまんだらの里における精神文化等に触れることで、「心の豊かさ」や「癒し・安らぎ」を感じられるような観光振興を図っていきます。

■本町の観光振興が目指す姿



【目指す姿に込められた思い】

昔から脈々と受け継がれてきた「ものづくり」の技術と信頼を守っていくとともに、本町にあるニットや手織り絨毯、サクランボ、大蔵の棚田のほか、たくさんの魅力ある観光資源を点だけでなく線としてつなぎ、町民が持つ気質やプライドを持って、面として町全体で観光振興を作り上げていくという思いが込められています。

第2節 現状と課題

(1) 魅力を町内外へ PRするとともに、観光に関わる担い手の育成が求められています。

本町には歴史文化・自然・特産品・イベント等様々な観光資源が点在しているものの、インターネットアンケート調査結果をみると、観光スポット・イベント・特産品のいずれも「知っているものはない」が最も多くなっています。一方で「山辺温泉」や「まんだらの里・雪の芸術祭」、「三社祭典」等、来訪意向が来訪経験を上回っている資源もあり、町内の観光資源に対する一定のニーズがあることが考えられます。

近年では情報通信技術の急速な発展により、個人が容易に観光情報を得ることができるようになっており、インターネットアンケート調査では、観光に関する情報の入手先について、訪問先や観光協会等のホームページ、旅行予約サイト、クチコミサイト等が多くなっています。

また、町の観光振興を担っている関係団体へのヒアリング調査では、町の観光振興を進めていく上で必要なこととして「町全体の PR」のほか、『町民や観光に関わる人が町を知ること』や『町の観光資源をコーディネートする人材』が求められています。

以上のことから、町内にある様々な観光資源の魅力が十分に知られていないことが課題の一つであり、それぞれの取り組みに応じてターゲットやターゲットが利用する情報媒体を把握・充実し、効果的な情報発信を進めていくことが必要となっています。

さらに、町全体での観光振興を進めていくため、町民の観光に対する意識醸成とその中から実際に町の観光振興を進めていく人材を確保・育成していく必要があります。

(2) 町の持続可能な発展に向け、観光による地域経済の活性化が必要です。

本町の観光入込客数は平成 29 年までほぼ横ばいとなっていたものの、減少傾向となっています。近年は本町だけでなく、全国・山形県においても同様の傾向となっており、全国的に観光産業の回復が重要となっています。一方で「マイクロツーリズム」や「ワーケーション・ブレッジャー」といった現在のコロナ禍に対応した新たな観光スタイルも広まっています。

また、旅行者が求める旅行目的・コンテンツをみると、「温泉」や「自然」、「食」に関する観光ニーズが高くなっています。インターネットアンケート調査においても、観光地を選ぶときに重視する点として「食事や買い物・特産品」が半数以上と最も多く、町内の観光スポットの来訪意向についても「山辺温泉」や「玉虫沼」、「鳥海山」が多くなっています。

さらに、まちづくりを進めていく上で重要な視点となる「持続可能な開発目標 (SDGs)」について、観光分野では有形・無形文化財や自然環境に配慮しながら、地域の雇用や収入を生み出し、地域の持続可能な発展のための推進力となることが期待されています。

以上のことから、今後も町の持続可能な発展に向けて、情報発信による地域資源の周知を図るとともに、観光客のニーズ等を把握しながら、一つ一つの地域資源の発掘・磨き上げ・連携を進め、「稼げる観光」として地域経済の好循環に波及させていく必要があります。

(3)町内外とのつながりを深め、広くかつ深く観光振興を進める体制の構築が必要です。

本町が位置する村山地域では、村山地方7市7町による観光振興組織を立ち上げ、広域圏における滞在型観光やブランド化等の共通課題の解決に向けた事業展開を進めています。村山地域は山形県に訪れる観光客のうち約半数を占めており、特に「温泉」を目的とした観光が最も多くなっています。一方で、インターネットアンケート調査結果をみると、本町への「来訪経験がない」が5割台となっており、村山地域在住者においても2割台後半と最も多くなっています。

また、関係団体へのヒアリング調査では、町内外の団体・事業所が連携した新たな特産品やイベントの実施も検討されており、連携体制の構築を支援していくことも重要です。

さらに近年、自分が生まれた故郷や特定の自治体の地域活性化を応援することができるとして注目されている「ふるさと応援寄附（ふるさと納税）」について、本町では町内の農畜産物や繊維製品等の特産品、ゴルフ利用券・温泉券といった体験コンテンツ等を記念品（返礼品）とすることで、特産品のPRと地域ブランドの確立に取り組んでいます。

以上のことから、今後は近隣自治体や町内外の事業者等と連携を図りながら、感染拡大防止と観光振興を両輪として進めるとともに、県外、そして海外とより広く集客していくために、広域的な観光振興の中で役割分担を踏まえた取り組みの充実が必要です。

さらに、ふるさと応援寄附を通して、農産物や地場産品、観光スポット等を紹介することで町の魅力を全国に発信し、新しい来訪者につなげる等の交流・関係人口の拡大による観光振興を図っていく必要があります。



(いつでもニット selection)

人と人 人とモノがつながり 磨き上げる やまのべPride

方向性1 情報発信によるPRと人材育成

- (1) 効果的な観光情報の発信
- (2) 観光に関わる人材の育成



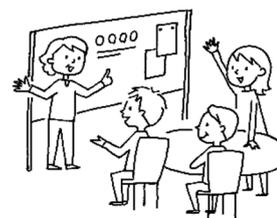
方向性2 「稼げる観光」への取り組み

- (1) 観光ニーズ・素材等の洗い出し・整理・公表
- (2) 特産品の活用及び開発の支援
- (3) イベントの充実



方向性3 観光推進ネットワークの充実

- (1) 広域観光のさらなる推進
- (2) ふるさと応援寄附との連携
- (3) 町内外団体・事業者との連携等



第4章 アクションプラン



方向性Ⅰ 情報発信によるPRと人材育成

本町には、様々な観光資源があるものの、魅力が十分に知られていない状況となっており、そのため、本町に訪れた人が旅行前・旅行中に必要な観光情報を得ることができ、町内回遊の促進につながるよう、情報発信力を強化します。

また、本町の特性や魅力を幅広く伝えるためには、町民の理解と担い手の存在が不可欠であり、地域が一体となっておもてなしの受け入れ体制を構築することが必要です。そのため、町内の団体・個人等が観光分野に参画するきっかけづくりや小学生の頃から郷土の魅力（歴史・文化・地域産業等）について理解を深める「ふるさと教育」の推進に取り組みます。さらに、町の魅力向上に向け、関係団体等の観光振興を推進する人材の育成を図ります。

(1) 効果的な観光情報の発信

■具体的な取り組み

取り組み・事業名	事業概要・方向性	R5	R6	R7	R8	R9	R10	担当課・係
SNSやメディア等の積極的な活用	町及び町観光協会のHP・SNSの活用と、新聞・テレビ番組への情報提供、取材協力	情報の収集と発信						政策推進課情報統計係 産業課商工観光係
		媒体・内容の見直し						
観光パンフレットの定期的な更新	観光トレンドや町内の観光資源等の状況を踏まえた観光パンフレットの定期的な更新	適宜見直し・配布・活用						産業課商工観光係
観光案内の充実	ふるさと交流センター、羽前山辺駅等での観光に関する案内・説明	案内方法や内容の充実						産業課商工観光係
まちなか回遊性の向上	町内の主な観光スポット、史跡等への誘導表示や案内看板等の保全・整備	実態把握						教育課社会教育係 産業課商工観光係
		適宜保全・整備						
ふるさと観光大使・観光キャラクターの活用	ふるさと観光大使との連携及び観光キャラクターの活用	観光大使との連携						産業課商工観光係
		観光キャラクターの活用方法の検討・実施						

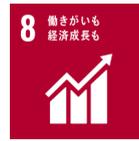
(2) 観光に関わる人材の育成

■具体的な取り組み

取り組み・事業名	事業概要・方向性	R5	R6	R7	R8	R9	R10	担当課・係
観光に関する意識の醸成	観光振興に関する講演会等の開催	講演会等の実施方法の検討・開催						産業課商工観光係
ふるさと教育の推進	学校等におけるふるさと教育の推進	ふるさと教育の推進						教育課学校教育係
観光に関わる担い手の育成支援	観光ボランティアやガイド活動への支援	ボランティア、ガイド活動への支援						産業課商工観光係



(ふるさと資料館・山辺町ふるさと交流センター「あがらっしゃい」)



方向性2 「稼げる観光」への取り組み

本町には、豊富な「自然」をはじめ、古くから受け継がれてきた「ものづくり」の技術、自然の恩恵を受けた「農産物」等の特産品があります。今後はこれらの観光資源と来訪者の属性・ニーズ等を把握しながら情報の収集・整理を通して、地域資源の発掘・さらなる磨き上げに取り組めます。

また、本町では歴史資源、季節や地域の魅力を伝えることができる祭り・イベントが行われており、これらの催しを持続的に開催できるよう支援するとともに、特産品を活用し、地域の魅力をつなぎ、来訪者が気軽に楽しめる新たな取り組みを地域とともに創出し、来訪者の増加と地域経済の好循環を図ります。

(1) 観光ニーズ・素材等の洗い出し・整理・公表

■具体的な取り組み

取り組み・事業名	事業概要・方向性	R5	R6	R7	R8	R9	R10	担当課・係
観光に関する情報・統計の分析	来訪者の属性や観光ニーズ等の把握と各種観光情報、統計の収集、分析	観光動向や統計データ等による現状把握・分析						産業課商工観光係
		来訪者の属性や観光ニーズ等の把握・調査						
		観光案内時におけるアンケート調査						
		次期計画策定への情報整理						
観光メニューの試験的な開発	誘客促進及び町内での滞在時間の増加につながる新たな観光メニューの試験的な開発とその評価と検証	他市町の事例把握・調査						産業課商工観光係
		企画・検討			評価・検証			
		プレツアー実施						



(玉虫沼)

(2) 特産品の活用及び開発の支援

■具体的な取り組み

取り組み・事業名	事業概要・方向性	R5	R6	R7	R8	R9	R10	担当課・係
観光パンフレット等によるPR強化	観光パンフレット及びHP等の特産品情報の定期的な更新による特産品のPR強化	適宜更新・配布・活用						産業課商工観光係
生産者と消費者をつなげる取り組み等の支援	農産物やニット製品等の生産者の売上げ向上につながる産直活動の支援	産直関係団体との連携・支援の強化						産業課農政係、商工観光係
特産品開発への支援	6次産業化の促進や特産品の開発及びPRへの支援	関係団体等との連携・補助金等の支援						産業課農政係、商工観光係

(3) イベントの充実

■具体的な取り組み

取り組み・事業名	事業概要・方向性	R5	R6	R7	R8	R9	R10	担当課・係
各種イベントの開催支援	やまのべ・まるごと・フェスティバル等各種イベントへの支援	既存イベント実施への支援						産業課商工観光係
		住民主体の新たなイベント実施への支援						



(やまのべ・まるごと・フェスティバル)



方向性3 観光推進ネットワークの充実

本町は村山地域の市町で構成する広域の観光振興組織に参画し、地域内の周遊観光や情報発信、ブランド化等の事業を推進するとともに、町内観光資源の付加価値を高めています。また、町内外の団体・事業者が連携し、新たな特産品の開発やイベントのほか、「ふるさと応援寄附」等を活用した特産品のPR・地域ブランドの確立に取り組んでいます。

今後も町内事業者をはじめ、町外事業者や地域間の連携強化により、多様な事業展開や広域連携による観光振興を進め、行政や関係機関・団体、事業者間の連携を深めていきます。さらに、「ふるさと応援寄附」を活用しながら、特産品や町の魅力を発信し、“山辺ファン”の増加による交流・関係人口の拡大を目指します。

(1) 広域観光のさらなる推進

■具体的な取り組み

取り組み・事業名	事業概要・方向性	R5	R6	R7	R8	R9	R10	担当課・係
広域観光の推進	DMO さくらんぼ山形、やまがた広域観光協議会等との連携強化・事業推進							産業課商工観光係

(2) ふるさと応援寄附との連携

■具体的な取り組み

取り組み・事業名	事業概要・方向性	R5	R6	R7	R8	R9	R10	担当課・係
新たな記念品(返礼品)の開発	既存の特産品の整理や新たな記念品の開発							政策推進課総合戦略係

(3) 町内外団体・事業者との連携等

■ 具体的な取り組み

取り組み・事業名	事業概要・方向性	R5	R6	R7	R8	R9	R10	担当課・係
友好都市との経済交流促進	友好都市「日立市」との経済交流	イベントや特産品による交流						産業課商工観光係
観光振興に係る団体・事業者等との連携支援強化	イベントへの出展支援・情報提供、補助金等による支援、町観光協会の体制等強化	出展者情報のデータベース化		出展者と出店情報のマッチング強化				産業課商工観光係
		会員の連携強化及び町観光協会の体制等の強化						
多様な関係団体との観光振興に係る協働	プロスポーツ団体等との事業連携、支援等	共同イベントの開催支援						教育課スポーツ振興係 産業課農村整備係、商工観光係



(山形県観光物産市)

数値目標一覧

効果的かつ効率的に計画を運用していくため、アクションプランを基に各事業を推進するとともに、計画の進捗状況を定量的に評価する指標として「数値目標」を定めます。

(1) 観光入込客数の増加

1年間に本町を訪れる観光客を令和3年度の329,300人から、令和10年度に約70,000人増の400,000人を目指します。

指標	現状	数値目標					
	R3	R5	R6	R7	R8	R9	R10
観光入込客数	329,300人	令和10年度まで400,000人(回復目標)/500,000人(成長目標) [※]					

※本計画策定時の社会情勢を踏まえ、コロナ禍以前の水準まで回復することを目指す「回復目標」を基本としつつ、あわせて上位計画との整合性を図るための「成長目標」を設定します。

(2) “山辺ファン”の増加

町の特産品や魅力を積極的に発信していき、各種情報発信媒体の利用者数や「ふるさと応援寄附」の記念品登録件数の増加を図ります。

指標	現状	数値目標					
	R3	R5	R6	R7	R8	R9	R10
Twitter フォロワー数 (町観光協会公式)	54人	令和10年度まで1,000人					
Instagram フォロワー数 (町観光協会公式)	150人	令和10年度まで1,200人					
町観光協会公式 HP 閲覧数	41,190pv	令和10年度まで50,000pv					
ふるさと応援寄附の 記念品登録件数	426件	令和10年度まで470件					

(3) 町民の観光振興への意識醸成

本町の観光振興を持続的に進めることができるよう、町民一人ひとりの観光振興への意識醸成を図るために、観光に関する情報提供や共有の機会を創出します。

指標	現状	数値目標					
	R3	R5	R6	R7	R8	R9	R10
観光への意識醸成に係る講演会等の実施回数	未実施	令和10年度まで3回以上					
観光入込客数や動向等の観光に係る情報の公開	未実施	2回	2回	2回	2回	2回	2回

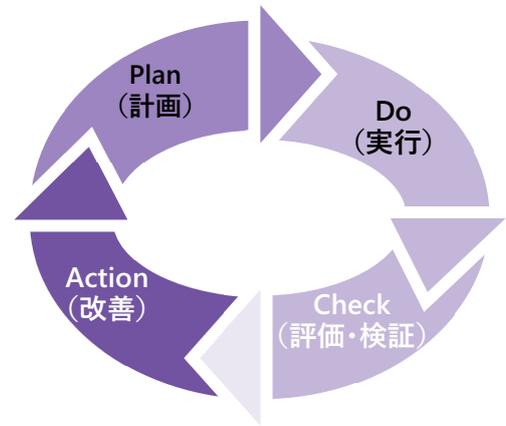
第5章 本計画の推進にあたって

第1節 本計画の推進体制

本町の観光施策を戦略的、かつ効果的に推進していくためには、町民や観光関係団体・事業者、行政の各主体が協働で取り組むことが重要です。そのため、本計画を町全体で共有し、各主体が一体となった施策の実施に努めます。

あわせて、本計画の実行、評価・検証、改善を促していく「PDCA サイクル」に沿って進行管理を行い、実効性の高いものとしていきます。

■ PDCA サイクル



第2節 各主体に期待される役割

本計画の推進にあたっては各主体が向かうべき方向性を共有し、役割を明確化しながら、相互に連携していく必要があります。

(1) 町民

- ・ 町民一人ひとりが、本町の自然、歴史、文化、産業、食等の地域資源について再認識し、それらに対して誇りや愛着を持つことで、地域の魅力を自分たちで作り上げる機運の醸成に取り組みます。
- ・ 来訪者をあたたかく迎える気持ちが本町の活性化につながるという認識を持ち、「おもてなし力」を向上させ、町民全体で観光振興を図ります。

(2) 観光関係団体・事業者

- ・ 町商工会や町観光協会等の関係団体、そして各事業者は本町の観光によるまちづくりを担う主導的な立場にあります。それぞれの得意分野を活かし、イベントや特産品開発等を通して、地域観光を盛り上げるとともに「稼げる観光」の確立を目指します。
- ・ 連携、協力体制の充実を図り、他産業との交流を促進します。

(3) 行政(町)

- ・ 観光に関する統計・情報を整理し、観光によるまちづくりに活かします。
- ・ 町民主体の観光によるまちづくり活動を支援するとともに、観光に対する意識の醸成を図ります。
- ・ 国や県、広域的な観光振興組織と連携し、公的な立場からサポートを行います。

資料編

第1節 観光振興計画策定懇話会

(1) 設置要綱

山辺町観光振興計画策定懇話会設置要綱

(設置)

第1条 本町における観光振興策を推進するための指針として、山辺町観光振興計画（以下「計画」という。）を策定するにあたり、関係団体より組織された山辺町観光振興計画策定懇話会（以下「懇話会」という。）を設置する。

(所掌事項)

第2条 懇話会は、次に掲げる事項について所掌する。

- (1) 計画策定にかかる意見、提言等を町長に具申すること。
- (2) その他、計画策定に必要なこと。

(委員)

第3条 懇話会は委員 12 名以内で組織し、次に掲げる機関からの推薦により町長が委嘱する。

- (1) 観光関係団体
- (2) 農業及び商工業関係団体
- (3) 歴史・文化振興及びスポーツ関係団体
- (4) 地域振興関係団体
- (5) その他、町長が必要と認める団体

2 委員の任期は、委嘱の日から計画策定終了までとする。ただし、補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

(会長)

第4条 懇話会に会長を置き、委員の互選によってこれを定める。

2 会長に事故あるときは、あらかじめ、その指名する委員が、その職務を代理する。

(会議)

第5条 懇話会の会議は会長が招集し、会議の議長となる。

2 議長は特に必要があると認める場合は、委員以外の者に出席を求めることができる。

(庶務)

第6条 懇話会の庶務は、産業課において処理する。

(その他)

第7条 この要綱に定めるもののほか必要な事項は、町長が別に定める。

附 則

(施行期日)

1 この告示は、令和4年1月4日から施行する。

(失効)

2 この告示は、令和5年3月31日をもってその効力を失う。

(2) 委員名簿

(順不同、敬称略)

	氏名	所属	役職	備考
1	峯田 季志	山辺町商工会	会長	懇話会会長
2	高橋 新一郎	山形農業協同組合山辺果樹部会	部長	
3	村山 賢司	山辺町郷土史研究会	副会長	
4	奥山 健悦	中地区観光協会	会長	
5	平 正	(公財) やまがた森林と緑の推進機構	緑化推進部長	~R4.3.31
	川井 信哉	(公財) やまがた森林と緑の推進機構	事務局長	R4.4.1~
6	中村 幸悦	山辺観光タクシー(株)	取締役	
7	佐藤 政克	作谷沢地域振興協議会	会長	
8	笹原 美喜夫	(株)パストラゴ	指定管理部事務局長	
9	長岡 賢和	山辺ニット同業会	副会長	
10	渡辺 博明	オリエンタルカーペット(株)	代表取締役	

(3) アドバイザー

(敬称略)

	氏名	所属	役職	備考
1	山本 真輝	山形市 商工観光部 観光戦略課	広域観光推進員	

(4) 事務局

	氏名	所属	役職	備考
1	佐藤 英敏	産業課	課長	
2	後藤 和幸	産業課 商工観光係	係長	
3	埴田 悠人	産業課 商工観光係	主事	

第2節 観光振興計画庁内関係課調整会議

(1) 名簿

	氏名	所属	役職	備考
1	佐藤 竜	政策推進課	課長	
2	山口 嘉講	政策推進課	総合戦略係長	
3	秋葉 雅司	政策推進課	情報統計係長	
4	武田 紀子	教育課	課長	
5	鈴木 宏美	教育課	学校教育係長	
6	丹野 文	教育課	社会教育係長	
7	青木 稔	教育課	スポーツ振興係長	
8	三浦 宏文	産業課	農政係長	
9	齋藤 雅和	産業課	農村整備係長	

(2) 事務局

	氏名	所属	役職	備考
1	佐藤 英敏	産業課	課長	
2	後藤 和幸	産業課	商工観光係長	
3	埴田 悠人	産業課	商工観光係主事	

第3節 策定経過

年月日	内容
令和3年 11月8日(月)～11月10日(水)	インターネットアンケート調査
11月10日(水)	関係団体等ヒアリング調査①
11月12日(金)	関係団体等ヒアリング調査②
11月15日(月)	関係団体等ヒアリング調査③
令和4年 2月22日(火)	第1回山辺町観光振興計画策定懇話会 ・山辺町観光振興計画骨子案について
7月8日(金)	第2回山辺町観光振興計画策定懇話会 ・山辺町観光振興計画素案について
8月1日(月)	山辺町観光振興計画庁内関係課調整会議
11月28日(月)～12月12日(月)	パブリックコメント

山辺町 観光振興計画

発行 山辺町 産業課（令和4年12月）

〒990-0392 山形県東村山郡山辺町緑ヶ丘5番地

TEL：023-667-1106

FAX：023-667-1108
