

令和6年度事業計画

令和5年5月に、新型コロナウイルス感染症の分類が「5類」に移行し、移動制限等がなくなったことにより、人の流れが活発化し、多くの観光地でコロナ禍前に近い状況まで戻りつつあります。鉄道や航空便の利用者も急回復し、小売りや外食の現場にも賑わいが戻ってきております。

また、インバウンドにおいては、2023年訪日客数は2506万人まで復活し、訪日旅行消費額が初めて5兆円を超えました。

本県においても、国際チャーター便や外航クルーズ船の受け入れ再開などインバウンド需要の着実な回復が実感できる状況にありますが、東京や京都をつなぐ「ゴールデンルート」に集中している訪日客の地方への誘導が大きな課題となっております。

一方、新型コロナウイルス対策のゼロゼロ融資の返済の本格化が重荷となっている中、宿泊施設や飲食店では、原材料価格の高騰や人手不足が深刻化しており、需要が見込めても十分に取込みできないという課題を抱えております。

このような中、山形県としては、JR東日本と連携した「山形県春の観光キャンペーン」の開催など観光需要を喚起する幅広い施策の展開や、旺盛なインバウンド需要を本県に取り込むため、本県の豊かな自然や食、精神文化などの観光資源を核にした付加価値の高い観光地域づくりを進めるほか、外国人材の受入拡大・定着促進の取組みなど様々な事業を予定しております。

当協会は、地域連携DMOとして、県全域における観光と物産の振興により、山形ブランドの創出と地域経済の発展、付加価値向上を目指し、国、県、市町村、関係団体、そして会員の皆様とともに、本県の持続可能な観光地域づくりや人材育成、国内外への観光PRと県産品の販路拡大等に向けて全力で取り組んでまいります。

DMO及び観光部門においては、「広域周遊観光促進事業」の成果を活用したアドベンチャートラベル事業の実施。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への支援。県内観光地でのサポート体制構築に向けた観光介助ガイドボランティア事業の実施。やまがた観光情報センターでは、観光案内やきめ細かな情報の発信とともに、令和5年度の施設改修工事により機能強化された設備を活用した企画事業等の展開。インバウンド関係では、台湾と本県高校生を対象としたグローバルサミットの開催や関係者の誘致等を進めてまいります。さらに、新たな取組みとして、県内の小学校が実施するフルーツ狩り体験を支援してまいります。また、山形観光アカデミー、山形県教育旅行誘致協議会等の団体とも連携を図りながら、更なる誘客及び受け入れ態勢の整備を展開してまいります。

物産振興部門においては、主力事業である「山形県の観光と物産展」における事業展開により、観光と物産の両面から魅力を発信するとともに、催事の新規開拓、開催拡大に向け、戦略的に調査・営業活動を実施。当協会の山形県特産品の通販サイト「とっておきの山形」と県から受託している山形県WEBアンテナショップ「おいしい山形プラザWEB」の運営を一体的に行い、両サイトの特色を生かし相乗効果を生み出すような事業展開を実施。研修会事業は、コロナ禍後の流通の変化や物産展の動向等を踏まえた商品開発や販売戦略等をテーマにした内容で実施。外航クルーズ船の酒田港寄港に当たっては、本県の食や伝統的な工芸品等の情報を発信し誘客を取り組むとともに、県内の大型観光立ち寄り施設が連携して実施する共同事業、イベント等を支援してまいります。さらに、新たに、機能強化されたやまがた観光情報センターで工芸品等を展示するとともに、ワークショップやものづくり体験等により県産品の魅力発信と販売拡大に取り組んでまいります。また、コロナ禍を経た流通・消費等の変化を踏まえ、今後の事業展開について、中期的な視点から戦略を策定してまいります。

I 地域連携DMO推進部門

地域連携DMOとして、当協会会員及び市町村、関係機関並びに地域DMO・DMCとの連携強化を図りながら、山形県全域における観光と物産の振興により、山形ブランドの創出と地域経済の発展、付加価値向上を目指し、次に掲げる重点事業を展開する。

【重点事業の展開】

- 1 県内の地域DMO・DMCや市町村、関係機関と連携し、「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）」を踏まえ、持続可能な観光地マネジメントを推進していく。
- 2 令和4年度から実施した「広域周遊観光促進事業」の成果を活用しながら、県内のDMO・DMCと連携し、本県でのアドベンチャートラベルの磨き上げやガイド連携と体制整備を行う。
- 3 観光事業者のDX推進に向けて専門アドバイザーの派遣による伴走支援と観光事業者が行うDXの推進や高付加価値化に向けた取組みに係る経費を支援する「観光施設経営強化支援事業」を展開する。
- 4 障がい者や高齢者が自由に県内を観光できるよう、県内観光地でのサポート体制構築に向け、観光介助ボランティア事業を実施する。
- 5 多発する大規模災害に対して、旅行者等の避難誘導等を迅速に行うため、観光危機管理の周知を図る。
- 6 山形大学医学部において重粒子線がん治療装置によるがん治療を行う患者本人と付き添い家族に対して、県内の宿泊施設で使えるクーポンを配布し、将来の医療ツーリズム確立に向けたアンケート調査を行う。

1 DMO推進強化事業

県内の地域DMO・DMCのニーズに応じた情報提供等の多面的な支援を行うために更なる体制を構築するとともに、データを活用したマーケティングの実施やインバウンドに向けたセールスを行い、本県を国内外へプロモーションしていく。

【重点項目】

- ・戦略策定分析の実施及びKPIの見直し
戦略策定並びにKPIについて、当初より5年が経ち、この間、コロナ禍がもたらした人々のライフスタイルや“量から質”への価値観、観光ニーズ等の変化を踏まえた分析を実施し、現状に鑑みたKPIの見直しを行う。
また、観光庁の「観光地域づくり法人の機能強化の方向性（案）」を踏まえ、短・中期の観光地経営戦略を策定する。
- ・地域DMO・DMCとの連携・ネットワーキング
新たな観光ビジネス需要の変化に地域一体となり対応していくため、地域DMO等と課題や戦略の共有を図り、各組織の強みを活かし役割分担をしながら、各事業を推進するとともに、地域資源の見直しを行い付加価値向上を図る。

(1) 持続可能な観光地域づくりの推進

地域の観光関係者と連携し、「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）」を踏まえ、地域の課題解決に取り組み、より強固な観光地マネジメントを確立する事業モデルの構築を図る。

(2) 山形らしいニューツーリズムの創造

山形ならではのアドベンチャートラベルをはじめとするニューツーリズムの促進（スポーツツーリズム、スノーカルチャーツーリズム、ガストロノミーツーリズム、精神文化ツーリズム）を図るため、域内DMO・DMCや市町村と連携し、魅

力的なコンテンツの作成や各種調査、情報収集を行い、ニューツーリズムの魅力を東北観光推進機構やJ N T Oと連携を図り国内外に発信する。

(3) 積極的な情報発信の推進

山形県観光物産協会DMOとして、協会HPの管理運営を行うとともに、SNSを活用し、観光情報をはじめ協会会員の取組状況などを広く国内外に発信していく。

2 アドベンチャートラベル事業（名称変更・拡充）

令和4年度、令和5年度と継続して実施した観光庁事業「広域周遊観光促進事業」での蔵王・庄内エリアにおけるアドベンチャートラベル長期滞在型コンテンツ造成事業において得られた成果やネットワークを活用しながら、県内のDMO・DMCと連携し、本県でのアドベンチャートラベルをさらに促進・発展させるため、ガイド連携や体制整備等についての磨き上げを行う。

3 観光施設経営強化支援事業

観光事業者のDX推進に向けて、専門アドバイザーの派遣等による伴走支援（訪問支援）と観光事業者が行うDXの推進や高付加価値化に向けた取組みに係る経費を支援する（取組経費支援）。

4 山形県観光介助ボランティア事業

障がい者や高齢者が自由に観光地を訪れるよう、「山形市」をモデル地区とし、観光場面において障がい者や高齢者の方々をサポートする体制の構築に向けた、研修会並びに実証事業を行う。

5 観光危機管理推進事業

近年多発する大規模災害に対して、県内を訪れる旅行者等への情報提供や避難誘導を迅速に行う必要があるため、観光危機管理の内容を周知するセミナー等を開催する。

6 医療ツーリズム推進事業

山形大学医学部において、北海道・東北では初となる重粒子線がん治療装置によるがん治療を行う患者本人と付き添い家族に対し、県内の宿泊施設で使えるクーポン券を配布し、将来の医療ツーリズムの確立に向けた基礎資料を収集するためのアンケート調査を行う。

7 登録DMO形成・確立評価検証委員会

山形県観光物産協会登録DMO形成・確立計画評価検証委員会及び同ワーキンググループ会議を開催し、当協会が行う事業の検証、地域事業者の活動の確認、連携等について議論し、PDCAサイクルの確立を図る。

8 関係機関・団体等との連携

東北運輸局、東北観光推進機構、山形県、東北地域及び県内DMO・DMC等の関係機関・団体と緊密な連携を図り、観光と物産に係る情報を国内外に発信する。

9 K P I の状況確認

K P I として設定したデータの調査・分析及び主要事業の進捗状況を確認する。

II 観光振興部門

地域連携DMOとして、観光情報発信及び観光地域づくりを強化するとともに、観光誘客拡大に向けた戦略的な取組みにより、山形県の観光発展を推進する。

【重点事業の展開】

- 1 教育旅行誘致に向けて「教育旅行マップ」を活用した誘致活動を展開するとともに、宮城県、福島県、新潟県とも協力しながら、広域周遊型教育旅行の提案を行う。
- 2 「バリアフリー観光相談窓口」及び観光庁の「観光施設における心のバリアフリー」認定施設として、障がい者や高齢者など誰もが快適に観光を楽しめるバリアフリー観光を推進するとともに、山形バリアフリー観光ツアーセンターとの連携のもと、県内観光地や宿泊施設等のバリアフリー情報を発信する。
- 3 樹氷復活県民会議への協力を通し、アオモリトドマツの保全と再生に向けた取組みに参画する。

1 誘客推進事業

(1) 国内誘客事業

① 教育旅行誘致事業

新型コロナウイルス感染症が5類に移行したこともあり、教育旅行はコロナ禍前の状態に戻りつつある。その反面、海外を旅行先としていた学校は、円安などの影響があり、国内で新たな旅行先を模索する動きが出ている。

このため、近年の教育旅行は、学習指導要領の改訂に伴い「SDGs」や「探究型」をテーマとした体験型旅行のニーズが高いことから、本県が旅行先として選定されるよう深い学びを行える新たなプログラムの造成や既存プログラムのブラッシュアップなど受入体制の整備に力を入れていく。

② 訪問セールス及び観光プロモーション事業

県内の観光事業者等と連携し、全国からの誘客を促進するためのセールスを強化する。また、企画商品の造成に向けて各旅行会社等への働きかけを行う。

③ アンテナショップ「おいしい山形プラザ」での誘客宣伝事業

「おいしい山形プラザ」において、魅力ある本県の観光物産情報の提供や着地型旅行商品の紹介などにより本県への誘客を図る。

また、山形ファンクラブ会員の更なる拡大に向けた取組みを行う。

(2) 外客誘致事業

台湾からの誘致に関しては、令和5年2月に高校生同士の交流促進を図るため、「SDGs」をテーマとしたグローバルサミットを台湾・高雄市で開催し、令和6年3月に昨年に引き続き台湾・高雄市において開催した。令和6年度においては、本県での開催を予定しており、台湾からの高校生や関係者の誘致を図るとともに、今後も引き続き相互交流の促進を図り外客誘致に努めていく。

また、新型コロナウイルス感染症の影響で運休していた仙台・台湾間、韓国間の国際線の再開や台湾、韓国チャーター便の運航を受け、一般観光客の誘致にも尽力していく。

2 観光意識の醸成及び組織強化等

(1) 山形県観光物産事業功労者の表彰

県内広域観光協議会等と連携した観光物産事業功労者の表彰を行う。

(2) 観光人材養成事業

県内観光関係者に対する研修事業を行う「山形観光アカデミー」や郷土芸能を保存継承する団体を支援する。

(3) 地域資源活用交流促進事業

本県の歴史や文化等の情報発信を通じ観光誘客を図るべく、戦国武将をモチーフに活動を行う「やまがた愛の武将隊」の活動を支援する。

(4) 県内市町村観光（物産）協会との連携強化

県内市町村観光（物産）協会及びDMO・DMCの連携による観光地域づくりへの取組みを推進するとともに、研修会や意見交換会を実施する。

3 やまがた観光情報センター管理運営事業

令和6年4月1日から令和11年3月31日までの5年間、指定管理者として指定を受けた。当センターの機能を活用し、国内外のさまざまな観光客に対しての観光案内、相談等きめ細かな情報の提供と発信により、一層の利用拡大と観光誘客を図る。

また、令和6年度は、昨年度行われた当センターの施設改修工事により、機能強化された設備を活用し「飲みmonth」などの企画事業や自主事業を積極的に行い、当センターの更なる活用を図る。

- (1) 当センターは国の支援を受けたバリアフリー観光相談窓口としてバリアフリーに関する情報の収集・提供を行っている。また、令和4年1月には観光庁から「観光施設における心のバリアフリー」に認定されており、一般社団法人山形バリアフリー観光ツアーセンターとの連携のもと、更なる機能充実を図る。
- (2) 霞城セントラルアトリウム及びやまがた旅の広場において、旬の地場産品販売や地域の観光をPRするイベント「ハッピーフライデー」を開催（月1回）する。また、地域参加による季節やテーマ毎の展示の開催を積極的に展開する。
- (3) 山形県公式観光サイト「やまがたへの旅」の管理運営により旬の情報を発信する。
- (4) おいしい山形関連商品等の展示・販売をはじめとした県産品PRコーナーの設置・運営を行う。

4 「さくらんぼ県やまがた」フルーツ狩り体験支援事業（新規）

令和7年度は本県でさくらんぼ栽培が始まり150年の節目の年にあたることを受け、さくらんぼをはじめとする県産フルーツの魅力発信とふる里山形への理解・郷土愛の醸成を図るため、県内の小学校が実施するフルーツ狩り体験に対し、助成金を交付する。

また、新たな探究学習プログラムや既存プログラムのブラッシュアップのため、教員OBをアドバイザーに迎え、教育現場のニーズに合わせたプログラムに発展させるとともに、セールス用動画等のプロモーションツールを作成する。

5 関係団体事務局の運営

(1) 山形県教育旅行誘致協議会

学習指導要領の改訂に伴い「SDGs」や「探究型」をテーマとした体験型旅行のニーズに対応するプログラムの造成を図るとともに、教育旅行の受入を推進する市町村観光（物産）協会・各種団体・民間施設と連携して、国内外からの教育旅行の誘致推進並びに受入体制の整備を図る。

(2) 山形観光アカデミー

観光人材に対する多様なニーズに対応できるよう連携強化を図り、山形県の職業訓練認定校の指定を受け、講演や講座の開講を通し、山形県の観光事業を支える人材の資質や能力の向上、マネジメント能力や接客能力の向上など、観光に携わる人材の育成を推進する。

また、山形おもてなしドライバー検定協議会から受託した「おもてなしドライバー検定」受講者への研修を行う。

(3) やまがた女将会

県内温泉旅館の女将で組織する同女将会が、県内外で実施する誘客活動や会員相互の研鑽を目的とする研修会の開催等を支援するとともに、各温泉地等のおすすめスポットを取りまとめ、お客様への情報提供を行う。

- (4) 山形県スキー場誘客推進協議会
県内はもとより、国内外からの誘客を促進するため、県内8ヶ所のスキー場と連携して、新規スキーヤー獲得のための取組みや、県内スキー場の魅力を発信するPR事業を実施する。
 - (5) 山形県観光ボランティアガイド連絡協議会
ボランティアガイドのスキルアップと会員相互の連携を図るため、研修会を開催するとともに、昨今の観光ニーズに的確に対応していくため、「ボランティアガイドの手引き」を作成する。
 - (6) 山形県奥の細道観光資源保存会
奥の細道に縁のある市町村や団体と連携し、史跡の顕彰、環境美化のほか、誘客宣伝による地域の振興を図る。
JR東日本山形統括センターが実施するイベント開催に協賛し誘客促進を図るため、連携を強化する。
 - (7) やまがた観光キャンペーン推進協議会
協議会構成員として、観光キャンペーン事業・誘客対策事業・受入態勢整備事業に参画していく。
- 6 山形県公式観光サイト「やまがたへの旅」の運用
旅行者の「やまがたへの旅」の活用促進を図るため、サイトの運用と市町村と連携し情報内容の更新を行う。また、同サイトで着地型旅行商品等を一元管理するとともに旅行会社に提供し、観光商品の販売網の強化を図る。
 - 7 「世界の蔵王」プロジェクト支援
ユニバーサルツーリズムの推進など、障がい者や高齢者など誰もが楽しめる、蔵王地域における上質な滞在環境の創出を目指す取組みに参画する。
 - 8 樹氷復活県民会議への協力
令和4年8月に開催された第6回「山の日」全国大会を契機に設立された樹氷復活県民会議への協力を通し、アオモリトドマツの保全と再生に向けた取組みに参画する。
 - 9 やまがた百名山「県民登山」事業の企画・実施支援
かけがえのない地域の宝である「やまがた百名山」の情報発信を行うとともに、県民を対象とした「県民登山」事業の企画・実施を支援する。
 - 10 産業観光への取組み
首都圏などから来県されるビジネスマンに対し、県内主要企業の情報発信を行い、企業間の新たな繋がりを創出することでの観光交流を増やす。
 - 11 やまがた観光キャンペーン推進協議会との連携
当該協議会が実施する観光キャンペーン事業と連動した誘客対策、イベントを活用した誘客拡大を図る。

Ⅲ 観光事業部門

1 旅行斡旋事業

教育旅行をはじめ多様化する観光ニーズに対応し、県内各地域の特性を活かしたオリジナルなコースを企画し販売する。

- (1) 旅行エージェントの要請に応え、ランドオペレーター機能を含めた事業を実施する。
 - (2) 観光客の要望に応え、県内各地域で実施される着地型旅行商品の情報を提供する。
- 2 山なみ食堂の運営管理

冬季シーズンにおける蔵王エリア来訪者へのレンタルスキー用具等のサービス提供施設として賃貸する。
 - 3 観光施設整備融資事業

県内市町村の観光団体等を対象とした観光施設整備事業に対する融資事業を行う。
 - 4 県外支部等の運営
 - (1) 県外支部（東京・大阪・名古屋・北海道）

本県の観光と物産の情報発信基地として、観光誘客並びに県産品の紹介宣伝、販路拡大を行う。
 - (2) 韓国戦略的情報発信事業

韓国に「戦略的情報発信員」を配置し、本県の戦略的な情報発信や韓国現地における各種イベントへ参加し、本県への観光誘客を図る。

IV 物産振興部門

当協会会員、県・市町村、関係団体・機関等との連携・協力のもと、首都圏、関西圏、中京圏など全国を対象に、観光と物産展・各種催事を開催するとともに、ネット通販について協会独自と県受託の二つのサイトの相乗効果により売上の拡大を目指す。また、県外バイヤーを招聘した商談会や商品開発、販売強化等に向けた研修会の開催により、県内物産事業者の事業展開を支援していく。

【重点事業の展開】

- 1 「山形県の観光と物産展」の開催

三越日本橋本店や名鉄百貨店本店等で開催する「山形県の観光と物産展」（山形単県展）について、山形県の観光と物産の両面から魅力を発信し、観光誘客と県産品の販路拡大につなげていく。
- 2 催事の新規開拓、開催拡大

関西地域や中京地域での会場確保、百貨店地下売場、商業施設の催事場等における催事機会の開拓・増加につなげるため、協会本部と県外各支部とが連携して戦略的に調査・営業活動を行うなど、新規催事会場の確保に取り組んでいく。
- 3 斡旋事業の推進

斡旋事業について、現在県産品の取扱いがされていない百貨店等の市場調査を行い、それに基づき計画的な営業活動を行うとともに、現在協会と取引がある百貨店・問屋等については新たな商品を提案するなど戦略的な取組みを進め、県産品の販路拡大を進める。
- 4 ネット情報発信・販売事業の推進

山形県の特産品ネット通販事業「とっておきの山形」については、出展商品の充実を図る。また、引き続きSNSでのフォロワー数の獲得を目指すキャンペーンを実施

するなど、情報発信プロモーションを展開し、県産品のPR、販売拡大につなげていく。

当該通販サイトと県から受託している山形県WEBアンテナショップ「おいしい山形プラザWEB」の運営を一体的に行い、広告等の効果的な運用による両サイトのアクセス増を図るとともに、各ストアの特色を活かしたプロモーションを実施し売上拡大につなげていく。

5 県内事業者の商品開発、販売強化等に向けた研修会の開催

コロナ禍後の流通の変化を踏まえ、首都圏における百貨店利用や物産展の動向、首都圏の利用者からみた山形県の魅力を紹介し、県内事業者の商品開発や物産展での販売戦略のブラッシュアップに資する研修内容にしていく。

また、観光客の消費額が大きい土産菓子市場に関して、その動向と商品開発及びブランディングの成功事例等を広く紹介し、新ブランドの開発、既存ブランドのリニューアルに資する研修内容にしていく。

6 物産振興部門の戦略策定

コロナ禍を経た百貨店における催事の減少やネット通販の拡大など流通・消費の変化を踏まえ、協会の自主財源の大宗を占める物産振興部門の今後の事業展開について、中期的な視点から戦略を策定していく。

1 「山形県の観光と物産展実行委員会」主催による催事の開催

大規模消費地の百貨店等を会場として、山形県の特産品の紹介・宣伝及び販路拡大並びに観光誘客を目的に、観光と物産の両面から山形の魅力を発信する「山形県の観光と物産展」を開催する。

《開催予定》

(1) 首都圏

- ・三越日本橋本店 (5月29日～6月3日)
- ・丸広百貨店川越店 (6月19日～24日)
- ・東武百貨店池袋店 (11月)
- ・新宿駅西口広場 (12月)

(2) 中京地域

- ・名鉄百貨店本店 (5月29日～6月4日)

(3) 新規会場

- ・関西地域
- ・仙台市

2 協会主催催事の開催及び百貨店等主催催事への出展

全国の百貨店等を対象に、協会が主催する地下売場等での催事開催の拡大を図っていくとともに、東北各県の物産振興団体等との連携のもと、百貨店等が主催する東北展等に積極的に出展し、県産品のPRと販路拡大につなげていく。

《主な催事》

- ・伊勢丹静岡店
- ・東武百貨店池袋店
- ・丸広百貨店川越店・入間店
- ・いよてつ高島屋
- ・ジェイアール名古屋タカシマヤ
- ・京急百貨店上大岡駅
- ・さいか屋百貨店藤沢店・横須賀店
- ・松坂屋上野店・静岡店
- ・あべのハルカス近鉄本店

- ・山形屋（鹿児島）、宮崎山形屋
- ・鶴屋百貨店（熊本）
- ・トキハ本店（大分）
- ・京都高島屋
- ・県内イオン各店

3 催事の新規開拓・開催拡大

現在山形単県展を開催していない関西地区、再開発が予定されている名鉄百貨店本店に代わる中京地区、さらには首都圏の催事場での開催の開拓や、各地の百貨店地下売場等での催事の新規開催・開催拡大、新たな商業施設等での催事の開催などに向け、協会本部と県外各支部とが連携して精力的に調査・営業活動を行うことにより開催実現に結び付け、県産品のPRと販路拡大につなげていく。

4 斡旋事業の推進

現在県産品の取扱いがされていない百貨店、問屋、小売店等（以下「百貨店等」と記載）の市場調査を行い、それに基づき重点営業先を選定のうえ計画的に営業活動を行うとともに、現在取引のある百貨店等については新たな商品を提案することにより、常設売場等での県産品の新規販売、販売拡大に結び付くよう、協会本部と県外各支部とが連携して戦略的に取り組んでいく。

5 ネット情報発信・販売事業の推進

(1) 「とっておきの山形」EC事業の運営

県産品のネット通販サイト「とっておきの山形」EC事業について、特産品そのもののPRや紹介に合わせて、SNSでフォロワー数の獲得を目指すキャンペーンを実施するなど顧客ニーズに合わせた企画を展開するとともに、実施効果の検証を一体的に行うことにより、魅力向上と認知向上を図り、売上増大につなげていく。

「とっておきの山形 Yahoo!ショッピング店」については、プロモーションに関してSNSからのサイト流入やコンバージョン率向上のため、情報発信キャンペーンの内容にも工夫を施し、会員ロイヤルティ向上を重視した発信を展開する。また、サイト内コンテンツに関しては、季節や時期ごとのギフト企画を実施し、現状のリピーターの更なる満足度向上につなげる。

さらに、(2)の「おいしい山形プラザWEB事業」の運営と一体的に行うことにより、広告等の効果的な運用による両サイトのアクセス増を図る。

こうした取組みと合わせて、これらのサイトへの出展商品をはじめとする県産品の魅力などを発信するメルマガを定期的に発行する。

(2) 「おいしい山形プラザWEB事業」（県受託事業）の運営

ストアの認知向上のための広告企画の実施や目玉となる商品の育成を行うとともに、バラ売りでのまとめ買いができる利点をPRしていく。また、工芸品を出展している(1)の「とっておきの山形」のサイトとの相乗効果を図る。

さらに、専門家のコンサルティングを活用し、サイトの認知度向上及び活用度向上を図っていく。

6 商談会及び研修会の開催

(1) 商談会

百貨店、スーパー、問屋等のバイヤーを県内に招聘し、協会の会員企業等が自社商品に関して直接バイヤーと商談を行う商談会を開催し、自社商品の開発や改良などによるブラッシュアップ、さらには県産品の販路拡大につなげていく。

(2) 研修会（新規）

- ① テーマ：首都圏における百貨店及び物産展の動向並びに山形県の物産品の魅力
コロナ禍を経て百貨店の販売形態についても、オンライン接客、衣料品のサブスクリプションサービス等の変化を迎えている。こうした状況を受け、首都圏における百貨店利用や物産展の動向を紹介するとともに、改めて首都圏の利用者からみた山形県の魅力を紹介することにより、県内事業者の自社商品の開発や物産展における販売戦略の改良に向けた取組みに資する研修にしていく。
- ② テーマ：土産品に係る商品開発及びブランディング
コロナ禍後、観光市場の復活・拡大の傾向が見られるところであるが、その中で物産関連としては土産菓子市場が大きな消費額となっている。こうした状況を受け、県内事業者はその動向と商品開発及びブランディングの成功事例等を広く紹介することにより、これからの土産品市場での更なるシェア拡大を見据えた新ブランドの開発、既存ブランドのリニューアルに向けた取組みに資する研修にしていく。

7 山形県アンテナショップ「おいしい山形プラザ」（東京）イベントコーナーの運営

「おいしい山形プラザ」1階のイベントコーナーにおいて、県内の市町村等が行う観光誘客促進に向けた催事や、県内事業者等が首都圏消費者に直接販売しその反応、評価等に直接触れることによりブラッシュアップ等につなげるための場、機会を提供する。

8 取引信用調査の実施

商取引を行う際の参考データとして調査を実施する。

9 東北6県物産協会等連絡協議会への参加

東北6県物産協会等連絡協議会に参加し交流、情報交換等を行うことにより、他県の物産振興団体等との連携を深め、物産関係事業の効果的な運営につなげていく。

10 情報発信プロモーション事業の実施

SNS（X（旧Twitter）/Instagram/LINE）でのプロモーションについて、購買活動との一体性をより高めるよう事業を実施する。具体的にはフォロー&リツイート、フォロー&ハッシュタグのキャンペーン形式に加え、レビュー投稿者の募集等によるWEB上でのテストマーケティング的な要素も織り交ぜた顧客参加型のプロモーション活動を行っていく。

また、協会会員の事業の発信について、ネット通販サイト「とっておきの山形」掲載の県産品の生産、生育プロセスを定期的にお知らせする取組みや、特定の県産品にスポットを当てたシリーズものの発信など、物語性やコンセプトをより重視し顧客の商品リテラシーやロイヤルティの向上を伴う県産品の宣伝、販売拡大につなげていく。

11 外航クルーズ船の乗船者に対する情報発信（県受託事業）

外航クルーズ船の酒田港寄港に当たり、県との連携のもと、歓迎行事に合わせ本県の食や伝統的な工芸品（高付加価値商品など）の情報を発信し、本県への観光誘客を図る。

- ・令和6年度寄港隻数：7隻（予定）

- 12 やまがた観光情報センターにおける県産品の魅力発信（新規）
令和6年4月リニューアルオープンをやまがた観光情報センターにおいて、工芸品等の県産品を展示し県外・国外の観光客にPRするとともに、ネット通販サイトとQRコードの掲示等により連動させ購入につなげていく。
また、当該センターでの工芸品のワークショップやものづくり体験による制作者との交流等を通じて、県産品の魅力発信と購入につなげていく。
- 13 山形おとなりさん事業への支援
県内の大型観光立ち寄り施設による「山形おとなりさん連絡会」が実施するドライブスタンプラリーや各種フェア等の共同事業・イベント等を支援することにより、施設間のネットワークの強化、観光客周遊の拡大につなげていく。
- 14 物産振興部門の戦略策定
コロナ禍を経て、百貨店における催事の減少やネット通販の拡大など流通・消費の変化が見られるところである。
こうしたことを踏まえ、令和5年度は、協会における物産取引の推移、ネット通販の現状、他県類似団体との比較など基礎的な調査・分析を行った。令和6年度においては、これらをさらに深掘りするとともに、専門家の助言等も受けながら、協会の自主財源の大宗を占める物産振興部門の今後の事業展開について、中期的な視点から戦略を策定していく。