

「日本一の観光案内所」基本構想素案

2024年3月

日本一の観光案内所・共創ラボ

目次

< 本編 >

1.基本構想策定の背景・目的	
(1) 背景・目的	P5
(2) 本素案の位置づけ	P5
2.観光を取り巻く状況	
(1) 全国の状況	P6
①全国の観光の状況	
②全国の観光における課題	
(2) 山形市の状況	P8
①山形市の観光の現状	
②山形市の観光における課題	
(3) 山形駅周辺の状況	P11
①山形駅構内の状況	
②山形駅近隣の状況	
(4) 関連計画との関係性	P19
3.山形の観光案内の状況	
(1) 各案内所の状況	P20
(2) 観光案内における課題・意見	P26
(3) 観光案内所のあり方を考えるポイント	P28
4.「日本一の観光案内所」のあり方	
(1) 位置づけ・役割	P29
(2) 想定利用者	P30
(3) 整備エリア	P30
(4) 全体的な方向性	P32
5.観光案内所の運営	
(1) 運営方式	P42
(2) 運営体制（案）	P43
(3) 運営の考え方	P44
(4) 強化する機能	P45
(5) KPI（重要達成度指標）の設定	P47
6.今後の検討事項	
(1) 検討事項	P48
(2) 今後の進め方	P49

目次

< 資料編 >

1.基本構想素案の策定経緯

(1) 基本構想素案の策定経緯	P51
-----------------	-----

2.先進事例調査

(1) 国内事例	P53
----------	-----

①先進事例の視察・インタビュー調査

②デスクトップ調査

③新幹線駅の観光案内所等の調査（近年開設されたもの）

④ JNTO認定外国人観光案内所（カテゴリ-3）の分析

(2) 海外事例	P60
----------	-----

3.若い世代からの意見聴取

(1) 大学生によるフィールドワーク	P62
--------------------	-----

(2) 高校生ワークショップ	P64
----------------	-----

4.観光案内所利用者アンケート

(1) アンケート結果	P66
-------------	-----

5.関係事業者アンケート

(1) アンケート結果	P76
-------------	-----

6.主要ステークホルダーへのインタビュー

(1) インタビュー結果	P79
--------------	-----

7.日本一の観光案内所・共創ラボの参加主体

(1) 参加主体	P80
----------	-----

本編

1.基本構想策定の背景・目的

(1) 背景・目的

山形市は、蔵王、山寺などの四季折々の豊かな自然環境を活かした観光地と、城下町と紅花商人を礎とした歴史・文化の色濃く残る市街地観光を楽しむことができるまちであり、全国的に少子高齢化の進展や都市間競争が厳しさを増していく中で山形市が人口減少に歯止めをかけ、地域経済の活性化を促していくためには、観光地としての魅力を高めて交流人口の拡大を図ることが重要な方策であると考えられます。

山形市の交流人口に関し、国内の旅行者数が減少している中、交流人口の拡大に向けて大きく期待されるのがインバウンドで、令和4年（2022年）度の訪日外国人の入込数はコロナ禍前の令和元年度の入込数を超え、平成23年（2011年度）度以降最大となっており、今後もその伸びが期待されています。国は令和5年（2023年）3月に新たな観光立国推進基本計画を閣議決定し、（計画期間：3年間）『ウィズコロナ・ポストコロナにおいても、観光を通じた国内外との交流人口の拡大の重要性に変わりはなく、観光は今後とも成長戦略の柱、地域活性化の切り札である』とし、観光立国の実現に関する目標や、「持続可能な観光地域づくり」、「インバウンド回復」、「国内交流拡大」の3つの戦略等、政府が総合的かつ計画的に講ずべき施策を示しました。

山形市においては、地方創生に向けた取組の更なる強化を図るため、「山形市発展計画2025」（令和2年（2020年）3月策定、令和3年（2021年）2月変更）に基づき様々な取組を加速しています。「山形市発展計画2025」では、交流人口の増加に向け、中心市街地の魅力向上や観光資源の活用をはじめとした観光振興などに取り組むこととしており、この計画に基づき、山形市を訪れる方の目的や希望に合った楽しみ方を提案できるような案内サービスを提供する「日本一の観光案内」の仕組みづくりについて、新たな施設の設置も見据えた調査・検討を進めてきました。

特に、令和5年（2023年）度には慶應義塾大学SFC研究所と東日本旅客鉄道株式会社（以下、「JR東日本」という。）の三者で、「日本一の観光案内所」実現に向けた研究開発に係る覚書を締結しました。三者を中心とする研究会（共創ラボ）を開催し、「日本一の観光案内所」の実現を目的に、観光の振興および山形市の地方創生に関することなど、共同研究を行ってきました。

(2) 本素案の位置づけ

山形市「日本一の観光案内所」基本構想素案（以下、「本素案」という。）は、山形市がこれまで実施してきた調査・検討の結果等を踏まえながら、山形市の観光振興ひいては地方創生の推進に向け、「日本一の観光案内所」のあり方を示すため策定するものです。

本素案は令和6年（2024年）2月までに実施をした調査・検討の内容に基づき共創ラボでの産学官連携に基づいた調査や第三者の意見も踏まえて作成されたものであり、令和6年（2024年）3月時点での「日本一の観光案内所」に関するコンセプトおよび方向性を記載しています。令和6年（2024年）度以降は本素案を参考としつつ、様々なステークホルダーの皆さまからの意見をいただき、構想の策定を行うほか、施工・運営面に関して各民間事業者から提案も踏まえて協議・研究を続け、「日本一の観光案内所」実現に向け取り組みを進める予定となっています。

2.観光を取り巻く状況

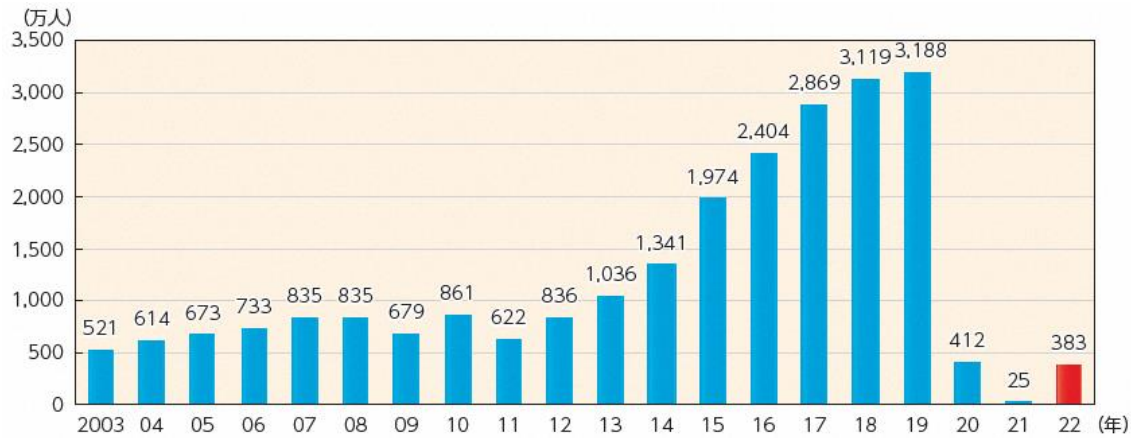
(1) 全国の状況

新型コロナウイルス感染症の影響により、令和2年（2020年）にはインバウンド需要が大幅に減少するとともに、行動制限に伴い国内旅行も大きく減少しました。しかし、令和4年（2022）3月以降、行動制限が解除され全国旅行支援が始まったことや水際措置の緩和によりインバウンド需要が増加するなど、需要回復の傾向が見られます。

①全国の観光の状況

訪日外国人旅行者数は、令和元年まではビザの戦略的緩和や対外プロモーション等により、過去最高を更新していましたが、令和2年（2020年）及び令和3年（2021年）には、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う水際措置の強化により、年間を通じて大幅に減少しました。令和4年（2022年）には、水際措置の大幅緩和により大きく増加し、約383万人となりました。令和5年（2023年）も回復傾向が続き、10月までの暫定値では約2000万人に達しています。

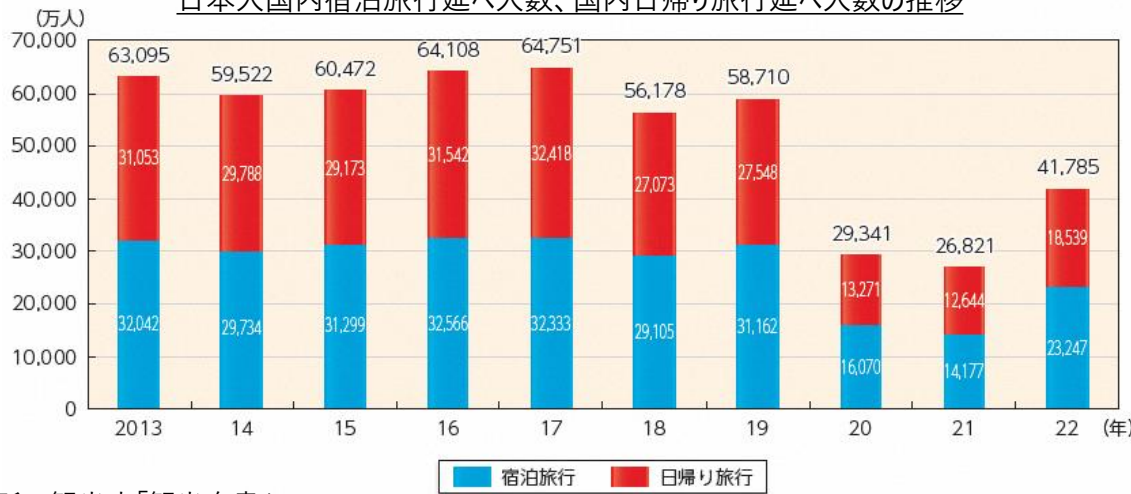
訪日外国人旅行者数の推移



出所：観光庁「観光白書」

日本人の国内旅行者数についても令和2年（2020年）及び令和3年（2021年）には大幅に減少したものの、令和4年（2022年）には全国旅行支援等の取組により回復し、令和元年（2019年）比で3分の2程度の水準となっています。

日本人国内宿泊旅行延べ人数、国内日帰り旅行延べ人数の推移



出所：観光庁「観光白書」

②全国の観光における課題

政府は「観光立国推進基本計画（令和5年（2023年）3月閣議決定）」において、観光立国の持続可能な形で復活に向け、「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」の3つをキーワードに質の向上に重点を置いた観光への転換を志向しています。重点課題として、持続可能な観光地域づくり、インバウンド回復、国内交流拡大の3つについて取組を推進することとしています。

●持続可能な観光地域づくり

観光振興が地域社会・経済に好循環を生み、インバウンド回復と国内交流拡大の双方を支える、持続可能な観光地域づくりを推進します。

- ✓ 地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化
- ✓ 観光DXの推進
- ✓ 観光産業の革新
- ✓ 観光人材の育成・確保
- ✓ 観光地域づくり法人（DMO）を司令塔とした観光地域づくりの推進
- ✓ 持続可能な観光地域づくりのための体制整備等の推進
- ✓ 良好な景観の形成・保全・活用
- ✓ 持続可能な観光地域づくりに資する各種の取組
- ✓ 国家戦略特区制度等の活用
- ✓ 旅行者の安全の確保等
- ✓ 東日本大震災からの観光復興
- ✓ 観光に関する統計等の整備・利活用の推進

●インバウンド回復

インバウンドの水準は依然として、コロナ前の水準には及んでおらず、今後、消費額の拡大や地方誘客の促進を図りつつインバウンドを本格的に回復させていくことが必要です。まずは、特別な体験の提供や、特別感のあるイベントを全国各地で集中的に実施し、我が国の観光の再始動をインパクトのある形で訴えながら、日本各地の魅力を全世界にアピールしていきます。

- ✓ インバウンドの回復に向けた集中的取組
- ✓ 消費拡大に効果の高いコンテンツの整備
- ✓ 地方誘客に効果の高いコンテンツの整備
- ✓ 訪日旅行での高付加価値旅行者の誘致促進
- ✓ 戦略的な訪日プロモーションの実施
- ✓ MICEの推進
- ✓ IR整備の推進
- ✓ インバウンド受入環境の整備
- ✓ アウトバウンド・国際相互交流の促進

●国内交流拡大

コロナ禍をきっかけに、インバウンドと比べて、国内旅行の外的要因に対する強靱さが示され、国内交流拡大に取り組む重要性が改めて明確になりました。国民の観光旅行の実施率向上や滞在長期化を図っていくほか、旅行需要の平準化や地域の関係人口拡大にもつながる形での交流需要の拡大を図ります。

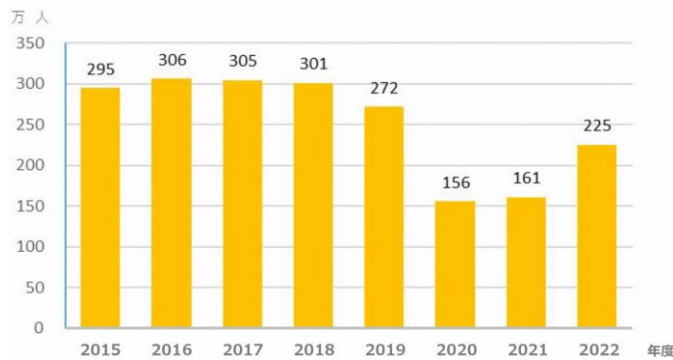
- ✓ 国内旅行需要の喚起
- ✓ 国内旅行需要の平準化の促進
- ✓ 新たな交流市場の開拓

(2) 山形市の状況

①山形市の観光の現状

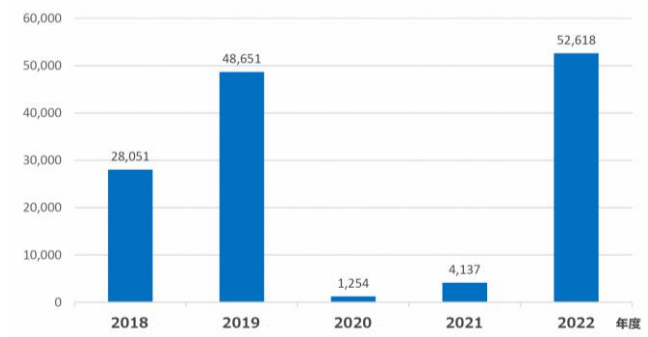
山形市の観光客入込数を見ると、国内の旅行者数が減少している一方で、令和4年（2022年）度の訪日外国人の入込数はコロナ禍前の令和元年度の入込数を超え、平成30年（2018）度以降最大となっています。

観光客入込数の推移（延数）



出所：山形市観光戦略課

外国人観光客入込数の推移（延数）



出所：山形市観光戦略課

山形市の交流人口の拡大に向けては、国内旅行者及び訪日外国人の両方の誘客が求められます。

国内旅行者については、コロナ禍をきっかけに、インバウンドと比べて外的要因に対する強靱さが示され、観光の基盤として国内交流拡大に取り組む重要性が改めて明らかとなりました。多様化する旅行者ニーズに対応し、いかに国内の旅行者の誘客を図っていくか、戦略が求められています。

一方で、日本の人口減少に伴い、国内市場の縮小が予測される中で、インバウンド誘客の重要性は増えています。国内旅行者よりも滞在日数が長く、観光消費が期待できることから、インバウンド誘客は地方創生にもつながるものと考えられます。

交流人口の拡大や地方創生の推進のため「山形市発展計画2025」においては、「山形ブランドの浸透と交流の拡大」を重点政策としており、山形ブランドの浸透を図るための情報発信に加え、山形市の魅力を体験・体感できる旅行商品の開発や観光客のニーズにあった情報発信を行うことで、山形市を訪れるきっかけをつくり、交流人口の拡大を図ることとしています。

具体的には、旅行者のニーズを捉え、地域の強みを活かした戦略策定に向けたデータの収集や分析、旅行者が求める内容に合わせた戦略的な観光情報の発信などがあげられるほか、多様化する旅行者ニーズに対応するため、単に観光地を周遊するだけの観光から脱却し、農業や伝統工芸、歴史、文化に触れる体験等、地域自らの手でマーケティングやPRを行いながら観光客目線での旅行商品を開発し、誘客する取組が求められています。

②山形市の観光における課題

山形市の観光の現状等から、今後、以下の課題に対応した取組が求められていると考えられます。

●旅行者ニーズの把握・分析を踏まえた事業の推進

関係機関や観光事業者が持つデータの収集と分析を行い、旅行者のニーズを捉えつつ地域の強みを活かした戦略を策定したうえで、地域が一体となり誘客に努める必要があります。そのため、DXを推進しながら、観光関係機関、観光事業者及び行政が観光戦略を共有するとともに、緊密に連携しながら各種事業を実施していく必要があります。

●インバウンド誘客の取り込み

日本の訪日外国人数は、コロナ禍の影響はあるものの増加傾向が続いており、令和5年（2023年）の観光消費額に関しては5兆円を超え過去最高となる状況です。山形市における訪日外国人は山形市観光客入込数全体の2%程度に留まっており、交流人口と観光消費額の増加を図るためには訪日外国人の誘客をさらに促進する必要があります。国は2030年訪日外国人旅行者数6000万人、消費額15兆円を目指しており、訪日外国人の誘客に向けた取り組みを強化することから、山形市においても多数の外国人観光客を獲得できるよう、地域の特色を積極的にPRし外国人に選ばれるとともに、外国人に満足してもらえる観光地づくりが必要です。また、外国人への山形市の魅力発信に加え、外国人が更に観光を楽しむため、観光地、市街地及び公共交通関係の表示の多言語化のほか、Wi-Fiの整備やキャッシュレスサービスを促進するなどの受入環境の整備が必要です。

●通年観光に向けた体験コンテンツの創出と周遊促進

山形市を代表する観光地である蔵王や山寺においても、シーズンによって観光客の入込に大きな差が見られることから、閑散期の誘客を促進するために、地域の魅力を体験できるコンテンツの創出がさらに求められます。また、市内の周遊を促進するため、農業や伝統工芸、歴史、文化に触れる体験等、蔵王や山寺以外にも存在している山形市の魅力を、地域の事業者と連携しながら、例えば旅行商品のよう、体験できる形に創り上げることが必要です。さらに、年間を通じて観光を楽しめるまちとなるよう、各種観光イベントの開催を支援するとともに、モデルコースを提案する等旅行者が観光しやすくなるための工夫が求められます。創出したコンテンツによって、山形の魅力を余すことなく伝え、滞在時間の延長と宿泊旅行者の増加につなげていくことを目指します。

●旅行者が必要とする情報の効果的な発信

団体旅行から個人旅行への移行や、「モノ」から「コト」消費への変化など、旅行のニーズは今後もますます多様化すると予想され、さらにICT化の進展により旅行先の情報収集の手段や形態も大きく変化しています。山形市を旅行先に選んでもらうためには、旅行者が求める内容に合わせ、デジタルで旅マエから山形市の魅力を余すことなく伝えるなど、ICT等を活用した戦略的な観光情報の発信が求められます。

●観光施設や受入体制の整備

山形市を訪れた旅行者の満足度を高めるため、誰もが分かりやすい案内表示や、バリアフリー化の推進等の受入体制の整備を推進するとともに、観光施設等の適切な管理を継続していく必要があります。また、観光客の受入に当たって観光事業者が感じている課題についても解決方法を検討しながら、地域全体のホスピタリティの向上にもつなげ、また来たいと感じてもらえる観光地となることが求められます。

●広域的な観光地連携の取り組み

旅行者による地域経済への波及効果を拡大するため、山形市だけでなく周辺地域の観光地等と連携した周遊ルートの造成などにより、宿泊日数や滞在時間の増加を図る必要があります。

●観光人材の確保及び育成

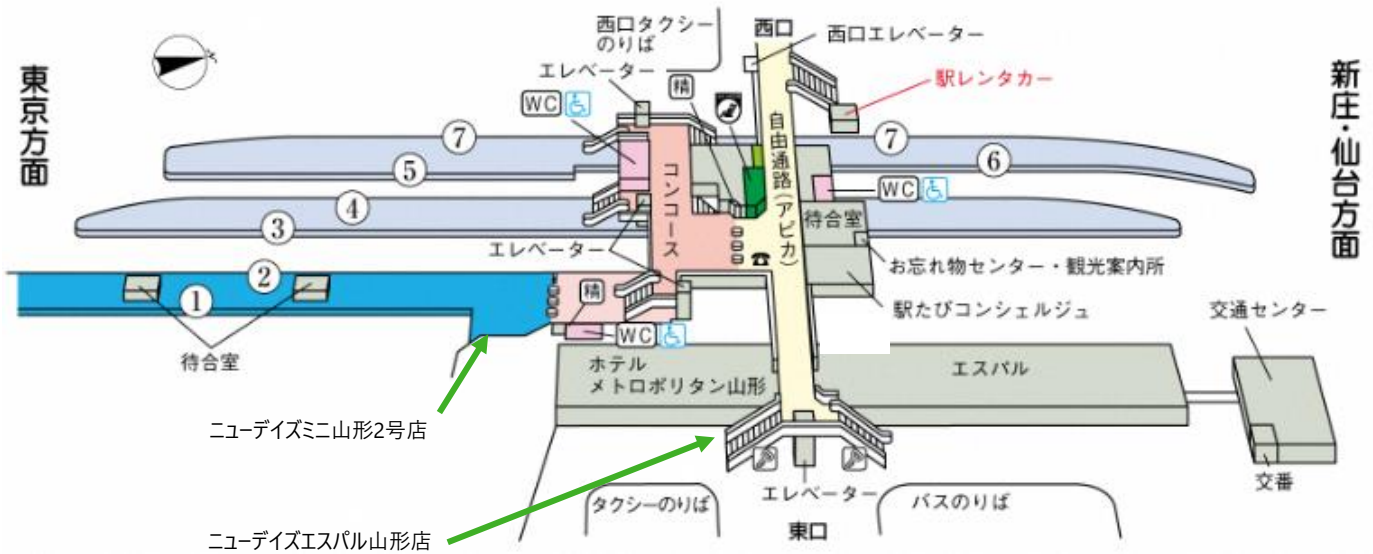
持続的な観光地域づくりを行うためには、観光人材の確保と育成が重要です。観光需要の急速な回復に伴い、人材が多方面で不足し、観光産業においても同様の傾向がみられる中、多様な人材が働きやすい環境整備や、人材の育成支援が求められています。

(3) 山形駅周辺の状況

山形の観光の玄関口である山形駅周辺には、お買い物や飲食が出来るエスパル山形や、宿泊が出来るホテルメトロポリタン山形、観光案内所や駅たびコンシェルジュ山形等、観光客に関わる機能・サービスが集積しています。

しかし、一見機能・サービスが揃っているように見えるものの、観光案内ができる場所や、バス、駅レンタカーなどの二次交通の案内が点在し、観光客がどこで案内を受ければよいのかわかりづらいことや、山形ならではのグルメを堪能できる場所が少ない、休憩できるスペースがない、コインロッカーの数が少ないなど観光客の利便性の観点で課題があります。

①山形駅構内の状況



項目	内容
■エスパル山形	
設置場所	・ 山形駅（東口）
施設面積	・ 5,682m ²
所有者	・ 仙台ターミナルビル株式会社
運営主体	・ 仙台ターミナルビル株式会社
機能・サービス等	営業時間：10:00～19:30 ※一部店舗除く 店舗数62店舗。 5階 ショッピング カルチャー（書籍・文具/メガネ・カフェ&イタリアン/ネイル） 4階 ショッピング ファッション/シューズ/雑貨 3階 ショッピング ファッション/雑貨/メガネ/カフェ（スターバックス） 2階 やまがたみやげ お土産品/スイーツ/ファッション/雑貨/コスメ ・インフォメーション・宅配サービス（ヤマト運輸）・多目的室・授乳室 1階 イロドリキッチン 食品/惣菜/ファーストフード/ベーカリー & カフェ/ドラッグストア/飲食 山形銀行・セブン銀行ATM ・多目的室 ・Free Wi-Fi 館内でご利用いただけます。 ※詳細な内訳は次頁

項目	内容				
■エスパル山形					
機能・サービス等	カテゴリー	フロア	施設内店舗等	詳細	
	サービス・その他	5階	英会話のイーオン	英会話	
	生活雑貨		くまざわ書店	本・文具	
	ファッション・雑貨		メガネの相沢	メガネ	
	レストラン・カフェ		カプリチオーザ	飲食	
	サービス・その他		ネイル&アイラッシュサロン ブレス	ネイル	
			ほぐし整体&足裏マッサージ Re・楽	マッサージ	
			Re・楽 Beauty	サロン	
			サン・フェルメール	レディースファッション	
	ファッション		スクールゾーン	学生服	
			スーツ セレクト	スーツ	
		4階	ハニーズ	レディースファッション	
			パディ	レディースファッション	
	ファブリックジャム		レディースファッション		
	レガーレ バイ ミラノ		レディースファッション		
	ファッション雑貨	シューズストック	靴		
	生活雑貨	どんぐりの森	ジブリグッズ		
	ファッション	3階	スタジオクリップ	レディースファッション	
			サマンサモスモス	レディースファッション	
	レトロガール		レディースファッション		
	キュール		アクセサリ		
	ヤマガタ マスターピース マーケット		山形のいいものづくりの紹介・販売		
	J!NS		メガネ		
	スターバックスコーヒー		営業時間7:00～22:00 席数53席		
	さすがや		買取専門店		
	お土産（県外）		2階	菓匠三全	宮城県の土産
				かまぼこの鐘崎	宮城県の土産
	ステラおばさんのクッキー（チェーン店）	アメリカンタイプのクッキー			
郷土名産品 山形銘店	山形の名産品（お菓子・肉・魚加工・漬物・そな等				
清川屋	山形県鶴岡市の老舗。スイーツなど				
老舗 長栄堂	山形銘菓「富貴豆」和菓子				
シベール	ラスク				
十一屋	県内の素材を生かしたお菓子				
じんだん本舗 大江 豆太郎	ふるさと山形の味の枝豆まんじゅう				
煎餅工房 さがえ屋	素材を生かした煎餅				
出羽路菓子処 杵屋本店	老舗の山形のお菓子				
檜下宿 丹野こんにやく	山形名物玉こんにやく				
乃し梅本舗 佐藤屋	山形名物「乃し梅」				

項目	内容				
■エスパル山形					
機能・サービス等	カテゴリー	フロア	施設内店舗等	詳細	
	お土産（山形）	2階	晩菊本舗 三奥屋	山形のお漬物	
			ふるさと銘酒館 ひのきの里	山形を代表する銘酒の販売	
			やまがた麸処 鈴木製麸所	山形のお麸の販売	
			遊友結	山形のソールフード「オランダせんべい」	
	民芸品・工芸品（山形）		尚美堂	山形の民芸品や工芸品	
	飲食・お土産（山形）		平田牧場 ホテルメトロポリタン山形店	庄内地方発祥の豚を使った料理、惣菜弁当など、営業時間レストラン11:00～21:00 ショップ10:00～20:00	
	生活雑貨		ファンケル	化粧品	
	ファッション雑貨		リュテス	レディースファッション雑貨	
			ラ・メール	化粧品	
	カフェ		ハタケスタイル	山形の果物を使用したスイーツ等	
	その他		ヤマト運輸	宅急便	
			多目的室		
			授乳室		
		フード	1階	魚河し惣菜 仙	お惣菜
	クレープハウス 花の種			クレープ	
	佐藤牛肉店			山形牛、米沢牛など	
	仙令平庄			旬なお魚など	
	とんかつ新宿さぼてん			とんかつ料理など	
	なないち			野菜、果物等	
	フード（山形）			日本一	焼き鳥、うなぎ、お惣菜、お弁当など
	飲食（山形）			酒蔵 澤正宗	地酒、食事、山形芋煮など 営業時間11:00～21:00
				そば処 三津屋	山形のそば地酒など 営業時間11:00～19:30
	飲食			ロッテリア	ファーストフード 営業時間7:00～22:00
		ヴィ・ド・フランス		パンやコーヒーなど 営業時間7:30～20:00	
	ドラッグストア	マツモトキヨシ		ドラッグストア 営業時間9:00～20:00	
	その他	山形銀行			
		セブン銀行			
		多目的室			

項目	内容		
■ホテルメトロポリタン山形			
設置場所	・ 山形駅（東口）		
施設面積	・ ----		
所有者	・ 仙台ターミナルビル株式会社		
運営主体	・ 仙台ターミナルビル株式会社		
機能・サービス等	カテゴリー	施設内店舗等	詳細
	ホテル	－	宿泊 224部屋 スイート1室
	グルメ	日本料理・鉄板焼「最上亭」	飲食店
		ブラスリー & バー「ラ ガレ」	飲食店・バー
	その他機能	宴会場 宿泊者手荷物預かりサービス	
■山形市観光案内所			
設置場所	・ 山形駅待合室内		
施設面積	・ 7.9㎡		
所有者	・ 敷地：東日本旅客鉄道株式会社／借主：山形市		
運営主体	・ 管理運営（受託者）／一般社団法人山形市観光協会		
機能・サービス等	カテゴリー	施設内店舗等	詳細
	観光	－	JNTO認定外国人観光案内所（カテゴリー2）
■お忘れ物センター			
設置場所	・ 山形駅待合室内		
施設面積	・ 10㎡		
所有者	・ 東日本旅客鉄道株式会社		
運営主体	・ JR東日本東北総合サービス株式会社		
機能・サービス等	カテゴリー	施設内店舗等	詳細
	忘れ物	－	忘れ物引渡・登録等

項目	内容		
■おみやげ処山形			
設置場所	・ 山形駅待合室内		
施設面積	・ ----		
所有者	・ JR東日本東北総合サービス株式会社		
運営主体	・ 有限会社山形名店		
機能・サービス等	カテゴリー	施設内店舗等	詳細
	物販	－	お土産
	グルメ	－	駅弁
	その他	－	宅急便
■駅レンタカー			
設置場所	・ 山形駅（西側）		
施設面積	・ 施設49.7㎡駐車場553㎡		
所有者	・ 東日本旅客鉄道株式会社		
運営主体	・ JR東日本レンタリース株式会社		
機能・サービス等	カテゴリー	施設内店舗等	詳細
	レンタカー	－	レンタカー貸出・返却
■コインロッカー			
設置場所	・ 山形駅（東口）		
施設面積	・ 4ブース		
所有者	・ グローリーサービス株式会社		
運営主体	・ 仙台ターミナルビル株式会社		
機能・サービス等	カテゴリー	施設内店舗等	機能・サービス等
	コインロッカー	－	141口（Suica対応機種：105口 鍵式のみ：36口）
■ニューデイズエスパル山形店ニューデイズミニ山形2号店（施設名）			
設置場所	・ 山形駅エスパル側・新幹線改札側		
施設面積	・ ----		
所有者	・ 株式会社JR東日本クロスステーション		
運営主体	・ 株式会社JR東日本クロスステーション		
機能・サービス等	カテゴリー	施設内店舗等	機能・サービス等
	コンビニ	－	食品、日用品の販売

②山形駅近隣の状況

項目	内容		
■霞城セントラル			
設置場所	山形駅（西側）		
施設面積	69,460.74 m ²		
所有者	山形県、山形市、商工団体、民間事業者		
運営主体	山形新都心開発株式会社		
機能・サービス等	カテゴリー	施設内店舗等	詳細
	ホテル	山形駅西口ワシントンホテル	宿泊施設
	グルメ	いのこ家山形田	飲食店、居酒屋
		茶蔵茶房	飲食店、カフェ
		ぱっぷや	飲食店
		ミラクルワールドレストラン & バー	飲食店、バー
		Ritz(suite)-lounge&bar-	バー
		中国料理紅花樓	飲食店
	コンビニエンスストア	ファミリーマート	食品、日用品の販売
	ビジネス	スタートアップステーション・ジョージ山形	コワーキングスペース
	アミューズメント	スタジオプリモ	
		girlsmignon	
		マルチプレックス・シアターソラリス	映画館
	体験	展望ロビー	展望台
		空中回廊	※団体見学のみ
		山形県産業科学館	科学館
	郵便局	郵便局	
	銀行	キャッシュサービスプラザ	
	休憩スペース	オープンテラス	
		レストスペース	
		庭園広場	
	授乳室		
	イベントスペース	アトリウム	吹抜イベント広場

機能・サービス等	カテゴリー	施設内店舗等	詳細
	学習	「学習空間」mana-vi	コワーキングスペース
		NOVA	英会話教室
	学校	山形県立霞城学園高校	高等学校
		放送大学山形学習センター	大学校
	行政サービス	山形市保健所	
		山形市市民課証明コーナー	
		山形県パスポートセンター	
		山形市消費生活センター	
		山形県すまい情報センター	
		山形県国際交流センター	
		山形市国際交流センター	
		山形市市民活動支援センター	
	防災	防災センター	

■やまぎん県民ホール			
設置場所	山形駅（西口）		
施設面積	16,132.82m ²		
所有者	山形県		
運営主体	指定管理者 みんぐるやまがた（公益財団法人 山形県生涯学習文化財団、公益社団法人 山形交響楽協会、サントリーパブリシティサービス株式会社）		
機能・サービス等	カテゴリー	施設内店舗等	詳細
	お土産	0035BYKIYOKAWAYA	お土産品販売、カフェ
	コンベンション	－	ホールや会議室等の貸出、託児室 コミュニティサイクルポート
■山形テルサ			
設置場所	山形駅（西口）徒歩10分		
施設面積	約14,600m ²		
所有者	山形市		
運営主体	山形市都市振興公社		
機能・サービス等	カテゴリー	施設内店舗等	詳細
	コンベンション	－	ホールや会議室等の貸出、コミュニティサイクルポート
■山形駅東口交通センター			
設置場所	山形駅（東口）		
施設面積	12,065m ²		
所有者	山形市		
運営主体	山形市		
機能・サービス等	カテゴリー	施設内店舗等	詳細
	駐車場施設	－	駐車場、駐輪場、コミュニティサイクルポート
■山交バス 山形駅前案内所			
設置場所	山形駅 東口交通センター		
施設面積	58.48m ²		
所有者	敷地：山形市/借主：山交バス		
運営主体	山交バス株式会社		
機能・サービス等	カテゴリー	施設内店舗等	詳細
	交通	－	バスチケットの販売、外貨両替機

(4) 関連計画との関係性

山形市では、平成18年（2006年）に策定した『みんなで創る山形らしさが輝くまち健康医療先進都市』をめざす将来都市像とする基本構想に基づきまちづくりを進めており、令和2年（2020年）度から令和6年（2024年）度を計画期間とする「山形市発展計画2025」を策定し、5年間に実施する施策を示しました。

山形市発展計画2025

「山形ブランドの浸透と交流の拡大」を重点政策としており、山形ブランドの浸透を図るための情報発信に加え、山形市の魅力を体験・体感できる旅行商品の開発や観光客のニーズに合った情報発信を行うことで、山形市を訪れるきっかけをつくり、交流人口の拡大を図ることとしており、その具体的な取組として新たな施設の設置も見据えた「日本一の観光案内」の仕組みづくりを掲げています。

山形市観光基本計画

『「山形の魅力」の戦略的な発信』を観光基本方針の一つとしており、今後整備を目指す「日本一の観光案内所」においては、「山形市を訪問する方が求める各種の情報を対面できめ細かく案内できる観光拠点づくりを、また市民一人ひとりは、旅行者を温かく迎えおもてなしの心で接することができる受入体制づくりを目指すもの」としています。

山形市中心市街地グランドデザイン

「歩くほど幸せになるまち」を掲げ、①身体性（体感）、偶発性、希少性の創出、②滞在する場としての空間の整備、③回遊できる仕組みづくり、④みどり豊かな魅力ある空間の整備、⑤官民一体となった公共空間の整備・活用、⑥公共交通の活用促進、⑦DXの推進をコンセプトとして定め、新たな「まち」の実現を目指すこととしており、山形駅周辺部を山形市の観光の起点となる「商業強化・観光機能集積ゾーン」検討することとしています。

山形市中心市街地活性化基本計画

「山形市中心市街地グランドデザイン」に関連し、街なか回遊の目標達成に必要な事業の一つとして、日本一の観光案内推進事業を位置づけており、「日本一の観光案内所」の実現は、山形市の中心市街地活性化にも繋がります。

市発展計画に則す

各計画の内容に則す

「日本一の観光案内所」基本構想素案

【県の観光関連計画】

山形県では、令和2年（2020年）3月に「第2次おもてなし山形県観光計画～beyond2020～」を策定（令和4年（2022年）5月1部改訂）し、観光による交流人口の拡大を図り、山形県の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『「観光立県山形」の確立』を目指すこととしています。特に、山形県の方針では、観光資源の発掘・磨き上げ、各種ツーリズムの推進を掲げており、山形県のゲートウェイとしての役割を果たす山形駅観光案内所では、多様な観光客のニーズに合わせた各種ツーリズムを紹介および案内ができる機能を持たせ、体験型観光を推進していきます。

【国の観光関連計画】

国が令和5年（2023年）3月に閣議決定した新たな観光立国推進基本計画の中で、「観光立国の実現に関し、政府が総合的かつ計画的に講ずべき施策」として『駅周辺等における「観光・まち一体再生」の推進』が掲げられ、駅周辺をはじめとした中心市街地等における観光地域にふさわしい魅力ある都市空間の形成を目指しており、「日本一の観光案内所」の実現はこれに寄与するものです。

また、国は観光地等の外国人対応の推進として、観光案内拠点の充実を目指しています。ウェブやスマートフォン等の普及や旅行動態の変化等、外国人観光案内所を取り巻く環境が近年大きく変化していることを踏まえ、観光案内所のブランド力強化、サービスの質の向上、持続可能な観光、自然災害や感染症等への対応等の課題の解決が求められています。そのために、DX技術の活用や観光案内所間の連携強化・ネットワーク化等の観光案内所の機能強化の取組を進めるとともに、観光スポットの魅力を発信し、地域との交流を図る観光スポット情報・交流施設の整備に向け、新たな観光案内所事業を推進していきます。

3.山形の観光案内の状況

(1) 各案内所の状況（※令和 5 年度中に調査した内容を記載）

市内には市が設置する観光案内所が1か所あり、山形市観光協会が管理・運営を行っています。また、各地域の観光協会により運営される観光案内所2か所、山形県が設置し山形県観光物産協会が管理・運営する案内所が1か所あります。その他にも、観光案内所ではありませんが、観光情報発信や各種旅行相談を行う拠点として、山形駅構内にはJR東日本グループが設置する駅たびコンシェルジュが運営されています。

【山形市観光案内センター】

項目		内容
施設概要	設置場所	・ 山形市城南町1－1－1霞城セントラルビル1階
	設置時期	・ 平成13年（2001年）1月1日
	施設面積	・ 接客エリア：9㎡程度 ・ 展示エリア： 建築面積：9,550㎡ 延床面積：69,500㎡ 展示面積：82㎡
	所有者	・ 山形市（指定管理施設）
	運営主体	・ 一般社団法人山形市観光協会（指定管理者）
営業状況	開所時間	・ 8:30～19:00
	休業日	・ 年中無休
	窓口人数	・ 常時1名～2名
利用者数	日本人	・ 令和4年（2022年）度：75,847人 ・ 令和3年（2021年）度：56,774人 ・ 令和2年（2020年）度：71,252人
	外国人 （主な国籍）	・ データなし
提供サービス	主な機能・情報	・ 基本的な観光案内、交通案内、周辺施設案内 ・ パンフレットの配布 ・ 電話での問い合わせ対応
	その他・特記事項	・ 現在カウンター業務をして頂いているスタッフは山形ビルサービスのスタッフである。 ・ 市民の利用も一定数ある。電車やバスの時刻確認、イベントやパンフレットの確認などは一定数ある。



【山形駅観光案内所】

項目		内容
施設概要	設置場所	・ 山形市香澄町1-1-1山形駅待合室内
	設置時期	・ 平成13年（2001年）1月1日
	施設面積	・ 7.9㎡（バックヤードも含む）
	管理者	・ 敷地：東日本旅客鉄道株式会社／借主：山形市
	運営主体	・ 一般社団法人山形市観光協会
営業状況	開所時間	・ 駅改札前：9:00～17:30（忘れ物センター：9:00～18:00）
	休業日	・ 年中無休
	窓口人数	・ 常時1名
利用者数	日本人	・ 令和4年（2022年）：53,300人 ・ 令和3年（2021年）：34,500人 ・ 令和2年（2020年）：3,090人
	外国人 （主な国籍）	・ 令和4年（2022年）：3140人（台湾・中国・タイ・シンガポール・アメリカ） ・ 令和3年（2021年）：660人（台湾・中国・タイ・インド・アメリカ） ・ 令和2年（2020年）：640人（インド・台湾・中国・マレーシア）
提供サービス	主な機能・情報	・ 基本的な観光案内、交通案内、周辺施設案内 ・ パンフレットの配布（100種類程度）
	その他・特記事項	・ 現在カウンター業務をして頂いているスタッフは山形ビルサービスのスタッフである。 ・ 市民の利用もある。（電車やバスの時刻確認、イベントやパンフレット等）



【やまがた観光情報センター】

項目		内容
施設概要	設置場所	・ 山形県山形市城南町1丁目1番1号 霞城セントラルビル1階
	設置時期	・ 平成13年（2001年）1月1日
	施設面積	・ 355.1㎡
	所有者	・ 山形県〔指定管理施設〕
	運営主体	・ 公益社団法人山形県観光物産協会〔指定管理者〕
営業状況	開所時間	・ 10:00～18:00
	休業日	・ 年中無休
	窓口人数	・ 2名
利用者数等	来館者数	・ 令和4年（2022年）度：82,012人 ・ 令和3年（2021年）度：56,634人
	外国語対応	・ 英語堪能者を雇用し窓口に配置 ・ 英語以外の言語については、各種通訳サービスを活用し対応
提供サービス	主な機能・情報	・ 本県の観光に関する情報の収集及び県内外に向けた情報提供 ・ 来館者等に対する県内の観光案内及び県産品等の紹介 ・ 電話、WEB等による観光情報需要者への情報提供 ・ 館内における観光宣伝に係る環境演出、写真パネル展示 ・ 県観光公式サイト（やまがたへの旅）の管理・運用 ・ 県内の観光情報全般
	その他・特記事項	・ 現在、以下の機能拡充等を行うことを準備中 （1）県産酒や県産ワインの試飲機の設置 （2）県産材の内装による明るい雰囲気づくり （3）各市町村等と協力したイベントの実施などの賑わい創出



【蔵王温泉観光協会案内所】

項目		内容
施設概要	設置場所	・ 山形県山形市蔵王温泉708-1蔵王温泉バスターミナル内
	設置時期	・ 不明
	施設面積	・ 施設面積：270cm×350cm接客面積：270cm×100cm
	所有者	・ 敷地：山交バス株式会社／借主：蔵王温泉観光協会
	運営主体	・ 蔵王温泉観光協会
営業状況	開所時間	・ 9:00～17:00（12:00～13:00は休憩のため閉鎖） ・ シーズンにより営業時間が異なる
	休業日	・ 毎週火・水曜日（繁忙期は除く）
	窓口人数	・ 常時1名 ・ 窓口スタッフが休む場合、事務局スタッフが代替
利用者数	日本人	・ 令和4年（2022年）度：約6,600人（うち外国人数：約1,430人） ・ 令和3年（2021年）度：データなし（うち外国人数：約160人） ・ 令和2年（2020年）度：データなし
	外国人 （主な国籍）	・ 令和4年（2022年）度：約1,430人（中国・台湾・韓国・フィリピン・インドネシア・マレーシア・ミャンマー・カンボジア・タイ・インド・サウジアラビア・アメリカ・イギリス・フランス・ドイツ・オランダ・カナダ・オーストラリア・ベラルーシ・チリ等） ・ 令和3年（2021年）度：約160人（中国・台湾・韓国・フィリピン・インドネシア・マレーシア・インド オーストラリア・アメリカ・カナダ・イギリス等） ・ 令和2年（2020年）：データなし ※国籍に関しては、目視確認の情報
提供サービス	主な機能・情報	・ 蔵王温泉近郊の基本的な観光案内、交通案内（上記エリア以外に関して、分からないことはその場で調べたり、市観光協会に相談するなどに対応している） ・ 観光情報提供（窓口・電話・メール） ・ 観光資料送付 ・ パンフレットの配布（英語・繁体字） ・ 当日の宿泊予約の代行 ・ インバウンド客に対して、バス予約や体験予約などのサポート
	その他・特記事項	・ 直接旅館に問い合わせが来るケースがある。



【山寺観光案内所】

項目		内容
施設概要	設置場所	・ 山形県山形市山寺4495-15
	設置時期	・ 平成10年（1998年）4月
	施設面積	・ 10㎡ ・ 接客面積：2㎡
	所有者	・ 敷地：民間人／借主：山寺観光協会
	運営主体	・ 山寺観光協会
営業状況	開所時間	・ 4月～11月／9:30～16:00 ・ 12月～3月／10:00～15:00
	休業日	・ 水曜日（スタッフの予定に応じて臨時休業）
	窓口人数	・ 常時1名
利用者数	日本人	・ 令和4年（2022年）度：7,109人 ・ 令和3年（2021年）度：4,027人 ・ 令和2年（2020年）度：3,518人 ・ ※上記、利用者全体人数
	外国人 （主な国籍）	・ データなし（外国人数は、全体の利用者数の約半分(肌感覚)。台湾、中国、韓国、タイ、シンガポールなどが多い。最近、ヨーロッパからの観光客も増加）
提供サービス	主な機能・情報	・ 山寺周辺の基本的な観光案内、交通案内 ・ 各地図やパンフレット提供 ・ 電話やメールでの問い合わせ対応（アクセス、駐車場、荷物預け、山寺の営業時間、天気予報など） ・ 手荷物預かり（有料）
	その他・特記事項	・ -



【駅たびコンシェルジュ山形】

項目		内容
施設概要	設置場所	・ 山形県山形市香澄町1丁目1番1号（JR山形駅2階改札口正面）
	設置時期	・ 令和4年（2022年）2月10日
	施設面積	・ フロント104.1㎡バックヤード94.5㎡倉庫15㎡
	所有者	・ 東日本旅客鉄道株式会社
	運営主体	・ 株式会社JR東日本びゅうツーリズム＆セールス
営業状況	開所時間	・ 10:00～17:30
	休業日	・ 無休
	窓口人数	・ 常時3名※状況により4名まで増員
利用者数	日本人	・ 令和5年（2023年）：14,266人 ・ 令和4年（2022年）：18,482人 ・ 令和3年（2021年）：-データなし
	外国人 （主な国籍）	・ 令和5年（2023年）：2,135人（台湾、香港、タイ、シンガポール、アメリカ、オーストラリア、マレーシア） ・ 令和4年（2022年）：2,104人（台湾、香港、タイ、オーストラリア、ヨーロッパ系、東南アジア系） ・ 令和3年（2021年）：-データなし
提供サービス	主な機能・情報	・ 旅のコンサルティング ・ JR東日本のオンラインサービス等各種サポート ・ 大人の休日倶楽部会員サポート ・ 訪日旅行者をはじめとした外国籍のお客さまサポート ・ 東日本エリアの観光情報発信 ・ JR東日本びゅうダイナミックレールパックのご案内 ・ 団体旅行商品「日本の旅鉄道の旅」 ・ 大人の休日倶楽部会員様向けお得な情報 ・ 山形県内イベント、観光情報チラシ 等
	その他・特記事項	・ 日本人に関しては20％が観光関連で利用。50％がロッカーやバス乗り場の問合せ、30％がJR券購入やJR東日本オンラインサービス等各種サポート ・ 外国人に関してはほぼ100％観光関連で利用。 きっぷ手配（県内、県外）、観光案内（県内、隣県、主要観光都市）



(2) 観光案内における課題・意見

観光案内に関わる団体・事業者が抱える課題や各ステークホルダーの意見は下記のとおりです。

項目	主体別の課題・意見		
	山形駅観光案内所	蔵王温泉観光案内所	山寺観光案内所
観光案内の機能・サービスについて (ソフト面)	- 案内所間での情報連携が十分ではない - 宿泊や飲食の予約代行まで求められるものの対応できていない - 営業時間が短い - 案内所と他施設（忘れ物センター等）の営業時間にズレがある - 飲食店を紹介する際に特定の店舗を紹介しづらい - 主要観光地各地の情報をリアルタイムで把握できていない	- 宿泊施設にも観光案内に関する相談や問合せが寄せられ、対応に苦慮している - 観光事業者の一定程度の対応力の強化 - 外国人観光客の国籍把握 - 市内他エリアの情報収集 - 県内・隣県など広域の情報収集 - パンフレットの多言語化 - 飲食店や宿泊施設の空き状況・営業状況を把握できていない - ローカルな情報提供 - 外国語対応 - 外国人の予約フォロー等（SIMの関係上、電話ができない）	- 県内・隣県など広域の情報収集 - 外国語対応 - パンフレットの多言語化
観光案内の機能・サービスについて (ハード面)	- コインロッカーなど手荷物預け機能の不足 - デジタルサイネージを活用した情報発信 - パンフレットを陳列するスペースに限界がある - Wi-Fiと電源が利用できる場所が少ない - 外貨両替機の場所が分かりにくい - 改札を出てからどちらに行けばよいかわからない	- 時間つぶしができる土産物売り場や飲食店、体験コンテンツ等の整備 - キャッシュレス対応 - コインロッカーなど手荷物預け機能の不足	- コインロッカーなど手荷物預け機能の不足 - キャッシュレス対応 - 案内所スペースの狭さ - 駅案内所のサテライトがあると便利 - リアルタイムで各地の状況が分かる仕組みが必要
運営体制について	- スタッフ自身が山形のことを学んだり、知ったりする機会が少ない - 業務が多忙で研修等にも参加できない - OJT期間に半年は必要 - 求められる業務水準の割に待遇が悪く、スタッフが長続きしない - 電話対応も一定数あり、窓口と別で体制構築する必要がある	- 事業者同士の情報共有プラットフォームの構築 - 人材の確保・育成 - 他案内所との情報共有・人材交流など連携強化	- スタッフが少なく、案内所の営業が不定休となっている - スタッフの高齢化
その他	- 駅周辺に案内所もしくは類似する機能が複数あり、非効率的であるとともに混乱を招きかねない。 - イベントの確認など市民の利用も一定数あるもののまだまだ少ない。観光と住民利用のバランスをとることが必要である - 対応状況などのデータ蓄積が困難（相談対応をしながら記録していくのには限界あり）	- 案内所としてマネタイズしていくことが必要（現状では無償で予約代行なども対応） - 観光協会が法人格を有していないこと - サステナブルツーリズムへの対応 - 各施設・店舗のGoogleマップの掲載情報の更新	- 対応状況などのデータ蓄積が困難（相談対応をしながら記録していくのには限界あり） - 観光客の属性やニーズの分析まで手が回っていない - レスポンスブル・ツーリズムの推進

項目	主体別の課題・意見			
	駅たびコンシェルジュ 山形	利用者アンケート	事業者 アンケート	高校生 ワークショップ
観光案内の機能・サービスについて (ソフト面)	- 観光事業者、関係機関、行政との連携不足（両替機の設置、蔵王ロープウェイの運行状況、どこが何をやっているのかわからない） - 観光パンフレットが充実していないので、結局観光案内所を案内している - 電話ができないので宿に連絡を取ってほしいと求められる（予約代行等は行っていない）	- 観光案内の利用目的としては、「観光・交通・イベント等の情報収集」が多く、その次に「道案内」「土産物等の購入」などが多くなっている。 - デジタル技術を活用した案内及び情報発信 - 地元の人しか知らないローカルな情報提供 - 飲食店の情報 - 花笠踊りなど文化の体験 - 外国語対応 - 山形の食材を使ったグルメの提供	- 飲食店や土産物店などの不定期営業であり営業状況が把握できない - 外国語対応が困難 - 各施設・店舗のGoogleマップの掲載情報（定休日、営業時間）の管理不足 - 観光客のニーズに合ったマップやパンフレットがない - 山形の伝統文化や祭りを体験できる - ニーズに応じた情報提供・プラン提案 - 隣県の情報提供 - 宿泊施設の予約や旅行商品の販売	- 山形の食材を使ったグルメの提供 - 色々な言語・宗教に対応 - ユニバーサルデザインへの対応
観光案内の機能・サービスについて (ハード面)	- 案内表記があるものの、どこに何があるのかわかりにくい - 観光案内所の場所が分かりづらい - ロッカー、手荷物預かり所不足（西口ロッカー、インバウンド向けの大型ロッカー、手荷物預かりの有料化） 1時間～半日時間をつぶせるところが少ないため、帰りの列車時間を早める人が多い - 待合室のスペースが限られているので、駅たびに座らせてほしいと来店する人が多い	- Wi-Fi、充電スポット - ワークスペースや待合スペース - バリアフリー対応 - 観光案内所がすぐ分かる目印が必要 - 手荷物預かり - レンタサイクル、小型モビリティ - 山形の観光地などの写真	- 街なかにおける手荷物預かり所・キャッシュレス対応コインロッカーの整備 - Wi-Fi、無料充電スポットの整備 - 県内の酒蔵の酒を飲めるコイン式サーバーの設置	- 高校生が電車の待ち時間に過ごすことができるスペースが必要（勉強スペース・交流スペース） - 駅に降り立った際にフルーツの匂いがすると良い - バナを使った内装 - 観光地をモチーフにしたレゴを設置 - インスタ映えスポット
運営体制について	来店予約制での運営を主としている	- 親切で寄り添った案内対応が重要 - おもてなしの心 - 交通事業者との連携	SNSなどを活用したリモートでの観光案内	- スタッフの服装等の自由化 - 高校生が観光ボランティアの実施
その他	- 駅たびコンシェルジュ山形自体は観光案内所ではないが、道案内や観光情報を求めて来店する人が多い - 駅周辺に山形のグルメを味わえる飲食店が少ない	山形旅行を親しい友人や家族にすすめたいという人の割合が大きい	- 体験イベントのインバウンド対応 - 観光案内所の営業時間の延長	- 高校生の参画に当たっては、探究学習を絡めるなど高校生にもメリットがある形にする - 高校生が山形市のことを知れる場所にしたい

(3) 観光案内所のあり方を考えるポイント（課題・意見の整理）

各種調査によって把握した観光案内に関する課題・意見について、特に意見が多かったものや研究会の議論も踏まえ整理し、観光案内所のあり方を考えるポイントをまとめました。これらのポイントに基づき、重点的な取組の検討に繋げていきます。

主な課題・意見の整理

- ・主要観光スポットが離れており、山形駅周辺で“山形”を感じることができる場所がない
- ・ライブや出張の来訪者は駅周辺だけで用を済ませて帰ってしまうことが多い

- ・全市町村に温泉があるのが山形県の魅力であるものの、十分に訴求できていない
- ・広域観光推進に向けた取組として、温泉は取組やすいのではないかと

- ・新幹線の時間までの1時間～数時間程度の待ち時間を過ごす場所・コンテンツがない
- ・山形駅周辺に花笠踊りの体験や芋煮を味わえる場所がない

- ・地域住民、高校生等も地元山形のことを知らない、魅力に気付いていない
- ・地元山形に対する愛着や誇りを醸成していくことが重要である

- ・観光案内所が地域の課題を解決する場としての役割もあると良い
- ・地域住民・事業者にも参画してもらうような施設になることが重要

- ・観光人材の育成・確保が課題であり、観光案内所スタッフも人手不足である
- ・高校生の立場でも観光案内所の運営に携わりたい。携わることで学びを得られる

- ・業務都合で研修も出にくく、案内所スタッフ自身が山形のことを知る機会が少ない
- ・案内所スタッフはOJTに時間がかかる上、なかなか定着しない

- ・駅周辺に案内所もしくは類似する機能が複数あるものの、棲み分け・連携ができていない
- ・案内所と事業者の連携を強化すべき

観光案内所のあり方を考えるポイント

山形の魅力を体感できるサービス・整備

- ・山形駅周辺で“山形”を肌で感じられる場所
- ・“たまたま山形に来た人”とのタッチポイント

温泉を切り口とした広域観光の推進

- ・全市町村の温泉情報の発信
- ・各地の温泉街・観光協会との連携

駅周辺で山形のグルメ・文化を味わえる環境

- ・山形のグルメや文化をライトに体験
- ・シンボルモニュメントなど訪れる目的がある場所

郷土愛の醸成（地域の観光案内力強化）

- ・地域住民等が山形のことを学べる場所
- ・将来的には、地域まるごと案内所

課題解決・チャレンジのフィールド提供

- ・観光だけでなく地域にとって価値のある場所
- ・他の切り口からでも、“観光”との接点に

観光人材の育成・確保

- ・高校生は探究学習や英語学習の実践の場
- ・将来的な観光人材の育成

働きがい及びサービス品質の向上

- ・案内所スタッフの従業員満足度の向上
- ・案内対応のサービス品質の向上

関係する主体の連携強化を図る

- ・関係施設間における棲み分け・連携
- ・事業者との情報共有・連携強化

4.「日本一の観光案内所」のあり方

(1) 位置づけ・役割

これまでの観光案内所は、観光客が用事がなければ立ち寄らない場所で、観光以外の目的で山形を訪れる方が積極的に訪れるような場所ではありませんでした。また、地域住民や事業者にとっては「暮らし」とは関係がない施設であり、観光案内所の存在が地域住民の生活の質の向上や事業者の持続的な発展に資するものであるとは言えませんでした。

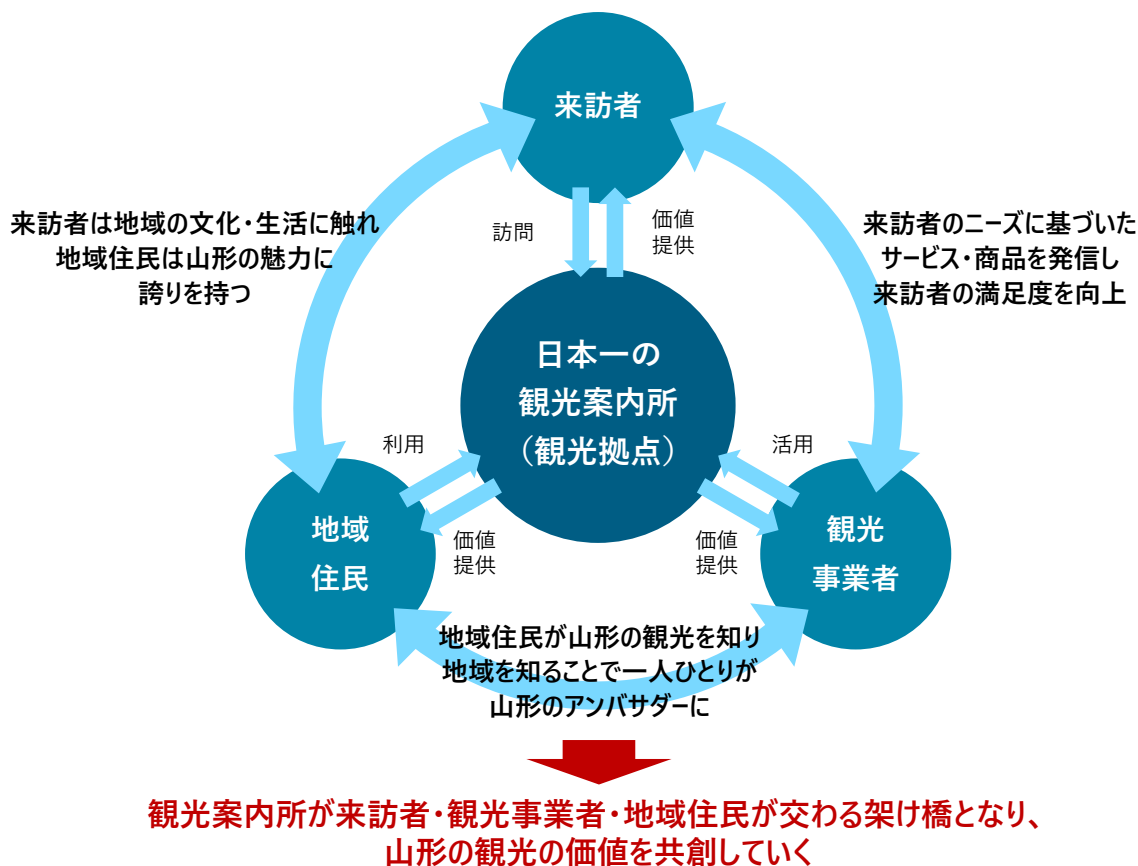
新たに整備する観光案内所は、観光案内所として求められる基本的な機能は備えた上で、目的に関わらず山形を訪れた来訪者に加え、地域住民や事業者にも価値を感じられる場所にする必要があります。また、来訪者に山形の魅力を伝え、地域が誇りを感じ、さらに魅力を高める場所として、地域と来訪者が山形における観光の価値を共に創り上げる“共創型交流拠点”として整備していく必要があります。

新しい観光案内所の位置づけと役割

観光案内所そのものが訪れる理由となり、 地域と来訪者が観光の価値を実感できる「共創型交流拠点」

- ・ 目的地化：来訪者の旅の目的地の一つとなる観光拠点にする
- ・ 満足度向上：点在する機能・サービスを集約し、一人ひとりのニーズに応じたホスピタリティの提供
- ・ 賑わいの創出・地域活性：地域住民や事業者が利用し、地域にも価値がある場所に
- ・ 地域の持続可能性：地域と来訪者をつなぎ、「住んでよし訪れてよし」の観光地域づくりへ

新しい観光案内所による価値循環図



(2) 想定利用者

観光案内所の想定利用者としては、来訪者（観光客、出張者、観光以外の来訪者など）・地域住民・観光事業者といった大きく分けて3つの主体を対象としています。

これまでの観光案内所は、名実ともに来訪者の利用を想定して設計がされ、サービス提供がなされる施設でした。しかし、持続可能な観光を実現していくためには、観光案内所が観光に関わるステークホルダーそれぞれにとって必要とされ、メリットを感じる施設にならないと考えるべきです。

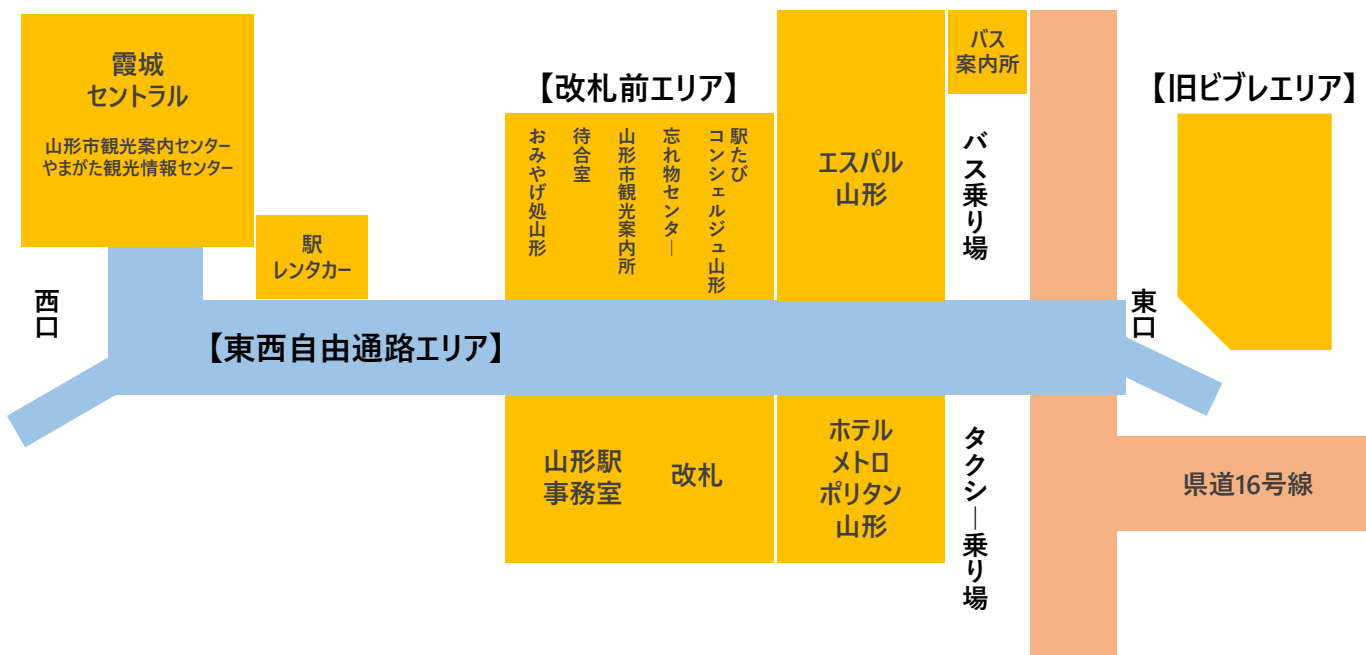
来訪者・地域住民・観光事業者といった主要なステークホルダーすべてのことを考えた三方よしの取組を展開していきます。

(3) 整備エリア

山形の観光の玄関口である山形駅の改札前エリアを中心に、旧ビブレエリア及びその間をつなぐ東西自由通路エリア全体を観光案内所と見立て、「日本一の観光案内所」の核として整備を進めていきます。

また、山形駅周辺にある、霞城セントラルやエスパル山形等その他の駅ビル内施設とも連携し、役割や機能・サービスを分担を明確にしながら、一体的に取組を検討していきます。

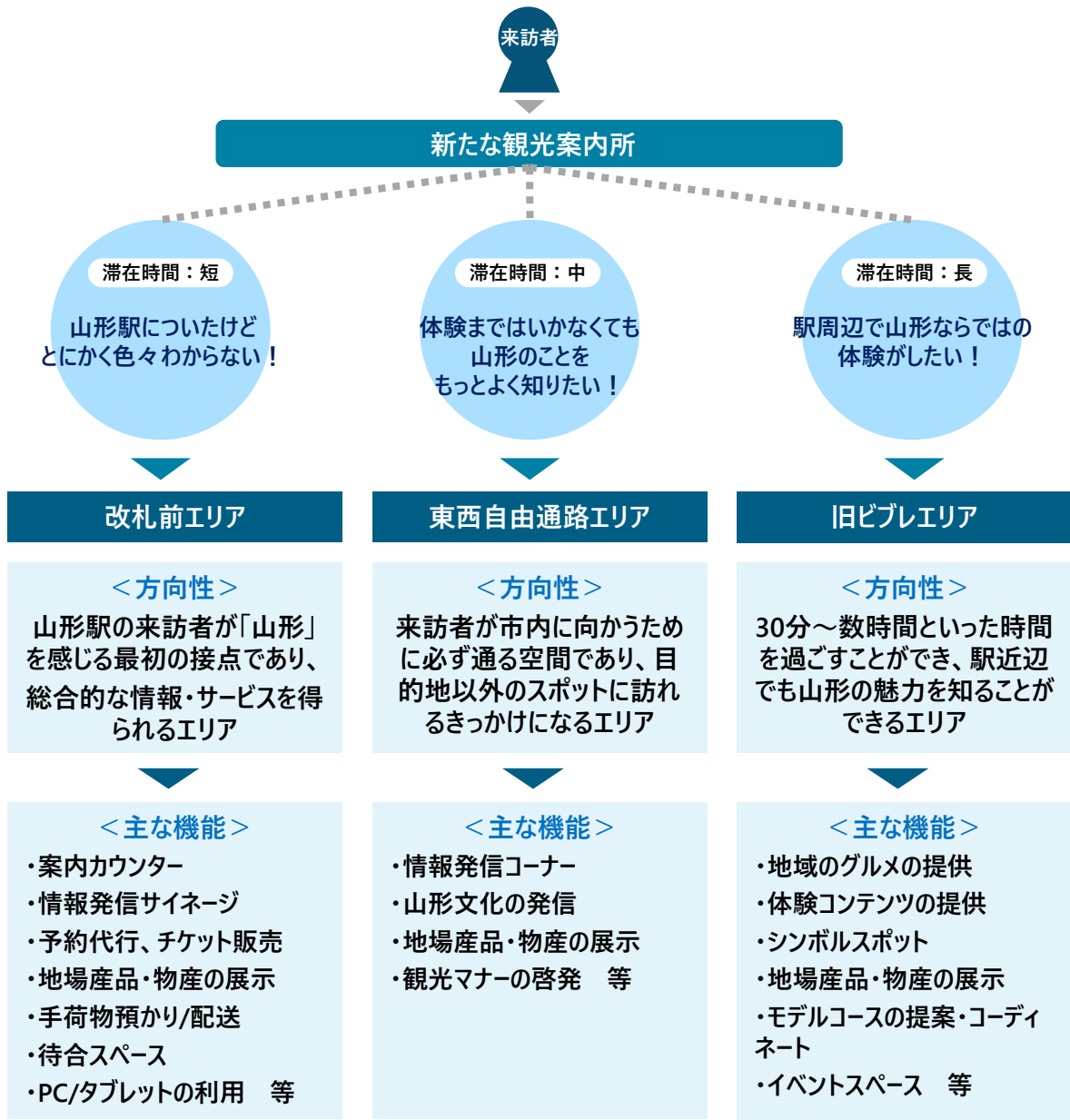
整備エリアの現状配置図



整備エリアのイメージ

エリア全体で日本一の観光案内所

旅ナカ観光客のニーズ



(4) 全体的な方向性

山形市・慶應義塾大学SFC研究所・JR東日本との共創ラボの中で行ってきた様々な調査の結果や議論を踏まえ、日本一の観光案内所のあり方として、案内所の全体的な方向性を示す「コンセプト」、案内所の設計・運営を支える理念である「基本理念」、日本一の観光案内所として最低限備えるべき「基本機能」、日本一の観光案内所の具体的なテーマ・取組である「重点日本一」を整理しました。

山形市の観光を取り巻く環境や社会情勢の変化が今後も見込まれる中で、日本一の観光案内所は、整備した後も日本一の観光案内所であり続けるために、軸となるコンセプト・基本理念を明確に持ちながら、実現に繋げていきます。

コンセプト

「暮らしと観光がつながる」

コンセプトの検討に当たって、「観光案内所は誰のためのものなのか」を徹底的に議論し、多くの事例を調査・視察しました。それぞれの地域の特性に応じて、観光客の利用に重点を置いた観光拠点としての施設もあれば、地域住民の利用に重点を置いた交流拠点としての施設もありました。

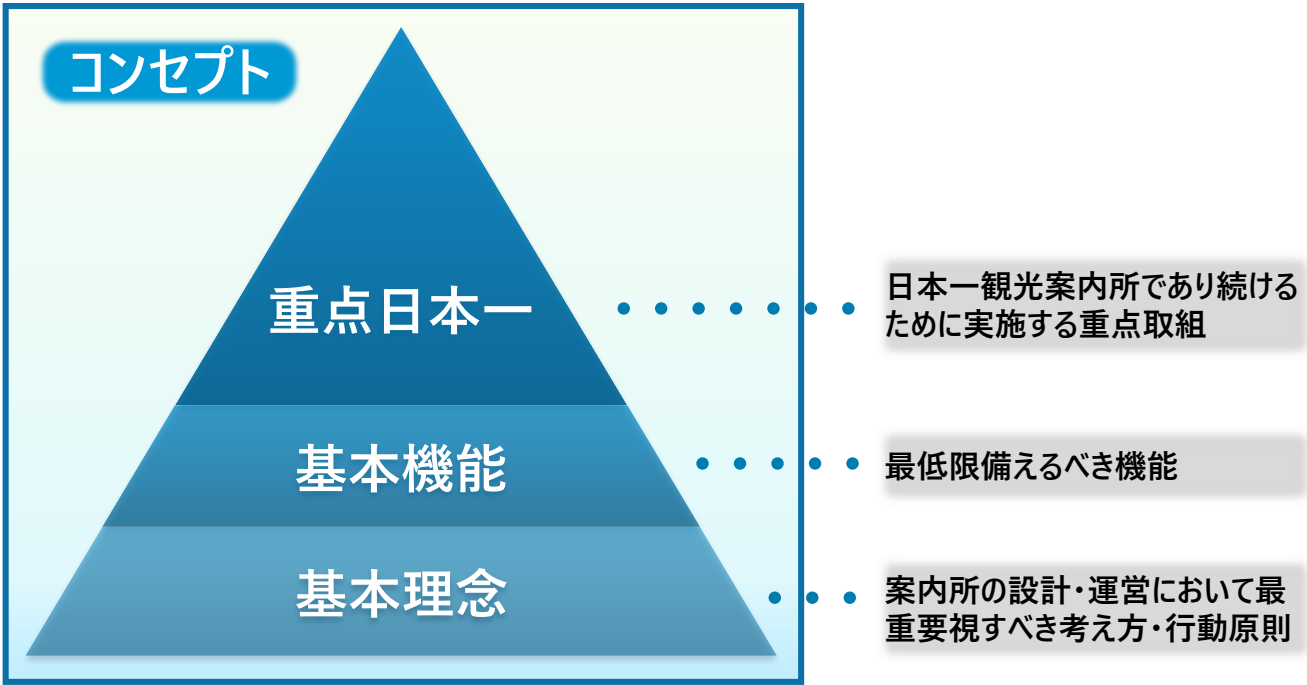
日本一の観光案内所は、地域と来訪者のどちらかに重点を置くのではなく、山形に訪れた来訪者にとって観光」の目的地となる拠点にするとともに、観光事業者や地域住民が利用する、「暮らし」にとっても価値のある拠点にする必要があると考えています。

来訪者は、観光スポットや地域に親しまれているお店、地元ならではの食べ物、歴史・文化、そして地域が当たり前と思っているような景色にも興味・関心を持っています。

その中でも山形の魅力は「ひと」であり、「ひと」が紡いできた文化や歴史といった「暮らし」であると考えています。「観光」の延長線上には「暮らし」があり、山形の「ひと」が紡いできた「暮らし」を感じてもらう「観光」を通して、来訪者は本物の山形に触れることができ、地域は山形の魅力を再発見することができます。そして、両者がもっと山形を好きになってもらうことで、山形の観光の価値が磨かれていくと考えます。

日本一の観光案内所が地域と来訪者をつなぐ架け橋となって、山形の観光の価値を共につくり上げる共創型交流拠点として、「暮らしと観光がつながる」場所となることを目指します。

コンセプト・基本理念・基本機能・重点日本一の関係性



基本理念

日本一の観光案内所は、山形における観光の窓口となり、常に時流に沿った取り組みを行い、地域の魅力を最大限に引き出す努力を続けていく必要があります。山形市の観光を取り巻く環境や社会情勢が変化しても、日本一の観光案内所であり続けるため、各種取組全般にわたって、支えとなる理念を下記3つにまとめました。

各取組に横串を通す基本理念

1 ニーズに合った情報・サービスの提供

- ・ 来訪者の多様なニーズに応えるため、観光案内所では適切かつ効果的な情報提供を行います。
- ・ 観光関連データの収集・分析を積極的に行い、来訪者の動向や需要を把握することで、山形での滞在をより充実させる提案をします。
- ・ 外国人来訪者には言語対応だけでなく、山形のローカルな魅力を伝える観光案内やホスピタリティに富む対応を提供します。
- ・ リアルタイム情報や交通情報など、来訪者が利用する情報を迅速に提供し、滞在中のストレスを軽減します。
- ・ 地域の魅力を的確に伝え、来訪者が山形を満喫できるようなサービスを展開していきます。

2 山形の魅力向上・発信

- ・ 新たな観光案内所は山形の観光の最前線と位置付けられ、山形の魅力を余すことなく直接来訪者に伝える役割を果たします。そのため、文化、歴史、自然など、山形を感じられる魅力を積極的に発信し、観光スポットや観光事業者への送客促進も行うなど、周遊促進・消費拡大につながる案内を目指します。
- ・ 地域住人へのマイクロツーリズムの推進を通じて、地元の人々も山形の魅力を再発見し、地域経済に貢献できるよう取り組みます。
- ・ 山形県のゲートウェイである山形駅を起点とし市内だけでなく県内外の広域観光の拠点となるよう観光案内・情報発信を行います。

3 持続可能性の確保

- ・ 山形の観光は地域経済の発展や地域活性化に重要な役割を果たしており、観光の持続可能性を考慮しながら、来訪者・地域住民・観光事業者の三方よしの視点で、観光案内を推進していく必要があります。その一環として、観光人材の育成を積極的に行い、質の高いサービスを提供できる人材の育成に努めます。
- ・ 地域との一体的な連携を深め、地域住民や観光事業者の意識向上や観光資源の保全に努め、長期的な観光産業の発展につなげていきます。
- ・ 地域や市内外の観光案内所との連携を強化し、観光情報や取り組みの共有を促進し、より幅広い観光情報の提供と地域全体の持続的な観光振興に貢献します。
- ・ 日本一の観光案内所であり続けるために、産学官が共創する共創ラボを中心に、本事業をPDCAで改善・機能向上していくための継続的な研究・協議を重ねていきます。

基本機能

日本一の観光案内所として備えるべき基本的な機能・サービスとして下記を想定しています。

項目	内容	駅改札前の 既存機能	備えるべき基本機能									
			エリア					形態		収益事業	デジタル	アナログ
			駅改札前	自由通路	旧ビブレ	セントラル 霞城	その他	ソフト	ハード			
情報提供・ 展示	・観光地・施設・イベントの情報 （バリアフリー情報、広域エリア の情報含む）	●	●	●				●			●	●
	・交通の情報（アクセス、運行情 報）	●	●					●			●	●
	・宿泊施設や飲食店等の情報 （ハラル対応含む）	●	●					●			●	●
	・観光紹介の展示（常設・企 画）		●	●				●	●		●	●
	・土産物店等の情報		●					●			●	●
	・地場産品・物産の展示		●	●	●			●	●		●	●
	・観光マナーの啓発		●	●				●			●	●
	・災害時の情報提供		●		●			●			●	●
予約・販売	・飲食店の予約		●		●			●		●	●	
	・宿泊施設の予約		●		●			●		●	●	
	・土産物・伝統工芸品の販売					●			●	●	●	●
	・交通チケット等の販売		●		●		●		●	●	●	●
	・観光施設のチケット販売		●		●			●		●	●	●
	・体験プログラムの予約		●		●			●		●	●	
プランニング ・コーデ ィネー ト	・モデルコースの提案	●	●		●			●		●	●	●
	・ガイドツアーの販売		●		●			●		●	●	
	・旅行会社・コーディネーターとの マッチング		●		●			●		●	●	●
体験・飲食	・角打ち・郷土料理				●				●	●		●
	・カフェ・スイーツ				●	●			●	●		●
	・伝統工芸・文化の実演・体験				●				●	●		●
	・企画イベントの実施				●			●	●	●		●

項目	内容	駅改札前の既存機能	備えるべき基本機能									
			エリア					形態		収益事業	デジタル	アナログ
			駅改札前	自由通路	旧ビブレ	セントラル 霞城	その他	ソフト	ハード			
滞在空間	・ Free Wi-Fi	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	・ PC/タブレット利用	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	・ 充電スポット	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	・ お手洗い	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	・ 外貨両替	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	・ 授乳室	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	・ 礼拝室	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	・ 手荷物預かり	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	・ 手荷物配送サービス	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	・ 待合スペース	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	・ イベントスペース	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	・ ワークスペース	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	・ バリアフリー対応	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
データ収集・活用	・ イベント等の情報集約・共有	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	・ 接客・相談データの蓄積・分析・活用	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	・ 観光事業者向け勉強会の開催	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
その他	・ 外国語対応	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	・ 車いすレンタル	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	・ ベビーカーレンタル	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	・ 傘レンタル	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	・ 長靴レンタル	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	・ 電話・SNSによるオンライン相談窓口	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	・ スタッフの研修プログラム	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●

※基本的な機能・サービスの検討に当たっては、各種調査等を参考に整理しています。

重点日本一

コンセプト及び基本理念に基づき、様々なテーマにおいて“日本一”を目指し続けることで、日本一の観光案内所の実現に繋げていきます。その中でも特に重点的に目指すテーマとして以下の8項目を設定し、それを「重点日本一」と位置づけました。この「重点日本一」については、各取組の進捗状況や社会環境の変化を分析し、共創ラボで都度議論を行いながら、その時点で最も必要な取組テーマを選択していきます。

重点日本一

(令和6年（2024年）3月時点)

①地域の魅力を体感できる 日本一

- ・ 山形に暮らす「ひと」の“優しさ”により育まれてきた魅力を体感することにより、実際の訪問やリピートのきっかけを創る。
- ・ シンボルとなる展示や映像、音楽や匂いなど五感で山形を感じられるような仕組みを検討する。

②温泉に行きたくなる 日本一

- ・ 温泉ソムリエ等を配置するとともに、県内全市町村に立地する温泉の紹介を行う。
- ・ 温泉の紹介に当たっては、デジタルを活用し、ニーズに合致したおすすめ温泉の提示や予約のサポートなどを行う。

③長く滞在したくなる 日本一

- ・ 観光客や出張者の滞在時間を延ばし、案内所における収益事業となる角打ちやカフェの整備を検討する。
- ・ 飲食を楽しみながら、花笠踊りの体験ができたり、山形市の情報を知ることができる空間とする。

④地元を再発見できる 日本一

- ・ 地域住民がイベント情報や地元の魅力を知り、体験することで、さらに地元に対する愛着や誇りが生まれるような魅力発信拠点とする。また、地域住民が近隣地域への観光情報を得られる場所とする。

⑤文化創造チャレンジ 日本一

- ・ 東西自由通路の公共空間を活用し、店舗の試行出店や若手アーティストの個展、企業のテストマーケティングなど地域住民・企業の一歩目のチャレンジができる場所とする。

⑥次世代の観光づくり 日本一

- ・ 高校生・大学生が案内所インターンとして参画し、案内を通して山形のことを学ぶ。
- ・ 将来的な観光人材の確保・育成に繋げるとともに、先駆的な挑戦や実験を続ける場とする。

⑦わくわく働く 日本一

- ・ 観光案内所スタッフや観光事業者がやりがいを持ち、高品質の観光案内サービスを提供することができるような環境（DXツール等の活用）を実現するとともに、常に山形のことを学び続けることが可能な仕組みを構築する。

⑧つながる 日本一

- ・ 自治体、公共交通機関、教育機関、事業者、商店街組合、観光協会等が連携を図り、質の高いサービスを目指す。
- ・ 関係各者が常に問題解決の為の議論が出来る関係性を構築し持続的にサービスの改善や発展に繋げる。

※それぞれの重点日本一の詳細は次ページ以降で整理しています。

1 地域の魅力を体感できる 日本一

想定ステークホルダー

来訪者

地域住民

生徒・学生

観光事業者

その他事業者

整備エリア

改札前

東西自由通路

旧ビブレ

霞城セントラル

その他

<取組内容（案）>

- ・最も気軽に立ち寄る人が多い改札前エリアをはじめ、整備エリア全体で、山形の人々の優しさにより育まれてきた文化に触れることができるよう、山形産ブナ材など県産材を活用した内装・什器でデザインを統一するとともに、映像や音などにより山形を肌で感じられるような仕組みを検討します。
- ・市内各地に向かう際に必ず通る東西自由通路エリアでは、本来の目的ではないスポット等との偶然の出会いが生まれるよう、各種展示などを検討します。
- ・少し長い時間を過ごす人が多い旧ビブレエリアでは、より深く山形の魅力を感じてもらえるように山形の特産品等の展示を行うなど、実際に購入したり、訪問したりするきっかけ作りを行います。
- ・大きい芋煮鍋など観光案内所のシンボルモニュメントを用意し、フォトスポットとしても整備します。

<期待する効果・ストーリー>

来訪者	・観光案内所だけでも山形の魅力に触れることができ、仮に滞在時間が短い訪問だった場合にも、また改めてリピート訪問したくなります。
事業者	・観光案内所が、山形の魅力を体験した来訪者を各スポットに案内する送客装置の役目を果たし、観光事業者の顧客が増加します。

※参考にした調査等：利用者アンケート、先進事例調査、高校生ワークショップ、事業者アンケート、研究会

2 温泉に行きたくなる 日本一

想定ステークホルダー

来訪者

地域住民

生徒・学生

観光事業者

その他事業者

整備エリア

改札前

東西自由通路

旧ビブレ

霞城セントラル

その他

<取組内容（案）>

- ・各地の温泉を紹介する特設ボードもしくはサイネージを設置するとともに、温泉ソムリエ等の有資格者を配置し、県内全市町村に温泉があるという山形県広域としての魅力を発信します。
- ・効能が異なる各地の温泉の中でニーズに合った温泉を提案するために、AIを活用し質問回答や表情等からおすすめの温泉を選ぶなどエンターテインメントの要素も含めたサービス提供を検討します。
- ・各地の温泉宿の予約や温泉街の観光情報の提供（各観光協会等と連携）もサポートします。
- ・各温泉の入浴剤が購入できるなど、次回訪問時に他の温泉地に訪れるきっかけを提供します。

<期待する効果・ストーリー>

来訪者	・本来なら訪れるきっかけのなかった温泉にまで足を運ぶきっかけになるとともに、ニーズに合致した温泉に入ることができます。
地域住民	・山形市だけでなく、近隣の温泉まで足を延ばすきっかけとなります。観光客の立場になることで、観光地としての機運醸成につながります。

※参考にした調査等：利用者アンケート、高校生ワークショップ、研究会

3 長く滞在したくなる 日本一

想定ステークホルダー	来訪者	地域住民	生徒・学生	観光事業者	その他事業者
整備エリア	改札前	東西自由通路	旧ビブレ	霞城セントラル	その他

<取組内容（案）>

- ・新幹線の時間までの1時間～数時間程度の待ち時間を有効に過ごしてもらえるように、山形の日本酒やワイン等を飲みながら、芋煮鍋や山形県産の果物など地域の味覚を楽しむことができるような飲食提供機能を整備します。
- ・山形のグルメを味わいながら、花笠踊りの体験ができたり、山形市の観光情報を知ることができる空間となることを想定しています。

<期待する効果・ストーリー>

来訪者	・これまで時間を持て余していた新幹線の時間までの中途半端な空き時間で、出発の直前まで山形のグルメや伝統文化に触れることができます。 ・また、芋煮のテイクアウトなどでもできるようにすることで、時間がない人でも新幹線の中で味わうことが可能となります。 ・さらに、大きい芋煮鍋などのシンボルモニュメントがフォトスポットとなり、山形訪問の思い出としてSNS等にアップしたくなります。
-----	---

※参考にした調査等：利用者アンケート、団体インタビュー、事業者アンケート、高校生ワークショップ、研究会

4 地元を再発見できる 日本一

想定ステークホルダー	来訪者	地域住民	生徒・学生	観光事業者	その他事業者
整備エリア	改札前	東西自由通路	旧ビブレ	霞城セントラル	その他

<取組内容（案）>

- ・来訪者向けのイベント情報だけでなく、地域のイベント情報なども集約することにより、地域住民や生徒・学生が観光案内所を訪れ、普段生活しているだけではなかなか気づけない地元の魅力を知り、体験する仕組みを作ります。
- ・来訪者による口コミ情報の見える化等により、地域住民が近隣地域への観光情報を得られる場所とします。

<期待する効果・ストーリー>

地域住民	・地域住民が観光案内所を通して“観光”との接点を持つことで、「地元山形が外から見て評価されている・褒められている」ということを感じることで、地元に対する愛着や誇りを醸成していきます。ひいては地域全体の観光受入態勢の強化に繋がっていきます。 ・地域住民一人ひとりが地元の魅力を再発見することで、全員が観光案内ができるようになり、地域全体が観光案内所となります。
------	--

※参考にした調査等：団体インタビュー、先進事例調査、高校生ワークショップ、研究会

5 文化創造チャレンジ 日本一

想定ステークホルダー	来訪者	地域住民	生徒・学生	観光事業者	その他事業者
整備エリア	改札前	東西自由通路	旧ビブレ	霞城セントラル	その他

<取組内容（案）>

- ・東西自由通路の公共空間を今以上に活用し、山形の特産品・物産の出前販売や店舗の試行出店など山形の魅力発信に資する事業者の取組を最大限サポートします。
- ・また、観光だけにとどまらず、共創型交流拠点として、山形の文化や産業を推進していくため、若手アーティストの個展、ミニコンサートの開催、企業のテストマーケティングなど地域住民・企業の一步目のチャレンジができる場所とします。

<期待する効果・ストーリー>

来訪者	・テナント店舗では販売されていないような山形の特産品との出会いや、山形の文化を気軽に体験できます。
地域住民 生徒・学生	・山形の文化の担い手として、文化芸術の発表の場を得られます。
事業者	・いきなり本格的な出店・創業は難しくても、人が集まる空間を活用してスモールスタートを切ることができます。

※参考にした調査等：団体インタビュー、先行事例調査、研究会

6 次世代の観光づくり 日本一

想定ステークホルダー	来訪者	地域住民	生徒・学生	観光事業者	その他事業者
整備エリア	改札前	東西自由通路	旧ビブレ	霞城セントラル	その他

<取組内容（案）>

- ・市内外の高校生・大学生が観光案内所のインターンとして参画し、実際に来訪者に対して観光案内サービスを提供するほか、SNS等での情報発信などについても若者視点からの検討・提案をします。期間終了後には、修了証を発行するなど、生徒・学生もメリットがあり、学校側・大学側も参画しやすい設計を検討します。観光案内を通して、観光人材の確保・育成に繋がります。
- ・観光案内所で蓄積したノウハウ・データを用いて、先駆的な挑戦や実験をし続ける場とします。

<期待する効果・ストーリー>

来訪者	・地元で暮らす若者の視点での観光案内を受けることができ、山形の様々な魅力に気付くことができます。
生徒・学生	・学校のカリキュラムにも含まれる探究学習の実践の場にもなったり、実際に英語を活用する場にもなるなど将来のキャリア形成に有益になります。
事業者	・地元の高校生・大学生が観光産業の魅力や働きがいを知り、将来的には担い手として関わってもらうことができます。

※参考にした調査等：団体インタビュー、先進事例調査、高校生ワークショップ、研究会

7 わくわく働く 日本一

想定ステークホルダー

来訪者

地域住民

生徒・学生

観光事業者

その他事業者

整備エリア

改札前

東西自由通路

旧ビブレ

霞城セントラル

その他

<取組内容（案）>

- 観光案内所のスタッフや観光事業者が仕事に対してやりがいを持ち、高品質のサービス提供ができるようサービス提供基準に基づき、働く環境、学ぶ環境を整備していきます。
- 案内スタッフや事業者の工夫・アイデアにスポットライトが当たり、観光案内所の運営に反映されるよう、研究会の仕組みを活用していきます。
- 案内所スタッフのスキルアップのためにも、常に山形のことを学ぶことができるよう研修時間の確保や市内各案内所のスタッフの交流や事業者との交流などの取組を検討します。

<期待する効果・ストーリー>

来訪者	・ 観光案内所のスタッフが生き生きと仕事をしているため、一つ一つの相談に親身に対応してくれます。さらに、スタッフは最新のトレンドや地域事情を把握しているため、より充実した観光案内が受けられます。
事業者	・ 事業者の取組等が観光案内所運営に反映されることで事業者の従業員の働きがいの向上・従業員の定着率の向上に寄与するとともに、ひいてはサービス品質向上・顧客満足度の向上に繋がります。

※参考にした調査等：団体インタビュー、利用者アンケート、事業者アンケート、高校生ワークショップ、研究会

8 つながる 日本一

想定ステークホルダー

来訪者

地域住民

生徒・学生

観光事業者

その他事業者

整備エリア

改札前

東西自由通路

旧ビブレ

霞城セントラル

その他

<取組内容（案）>

- 自治体、市内外の観光協会、公共交通機関、各施設、教育機関、商店街組合等が日常的に連携を図り、地域一体となった観光案内サービスを提供します。
- 関係主体が集まった意見交換の場の設定やLINE等のオンラインツールを活用した情報共有の体制を構築します。
- 日本一の観光案内所を実現し、日本一を目指し続けるために、産学官の複数の主体が共創する共創ラボを中心に継続的な研究・協議を重ねていきます。

<期待する効果・ストーリー>

来訪者	・ 観光案内と各事業者が連携した切れ目のないサービス提供が受けられるとともに、共創ラボで常にサービスの磨き上げが行われます。
地域住民等	・ 山形で生活する人の声も観光案内所の運営に反映されます。
事業者	・ 観光案内所と各事業者の提供サービスが切れ目なく繋がり、高品質で顧客満足度の高い顧客体験を提供することが可能となります。

※参考にした調査等：事業者インタビュー、案内所利用者アンケート

5.観光案内所の運営

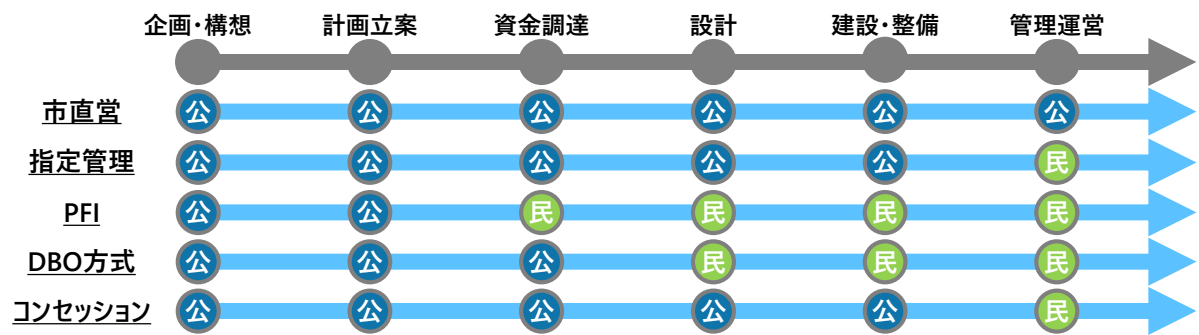
(1) 運営方式

今後整備する日本一の観光案内所は、山形の観光の玄関口である山形駅の改札前エリアを中心に、旧ビブレエリア及びその間をつなぐ東西自由通路エリア全体を観光案内所と見立て、「日本一の観光案内所」の核となるエリアとして考えています。

運営方式については一般的に、山形市で直接管理・運営する方法や民間活力を活用する指定管理者制度やPFI等、様々な手法が考えられます。

運営方式の主な類型

- 指定管理：管理運営段階に特化した手法
- PFI：整備（新設・大規模改修）から管理運営までを含む手法
- コンセッション：運営段階での民間の裁量を大きくする手法



運営方式	特徴	課題
市直営	直接運営できるため、市の政策や意向が反映しやすい	知見・ノウハウに乏しく、効率的・効果的な運営に繋がらない恐れあり
指定管理	部分的であるが、民間企業のノウハウを活用した運営が可能	公募が原則であり、事業者が変わる場合に蓄積したノウハウの引き継ぎが課題
PFI	設計・建設段階から運営まで、民間企業のノウハウを取り入れることが可能	資金調達を民間で行うため調達のコストが高くなる可能性がある、運営費については行政が負担する
DBO方式	PFIのメリットを生かしつつ、資金調達は行政にて行うため低コストで資金調達可能	建設費・運営費ともに行政にて負担する必要がある
コンセッション	利用料金収入による運営が基本であり、民間の自由な発想による運営が可能	利用料金収入では回収しきれないコストや修繕費等を、行政が補填する必要あり

また、「日本一の観光案内所」の核となるエリアには、「改札前エリア」、「東西自由通路エリア」、「旧ビブレエリア」の3つのエリアがある中で、一体的な運営を行い、ワンストップで様々な機能・サービスをシームレスに観光案内をするために、どのような運営方式や運営主体が望ましいのかについて、エリアの趣旨・目的や収益性、所有形態などを踏まえ、関係団体・事業者等と検討を行っていきます。

エリア全体で日本一の観光案内所

改札前エリア

<方向性>
山形駅の来訪者が「山形」を感じる最初の接点であり、総合的な情報・サービスを得られるエリア

東西自由通路エリア

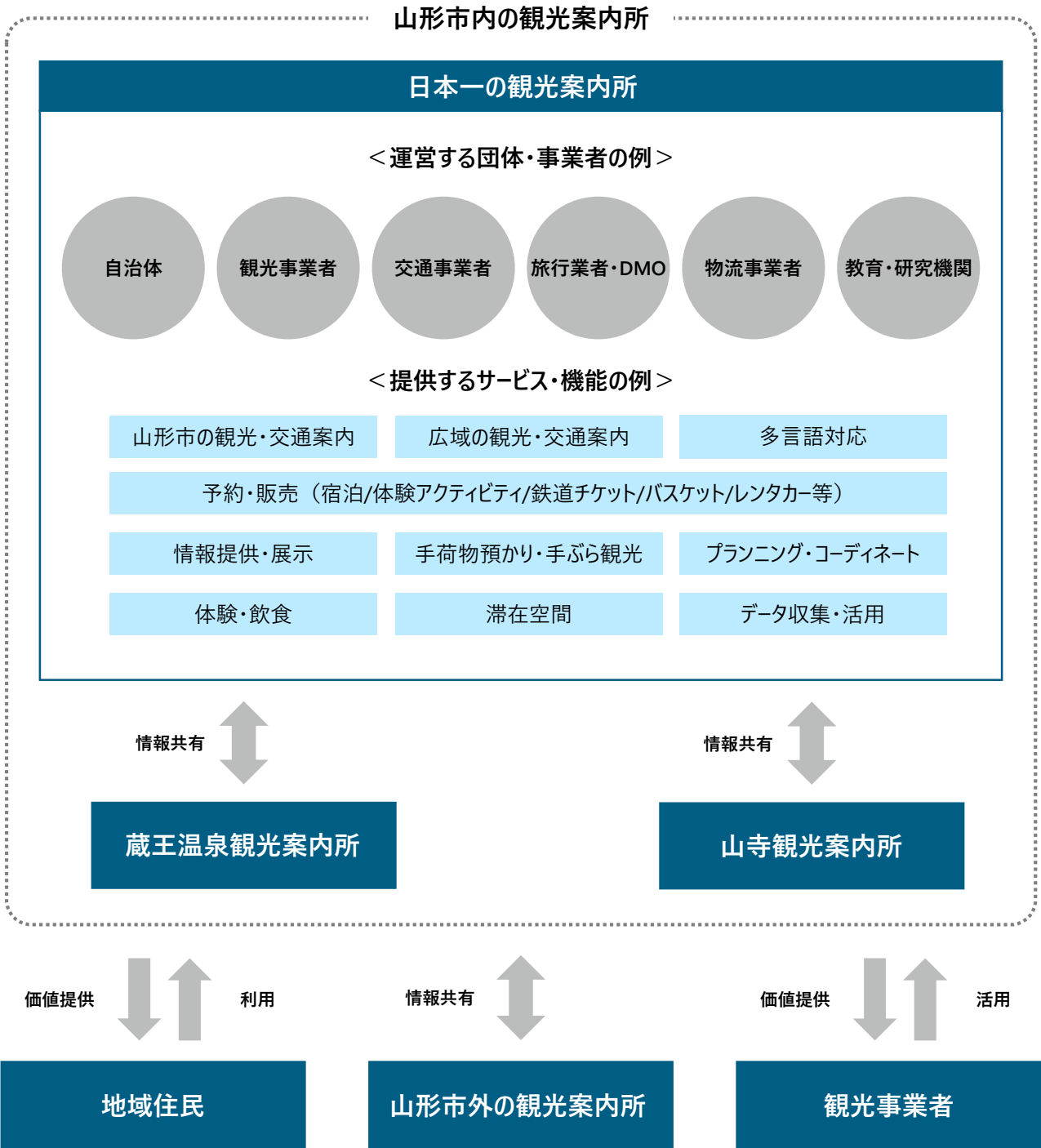
<方向性>
来訪者が市内に向かうために必ず通る空間であり、目的地以外のスポットに訪れるきっかけになるエリア

旧ビブレエリア

<方向性>
30分～数時間といった時間を過ごすことができ、駅近辺でも山形の魅力を知ることができるエリア

(2) 運営体制（案）

観光案内所を訪れる来訪者に対し、ワンストップで観光案内をするために、様々な機能・サービスをシームレスに提供可能な体制を構築し、運営をしていくことを目指します。



(3) 運営の考え方

観光案内所は、地域における観光の窓口であり、来訪者との重要なコミュニケーション拠点であることを踏まえ、地域との連携を深め、一体となって山形の観光産業を盛り上げていくことが重要になってきます。求められる情報・サービスを適切に提供し、山形における旅行の満足度を高める案内サービスを行うことが必要です。

日本人来訪者の視点からは、地元の文化や伝統、観光スポットについて魅力的な案内を提供し、山形でしか体感できない魅力を提供することが求められます。外国人来訪者の視点からも、言語対応等で不自由を感じさせないだけでなく、多様な日本の魅力を伝える観光案内やホスピタリティに富む対応が求められています。地域事業者からは、観光案内所は山形の観光の最前線として、地域の魅力を来訪者に直接伝えることで、消費額の拡大や各地域への誘客促進、リピーターの増加、持続可能な観光の推進といった課題解決に寄与する重要な役割を担っています。また、地域住民の視点からは、来訪者に適切な情報を提供を行いオーバーツーリズムの未然防止を図るとともに、地域の魅力を市民へも発信を行うことで地元への愛着を高めていくことで自らも観光に係る一員であるという意識をともに作ることが求められます。

そのうえで運営団体及び従業員は、上記観点から地域の様々な情報を公平・中立に偏りなく提供することが求められます。また訪問者のニーズに合わせ各種有料サービスや高付加価値なコンテンツ・サービスを提案・提供するとともに、飲食・体験イベントなどこれまでの観光案内所にはない新たな価値の提供を行います。その際には収益性を確保すると同時に、来訪者の需要に適応し満足度の高いサービスを、地元の観光資源を活かし地域事業者及び地域経済に貢献する形で提供することが求められます。

これらを実現していくことを目的に、前述したコンセプト及び基本理念に基づき、重点日本一の達成を目指す観光案内所として運営することを目指し、地域や市内外の各地にある観光案内所とも連携を図っていきながら、観光案内における方針を踏まえた案内サービスを提供していきます。

(4) 強化する機能

高品質で満足度の高いサービスを提供することを目的に、内部機能と外部機能の両面での観光案内所機能を強化していく方向性を以下の通りに定め、運営をしていきます。

強化方針	取組
①DXの活用等による、業務効率化・サービスレベル向上	・ デジタルツールを活用した多言語かつ専門性の高い案内
	・ 問い合わせの多い事項に関して効率の良い案内方法の確立
	・ オーバーツーリズム解消のため混雑状況に応じた情報提供
	・ 観光DMP等データに基づいて来訪者の満足度の高い観光案内を実施
②有料サービス導入による、サービスの高付加価値化・収益力向上	・ 現地ツアー・宿泊等の案内・手配
	・ 有料体験型イベントの開催
	・ 角打ちやカフェ等の飲食の提供
	・ レンタル・荷物預かりサービスの提供
③地域の連携拠点としての、観光案内品質の強化	・ 各施設との情報連携の強化
	・ 地域住民と交流につながるイベント・ツアーの実施
	・ SNSを活用した地域情報の発信
④持続可能な観光に寄与する、観光案内・啓発活動	・ 環境に配慮した旅行・商品・コンテンツの提案
	・ 来訪者のマナー向上に向けた啓発活動
⑤ユニバーサル対応	・ 施設のバリアフリー化
	・ 多言語によるわかりやすい案内表示
⑥自然災害・交通障害等の緊急時の対応（情報発信・多言語対応に特化）	・ 避難情報や医療機関情報、海外旅行保険情報等の多言語での提供
	・ 安否確認・母国との連絡のサポート
	・ 避難所・非常食等の個人に応じたサポート（ハラル対応等）
⑦スキルアップとモチベーション向上	・ 接遇研修の実施
	・ 観光への貢献に関するモチベーション向上研修の実施

観光DXの取り組みに向けて

観光案内所での案内品質の向上のためには、様々な事業者の持つ多岐にわたる情報に関して正確かつ即時性の高い情報提供が必要です。これを実現するとともに、利用者一人一人の興味関心・需要に合わせた観光案内および誘客強化を加速させることを目的に、デジタルトランスフォーメーション（DX）を踏まえた観光情報の収集・発信・連携を検討していきます。

これらの取り組みを通じて、観光案内所は単なる情報提供拠点から、来訪者の旅をより豊かに、より便利に、より快適にする存在へと進化します。観光DXの推進は、来訪者、観光事業者、地域住民にとって、三方良しとなるような、新たな観光体験の創造と観光三様による地域活性化を実現することを目指します。

観光案内のDX	DXツールによるスポット案内・旅行プランの提案： ツールを活用した個人の好みや旅行目的に合わせた、最適な観光スポットや旅行プランを提案をする。これにより、旅の計画を立てる時間と業務負荷を大幅に削減することを目指す。
	AR/VR技術の活用： AR/VR技術を用いて、観光スポットの360度ビューや歴史情報などを提供し、事前に観光地の雰囲気や見どころを疑似体験できる機会を提供する。
	日報等情報のクラウド化： 観光案内所への問合せ情報を各観光案内所と共有を図る等、問合せ情報や観光地・施設・イベント情報の最新情報の集約・連携やサービスの品質向上につなげていく。
予約案内のDX	オンライン予約システムの導入： 観光スポットやアクティビティ、宿泊施設、飲食店の予約代行をオンラインで簡単にできるようにする。（決済に関しては要検討）
	予約状況の可視化： リアルタイムで宿泊施設やロープウェイ等の予約状況を確認できるようにし、宿泊業などの課題となる時期や曜日による繁閑の差を少なくするなどのデータ分析・活用しながら観光案内をします。
混雑状況のDX	センサー・AIカメラによる混雑状況の分析： 観光スポットや飲食店、交通機関、ロープウェイ等の混雑状況をセンサーデータでリアルタイムに可視化・分析し、来訪者に提供する。
	AIによる混雑予測： AIを用いて、時間帯や天候などの要素を考慮し、宿泊施設やロープウェイ等の混雑状況を予測する。
	混雑回避のための情報提供： 混雑状況に基づいて、来訪者に混雑を回避するため、WEBやサイネージなどのデジタル媒体で情報提供を行う。
情報発信のDX	観光情報発信サイトの統合： 宿泊や飲食、体験プログラム、記事などの情報を網羅したサイトを立ち上げ、これまで複数乱立していた情報発信機能を集約・改修し、来訪者にわかりやすい観光案内および情報発信をしていく。
	サイネージによる情報発信： リアルタイム情報やイベント情報は観光案内所と連動して、リアルとデジタルが一体となった情報発信機能を持たせた運用をします。
	SNSの活用： SNSや動画配信サービスを活用して、観光スポットやイベント情報の魅力をシーズンやトレンドに合わせて効果的に発信する。

(5) KPI（重要達成度指標）の設定

観光案内所の運営に当たっては、意識すべき複数のKPI（重要達成度指標）を設定・進捗管理をしながら運営を進めていきます。

カテゴリー	指標	指標詳細	目標
全体	貢献消費額	・案内所内・手配・予約等の全消費額	・目標値については、今後詳細な取組を検討していく中で、調整していきます。
	貢献消費件数	・案内所内・手配・予約等の全消費件数	
	NPS	・来訪者、地域住民、事業者それぞれの観光案内所に対するNPS	
	Google口コミ	・Google MAP上での評価	
	Instagramのハッシュタグ投稿数	・Instagramのハッシュタグ投稿数	
	公共交通機関誘導件数	・環境保全・オーバーツーリズム対策等の観点から公共交通機関への誘導件数（新規・車からの転換）	
	アクティビティ予約件数	・付加価値の創出の観点から手配した体験コンテンツ件数	
①地域の魅力を体感できる 日本一	地産品・伝統工芸品売り上げ	・純粋な消費額ではなく地域産業に直結する消費額	
	イベント開催数	・店内での体験型イベントの開催数	
②温泉に行きたくなる 日本一	温泉紹介可能数	・案内可能な温泉地の数	
	問い合わせ件数	・展示等から問合せに繋がった件数	
③長く滞在したくなる 日本一	平均滞在時間	・改札前エリア、旧ビブレエリアそれぞれの滞在時間	
	店内飲食消費額	・店内飲食ブースでの売り上げ	
	宿泊日数	・滞在の長期化を図る	
④地元を再発見できる 日本一	NPS	・山形市民を対象にした山形市全体のNPS	
⑤文化創造チャレンジ 日本一	参画事業者数	・試行出店、個展開催、テストマーケティング等に参画した事業者数	
⑥次世代の観光づくり 日本一	参画学校・学生数	・インターン・企画イベント等に参画した学校及び学生の数	
	観光人材育成数	・上記学生のうち後に県内で観光等に従事する人数	
⑦わくわく働く 日本一	従業員満足度	・従業員のモチベーションサーベイ	
	従業員定着率	・従業員の平均勤続年数	
⑧つながる 日本一	参画事業者数	・産学官による運営・方針策定に関わる事業者数	

6.今後の検討事項

(1) 検討事項

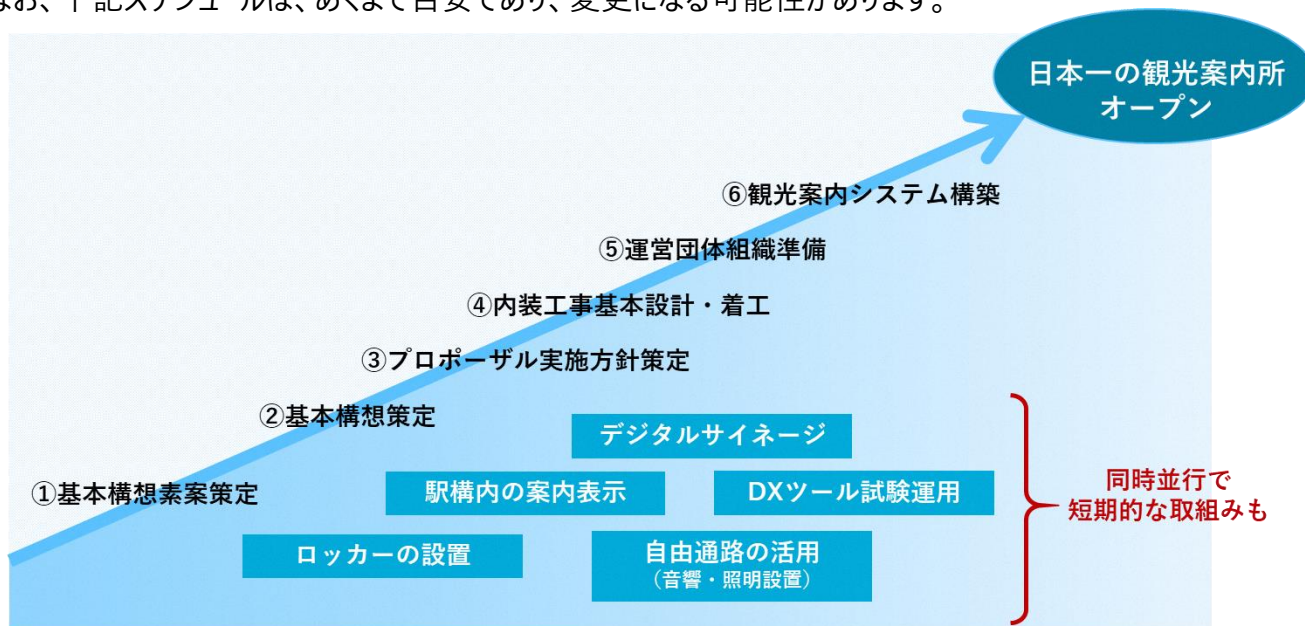
日本一の観光案内所の実現に向けて、下記の論点についての検討が引き続き必要となります。

項目	内容
ハード面	・ エリア一体的な整備に向けた費用負担（ファサードの統一など）
	・ 基本計画の作成方針（どの段階から、デザイン・設計をする事業者を入れるか。どこに依頼するか）
	・ 東西自由通路～ビブレエリアの間のデッキの整備
	・ 内装工事の基本設計の検討
	・ 東西自由通路のサイン見直しの検討
	・ 東西自由通路の活用方法の検討
	・ 販売機器、案内機器類の整備
	・ 什器類選定
ソフト面	・ 段階的に実施可能な取組の検討（共有フォーマットの作成など）
	・ 提供コンテンツの確保
	・ 展示物の整理
	・ 観光DXツールの導入検討
	・ 日報のクラウド化
	・ 観光案内における人材育成
	・ 提供サービスの整理
運営面	・ 運営主体・手法の検討
	・ 名称の検討
	・ 営業時間の検討
	・ 「山形市観光案内センター」および「やまがた観光物産センター」との棲み分け
	・ 運営における収益性・マネタイズの検討
	・ 民間企業からのサウンディング
	・ スタッフの教育、研修方法
	・ 制服
	・ 旅行業登録、JNTOカテゴリ取得（駅たびは取得済み）

(2) 今後の進め方

日本一の観光案内所事業は、2027年度以降での供用開始を想定し、基本構想策定、プロポーザル実施、内装工事、運営団体組織準備、DXシステム構築、オープンといった段階を経て進められ、スケジュールは暫定的なものながら、事業の進捗状況等については随時情報発信していきます。

なお、下記スケジュールは、あくまで目安であり、変更になる可能性があります。



時期	項目	説明
2024年3月	① 基本構想素案策定	事業の方向性や内容を大まかに検討し、素案を策定します。
	② 基本構想策定	①で策定した素案を基に、具体的な事業内容を検討し、基本構想を策定します。
	③ プロポーザル実施方針策定	観光案内所の運営を担う民間事業者を選定するためのプロポーザルの実施方針を策定します。
	④ 内装工事基本設計・着工	観光案内所の内装工事の基本設計を行い、工事に着手します。
	⑤ 運営団体組織準備	観光案内所の運営を担う民間事業者の選定を行い、運営団体組織の準備を進めます。
	⑥ 観光案内におけるDXシステムの構築	観光案内業務を効率化するDXシステムの構築を開始します。
2027年10月	日本一の観光案内所オープン（仮）	運用準備・試験運用を行ったのち、すべての施工を含めた準備が出来次第、供用を開始します。

資料編

1.基本構想素案の策定経緯

(1) 策定経緯

基本構想素案の策定に当たっては、山形市、慶應義塾大学SFC研究所及びJR東日本が共創ラボを設置し、共同での研究開発に取り組みました。実施内容及びスケジュールは以下のとおりです。

<実施スケジュール>

実施スケジュール			2023年										2024年									
			7月		8月		9月		10月		11月		12月		1月		2月		3月			
実施内容			下	上	下	上	下	上	下	上	下	上	下	上	下	上	下	上	下			
-	①	共創ラボの設置（覚書締結）	● 7/28																			
	②	共創ラボの開催	● 7/28		● 8/18	● 9/12		● 10/3		● 11/14		● 12/8			● 1/19	● 2/7		● 3/13				
調査・分析	③-1	先進事例の調査																				
	③-2	先進事例の視察								● 11/2-3					● 1/28-29							
	④-1	若い世代からの意見聴取（大学生フィールドワーク）																				
	④-2	若い世代からの意見聴取（高校生ワークショップ）																				
	⑤	観光案内所利用者アンケート																				
	⑥	関係事業者アンケート																				
	⑦	主要ステークホルダーへのインタビュー																				
基本構想素案策定	⑧	課題・意見の整理																				
	⑨	基本構想素案骨子の作成																				
	⑩	基本構想素案の作成																				
	⑪	今後の検討事項の整理																				

<実施内容>

基本構想素案の策定に向けて、各調査・分析の結果を踏まえ、共創ラボで議論を深めました。各調査・分析の詳細については、次頁以降に整理しています。

◆共創ラボの設置（覚書締結）〈①〉

令和5年（2023年）7月28日に山形市、慶應義塾大学SFC研究所、JR東日本の3者で「『日本一の観光案内所』の実現に向けた研究開発に係る覚書」を締結し、日本一の観光案内所の開設に向けた共同研究を進める共創ラボを設置しました。



◆共創ラボの開催〈②〉

令和5年（2023年）8月から令和6年（2024年）3月まで、山形駅構内の駅たびコンシェルジュ山形に集まり、月次で共創ラボを開催しました。また、11月14日開催の第5回研究会については、観光事業者・関連団体にも出席をいただき、霞城セントラルの山形市観光案内センターにて実施しました。

#	会議名	日時	場所	議論内容
1	第1回研究会	2023年 7月28日	山形市役所	・初回の研究会として、年間スケジュールや今後の実施内容について確認
2	第2回研究会	2023年 8月18日	駅たび コンシェルジュ山形	・利用者アンケートの質問項目や先進事例の視察先候補のリストアップなど、調査・分析の実施内容について詳細を検討
3	第3回研究会	2023年 9月12日	駅たび コンシェルジュ山形	・調査・分析の実施内容を固めるとともに、これまでの議論内容を踏まえ、検討の方向性を整理
4	第4回研究会	2023年 10月3日	駅たび コンシェルジュ山形	・観光事業者アンケートの対象やインタビューの対象団体について検討 ・公開研究会、高校生WSの内容を検討
5	第5回研究会	2023年 11月14日	山形市 観光案内センター	・観光事業者や関連団体にも参加いただき、公開研究会として実施 ・これまでの議論を共有した上で、観光案内に関する意見交換を実施
6	第6回研究会	2023年 12月8日	駅たび コンシェルジュ山形	・各種調査結果を踏まえ、その時点での方向性について確認
7	第7回研究会	2024年 1月19日	駅たび コンシェルジュ山形	・新しい観光案内所のコンセプトを検討 ・基本構想素案の骨子を共
8	第8回研究会	2024年 2月7日	駅たび コンシェルジュ山形	・視察の結果報告 ・基本構想素案の内容を確認・検討
9	第9回研究会	2024年 3月13日	駅たび コンシェルジュ山形	・基本構想素案の詳細について調整・確定



研究会の様子（駅たびコンシェルジュ山形）

観光事業者・関連団体も参加した
第5回研究会（山形市観光案内センター）

2.先進事例調査

(1) 国内事例

①先進事例の視察・インタビュー調査

燕三条こうばの窓口 (新潟県三条市)	
運営主体	・株式会社ドッツアンドライズ（地元の若手経営者数名により設立）
概要・機能	・JR燕三条駅 2 F、JRE Local Hub 燕三条内に設置された県外メーカーと地場企業をつなぐものづくりの総合窓口。 ・仕事の発注や相談をしたい県外お客様と燕三条地域の各企業をつなぐサービスやコワーキングスペースを用意。
参考ポイント	・駅構内での活動 ・地域（企業）と来訪者を繋ぐ仕組み、地域（企業）の情報集約

八戸ポータルミュージアムはっち (青森県八戸市)	
運営主体	・八戸市
概要・機能	・八戸の玄関口としての案内所の機能もあるが八戸の魅力を発信する展示スペースのほか、シアターやギャラリー、工芸品の体験や購入も可能。観光案内拠点に加えて、アーティストや市民の活動の場としての役割も有する。中心市街地活性化の意味合いも大きい。 ・近隣の居酒屋の営業情報の提供や市内のイベント等のチケット購入も可能
参考ポイント	・運営は直営であり、営業時間が21時まで

JRE MALL Cafe (神奈川県横浜市)	
運営主体	・東日本旅客鉄道株式会社
概要・機能	・JR横浜駅構内に、ドリンクとともに全国各地のご当地スイーツや地域産品を試食することができる。 ・地域産品を展示・販売する体験型ショールームの機能も備える。全商品オンライン購入が可能で、その場でふさと納税をすることも可能。 ・カフェにいながら地域の生産者や出展者となり、話を聞きながら、商品を体験することができる。 ・テーブル設置の液晶モニターで商品情報を閲覧することができる
参考ポイント	・山形（+東北）の特産品の発信・販売

名古屋駅観光案内所 (愛知県名古屋市)	
運営主体	・行政もしくは公的機関を想定（収益事業については民間事業者への委託も見据える）
概要・機能	・現状の案内所の面積が限られることや物販が難しいことから、一定の面積を確保したうえで、チケットや土産物の販売ができるようにする。将来的には観光案内所としてのマネタイズも目指す。 ・観光案内所間や関係事業者との情報連携については見据えておらず。
参考ポイント	・広域連携を意識して、将来的には近隣自治体の負担金による運営も志向 ・デジタル・DXの視点を重視

金沢駅観光案内所 (石川県金沢市)	
運営主体	・一般社団法人金沢市観光協会
概要・機能	・宿の当日予約・荷物配送、旅行商品・チケットの販売など総合的なサービスを提供 ・雨傘や長靴、車椅子の無料貸し出し
参考ポイント	・名古屋시가構想策定時に参考 ・事業者連携（月例会の開催） ・県市連携、民間企業連携による設置・運営 ・グルメチケットの開発・販売 ・ターゲットの明確化 ・伝統文化のナイトショーの開催 ・案内所ごとの役割の明確化、分担

Komatsu 九 (石川県小松市)	
運営主体	・株式会社こまつ賑わいセンター
概要・機能	・カフェ・レストラン、コワーキング、市民ギャラリー、展示
参考ポイント	・新幹線新駅として新たに整備 ・南加賀の中心としての広域の拠点機能 ・地域住民の利用に重点を置いた設計（テナント、チケット販売等） ・柔軟性・可変性を意識したファシリティの設計 ・若い世代の運営への関与 ・小松空港・JALとの連携 ・高校、高等教育機関との連携

長崎市総合観光案内所
(長崎県長崎市)

運営主体	・長崎国際観光コンベンション協会
概要・機能	・観光・イベント・宿泊案内、各種チケットの販売。四季折々の長崎に関する書籍が閲覧できる。 ・無料Wi-Fiを完備するとともに、自由に使えるタブレット、AIチャットボットを導入し、よくある質問に対応。デジタルサイネージで情報発信 ・ユニバーサルツーリズム専用のカウンターを設置し、県内各所と連携した旅行相談や車いすレンタル ・手ぶら観光のための宿泊施設への荷物配送
参考ポイント	・DX、ユニバーサルツーリズム、手ぶら観光

②デスクトップ調査

WANDER COMPASS SHIBUYA
(東京都渋谷区)

運営主体	・Huber、東急電鉄
概要・機能	・訪日外国人向けガイドマッチング事業・地域PR事業を手がけるHuberと東急電鉄の共創による、外国人観光客向けのサービスを強化した観光案内所。 ・英語対応可能なスタッフが常駐し、「たび診断」の専用端末を使用し外国人観光客の希望を聞きながらプランを提示。(チャットボットの質問を答えていくと複数のプランが提示される)
参考ポイント	・インバウンド対応、 ・チャットボットの活用、対応データの蓄積

京都総合観光案内所
(京都府京都市)

運営主体	・京都総合観光案内所運営協議会（市、府、商工会議所などで構成）
概要・機能	・満足度向上と収益の確保のためチケットの取扱いを開始。「をどり」などの伝統文化鑑賞などのチケット18種類を販売。 ・文化鑑賞に関する情報発信（鑑賞のきっかけづくり）とチケット販売機能をワンストップで提供。 ・運営については、府市でそれぞれ駅に設置していた観光案内所を統合し、負担金を出し合う形で運営
参考ポイント	・チケットの販売 ・広域自治体と基礎自治体の連携

阿波おどり会館
(徳島県徳島市)

運営主体	・阿波おどり未来継承まちづくり共同体（市文化振興公社、徳島都市開発）※両社とも3セク
概要・機能	・年中、阿波踊りを体験可能。日替わりで地元の有名連が演奏と踊りを披露。踊り方の解説もあり、参加者はステージにあがり一緒に踊ることができる。英語、中国語、韓国語で字幕を表示。 ・VRコンテンツを作成。外国人観光客誘致や外部でのPRにも活用。 ・ロープウェイと土産屋なども同じ建物の中に入っており、人が集まるような動線としている。
参考ポイント	・体験型コンテンツ、お祭りの“生態展示”

TIC TOKYO
(東京都千代田区)

運営主体	・森トラスト・ホテルズ&リゾーツ株式会社
概要・機能	・スタッフ間で旅行者への対応状況を確認・評価し、月1回のMTGで共有。 ・良い点に力点を置いて評価しあうことや、Excelベースの簡易的な方法により記入の手間を減らすなど、スタッフのモチベーション向上に繋げている。FAQの作成や研修よりも手間がかからず、取り組みやすい。
参考ポイント	・各観光地などの知識に加え、利用者のさまざまなニーズに応えるための課題解決能力の向上を図る上で有効な手段

信越自然郷飯山駅観光案内所
(長野県飯山市)

運営主体	・一般社団法人 信州いいやま観光局
概要・機能	・周辺9市町村の広域案内 ・ガイド・宿泊・タクシーの手配 ・アクティビティ・アウトドアの情報発信、商品販売、E-BIKEやマウンテンバイクなどのレンタル ・カフェ、地酒や地ビール、ワイン等のアルコール ・案内所間で、イベント情報や季節の花、紅葉情報を収集し、相互に情報提供
参考ポイント	・信越9市町村広域観光広域連携会議を中心とした広域連携体制

和倉温泉お祭り会館
(石川県七尾市)

運営主体	・ななお・なかのとDMO
概要・機能	・七尾市を代表する4つの祭りをわかりやすく解説しており、巨大な実物スケールの展示は圧巻。 ・シアターやそれぞれのお祭り体験も可能となっている。 ・物販、観光情報発信スペースもあり、周遊・広域観光促進を狙っている。
参考ポイント	・2020年オープン ・伝統文化である祭りの展示、体験機能

**なまはげ館
(秋田県男鹿市)**

運営主体	・株式会社おが地域振興公社
概要・機能	・男鹿地区各地から集められた多種多様なナマハゲの面・衣装の展示、男鹿の自然や風習、ナマハゲに関する資料を展示、大晦日のナマハゲ行事を紹介する映画上映、ナマハゲ衣装の着用体験。ナマハゲ面の手彫り作業の実演、オリジナルグッズの販売。 ・秋田県内や海外の、ナマハゲに類似した民俗行事で使われている面の展示。
参考ポイント	・多様な手法による地域資源の発信 ・他地域に亘る横ぐしでの展示（お面つながり）

**ニッポンギャラリー・旅道 丸の内
(東京都千代田区)**

運営主体	・凸版印刷株式会社
概要・機能	・幅10m・高さ2.7mの高輝度高精細LEDウォールを設営した「オリエンテーションラウンジ」 ・有形無形の文化財をデジタルアーカイブとして体験可能に。日本文化のバーチャル体験ができる「VRシアター」を提供 ・自身のアバターを作成し、メタバース空間上で旅行を楽しむことができる旅マエの体験提供
参考ポイント	・観光案内所自体のコンテンツ、インパクト ・観光地訪問のきっかけづくり

**「ねぶたの家 ワ・ラッセ」
(青森県青森市)**

運営主体	・青森観光コンベンション協会
概要・機能	・JR青森駅から徒歩1分のねぶた祭の歴史や魅力を1年を通して体感することができる施設。 ・2階まで吹き抜けのスペースに、実際に出陣した大型ねぶたを常設展示。三味線・笛・ねぶた囃子が流れる中、実物のねぶたに囲まれる体験ができる。その他にも、ねぶた祭の起源や歴史について展示。囃子の練習をはじめ、ねぶたの面づくりや金魚ねぶた制作教室なども実施。
参考ポイント	・祭りの体験施設

**キャンプ練習場 compass
(東京都千代田区)**

運営主体	・株式会社ジェイアール東日本都市開発
概要・機能	・秋葉原駅徒歩5分の高架下でキャンプ体験が可能。テント設営や撤収も、スタッフがサポート。キャンプギアは現地でレンタル ・BBQも可能 ・高架下であり天気を選ばず、警備員常駐でセキュリティも確保。
参考ポイント	・潜在的な地域資源の有効活用

**桜の馬場 城彩苑
(熊本県熊本市)**

運営主体	・わくわく座：熊本城観光交流サービス ・桜の小路：桜の馬場リテール
概要・機能	・熊本城の入り口近辺に、地域の食文化や歴史、伝統の発信をコンセプトとして整備。食や特産品に出会える「桜の小路」、体験や展示により歴史と文化を体感できる熊本城ミュージアム「わくわく座」、「総合観光案内所」が一体的に整備。 ・VRにより熊本地震前の熊本城の様子も体験可能（凸版株式会社）
参考ポイント	・凸版と連携したVRコンテンツの提供 ・地域のシンボル（熊本城）の活用

**CoCoLo新潟 西館 ぼんしゅ館 越後湯沢店
(新潟県湯沢町)**

運営主体	・株式会社ぼんしゅ館新潟、株式会社駅の中の温泉
概要・機能	・新潟県内にある全蔵の酒を試飲が可能。 ・受付で500円を支払うとお猪口とコイン5枚と交換することができ、ズバリと並んだ嗜酒マシーンからお好みの地酒を最大でお猪口5杯分楽しむことができる。 ・駅構内に「駅の中の温泉（酒風呂）」があり、日帰り入浴が可能。
参考ポイント	・地酒を楽しむことができる施設 ・温泉をミニ体験することができる施設

**青森魚菜センター/八食センター
(青森県青森市/八戸市)**

運営主体	・青森魚菜センター/八食センター
概要・機能	・東北新幹線の新青森駅開業時にできたメニュー。今や、青森市を代表する名物であるのっけ丼の提供
参考ポイント	・駅近隣におけるご当地フード

**草津温泉 共同浴場近辺
(群馬県草津町)**

運営主体	・草津町
概要・機能	・地蔵の湯付近で、足湯の他に「顔湯」や「手洗乃湯」が新設。 ・「顔湯」の真下には、地蔵源泉が流れており、箱の中を覗き込むと温泉の蒸気があたる仕組みとなっている。
参考ポイント	・温泉をミニ体験することができる施設

白馬村観光局インフォメーション
(長野県白馬村)

運営主体	・スノーピーク、白馬観光開発
概要・機能	・スノーピークが運営する総合的なアウトドア商業施設に併設。一般的な観光案内（白馬山麓エリアの観光情報やイベント情報の提供）に加えて、宿泊施設やアクティビティ・マイスターツアーなど各種施設の予約・手配、各種チケット販売にも対応。観光案内所自体が観光拠点に。 ・スノーピークと白馬村で包括連携協定締結
参考ポイント	・スノーピークと地元企業の白馬観光開発が共同で設立

いずみの国観光おもてなし処 和泉中央
(大阪府和泉市)

運営主体	・株式会社南海国際旅行
概要・機能	・無人案内所（別拠点からリモートで対応）として運営。 ・タッチパネルを設置しており、観光客自身で和泉市の観光情報を調べることが可能。各種パンフレットも設置。 ・モニター越しで、おもてなし処和泉府中のコンシェルジュと対話によるご案内も可能。
参考ポイント	・DXの取組 ・他の観光案内所との連携の円滑化

シーバルピア女川
(宮城県女川町)

運営主体	・女川みらい創造株式会社
概要・機能	・プロムナードに隣接するテナント型の商業施設であり、ミニスーパーや小売店、女川の味を堪能できる飲食店、魅力的な制作販売などさまざまな業種の27店舗が出店。スペインタイルの絵付け体験などできる。 ・近隣に温泉温浴施設ゆぽぽ、地元市場ハマテラス、まちなか交流館など中枢機能が集中
参考ポイント	・簡単なものづくり体験

③新幹線駅の観光案内所等の調査（近年開設されたもの）

◆金沢駅観光案内所（石川県金沢市）〈令和5年（2023年）11月2日（木）〉



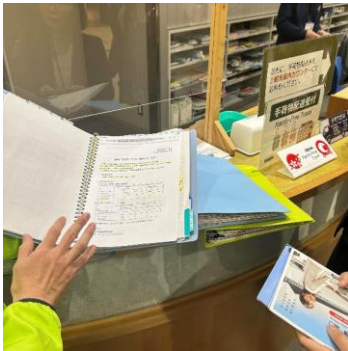
観光政策課及び観光協会より
インタビュー・質疑応答



駅観光案内所における手荷物配
送受付。当日中に宿泊ホテルに。



金沢市内や石川県内だけでなく
新幹線沿線自治体のパンフレット



石川県内で開催されるイベントや
体験などの情報をファイリング



左記のイベント情報は当番を決
めて毎日リサーチ・更新を行う

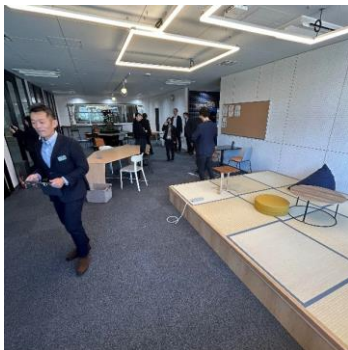


単発のアンケートではなく、恒常
的に満足度やニーズを調査

◆Komatsu 九（石川県小松市）〈令和5年（2023年）11月3日（金）〉



観光拠点立ち上げ担当課長より
インタビュー・質疑応答



出張者向けのワーキングスパー
スも整備。高校生が勉強も。



駅内のコーヒーショップ。市内伝統
工芸による内装、工芸品の販売



住民の利用も非常に多く、家族
連れでにぎわっていたフードコート

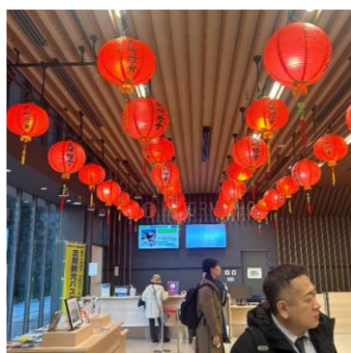


建設の際に出土した土器の展示。
外からも中からも見える設計



その場で購入ではなく、実際に足
を運ぶきっかけとなる動線づくり

◆長崎市総合観光案内所（長崎県長崎市）〈令和6年（2024年）1月28日（日）〉



観光案内所には長崎の代名詞であるランタンが飾られている。



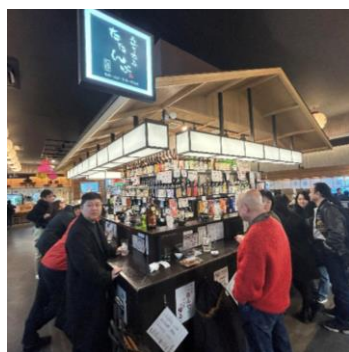
市内交通機関の周遊バスや観光施設の共通チケットを販売



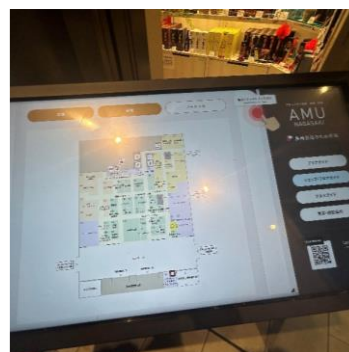
スマホ利用者を想定した各種オンラインサイトへの誘導



土産・物産店は長崎に関係するお店がテナントとして入る。



長崎のお酒を楽しめる角打ちがあり、昼間から多くの人で賑わう

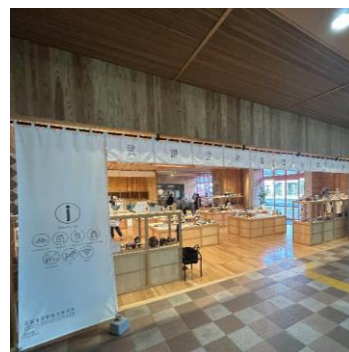


大型タッチパネルが設置され、駅内外の情報を提供

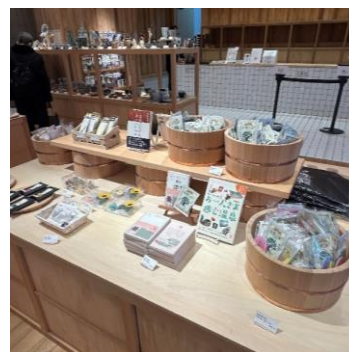
◆武雄温泉駅観光案内所（佐賀県武雄市）〈令和6年（2024年）1月29日（月）〉



武雄市 小松市長から案内所設置に向けた想いを伺う



入りを大きくとり、来訪者が入りやすいような設計に



温泉を意識した商品展示・デザインに統一



電車を待つ地域住民も利用できるように待合スペース



新幹線沿線自治体の土産・物産なども販売



書店やカフェとしての機能も兼ねるなど、地域住民が集う仕組み

④外国人観光案内所（カテゴリ-3）の分析

- JNTO認定制度におけるカテゴリ-3に該当する観光案内所51案内所を対象に調査を実施（「JNTO認定外国人観光案内所」検索サイトに未掲載の2案内所は除く）
- 提供するサービスや言語別に51案内所中の実施比率を算出するとともに、営業時間についても平均的な時間を割り出した。

サービス														
提供サービス	Wi-Fi	Wi-Fiレンタル	SIMカード販売	PC/タブレット利用	充電スポット	手荷物一時預かり所	文化体験	レンタルサイクル/シェアサイクル	お土産	両替	お手洗い	バリアフリー	ベビーケアルーム	礼拝室
実施案内所数	37	12	9	50	18	15	4	3	11	17	13	18	10	10
実施比率	72.5%	23.5%	17.6%	98.0%	35.3%	29.4%	7.8%	5.9%	21.6%	33.3%	25.5%	35.3%	19.6%	19.6%

言語														
対応言語	英語	中国語	韓国語	タイ語	ベトナム語	ポルトガル語	スペイン語	インドネシア語	フランス語	イタリア語	ドイツ語	マレー語	ロシア語	タガログ語
対応案内所数	51	51	49	10	11	12	16	4	9	3	4	2	2	3
対応比率	100.0%	100.0%	96.1%	19.6%	21.6%	23.5%	31.4%	7.8%	17.6%	5.9%	7.8%	3.9%	3.9%	5.9%

平均的な営業時間	開始時間	終了時間
全案内所平均	8:28	19:36
駅案内所平均 (25案内所)	8:28	19:28

(2) 海外事例

The Hong Kong Tourism Board Visitor centres (香港)

観光案内所の様子



出所：「香港政府観光局HP」
<https://www.discoverhongkong.com/eng/plan/traveller-info/visitor-centres.html>

HONG KONG PALS

(ビジターセンターに常駐する観光ボランティア) の活動の様子



出所：「HONG KONG PALS 公式Facebookページ」
<https://www.facebook.com/HongKongPals/>

運営主体	香港政府観光局（HKTB）
概要・機能	5か所のビジターセンターを運営 香港国際空港、九龍、香港西九龍駅、香港珠海マカオ大橋、香港港、フン・ユエン・ワイ - ガイドブックや地図の提供 - 主要なイベント、アトラクションなどに関する情報の提供 - セルフサービスキオスクによる空港施設・宿泊施設・交通機関の情報の提供 - 無料Wi-Fi - 食事チケット「香港ナイト・トリート」の配布 - 主に英語・中国語で対応
参考ポイント	- 夕食時における消費拡大に向けた飲食店で利用できるパウチャーチケットを配布。 - 観光スポットや地域事情に精通した地元住民が、観光客のニーズに応じて、観光案内を行うHONG KONG PALSプログラムを運営している。ボランティアスタッフがビジターセンターに常駐し、個別最適化したプランの提案、観光に関する相談の対応などに取り組んでいる。地元住民が案内を行うことにより、通り一遍の観光案内ではなく、地元の隠れたトピックなども知ることが可能。 - HONG KONG PALSの公式Facebookページでは、ボランティアスタッフ一人ひとりを取り上げたPR動画を作成し、発信している。

明洞観光情報センター ほか（韓国）

観光案内所の様子



動く観光案内所の様子



出所：「KONEST」
<https://www.konest.com/>

タサンコールセンター



運営主体	ソウル観光財団（Seoul Tourism Organization）
概要・機能	- シティーバスツアーやウォーキングツアーなどのソウル市観光プログラムの案内 - 公演やホテル予約 - 無料WiFiの利用 - 日本語・中国語・英語と言語別でカウンターが分かれている。 - ソウルの各エリアのパンフレットに加えて、地方都市の観光パンフレットが閲覧・持ち帰り可能。 - 合成写真の体験 - 韓国土産の購入。明洞観光情報センターでしか手に入らないレア商品も用意。 - 大手銀行「ハナ銀行」の両替カウンターも設置
参考ポイント	- 通常の観光案内や販売機能、体験機能など総合的に整備している。 「動く観光案内所」については、旅行者が多いスポットを中心に、観光案内スタッフが街中に出て、店の場所の案内やソウルの観光マップの配布、簡単な通訳など観光に役立つサービスを提供。日本語、英語、中国語可能なスタッフが2人1組で行動。悪天候でなければ毎日運営。 - 総合電話案内・相談センター「タサンコールセンター」を運営。多言語対応しており、観光情報に関して相談することが可能。電話・SMS・SNSによる対応が可能。

City of London Information Centre (イギリス)

観光案内所の様子



観光案内所の外観



毎日の無料ガイドツアー



出所：「City of London観光情報サイト」
<https://www.thecityofldn.com/>

運営主体	・ロンドン観光局
概要・機能	・ロンドンには5か所のビジターセンターを運営 ビクトリア、ピカデリーサーカス、キングスクロス、ロンドン市情報センター、グリニッジ観光案内センター ・ロンドン市情報センターでは、交通、最新のイベント情報、旅行プランの提案など幅広いサービスを提供。90分間のガイド無しツアーの提案（地図の配布）や子供向けガイド無しツアーの提案（地図の配布）などにも対応。 ・事前予約制の無料ガイドツアーも毎日実施しており、資格を取得した認定ガイドが案内。 ・交通ICカードの購入 ・ロンドンの詳細な地図、書籍の配布 ・ロンドン塔、セント・ポール大聖堂などの主要観光スポット、クルーズ、劇場のチケットの購入。 ・ロンドン・エクスプローラーバス（観光パッケージ割引チケット）の購入 ・ロンドン以外の観光案内、ツアーの購入 ・切手、ポストカードなど限定商品の購入
参考ポイント	・一般向け・子供向けガイド無しツアーを提供。 ・事前予約制ではあるものの観光案内所として、無料ガイドツアーを実施。 ・主要な観光スポットや交通機関のチケット購入が可能。 ・ロンドン以外の地域への広域観光案内。

パリ市庁舎中央案内所 ほか（フランス）

観光案内所の様子



SPOT24の外観



ツーリズム&ハンディキャップ マーク



出所：「パリ観光・会議局 HP」
<https://parisjetaime.com/eng/>

運営主体	・パリ観光・会議局
概要・機能	・地図やガイドブックの配布 ・パリの観光バス(Passlib)、交通機関、ミュージアム、美術館、ディズニーランドなどの各種チケットの購入も可能。また、ミュージカル・演劇等の当日公演半額チケットも販売。 ・障害者のアクセシビリティを保証する「ツーリズム & ハンディキャップ」マーク制度を2001年から導入。運動障害、視覚障害、聴覚障害、精神障害のそれぞれの障害について、対応している領域のピクトグラムを表示することができるようになっており、観光案内所だけでなく、宿泊施設、飲食店、観光名所、レジャー施設などで実施されている。認定の有効期間は5年間であり、アクセシビリティの基準が維持されていることが確認できれば延長される。 ・エッフェル塔の近くに、展示、集会所、カフェ、ショップ、観光案内所が一体となった複合施設 SPOT24が2023年11月にオープン。2024 年パリオリンピックおよびパラリンピック競技大会で代表される 6 つの新しい競技を発信する。
参考ポイント	・当日の公演半額チケットの販売。 ・ユニバーサルツーリズムを意識した取組。 ・観光案内所以外の機能を持たせ、そこ自体が目的化した施設コンセプト。

3.若い世代からの意見聴取

(1) 大学生によるフィールドワーク

- ・ 慶應義塾大学に所属する学生等4名が、第5回研究会（令和5年（2023年）11月14日：火曜）及び市内フィールドワーク（令和5年（2023年）11月15日：水曜）に参加し、学生の視点から分析・検討を実施した。

<フィールドワークの行程>

- ✓ 山寺エリア：山寺（門前町）散策、山寺観光協会ヒアリング、山寺散策（立石寺境内）
- ✓ 蔵王エリア：蔵王温泉街散策、蔵王温泉観光協会ヒアリング
- ✓ 街なかエリア：Q1視察・意見交換
- ✓ 振り返り

<総括コメント>

- ・ 観光資源については、全体的にどの場所もコンパクトで回りがやすく、景色/体験/食/温泉/お土産と観光資源が充実していると思った。一方で、現状は季節によって観光客数の偏りがあったりスキーや風景といった一部の観光で満足して帰ってしまうという課題がある。
- ・ 今後は季節を変えて山形市をリピートしてくれるような「濃い山形市ファン」を増やしていくことが大切ではないか。そのためには地域の歴史や山形の人へのあたたかさに触れられる場所や機会があると良いと考えている。
- ・ 観光案内については、どのエリアでも共通して観光人材の高齢化が課題となっていたため、今後の持続的な発展のために、若い世代（地元だけにとどまらず）にアプローチし、担い手を増やしていくことが大切だと感じた。

※エリアごとの気づき・提言については次頁以降で整理

項目	地域	気づき	提言・方向性
観光全般 （観光資源・食など）	全般	・ 景色/体験/食/温泉/お土産とコンテンツはかなり充実していると感じた。	・ 観光資源だけでなく、山形市の人や地域の歴史の魅力も伝える。
	山寺	・ 歩ける範囲にお土産屋さんや景色のいい場所、写真スポット（芋煮の鍋など）がある。 ・ 「山寺おすすめマップ」イラストや手書き風のフォントが親しみやすく目わかりやすい。ただのマップではなく山寺の歴史も知ってもらえるようなものになっている工夫が素敵だった。（英語版もあり）	・ 外国人観光客が多いということで、食事などで宗教的配慮したメニューや、ベジタリアン/ヴィーガン向けのメニューがあるとより良いのではないかと。
	蔵王	・ 街歩きをしながら、手湯や足湯を楽しめる場所がある。 ・ 登山は手軽に軽装で楽しむことができる。 ・ 冬は樹氷目当てに多くの観光客が訪れるが、夏は冬と比べてまだまだ少ない。地域で祭りが開催されていたりとイベントごとは多い。 ・ 若者が移住してきて開いたお店がある。（「昭和レトロな高湯通りのソーダ店」）	・ 夏や秋はお祭りに合わせた集客を行う。その際、市民と観光客が共に楽しめるよう、観光客に対してお祭りの背景と合わせて山寺の歴史を紹介することを意識する。
	街なか	Q1について ・ 旧校舎をリノベーションした施設で建築的にも魅力がある。 ・ 現状、観光客向けというよりは市民向けの施設。	・ そもそも「創造都市」自体の知名度が低いので、Q1を拠点に創造都市の知名度向上に関するイベントを行うのはどうか。 ・ 観光客向けの取組はまだ多くないとのことだが、Q1にきたら山形の文化を知り・体験し・学べる、といった場所とPRするのはどうか。
観光案内について	全般	・ 山寺では、外国人観光客向けのガイドを創設しており、山寺の魅力をやっと多くの人に伝えている。 ・ 観光人材の高齢化や新たな人材の育成環境が整っていないことが課題。	・ 観光人材を育成するため、地元の若者が観光事業に関われる機会（ガイドのお手伝い/お土産屋の店番/ガイドブック作り/お土産の商品開発等）があると良い。高校生にとって市外の人々と関わる機会は、地元の魅力を再認識するきっかけになると思う。
	山寺	・ 海外からの観光客多い（特にアジアから） ・ ガイドの稼働は年に500～600件あるが、高齢化とガイド育成の環境が整っていない。	・ 山寺にワーキングホリデーで訪れている方を中心に外国人との交流の機会を作る。国外の方だからこそ感じる山寺の魅力や、観光面の課題に気づける/地元の方が海外の方の文化に対して理解を深めるきっかけになるのではないかと。
	蔵王	・ 冬季はオーバーツーリズムだが夏季はお客さんが少ないため、観光人材の雇用が難しい。 ・ 若者や外国人の来客は増えている。	・ スキーで訪れる観光客やスキー教室で訪れる高校生が、蔵王の歴史を学んだり市民と交流する機会を作る。スキーをした思い出が「山形蔵王での思い出」となるのではないかと。 ・ 温泉の数が多いことから、それぞれの温泉の場所と温度や特徴を可視化したものを作る。
	街なか	・ Q1は現状、観光客よりも市民が利用する場所になっているため、特別案内等は行っていない。	・ 現状は市民が日常的に使う場所になりつつあるということで、今後観光客と市民が交流できるような場・仕掛けがあると良さそう。市民は観光客の方に向け山形の魅力を、観光客は旅の記録を書き込めるような壁など。

項目	地域	気づき	提言・方向性
その他	全般	・ 若者がいない。	・ 若者が住みたい街、若者が来てくれる街にするというより、ある程度年齢層高めの人向けに（40代後半から60代）に拠点居住のための別荘や旅館があるほうが、今の山形の風情ある奥ゆかしさを削ることなく集客して山形を盛り上げられそう。
	山寺	・ ツアーの中には、15分ほど山寺に訪れて景色の写真を撮って、別の場所に行ってしまう観光客もいる。	・ じっくり山寺を楽しんでもらうためにお土産/景色に加えて、ガイド業を推し出すのはどうか。ガイド業は現地の人との交流であり、その土地の背景まで知ることができるため、観光資源を楽しむだけでなく、人を含めた地域自体の魅力を伝えられる機会になると思う。
	蔵王	・ 「道の駅やまがた蔵王」との連携との連携はこれからだが、交通面や案内面において連携をしていきたいとのこと。	・ 「道の駅やまがた蔵王」はイベントスペースや情報発信コーナーがあるとのこと、温泉施設や飲食店にお客さんを案内してもらえるように連携する。その際、単に施設の紹介ではなく店主が出演する動画を流すなど人ベースで山形の魅力を伝える。
	街なか	・ Q1は、現在は幅広い年齢層の市民が訪れており、市民の居場所になっている。	・ 市民の居場所としての役割を継続しつつ、観光客は山形の文化に触れる入り口となるような施設になると良さそう。Q1のイベントで山形の文化を体験した後、その文化の発祥の地へ訪れやすいように案内するなど。

(2) 高校生ワークショップ

- 実施目的：山形駅を利用している地元高校生の意見を聴取する。また、観光案内所完成後、地元高校生が運営等に継続的に関わることで、地元高校生が観光振興に寄与し、自身のスキルを向上させる機会を提供する。

<事前学習>

- 実施日時：令和5年（2023年）11月27日（月）16:00～17:00
- 実施方法：オンライン
- 参加者：ワークショップ参加校のうち、定期考査実施校除く
※山形東、山形北、山形工業、惺山は不参加



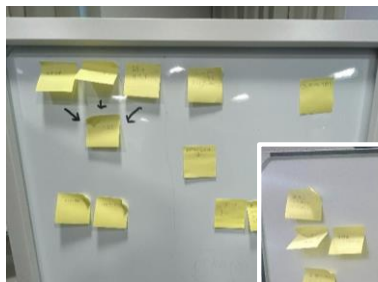
<ワークショップ>

- 実施日時：令和5年（2023年）12月6日（水）14:00～16:00
- 実施場所：山形市立商業高等学校 アクティブラーニング室
- 参加者：山形市内高校生各校代表30名（山形東、山形西、山形南、山形北、山形中央、山形工業、日大山形、山形学院、惺山、山形市立商業）、山形市役所2名、JR東日本関係者3名、慶應義塾大学SFC教員・学生4名



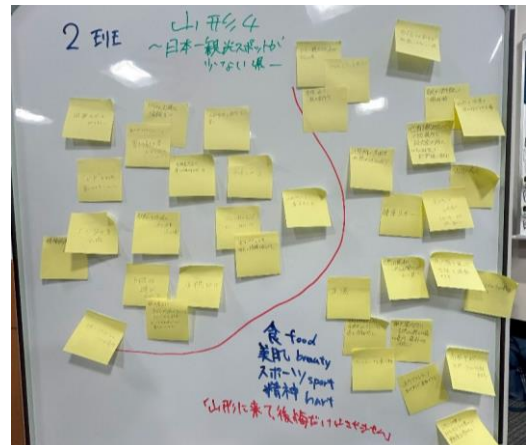
第1グループ

項目	内容
案内所名称	・フルーツ温泉
日本一のポイント	・フルーツツーリズム
詳細内容	・高校生が電車の待ち時間に過ごすことができるスペースが必要 ・山形はフルーツが有名であり、フルーツを前面に出していくのが良いのではないか。駅に降り立った際にフルーツの匂いがする、フルーツを浮かべた足湯など匂いに訴えかける記憶に残りやすい。 ・台湾人にはこたつが人気がある。 ・流しラーメンなどもできないか。



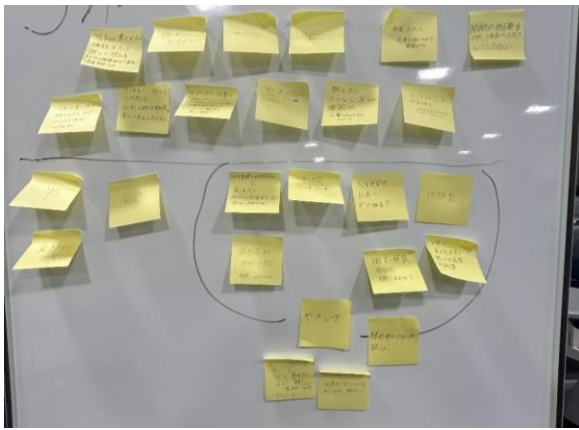
第2グループ

項目	内容
案内所名称	・山形FSBH ～山形に来て公開はさせません～
日本一のポイント	・健康になれる日本一
詳細内容	・食(food)、美肌(beauty)、スポーツ(sports)、精神(hart)の頭文字をとってFSBH ・山形の野菜をつかったカフェ（ヘルシー） ・温泉で美人を目指す足湯（山形美人） ・スポーツできる場所がある（交流） ・ブナ林の面積が日本一であり森林浴を再現（リフレッシュ）



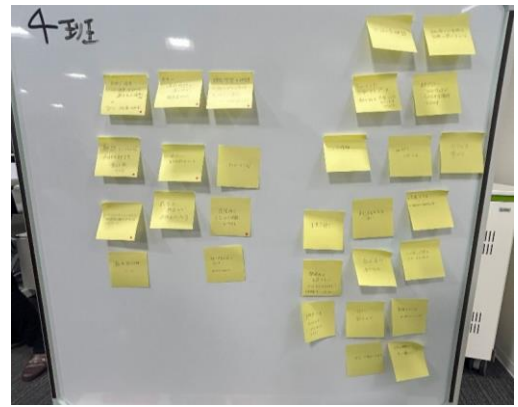
第3グループ

項目	内容
案内所名称	・YYシティ（やまがた やさしい） ※観光案内所を一つの都市としてのイメージ
日本一のポイント	・やさしさ日本一
詳細内容	・山形の人柄の良さ、やさしさを全面に出すのが良いのではないか。 ・色々な言語・宗教に対応できるやさしさ（ダイバーシティ） ・誰でも山形を楽しめるやさしさ（障害者や高齢者がVR等を用いて観光体験）（ユニバーサル） ・居心地の良いようにという心配りのやさしさ（スタッフの服装や髪色をカジュアルに）



第4グループ

項目	内容
案内所名称	・日本一滞在時間が長くなる観光案内所
日本一のポイント	・滞在時間日本一
詳細内容	・観光案内所で山形の魅力を色々体験できる ・観光案内を受けながら足湯に入ったり、地酒やワインを楽しんだりできる。 ・生絞りの果物ジュースがあれば家族連れも入るきっかけになるのではないか。 ・高校生が観光ボランティア（観光ルートづくり、花笠のレクチャー）を担えるのではないか。探究学習の一環とするなど高校生にもメリットがある形に。 ・VR観光の体験、東西自由通路での花笠体験



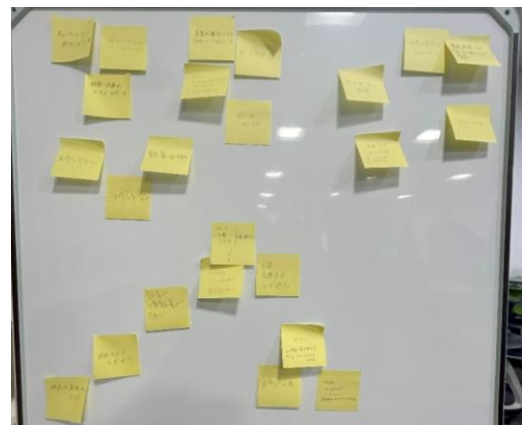
第5グループ

項目	内容
案内所名称	・日本一友達ができる観光案内所
日本一のポイント	・友達ができる日本一
詳細内容	・高校生自身も使いたくなるようなスペースにする。 ・山形の観光スポットのレゴを設置する。 ・勉強スペースで生徒が学習を通じて交流する。 ・円形の足湯を設置し、自然と交流が生まれるようなスペースとする。温泉で緊張がほぐれ仲良くなれる。 ・腕湯を設置することでスマホを触ったりせずに話すことに集中でき、交流が生まれる。



第6グループ

項目	内容
案内所名称	—
日本一のポイント	・高校生が集まる日本一
詳細内容	・多くの人が休憩できるスペースがあれば交流の場に ・高校生は山形のことをそもそも知らないため、知るきっかけになる場所にできたらよいのではないか ・インスタ映えスポットがあり、高校生がSNS発信したくなる空間 ・高校生がガイドとして観光案内 ・寝転がって休憩しながら観光地をリサーチできる空間 ・メタバースで自然やイベントを体験できる



4.観光案内所利用者アンケート

(1) アンケート結果

◆調査概要

<調査目的>

- ・「日本一の観光案内所」の実現に向け、山形市の観光案内に関する満足度やニーズを把握すること。

<調査設計・回答件数>

- ・調査対象：各観光案内所の利用者、イベント等の参加者
- ・調査期間：令和5年（2023年）10月11日（水）～12月1日（金）
- ・調査方法：WEBアンケート ※各観光案内所等でチラシで案内
- ・対象言語：日本語、英語
- ・回答件数：116件

<調査内容>

- ・属性
- ・山形市への訪問について
- ・観光案内について

※詳細は調査票を参照

<留意点>

- ・本文や図表内の設問及び選択肢表記、場合によっては回答内容を短縮・簡略化しています。
- ・複数回答の設問では、設問の回答者数を分母として選択肢ごとの割合を算出しているため、回答比率の合計が100%を超える場合があります。

山形市×JR東日本×慶應義塾大学SFC研究所
共同研究事業

「日本一の観光案内所」の実現に向けた
WEBアンケートご協力のお願い

回答はコチラから

右記のQRコードを読み取るかURLを入力し、アクセスしてください。
<https://forms.gle/GxwThUEG7BRH81q9>

現在、山形市・JR東日本・慶應義塾大学SFC研究所の3者が共同で「日本一の観光案内所」の実現に向けた研究を行っています。研究の一環として、山形市の観光案内に関する満足度やニーズに対するアンケート調査を実施いたします。

ご回答いただいた方に特別なプレゼント！

回答結果の送信後のスマートフォン・タブレット等の画面を山形駅構内の「駅たびコンシェルジュ 山形」でご提示いただければ、先着200名の方に山形市にゆかりのある商品をプレゼントします。

【ご回答にあたって】

- ・スマートフォンまたはタブレット、パソコンなどからアンケート回答先にアクセスし、アンケートにお答えください。
- ・アンケートはお一人様1回しかご回答いただけません。
- ・アンケートの内容は本研究のみに使用いたします。

【お問い合わせ】 山形市商工観光部観光戦略課 メール: kankou@city.yamagata-yamagata.lg.jp

アンケート告知用チラシ

◆回答者属性

Q1 性別を教えてください

選択肢	回答数	割合
女性	66	56.9%
男性	48	41.4%
その他/回答しない	2	1.7%
合計	116	100.0%

Q2 年齢を教えてください。

選択肢	回答数	割合
10代	8	6.9%
20代	32	27.6%
30代	18	15.5%
40代	25	21.6%
50代	18	15.5%
60代	11	9.5%
70代以上	4	3.4%
合計	116	100.0%

Q3-1 お住まいの場所を教えてください。

選択肢	回答数	割合
山形市	36	31.0%
山形県（山形市外）	10	8.6%
山形県外	66	56.9%
国外	4	3.4%
合計	116	100.0%

<Q3-1で「山形県（山形市外）」と回答した方>

Q3-2 お住まいの市町村を教えてください。

選択肢	回答数	割合
南陽市	3	30.0%
上山市	2	20.0%
米沢市	1	10.0%
寒河江市	1	10.0%
村山市	1	10.0%
山辺町	1	10.0%
大江町	1	10.0%
合計	10	100.0%

<Q3-1で「山形県外」と回答した方>

Q3-3 お住まいの都道府県を教えてください。

選択肢	回答数	割合
東京都	31	47.0%
宮城県	9	13.6%
埼玉県	9	13.6%
神奈川県	3	4.5%
福島県	2	3.0%
茨城県	2	3.0%
千葉県	2	3.0%
石川県	2	3.0%
栃木県	1	1.5%
新潟県	1	1.5%
長野県	1	1.5%
静岡県	1	1.5%
愛知県	1	1.5%
京都府	1	1.5%
合計	66	100.0%

<Q3-1で「国外」と回答した方>

Q3-4 お住まいの国を教えてください。

選択肢	回答数	割合
アメリカ	3	75.0%
スイス	1	25.0%
合計	4	100.0%

◆調査結果の分析

Q4 今回の訪問の目的は何ですか。

- 「観光」目的で訪問した人が62.9%となっており、「仕事」目的で訪問は18.1%となっています。その他の内訳としては、「市内在住者」や「家族との用事」、「帰省」などがあります。

選択肢	回答数	割合
観光	73	62.9%
仕事	21	18.1%
その他	22	19.0%
合計	116	100.0%

<その他 自由記述>

内容	回答数
在住	12
家族との用事	3
歯骨納め	2
買い物	2
帰省	2

※同様な意見が複数回答あったもののみ記載

Q5 訪問のきっかけを教えてください。

- 「友人・知人の紹介」が39.7%と最も多くなっており、次いで「仕事」が16.4%、「SNS」が8.6%、「山形市観光協会のWebサイト」が6.9%と続いています。

選択肢	回答数	割合
友人・知人の紹介	46	39.7%
仕事	19	16.4%
SNS (Instagram, Facebook, X (旧Twitter) 、TikTok等)	10	8.6%
山形市観光協会のWebサイト	8	6.9%
本や雑誌	3	2.6%
旅行会社のWebサイト	2	1.7%
動画サイト (YouTube等)	2	1.7%
旅行会社のパンフレット	1	0.9%
口コミWebサイト	0	0.0%
ブログ	0	0.0%
パッケージツアー	0	0.0%
その他	25	21.6%
合計	116	100.0%

<その他 自由記述>

内容	回答数
在住	11
家族との用事	2
帰省	3
山形のことが好き・リピーター	3

※同様な意見が複数回答あったもののみ記載

Q6 滞在日数を教えてください。

- 「日帰り」が41.4%と最も多くなっており、次いで「1泊2日」が23.3%、「3泊以上」が18.1%、「2泊3日」が17.2%と続いています。

選択肢	回答数	割合
日帰り	48	41.4%
1泊2日	27	23.3%
3泊以上	21	18.1%
2泊3日	20	17.2%
合計	116	100.0%

Q7-2 同行者数を教えてください。

- 「2人」が41.4%と最も多くなっており、「1人（自分だけ）」が34.5%、「4人」が12.1%、「3人」が6.9%と続いています。

選択肢	回答数	割合
2人	48	41.4%
1人（自分だけ）	40	34.5%
4人	14	12.1%
3人	8	6.9%
5人	4	3.4%
6人以上	2	1.7%
合計	116	100.0%

Q7-1 どなたと訪問されましたか。

- 「一人旅」が33.6%と最も多くなっており、次いで「友人・知人」が21.6%、「夫婦2人」が16.4%、「子連れ家族」が12.1%と続いています。

選択肢	回答数	割合
一人旅	39	33.6%
友人・知人	25	21.6%
夫婦2人	19	16.4%
子連れ家族	14	12.1%
恋人	11	9.5%
仕事仲間	8	6.9%
団体旅行	0	0.0%
修学旅行	0	0.0%
合計	116	100.0%

Q8 今回の山形への訪問は何回目ですか。

- 「10回以上」が46.6%と最も多くなっており、「はじめて」が31.0%、「2回目」及び「4～9回目」が8.6%と続いています。

選択肢	回答数	割合
10回以上	54	46.6%
はじめて	36	31.0%
2回目	10	8.6%
4～9回目	10	8.6%
3回目	6	5.2%
合計	116	100.0%

Q9-1,2 訪問予定の場所・施設を教えてください。また、その場所に向かう際の主な交通手段（1つ）を教えてください。

- ・訪問予定の場所として「山寺」が21.6%と最も多くなっており、向かう際の交通手段は「自家用車」が36.0%、「電車」が32.0%となっています。次いで、「蔵王温泉」が20.7%と続いており、向かう際の交通手段は「自家用車」が37.5%、レンタカーが29.2%となっています。
- ・それぞれの訪問予定の場所への交通手段としては、「自家用車」が多く利用される傾向にある。

目的地	回答数	電車	高速バス・路線バス	貸切バス	タクシー	自家用車	レンタカー	自転車	徒歩
山寺	25	21.6%	32.0%	4.0%	0.0%	36.0%	24.0%	0.0%	4.0%
蔵王温泉	24	20.7%	16.7%	12.5%	4.2%	37.5%	29.2%	0.0%	0.0%
旧千歳館	12	10.3%	16.7%	0.0%	0.0%	75.0%	0.0%	0.0%	8.3%
文翔館	8	6.9%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	12.5%	0.0%	62.5%
銀山温泉	7	6.0%	14.3%	28.6%	14.3%	14.3%	28.6%	0.0%	0.0%
山形駅	7	6.0%	0.0%	42.9%	0.0%	14.3%	0.0%	0.0%	42.9%
花小路	4	3.4%	0.0%	25.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	50.0%
エスバル	3	2.6%	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	0.0%	33.3%	0.0%
霞城公園	3	2.6%	33.3%	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	33.3%
七日町	3	2.6%	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	0.0%	0.0%	33.3%
天童温泉	3	2.6%	33.3%	0.0%	0.0%	66.7%	0.0%	0.0%	0.0%
もみじ公園	2	1.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%
温泉	2	1.7%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
山形県総合運動公園	2	1.7%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%
慈恩寺	2	1.7%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
赤湯温泉	2	1.7%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

※同様な意見が複数回答あったもののみ記載

Q10 親しい友人や家族に山形旅行をおすすめしたいと思いますか？

- ・「推奨者（9～10）」が46.6%と最も多くなっており、次いで「中立者（7～8）」が37.1%、「批判者（1～6）」が16.4%と続いています。
- ・「NPS」は30.2となっており、今後の推移などを見ていく必要がありますが、絶対値としては良い水準にあります。

批判者（1～6）	19	16.4%
中立者（7～8）	43	37.1%
推奨者（9～10）	54	46.6%
NPS	30.2	—

※NPSについて

- ・NPSは「Net Promoter Score」の略で、顧客ロイヤリティ（商品やサービスに対する信頼・愛着）を測る指標です。計算方法は、9～10点を付けた顧客を「推奨者」、7～8点を「中立者」、0～6点を「批判者」と分類し、回答者全体に占める推奨者の割合(%)から、批判者の割合(%)を引いて出てきた数値がNPSの値となります。
- ・顧客満足度と混同されることが多いですが、顧客満足度はあいまいな指標のため、必ずしもリピート購入や購入単価の向上に繋がりません。一方で、NPSは業績や事業の成長率と高い相関関係が認められています。
- ・一般的には「0以上：良い」「20以上：好ましい」「50以上：優秀」「80以上：トップレベル」とされています。

<上記評価の理由>

	食べ物	自然	温泉	人のよさ	景色	街並み	観光資源	交通機関	歴史	雪	観光案内	その他
ポジティブ	24	14	10	7	6	2	1	1	1	1	0	11
ネガティブ	0	0	0	0	0	0	3	2	0	1	1	0

Q11 これまでに観光案内所（山形市以外も含む）を利用したことはありますか。

- 「利用したことがない」が57.8%と最も多くなっており、「利用したことがある」は42.2%となっています。

選択肢	回答数	割合
利用したことがない	67	57.8%
利用したことがある	49	42.2%
合計	116	100.0%

Q13 新しく作る案内所で充実させてほしい“情報”は何ですか。（3つまで選択）

- 「観光地の基本情報」が47.4%と最も多くなっており、「交通の基本情報」が42.2%、「イベント情報」が40.5%、「観光モデルコース」が33.6%と続いています。

選択肢	回答数	割合
観光地の基本情報（施設内容、営業時間等）	55	47.4%
交通の基本情報（目的地までのルート、乗り方、料金等）	49	42.2%
イベント情報	47	40.5%
観光モデルコース（所要時間や興味に応じたおすすめコース）	39	33.6%
飲食店	33	28.4%
ツアーや体験（内容、予約方法等）	30	25.9%
地域の歴史、伝統工芸、産業等	18	15.5%
観光・交通等のリアルタイム情報（目的地の混雑状況や交通の運行情報）	17	14.7%
宿泊施設	14	12.1%
その他	0	0.0%
合計	116	—

＜Q11で「利用したことがある」と回答した方＞

Q12 過去に観光案内所を利用した目的は何ですか。（当てはまるものを全て選択）

- 「観光・交通・イベント等の情報収集」が85.7%と最も多くなっており、「目的地への行き方を尋ねる」が38.8%、「土産物・特産物の購入」が20.4%と続いています。

選択肢	回答数	割合
観光・交通・イベント等の情報収集	42	85.7%
目的地への行き方を尋ねる	19	38.8%
土産物・特産物の購入	10	20.4%
ツアーや体験の予約	3	6.1%
無料Wi-Fi・電源の利用	3	6.1%
宿泊施設の予約	2	4.1%
各種チケット（電車・バスや施設入場券等）の購入	2	4.1%
荷物を預ける	2	4.1%
その他	0	0.0%
合計	49	—

Q14 新しく作る案内所で充実させてほしい“サービスや機能”は何ですか。（3つまで選択）

- 「持ち帰り可能なパンフレットやマップ」が48.3%と最も多くなっており、「各種チケットの販売」が29.3%、「無料Wi-Fi・電源の利用」が28.4%と続いています。

選択肢	回答数	割合
持ち帰り可能なパンフレットやマップ	56	48.3%
各種チケット（電車・バスや施設入場券等）の販売	34	29.3%
無料Wi-Fi・電源の利用	33	28.4%
ツアーや体験の予約	29	25.0%
荷物預かり	26	22.4%
ガイドブック等観光情報誌の閲覧	25	21.6%
休憩スペース・待合スペース	22	19.0%
土産物・特産物の販売	18	15.5%
飲食店の予約	16	13.8%
宿泊施設の予約	11	9.5%
自宅・宿泊施設への荷物配送	11	9.5%
対面での案内	3	2.6%
情報収集等に利用できるPCやタブレット端末	2	1.7%
多言語対応	2	1.7%
外貨両替	0	0.0%
その他	4	3.4%
合計	116	—

＜その他 自由記述＞

- ガイドブックにない地元住民が行く店の案内
- 旬なものの体験や味見
- 自転車貸し出し
- 観光情報が閲覧可能なサイトの紹介

Q15 山形駅近辺で体験したいことは何ですか。（3つまで選択）

- 「ラーメン」が45.7%と最も多くなっており、「温泉」が34.5%、「果物」が31.0%、「山形牛」が27.6%、「そば」が23.3%、「日本酒」が22.4%、「芋煮」が21.6%と続いています。

選択肢	回答数	割合
ラーメン	53	45.7%
温泉	40	34.5%
果物（さくらんぼ等）	36	31.0%
山形牛	32	27.6%
そば	27	23.3%
日本酒	26	22.4%
芋煮	25	21.6%
桜（霞城公園等）	17	14.7%
伝統工芸の体験（草木染め・平清水焼等）	11	9.5%
山形大花火大会	10	8.6%
伝統文化の体験（花笠踊り等）	10	8.6%
城址の見学（山形城等）	8	6.9%
スノーアクティビティ（スキー・スノーボード等）の疑似体験	6	5.2%
ワイン	5	4.3%
紅花	4	3.4%
その他	2	1.7%
合計	116	—

<その他 自由記述>

- 山形美術館
- 周辺の散策

（上記続き）

Q16 「日本一の観光案内所」を実現するために必要な“情報、機能・サービス”は何だと思いますか。

- 回答結果は下記のとおりです。

要約	内容
情報	食の情報の充実
	観光資源についての明確な情報、何ができる場所なのか
	地元の人しか知り得ない情報（飲食店や観光スポットやアクティビティに関する情報）。基本的な情報は把握している旅行者もあり、ターゲットに応じた情報発信があると有り難い。
	日本一本当のローカルな情報が取れる観光案内所（ネットで分からないようなディープな情報）
	行きたい場所の情報や行き方が分かりやすくまとまっているもの
施設	アクセスと交通情報の提示。公共交通機関、アクセス方法、駐車場情報などを提供し、訪問者の移動をサポートすること。
	最新の情報
	清潔感
	Wi-Fiスポット
	観光地に着いたら、まず観光案内所！と思えるくらいのわかりやすい広告・目印
体験	ワークスペースや休憩所の機能もある複合的な場になると良い
	ちょっとした作業ができるスペース（wifi、電源あり）
	気軽に寄れる雰囲気。休憩施設。
	写真とか？
	子どもに障害があるので、バリアフリーの施設の情報がほしい
体験	疑似体験
	体験
	花笠踊りがいつでも見れる、体験できる等
	季節の紅葉とか。
	日本の文化や伝統について学べるワークショップや体験プログラムを提供すること。

Q16 「日本一の観光案内所」を実現するために必要な“情報、機能・サービス”は何だと思いますか。

- 回答結果は下記のとおりです。

要約	内容
案内姿勢	正確、丁寧
	親切、正確
	おもてなしの心
	まごころ
	人の心に寄り添う力
案内手法	人
	観光案内所の方の熱意、親切な対応
	実際に観光地に行ったあとの注意点や楽しみ方など、現地の人の主観が入り混じったお節介なぐらいのアドバイス。
	接客力
	オンラインでの情報提供やアプリを通じた情報のアクセスを可能にする。訪問者の興味やニーズに応じてAIを用いてパーソナルカスタマイズされた情報を提供する。
情報	目をひく案内
	分かり易い観光名所案内、魅力をしっかり伝えられる事
	SNS
	QRコード等でスマホに読み込めるガイド
	デジタル面での最新化
情報	自分の求める観光案内ルートが簡単にわかる便利さ
	ネット上への発信
	決め細かな、わかりやすい情報
	そこでしかなくタイムリーな情報
	観光地の歴史や他の知識
情報	情報の集約
	美味しい店の情報、舞子情報

要約	内容
インバウンド対応	国内だけではなく、国外から訪れる観光客への対応は必要不可欠
	外国のお客様にも対応できる対応力
	多言語対応
飲食	果物を使ったカフェの併設
事業者連携	蛇口からフルーツジュースとかそういう系
その他	観光タクシーとの連携
	荷物の預かり
	レンタサイクルや小型モビリティ
	観光案内所自体が観光場所であるかのように、立ち寄りとなる場所であること。アンテナショップ併設やイベント開催。
	町の人との交流（対面だけでなく、ノートや掲示板を通じたもの等）
その他	駅前の再整備

Q17 ご意見等あれば自由に記載ください。

- 回答結果は下記のとおりです。

要約	内容
駅・駅ビルの充実	駅ビルを充実させてほしい
	観光案内所だけの充実では人を集めることはできないと思う。駅構内の清潔さや関わる人達の心を一つにして日本一を目指すべきだと思う。
観光資源の磨き上げ・PR	千歳館の存在を初めて知ったが、花街の文化も貴重な日本文化の一角を成すと思う。千歳館には昔は一組限定で宿泊もできたとのことなので、宿泊施設としての復活を検討してほしい。
	県民ホール、テルサ、市民会館等イベントコンサートの情報がわかる 文翔館が素晴らしかったので、もっと広くアピールしてほしい。
名称	観光案内所だけを新しくするのではなく、駅前東口の空きビルなど、景観を整備する必要がある。 日本一を目指すという意気込みは分かるが、他の名称のほうが良いのではないか。

◆調査項目

山形市「日本一の観光案内所」の実現に向けたWEBアンケート

現在、山形市・JR東日本・慶應義塾大学SFC研究所の3者が共同で「日本一の観光案内所」の実現に向けた研究を行っています。
研究の一環として、山形市の観光案内に関する満足度やニーズに対するアンケート調査を実施いたします。

Yamagata City, East Japan Railway Company, and Keio University are jointly conducting a research to realize "the Best Tourist Information Center in Japan".
As part of the research, we will conduct a questionnaire survey on satisfaction and needs regarding tourist information in Yamagata City.

====

【ご回答にあたって】
・アンケートはお一人様1回しかご回答いただけません。
・アンケートの内容は本研究のみに使用いたします。

【Remarks】

-Each person can only answer the questionnaire once.
-The questionnaire will be used for this study only.

<お問い合わせ>
山形市商工観光部観光戦略課
メール：kankou@city.yamagata-yamagata.lg.jp

ご使用する言語を選択してください *
Select your language

- ☐ 日本語
☐ English

(1)あなたのことについて教えてください。

Q1 性別を教えてください *

- ☐ 1. 女性
☐ 2. 男性
☐ 3. その他/回答しない

Q2 年齢を教えてください。 *

選択

Q3-1 お住まいの場所を教えてください。 *

- ☐ 1. 山形市
☐ 2. 山形県（山形市外）
☐ 3. 山形県外
☐ 4. 国外

<Q3-1で「山形県（山形市外）」と回答した方>
Q3-2 お住まいの市町村を教えてください。

選択

<Q3-1で「山形県外」と回答した方>
Q3-3 お住まいの都道府県を教えてください。

選択

<Q3-1で「国外」と回答した方>
Q3-4 お住まいの国を教えてください。

回答を入力

- | | |
|----------|----------|
| 1. 米沢市 | 17. 朝日町 |
| 2. 鶴岡市 | 18. 大江町 |
| 3. 酒田市 | 19. 大石田町 |
| 4. 新庄市 | 20. 金山町 |
| 5. 寒河江市 | 21. 最上町 |
| 6. 上山市 | 22. 舟形町 |
| 7. 村山市 | 23. 真室川町 |
| 8. 長井市 | 24. 大蔵村 |
| 9. 天童市 | 25. 鮭川村 |
| 10. 東根市 | 26. 戸沢村 |
| 11. 尾花沢市 | 27. 高島町 |
| 12. 南陽市 | 28. 川西町 |
| 13. 山辺町 | 29. 小国町 |
| 14. 中山町 | 30. 白鷹町 |
| 15. 河北町 | 31. 飯豊町 |
| 16. 西川町 | 32. 三川町 |
| 17. 朝日町 | 33. 庄内町 |
| | 34. 遊佐町 |

(2)今回の山形訪問に関して教えてください。

Q4 今回の訪問の目的は何ですか。 *

- ☐ 1. 観光
☐ 2. 仕事
☐ その他: _____

Q5 訪問のきっかけを教えてください。 *

- ☐ 1. 友人・知人の紹介
☐ 2. 山形市観光協会のWebサイト
☐ 3. ロコミWebサイト
☐ 4. 旅行会社のWebサイト
☐ 5. ブログ
☐ 6. 動画サイト（YouTube等）
☐ 7. SNS（Instagram、Facebook、X（旧Twitter）、TikTok等）
☐ 8. 本や雑誌
☐ 9. 旅行会社のパンフレット
☐ 10. パッケージツアー
☐ 11. 仕事
☐ その他: _____

Q6 滞在日数を教えてください。*

選択

1. 日帰り
2. 1泊2日
3. 2泊3日
4. 3泊以上

Q7-1 どなたと訪問されましたか。*

選択

1. 一人旅
2. 恋人
3. 夫婦2人
4. 子連れ家族
5. 友人・知人
6. 団体旅行
7. 修学旅行
8. 仕事仲間

Q7-2 同行者数を教えてください。*

選択

1. 1人（自分だけ）
2. 2人
3. 3人
4. 4人
5. 5人
6. 6人以上

Q8 今回の山形への訪問は何回目ですか。*

選択

1. はじめて
2. 2回目
3. 3回目
4. 4～9回目
5. 10回以上

Q9-1 訪問予定の場所・施設を教えてください。*

回答を入力

上記の場所に向かう際の主な交通手段を教えてください。*

選択

1. 電車
2. 高速バス・路線バス
3. 貸切バス
4. タクシー
5. 自家用車
6. レンタカー
7. 自転車
8. 徒歩

< Q9-1の他に訪問予定の場所がある方 >
Q9-2 訪問予定の場所・施設を教えてください。

回答を入力

上記の場所に向かう際の主な交通手段を教えてください。

選択

Q10 親しい友人や家族に山形旅行をおすすめしたいと思いますか？*

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

全くすすめたいと思わない ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ 非常にすすめたいと思う

上記の評価をした理由を教えてください。

回答を入力

(3)観光案内所についてお答えください。

Q11 これまでに観光案内所（山形市以外も含む）を利用したことはありますか。*

☐ 1. 利用したことがある
☐ 2. 利用したことがない

< Q11で「利用したことがある」と回答した方 >
Q12 過去に観光案内所を利用した目的は何ですか。（当てはまるものを全て選択）

☐ 1. 観光・交通・イベント等の情報収集
☐ 2. 目的地への行き方を尋ねる
☐ 3. ツアーや体験の予約
☐ 4. 宿泊施設の予約
☐ 5. 無料Wi-Fi・電源の利用
☐ 6. 土産物・特産物の購入
☐ 7. 各種チケット（電車・バスや施設入場券等）の購入
☐ 8. 荷物を預ける
☐ その他: _____

4.観光案内所利用者アンケート

Q13 新しく作る案内所で充実させてほしい“情報”は何ですか。（3つまで選択） *

- ☐ 1. 観光地の基本情報（施設内容、営業時間等）
- ☐ 2. 交通の基本情報（目的地までのルート、乗り方、料金等）
- ☐ 3. 観光モデルコース（所要時間や興味に応じたおすすめコース）
- ☐ 4. ツアーや体験（内容、予約方法等）
- ☐ 5. イベント情報
- ☐ 6. 地域の歴史、伝統工芸、産業等
- ☐ 7. 観光・交通等のリアルタイム情報（目的地の混雑状況や交通の運行情報）
- ☐ 8. 宿泊施設
- ☐ 9. 飲食店
- ☐ その他: _____

Q14 新しく作る案内所で充実させてほしい“サービスや機能”は何ですか。（3つまで選択） *

- ☐ 1. 持ち帰り可能なパンフレットやマップ
- ☐ 2. ガイドブック等観光情報誌の閲覧
- ☐ 3. 各種チケット（電車・バスや施設入場券等）の販売
- ☐ 4. ツアーや体験の予約
- ☐ 5. 宿泊施設の予約
- ☐ 6. 飲食店の予約
- ☐ 7. 無料Wi-Fi・電源の利用
- ☐ 8. 情報収集等に利用できるPCやタブレット端末
- ☐ 9. 荷物預かり
- ☐ 10. 自宅・宿泊施設への荷物配送
- ☐ 11. 土産物・特産物の販売
- ☐ 12. 休憩スペース・待合スペース
- ☐ 13. 多言語対応
- ☐ 14. 外貨両替
- ☐ 15. 対面での案内
- ☐ その他: _____

Q15 山形駅近辺で体験したいことは何ですか。（3つまで選択） *

- ☐ 1. ラーメン
- ☐ 2. 果物（さくらんぼ等）
- ☐ 3. 日本酒
- ☐ 4. ワイン
- ☐ 5. 芋煮
- ☐ 6. そば
- ☐ 7. 山形牛
- ☐ 8. 桜（緑城公園等）
- ☐ 9. 城址の見学（山形城等）
- ☐ 10. 温泉
- ☐ 11. 紅花
- ☐ 12. 山形大花火大会
- ☐ 13. スノーアクティビティ（スキー・スノーボード等）の疑似体験
- ☐ 14. 伝統文化の体験（花笠踊り等）
- ☐ 15. 伝統工芸の体験（草木染め・平清水焼等）
- ☐ その他: _____

Q16 「日本一の観光案内所」を実現するために必要な“情報・機能・サービス”は何だと思いますか。

回答を入力

5.関係事業者アンケート

(1) アンケート結果

◆調査概要

- 内容：新たな観光案内所の整備に関するご意向、山形市の観光全般に関するご意見の聴取
- 形式：WEBアンケートにて実施

◆調査結果 ※基本構想素案策定に関連する設問を抜粋

項目	地域	意見
Q6. 観光客からどのような情報を求められることが多いですか。	蔵王	- 飲食店（宿泊、土産物産、旅行代理店、その他） - 観光体験メニュー（宿泊、その他） - 観光スポット（宿泊、交通、娯楽・レジャー） - 宅配便、スキー用品販売所（宿泊） - 交通アクセス（宿泊、交通、旅行代理店） - 温泉施設（土産物産） - 雨の日でも楽しめる観光スポット（飲食店）
	山寺	- 交通アクセス（土産物産、娯楽・レジャー、その他） - 観光スポット（土産物産、宿泊） - アレルギーやベジタリアン対応ができるお店（娯楽・レジャー） - おすすめのお土産（娯楽・レジャー） - 主要観光スポット以外の観光スポット（観光協会）
	街なか	- 観光スポット（飲食、宿泊、その他） - 主要観光スポット以外の観光スポット（その他） - 飲食店、蕎麦・ラーメン屋・米沢牛の食べられる飲食店（飲食、物産品の製造業、宿泊、その他） - お土産物屋さん（その他） - 交通アクセス（宿泊、その他） - 観光体験メニュー（物産品の製造業、飲食店、その他） - 観光モデルコース（交通）
	その他	- 交通アクセス（宿泊、その他） - 観光スポット（宿泊、その他） - 特産品・土産物（物産品の製造業） - 飲食店（宿泊） - 地域のイベント情報（宿泊） - 英語対応可能な体験（旅行代理店） - ベジタリアン対応可能な飲食店情報（旅行代理店） - 観光体験メニュー（その他） - 施設・地域の歴史（その他） - 花笠まつりの展示・体験(その他)

項目	地域	意見
Q7. 観光案内を行う上での課題や困ったことはどのようなことですか。	蔵王	・ 飲食店や土産物店などの不定期営業（宿泊、土産物産） ・ リアルタイムの情報収集（宿泊） ・ 外国人の刺青の入浴拒否（宿泊） ・ 共同浴場の温泉が熱すぎて入れない。（宿泊） ・ 言語の問題（宿泊、その他） ・ 目的地への最短ルートを求められること（宿泊） ・ 各施設・店舗のGoogleマップの掲載情報（定休日、営業時間など）が管理されていないこと（飲食）
	山寺	・ 言語の問題（土産物産、娯楽・レジャー、物産品の製造業、宿泊、その他） ・ 災害時の誘導・緊急時救急要請を行う場合の責任（娯楽・レジャー） ・ 各観光地での情報が集約されていないこと（娯楽・レジャー）
	街なか	・ 飲食店の情報が整理されていない。WEBページがない店もある。（その他） ・ 言語の問題（物産品の製造業） ・ おすすめの観光プランの提案ができないこと（物産品の製造業） ・ 紹介できるスポットの少なさ（飲食） ・ 地元の飲食店を知らないため案内できない。飲食店マップが必要（物産品の製造業、その他） ・ タクシーの不足（宿泊） ・ 中心商店街エリアで休憩できる場所がない。（その他） ・ 地域事業者の地元に関する知識の不足（その他） ・ 地元らしいおもてなしや伝統の理解の不足（その他） ・ 街中の情報が一覧できる資料が少ない（飲食、その他）
	その他	・ 観光客のニーズに合ったマップやパンフレットがない。地域のイベントやお祭りなどの開催情報が一覧できるとありがたい。また、QRコードなど情報提供形式も検討が必要（宿泊、その他） ・ 観光施設等の営業時間がわからない（交通）

項目	地域	意見
Q10. スマートフォンを持った観光客が増えるなかで、今後充実させていくと考える情報・サービスは何ですか。	蔵王	・ 地域内を巡らせる様なスマホアプリによるスタンプラリー・クーポン（宿泊、交通） ・ 観光施設・飲食店の営業日時の確認ツール（宿泊） ・ インスタ映えスポット（宿泊） ・ 電話だけでなく、SNSでのやり取り。若者や外国人が連絡しやすいように。（宿泊） ・ 飲食店の案内（蔵王） ・ 体験イベントのインバウンド対応（土産物産） ・ モデルコースの提案（飲食） ・ Googleマップの各施設の掲載情報の更新（飲食） ・ 宿泊施設の予約や旅行商品の販売（旅行代理店） ・ MaaSサービス・アプリ（その他）
	山寺	・ キャッシュレスや免税店の導入（土産物産） ・ 宿泊・体験・食など観光情報が集約されたWEBサイト（娯楽・レジャー） ・ SNSでの情報発信（物産品の製造業） ・ 遅延のない通訳サービス（宿泊）
	街なか	・ 宿泊・体験・食など観光情報が集約されたWEBサイト、リアルタイムの観光情報（その他） ・ ツアーや体験などが予約できるアプリ（物産品の製造業） ・ 充電サービス、Wi-Fi、スマホ決済（飲食） ・ HP・SNSのさらなる活用（多言語対応、外国人目線）（その他） ・ Visityamagata、はい！やまがたでした、山形めぐり観光デジタルマップなどの統合やプラットフォームの整備（その他） ・ 配車アプリへの対応（交通） ・ 既存の有力なアプリや多言語化のサービスについての情報提供（旅行代理店） ・ 街なかにおける手荷物預かり所・キャッシュレス対応コインロッカー（宿泊） ・ デジタル化、多言語化（その他） ・ MaaSサービス・アプリ（その他）
	その他	・ アクセス・混雑状況・運行状況など交通情報（宿泊） ・ イベント情報（宿泊） ・ Wi-Fi、無料充電スポットの整備（その他） ・ 宿泊・体験・食など観光情報が集約されたWEBサイト（宿泊、物産品の製造業）

項目	地域	意見
Q11. その他「日本一の観光案内所」に期待すること、またはご意見があればご回答ください。	蔵王	・ 個々人のニーズに応じた情報提供・プラン提案。（宿泊） ・ パンフレットが豊富にそろっている。（宿泊） ・ 桜や紅葉の時期の見頃情報や、帰り道で寄れるスポットなど隣県の情報の提供。（宿泊） ・ 案内所の営業時間の延長。（交通） ・ 旅行会社に委託した宿泊施設の予約や旅行商品の販売。（旅行代理店）
	山寺	・ 観光施設への情報の共有。（その他） ・ 歴史等を知ることができる、休憩所を兼ねた広さのある案内所。（土産物産） ・ 手荷物預け機能。（土産物産） ・ インバウンド対応。（物産品の製造業）
	街なか	・ 綺麗なお手洗がある。（その他） ・ 休憩スペースがある。（その他） ・ 駐車場がある。（その他） ・ ツアーや体験の申込（当日も含め）が可能。（その他） ・ 本日のイベント等の情報をデジタル化して欲しい。（その他） ・ 分野別のお店の情報を知ることが出来るデジタル端末、閲覧したページを印刷できる。（その他） ・ 個々人のニーズに応じた情報提供・プランを提案。（物産品の製造業） ・ 有名どころではない観光スポットもオンライン上で発信。（物産品の製造業） ・ 県内在住者も観光地に足を運べるような案内を発信する。（物産品の製造業） ・ 情報発信基地としての機能（飲食店） ・ 市内や県外、国外にある旅行会社からの目線も加味した観光案内所機能（旅行代理店） ・ 利用者はホテルに居る状態で、リモートでの観光案内を提供。（宿泊） ・ 「映画のまち」として国際映画祭があることや各地の自主上映活動のPR。（その他） ・ 県内の酒蔵の酒を飲めるコイン式サーバーの設置。（その他） ・ Q1との連携。（その他） ・ 一年を通して、花笠踊りなど山形の伝統文化や祭りを体験できる。（その他） ・ スマホで提供出来ないサービスを提供する案内所（その他） ・ 箱の大きさでは無くサービス内容で日本一に（その他） ・ 地元の人達も山形の魅力を再発見できるような場所にして欲しい（飲食店） ・ 観光客の回遊性を高める取り組みをお願いしたい（土産物産）
	その他	・ 宿泊先の案内や送客を手数料を取り実施するのが良い、市内だけではなく広域に対応。（宿泊） ・ 時刻や最寄り駅、バス停、距離や時間など交通機関と連携した情報サイト（宿泊） ・ 英語等の多言語対応（旅行代理店）

◆調査項目

設問	選択肢
Q1 業種を教えてください。	・ 観光協会、宿泊事業者、交通事業者、旅行代理店、土産物産店、物産品の製造業、飲食店、娯楽・レジャー、その他
Q2 所在地・主な活動エリアを教えてください。	・ 蔵王、山寺、街なか、その他
Q3 観光客の受け入れに当たっての課題は何だと思いますか。	・ （自由記述）
Q4 月間で訪日外国人の利用がどのくらいありますか。	・ 10人未満、30人未満、50人未満、100人未満、100人以上
Q5 訪日外国人対応における貴社の課題は何だと思いますか。	・ （自由記述）
Q6 観光客からどのような情報を求められることが多いですか。	・ （自由記述）
Q7 観光案内を行う上での課題や困ったことはどのようなことですか。	・ （自由記述）
Q8 各地の観光案内所とやりとりをすることはありますか。	・ ある、ない
< Q8で、「1. ある」とご回答頂いた方 > Q9 具体的にどのようなやりとりをすることがありますか。	・ （自由記述）
Q10. スマートフォンを持った観光客が増えるなかで、今後充実させていくとすべきであるとする情報・サービスは何ですか。	・ （自由記述）
Q11. その他「日本一の観光案内所」に期待すること、またはご意見があればご回答ください。	・ （自由記述）

6.主要ステークホルダーへのインタビュー

(1) インタビュー結果

市内の各観光案内所に対して、インタビューを実施したほか、山形県観光文化スポーツ部観光復活推進課とは意見交換を実施しました。各案内所の主なインタビュー内容は下記のとおりです。（再掲）

項目	主体別の課題・意見		
	山形駅観光案内所	蔵王温泉観光案内所	山寺観光案内所
観光案内の機能・サービスについて（ソフト面）	- 案内所間での情報連携が十分ではない - 宿泊や飲食の予約代行まで求められるものの対応できていない - 営業時間が短い - 案内所と他施設（忘れ物センター等）の営業時間にズレがある - 飲食店を紹介する際に特定の店舗を紹介しづらい - 主要観光地各地の情報をリアルタイムで把握できていない	- 宿泊施設にも観光案内に関する相談や問合せが寄せられ、対応に苦慮している - 観光事業者の一定程度の対応力の強化 - 外国人観光客の国籍把握 - 市内他エリアの情報収集 - 県内・隣県など広域の情報収集 - パンフレットの多言語化 - 飲食店や宿泊施設の空き状況・営業状況を把握できていない - ローカルな情報提供 - 外国語対応 - 外国人の予約フォロー等（SIMの関係上、電話ができない）	- 県内・隣県など広域の情報収集 - 外国語対応 - パンフレットの多言語化
観光案内の機能・サービスについて（ハード面）	- コインロッカーなど手荷物預け機能の不足 - デジタルサイネージを活用した情報発信 - パンフレットを陳列するスペースに限界がある - Wi-Fiと電源が利用できる場所が少ない - 外貨両替機の場所が分かりにくい - 改札を出てからどちらに行けばよいかわからない	- 時間つぶしができる土産物売り場や飲食店、体験コンテンツ等の整備 - キャッシュレス対応 - コインロッカーなど手荷物預け機能の不足	- コインロッカーなど手荷物預け機能の不足 - キャッシュレス対応 - 案内所スペースの狭さ - 駅案内所のサテライトがあると便利 - リアルタイムで各地の状況が分かる仕組みが必要
運営体制について	- スタッフ自身が山形のことを学んだり、知ったりする機会が少ない - 業務が多忙で研修等にも参加できない - OJT期間に半年は必要 - 求められる業務水準の割に待遇が悪く、スタッフが長続きしない - 電話対応も一定数あり、窓口と別で体制構築する必要がある	- 事業者同士の情報共有プラットフォームの構築 - 人材の確保・育成 - 他案内所との情報共有・人材交流など連携強化	- スタッフが少なく、案内所の営業が不定休となっている - スタッフの高齢化
その他	- 駅周辺に案内所もしくは類似する機能が複数あり、非効率的であるとともに混乱を招きかねない。 - イベントの確認など市民の利用も一定数あるもののまだまだ少ない。観光と住民利用のバランスをとることが必要である - 対応状況などのデータ蓄積が困難（相談対応をしながら記録していくのには限界あり）	- 案内所としてマネタイズしていくことが必要（現状では無償で予約代行なども対応） - 観光協会が法人格を有していないこと - サステナブルツーリズムへの対応 - 各施設・店舗のGoogleマップの掲載情報の更新	- 対応状況などのデータ蓄積が困難（相談対応をしながら記録していくのには限界あり） - 観光客の属性やニーズの分析まで手が回っていない - レスポンス・ツーリズムの推進

7.日本一の観光案内所・共創ラボの参加主体

(1) 参加主体

日本一の観光案内所・共創ラボの運営に当たっては、下記の主体が参加し、議論を行いました。

属性	事業者・団体名
行政	山形市 商工観光部観光戦略課 日本一の観光案内所準備室
事業者	東日本旅客鉄道株式会社 ・山形統括センター ・東北本部 マーケティング部 ・本社 マーケティング本部 くらしづくり・地方創生部門 観光流動創造ユニット
事業者	株式会社ジェイアール東日本企画 仙台支社 山形支店
事業者	株式会社JR東日本びゅうツーリズム＆セールス ・駅たびコンシェルジュ山形 ・ツーリズム推進本部地域連携部 ・仙台統括営業所
事業者	S-PAL山形（仙台ターミナルビル株式会社）
大学	慶應義塾大学SFC研究所（社会イノベーション・ラボ：玉村雅敏研究室）
観光協会	一般社団法人山形市観光協会
教育機関	山形市立商業高等学校