

山形県山形市の観光ビッグデータ分析

ー山形県山形市に来訪する外国人観光客の動向とビッグデータの活用についてー

2025年2月

 **DBJ** 株式会社日本政策投資銀行
東北支店

協力  **DBJ** DBJ デジタルソリューションズ
日本政策投資銀行グループ

目次

第1章 本調査について		p.2
第2章 山形県山形市の観光ビッグデータ分析		p.5
第3章 ビッグデータ分析の切り口		p.22
まとめ/結びに		p.29

第1章 本調査について

1-1 導入 | 「山形県における観光振興のあり方についての提言」(2024年3月発行)

- 生産年齢人口の減少が加速する東北地方において、地域経済をどのように維持・発展させていくか、多面的な視点で検討を進める必要がある。
- 当行は、その手段のひとつとして観光産業に着目し、各地で積極的に観光資源の磨き上げがなされている山形県における観光産業の現状に触れながら、地域を豊かにする観光の実現に向けた『山形県における観光振興のあり方』についての提言を行った。
- 同提言では、担い手不足や交通アクセスの制限といった障壁が存在する山形県における観光振興では、**高付加価値化・滞在型の観光を促進**することで**より消費意欲が旺盛な遠方からの観光客を獲得し観光消費単価の上昇が期待**されること、そのためには**観光客のニーズに沿った商品・サービスを提供するための「観光振興戦略の再構築」が必要**であると論じている。

「山形県における観光振興のあり方についての提言」(2024年3月発行)

山形県における観光振興のあり方についての提言

～地域を豊かにする観光の実現に向けて～

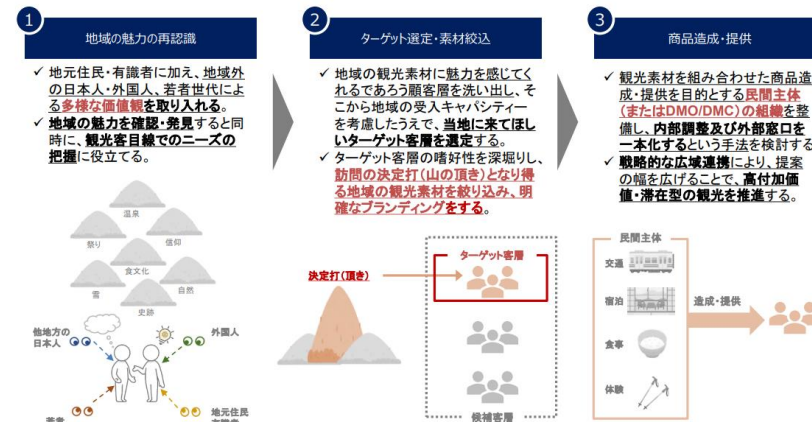
2024年3月

DBJ 株式会社日本政策投資銀行
東北支店

JEPI 株式会社日本経済研究所
Japan Economic Research Institute Inc.
産業戦略本部 産業調査企画部

観光振興戦略の再構築

- 今後、山形県における**高付加価値・滞在型の観光を推進**するため、下図の通り、①**地域の魅力の再認識**→②**ターゲット選定・素材絞り込み**→③**商品造成・提供**の3ステップで、**観光振興戦略の再構築**を進めていくことを提言する。



出所: ヒアリング情報より作成

26

DBJ JEPI 株式会社日本経済研究所
Japan Economic Research Institute Inc.

1-2 導入 | 本調査の狙い

- 「観光振興戦略の再構築」においては、**客観的なデータに基づき、現状を正しく把握**することが議論の土台となる。
- 観光客の旅行動態を定量・定性データで明らかにし、参考になりそうな事例の分析・比較や、地域においてターゲットとする客層の選定、観光資源の再整理などを行うことで、より効果的かつ効率的にターゲットの嗜好を踏まえた観光商品の造成・提供が可能となる。
- 本調査は、その一例として、**山形県山形市を訪れた外国人観光客の人流動態データ**を読者へ提供するとともに、**ビッグデータ分析の切り口を示すもの**であり、地域における観光戦略再構築のための議論の一助となることを期待している。

本調査の狙い：観光振興戦略の再構築



第2章 山形県山形市の観光ビッグデータ分析

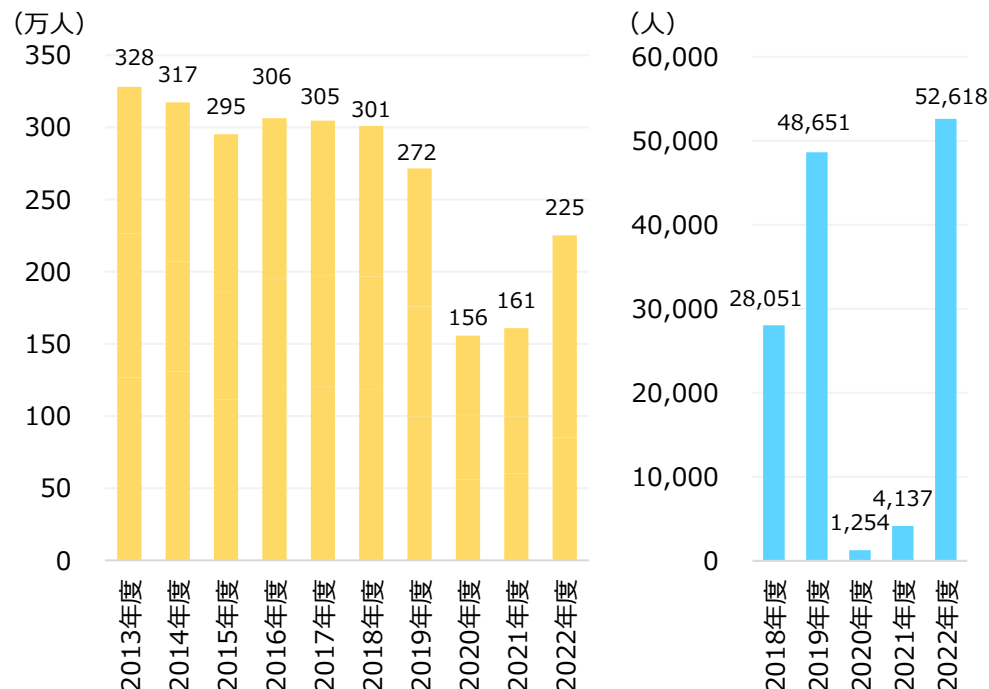
2-1 前提 | 対象エリア

- 本調査では、対象エリアを山形県山形市とした。山形市は、山形県内市区町村別で最多の入込客数を誇り、樹氷と温泉で名高い「蔵王」などの観光地を有し、四季折々の景色を堪能できるほか、長い歴史の中で受け継がれてきた伝統文化や郷土料理など、魅力ある観光資源を多数有する。
- 山形市への観光入込客数を見ると、国内の観光客数は減少傾向にあり、訪日外国人の観光客数は増加傾向にあるものの山形市における観光客入込数全体の2%程度に留まる。一般的に訪日外国人観光客の方が国内観光客よりも1人当たり旅行支出額が高いことを踏まえると、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ことが重要である。より多くの観光客が同市へ訪れることで、**観光消費額の増加に加え、関連産業での雇用創出など地域経済の更なる活性化が期待**される。

山形市の魅力



山形市の観光入込客数(左)・外国人観光入込客数(右)



2-2 前提 | 分析対象とした位置情報ビッグデータ

- 本調査では、モバイル空間統計(R)を購入し分析を行った。データ分析は、DBJデジタルソリューションズ(株)の協力を得て実施した。
- 本調査では、分析対象エリアに1時間以上もしくは2時間以上滞在した訪日外国人をサンプルとする。サンプルに該当する訪日外国人は、入国から出国までの期間で位置情報の捕捉対象となる。
- 集計期間は2023年6月1日～2024年5月31日であり、3ヶ月毎に集計している。なお、滞在人口はデータ提供元の拡大推計であり、本調査に記載される「観光客数・宿泊客数」は、正しくは「推計した観光客数・宿泊客数」であることに留意されたい。

分析の前提

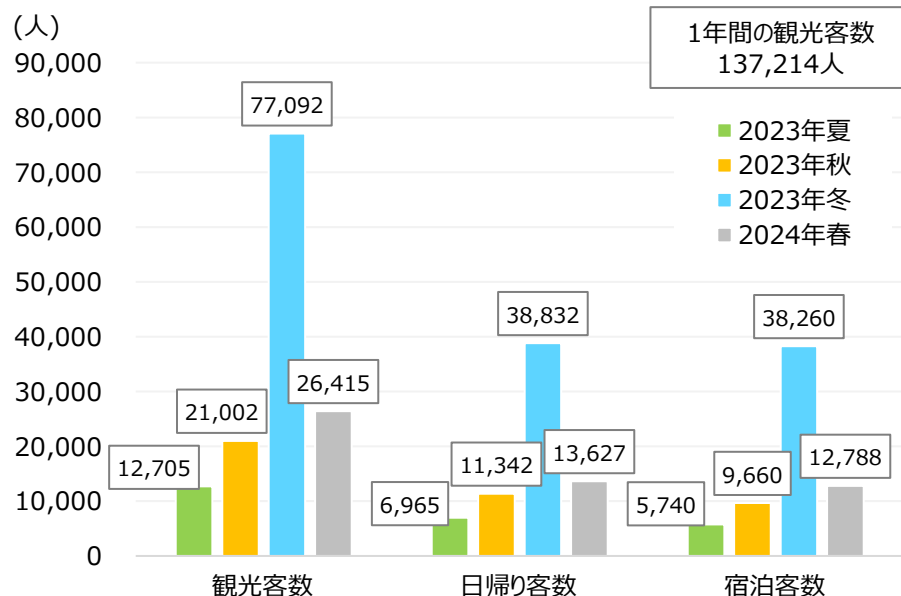
	第2章(メッシュ分析を除く)の分析	メッシュ分析(本調査2-6及び2-7)
データ提供元	(株)ドコモ・インサイトマーケティング /モバイル空間統計(R)	同左
概要	ドコモの携帯電話ネットワークの仕組みを使用した人口統計。 各基地局で把握される携帯電話台数や携帯電話所有者の属性等を元に、 データ提供元がプライバシー保護の処理・集計処理を行い提供するもの。	同左
滞在時間	対象エリアに2時間以上滞在したユーザーを捕捉	対象エリアに1時間以上滞在したユーザーを捕捉
対象エリア	山形県山形市	山形市内を1km四方に分割したメッシュ
集計期間	2023年6月1日～2024年5月31日	同左
集計単位	2023年夏：2023年 6月～2023年 8月 2023年秋：2023年 9月～2023年11月 2023年冬：2023年12月～2024年 2月 2024年春：2024年 3月～2024年 5月	同左
集計上の留意点	滞在人口は、期間内のユニーク述べ人数であり、 同一ユーザーが何回も同一エリアを訪れても1回の来訪とカウントする。 各集計ではデータ提供元による秘匿処理が実施されある閾値以下の少人数の際に データが非開示となり、集計総数が一致しない場合が存在する。	同左

2-3 分析 | 山形市の訪日外国人観光客数①

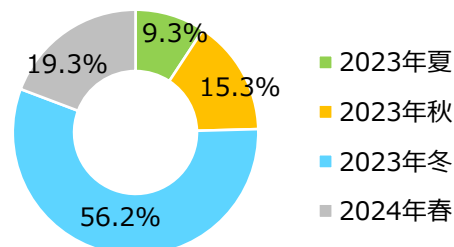
- 新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行後である2023年6月から2024年5月までの1年間に山形市を訪れた外国人観光客数は、13.7万人であった。
- 季節ごとにみると、**積雪の多い冬季に年間の6割近い観光客が来訪**している。
- 山形市における同期間の宿泊客数は6.6万人であった。**観光客の約半数が、山形市を訪問した後に同市に宿泊せずに次の目的地へ移動**している模様。

訪日外国人観光客数

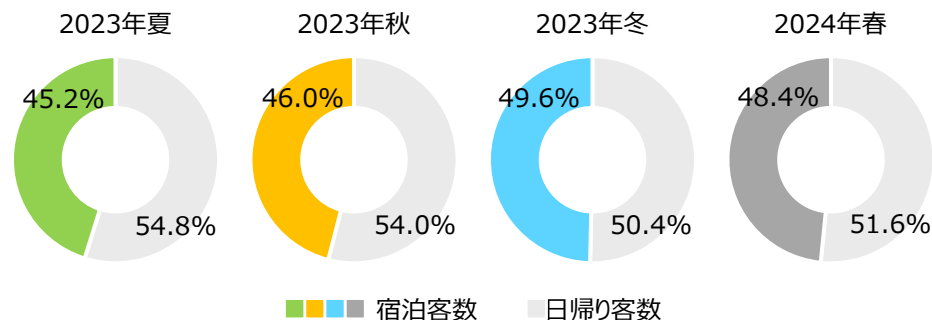
観光客数 : 時間帯問わず2時間以上滞在した人数
 日帰り客数 : 観光客数から宿泊客数を除いた人数
 宿泊客数 : 深夜帯(2～5時)に2時間以上滞在した人数



季節ごとの観光客数割合



季節ごとの日帰り客・宿泊客数割合

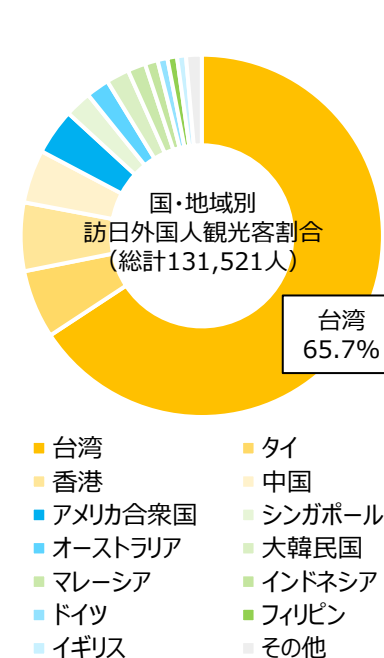


2-4 分析 | 山形市の訪日外国人観光客数②

- 国・地域別では、年間の観光客数全体のうち、仙台空港への直行便の運航数が多い台湾からの観光客が65.7%を占め、次いでタイ(6.1%)・香港(6.1%)・中国(4.8%)といった日本近隣のアジア圏の国・地域が上位となった。
- アジア圏を中心とする温暖な国・地域では、冬季の観光客数がその他の季節を大きく上回っており、**雪(ex.蔵王の樹氷やスキー)**が**圧倒的な誘客コンテンツ**となっている模様。
- 欧米豪からの観光客は、全体の1割程度であった。オーストラリアからの観光客は冬季の来訪が最多であったが、アメリカ合衆国・ドイツからの観光客は春季及び秋季の来訪数が冬季を上回っており、**雪以外のコンテンツを目的に山形市を訪れていることが示唆**される。

国・地域別の訪日外国人観光客数

	2023年夏		2023年秋		2023年冬		2024年春		期間総計	
	観光客数	構成比	観光客数	構成比	観光客数	構成比	観光客数	構成比	観光客数	構成比
台湾	7,264	63.7%	11,538	59.5%	52,028	68.3%	15,638	63.7%	86,468	65.7%
タイ	288	2.5%	1,392	7.2%	4,501	5.9%	1,866	7.6%	8,047	6.1%
香港	505	4.4%	1,180	6.1%	5,004	6.6%	1,347	5.5%	8,036	6.1%
中国	558	4.9%	691	3.6%	4,149	5.4%	857	3.5%	6,255	4.8%
アメリカ合衆国	1,241	10.9%	1,380	7.1%	1,277	1.7%	1,492	6.1%	5,390	4.1%
シンガポール	233	2.0%	814	4.2%	1,545	2.0%	528	2.1%	3,120	2.4%
オーストラリア	154	1.4%	284	1.5%	1,684	2.2%	603	2.5%	2,725	2.1%
大韓民国	397	3.5%	534	2.8%	1,180	1.5%	589	2.4%	2,700	2.1%
マレーシア	-	-	-	-	2,115	2.8%	-	-	2,115	1.6%
インドネシア	-	-	219	1.1%	1,011	1.3%	272	1.1%	1,502	1.1%
ドイツ	-	-	462	2.4%	172	0.2%	519	2.1%	1,153	0.9%
フィリピン	101	0.9%	133	0.7%	624	0.8%	272	1.1%	1,130	0.9%
イギリス	243	2.1%	297	1.5%	359	0.5%	145	0.6%	1,044	0.8%
その他	415	3.6%	461	2.4%	521	0.7%	439	1.8%	1,836	1.4%
総計	11,399	100.0%	19,385	100.0%	76,170	100.0%	24,567	100.0%	131,521	100.0%

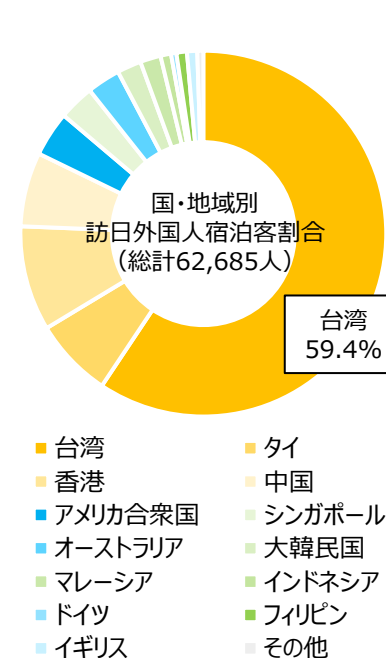


2-5 分析 | 山形市の訪日外国人宿泊客数

- 国・地域別の宿泊客数は、観光客数が最多であった台湾が最も多く、年間の宿泊客数全体のうち59.4%を占めた。
- 山形市への訪問観光客数上位13か国・地域の中では、香港(72.4%)・オーストラリア(67.8%)・中国(65.8%)が、宿泊率が高い傾向にあった。観光客数は多いものの宿泊率が低かった国・地域としては、台湾(43.0%)・アメリカ合衆国(46.3%)・大韓民国(49.3%)が挙げられ、山形市内では宿泊せずに他地域へ移動してしまう観光客の割合が高いことを示唆している。
- 宿泊率について、季節別では冬季が最も高い結果となった。また、香港では秋季、オーストラリアでは夏季も宿泊率が7割を超えており、これらの国・地域は冬季以外も何かしらの目的をもって山形市を訪れている可能性がうかがえる。

国・地域別の訪日外国人宿泊客数

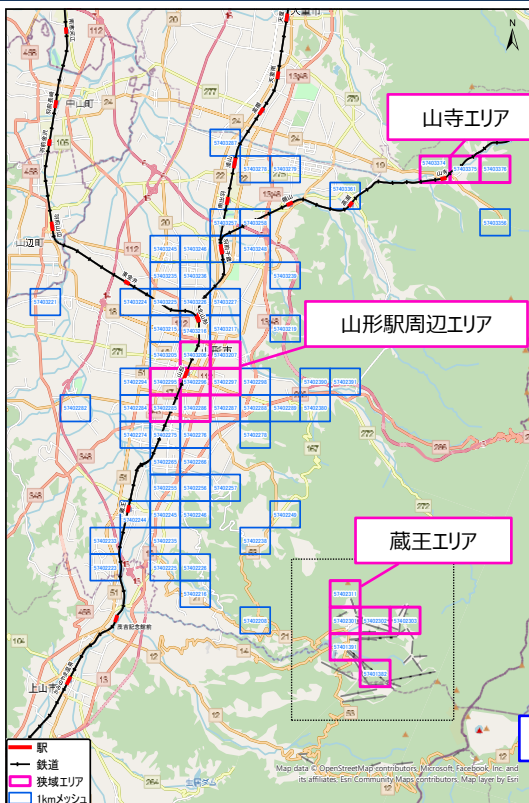
	2023年夏		2023年秋		2023年冬		2024年春		期間総計	
	宿泊客数	宿泊率	宿泊客数	宿泊率	宿泊客数	宿泊率	宿泊客数	宿泊率	宿泊客数	宿泊率
台湾	2,946	40.6%	5,154	44.7%	21,834	42.0%	7,276	46.5%	37,210	43.0%
タイ	169	58.7%	607	43.6%	2,802	62.3%	813	43.6%	4,391	54.6%
香港	289	57.2%	885	75.0%	3,829	76.5%	813	60.4%	5,816	72.4%
中国	326	58.4%	393	56.9%	2,862	69.0%	532	62.1%	4,113	65.8%
アメリカ合衆国	629	50.7%	577	41.8%	405	31.7%	884	59.2%	2,495	46.3%
シンガポール	132	56.7%	362	44.5%	1,159	75.0%	318	60.2%	1,971	63.2%
オーストラリア	116	75.3%	-	-	1,381	82.0%	351	58.2%	1,848	67.8%
大韓民国	183	46.1%	307	57.5%	593	50.3%	257	43.6%	1,340	49.6%
マレーシア	-	-	-	-	1,141	53.9%	-	-	1,141	53.9%
インドネシア	-	-	-	-	583	57.7%	-	-	583	38.8%
ドイツ	-	-	-	-	113	65.7%	184	35.5%	297	25.8%
フィリピン	-	-	-	-	453	72.6%	128	47.1%	581	51.4%
イギリス	101	41.6%	198	66.7%	268	74.7%	-	-	567	54.3%
その他	65	15.7%	-	-	181	34.7%	86	19.6%	332	18.1%
総計	4,956	43.5%	8,483	43.8%	37,604	49.4%	11,642	47.4%	62,685	47.7%



2-6 前提 | 山形市の訪日外国人観光客数（メッシュ分析）①

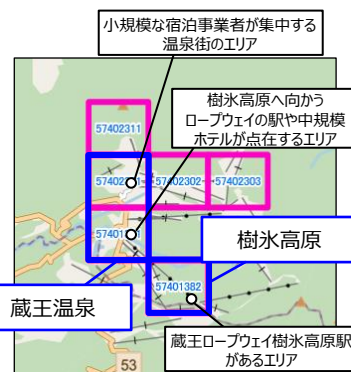
- 本項では、1km四方メッシュごとの狭域エリアでの訪日外国人観光客数・宿泊率等について比較し、山形市への訪日観光客が市内のどのエリアに関心があるのかなど、市内のより狭いエリアごとの特徴について分析を行った。
- メッシュのない地域は、訪日外国人による1時間以上の滞在履歴がないことを示す。なお、本項と第2章他項の分析では、サンプルとするデータ対象が異なるため要留意。

分析対象エリア



▼ 本メッシュ分析では、「蔵王エリア」・「山寺エリア」・「山形駅周辺エリア」の3エリアを分析対象とする。

▼ 「蔵王エリア」については、さらに細分化して分析することとする。



本分析で検出された訪日外国人観光客の居住地域

アジア	台湾	タイ	香港	中国
	シンガポール	大韓民国	マレーシア	インドネシア
欧米豪	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス

(参考)本分析におけるエリア別の訪日外国人観光客数

エリア	全期間		2023冬		2023夏	
	観光客数	比率	観光客数	比率	観光客数	比率
市内全域	269,914	100.0%	170,566	100.0%	20,258	100.0%
蔵王エリア	129,445	48.0%	103,592	60.7%	2,798	13.8%
山形駅周辺エリア	81,094	30.0%	42,205	24.7%	9,435	46.6%
山寺エリア	15,139	5.6%	4,521	2.7%	2,142	10.6%

(※)比率は、各エリアの観光客数÷市内全域の観光客数で算出。市内全域の観光客数は、重複を考慮せず各メッシュの観光客数を集計しているものの、山形市内での大まかな動態を把握することが可能。

2-6 分析 | 山形市の訪日外国人観光客数（メッシュ分析）②

- 年間の観光客数について、**全体の観光客数は蔵王エリアが12.9万人と最多**であった。特に、**アジア地域**からの観光客数は蔵王エリアが11.9万人と、山形駅周辺エリアの1.8倍の観光客が訪れており、**蔵王エリアの人気の高いことが読み取れる**。欧米豪からの観光客についても同様の比較を行うと、蔵王エリアの観光客数は0.5万人と山形駅周辺エリアの観光客数の1.2倍程度であった。
- **山寺エリアは、宿泊する訪日外国人観光客が検出されず、訪問後は他のエリアへ移動していることが推測**される。
- 冬季について、蔵王エリアの中でも宿泊施設が集中する蔵王温泉エリアと山形駅周辺エリアの宿泊率を比較すると、**アジアからの観光客は山形駅周辺エリアへ、欧米豪からの観光客は蔵王温泉エリアへ宿泊する傾向**が見られた。
- 夏季は、冬季と比較すると訪れる観光客数も限定的であったものの、実際に来訪した観光客に目を向け観光目的など更なる調査・分析を行うことで、夏季の誘客コンテンツの強化・造成のヒントとなるかもしれない。

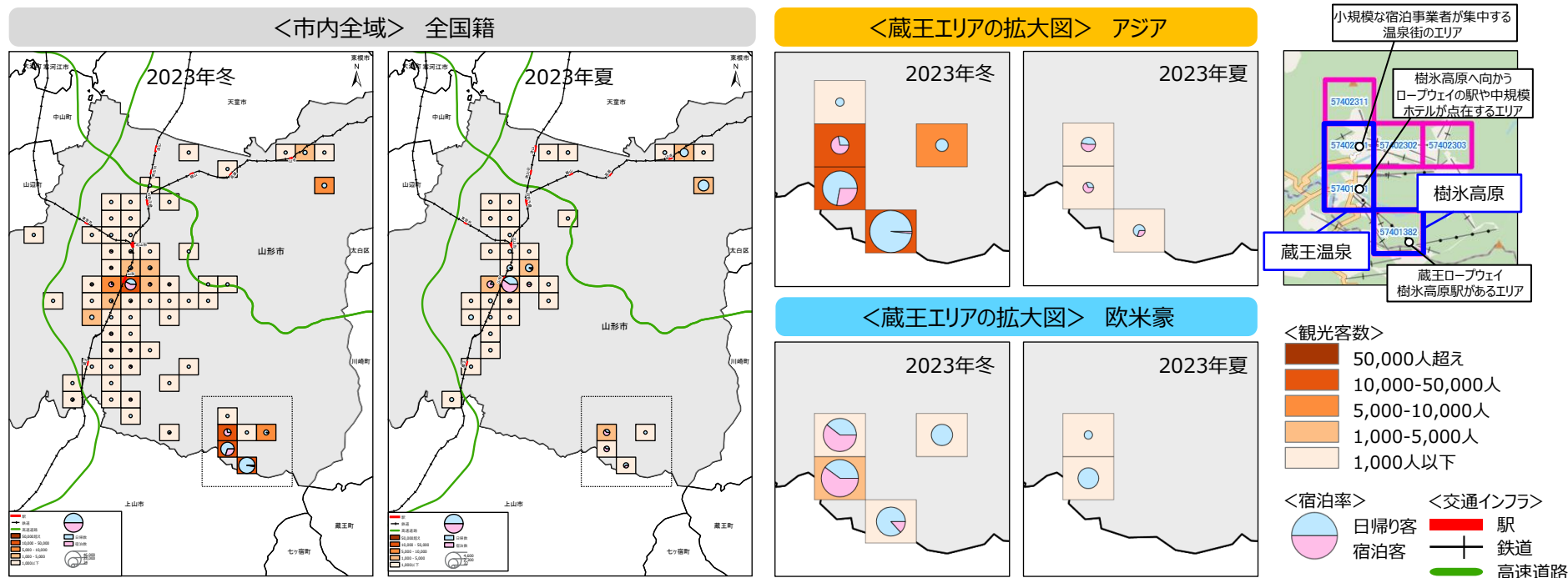
エリア別観光客数・宿泊客数

(人、%)										
全期間	全国籍			アジア			欧米豪			
	観光客数	宿泊客数	宿泊率	観光客数	宿泊客数	宿泊率	観光客数	宿泊客数	宿泊率	
	蔵王エリア	129,445	32,030	24.7%	118,765	26,401	22.2%	4,874	1,922	39.4%
	蔵王温泉	64,122	30,148	47.0%	57,506	25,412	44.2%	3,300	1,810	54.8%
	山形駅周辺エリア	81,094	42,904	52.9%	66,383	35,151	53.0%	4,091	1,678	41.0%
	山寺エリア	15,139	0	0.0%	10,101	0	0.0%	916	0	0.0%
2023年冬	全国籍			アジア			欧米豪			
	観光客数	宿泊客数	宿泊率	観光客数	宿泊客数	宿泊率	観光客数	宿泊客数	宿泊率	
	蔵王エリア	103,592	22,382	21.6%	97,508	19,317	19.8%	3,509	1,376	39.2%
	蔵王温泉	50,751	21,222	41.8%	47,216	18,666	39.5%	2,096	1,264	60.3%
	山形駅周辺エリア	42,205	23,083	54.7%	37,299	20,729	55.6%	1,429	410	28.7%
	山寺エリア	4,521	0	0.0%	3,513	0	0.0%	0	0	
2023年夏	全国籍			アジア			欧米豪			
	観光客数	宿泊客数	宿泊率	観光客数	宿泊客数	宿泊率	観光客数	宿泊客数	宿泊率	
	蔵王エリア	2,798	1,506	53.8%	1,594	782	49.1%	299	0	0.0%
	蔵王温泉	1,965	1,219	62.0%	1,102	636	57.7%	299	0	0.0%
	山形駅周辺エリア	9,435	4,433	47.0%	6,197	2,720	43.9%	761	158	20.8%
	山寺エリア	2,142	0	0.0%	1,200	0	0.0%	191	0	0.0%

2-6 分析 | 山形市の訪日外国人観光客数（メッシュ分析）③

- 冬季の蔵王エリアについて、蔵王温泉の中でも、小規模な宿泊事業者が集中する温泉街のエリアに訪れた観光客数は、樹氷高原へ向かうロープウェイの駅や中規模ホテルが点在するエリアを訪れた観光客数の4割程度であり、その一方で、他のメッシュと比較して宿泊率は高い傾向にあった。樹氷等を目的に来訪した観光客の周遊取り込みが上手くなされていない可能性や、旅館・ホテルのキャパシティの制限から宿泊を目的とした観光客を受け入れきれない可能性などが考えられる。
- また、メッシュ単位の観光客数について、山形市内では、蔵王エリアの樹氷高原周辺の観光客数が最多となった。同エリアでは、1km四方のメッシュに、冬季の3ヶ月間で5万人近くの外国人観光客が訪れたが、夏季の観光客数は1千人以下であった。

メッシュ別観光客数・宿泊客数



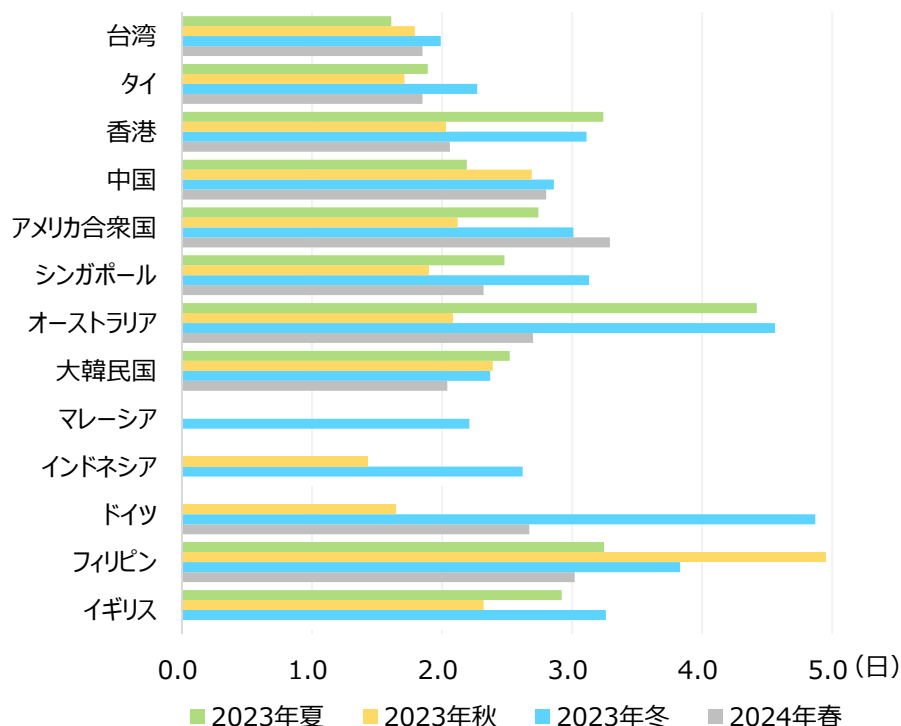
2-7 分析 | 山形市の訪日外国人観光客の平均滞在日数

- 国・地域別の平均滞在日数は、オーストラリア(3.88日)が最長。オーストラリアからの観光客は、冬季だけでなく夏季においても平均4日以上滞在しており、山形市を目的地もしくは宿泊拠点として中長期期間滞在する観光客が一定数いるものと考えられる。アジア圏では、香港(2.78日)・中国(2.77日)・シンガポール(2.62日)が比較的長めに宿泊する傾向にあった。
- 一方で、台湾(1.91日)・タイ(2.06日)のようにアジア圏の中でも特に観光客数が多い地域は、平均滞在日数が短い傾向にある。団体ツアーなどで目的地の一つとして山形市を訪れ、すぐに次の訪問先へ移動している可能性が示唆される。

国・地域別平均滞在日数

	(日)				
	2023年夏	2023年秋	2023年冬	2024年春	加重平均
台湾	1.61	1.79	1.99	1.85	1.91
タイ	1.89	1.71	2.27	1.85	2.06
香港	3.24	2.03	3.11	2.06	2.78
中国	2.19	2.69	2.86	2.80	2.77
アメリカ合衆国	2.74	2.12	3.01	3.29	2.80
シンガポール	2.48	1.90	3.13	2.32	2.62
オーストラリア	4.42	2.08	4.56	2.70	3.88
大韓民国	2.52	2.39	2.37	2.04	2.32
マレーシア	-	-	2.21	-	2.21
インドネシア	-	1.43	2.62	2.56	2.44
ドイツ	-	1.64	4.87	2.67	2.59
フィリピン	3.24	4.95	3.83	3.02	3.71
イギリス	2.92	2.32	3.26	2.49	2.81

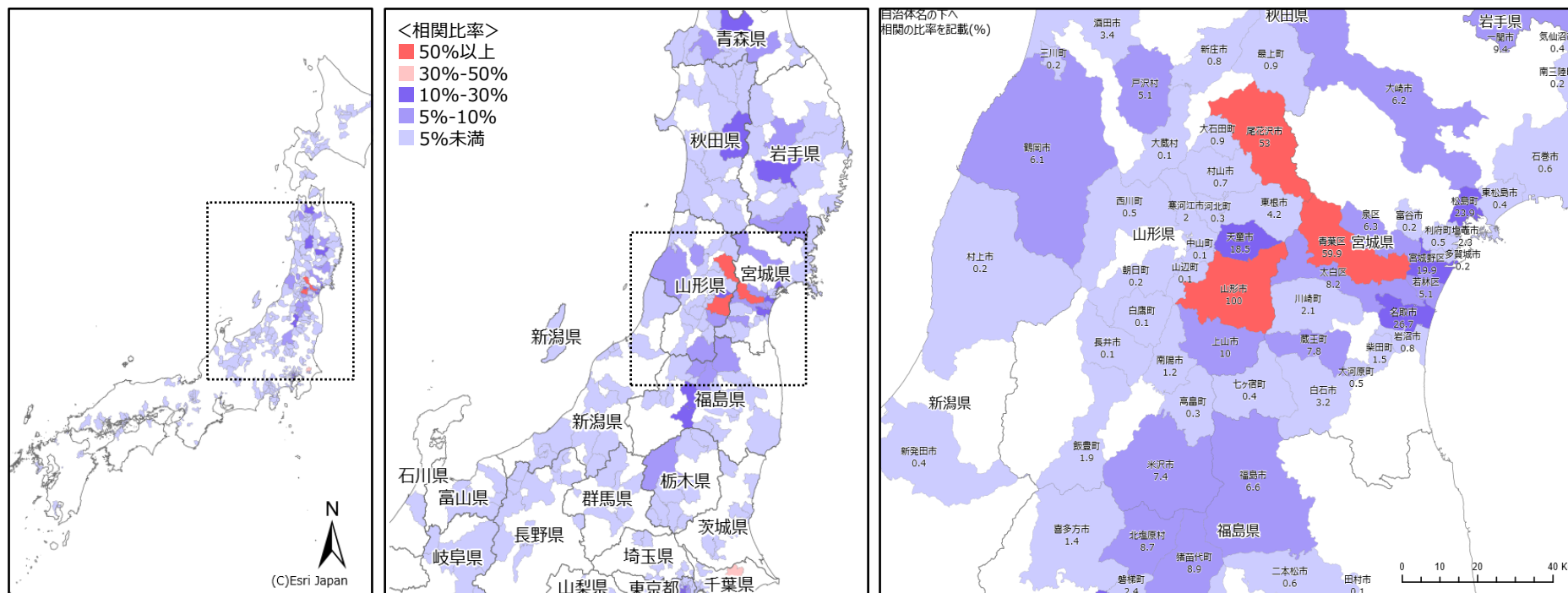
□ 2.0日未満 □ 2.0日以上3.0日未満
 □ 3.0日以上4.0日未満 ■ 4.0日以上



2-8 分析 | 山形市の訪日外国人観光客の他訪問先①

- 山形市を訪れた訪日外国人の他都市訪問先市区町村を見ると、**山形市来訪者の59.5%が宮城県仙台市青葉区を訪問**しており、山形県尾花沢市(53.7%)、千葉県成田市(30.6%)、宮城県名取市(26.8%)が続く。
- 東北地域内の市町村では、宮城県仙台市青葉区・山形県尾花沢市の他は、宮城県松島町(23.1%)、宮城県仙台市宮城野区(19.0%)、福島県会津若松市(17.7%)、山形県天童市(17.0%)が上位となっており、**山形県外を含め広域的に周遊している可能性**がうかがえる。

他訪問先市区町村の相関比率（全期間）



(※)他訪問先市町村の相関比率は、山形市来訪者を対象に山形市以外で2時間以上滞在した市区町村を集計し、山形市の観光客数を100%とした際の各市区町村での観光客数を算出したもの。
(※)プライバシー保護の観点から、アメリカ合衆国の2024年春(3月から5月)のデータは非開示であった。

2-8 分析 | 山形市の訪日外国人観光客の他訪問先②

他訪問先市区町村の相関比率（全期間、国・地域別）

区町村名	総計	台湾	タイ	香港	中国	シンガポール	大韓民国	マレーシア	インドネシア	フィリピン	アメリカ合衆国	オーストラリア	ドイツ	イギリス	その他
宮城県 仙台市青葉区	59.5%	68.5%	62.1%	50.3%	34.3%	48.4%	38.0%	33.9%	10.7%	20.8%	33.8%	30.3%	61.0%	49.4%	14.2%
山形県 尾花沢市	53.7%	63.6%	50.3%	49.0%	25.8%	49.4%	18.9%	79.6%	34.2%	35.9%	17.3%	13.3%	-	9.6%	-
千葉県 成田市	30.6%	23.7%	65.1%	58.9%	38.0%	57.6%	16.8%	56.0%	29.8%	47.3%	21.2%	36.5%	10.2%	28.6%	20.1%
宮城県 名取市	26.8%	38.1%	4.6%	2.5%	13.2%	-	28.2%	-	-	-	1.3%	-	-	-	4.1%
宮城県 松島町	23.1%	29.5%	17.0%	15.3%	7.4%	17.9%	7.4%	0.0%	-	-	12.0%	-	20.2%	9.6%	3.5%
東京都 台東区	19.8%	13.6%	46.2%	35.4%	26.4%	43.8%	7.9%	44.8%	33.7%	29.3%	15.1%	34.0%	23.8%	33.5%	16.1%
宮城県 仙台市宮城野区	19.0%	25.1%	11.5%	11.4%	6.6%	13.0%	2.0%	-	-	-	6.6%	5.1%	10.3%	-	-
東京都 渋谷区	18.5%	9.3%	39.3%	39.2%	26.9%	49.9%	7.1%	66.6%	51.7%	38.7%	25.0%	36.8%	44.5%	58.0%	21.1%
東京都 千代田区	18.2%	10.3%	27.8%	44.4%	32.7%	45.3%	11.1%	26.5%	35.6%	20.9%	22.5%	52.7%	54.3%	42.6%	21.7%
福島県 会津若松市	17.7%	23.5%	20.3%	7.8%	3.7%	9.6%	0.0%	-	-	-	2.8%	-	-	-	-
山形県 天童市	17.0%	20.9%	10.2%	9.9%	11.3%	9.2%	20.7%	-	-	14.5%	13.5%	4.7%	-	6.5%	-
東京都 中央区	15.9%	9.4%	24.3%	29.3%	33.3%	40.3%	9.6%	57.6%	34.6%	13.8%	24.7%	30.4%	23.3%	38.1%	7.1%
秋田県 仙北市	15.8%	20.4%	11.1%	12.8%	7.3%	12.1%	7.0%	-	-	-	2.4%	-	-	-	1.8%
東京都 新宿区	14.7%	7.5%	40.9%	33.3%	25.8%	37.9%	6.4%	24.9%	27.9%	29.5%	18.8%	29.1%	32.7%	32.0%	5.5%
東京都 大田区	13.3%	7.1%	24.7%	22.7%	35.4%	31.9%	8.9%	-	28.2%	-	26.6%	46.5%	25.2%	53.6%	9.2%
福島県 下郷町	12.3%	16.5%	13.6%	3.1%	2.8%	7.9%	-	-	-	-	1.5%	-	-	-	-
東京都 港区	11.7%	7.8%	14.7%	22.4%	28.3%	29.6%	8.2%	-	25.8%	9.5%	14.1%	27.9%	21.1%	33.0%	6.2%
岩手県 花巻市	10.4%	15.2%	0.9%	1.8%	1.5%	4.6%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
青森県 青森市	10.1%	10.1%	16.4%	15.5%	9.3%	23.9%	-	-	-	-	5.0%	5.9%	-	7.7%	6.7%
岩手県 盛岡市	9.0%	10.6%	8.1%	10.2%	4.7%	9.4%	-	-	-	-	6.1%	6.1%	-	-	5.3%
岩手県 一関市	8.9%	11.9%	8.9%	2.4%	1.2%	9.9%	-	-	-	-	2.0%	-	-	-	-
福島県 猪苗代町	8.8%	12.5%	8.9%	-	1.3%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
山形県 上市市	8.8%	9.9%	4.7%	8.3%	11.8%	3.8%	19.2%	-	-	-	6.0%	9.7%	-	-	-
青森県 十和田市	8.6%	10.6%	5.4%	11.2%	4.8%	11.4%	-	-	-	-	2.5%	-	-	-	-
福島県 北塩原村	8.5%	12.2%	5.9%	0.0%	1.2%	2.5%	0.0%	-	-	-	1.2%	-	-	-	-
宮城県 仙台市太白区	7.4%	10.1%	3.0%	1.8%	4.0%	-	8.5%	-	-	-	3.0%	-	-	-	-
宮城県 蔵王町	7.2%	10.4%	1.6%	1.8%	2.9%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
岩手県 平泉町	7.0%	9.9%	2.9%	-	1.5%	3.2%	-	-	-	-	3.9%	-	-	-	-
山形県 米沢市	6.9%	8.8%	6.2%	6.1%	4.6%	4.5%	-	-	-	-	1.6%	-	-	-	-

(※)他訪問先市区町村の相関比率は、山形市来訪者を対象に山形市以外で2時間以上滞在した市区町村を集計し、山形市の観光客数を100%とした際の各市区町村での観光客数を算出したもの。

(※)プライバシー保護の観点から、アメリカ合衆国の2024年春(3月から5月)のデータは非開示であった。

16 (※)表中の黄色は、各国・地域別で相関比率が高い上位5市区町村を示す。

(データ提供元)(株)ドコモ・インサイトマーケティング/モバイル空間統計

モバイル空間統計は(株)NTTドコモの登録商標である。



2-9 分析 | 山形市の訪日外国人の入出国空港・港

- 山形市を訪れた外国人観光客が利用した空港について、**観光客のうち約4割が成田空港を利用。仙台空港・羽田空港が続き、これら3空港で全体の約9割を占める。**
- 山形空港の利用率は出入国ともに2%台に留まり、その他の東北域内の空港の利用率は、1%台以下であった。

入国空港・港

(人、%)

	2023年夏	2023年秋	2023年冬	2024年春	総計	
成田空港	3,367	7,924	32,423	10,254	53,968	39.8%
仙台空港	6,063	6,476	25,107	9,568	47,214	34.8%
羽田空港	2,203	4,030	9,822	4,394	20,449	15.1%
山形空港		731	2,685	42	3,458	2.6%
関西空港	385	440	1,842	485	3,152	2.3%
秋田空港			1,529	385	1,914	1.4%
新千歳空港		237	655	170	1,062	0.8%
花巻空港		315	466	172	953	0.7%
中部空港		170	549	177	896	0.7%
新潟空港	116	99	547	70	832	0.6%
福島空港			377	312	689	0.5%
福岡空港	71	67	337		475	0.4%
青森港		211			211	0.2%
茨城空港			109	40	149	0.1%
青森空港			137		137	0.1%
総計	12,205	20,700	76,585	26,069	135,559	100.0%

出国空港・港

(人、%)

	2023年夏	2023年秋	2023年冬	2024年春	総計	
成田空港	3,496	8,057	33,467	10,440	55,460	41.0%
仙台空港	5,969	6,591	24,626	9,156	46,342	34.2%
羽田空港	2,140	3,818	9,524	4,201	19,683	14.5%
山形空港		750	2,523	127	3,400	2.5%
関西空港	386	327	1,535	824	3,072	2.3%
秋田空港			1,431	360	1,791	1.3%
新千歳空港	187	272	797	215	1,471	1.1%
花巻空港	145	365	407	167	1,084	0.8%
中部空港		154	554	107	815	0.6%
新潟空港	116	168	659	45	988	0.7%
福島空港			390	327	717	0.5%
福岡空港		95	163		258	0.2%
青森港						0.0%
茨城空港			131	52	183	0.1%
青森空港			118		118	0.1%
総計	12,439	20,597	76,325	26,021	135,382	100.0%

第2章 山形県山形市のビッグデータ分析

ケーススタディ：山形蔵王と長野県白馬の比較

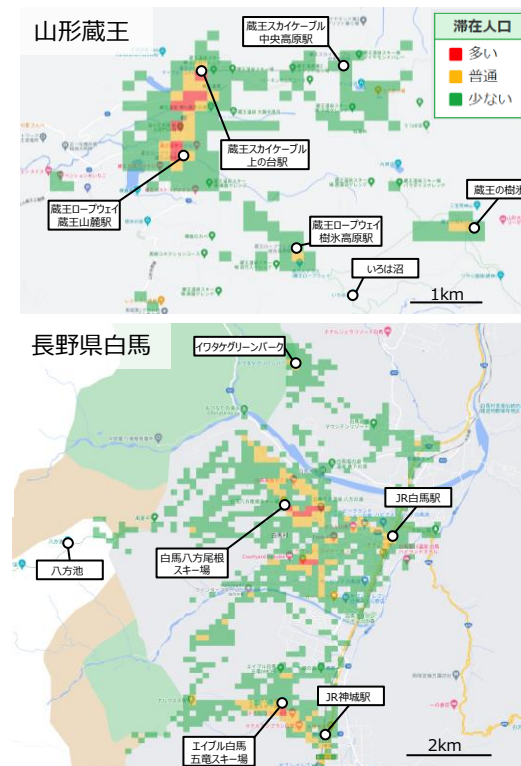
2-10 前提 | 参考事例との比較：山形蔵王と長野県白馬①

- 観光戦略の検討にあたっては、**ベンチマークとする地域との比較を行うことも重要**。
- 本項では、KDDI Location Analyzer (訪日外国人版) Powered by NAVITIMEを用いて、**東北地方有数の規模を誇るスキー場があり温泉や樹氷でも有名な蔵王と、国内有数のマウンテンリゾートである長野県白馬に焦点を当て、人流動態データを比較した**。
- 観光客の属性や人数の類似点・相違点を足掛かりに、観光資源や、宿泊施設・交通インフラの施策、多言語対応やキャッシュレス決済の導入をはじめとする受入体制などの観光施策を分析し、取り組みの参考とすることも有用である。

分析ツール及び分析対象

	訪日外国人観光客
分析ツール	KDDI Location Analyzer (訪日外国人版)
集計対象	ナビタイムジャパンの訪日外国人向け経路検索・多言語観光案内アプリ「Japan Travel by NAVITIME」のユーザーのうち、同意を得たユーザーのGPSデータを収集し拡大推計。
滞在時間	対象エリア・スポットに30分以上滞在したユーザーを捕捉
対象エリア	以下のスポットを内包する正円のエリア 山形蔵王 - 高湯通り、蔵王温泉大露天風呂、蔵王バスターミナル、蔵王ロープウェイ山麓駅、蔵王中央ロープウェイ温泉駅、蔵王スカイケーブル上の台駅、蔵王ロープウェイ樹氷高原駅、百万人テラス、いろは沼、蔵王ロープウェイ地蔵山頂駅、蔵王地蔵尊、蔵王スカイケーブル中央高原駅、蔵王中央ロープウェイ鳥兜駅、片貝沼 長野県白馬 - 八方尾根スキー場、八方池、エイブル白馬五竜スキー場、アルプス展望台リフト、小遠見山、白馬東急ホテル、Courtyard Hakuba、白馬岩岳マウンテンリゾート、イワタケグリーンパーク
集計期間	2023年12月1日～2024年2月29日
集計上の留意点	推定した来訪者数は、集計エリア内での移動により重複計上される。

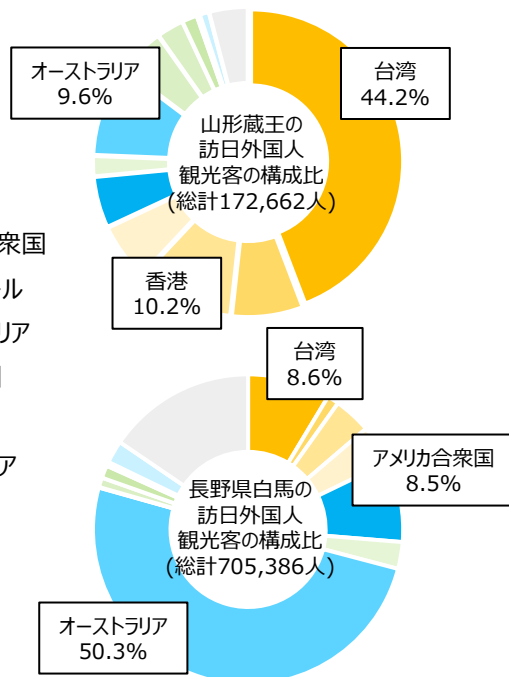
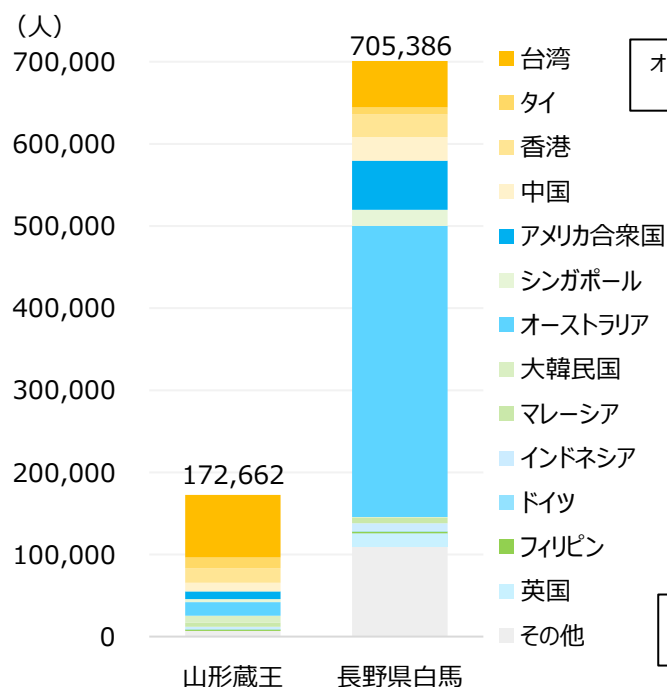
訪日外国人観光客滞在マップ



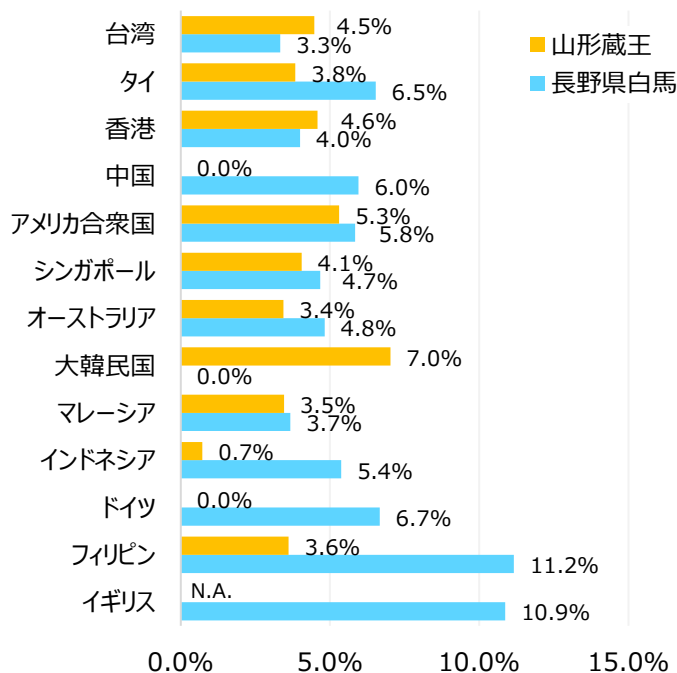
2-10 分析 | 参考事例との比較：山形蔵王と長野県白馬②

- 冬季の訪日外国人観光客について、山形蔵王の観光客数は、長野県白馬エリアの4分の1程度であった。しかし、**アジアからの観光客数を見ると、両地域に大きな差はない**。一方で、特に**オーストラリアからの観光客数は、蔵王エリアと比べ白馬エリアで突出して多い結果となった**。
- 山形蔵王は、台湾(44.2%)からの観光客が最も多く、香港(10.2%)、オーストラリア(9.6%)と続く。長野県白馬は、オーストラリア(50.3%)からの観光客が最も多く、台湾(8.6%)、アメリカ合衆国(8.5%)が続く。
- 両地域での深夜帯(23時~6時)の滞在率は国・地域ごとに異なり、アジア圏だけを見ても、**タイやインドネシア・フィリピンなどからの観光客は長野県白馬が、韓国・台湾などからの観光客は山形蔵王での滞在率が高かった**。

訪日外国人観光客数



国・地域別の深夜帯の滞在率



2-10 参考 | 「白馬村観光地経営計画」(2016年3月発行)

- 長野県白馬では、**2016年に、観光地として目指すべき姿や戦略等をまとめた「白馬村観光地経営計画」が策定**された。本計画では、地域での目標像を達成するために実施すべき特に重要性の高いプロジェクトを「戦略的重点プロジェクト」として提示している。

白馬村の観光地経営に向けた課題と可能性

地域経済と観光の競争力強化・安定化に関する課題

<背景>

- 国内観光客数の減少
- 外国人観光客数の増加による受入体制整備の必要性 など

- 
- ① 観光客数だけにとらわれない観光振興
 - ② 大きな季節変動の平準化による観光産業の安定化・効率化
 - ③ 宿泊滞在化や消費機会の増加等による地域経済への貢献度向上
 - ④ 外国人スキーヤーの大幅増による滞在スタイルの変化への対応
 - ⑤ 事業者の連携による効率化と独自性の強化による観光産業の再活性化
 - ⑥ 観光産業界での安定的な雇用創出と人材の定着・育成

観光地としての文化的・社会的な発展・向上に関する課題

<背景>

- 各地区に散在する歴史や生活文化に関連する観光資源の未活用
- スキー場と宿泊施設等が離れて立地、拠点内・の移動利便性向上の必要性 など

- 
- ⑦ 多彩な地域資源のポテンシャルを引き出す
 - ⑧ ゆとりを持って滞在する空間としての魅力強化
 - ⑨ 利用拠点・宿泊拠点間を結ぶ域内交通の利便性の向上
 - ⑩ オリンピック開催経験を活かし世界水準の観光地を目指した変革

観光地としての持続可能性を高める基盤に関する課題

<背景>

- 白馬村内でもスキー場や宿泊拠点の有無等の条件によって観光の位置づけに差異
- 現状を客観的に把握するための統計データ等も不足 など

- 
- ⑪ 白馬村全体や白馬エリアとしての全体最適化に向けたビジョンの共有
 - ⑫ 多様な関係者による観光推進体制の構築
 - ⑬ 地域の実態を把握するための統計の整備

目標像

恵まれた自然、山と雪が育む生活・文化を未来に残す マウンテンリゾート・Hakuba

- 美しい山岳景観と雪質に恵まれたゲレンデに加え、山と雪に育まれた地域の生活・文化といった地域の資産を守り、磨きかけながら未来に残し、世界中からの来訪者を迎え入れ、「訪れる人それぞれにとっての居心地のよさ」を提供できる《マウンテンリゾート・Hakuba》を目指す。

戦略的重点プロジェクト

白馬連峰への眺望の魅力最大化プロジェクト

- 山岳景観の魅力向上 : 白馬連峰の眺望スポット抽出、景観の魅力最大化
- 滞在空間としての魅力向上 : 景観のコントロール等による滞在魅力の向上

白馬村の核となるスキー場と宿泊拠点の再生プロジェクト

- 宿泊施設の戦略的な活性化 : サービス形態見直し・多様化、サービス共通化による効率化
- スキー場の魅力的な活性化 : 施設更新による競争力強化、サービス共通化による効率化

国際リゾートにふさわしい受入環境整備プロジェクト

- 自然資源の保全 : 水資源の保全推進、宿泊施設のエコ認証制度創設
エコカーや電気自動車・自転車の導入促進
- 誰にでもわかりやすい情報提供 : 誰にでもわかりやすい案内標識類の統一
- 誰でも利用しやすい滞在環境整備 : ひと目でわかるシャトルバスの運行、タクシー不足解消
クレジットカードによる決済環境整備
- 危機管理体制の構築 : 災害発生時等に対応する危機管理体制の構築

魅力の多様化に向けたコンテンツ創出プロジェクト

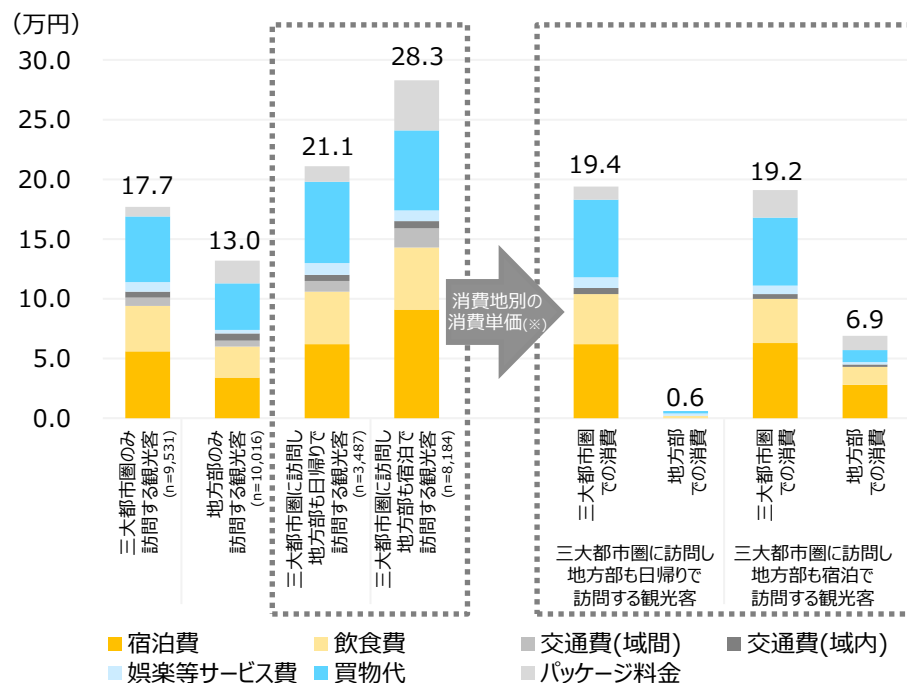
- 滞在空間としての魅力向上 : 雨天時に対応可能な拠点づくり
- 季節それぞれの新しい楽しみ方創出 : 屋内外アクティビティの充実、スポーツプログラムの強化
- 食と温泉を活用した滞在魅力向上 : 食材の地産地消推進、温泉を生かした魅力づくり
- 歴史・文化・芸術資源の継承・活用 : 歴史・文化資源の発掘と活用、プログラム開発
- 文化・生活資源の保全 : 歴史・文化資源の発掘と活用

第3章 ビッグデータ分析の切り口

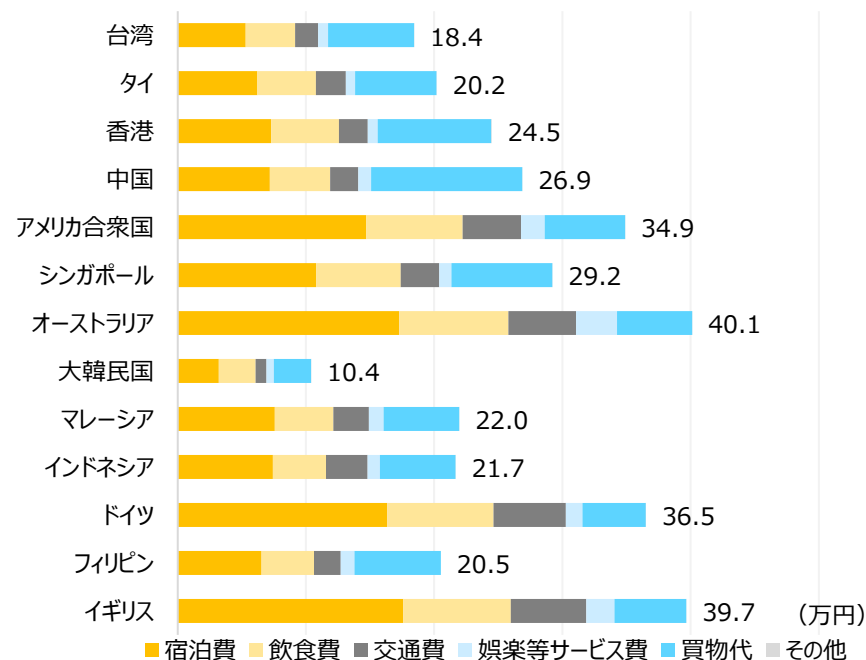
3-1 ターゲット層の検討 | 訪日外国人の消費単価

- **観光産業をより持続可能なものとするためには、地域における観光消費額を増加させることが肝要**となる。
- 訪日外国人観光客の1人当たり消費単価は、2019年と比較すると足許増加している。しかし、引き続き地方部での消費単価は、三大都市圏での消費単価を大きく下回る。観光消費単価を上昇させるためには、地域が発信したい魅力・観光資源や現時点での外国人観光客の来訪状況を踏まえた上で、より**観光消費単価が高い客層をターゲットと定め、そのターゲット層の属性や嗜好を踏まえた商品造成・プロモーションを行うことも一案**だろう。
- 山形市への訪問観光客数上位か13か国・地域の場合、観光消費単価はオーストラリア、イギリス、ドイツと欧米豪からの観光客が高く、アジアではシンガポールが比較的高い傾向にある。

訪日外国人観光客の1人当たり消費単価(2023年4-12月)



国・地域別訪日外国人観光客の1人当たり消費単価(2024年)



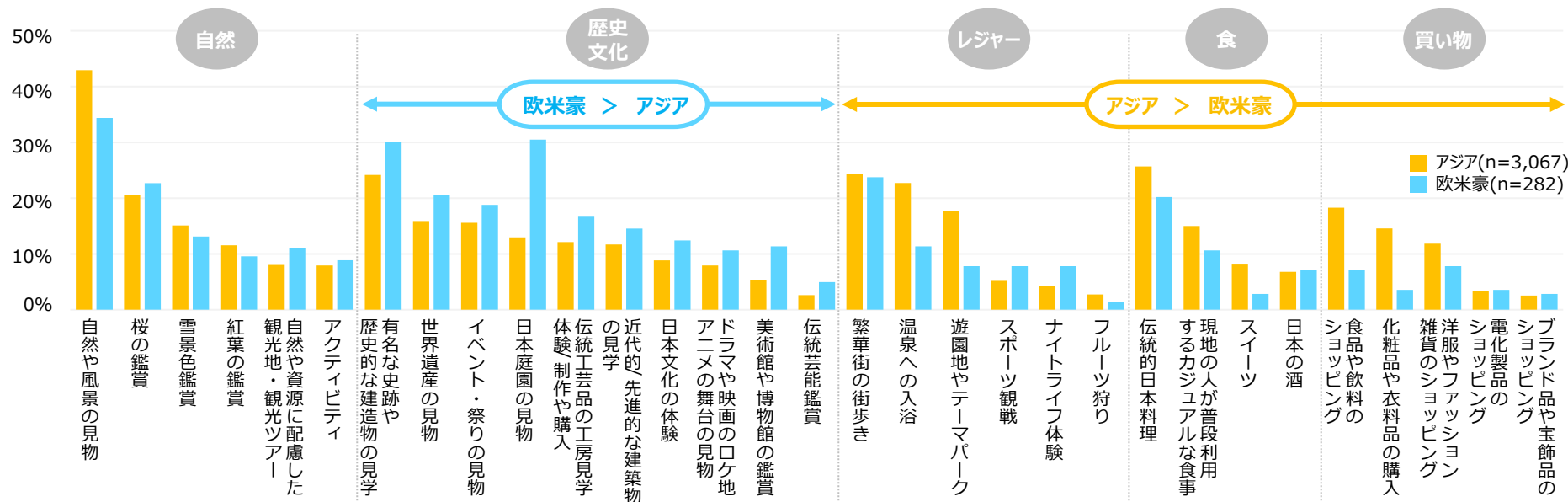
(出典)国土交通省観光庁「地方滞在者の消費行動等に関する分析」(2024年)、国土交通省観光庁「インバウンド消費動向調査」(2024年年間調査結果(速報)、観光・レジャー目的、2025年1月15日)よりDBJ東北支店作成

(※)三大都市圏と地方部の両方へ訪れる観光客の消費単価内訳について、交通費(域間)は特定の都道府県に按分することができないためグラフには含まれておらず、総計は一致しない。

3-2 観光商品の造成・提供 | 観光資源の特定・誘客コンテンツの造成

- 山形市では冬季に年間の外国人観光客の約6割が来訪(本調査2-3より)しており、地域での観光消費額を増加させるためには、**春・夏・秋季の更なる観光客獲得が重要**となる。
- 全体に占める観光客数は多くないものの、アメリカ合衆国やドイツからの観光客は冬季よりも他の季節で多く来訪しており(同2-4より)、また、オーストラリアからの観光客は夏季の平均滞在日数も4日以上と長期滞在する傾向にあった(同2-7より)。このことから、**春・夏・秋季にも魅力的な観光資源があり誘客のポテンシャルがある**ものと考えられる。
- 「DBJ・JTBFアジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査 2024年度版」によると、欧米豪からの観光客は歴史・文化に関する体験を求める傾向がある模様。実際に来訪した**外国人観光客が、どういった観光資源を目的に山形市へ来訪したのか・どういった宿泊施設を拠点にしているのか**といったデータをアンケートなどにより収集し、併せて分析を行うことで、**春・夏・秋季の誘客に向けた観光資源の特定とその磨き上げによる誘客コンテンツの造成が可能・容易**となるだろう。

外国人観光客が訪日旅行で体験したいこと



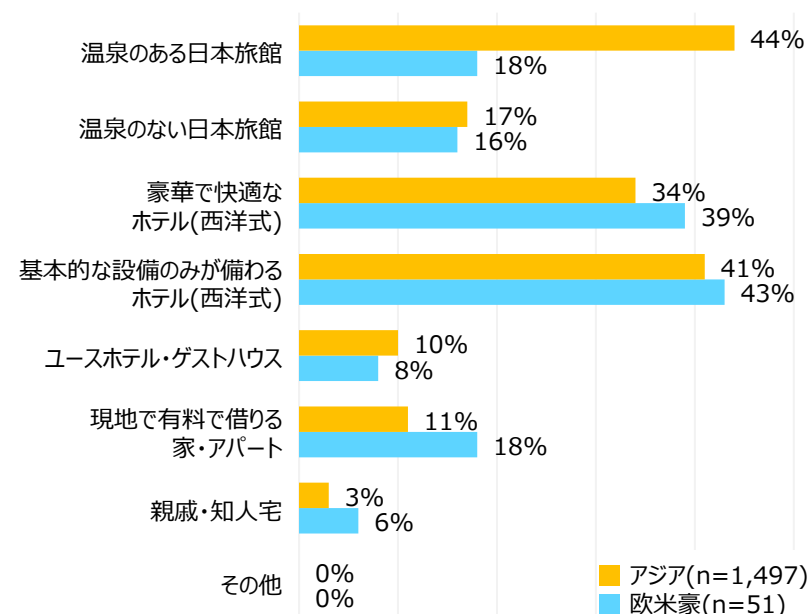
3-3 観光商品の造成・提供 | 宿泊施設の整備

- 地域の多様なコンテンツを観光客に楽しんでもらうためには、同地での長時間滞在を可能とする体制づくりが必要。地域での観光消費額を増加させるという観点でも、**地域内の宿泊施設を整備し宿泊可能人数を引き上げることは有効**である。しかし、特に蔵王エリアでは、旅館・ホテルのキャパシティの制限から宿泊を目的とした観光客を受け入れきれていない可能性がある(本調査2-6より)。
- 特に中小規模の宿泊事業者が多い地方部では、**宿泊施設側の人手不足が深刻化しており、生産性向上に向けた取り組みが必要**。DX推進や、宿泊施設と食事提供を分離する「泊食分離」など地域連携による対応を進める事例も、各地で見られる。
- 「DBJ・JTBFアジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査 2024年度版」によると、アジア観光客からは「温泉のある日本旅館」が人気である一方、欧米豪からの観光客は「ホテル(西洋式)」が好まれる傾向にある。**ターゲット層が好む、過ごしやすい宿泊施設の整備を進めることも重要**となる。

宿泊施設における生産性向上の取り組み事例

デジタルツールの活用	広告 予約・販売	<例> Web・SNS等のデジタル広告、デジタルマーケティングツール、OTAサービス、ECプラットフォームツール
	接客 サービス提供	<例> 多言語翻訳サービス、スマートチェックイン、スマートキー、混雑表示・予約サービス
	業務管理	<例> 営業・顧客管理システム、販売・在庫等の管理システム、業務運用・運用管理システム、レベニューマネジメントサービス
地域連携 による対応	宿食分離	旅行の個人化、嗜好の多様化、連泊を望む訪日外国人観光客のニーズに合わせ、素泊まり施設を整備。食事の提供を地域の飲食事業者が担うことで、観光客に地域の食を自由に楽しんでもらうことができる。
	共同購買	宿を運営する上で必要となる消耗品・備品や食材を、複数の宿泊施設による共同仕入れや組合による一括購入とすることで、購買力が増しコスト削減と高品質な商品の調達が可能となる。

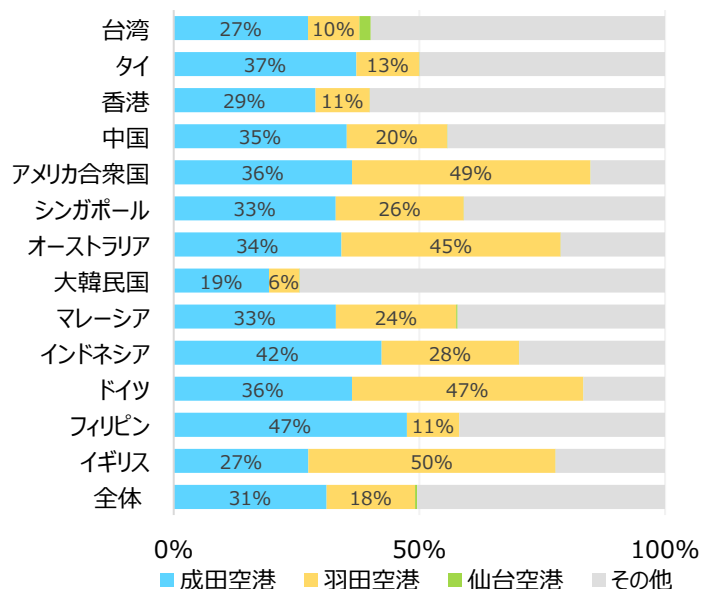
外国人観光客が直近の訪日旅行で利用した宿泊施設



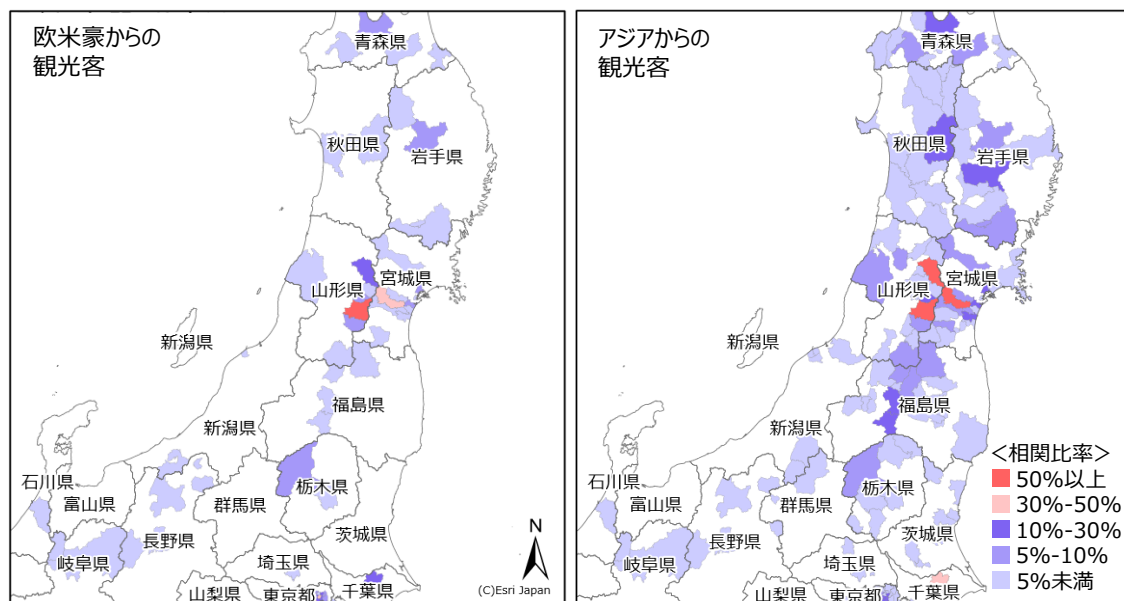
3-4 観光商品の造成・提供 | 移動手段・交通施策の検討

- 商品造成にあたっては、「目的地で何をするか」という視点に加え「**目的地へどのように移動するか**」という視点も重要だろう。
- 一般的に、欧米豪からの観光客は、羽田空港から入国する傾向がある。山形市を訪れた欧米豪からの観光客は、併せて東京・日光・仙台・盛岡・青森といった新幹線・特急列車の停車駅が所在する都市を訪れており、**欧米豪からの観光客を誘客する際には、目的地へ訪問するための公共交通機関も踏まえて商品造成することが効果的**であると考えられる。
- アジアからの観光客については、成田空港から入国する観光客が多く、また、アジア圏の各国・地域への直行便が就航している仙台空港から入国する観光客も多い模様(本調査2-9より)。鉄道駅所在地に限らず多様な市区町村を訪れていることから、**ツアーバスのほか、レンタカーなどを使って地域を周遊している可能性が考えられ、複数の地域が連携し周遊観光を提案・促進するというアプローチも考え得る**。また、ツアーバス・レンタカーを利用する観光客の受入れを増加させるためには、安全性を確保するという観点からも、地域における道路整備や交通標識への外国語表記、駐車場の確保などが課題となってくるだろう。

訪日外国人の入国空港(2023年)



他訪問先市区町村の相関比率(全期間)



(出典)法務省・出入国在留管理局「出入国管理統計表」

(https://www.moj.go.jp/isa/policies/statistics/toukei_ichiran_nyukan.html、2025年1月閲覧)よりDBJ東北支店作成

3-3・3-4 参考 | 海外富裕層に求められる宿泊施設・移動手段の要素

- 観光施策における「量」から「質」への転換という観点では、海外富裕層へのアプローチも一案。
- 海外富裕層は、一般的な観光客と比較すると、**旅程の特別感や旅程の快適さ・柔軟性、プライバシーを重視**する傾向にある。そのため、誘致にあたっては、**目的地の観光資源・誘客コンテンツの磨き上げだけではなく、その途中にある宿泊施設や移動手段の整備が重要**となる。なお、特別感・快適さ・柔軟性・プライバシーといった要素を追求すると費用が増えるのが一般的であるが、あくまで要素が先であり、費用をかける(豪勢にする)ことが目的ではないことは留意されたい。
- 例えば、海外富裕層にとって、宿泊体験は、旅行そのものの評価に関わる大事な要素の一つである。そこに泊まること自体が旅のハイライトとなり得るような魅力的な宿を好む。移動手段については、旅行会社手配の車(ハイヤー)やタクシー・新幹線の利用頻度が高く、乗り合いバスやレンタカーの利用頻度は相対的に低い模様。

海外富裕層が求める宿泊先要素		海外富裕層が利用する移動手段の種類と特徴				
	事例・特徴		広域移動	狭域移動	頻度	特徴
くつろげる プライベートな 空間	・ 喧騒から離れたロケーション ・ 限られた客室数(団体客が少ない) ・ 客室の十分な広さ ・ 露天風呂付客室	JAL・ANA 国内線飛行機	◎	×	○	ファースト・Class J・ANAプレミアム (当該ルートに前述クラスの設定がなければ)普通席
		JR新幹線	◎	×	◎	グランクラス・グリーン車 > 普通車
		各社特急列車	○	×	○	グリーン車 > 普通車
		各社普通列車	×	○	△	
ゲストに寄り添った ホスピタリティ	・ 特別感を感じられるこまやかな接客 ・ ゲストの期待を上回るサービス	貸切車	○	◎	◎	ハイヤー(セダン・バン)、バス(乗車人数が多い場合)
		タクシー	×	◎	◎	市内・狭域移動で利用
食事	・ 地元食材を使ったこだわりの料理 ・ 食事制限への柔軟な対応 ・ 食事のバラエティーの多さ(洋食の選択肢など)	市内・観光循環 バス 宿の無料バス	×	△	△	タクシーが少ない離島や地方部で利用 無料バスは適宜
		高速バス	△	×	×	富裕層利用は少ないが、例外的に利用
こだわりの建築・ デザイン	・ 建築、内装デザインや、館内に飾られるアート作品に関心を持つゲストが多い	フェリー・客船	△	○	○	狭域移動では普通席、広域移動や宿泊を伴う移動では 特等席/特等客室・一等席/一等客室

3-5 観光商品の造成・提供 | 予約リードタイムを踏まえたプロモーション

- 最後に、外国人観光客を誘致するためには、**適切なタイミング・方法で、地域の魅力をターゲット層へ発信**する必要がある。
- 外国人観光客は、訪日旅行を計画する際にオンライン媒体(ex.動画共有サービス・SNS・ウェブサイト)で情報収集する傾向にあり、国・地域ごとに利用率の高い媒体に差異が見られることから、ターゲット層に合わせた方法で情報発信を行うことが効果的だろう。
- また、観光客の居住地によって来日時の宿泊施設を予約するリードタイムが異なり、一般的に、遠方の観光客ほどリードタイムが長くなる傾向にある。地域に来訪した外国人観光客の**実際のリードタイムなどを分析し、それらを考慮した適切なタイミングでプロモーションを実施することも重要**となる。

外国旅行の情報収集をする際に使う主なオンライン媒体(2023年)

台湾	YouTube(54%)	Facebook(46%)	Backpackers(38%)
タイ	YouTube(70%)	Facebook(62%)	Pantip(44%)
香港	YouTube(51%)	Facebook(47%)	Go!Japan(30%)
中国	Ctrip(42%)	TikTok(26%)	WeChat(25%)
アメリカ合衆国	TripAdvisor(32%)	YouTube(31%)	Travel+Leisure(29%)
シンガポール	YouTube(41%)	Facebook(30%)	各国政府観光局(25%)
オーストラリア	TripAdvisor(33%)	YouTube(24%)	Facebook(22%)
大韓民国	NAVER(62%)	YouTube(52%)	NAVER Blog(41%)
マレーシア	YouTube(60%)	Facebook(51%)	TripAdvisor(43%)
インドネシア	YouTube(78%)	Instagram(64%)	Facebook(43%)
ドイツ	YouTube(39%)	ABENTEUER UND REISEN(30%)	
フィリピン	YouTube(72%)	Facebook(66%)	Instagram(47%)
イギリス	TripAdvisor(41%)	BBC(26%)	Lonely Planet(20%)

プロモーションへのデータ活用事例

北海道 ニセコ町他 プロモーションの適切な実施時期検討に活用

これまでは・・・

例年観光客の多い
クリスマスシーズン・・・

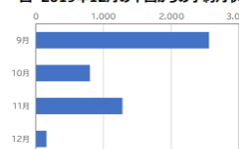
観光客の国籍によって
なんとなく予約時期に
違いがある気はする・・・



宿泊データ分析システム

宿泊者の
居住属性 × 予約
月日

図 2019年12月の中国からの予約月状況



中国からの予約は9月に
集中していることが判明

他方オーストラリアからは
1年前からの予約が多い

取組と成果

➤ オーストラリア向けには、1 年前からの新規顧客・リピーターへのプロモーション及び宿泊者を対象にキャンペーンを実施

➤ 中国等の東南アジア向けにはシーズン直前に集中的にキャンペーン



まとめ/結びに

まとめ/結びに

まとめ

- 観光消費単価の上昇、すなわち「質」を追求した観光産業を推進するためには、「観光振興戦略の再構築」が必要である。そのためには、まず、客観的なデータに基づき、現状を正しく把握することが重要。データを通して地域観光の現状を改めて見直すことが、地域の新たな魅力の発見や課題解決の糸口へと繋がることもあるだろう。
- 本調査では、山形県内の一例として山形市に焦点を当て人流動態分析を実施した。限られたデータであったものの、他地域のビッグデータやオープンデータ、取り組み事例などの定性的な情報を組み合わせることで、分析の幅を広げることができる。
- 観光客の旅行動態を定量・定性データで明らかにすることで、「観光振興戦略の再構築」に向けた議論・検討が容易となり、より効果的かつ効率的にターゲットの嗜好を踏まえた観光商品の造成・提供が可能になるものと考えられ、本調査がその一助となれば幸いである。

結びに

- 山形県は、各地で雄大な自然、奥深い歴史と文化、豊富な温泉地、山の幸と海の幸に育まれた食文化を楽しむことができ、県全体として多様な観光資源を有することが魅力である。
- このような観光資源を有する山形県は、ターゲット層の嗜好を的確に捉え、適切な商品造成・プロモーションを行うことで、高付加価値・滞在型の観光サービスを展開するポテンシャルが高い地域であると考えられる。
- 山形県が秘めるポテンシャルが発揮され、国内外から観光客を呼び寄せると同時に地域住民に活力を与えるような、地域を豊かにする観光が実現されることを期待したい。

お問い合わせ先

ご質問やご相談等がございましたら、何なりと以下の連絡先にお問い合わせください。

連絡先

株式会社日本政策投資銀行 東北支店 業務第二課

傳 奈恵



TEL: 022-227-8185



E-mail: nafu@dbj.jp

©Development Bank of Japan Inc.2025

本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、取引等を勧誘するものではありません。本資料は当行が信頼に足ると判断した情報に基づいて作成されていますが、当行はその正確性・確実性を保証するものではありません。本資料のご利用に際しましては、ご自身のご判断でなされますようお願い致します。本資料は著作物であり、著作権法に基づき保護されています。本資料の全文または一部を転載・複製する際は、著作権者の許諾が必要です。当行までご連絡下さい。著作権法の定めに従い引用・転載・複製する際には、必ず、『出所：日本政策投資銀行』と明記して下さい。