

# 白鷹町観光交流推進計画

2025～2030 年度

令和7年3月

山形県白鷹町

## はじめに

白鷹町は、紅花生産量日本一の町として「日本の紅（あか）をつくる町」をスローガンにまちづくりに取り組んでおります。

「第6次白鷹町総合計画」では『人、そして地域がつながり 輝き続ける 潤いのまち』を町の将来像と掲げており、観光分野につきましては、地域の素材を生かした着地型滞在観光の推進に取り組むこととしております。



このたび策定した「白鷹町観光交流推進計画」は、「第6次白鷹町総合計画」を基軸とし、連携・補完しながら効果的な推進を図ります。また、前計画を踏まえ、「元気な町。気になる町。・・・しらたか町。ver2.0」を将来像に掲げ、「持続可能な観光まちづくり」の推進を図ります。

新型コロナウイルス感染症の影響を受け、旅行スタイルなど、観光を取り巻く状況は大きく変化しております。

そのような中、自然・伝統工芸・食文化・人をはじめとする町の貴重な資源を十分に活用しながら、魅力を磨き上げることで、誘客を促進し、交流人口と関係人口の拡大を目指し、地域活性化へ繋げてまいりたいと考えております。

観光交流の推進を図るため、共創のまちづくりの理念に基づき、町民の皆様をはじめ、各産業の皆様のご協力をいただきながら、一体となって取り組んでいく必要がございますので、ご理解とご協力をお願い申し上げます。

計画の策定にあたり、策定委員会委員の皆様、アドバイザーとしてご助言をいただきました青木実様に厚く御礼申し上げます。

令和7年3月

白鷹町長 佐藤 誠七

## 目 次

第1節	計画策定の趣旨と位置づけ	
1.	計画策定の趣旨	1
2.	計画の位置づけ	2
3.	計画の期間	2
第2節	観光交流の現状と課題	
1.	国内・県内の動向	3
2.	白鷹町の取組	6
3.	白鷹町の課題	12
第3節	観光交流推進の考え方	
1.	目指す将来像	13
2.	基本目標	13
3.	基本方針	14
第4節	主要アクションプラン	
1.	地域資源の活用	15
2.	情報発信の強化	16
3.	観光拠点の整備	18
4.	地域循環型白鷹ウェルネスツーリズムの展開	18
第5節	計画の推進体制について	
1.	計画の推進体制	20
2.	計画の進行管理	20
	参考資料	21

## 第1節 計画策定の趣旨と位置づけ

### 1. 計画策定の趣旨

令和2年3月に策定した「白鷹町観光交流推進計画」に基づき、令和2年度から令和6年度までを計画期間として、7つの基本方針に基づく具体的施策に取り組んできました。

令和元年度12月初旬に中国武漢市において新型コロナウイルス感染症が確認され、その後日本でも感染症が蔓延し、観光をはじめとして人の交流が断たれました。本町においても、新型コロナウイルス感染症の影響を受け、各イベントの中止、観光客数の激減等と観光業に大きな打撃を与えました。令和3年度以降、4シーズンの各イベントの再開等を行いました。コロナ禍以前の観光客数までの回復には至っていない状況にあります。

国においても、観光業は成長戦略の柱、地域活性化の切り札として、「観光立国推進基本計画」（令和5年3月31日閣議決定）を策定し、「持続可能な観光地域づくり戦略」「インバウンド回復戦略」「国内交流拡大戦略」を基本方針として、各施策を展開しております。令和4年度から徐々に回復の傾向が見られ、インバウンド需要の高まりからコロナ禍以前の観光客数に回復した観光地もあります。

新型コロナウイルス感染症の影響により、従来の大型バスによる団体旅行からマイカーによる個人旅行へ旅行スタイルが変化する等、観光業を取り巻く状況は大きく変化しております。このような状況の中、本町においては、白鷹山や最上川をはじめとする自然豊かな資源、長年にわたって育まれてきた農産物や伝統工芸、食や自然などの観光資源が豊富にあることから、白鷹ならではの魅力を磨き上げ、観光の推進・振興、交流人口の拡大を図るため、本計画を策定します。

## **2. 計画の位置づけ**

本計画は、観光振興の基本理念や将来の方向性を示すと共に、町民、観光業者、関連団体、観光協会、行政などが一体となって取り組む必要があり、観光振興施策を計画的に推進するためのものです。本計画の策定にあたり、「第6次白鷹町総合計画」と連動を図り相互に連携・補完しながら効果的な推進を図ります。

## **3. 計画の期間**

本計画の期間は、令和7年度から令和11年度までの5カ年計画とします。

## 第2節 観光交流の現状と課題

### 1. 国内・県内の動向

#### ①国内

##### 【国内旅行の状況】

令和2（2020）年から令和4（2022）年までは、新型コロナウイルス感染症拡大に伴い、大きく減少しました。令和5（2023）年は延べ2億8,135万人（2019年比9.7%減）、国内日帰り旅行者数は延べ2億1,623万人（2019年比21.5%減）となりました。（令和6年度観光白書より）



##### 【訪日外国人旅行者数】

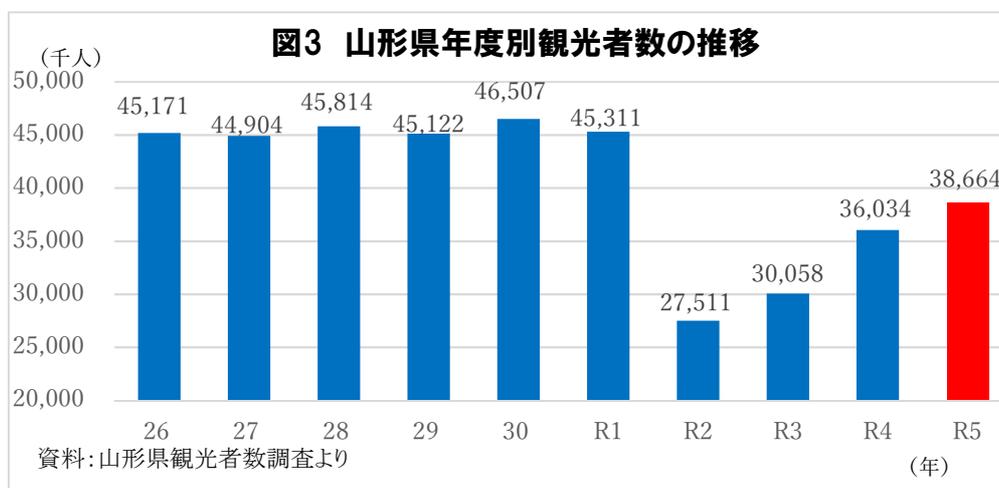
平成30（2018）年の訪日外国人旅行者数は、過去最高となる3,119万人となり、初めて3,000万人を超えました。令和2（2020年）から令和4（2022）年にかけて新型コロナウイルス感染症拡大に伴い、大きく減少しました。2022年6月の外国人観光客の受入再開、同年10月の水際措置の大幅緩和等により徐々に回復し、令和5（2023）年に入ってから大きく増加し、同年10月には2019年同月を超え、年間では2,507万人（2019年比21.4%減）となりました。（令和6年度観光白書より）



## ②県内

### 【観光者数】

国内における新型コロナウイルスの感染拡大により、令和2（2020）年度は2,700万人台と大幅な減少となりました。その後も、新型コロナウイルスの影響が長引く中で、令和3（2021）年度から令和4（2022）年度には、東北Destinyネーションキャンペーン、南東北春の観光キャンペーンの展開、県内での宿泊・日帰り旅行の割引キャンペーンや「全国旅行支援～やまがた旅割キャンペーン～」等の観光需要喚起策の展開により、観光復活に向けた誘客の促進に取り組み、令和4（2022）年度は3,600万人台まで回復しました。令和5（2023）年度は、5月に新型コロナウイルス感染症が5類へ移行したことによる観光需要の高まりや、県内イベントの制限のない形での開催に加え、インバウンドの大幅な増加などにより、昨年度と比較し、約263万人（約7.3%）の増加となりました。（令和5年度山形県観光者数調査より）



### 【外国人旅行者】

山形県内を訪れた外国人旅行者の受入実績は、401 千人となり過去最高の実績となりました。国別で台湾（47%：192 千人）中国（6%：24 千人）、香港（6%：24 千人）、欧州（5%：21 千人）の順に外国人旅行者の受入がありました。

（令和 5 年度山形県観光者数調査より）

## 2. 白鷹町の取組

白鷹町は、令和元年度に策定した観光交流推進計画（計画期間：令和2年～令和6年）において、以下の【目標】【基本方針】【数値目標】を設定し、各種施策に取り組みました。

【目標】「元気な町。気になる町。・・・しらたか町。」

【基本方針】①日本の紅（あか）をつくる町！（紅花・SHIRATAKA RED）

②元気な町！（おもてなし・観光4シーズン）

③気になる町、訪れたい町！（交流推進・周遊促進）

④お宝いっぱい町！（物産振興）

⑤チカラを合わせる町！（知名度アップ・ネットワーク）

⑥楽しいことがある町！（体験・イベント）

⑦もっと便利な町！（受入態勢整備）

【数値目標】

	平成30年度実績	令和6年度目標
観光入込客数（直売所除く）	384千人	403千人
観光拠点施設等売上額 ※1	648百万円	680百万円
交流人口拡大 ※2	2千人	3千人
紅花一次加工品生産量 ※3	147kg	200kg

※1：町内観光拠点施設（あゆ茶屋・どりいむ農園・ふるさと森林公園・のどか村・荒砥駅前交流施設）の売り上げ及び各種イベント（さくら・紅花・鮎）等の売り上げを加算した数値

※2：白鷹町を訪れる町と縁のある関係者等の人数 ※3：紅花加工品（紅餅、すり花、乱花）の総重量

### ア. 数値目標について

（ア）観光入込客数（直売所除く）（単位：千人）

	H30	R1	R2	R3	R4	R5
鷹野湯温泉	77.3	79.1	47.7	56.0	63.7	67.2
あゆ茶屋・道の駅	190.7	170.6	113.0	119.6	176.6	135.8
深山和紙	5.1	5.1	1.4	2.2	2.4	3.5
ふるさと森林公園	69.3	68.0	52.9	56.8	61.2	51.4
佐野原五百羅漢園	11.9	6.3	4.1	1.7	2.3	1.3
のどか村	0	3.0	1.3	1.0	0	0.5
小計：観光施設	354.3	332.1	220.4	237.3	306.2	259.7

古典桜の里	22.3	19.8	0	0	14.2	12.6
紅花まつり	3.5	4.7	0	0	3.9	8.7
紅花 colors	1.3	1.8	1.1	2.1	1.4	2.0
そばキャンペーン	3.5	1.4	2.1	2.4	2.2	2.3
小計：イベント	30.6	27.7	3.2	4.5	21.7	25.6
小計：施設・イベント	384.9	356.8	223.6	241.8	327.9	285.3
どりいむ農園	323.4	323.0	334.2	333.6	320.5	304.4
愛菜館	100.9	94.0	55.1	45.1	51.3	49.7
小計：直売所	424.3	417.0	389.3	378.7	371.8	354.1
<b>合計</b>	<b>809.2</b>	<b>773.8</b>	<b>612.9</b>	<b>620.5</b>	<b>699.7</b>	<b>639.4</b>

目標数値達成率（R5実績比）71%

令和2年度から令和3年度にかけて新型コロナウイルス感染症の影響により、観光施設及びイベントの入込客数が減少しています。コロナ禍でのアウトドア需要に伴いふるさと森林公園の入込客数は、大きな減少はありません。令和4年度は、コロナ禍後の観光需要に伴う回復の傾向が見られます。また、鮎まつりをロングラン開催型式により実施し、あゆ茶屋・道の駅の入込客数が増加しています。参考として、どりいむ農園は、コロナ禍においても大きな変動は見られません。

(イ) 観光拠点施設等売上額（単位：百万円）

	H30	R1	R2	R3	R4	R5
ふるさと森林公園	236.2	208.7	80.9	97.4	138.4	153.9
あゆ茶屋	139.8	124.9	76.0	81.9	104.9	113.3
のどか村	3.9	5.7	1.8	1.3	0.0	0.9
どりいむ農園直売所	268.4	267.6	304.1	289.8	282.6	263.1
紅の里SHOP	-	4.8	5.9	5.9	8.5	8.9
観光拠点施設 小計	648.2	611.7	468.7	476.3	534.4	540.1
さくらまつり	1.5	1.2	0.0	0.0	1.0	1.0
紅花まつり	1.1	1.6	0.0	0.0	0.0	2.2
鮎まつり	12.6	7.9	0.0	0.0	10.5	8.0
イベント売上 小計	15.2	10.7	0.0	0.0	11.4	11.2
<b>合計</b>	<b>663.4</b>	<b>622.3</b>	<b>468.7</b>	<b>476.3</b>	<b>545.8</b>	<b>551.4</b>

目標数値達成率（R5実績比）81%

令和2年度から令和3年度にかけて新型コロナウイルス感染症の影響により、入込客数の減少とともに、売上額が減少しています。一方で（一社）白鷹町観光協会の荒砥駅前交流施設への事務室移転に伴い開設した紅の里SHOPにおいて、町内の工芸品や銘菓等を取り扱い、駅を通過するフラワー長井線や大型バスを利用する団体観光客の集客を図り、アンテナショップとしての役割を担っています。

令和4年度以降は、観光業に回復傾向が見られますが、コロナ禍前の水準まで到達していません。令和4年度の紅花まつりはロングラン開催方式とし、売店の設置は行わなかったため、売上はありません。また、鮎まつりもロングラン開催方式とし、売上は令和元年度を超える実績となっています。

(ウ) 交流人口拡大 (単位：人)

	H30	R1	R2	R3	R4	R5
気仙沼サッカー交流	51	39	0	0	0	60
首都圏白鷹会ふるさと訪問	23	19	0	0	0	0
仙台しらたか会	14	17	0	0	10	15
教育旅行	44	120	0	0	0	0
山形しらたかふるさと会	32	33	0	0	30	0
とちお自慢市	400	350	0	0	460	321
R290 街道まつり	600	0	0	0	0	0
海老名市民まつり	600	770	0	0	900	922
三鷹の森フェスティバル	256	400	0	0	400	538
桶川べに花まつり	-	-	-	-	0	329
<b>合計</b>	2,020	1,748	0	0	1,800	2,185

目標数値達成率 (R5 実績比) 73%

令和2年度から令和3年度にかけて新型コロナウイルス感染症の影響により、各行事やイベントの中止になったため、交流人口の拡大に至っていません。令和4年度以降、回復傾向が見られますが、目標数値に至っていません。

(工) 紅花一次加工品生産量 (単位 : kg)

	H30	R1	R2	R3	R4	R5
すり花	1.6	2.0	1.8	3.3	2.9	0.9
紅餅(1等)	121.3	125.3	66.2	85.8	98.7	73.4
紅餅(2等)	2.0	6.8	14.4	6.4	5.8	11.7
乱花(1等)	22.5	38.1	22.2	48.5	31.3	25.5
乱花(2等)	0.0	1.0	0.0	0.0	0.0	0.8
<b>合計</b>	147.3	173.1	104.5	143.9	138.6	112.2

目標数値達成率 (R5 実績比) 56%

紅餅(1等)及び合計の値が令和元年度に最高値を記録し、それ以降生産量の変動が見られます。連作障害による畑の休耕や担い手不足等が生産量の変動の要因と見られます。令和2年度から7月の荒天や猛暑の中、中山区の皆様をはじめとする多くの紅花生産者等のご協力のもと、中山の大紅花畑を整備することができ、日本の紅(あか)の風景を作り出すことができました。

イ. 施策について

計画目標の達成に向けて、基本方針に基づく各種施策に取り組みました。

①日本の紅(あか)をつくる町!(紅花・SHIRATAKARED)

紅花生産日本一「日本の紅(あか)をつくる町」を継続して町内外にPRするため、「日本の紅(あか)をつくる町推進事業」による、紅花栽培の推進、販路拡大、SHIRATAKA RED のイメージアップ等を図りました。「SHIRATAKA RED」の取組は、10周年を迎え、SHIRATAKA RED 関連商品約30品目が新たに白鷹町特産品として生産され、売上額が平均して約600万円を記録しています。

【参考】SHIRATAKA RED 関連商品売上額 (単位 : 万円)

	H30	R1	R2	R3	R4	R5
売上額	1,301	702	600	700	720	514

町内行事等では、子どもたちによる SHIRATAKA RED ダンスや「べにばなふしぎ」の朗読等が行われ、若年層への紅花生産日本一の意識の定着が見られました。また、町内の紅花以外の紅(あか)いものを活用した、SHIRATAKARED プ

ランドが10周年を迎え「日本の紅（あか）をつくる町」のイメージ定着が図られました。町外からの観光客について、鑑賞用紅花畑の整備により、紅花まつりの時期を中心に畑を訪れる観光客が増えています。紅花の栽培について、安定した紅花栽培ができるよう、紅花生産者への助成制度や加工品に対する支援制度を継続して実施し、生産量の拡大を図りました。また、連作障害対策として、土壌改良等の実証実験を展開しています。

#### ②元気な町！（おもてなし・観光4シーズン）

「観光4シーズン推進事業」において、継続した「春サクラ。夏はベニバナ、秋はアユ。冬は隠れ蕎麦屋のしらたかへ」の事業展開を行い、イメージ定着を図りました。特に秋のアユについて、町外のイベントや物産等で鮎まつりの時期等を聞かれるといったように町外の方の白鷹町のイメージ形成がなされています。「誘客拡大連携推進事業」において、しらたか旅先案内人等の人材育成・掘出、いまっとファンクラブ通信による継続したファンへの情報発信を継続して実施しました。

#### ③気になる町、訪れたい町！（交流推進・周遊促進）

町内の観光拠点施設として、ふるさと森林公園、伝統工芸村、道の駅白鷹ヤナ公園、どりいむ農園直売所等があり、指定管理制度による管理委託の実施と計画的な管理を進めました。ふるさと森林公園については、設置から35年以上経過していることから、観光客にとって安心安全且つ利便性の良い施設となるようふるさと森林公園再整備基本構想を策定し、計画的な整備を進めています。観光パンフレットについて、紅花畑や飲食店のマップ等の作成を行い、町の周遊を促す資料作成を行いました。また、コロナ禍においては、（一社）白鷹町観光協会が町内飲食店のテイクアウトの働きかけやパンフレット作成等を行い、飲食店業への応援事業を実施しました。

#### ④お宝いっぱい町！（物産振興等）

物産振興について、町外のイベントや行事等に出店し、町特産品や商品の販売

を通した情報発信を図りました。また、町観光のインフォメーション機能を持つ荒砥駅前交流施設が町特産品等を販売する場としての役割を担っています。また、町特産品の販路として、ふるさと納税の制度を活用し、日本全国に白鷹町の特産品の情報発信を行っています。寄附を通して、町内事業所や特産品を知ってもらう機会を作ることにより、リピーターの確保にも繋がっています。

#### ⑤チカラを合わせる町！（認知度アップ・ネットワーク）

（一社）白鷹町観光協会について、一般社団法人化したことにより、組織体制の充実や人材確保が図られ、新たな誘客促進に向けた幅広い活動が実施できるようになりました。広域連携の取組として、（一社）白鷹町観光協会をはじめ、地域連携DMO<sup>1</sup>「（一社）やまがたアルカディア観光局」、白鷹朝日大江観光推進協議会、山形おきたま観光協議会など関係団体とのさらなる連携が必要となります。外部組織の連携について、平成30年度に相互協力協定を締結した東京外国語大学によるスタディツアー（インバウンド関係について）や東北芸術工科大学のワークショップ（伝統工芸をはじめとした町内産業全般について）などの受入を行いました。

#### ⑥楽しいことがある町！（体験）

ものづくり（深山焼・紅花染め・織物・和紙すき）体験や白鷹スカイパークのパラグライダーや町営スキー場でのスキー・スノーボード体験等、文化やスポーツのアクティビティがあります。町外への発信の例として、（一社）白鷹町観光協会から仙台観光国際協会が運営する「仙台旅先体験コレクション」に町内約24件の体験メニューを掲載し、国内外に広く周知しております。食文化の伝承や農業体験を行う「教育旅行」の受入を実施してきましたが、新型コロナウイルスの影響により、事業が中止され、宿泊を受け入れる農家の高齢化等からコロナ禍以降も実施できていません。コロナ禍以降、アウトドア需要の高まりからキャ

---

<sup>1</sup> 観光物件、自然、食、芸術・芸能、風習、風俗など当該地域にある観光資源に精通し、地域と協同して観光地域作りを行う法人のこと。Destination Management Organizationの頭文字の略。地域連携DMOとは、「地域の多様な関係者を巻き込みつつ、科学的アプローチを取り入れた観光地域作りを行う舵取り役となる法人」（観光庁）を意味する。

ンプや登山等野外の活動の増加が見られ、町内においても、森林公園の開設や登山道の整備を行うことでニーズに答えています。

#### ⑦もっと便利な町！（受入態勢整備）

イベント開催にあたり、観光案内看板の設置を従来から継続して実施し、来客の便利さ向上を図ってきました。サイン計画による観光案内看板の設置は、実施に至りませんでした。今後、デジタル化やインバウンドの受入態勢強化等全体の計画を踏まえ、引き続き検討していく必要があります。

### 3. 白鷹町の課題

新型コロナウイルス感染症の影響により、落ち込んだ観光入込客数と観光消費額の回復を図ることが課題です。ポストコロナにおいて、大型バスによる団体旅行からマイカーによる個人旅行へ旅行スタイルの変化といった、観光客のマインドの変化を捉え、事業に取り組む必要があります。また、町内に観光資源としての素材が数多くある中で、観光コンテンツとしての活用まで至らない点がありました。従来の「モノ」重視のマインドから、その場所でしか味わえない経験や体験といった「コト」を重視するマインドの変化があることから、体験をはじめとする観光コンテンツの充実を図ります。従来のポスターやチラシ、広告といった紙媒体による限定的な情報発信に限らず、SNS<sup>2</sup>やICT<sup>3</sup>等を活用し、情報発信の強化を行う必要があります。また、今後インバウンドによる観光客の増加を見据えた、情報発信の多言語化や受入環境整備を町内各業種へ波及させることが必要です。

---

<sup>2</sup> インターネット上のコミュニティサイトのこと。Social Networking Service の頭文字の略。

<sup>3</sup> 通信技術を利用した産業やサービスなどの総称のこと。Information and Communication Technology の頭文字の略。

### 第3節 白鷹町観光交流推進の考え方

#### 1. 目指す将来像

##### 「元気な町。気になる町。・・・しらたか町。ver2.0」

「元気な町」：町内の観光に関わる各業種がやりがいを持ち、

観光分野（飲食・物販・宿泊・体験）が活発な町

「気になる町」：地域の観光資源の魅力を発信し、国内外の観光客にとって、

魅力的な町

ポストコロナにおいて、観光マインドの変化に対応し、白鷹町の内外において、活発で魅力的な町を目指します。

#### 2. 基本目標

**白鷹町の「地域資源の活用」と「体験型及び滞在型の観光」を推進し、観光消費の拡大による、「経済効果の向上」を図り、もって「持続可能な観光まちづくり」を行います。**

本計画における目標を達成するための数値を以下のとおり設定し各種施策に取り組みます。

##### 【数値目標】

	令和5年度実績	令和11年度目標
観光入込客数	285千人	403千人
観光拠点施設等売上額	551百万円	680百万円
紅花一次加工品生産量	112kg	200kg
観光コンテンツ数	-	27件
SNSフォロワー数	2931件	4000件

### 3. 基本方針

#### (1) 「地域資源の活用」

観光に関わる人材の確保及び育成を行い、観光資源を維持し、町内資源（歴史文化、自然、食等）と観光の連携強化を図ります。

遊ぶ、体験する、歴史文化に触れる、スポーツ、健康等、「コト」に重点をおいた観光コンテンツの開発を行い、観光資源の充実を図り、もって高付加価値化による稼ぐ観光地域づくりの転換を行います。

#### (2) 「情報発信の強化」

国内外を視野にした誘致を図るため、効率的な活動、情報発信を推進します。町の観光情報を効果的に発信するため、ICTやSNS等の積極的活用と各種媒体による情報提供及びPR活動を推進します。

#### (3) 「観光拠点の整備」

インバウンドの受入環境を含めた観光施設の計画的な整備を行います。

#### (4) 「地域循環型白鷹ウェルネスツーリズムの展開」

滞在型観光の実現を図るため、町内観光資源を循環させたウェルネスツーリズム<sup>4</sup>の構築と拠点となる施設整備を実施します。

---

<sup>4</sup> 旅行を通して心や身体のバランスを整えたり、リフレッシュしたりするなど「ウェルネス＝豊かな人生へのアクション」を提供する旅行スタイルです。温泉やヨガ・瞑想・フィットネス・ヘルシーな食事・レクリエーション・交流などを通して、心身の健康を促し、リフレッシュしながら新たな自己発見や自己開発を目指すものです。

## 第4節 主要アクションプラン

白鷹町の観光振興と地域活性化を目指し、基本方針ごとに主要アクションプランを策定しました。本プランでは、町の豊かな資源を最大限に活用し、「稼ぐ観光地」への転換を目指すとともに、町民と観光客の双方にとって魅力ある地域づくりを推進していきます。

### 1. 地域資源の活用

#### ◆日本の紅(あか)をつくる町の推進

古代から日本の紅(あか)を作る紅花を観光資源として、紅花生産量日本一を維持し、「紅(あか)」に重点においた施策を行い、地域活性化を図ります。

##### ・生産量日本一の維持

紅花作付面積及び紅花加工品の生産量を維持するため、紅花栽培者等の担い手確保及び育成等の生産振興に資する支援の充実を図ります。特に後継者や担い手の育成に向けた栽培技術研修や連作障害に対する土壌改良への対策を継続して実施していきます。また、紅花を活用した体験メニューを引き続きPRし、紅花生産日本一の町として地域の魅力を発信していきます。

##### ・紅花関連商品・SHIRATAKARED商品の開発、販売

紅花一次加工品の需要拡大を図るため、新たな紅花関連商品・SHIRATAKARED商品の開発への支援を行い、年間を通して販売できる商品の展開を推進します。また、紅花染めの着物や本紅など、紅花関連商品のジャパンプランドとして高付加価値化を図り、海外へ広く発信しインバウンドの誘客戦略のツールとして活用します。

##### ・「色」によるプロモーション

紅(あか)を中心とした紅花を形作る「色」から白鷹町の特徴・特産品等を関連付けたプロモーション事業を展開します。

#### ◆観光4シーズン推進事業の磨き上げ

白鷹町を彩る四季を観光素材(古典桜・紅花・鮎・隠れ蕎麦)として活かす観光4シーズン事業を継続して実施していきます。

白鷹町ならではの四季のストーリー性を活かした情報発信を行い、観る・食べる・遊ぶ（体験）・泊まる等観光に関連することの磨き上げを行います。

白鷹町の観光に関わる人材確保と後継者育成に係る事業を実施し、もって、観光資源を守ります。

#### ◆観光コンテンツの創出

町内には、農産物や伝統工芸品、文化財、スポーツ等の観光資源として潜在的な可能性がありながらも、観光コンテンツとして活かされていらないものが多くあります。体験する、歴史文化に触れる、学ぶ、スポーツ、健康等の「コト」に重点をおいた観光コンテンツの創出を行います。

また、グリーンツーリズムといった、農林水産業や製造業等をはじめとする異業種と連携したツーリズムや教育旅行や学術機関との連携事業等による白鷹町ならではの学びの場づくり等、観光資源やコンテンツの高付加価値化を図ります。

併せて、体験型の観光コンテンツを食や宿泊等との連携を図り、「通過型観光」から「滞在型観光」への転換を図ります。

#### ◆町内物産の振興

観光客の町内消費額拡大や満足度向上のため、土産等の物産の充実を図ります。町内の物産の掘り起こしを行うとともに、地域資源を活用した付加価値の高い土産品の開発を促進します。観光客がスムーズに物産にアクセスできるよう、物産情報の集約を推進し、物産の強化を図ります。

## 2. 情報発信の強化

#### ◆ツールを活用した情報発信

町や観光協会等のHPやSNS（X、Instagram、YouTube、Facebookほか）、ICT・アプリケーション等を活用し、ターゲットに応じた発信媒体を利用した効果的な情報提供を図ります。また、翻訳アプリケーション等を活用し、インバウンドに対応した情報発信の強化を図ります。

#### ◆インフルエンサー等のヒトによる情報発信

白鷹町の観光振興を図るため、地域の魅力を効果的に発信できるインフルエンサー<sup>5</sup>や観光エージェントを活用し、ヒトを介したプロモーション活動の推進を図ります。ヒトの持つ親近感や影響力を活かし、町の魅力を国内外に広めることで、観光誘致やブランド力の向上を目指します。また、白鷹町国際交流協会と連携した海外との交流を推進します。

インフルエンサーを活用したプロモーションについては、自然・文化・食・ウェルネス・アウトドアなど、白鷹町の観光資源にマッチするジャンルで影響力を持つインフルエンサーを選定し、SNS（X、Instagram、YouTube、Facebookほか）で広く情報の発信を推進します。また、インフルエンサーを白鷹町に招き、町内の観光資源やイベント(さくらまつり、紅花まつり、鮎まつりなど)を体験し、体験を通したリアルな感想や町の魅力発信を推進します。

観光エージェントについては、白鷹町を訪れるツアー商品の企画やプロモーションを実施します。特にインバウンド向けツアー造成など外国人観光客をターゲットとした取り組みの強化を図ります。

#### ◆観光情報を一元化したプラットフォームの整備

観光客が町内の観光地、飲食店、宿泊施設、イベント情報、交通案内等観光に関する「今」の情報にアクセスすることができる情報発信プラットフォームの整備と各施設やイベント情報をリアルタイムで更新できるシステム整備を推進します。また、「食べる」「泊まる」「遊ぶ」「体験する」などのカテゴリー別に簡潔に検索できる機能やGPSを活用した観光スポットの地図情報表示など、観光客の利便性の強化を図ります。

また、インバウンド対策として、英語、中国語、韓国語などの多言語化の対応を行い、外国人観光客への利便性向上を図ります。

---

<sup>5</sup> 世間や人の思考・行動に大きな影響を与える人物のこと。影響や勢力、効果といった意味を持つ英語の「influence」が語源。

#### ◆関係団体との連携

地域連携DMO「(一社)やまがたアルカディア観光局」、白鷹朝日大江広域観光推進協議会、山形おきたま観光協議会などの関係団体と連携を強化し、情報発信や旅行商品の造成、広域プロモーションを実施します。

白鷹町を含む広域エリア全体の観光資源を組み合わせた旅行商品の造成やプロモーション活動を行い、近隣市町の観光資源を結び付けた周遊型旅行プランの開発を推進します。また、各団体と協力して多言語対応の観光情報を整備することで、インバウンド向けの発信力の強化を行います。観光人材の育成について、観光ガイドや観光事業者向けの研修会等により、観光に携わる人材のスキルアップを図ります。

### 3. 観光拠点の整備

#### ◆観光施設等のインバウンド受入環境整備

観光パンフレットや観光施設の案内等の多言語化やWEB環境の整備等を行い、外国人観光客への受入環境の強化を図ります。また、町内商店や飲食店を対象とした、多言語に対応したメニュー提供や接客等の体制づくりを推進します。

#### ◆道の駅の計画的な改修

交通と地域観光拠点の要所の一つである「道の駅」について、年数経過に伴う設備の老朽化や破損等を解消するため計画的な改修を行います。また、大型バスによる団体旅行からマイカーによる個人旅行へ旅行スタイルが変化している現状を踏まえ、白鷹町や近隣地域の観光情報提供の充実など道の駅の利便性の向上を図ります。

### 4. 地域循環型白鷹ウェルネスツーリズムの展開

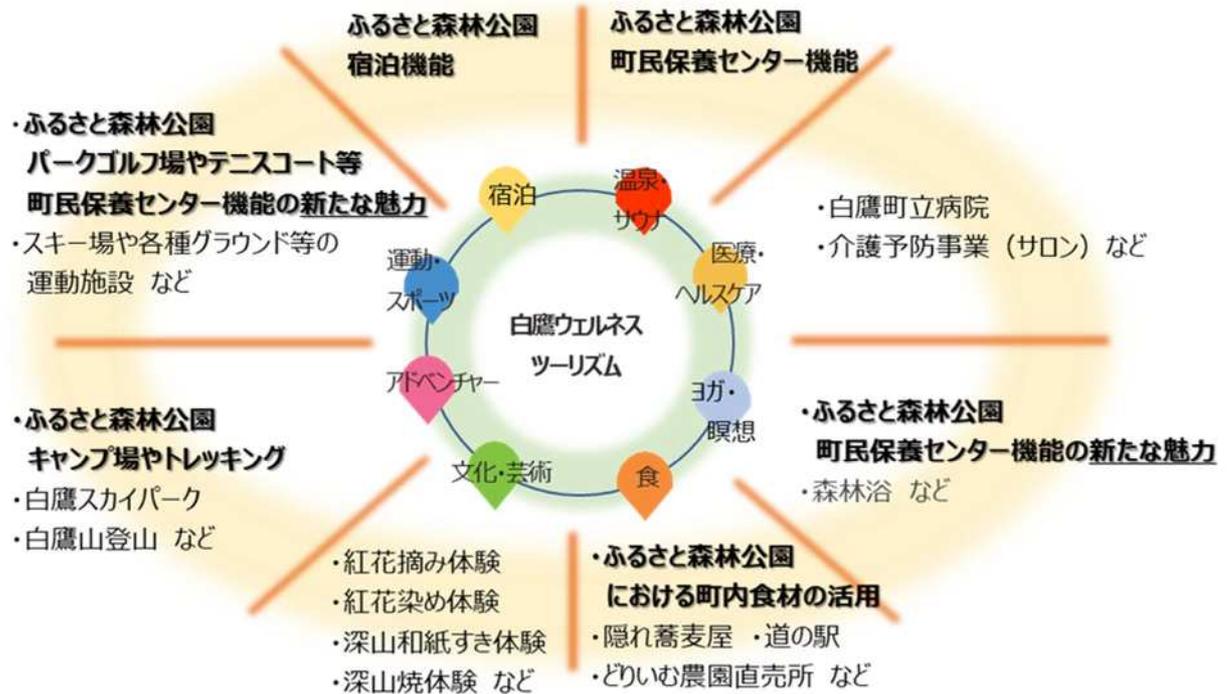
#### ◆観光コンテンツの創出（再掲）

#### ◆観光情報を一元化したプラットフォームの整備（再掲）

## ◆白鷹町ふるさと森林公園の再整備

滞在型観光を実現させるため、町内観光資源を循環させたウェルネスツーリズムの拠点として白鷹町ふるさと森林公園の再整備を実施します。

白鷹ウェルネスツーリズムのイメージ図



## 第5節 計画の推進体制について

### 1. 計画の推進体制について

本計画を推進するため、第6次白鷹町総合計画における、共創のまちづくりの理念に基づき、町民・民間事業者・観光協会・関係団体・行政等による主体的な取組と各役割を担いながら一体となって実施します。

#### 【観光交流推進のための各主体の主な役割】

主 体	役 割
町 民	町民一人ひとりが観光産業の担い手として、地域に残る伝統行事等を後世に受け継ぐという意識を持ち、各種イベントに積極的に参加します。また、町民全員がおもてなしの心を持ち、訪れた方に対して積極的に関わることで、また訪れたいと思っただけのまちづくりに努めます。
民間事業者	町全体を観光で盛り上げようという意識のもと、主体的な取組やPRの実施などにより訪れた方々をもてなします。また、観光産業による経済効果を高めるという視点を持ち、町内の事業者や関係団体等と連携して新たなサービスや商品を生み出すように努めます。
観 光 協 会	行政と関係団体の橋渡し役として、的確な情報伝達や意見集約などを行います。また、対外的なPRや各種イベントの実施、他地域との連携などを積極的に行うことで誘客を推進します。
関 係 団 体 (拠点施設)	ふるさと森林公園・道の駅白鷹ヤナ公園・いきいき深山郷のどか村・どりいむ農園直売所等の主要観光施設は、相互に連携を図り、観光資源の発掘や磨き上げとともにPR活動を行います。
行 政	庁内の連携を強化し、国・県・近隣市町村との連携をはじめ、町内の関係団体や町民との協議・調整を図ります。また、積極的な情報発信・人材育成・技術の伝承に向けた支援体制をつくり、関係者と情報を共有することで課題解決を図ります。

### 2. 計画の進行管理

本計画の進行管理は、基本目標達成も向けた施策の実施にあたり、計画立案(Plan)、実行(Do)、評価(Check)、改善(Action)、一連のPDCAサイクルにより実施します。

## 【 参 考 資 料 】

- ・ 白鷹町観光交流推進計画策定委員会設置要綱
- ・ 白鷹町観光交流推進計画策定の経過
- ・ 白鷹町観光交流推進計画策定委員等名簿

## 白鷹町観光交流推進計画策定委員会設置要綱

### (設置)

第1条 この要綱は、白鷹町観光交流推進計画（以下「計画」という。）を策定するため、白鷹町観光交流推進計画策定委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

### (所掌事務)

第2条 委員会の所掌事務は、次のとおりとする。

- (1) 計画案の策定に関すること。
- (2) その他計画の策定に必要な事項に関すること。

### (組織)

第3条 委員会は、別表に掲げる者をもって組織し、町長が委嘱する。

- 2 委員長及び副委員長は、委員の互選により定める。
- 3 委員の任期は、令和7年3月31日までとする。

### (職務)

第4条 委員長は、委員会を統括する。

- 2 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故あるときは、その職務を代理する。
- 3 委員は、委員長の命を受け、その分掌する事務の遂行に当たる。

### (会議)

第5条 委員会の会議は、委員長が召集し、議長となる。

### (庶務)

第6条 委員会の庶務は、商工観光課において行う。

### 附 則

この要綱は、令和6年7月30日から施行する。

【白鷹町観光交流推進計画策定の経過】

月 日	内 容 等
令和6年8月20日	第1回策定委員会 ・正副委員長選出 ・計画策定の趣旨と位置付け、考え方 ・現行計画の評価 ・計画策定に向けたアンケート
令和6年9月6日	白鷹町議会産業建設常任委員会(計画策定について)
令和6年9月27日	第2回策定委員会 ・白鷹町ふるさと森林公園再整備基本構想(案) ・アンケート結果について ・現在の取組、課題、新規取組について
令和6年11月14日	第3回策定委員会 ・観光交流推進計画(素案)について
令和6年12月10日	白鷹町議会産業建設常任委員会(中間報告)
令和6年12月19日 ～ 令和7年1月31日	パブリックコメントの実施
令和7年2月5日	第4回策定委員会 ・パブリックコメントについて ・観光交流推進計画(案)について
令和7年3月7日	白鷹町議会産業建設常任委員会(報告)
令和7年3月	白鷹町観光交流推進計画策定

【白鷹町観光交流推進計画策定委員等名簿】

委員

	所 属	氏 名	役職等
1	(一社) 白鷹町観光協会	佐藤 哲夫	委員長
2	小松織物工房	小松 寛幸	副委員長
3	(有) どりいむ農園直売所	大沼 雅裕	
4	白鷹観光開発 (株)	樋口 和貴	
5	鷹野湯温泉パレス松風 ((株)HESTA 大倉)	神山 力	
6	しらたか旅先案内人	迎田 博正	
7	深山工房つち団子	金田 利之	
8	白鷹町商工会女性部	齋藤 妙子	
9	白鷹町商工会青年部	橋本 亮	
10	文化財コーディネーター	大内 紀子	
11	白鷹町文化交流センターあゆーむ	吉川 明紀	

アドバイザー

	所 属	氏 名	役職等
1	アドバイザー	青木 実	

事務局

	所 属	氏 名	役職等
1	商工観光課 課長	黒澤 和幸	事務局長
2	(一社) 白鷹町観光協会 専務理事	芳賀 敦子	事務局次長
3	商工観光課 課長補佐	吉村 秀昭	
4	商工観光課 森林公園担当係長	小口 将太	
5	商工観光課 観光交流係 主査	後藤 尚道	
6	(一社) 白鷹町観光協会 事業係長	金田 美加	

# 白鷹町観光交流推進計画

編集・発行 令和7年3月

山形県白鷹町商工観光課

〒992-0892 山形県西置賜郡白鷹町大字荒砥甲 833

TEL 0238-85-2111