

「日本一の観光案内所」基本計画

令和8年3月

山形市

目次

はじめに

第1章 基本的事項

- 1. 基本計画策定の経緯 4
- 2. 基本構想の振り返り 5

第2章 「日本一の観光案内所」の基本的な考え方

- 1. 社会情勢や日本の観光の状況 6
- 2. 山形市の観光の現状と課題 7
- 3. 「日本一の観光案内所」のマーケティング視点での役割や意義 12
- 4. 「日本一の観光案内所」の広域連携視点での役割や意義 13
- 5. 「日本一の観光案内所」のまちづくり視点での役割や意義 14
- 6. 「日本一の観光案内所」の基本的な考え方まとめ 15

第3章 「日本一の観光案内所」の整備計画

- 1. 施設コンセプトとブランド戦略 16
- 2. 事業構築の方向性 18
- 3. エリア全体のゾーニング計画 20
- 4. 観光案内のあり方 21
- 5. 各エリアの整備方針と事業概要 22
- 6. 「重点日本一」8項目の事業展開 26
- 7. 中長期的な事業の考え方 27
- 8. 各エリアの整備計画 28
- 9. JNTO外国人観光案内所認定制度カテゴリーⅢ取得に向けた要件整理 42
- 10. 各エリアの動線の考え方 43
- 11. 各エリアのサイン計画やデザインコードの考え方 44
- 12. 建物整備に関する基本的整理 45
- 13. 整備期間中の機能代替手段の確保 46

第4章 管理運営の考え方

- 1. 管理運営に求められる組織体制及び人材の考え方 47
- 2. 「戦略・運営推進機能」の概要 49
- 3. 収益の可能性の検討 52

第5章 設計、工事及び管理運営の進め方

- 1. 事業の進め方の整理 53
- 2. 供用開始までの想定スケジュール 55
- 3. 設計、工事、運営及び維持管理に関する概算事業費 56

別添 関連施設の概況

- 1. 観光案内関連施設 57
- 2. 山形駅構内施設・整備 60
- 3. 山形駅周辺施設 63

はじめに

山形市は、蔵王、山寺といった世界的に認知されている観光地を有しているだけでなく、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や豊かな食体験ができるまちであり、観光都市としての大きな可能性を持っています。

観光都市・山形の実現に向けた取組の一つとして、山形の観光の玄関口であり山形の賑わいの顔とも言える山形駅周辺に、「日本一の観光案内所」を整備するに当たり、令和6年11月に「日本一の観光案内所」基本構想を策定しました。

基本構想では、「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り、山形の観光の価値をとも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」というコンセプトを掲げました。

「日本一の観光案内所」は、来訪者に山形の旅を最高に楽しんでいただくため発展し続ける場所として、期待を超える「驚き」と「感動」を追求し、一人ひとりのニーズに合わせた山形の魅力の発信や新たな魅力の創出により、山形の持続的な観光都市づくりの中心的存在となることを目指します。

第1章 基本的事項

1. 基本計画策定の経緯

(1) これまでの経緯

山形市では、地方創生に向けた取組の更なる強化を図るため、様々な取組を加速しています。この「日本一の観光案内所」の整備に関しては、交流人口の拡大に向け、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の取り組みとして、新たな施設の設置を見据えた調査・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。締結以降、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等に関して共同研究を行い、令和6年3月に「日本一の観光案内所」のあり方に関する調査研究の成果として「日本一の観光案内所」基本構想素案を策定しました。

この「日本一の観光案内所」基本構想素案を基に、「日本一の観光案内所」に求められる役割・機能等を検討し、整備の指針とする「日本一の観光案内所」基本構想を令和6年11月に策定しました。

(2) 基本計画の位置づけ

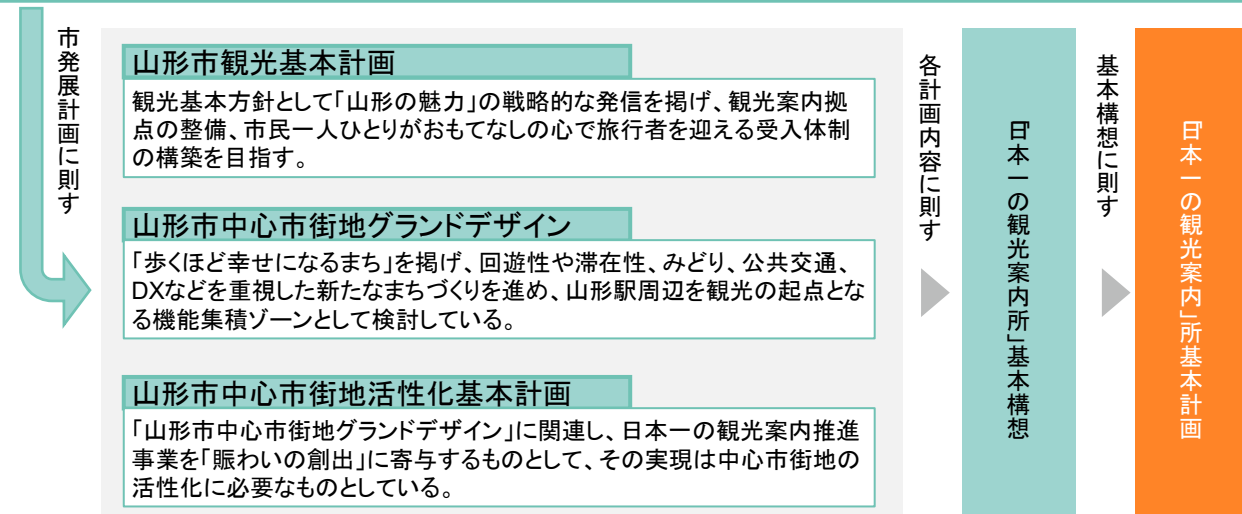
この「日本一の観光案内所」基本計画(以下「基本計画」という。)は、「日本一の観光案内所」に求められる役割や機能等を示した基本構想を踏まえ、設計をはじめとする今後の整備プロセスにおいて必要となる施設コンセプトや諸室計画等の具体化を目的とするものです。今後は、本基本計画を基に、設計等を順次進めていく予定です。

(3) 上位・関連計画

日本一の観光案内所は、観光案内所としての基本的な性質を持ちながらも、中心市街地の活性化や、山形の観光産業の高度化など、多様な役割が期待されています。

山形市発展計画2030

観光分野の政策としては、2040年の目指すまちの姿を「暮らしと観光がつながり、何度も訪れたいくなる感動体験を生み出すまち」と位置づけており、日本一の観光案内所は「歩くほど幸せになるまち」の都市ブランドの確立と、市街地(まちなか)観光振興に向けた観光のハブ機能を担う。



【国の観光関連計画】 第4次観光立国推進基本計画

駅周辺再生とDX活用で観光案内所を高度化し、中心市街地の魅力向上と外国人対応、持続可能な観光推進と連携強化を図ることが謳われている。

【県の観光関連計画】 第3次おもてなし山形県観光計画

「観光消費額の拡大・多様な交流・地域資源の継承を通じた地域活性化による『持続可能な観光地域の確立』を目指す」ことを基本目標に掲げている。

第1章 基本的事項

2. 基本構想の振り返り

「日本一の観光案内所」基本構想では、「日本一の観光案内所」のコンセプトや基本理念等について以下のとおり整理をしました。

(1) コンセプト

「暮らしと観光がつながる」

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。

(2) 基本理念と重点テーマ

山形市の観光を取り巻く環境や社会情勢が変化しても、柔軟性をもって変化に対応し「日本一の観光案内所」であり続けるため、様々な取組にわたって、支えとなる理念を3つにまとめました。また、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」の実現に繋げていくこととし、その中でも特に重点的に目指すテーマとして8項目を設定し、「重点日本一」と位置づけました。

各取組に横串を通す基本理念

1 来訪者一人ひとりが最大限満足できるサービスの提供

様々なテーマにおいて“日本一”を目指し、来訪者の多様なニーズに応じ、最大限楽しんでもらうためのきめ細やかな情報とワンストップなサービスの提供を行います。

2 期待を超える「驚き」と「感動」の追求

山形の魅力を余すことなく伝えるとともに、五感で感じられる体験・空間づくりをすることで、旅の目的地となり、何度でも訪れたいと感じられる場所を目指します。

3 サステナブルな地域経済循環の推進

来訪者、地域住民、観光事業者の三方よしの視点で、持続的な地域経済の活性化を目指します。

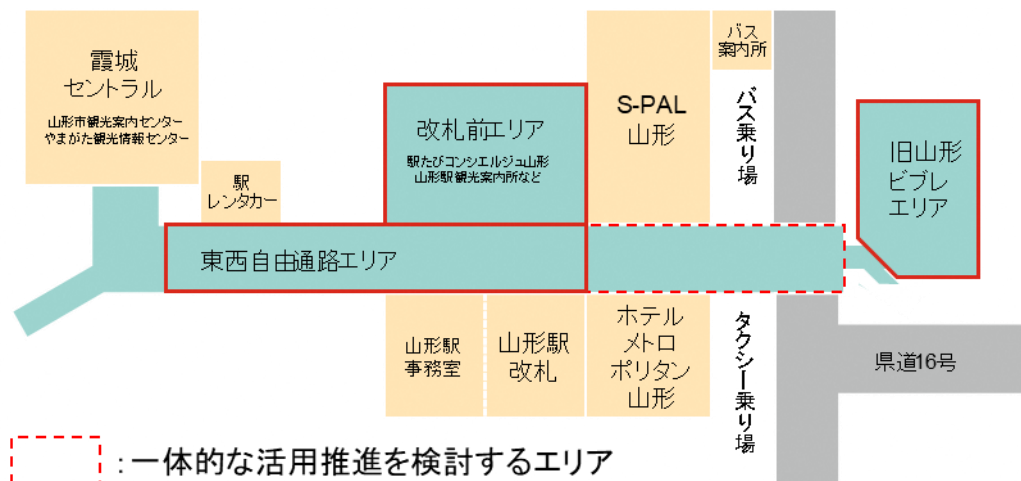
重点日本一

- ① 地域の魅力を体感できる
- ② 温泉に行きたくなる
- ③ 長く滞在したくなる
- ④ 地元を再発見できる
- ⑤ 文化創造チャレンジ
- ⑥ 次世代の観光づくり
- ⑦ わくわく働く
- ⑧ 地域とつながる

(3) 整備エリア及び整備範囲の考え方

「日本一の観光案内所」は、山形の観光の玄関口であり、鉄道やバス等の交通の結節点である山形駅周辺部での整備が望ましいと考えており、現在観光案内所がある山形駅の「改札前エリア」を中心に、駅の東西をつなぐ「東西自由通路エリア」、そしてかつて山形ビブレがあった「旧山形ビブレエリア」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、エリアでの役割や機能・サービスの分担をしながら整備を行うこととしています。

また、整備エリアに隣接する様々な施設とも連携し、役割や機能・サービスの分担を明確にしながら一体的な取り組みを検討することとしています。



社会情勢等 概略

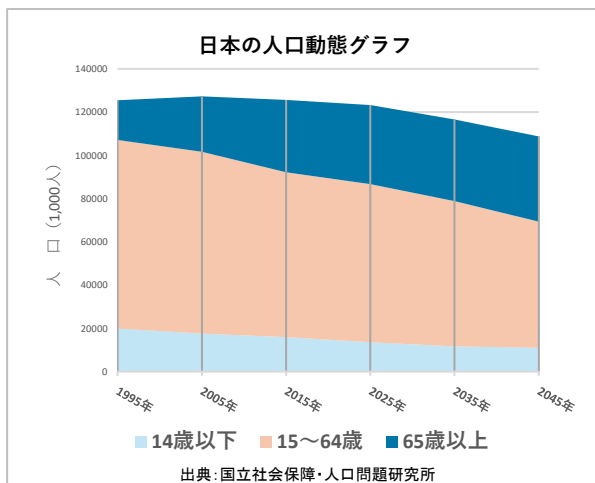
観光産業は世界的にみても拡大基調であり、人口減少・高齢化が進む日本でも成長期待が寄せられています。

(1) 社会環境

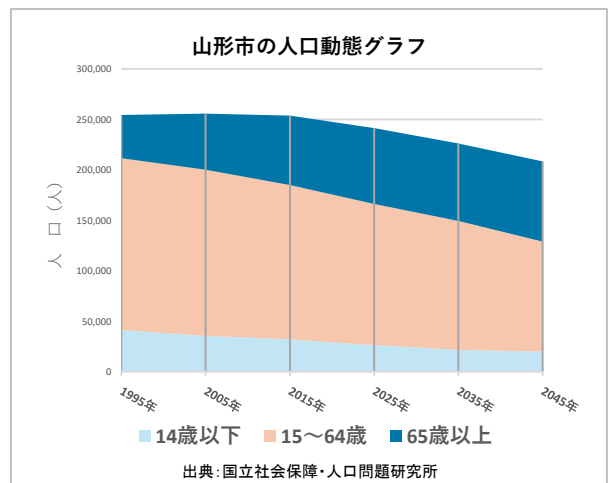
- ・ 日本では人口減少と高齢化により生産年齢人口が減少し、産業全般で人手不足が常態化している。
- ・ その対応として、省人化投資やデジタル化、付加価値向上や海外需要の獲得が課題となる。
- ・ 山形市でも地域資源を生かした高付加価値化や外部需要の獲得が今まで以上に重要になっている。

日本では人口減少と少子高齢化が進行し、国内市場の縮小が産業全般に影響を及ぼしています。こうした状況の中では、量的な拡大に依存するのではなく、地域資源を生かした高付加価値化や、国内外からの消費を取り込む取り組みが重要となっています。観光分野は、地域の魅力を発信し、交流人口を拡大することで国内外からの消費を呼び込む産業として、その役割が高まっています。

山形市においても人口減少と高齢化が進む中、地域経済の持続性を確保するためには、地域資源を活用した観光の推進が求められています。自然、歴史、文化、食などの魅力を磨き上げ、来訪者の満足度向上につなげることが重要です。そのため、観光の質を高め、山形市の魅力を分かりやすく伝えるための拠点機能が必要と考えられます。



※2020年までの実績値をもとに、2020年10月1日現在の男女別年齢各歳別人口(総人口)を基準人口として、2021年から2070年までの人口について推計



※令和2(2020)年の国勢調査を基に、令和32(2050)年までの5年ごと30年間について、男女・5歳階級別に推計

(2) 観光旅行市場

- ・ 世界的に観光旅行市場は拡大基調。
- ・ 訪日外国人旅行者数と観光消費は回復・成長し、日本の観光市場は拡大局面にある。
- ・ 訪日旅行は訪問地域の偏りや消費内容のから偏りがみられ、その是正が課題。

UN Tourism(国連世界観光機関)によると、2024年の国際観光客数は約14億人に回復し、パンデミック前の2019年とほぼ同水準に戻ったとされています。2025年以降はこれを上回る成長が見込まれており、世界の旅行市場は、拡大する需要を各国が競って獲得する段階に入っています。

観光庁やJNTO(日本政府観光局)の統計によると、訪日外国人旅行者数はコロナ禍から急速に回復し、近年は過去最高水準を更新するなど、日本の観光旅行市場は成長を続けています。

政府は観光を経済成長と地方活性化の重要な柱と位置付け、2030年に向けた受入環境整備や地方送客の促進を進めています。一方、訪問地域や消費内容が一部に偏る傾向が指摘されており、訪問地の拡大や消費の幅を広げることが今後の課題とされています。

山形市の観光の現状と課題 概略

山形市の観光産業はインバウンド中心に拡大基調であり、観光案内所の利用も増加しています。しかしながら、山形らしさの表現、発信や、さらなる地域との連携の余地があり、山形市の観光の中核拠点として人材育成をはじめ発展的な役割を担うことが期待されています。

(1) 山形市の観光の現状

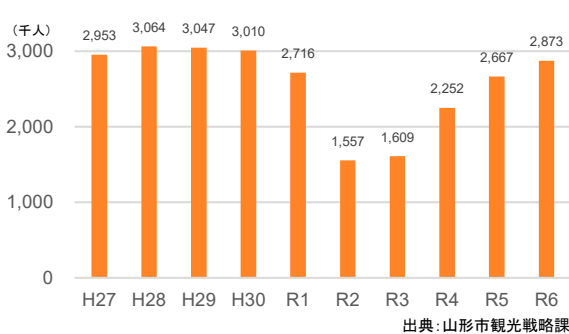
- ・ 国内の観光客数は回復傾向。インバウンドは令和6年度に最大値を更新。
- ・ 国内旅行の誘客と共に、国内市場の減少に伴うインバウンド誘客の重要度が増加。
- ・ ピーク期に偏らない通年型の魅力や滞在価値の発信に課題。

山形市の観光客入込数を見ると、国内観光客は令和元年まで減少傾向にあったものの、令和6年にはコロナ禍前を上回り、着実な回復を示しています。

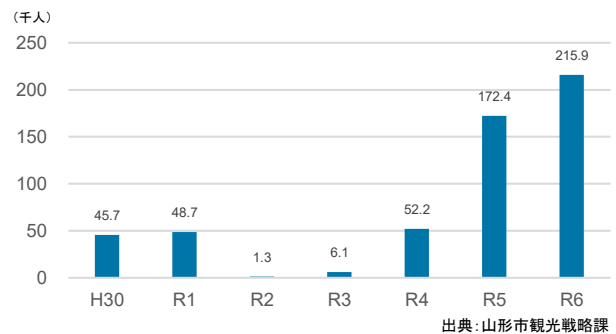
一方、日本全体で人口減少が進み国内市場の縮小が見込まれる中、訪日外国人観光客の重要性は一層高まっています。令和6年度の訪日外国人入込数はコロナ禍前の4倍超、前年度比でも1.25倍と過去最大を更新しており、長い滞在日数や高い観光消費による地域経済への波及効果が期待されます。

しかし、山形市では外国人観光客の来訪が冬季に集中し、年間の約6割が積雪期に訪れているほか、宿泊を伴わずに次の目的地へ移動する来訪者も多い状況です。今後は国内観光客の誘客を継続しつつ、訪日外国人に対して通年で楽しめる魅力や滞在価値を発信し、冬季以外の誘客と滞在促進を図ることが重要です。

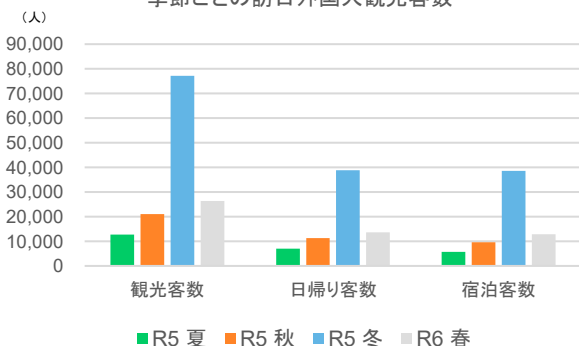
山形市の観光客入込数の推移(延数)



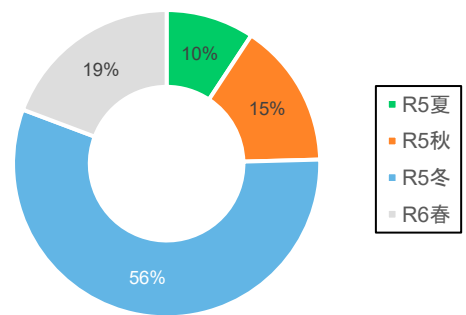
外国人観光客入込数の推移(延数)



季節ごとの訪日外国人観光客数



季節ごとの訪日外国人観光客数割合

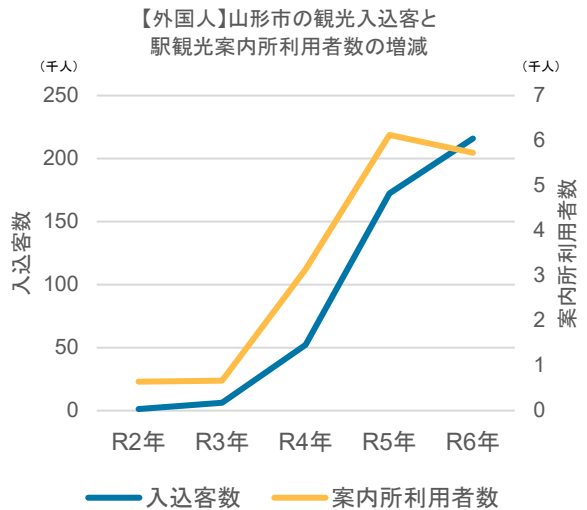
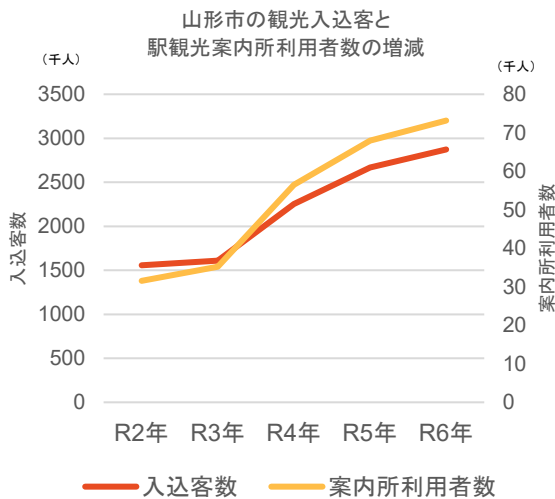


(2) 観光案内所の利用状況

- ・ 国内観光客の増加に伴い観光案内所の利用も増加傾向。
- ・ 訪日外国人の観光案内所の利用も増えているが、利用率は低い状況にある。
- ・ これまで以上に多様な国の観光客への対応が求められる。

観光入込客数の増加と比例して観光案内所の利用も拡大する傾向にあります。しかしながら、入込数の増加に追いつくだけの利用拡大は見られず、利用率も低くとどまっています。観光案内所の機能の高度化を図るなどして、観光案内所でしかできない体験やリアルタイムな情報を提供することで、利用の拡大が期待されるものと考えます。

また、山形市の国別の訪問客数比率をみると、令和元年までは台湾からの来訪者が70～80%を占めていましたが、近年では他のアジア諸国や欧米からの訪日外国人が増加傾向にあり、これまで以上に多様な国への対応が求められます。



村山地区の国別外国人訪問客数

| | 台湾 | 韓国 | 香港 | 中国 | アメリカ | オーストラリア | タイ | シンガポール | マレーシア | 欧州 | その他 | 合計 |
|-----|---------|--------|--------|--------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|
| H30 | 86,666 | 6,200 | 7,478 | 9,015 | 2,915 | 2,577 | 6,447 | 3,025 | 1,183 | 0 | 12,422 | 137,928 |
| R1 | 159,875 | 5,197 | 14,281 | 13,239 | 3,287 | 2,508 | 15,197 | 4,638 | 2,859 | 0 | 14,593 | 235,674 |
| R2 | 54,181 | 919 | 8,643 | 5,423 | 1,131 | 1,700 | 8,606 | 1,269 | 1,289 | 0 | 5,895 | 89,056 |
| R3 | 1,167 | 395 | 39 | 2,241 | 1,281 | 228 | 195 | 125 | 60 | 1,567 | 3,965 | 11,263 |
| R4 | 4,814 | 2,082 | 3,609 | 5,289 | 2,107 | 763 | 4,284 | 2,470 | 1,578 | 2,014 | 11,904 | 40,914 |
| R5 | 128,933 | 7,803 | 17,430 | 16,788 | 8,635 | 4,844 | 15,511 | 8,859 | 10,022 | 7,421 | 26,424 | 252,670 |
| R6 | 208,956 | 11,555 | 21,574 | 26,333 | 11,867 | 6,519 | 14,079 | 9,407 | 8,406 | 10,785 | 38,100 | 367,581 |

出典：山形県観光者数調査

(3) 観光案内所関連施設の状況

- ・ 駅周辺に主体の異なる観光案内施設が複数存在している。
- ・ 違いの明確化と、提供情報の連携により利便性が向上すると考察される。

山形駅構内や周辺エリアには、市が設置する観光案内所が2か所と、県が設置する案内所が1か所あります。その他に、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。類似の観光案内施設が複数設置されている状況のため、それぞれの違いを明確にするとともに、提供情報の連携を行うことで、利便性を高めると考えます。

■山形市観光案内センター



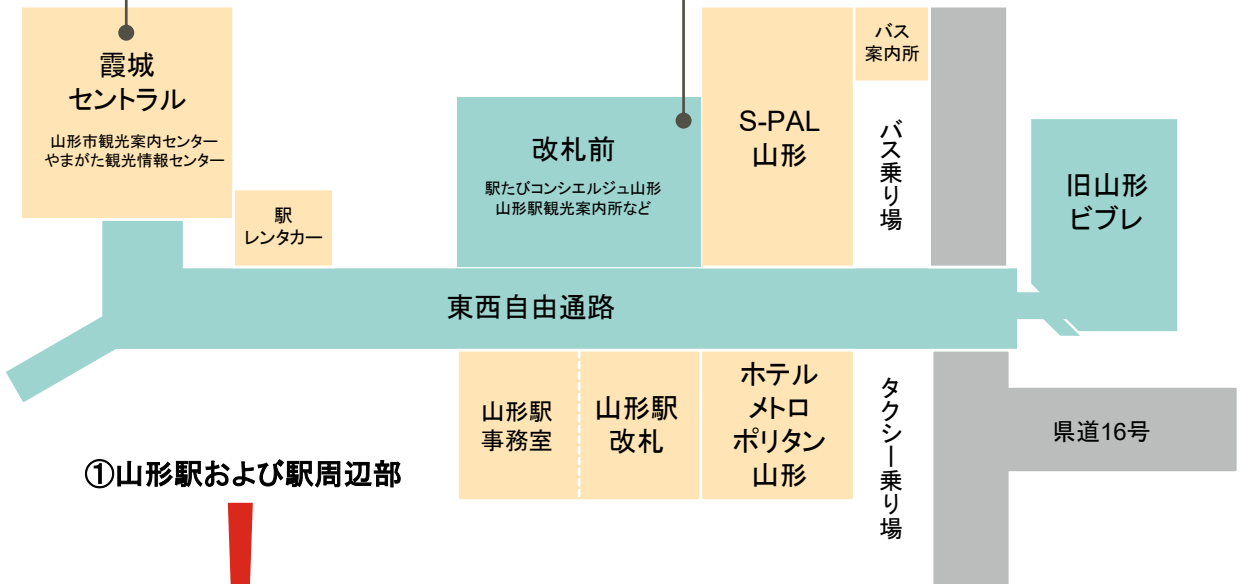
■やまがた観光情報センター



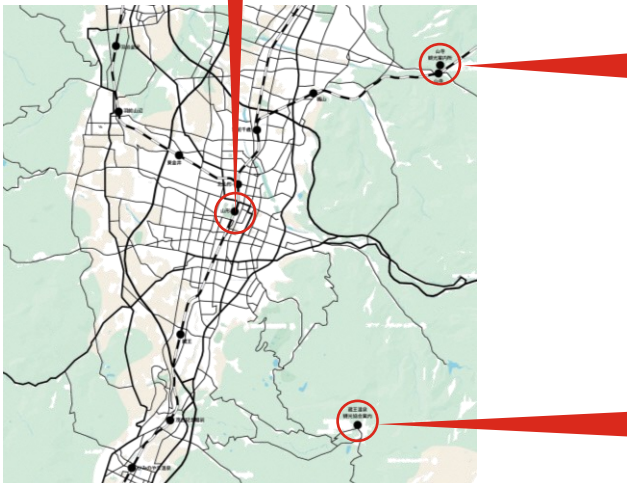
■駅たびコンシェルジュ山形



■山形駅観光案内所



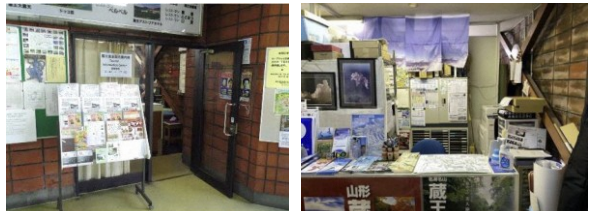
①山形駅および駅周辺部



②山寺観光案内所



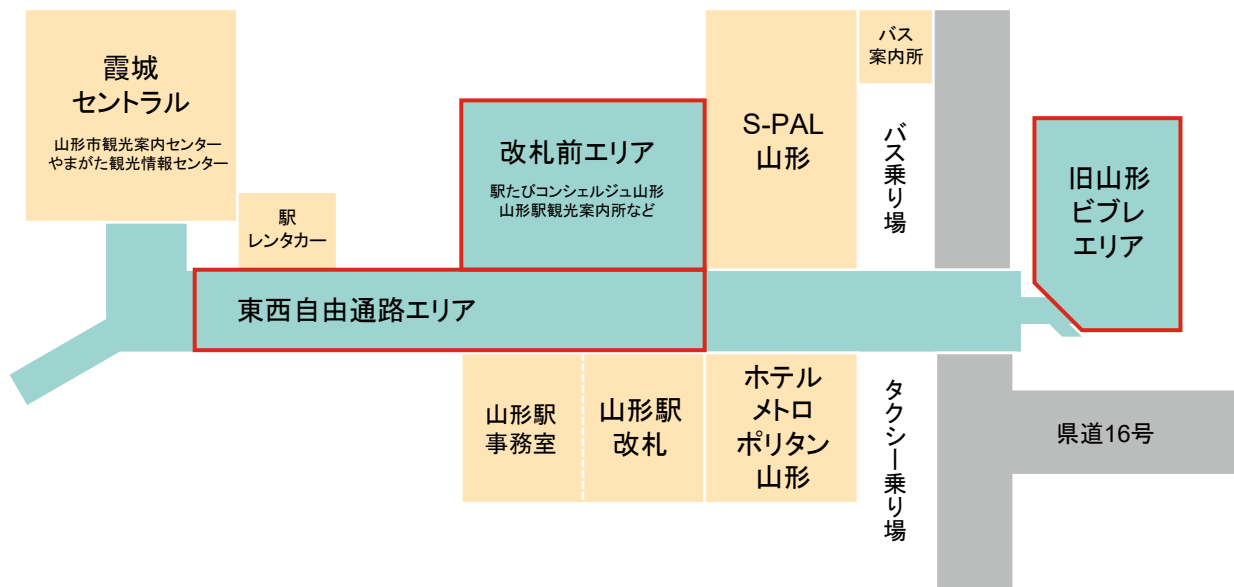
③蔵王温泉観光協会案内所



(4) エリア特性の把握

- ・ 改札前エリアは在来線と新幹線の改札の正面にあり、視認性が高いエリア。
- ・ 東西自由通路エリアは、多数の往来があり情報発信拠点として機能しているエリア。
- ・ 旧山形ビブレエリアは、まちとの結節点となる立地にあり「まちの玄関口」になることが期待されるエリア。

今回の計画の対象となる山形駅前には、改札前エリア、東西自由通路エリア、旧山形ビブレエリアの大きく三つのエリアがあります。それぞれの特性を以下に示します。各エリアの特性を活かしつつ、相乗効果を引き出すことが必要です。



| | | |
|-----------|------|--|
| 改札前エリア | 主な設備 | 駅待合所、観光案内所、おみやげ販売、忘れものセンター、お手洗いなど |
| | 特性 | 電車の改札正面にあり目に留まりやすい。観光案内所も併設するが、現時点は待合機能を主として、それを補完するお手洗いや、おみやげ販売がエリア内に併設されている。ホテルや商業施設、みどりの窓口と近接。 |
| | 展望 | 改札前エリアには駅待合所と観光案内所が設置されています。山形駅改札前という立地から来訪者の目に留まりやすい一方で、規模が小さく、多様なニーズに十分対応できていない現状です。待合所としての機能は残しつつ、改札前エリアにふさわしい観光関連の機能を加えることが期待されます。 |
| 東西自由通路エリア | 主な設備 | 掲示板、イベントスペース、コインロッカーなど |
| | 特性 | 山形駅を東西につなぐ通路。市内に向かう際に通るため、多くの人が通行する。催事情報の掲出や、イベントの実施がなされ、情報拠点としての性質を有している。 |
| | 展望 | 来訪者が市内に向かうために必ず利用する通路であり、不定期でイベントなども実施されています。東西自由通路エリアがより一層賑やかになることにより、山形駅西口から東口までが有機的につながり、駅全体が、地域住民、観光事業者にも価値を感じられる場所になります。 |
| 旧山形ビブレエリア | 主な設備 | 現時点でなし。将来的にはホテルが併設される見込み。 |
| | 特性 | 山形駅とペDESTリアンデッキで直接接続する。周辺エリアは繁華街であり活気を有する。山形駅東口にはバス乗り場や、タクシー乗り場があり、市内主要観光地との結節点に位置する。 |
| | 展望 | 山形観光の結節点といえるエリアです。しかしながら、山形らしさが十分に表現されておらず、一般的なロータリーに留まっています。センスオブウエルカム(歓迎の気持ち・受け入れられているという感覚)の視点でもって、山形への興味喚起をはかる場所になることが期待されます。 |

(5) 観光および観光案内に対する意見

- ・ 駅周辺に観光案内所はあるが、観光拠点性を持っておらず山形らしさの訴求も弱い。
- ・ 観光と地域住民との接点が薄く、地域課題への関与が必要。
- ・ 観光人材が足りておらず、働きがいや教育環境の充実が必要。

基本構想では、山形の観光案内に関して、主に3つの観点で課題が指摘されました。一つ目は駅周辺での観光コンテンツの不足や観光関連サービスが不足しているという指摘。二つ目は、観光が地域課題に貢献する必要があるという指摘。三つ目は、観光人材の育成および案内人員の高度化が不足しているという指摘がありました。

基本構想にて示された観光案内所のあり方を考えるポイント

① 山形の魅力を体験できるサービス・設備

- ・ 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。

② 温泉を切り口とした広域観光の推進

- ・ 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、温泉は取り組みやすいのではないかと。

③ 駅周辺での滞在場所や山形を体験できる施設

- ・ 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。
- ・ 山形駅周辺に常時、花笠踊りの体験や芋煮を味わえる場所が少ない。

④ 郷土愛の醸成

- ・ 地域住民、高校生等も地元山形のことを知らない、魅力に気付けていない。
- ・ 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。

⑤ 地域の課題解決に向けた拠点づくり

- ・ 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。

⑥ 観光人材の不足と育成

- ・ 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。携わることにより学びを得られる。

⑦ スタッフの働きがいや教育環境の整備

- ・ 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。

⑧ 駅周辺における観光関係施設の混在および連携体制

- ・ 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。

マーケティング視点での役割や意義 概略

「日本一の観光案内所」は、単なる情報発信拠点ではなく、地域の活性化と持続可能な観光振興をけん引する中心的な役割を担い、インナー・アウトターの両方に対するブランディング拠点と開発拠点としての役割を担います。

(1) マーケティングを踏まえた「日本一の観光案内所」の役割

観光マーケティングを踏まえると、「日本一の観光案内所」には主に3つの役割があると考えられます。

一つ目は地域内(インナー)に向けたブランディング拠点としての性質です。地域内に対して観光の魅力や価値を伝えることで、協力体制や人材確保を行い事業の持続可能性を高めます。

そして、二つ目が地域外(アウトター)への目線です。外に対して山形の旅行の独自性と魅力を訴求することで集客をはかります。

最後が開発拠点としての性質です。既存の観光資源に頼るだけでなく、新しい魅力を開発し続けることで山形市の観光産業の持続可能性を高めます。

山形市の観光をとりまく環境

| | |
|------|---|
| 内部環境 | <ul style="list-style-type: none">地域の持続的発展において観光産業の重要度がこれまで以上に高まる。少子高齢化や東京一極集中にともなう次世代人材の不足。観光事業者および地域住民と観光案内所の関係性が希薄。情報面や人材面、組織面で様々な事業者との連携が進んでいない。 |
| 外部環境 | <ul style="list-style-type: none">少子高齢化などの国内市場の変化・縮小。インバウンド旅行者の増加によるマーケットニーズの変化。消費者の旅行経験の習熟にともなうニーズの多様化。国内外観光地の差別化競争の激化。 |

「日本一の観光案内所」の三つの役割

① 山形観光のインナーブランディング拠点

山形市の観光産業の持続可能性を高めるために、観光の魅力を地域内に伝えるインナーブランディングが必要不可欠です。これにより、観光産業に関心を集め、投資の獲得、人材確保が可能になります。

② 山形観光のアウトターブランディング拠点

観光集客の実現には山形を選んでもらうことが必要です。他エリアとの差別化を意識した山形ならではのポジションを発信するとともに、山形各地の魅力の訴求から山形市を起点とした回遊を獲得する拠点になります。

③ 山形観光の新しい魅力を開発しつづける開発拠点

山形市の観光産業を成長させるには、新しい魅力を作り続けることが肝要です。地域の人々との共創拠点となり、山形の新しい魅力を発掘・創造する拠点となります。

広域連携視点での役割や意義 概略

「日本一の観光案内所」は、観光産業のハブとなって地域をつなぎ、ゲートウェイとなって送客を担います。山形全域への観光送客や回遊の実現に向け、観光地のネットワークを強化し、旅程をコーディネートする役割を果たすことで、観光客の滞在時間の増加と地域経済への貢献を図ります。

(1) 周辺施設や市内外の観光地との連携や発展に向けた役割や意義

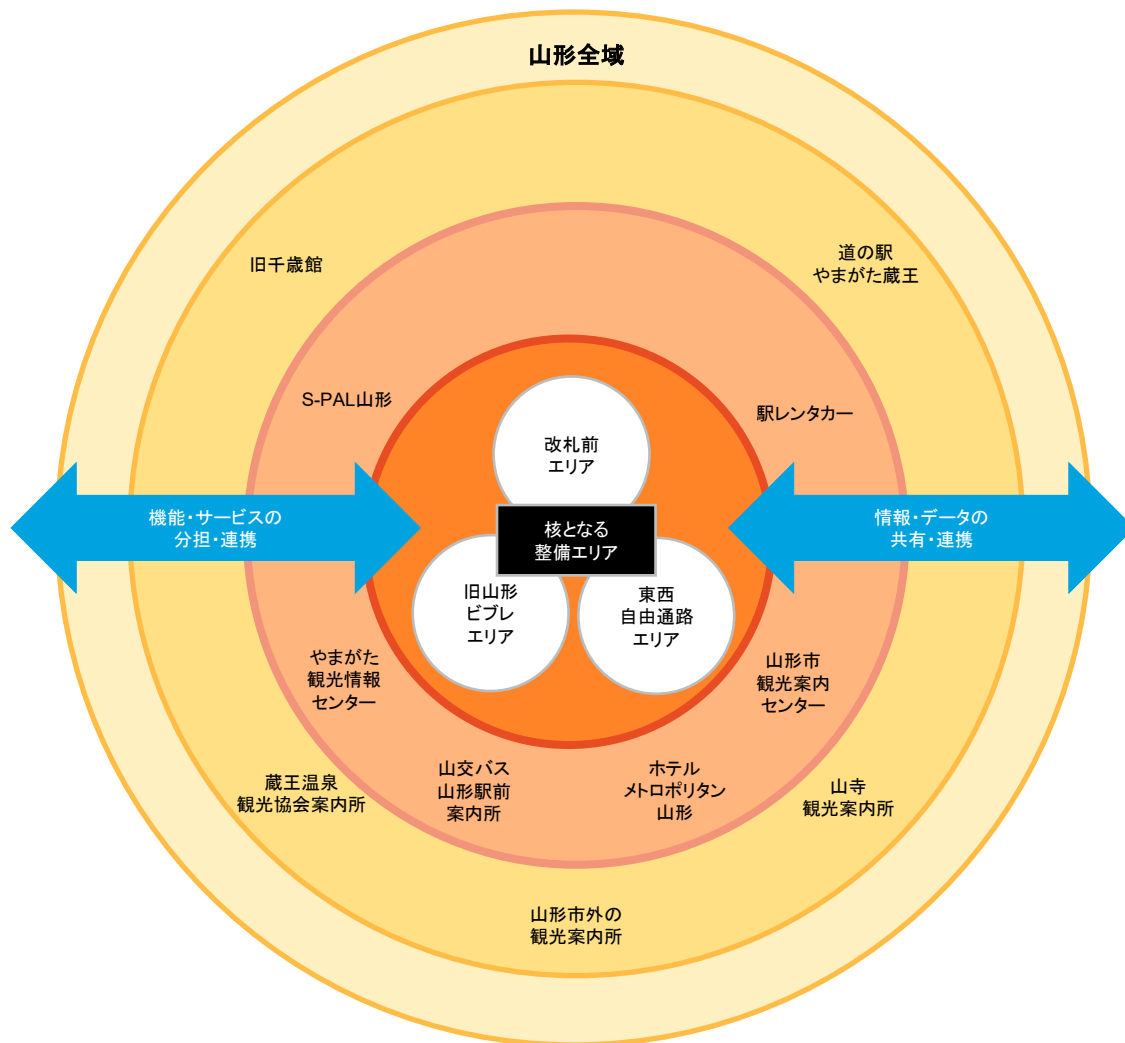
- ・ 駅周辺や市内外の観光地とともに、山形の観光をリードし観光産業の底上げをはかります。

「日本一の観光案内所」を訪れる来訪者に対し、「改札前エリア」、「東西自由通路エリア」、「旧山形ビブレエリア」の3エリア一体となり、ワンストップで観光案内や、様々な機能・サービスをシームレスに提供可能な観光案内所体制を構築します。また、「日本一の観光案内所」を中心に駅周辺の各施設や市内外の観光地と幅広く連携する体制を構築し、質の高い観光案内やサービスを提供することで、各地域への送客や回遊性、消費額、そして山形における旅の満足度の向上に貢献することを目指します。

(2) 広域的な観光振興における役割や意義

- ・ 観光地との連携で得られた知見を広域に展開し、山形の観光産業の新しい可能性を切り開きます。

「日本一の観光案内所」で育まれたネットワークや知見を広域に展開します。新しい旅行商品の開発等により山形の新しい魅力を掘り起こし、送客や回遊の促進、滞在時間や消費額の増加を図り、山形の観光産業の拡大を図ります。



まちづくり視点での役割や意義 概略

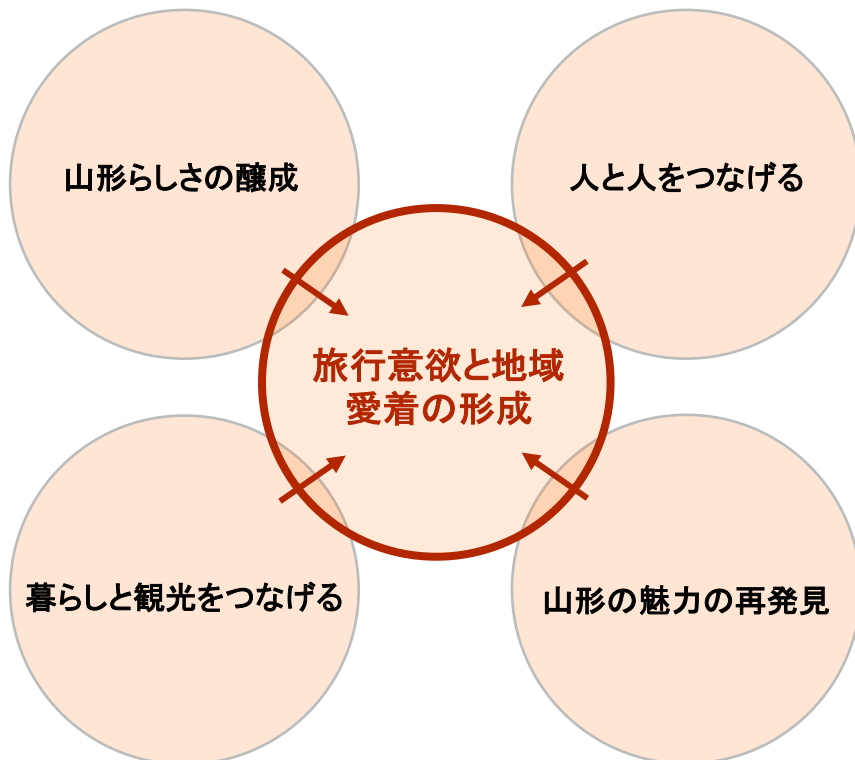
「日本一の観光案内所」は、山形らしさを表現、発信する拠点となって、山形駅前を彩ります。山形らしさの訴求は、来訪者の旅の高揚感を刺激し、回遊意欲や消費意欲を高めるとともに、地域住民の地域への愛着を育みます。

(1) 駅周辺や市街地の活性化などにむけた役割や意義

- 山形らしさを駅前に醸し出し、旅行意欲を高め回遊を促進するとともに、地域愛着形成の拠点となる。

山形駅前は山形の玄関口でありながら、山形の魅力の訴求が足りないと言われています。「日本一の観光案内所」は、山形らしさを表現、発信する拠点となり、観光客はもとより地域住民に山形の魅力を訴求します。それにより、観光客は回遊し、地域住民は地元再発見からなる地域愛着の形成へとつなげます。

| 項目 | 内容 |
|-------------|---|
| 山形らしさの醸成 | 山形駅前は、山形観光の玄関口でありながら、山形らしさの表現が十分ではありません。「日本一の観光案内所」は山形の「顔」となり、山形らしさを観光客と地域住民の双方に訴求することで、観光客の満足感と地域住民の愛着を高めます。 |
| 暮らしと観光をつなげる | 地域住民にとって観光は必ずしも身近なものではありません。「日本一の観光案内所」は地域住民も気軽に利用・活用できる場所となることで、暮らしと観光をつなげ、地域一体となった観光まちづくりを推進します。 |
| 山形の魅力の再発見 | 山形の魅力は「ひと」であり、その「ひと」が紡いできた文化や歴史、日々の「暮らし」にあります。観光を通して山形の暮らしの魅力を発信することで、山形への愛着を地域内外に形成します。 |
| 人と人をつなげる | 山形にはユニークな人たちが、その人々によるユニークな活動があります。「日本一の観光案内所」は人と人、活動と活動をつなげるハブとなり、その相乗効果を作り出すことで、地域の活気を育みます。 |



「日本一の観光案内所」の基本的な考え方

社会情勢等 概略

観光産業は世界的にみても拡大基調であり、人口減少・高齢化下にある日本でも成長期待が寄せられています。

山形市の観光の現状と課題 概略

山形の観光産業はインバウンド中心に拡大基調であり、観光案内所の利用も増加しています。しかしながら、山形らしさの表現、発信や、さらなる地域との連携の余地があり、山形の観光の中核拠点として人材育成をはじめ発展的な役割を担うことが期待されています。

マーケティング視点での役割や意義 概略

「日本一の観光案内所」は、単なる情報発信拠点ではなく、地域の活性化と持続可能な観光振興をけん引する中心的な役割を担い、インナー・アウターの両方に対するブランディング拠点と開発拠点としての役割を担います。

広域連携視点での役割や意義 概略

「日本一の観光案内所」は、観光産業のハブとなって地域をつなぎ、ゲートウェイとなって送客を担います。山形全域への観光送客や回遊の実現に向け、観光地のネットワークを強化し、旅程をコーディネートする役割を果たすことで、観光客の滞在時間の増加と地域経済への貢献を図ります。

まちづくり視点での役割や意義 概略

「日本一の観光案内所」は、山形らしさを表現、発信する拠点となって、山形駅前を彩ります。山形らしさの訴求は、来訪者の旅の高揚感を刺激し、回遊意欲や消費意欲を高めるとともに、地域住民の地域への愛着を育みます。



- ・日本一の観光案内所は、単なる情報提供の場ではなく、山形の観光の価値を創り、つなぎ、育てる中核拠点になります。
- ・地域事業者や住民との共創を軸に、点在する観光資源や機能を結び付け、相乗効果を生み出すことで山形全体のブランド力を高めます。
- ・また、山形駅前の立地を活かし、山形市を起点にした広域観光への送客を担う中核として機能するとともに、人材育成や山形の新しい魅力の開発を通じて観光の持続可能性とまちの活力向上に貢献します。

第2章「日本一の観光案内所」の基本的な考え方」のまとめ

日本一の観光案内所は、単なる情報提供の場ではなく、山形観光の価値を創り、つなぎ、育てる中核拠点になります。地域事業者や住民との共創を軸に、点在する観光資源や機能を結び付け、相乗効果を生み出すことで山形全体のブランド力を高めます。また山形駅前の立地を活かし、広域観光への送客を担うハブとして機能するとともに、人材育成やブランド開発を通じて観光の持続可能性とまちの活力向上に貢献します。

(1) 施設コンセプト

暮らしと観光をつなぎ新しい観光を創造する “やまがた観光イノベーションハブ”

山形の暮らしに息づく魅力を観光へつなぐ場所。ここは、訪れる人と地域、事業者と住民が自然に出会い、新しい物語が生まれる共創型交流拠点です。点在する資源や想いを結び、山形駅前から県内各地へ人の流れを育てながら、山形らしいブランドとまちの賑わいを地域住民とともに育てる拠点になります。

(2) 施設目標

「暮らしと観光がつながる」掲げる「日本一の観光案内所」では、観光客と地域住民が集う魅力的な場づくりが重要であると考えます。また、その人たちに山形の魅力を伝え、送客や回遊を促進し、さらに、地域の魅力の探究を行う観光文化探究により、新しい観光の創造が実現すると考えます。

以上から、「日本一の観光案内所」では、〈施設集客〉、〈送客回遊〉、〈観光文化探究〉の3つを施設目標ととらえ整備を行います。また、8つの重点テーマを視野に入れながら、それぞれの目標の実現を図ります。

① 〈施設集客〉 案内所自体への集客

人が集い交流することによって、暮らしと観光のつながりが生まれ、新しい観光の創造が実現します。したがって、「日本一の観光案内所」の最も重要な機能は集客であると考え、目的地であり居場所となることを目指します。

8つの重点テーマとの対応

- ・ 地域の魅力を体感できる案内所づくり
- ・ 長く滞在したくなる居心地のよい案内所

② 〈送客回遊〉 送客回遊の促進

山形の観光を振興するためには、山形の各地に訪れてもらい、その魅力に実際に触れてもらうことが重要です。このため、「日本一の観光案内所」は山形市を起点にした送客回遊の促進を施設目標として持ち、地域に関する情報提供とともに、送客回遊を促すサービスの提供を行います。

8つの重点テーマとの対応

- ・ 温泉に行きたくなる仕掛けや体験
- ・ 地元を再発見できる情報提供
- ・ 山形に長く滞在したくなる情報提供

③ 〈観光文化探究〉 山形観光の探究

地域の様々な人とともに観光のあり方を探究することで、新しい観光が創造されると考えます。このため「日本一の観光案内所」では、観光の探究や深耕を施設目標として持ち、地域の魅力を再発見し、次世代の観光を育む役割を担います。

8つの重点テーマとの対応

- ・ 若者との共創で次世代の観光人材を作る
- ・ 山形の観光を活性化するために、わくわく働ける観光産業のありかたを構築
- ・ 地域の事業者や人たちとつながり、あたらしい観光のありかたを研究
- ・ 観光文化の活性化にむけて、地域のチャレンジを応援する場になる

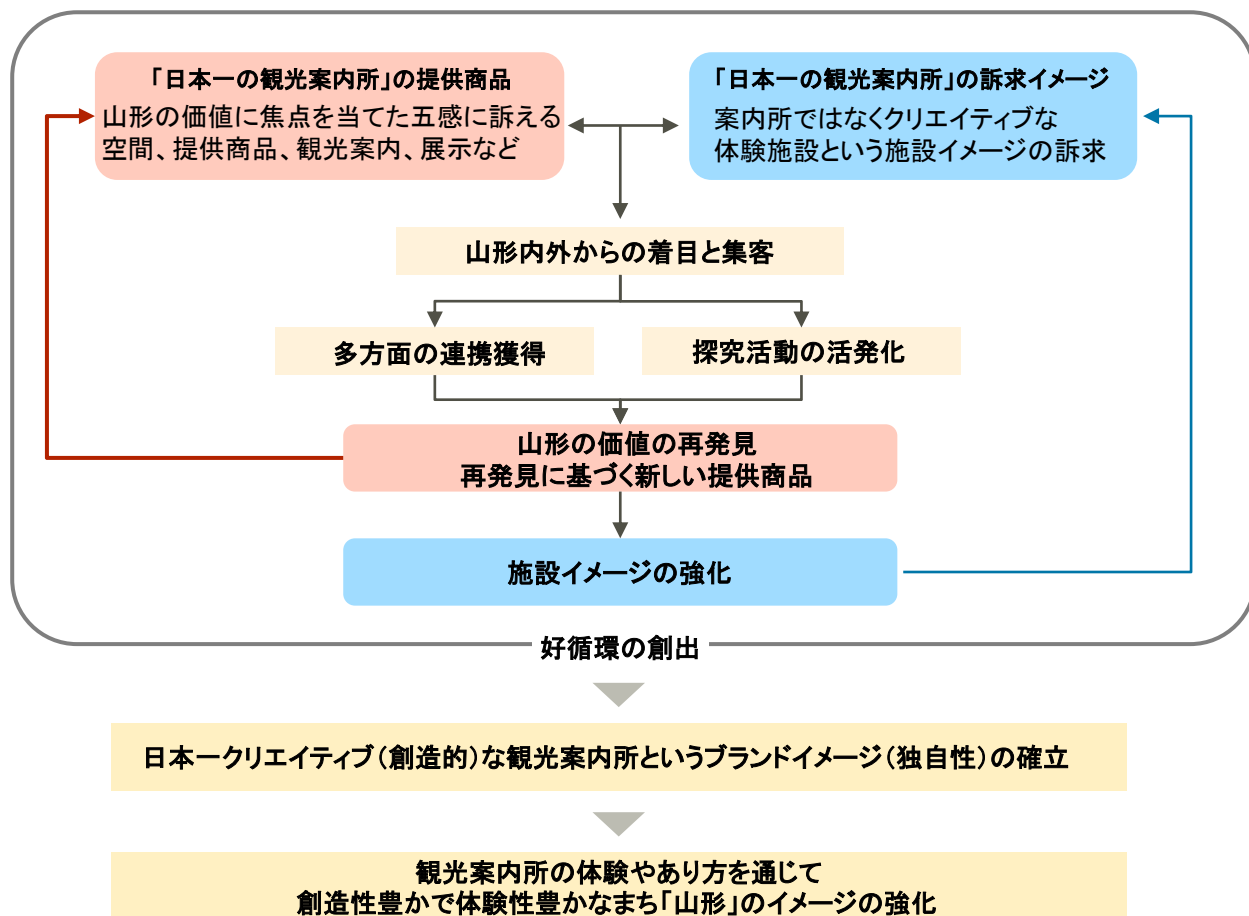
(3) ブランド戦略

「日本一の観光案内所」は、従来の「情報を提供する観光案内所」ではなく、それ自体が訪問目的となり、人が滞在し関係性を育む観光案内所を目指します。このため、情報案内拠点ではなく、体験施設としてのブランド獲得を目指し、体験型の事業展開とその訴求を行います。

また、「日本一の観光案内所」であり続けるには、地域内外の関係者とともに山形の価値を探究し続け、時代に合わせた情報や体験を提供することが必要不可欠です。このため日本一「連携」と「探究」が活発な案内所、すなわち日本一クリエイティブ(創造的)な観光案内所という独自性の獲得を目指します。

クリエイティブなブランドイメージを訴求することで、内外からの注目を引き寄せ、「連携」と「探究」の活動を活性化させます。「連携」と「探究」の活性化は、クリエイティブなイメージをさらに拡大する好循環のループを創出し、「日本一の観光案内所」のブランドを強化します。

さらに、「日本一の観光案内所」は山形に新しいブランドを付与する拠点でもあります。本施設を通じて体験性の豊かさや、クリエイティブなイメージを山形に付与することを目指します。



提供価値の基本的な方向性

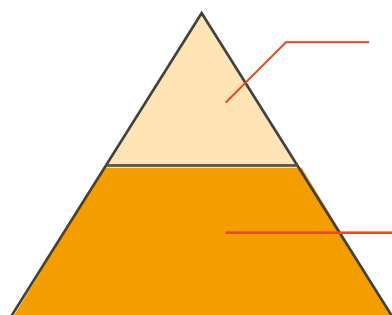
目的地となる案内所づくり、価値創出を行う案内所づくり。

「日本一の観光案内所」自体が目的地となることを目指し、市民・事業者・来訪者それぞれに高付加価値な体験の提供を行うことを目指します。また新しい価値創出に焦点を当てた事業構築を行います。

(1) ターゲットの考え方

「日本一の観光案内所」においては、基本構想に示されたとおり、市民・事業者・来訪者の利用を想定します。そのうえで、提供サービスの質的向上を図るため、中心となるターゲット像を明確に設定し、サービス内容や運営手法の検証・改善を行うものとします。

「日本一の観光案内所」は、広く開かれた場でありつつも、山形の観光をけん引する先進性も求められることから、観光に対する意欲や感度が高く、新たな価値創出に積極的な市民、事業者及び来訪者をリードターゲットとして位置付け、当該層から支持される施設整備及び運営を推進していきます。



リードターゲットとは

規模自体は大きくないが市場をリードする顧客層であり発信力が強い。施設に先進性を付加し、ブランディングを加速するのに重要なターゲット。

ボリュームターゲットとは

リードターゲットが良いと認めた商品やサービスを好む層。安定志向。ボリュームが大きく事業を成立させるのに重要なターゲット。

■日本一の観光案内所のリードターゲット

一般的な観光では物足りないと感じる「探究型観光客」を中心に据えることで、常に一步先の観光ニーズを捉え、新しい商品や体験を生み出し続ける体制を強化します。また、地域で活動するクリエイティブ層(デザイナーやアーティスト、スタートアップ事業者など、企画や発信に携わる人たち)に支持される場を目指すことで、先進性とセンスを施設イメージに付与します。これらにより、ボリュームターゲットの獲得を進めます。

■日本一の観光案内所のボリュームターゲット

定番の旅行を求める「確認型観光客」をボリュームターゲットに設定し、そのニーズに応える商品やサービスを充実させます。また、拠点が成長し続けるためには、新しい人たちが関わり続けることが不可欠です。そのため、地域の中でも特に若者に選ばれる場づくりを進めます。若者の利用や参加を増やすことで、活気と変化のある場づくりへとつなげていきます。

(2) 事業構築指針

〈施設集客〉、〈送客回遊〉、〈観光文化探究〉という3つの施設目標を実現するため以下のとおり事業構築の指針を整理をします。

■施設集客に関する事業構築指針

その場で過ごす時間そのものが来訪目的となるような滞在価値の高い施設を目指します。それにより、多様な活動や交流を育み、活発な消費行動へとつなげます。

① 山形らしい時間の質にこだわる。

山形らしい「感度」を内外の目線で探り、その目線で施設の質をデザインします。プログラム、音楽、空間、会話、商材、すべてに山形の感性を込めていきます。

② 食で豊かな時間を作り出す。

滞在価値を創るために、空間の魅力と飲食の魅力にこだわります。飲食とともにある豊かな交流の時間が最大の魅力となるような場を目指します。

③ 地元が集う場に観光客は集う。地元で愛される場所になる。

地域住民の信頼と賑わいが観光客を呼び込み、交流の醍醐味を生むことから、地元客に愛される場づくりを大切にします。

■送客回遊に関する事業構築指針

本事業では、情報発信から旅行商品販売、アクセス案内までを一体的に提供する体制を構築し、関心を行動へとつなげます。

① 山形の魅力を体験型で発信

飲食・物販を起点とした体験型の観光案内や、体験型の展示などを通じて山形の新しい魅力に出会える機会を創出し、山形市を起点とした送客回遊を促進します。

② ここにしかない旅行商品・サービスの提供

観光案内所限定の旅行商品や体験プログラムを企画・開発し、ここでしか申し込めない特別なコンテンツとして提供します。

③ 二次交通の充実

バスやタクシー、レンタサイクル等の移動手段をわかりやすく整理・提供します。観光案内と一体的に交通情報の提供や利用支援を行うことで、興味喚起にとどめず、具体的な移動や周遊行動へとつなげます。

■観光文化探究に関する事業構築指針

観光案内所および観光産業全体のイメージ向上と魅力発信の強化を図り、若者をはじめとする地域住民の観光への参画意識を広げます。

① 山形のデザイン・ブランディング拠点機能

山形に必要なのは、「量」ではなく「質」を高めることです。案内所で提供する体験や商品を質の視点で丁寧に設計することで、山形の持つ価値を分かりやすく伝え、地域ブランドの形成につなげます。

② クリエイティブ事業者との共創で未来創出

市内のクリエイティブ系事業者や地域の若者との共創で観光案内所における体験設計や商品開発を推進します。これにより、次世代の観光分野をけん引する人材の育成に取り組みます。

③ 地域連携と有識者連携によるブランドマネジメント

地域の有識者に加え、デザインやブランド分野の専門家と連携をおこない、山形の質にふさわしい体験の設計や商品の選定を行います。

ゾーニングの基本的な考え方

山形駅まわり全体を舞台とする。

「日本一の観光案内所」は、改札前エリア、東西自由通路エリア、旧山形ビブレエリアの3つを主な事業エリアとしますが、そこに留まるものではなく、山形駅全体及びその周辺を活動の舞台として、そこにある地域の資源を最大限活用して事業を推進します。

(1) エリア展開の考え方

3つのエリアはそれぞれの役割を担いながらもあくまで一体的なものとして運用。

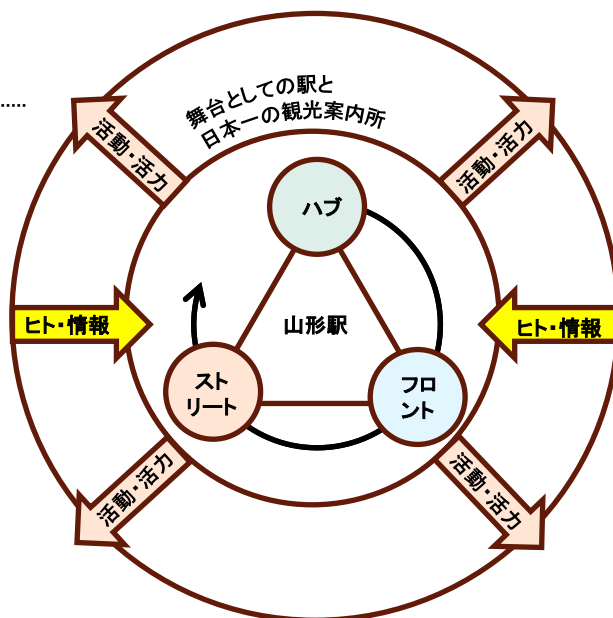
「日本一の観光案内所」には、改札前エリア、東西自由通路エリア、旧山形ビブレエリアの3つがあります。それぞれの特性にあわせた事業展開を行いながらも、一体的なものとして運用し、市民、事業者、来訪者にとっての価値のある場所となり、山形観光の魅力を磨き上げる拠点になります。

| | |
|---|---------|
| 改札前エリア | 山形フロント |
| <p>“イマ”が変わる、旅のフロントラウンジ 山形駅改札前に位置し、到着時と帰る直前の「イマ」に定める拠点です。到着時の困りごと解決や、帰りの新幹線で楽しめる商品を提供し、旅の期待と余韻を高めます。また、待ち時間を過ごす地域の人々が観光に触れ、山形への関心を深める場にもなります。</p> | |
| 東西自由通路エリア | 山形ストリート |
| <p>山形の現在がわかる、メディアストリート 往来の多い東西自由通路エリアは、地域のメディアストリートになります。山形花笠まつりやドキュメンタリー映画祭、さくらんぼの収穫期など、山形の多種多様なイベントや出来事に応じてストリートの様相をかえ、観光客や地域の人たちに山形の現在を伝える活気ある場所となります。</p> | |
| 旧山形ビブレエリア | 山形ハブ |
| <p>クリエイティブに編集された山形の魅力に触れる拠点 山形観光のハブ機能を担い、地元住民と観光客が分け隔てなく交流できる場を形成します。山形の魅力を体験・共有できる環境を整備し、地域の価値向上を図ります。また、人・モノ・コトが集積する拠点として、多様な主体の交流と連携を促進し、新たな観光コンテンツの創出につなげることで、地域観光の発展をけん引します。</p> | |

(2) 山形駅の考え方

山形駅は移動の拠点であり活力の起点になる。

山形観光の玄関口である山形駅は、交通拠点という役割はそのままに、その役割を大きく拡張し、地域の活力を集め、拡散する場所になります。また、観光を起点として新しい山形を創造する、地域開発と観光開発のプラットフォームの役割を担います。その役割を果たすためにJR東日本との連携を進めます。



観光案内の考え方

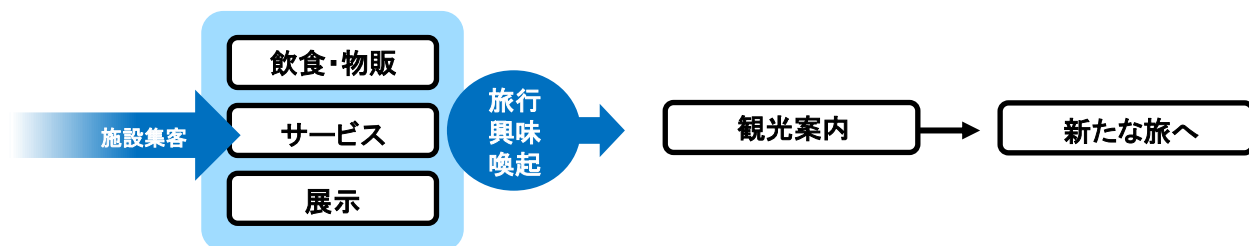
観光案内のコンセプトは“旅との偶然の出会い”

手元で観光情報が得られる時代において、観光案内所の価値は、旅行者も気づいていない潜在的な欲求との偶然の出会いを生み出すことにあります。そのため、旅行者自身がこれまで気づいていなかった関心を偶然発見できる案内所となり、新しい旅行意向を育みます。

(1) 観光案内の戦略

従来の観光案内所が担ってきた基本的な情報提供の多くは、現在ではスマートフォンなどで入手できる時代となっています。また、観光案内所そのものは旅の主目的になりにくいという現状もあります。

そこで「日本一の観光案内所」では、飲食・物販・サービス・展示といった目的性の高いコンテンツを充実させ、まず「立ち寄り、楽しむ場」としての魅力を高めます。その体験の過程で山形への興味関心を育み、そこから観光案内へと自然につなげます。あわせて、オンラインでは得にくい深い情報や偶然の発見、一人ひとりの関心に応じた提案を行うことで、リアルな場ならではの価値を提供し、新たな旅へと誘います。



(2) 各エリアにおける観光案内のあり方

それぞれのエリアの立地特性や、求められる役割に則した観光案内機能を各エリアに持たせます。

| 改札前エリア | 山形フロント |
|-----------|---|
| | 山形駅改札前という高い利便性を有する立地特性を活かし、本エリアは来訪者を最初に迎える「ウェルカムゲート」としての役割を担います。目的地や交通手段、営業時間など、目的が明確な問い合わせに対しては、迅速かつ確かな案内を提供することを基本方針とします。短時間で必要な情報にアクセスできる体制を整えることで、駅利用者の利便性向上を図り、円滑な周遊や滞在につなげます。 |
| 東西自由通路エリア | 山形ストリート |
| | 東西自由通路エリアは、空間全体を通じて山形の魅力や個性を体感できる場として位置づけます。食や文化、ものづくり、地域で生まれている新たな取り組みなど、「山形のいま」を総合的に発信します。観光客にとっては旅の期待を高め、地域の人々にとっては地元の新たな魅力や動きを再発見するきっかけとなる場所とします。 |
| 旧山形ビブレエリア | 山形ハブ |
| | 旧山形ビブレエリアは、「日本一の観光案内所」を目指す中核エリアです。館内に多様な観光情報を配置し、来訪者が山形の魅力に偶然出会える空間を整備します。高まった関心にはスタッフが丁寧に対応し、具体的な周遊や体験へとつなげます。 |

各エリアの整備方針や機能の考え方

各エリアに施設集客・送客回遊・観光文化探究に関する機能を配置し、連動をデザイン。

改札前エリア、東西自由通路エリア、旧山形ビブレエリアはそれぞれ別の役割を持たせつつも独立させるのではなく、しっかりとした連動をデザインします。それにより相互の送客と充実した体験の提供を行うことを目指します。

(1) 必要機能

「日本一の観光案内所」は、各エリアの連動をはかりながら、〈施設集客〉、〈送客回遊〉、〈観光文化探究〉の3つの施設目標の実現をはかります。エリア特性と目標を鑑みた必要機能は以下のように整理されます。

| 改札前エリア(山形フロント)の必要機能 | |
|---------------------|--|
| 施設集客 | ウェルカムゲートとするために旅行気分を高める展示や意匠を持たせます。また旅行前後の立ち寄り場所および日常の居場所として物販機能と待合機能が必要です。 |
| 送客回遊 | クイックな案内を行う場所になるため、軽度な旅行案内機能と旅行商品販売機能、旅行関連サービスを中心とします。 |
| 観光文化探究 | エリアの面積が限られることから観光文化探究の場所は設けないこととします。ただし、観光文化探究の成果を見せる展示の実施を可能な範囲で実施します。 |

| 東西自由通路エリア(山形ストリート)の必要機能 | |
|-------------------------|--|
| 施設集客 | 常時集客ではなくイベントでの集客が主に想定されます。このためイベント実施機能の充実を図ります。 |
| 送客回遊 | イベント情報や観光情報の展示掲出で旅行認知を獲得することを主に想定します。このため情報提供のためのメディア機能を設けます。 |
| 観光文化探究 | 通路空間であり、この場所での探究は想定しません。ただし、観光文化探究の成果を見せる場所として展示やイベントの機能を設けます。 |

| 旧山形ビブレエリア(山形ハブ)の必要機能 | |
|----------------------|---|
| 施設集客 | 本エリアは本事業の中核拠点であり、案内所自体を目的地にすることが必要です。そのためには飲食物販や展示などで案内所に体験性を持たせることが必要不可欠です。 |
| 送客回遊 | 旅行意欲を喚起するための体験が必要です。飲食や物販、展示などの体験に、旅行案内や旅行商品販売を掛け合わせることで、体験により高まった興味関心をスムーズに送客へとつなげていきます。 |
| 観光文化探究 | 人の溜まりが文化創造の起点となることから、創造性を刺激する滞在交流機能を設けます。さらに、文化創造のためのイベントスペース、ワークショップスペースが必要です。 |

(2) 各エリアの事業概要

■改札前エリアの事業内容

象徴的な居場所空間に、迅速かつ的確な旅行情報提供やサービス提供を組み合わせる。

改札前エリアは山形フロントとして、駅改札の正面にあるという立地性から象徴的な居場所空間へとリニューアルを行い、観光客だけでなく、駅を利用する人全員が憩い安らげる場とします。観光案内については目的がはっきりした迅速かつ的確な案内を主軸として、内容に応じて旧山形ビブレエリアへと誘導をします。

象徴性のある設え

ウェルカムゲートらしい空間意匠

快適な待合所

快適で多様な居場所空間

迅速かつ的確な観光案内

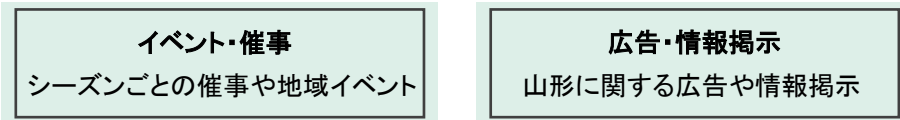
顕在化したニーズに即応

| 改札前エリアの事業概要 | | |
|-------------|------------|--|
| 事業カテゴリ | 事業種別 | 内容と目的 |
| 施設集客 | シンボル展示体験 | 本エリアへの興味喚起および旅行の高揚感形成のために、シンボル性のある展示や意匠の設置を行います。 |
| | 駅待合運営事業 | 旅マエ旅アートのサポートならびに駅利用者の居場所として待合所を設置。待合所では情報掲示により旅行への興味喚起も担います。 |
| | 物品販売事業 | 豊かな旅行体験の一つとして地域産品の販売を行います |
| | 生活サービス事業 | 待合所の利便性向上のために以下のようなサービス提供を想定します。 <ul style="list-style-type: none"> • お手洗い • 充電スポット • Free-WIFI |
| 送客回遊 | 観光案内事業 | 山形駅到着時のお困りごとにもまず応えるために、迅速かつ的確な観光案内を提供します。訪日外国人に向けては多言語での対応を想定します。 |
| | チケット販売事業 | 旅の充足のため体験プログラムや交通パスなど以下の販売を想定します。 <ul style="list-style-type: none"> • ツアーチケット • 体験プログラムチケット • イベントチケット • 交通パス、セット券 |
| | 旅行情報提供 | 利便性向上と旅行意欲喚起のため交通情報などの情報掲示を行います。有事の際は災害情報への切り替えも想定します。 <ul style="list-style-type: none"> • 時刻表などの交通情報 • 観光PR、催事情報 • 災害、障害情報 |
| | 旅行関連サービス事業 | 旅マエ旅アートのサポートとして以下の旅行関連サービス提供を想定します。 <ul style="list-style-type: none"> • 外貨両替機 • 車イスレンタル • ベビーカーレンタル |
| | イベント・展示事業 | 山形の観光文化の認知拡大のために、待合所内や待合所外でイベントや展示の実施を想定します。 |
| 観光文化探究 | - | - |

■東西自由通路エリアの事業内容

情報発信を主軸としつつ、通行量の多さを活かし、イベント機能の拡充を行う。

東西自由通路エリアは年間を通して多くの通行がみられます。その場所性を活かし、山形ストリートとして地域イベントの開催場所とすることで、シビックプライドの形成や山形の旅行認知の拡大を図ります。また、広告などの情報発信により本事業ならびに、山形についての認知形成を図ります。

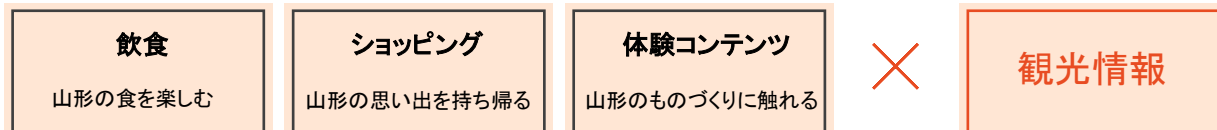


| 東西自由通路エリアの事業概要 | | |
|----------------|-----------|--|
| 事業カテゴリ | 事業概要 | 事業目的 |
| 施設集客 | 展示事業 | 山形観光への意欲を高めるために山形に関する展示を行います。展示は常設展示と期間展示の二種で以下のような内容を想定します。 <常設展示(例)> ・ 山形の文化芸能に関する展示 <期間展示(例)> ・ 山形のイベントに関する展示 |
| | イベント・催事事業 | 山形の観光資源のアピールとして、イベントや催事を実施します。花笠に関するパフォーマンスや産品に関するイベントを主には想定します。 |
| 送客回遊 | 旅行情報提供 | 利便性向上と旅行意欲喚起のため旅行に関する情報掲示を行います。有事の際は災害情報への切り替えも想定します。 ・ 観光PR、催事情報 ・ 災害、障害情報 |
| 観光文化探究 | - | - |

■旧山形ビブレエリアの事業内容

体験を主軸として、そこに観光情報を絡めた事業を展開。

旧山形ビブレエリアは、山形ハブとして本事業の中核エリアとなります。飲食、ショッピング、体験コンテンツを主軸として本エリア自体を旅行目的地として成立させながら、そこに観光情報を絡めることで、山形の各所への興味喚起ならびに誘導をはかります。



| 旧山形ビブレエリアの事業概要 | | |
|----------------|-------------|--|
| 事業カテゴリ | 事業種別 | 内容と目的 |
| 施設集客 | 飲食事業 | 集客の目玉として山形の質にこだわった飲食事業を行います。食を通じて山形への興味喚起をはかり、旅行意欲の向上につなげます。 |
| | 物販事業 | 集客の目玉として山形の質にこだわった体験型物販を行います。地域産品に関する体験を通じて山形への興味喚起をはかり、旅行意欲の向上につなげます。 |
| | ライブラリー事業 | 市民と観光客の居場所として高品質なブックラウンジを設けます。山形を知れる書籍をそろえ、市民の地域愛を、観光客の旅行意欲を高めます。 |
| | イベント・催事事業 | 施設への集客のために、山形に関する各種イベント・催事を行います。 |
| 送客回遊 | 展示体験事業 | 広域回遊への興味喚起をはかるため、山形の各種観光資源に関する展示を行います。展示は常設展示と期間展示の二種で以下のような内容を想定します。 <常設展示(例)> <ul style="list-style-type: none"> 温泉に関する展示 工芸、文化に関する展示 花笠に関する展示、パフォーマンス <期間展示(例)> <ul style="list-style-type: none"> 季節、催事に関する展示 |
| | 観光コンシェルジュ事業 | 飲食・物販・展示などで高まった興味関心にこたえるために観光コンシェルジュを配置します。丁寧な人的対応により、興味を行動へと結びつけます。 |
| | チケット販売事業 | 旅の充足のため体験プログラムや交通パスなど以下の販売を想定します。 <ul style="list-style-type: none"> ツアーチケット 体験プログラムチケット イベントチケット 交通パス、セット券 |
| | 旅行関連サービス事業 | 旅マエ旅アトのサポートとして以下の旅行関連サービス提供を想定します。 <ul style="list-style-type: none"> 荷物預かり 外貨両替機 車イスレンタル ベビーカーレンタル |
| | 旅行情報提供事業 | 利便性向上と旅行意欲喚起のため交通情報などの情報掲示を行います。有事の際は災害情報への切り替えも想定します。 <ul style="list-style-type: none"> 時刻表などの交通情報 観光PR、催事情報 災害、障害情報 |
| 観光文化探究 | シェアオフィス事業 | 山形観光についての探究を進める場所として地域企業が集うシェアオフィスを設置。共創を育む場として運用します。 |
| | 研究開発事業 | シェアオフィスにて地域事業者と観光文化の探究を行い、新しい商品の開発や新しい表現の開発を行い、山形観光の高度化を行います。 |
| その他 | レンタルスペース事業 | 各種イベントプロモーション用途に事業者や地域住民などに貸し出します。 |

重点日本一に関する考え方

基本構想で掲げた「重点日本一(8つのテーマ)」は、「日本一の観光案内所」の提供価値を具体化するためのアクションプランです。基本計画では、これらの実現に向けて、施設整備(ハード)と運営サービス(ソフト)を一体的に機能させます。

(1) 来訪者の五感を満たし、行動を変える(項目①～④)

これらは、施設空間のユーザー体験や快適性(ハード)と、コンシェルジュ等の人的サービス(ソフト)が融合して初めて実現される価値です。

①地域の魅力を体感できる

単なるパネル展示による情報発信ではなく、映像・音響・香りなどの空間演出(ハード)と、花笠踊りなど地域文化の実演イベント(ソフト)を組み合わせ、山形の空気感を五感で感じる「体験の入り口」を整備します。

②温泉に行きたくなる

全市町村に温泉がある強みを活かし、サイネージ等で臨場感を演出することによる視覚的な訴求に加え、専門スタッフによるきめ細やかな「温泉コンシェルジュ」機能を提供し、その日の気分や体調に合わせて最適な温泉を提案するマッチングを行います。

③長く滞在したくなる

上質で落ち着きがあり、くつろげるラウンジ空間やブックカフェ機能(ハード)を整備します。夜間の角打ち体験など、隙間時間を豊かな体験に変えるコンテンツを用意し、滞在時間を延伸させます。

④地元を再発見できる

地域住民が日常的に立ち寄れるマルシェや、知られざる郷土の魅力を掘り起こす企画展を実施します。住民自身が地元の価値に気づく機会を創出します。

(2) 地域の挑戦と未来を育む(項目⑤～⑥)

これらは、本施設が地域の挑戦と未来を育む「共創の舞台」として機能するための事業です。

⑤文化創造チャレンジ

可変性のあるイベントスペースやポップアップストア(ハード)を整備し、若手クリエイターや事業者のテストマーケティングの場として活用します。

⑥次世代の観光づくり

学生や若者が主体となるプロジェクトチームを組成し、「日本一の観光案内所」のSNS発信やイベント企画を任せることで、地域づくりや観光業に触れる実践の場を提供します。

(3) 持続可能な運営基盤の確立(項目⑦～⑧)

これらは、本計画の「人材育成計画」および「連携計画」と連動して推進する基盤項目です。

⑦わくわく働く

スタッフが誇りを持って働ける環境整備と研修制度を充実させます。スタッフの地域や施設への愛着(エンゲージメント)を深めるため、接客に集中できるDX活用や、成長を実感できる評価制度等の導入を検討します。

⑧地域とつながる

日本一の観光案内所を地域住民が日常的に集う「まちのリビング」として機能させます。事業者とはデータ連携や共同商品開発を行い、「稼げる地域づくり」と「地域の誇りの醸成」を両輪で推進します。

中長期的な事業の考え方

持続可能なまちを創る案内所づくり。

「日本一の観光案内所」を、情報を提供するだけの場所ではなく、地域経済を支える“共創型交流拠点”へと発展させていくためには、中長期的な事業展開が求められます。中長期的な事業展開を見据えることにより来訪者満足度の向上、地域経済の活性化、持続可能なまちづくりを同時に実現することを目指します。

中長期の事業展開

■ 新規事業の開発

事業の発展段階に応じた新規事業を創出し、事業の持続可能性を高めることを目指す。

事業の発展段階により、「日本一の観光案内所」は様々な事業展開の可能性があると考えます。時期を見極めて、そのタイミングにふさわしい事業を創出し、案内所の持続可能性を高めていきます。

事業例)

- 広告媒体事業 ————— 出稿ニーズにあわせて広告媒体の設置拡大
- 地域メディア事業 ————— 地域の魅力を伝える新しいメディアの発行
- ふるさと納税事業 ————— 来訪者を一過性の交流人口から地域を支える関係人口に深化させる
- コンサルティング事業 ————— 観光事業ノウハウをもとに官民にコンサルティングを行う
- 観光経営教育事業 ————— 観光人材教育のためのプログラムを開発提供

■ 観光教育の拡大

教育現場との連携により、観光への興味形成や観光人材育成に貢献することを目指す。

山形の観光の魅力拡大においては、観光人材の育成が必須です。このため、「日本一の観光案内所」でも観光への興味関心や人材育成のために、インターンシップの受け入れや未経験人材の雇用などを積極的に行うことを検討します。また各所との連携により、高度な観光人材育成を図っていきます。

事業例)

- 高校生向け観光教育 ————— 高校生インターンシップを受け入れ観光への興味喚起
- 観光DX人材育成 ————— 観光DX人材育成にむけたプログラムの開発提供
- キャリア転換支援 ————— 未経験者や中途者の観光キャリア構築を支援
- 観光プロデューサー養成 ————— 観光事業創出が可能な高度人材育成プログラムの開発提供

■ 観光DXの高度化

「日本一の観光案内所」が起点となって観光DXを通じた山形の観光事業の高度化を図ります。

各所とのデータ連携など観光DXの基盤が整備された段階で、観光DXの推進からなる山形の観光事業の高度化を行うことを目指します。

事業例)

- 観光データ基盤構築 ————— 観光関連データを統合する基盤システムの整備運用
- 観光AI活用推進 ————— AIによる需要予測や観光案内高度化の推進
- 交通データ連携推進 ————— 交通・観光施設を連携する統合予約決済環境の整備

改札前エリア（山形フロント）の機能・サービス及びゾーニングの考え方

- ・改札前エリアでは、山形駅を利用する来訪者が、到着時や出発前といった限られた時間の中でも、必要な情報やサービスに円滑にアクセスできるよう、案内カウンター、物販、待合ラウンジの3つの機能を一体的に配置します。
- ・本エリアは、交通案内や当日の天候・イベント情報等を即時に提供する案内機能を中核としつつ、その時点でのニーズに応じた物販や滞在の場を組み合わせることで、来訪者の行動段階に応じた柔軟な利用を可能とする構成としています。山形の風土や文化、季節性を象徴的に表現する展示要素を導入し、来訪者が地域の魅力に自然に触れられる空間を形成します。
- ・これにより、単なる通過動線としてではなく、山形での行き先選択や滞在の質を高めるきっかけとなる「旅のフロントラウンジ」としての役割を担うことを目指します。

“イマ”が変わる、旅のフロントラウンジ

山形駅に着いた、山形から向かう・帰る瞬間の“イマ”時間の過ごし方を提案し、山形での行き先をそっと広げるスイッチになる、このまま帰るつもりだったけどつい寄り道したくなるシーンを提供します。

案内カウンター

物販

待合ラウンジ

“イマ”解決できるサービス
“今日”の情報提供

“イマ”すぐ食べたい、
山形の“イマ”が買える物販

着いた瞬間の“イマ”の期待と
帰る間際の“イマ”の余韻を
感じる時間を提供

交通案内など“イマ”すぐ解決できる観光案内や、今日の天気・旬・イベントをもとに「今日のおすすめ3選」など、迅速かつ的確に提案できる案内をしながら、ディープな情報は旧山形ビブレエリアで得られるよう誘導し、山形での滞在をより充実させるきっかけを提供。

山形の到着後、あるいは山形から出発前の来訪者や地域住民をメインターゲットに、山形の「イマ」を訴求する地域の物販を展開。新幹線の中で食べたい、お土産にしたい、“イマ”にこだわった旬のものをセレクトした物販を想定。

到着後のひと休みや電車の待ち時間に立ち寄りたくなる、期待や余韻を醸成する空気感のなかで、観光客だけでなく、地域住民やビジネス来訪者にとっても居心地の良い待合スペース。物販のイートインスペースとして、電車や天気・災害情報を得る場として、多様なシーンに対応。

| ゾーン | 担う事業 | 主な設備 |
|---------|--|---|
| 案内カウンター | <ul style="list-style-type: none"> ・観光案内事業 ・チケット販売事業 ・観光情報提供 ・観光関連サービス事業 | <ul style="list-style-type: none"> ・案内/情報関連設備 ・受付窓口関連設備 ・利用者対応設備 ・通信/電源設備 |
| 物販 | <ul style="list-style-type: none"> ・物販販売事業 | <ul style="list-style-type: none"> ・販売関連設備 ・展示/陳列設備 ・管理/保管設備 ・防犯設備 ・通信/電源設備 |
| 待合ラウンジ | <ul style="list-style-type: none"> ・シンボル展示体験 ・駅待合運営事業 ・生活サービス事業 ・イベント/展示事業 | <ul style="list-style-type: none"> ・滞留/休憩関連設備 ・展示関連設備 ・イベント対応設備 ・情報提供設備 ・通信/電源設備 |

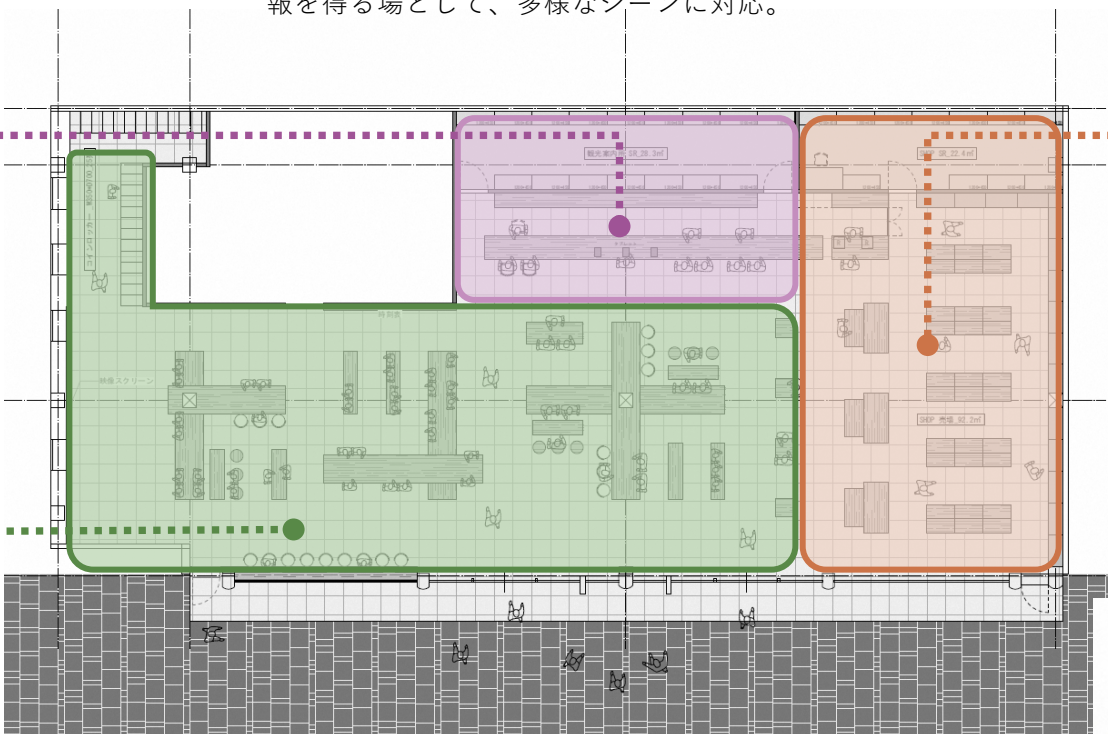
案内カウンター

改札からの視認性に配慮し、正面に認識しやすい位置へ配置することで、来訪者を迎え入れる空間の核として整備します。



待合ラウンジ

現状よりもゆとりのある空間規模を確保し、より多くの利用者が多様な利用場面に対応できる計画とします。

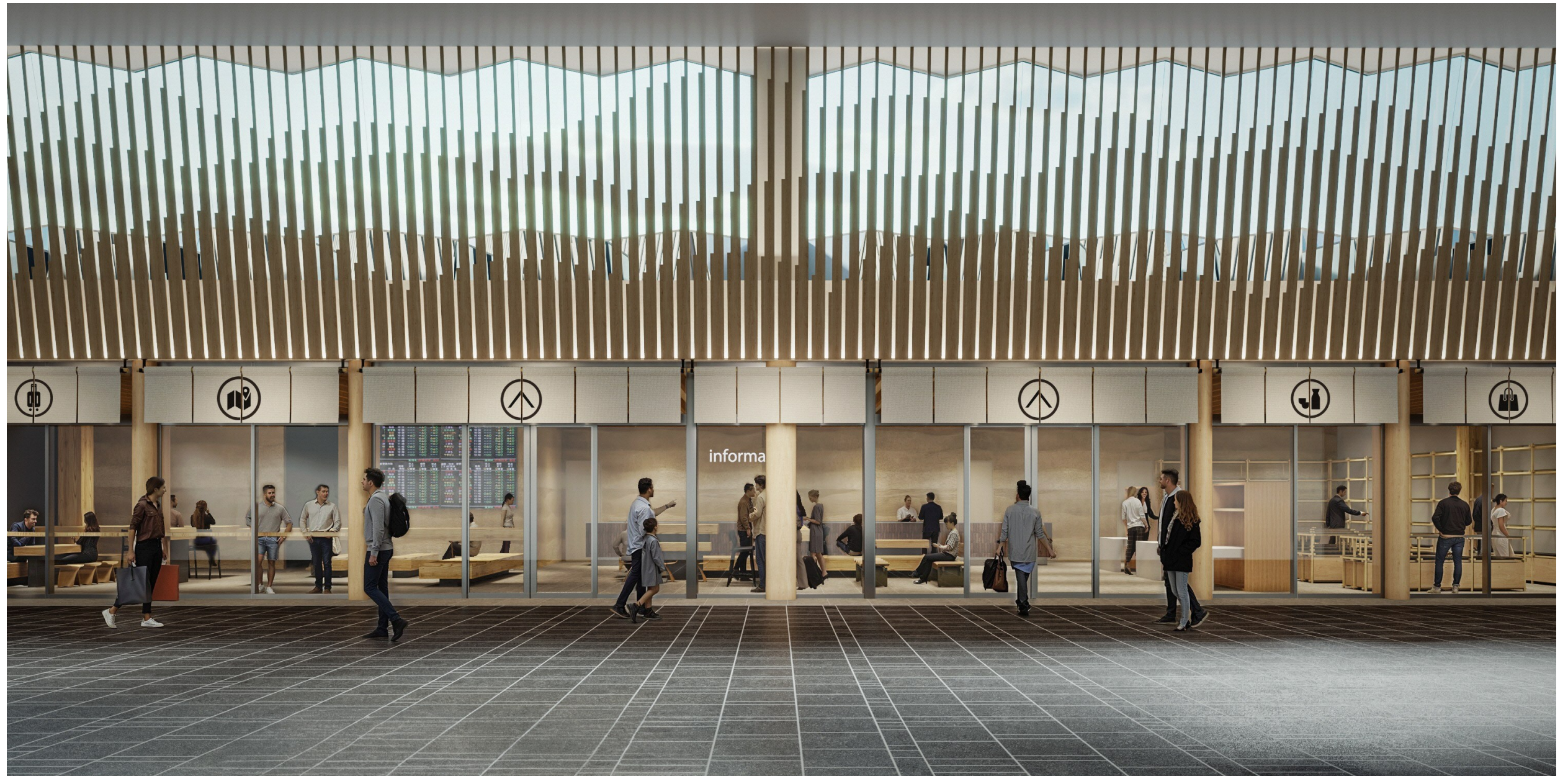


物販

施設全体の運営バランスを考慮した構成とします。



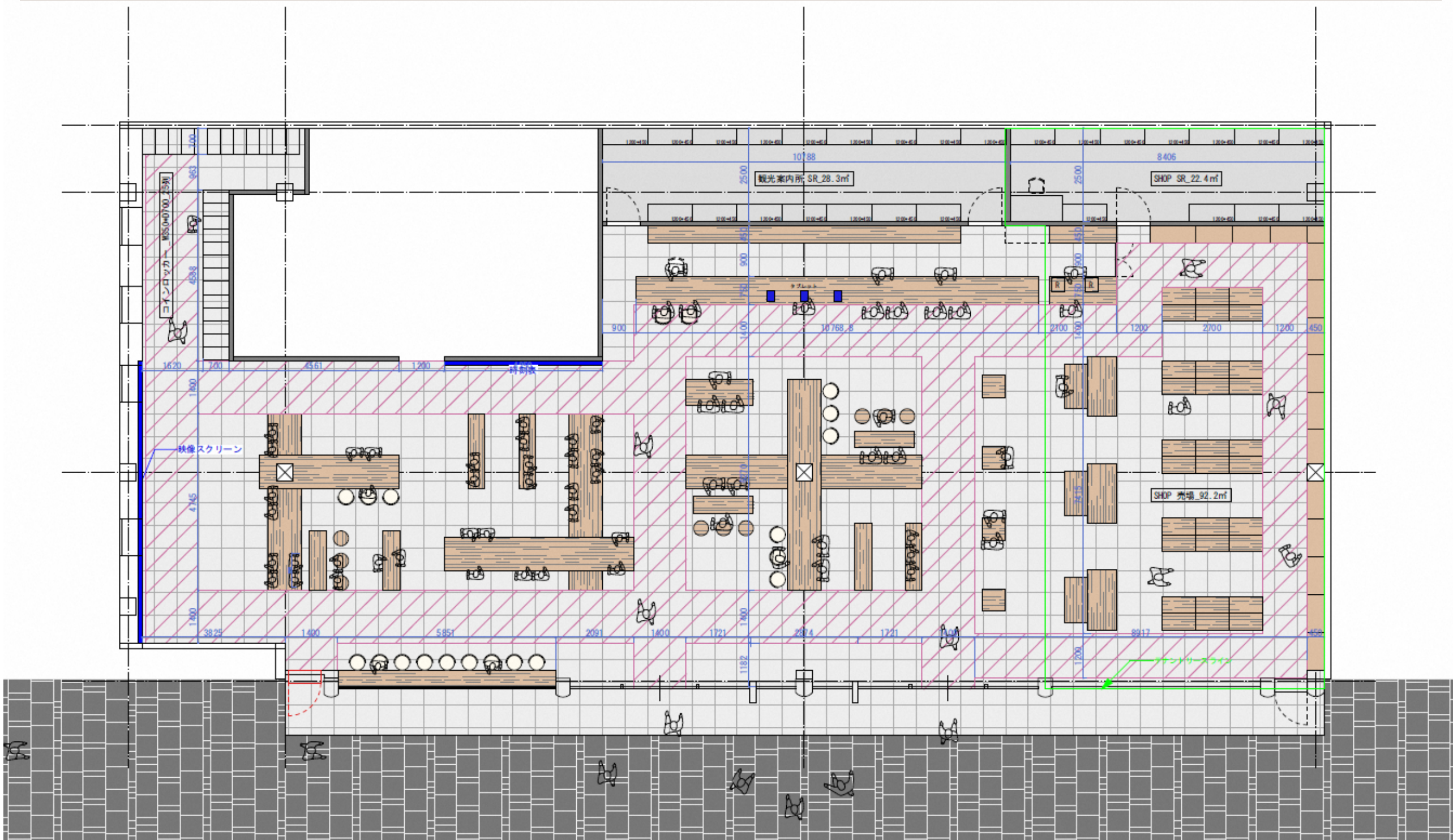
改札前エリア（山形フロント）パースイメージ



改札前エリア（山形フロント）パースイメーシ



改札前エリア（山形フロント）平面図



東西自由通路エリア（山形ストリート）の機能・サービス及びゾーニングの考え方

- ・東西自由通路エリアは、本市の玄関口として、駅利用者や来訪者が山形の魅力に触れる拠点空間として整備します。「現在と伝統が呼応する山形の魅力」を基本テーマに、伝統文化とリアルタイムな情報の双方を発信し、まちと駅、日常と観光をつなぐ場の形成を目指します。
- ・空間は、情報発信ゾーン、伝統・文化展示ゾーン、中央ストリートを一体的に構成し、回遊性と滞留性の向上を図ります。
- ・中央ストリートは、可動式什器等により展示やイベントにも対応可能なフレキシブルな空間とし、常に賑わいと変化を感じられる環境を創出します。

交流・催事

リアルタイム情報発信

伝統・文化展示

旬な催事で、活気あふれる通路空間

最新の情報を発信するメディアウォール

山形の伝統を伝える展示

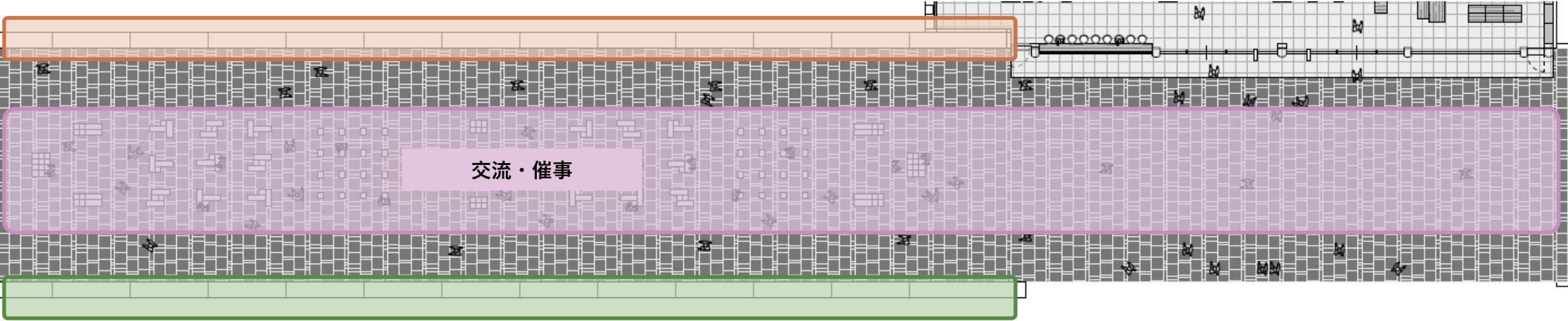
改札前エリア全体を貫く東西自由通路は、人の流れをつなぐ動線であると同時に、ポップアップショップや展示会、季節行事、パフォーマンスなど、山形の旬の魅力を体感できる多様な催しを行えるフレキシブルな場。

デジタルサイネージを中心に、イベント情報や観光情報、交通・災害情報など、山形の「今」を伝えるリアルタイム情報発信エリア。

伝統工芸、歴史文化といった山形が育んできた価値を紹介する展示エリア。旅情を誘うとともに、市民のシビックプライドを喚起する役割を担う。

| ゾーン | 担う事業 | 主な設備 |
|------------|---------------------------|--|
| 交流・催事 | ・展示事業（期間展示） ・イベント/催事事業 | ・展示関連設備 ・イベント対応設備 ・可変更新対応設備 ・電源設備 |
| リアルタイム情報発信 | ・旅行情報提供 | ・情報表示設備 ・電源設備 |
| 伝統・文化展示 | ・展示事業（常設展示） | ・展示/陳列関連設備 ・演出/照明設備 ・電源設備 |

リアルタイム情報発信

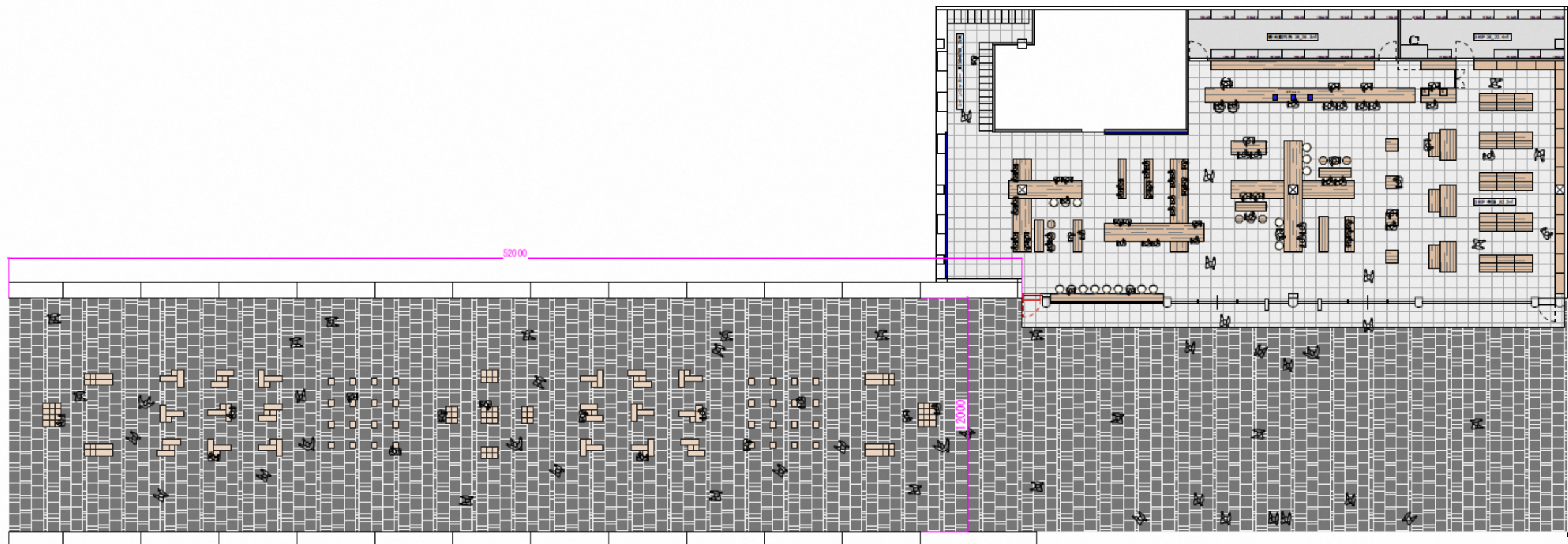


伝統・文化展示

東西自由通路エリア（山形ストリート）パースイメーシ



東西自由通路エリア（山形ストリート）平面図



旧山形ビブレエリア（山形ハブ）の機能・サービスの考え方

・旧山形ビブレエリアは、来訪者に対する観光情報の発信拠点として、飲食、物販、体験等の機能を相互に連携させながら、地域の観光資源や食文化、産業、ものづくりの魅力を総合的に伝える場として位置づけます。

・各機能を通じて得られる体験や情報を一体的に提供することで、来訪者の理解促進や回遊性の向上を図り、山形ならではの魅力を分かりやすく発信することを目指します。



| ゾーン | 担う事業 | 主な設備 |
|-------------------|--|---|
| 観光案内ゾーン | ・観光コンシェルジュ事業 ・チケット販売事業 ・観光関連サービス事業 ・旅行情報提供事業 ・飲食事業 | ・案内/情報関連設備 ・受付窓口関連設備 ・利用者対応設備 ・軽飲食関連設備 ・給排水設備 ・衛生/安全設備 ・通信/電源設備 |
| 飲食ゾーン | ・飲食事業 ・イベント・催事事業 | ・飲食関連設備 ・厨房関連設備 ・給排水/換気設備 ・衛生/安全設備 ・通信/電源設備 |
| 物販ゾーン | ・物販事業 ・展示体験事業 ・イベント・催事事業 | ・販売関連設備 ・展示/陳列設備 ・防犯設備 ・通信/電源設備 |
| ライブラリー オフィスゾーン | ・展示体験事業 ・ライブラリー事業 ・シェアオフィス事業 ・研究開発事業 ・イベント・催事事業 | ・展示関連設備 ・演出/映像設備 ・執務関連設備 ・通信/ネットワーク設備 ・管理/セキュリティ設備 ・通信/電源設備 |
| その他 | ・トイレ、バックオフィス 倉庫など | ・衛生設備 ・維持管理設備 |

旧山形ビブレエリア（山形ハブ）のゾーニングの方向性

観光情報の発信にあたり、来訪者が地域の魅力を多面的に理解し、体験を通じて関心を深められるよう4つの体験軸を設定します。各体験軸は、飲食、物販、滞在、体験といった行為を通じて、山形の食文化、歴史・文化、ものづくり、暮らしといった地域資源に自然に触れることができる構成としており、単なる情報提供にとどまらない、体験を通じた観光情報の発信を行うことを目的としています。これらの機能を相互に連携させることで、来訪者の興味関心や滞在状況に応じた情報提供を可能とし、観光行動のきっかけづくりや、地域への理解促進につなげることを目指します。



コミュニケーションを通じた
観光案内カウンター

山形の日本酒やワイン、ご当地ドリンクを楽しみながら、観光コンシェルジュから観光案内を受けることのできる角打ちスタンド。

コミュニケーションを通して、共感性・信頼性の高いパーソナライズ化された情報を提供することができ、旅行モチベーション向上を図る。



食を通して、地域のストーリーを知る
飲食体験ゾーン

米どころ山形のコメと郷土料理を楽しむ飲食ゾーン。白米を片手に、自分好みの山形各地のごはんのお供を買いまわる、食体験を提供。郷土惣菜や漬物、ゲソ天、芋煮などの専門店が集積し、各店がリコメンドする地域情報や郷土料理についての情報を提供。



ものづくりを通して、地域の暮らしに触れる
ワークショップ型店舗

山形のものづくりに触れることのできるライフスタイルショップ併設のワークショップコンテンツ。自身の手で、共につくることで、山形の暮らしやものづくりについて関心を深めるとともに愛着を醸成する体験を提供。



学びを通して、より深い情報を得る
ライブラリーカフェラウンジ

山形についての本とともにのんびりと過ごすことのできるブックラウンジカフェ。

文化や歴史などより深い情報を得ることのできるライブラリーと山形らしいスイーツやドリンクを提供するカフェを融合させ、関心の深度化や学びにつながる体験を提供。

サケ と ヒト

コミュニケーションを通じた観光案内カウンター

駅と接続するペDESTリアンデッキからの動線に配慮し、主要動線の起点において案内カウンターが来訪者を迎える配置とします。

また、多くの利用者が滞留し、交流できる空間として、十分な広さを確保します。



ホン と トキ

学びを通して、より深い情報を得るライブラリーカフェラウンジ

公共性の高いライブラリー機能を手前に配置し、機密性への配慮が必要なオフィス機能へと空間の性格が段階的に移行する構成とします。あわせて、近接するゾーンのにぎわいと緩やかに連続する配置とします。

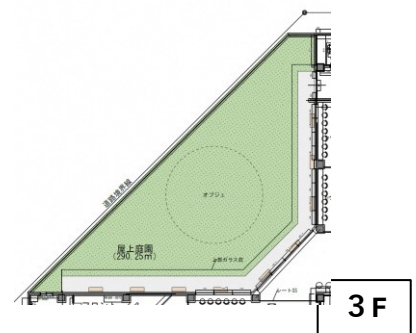
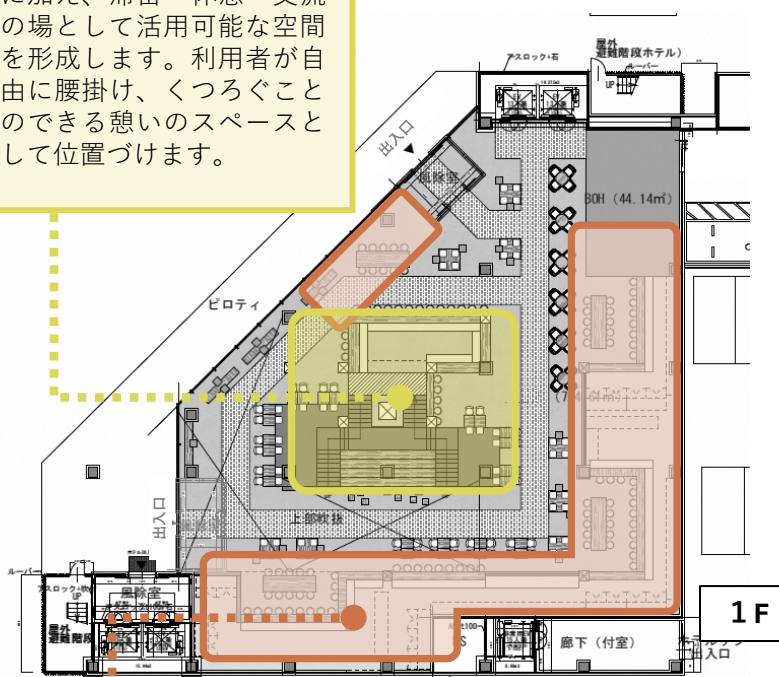
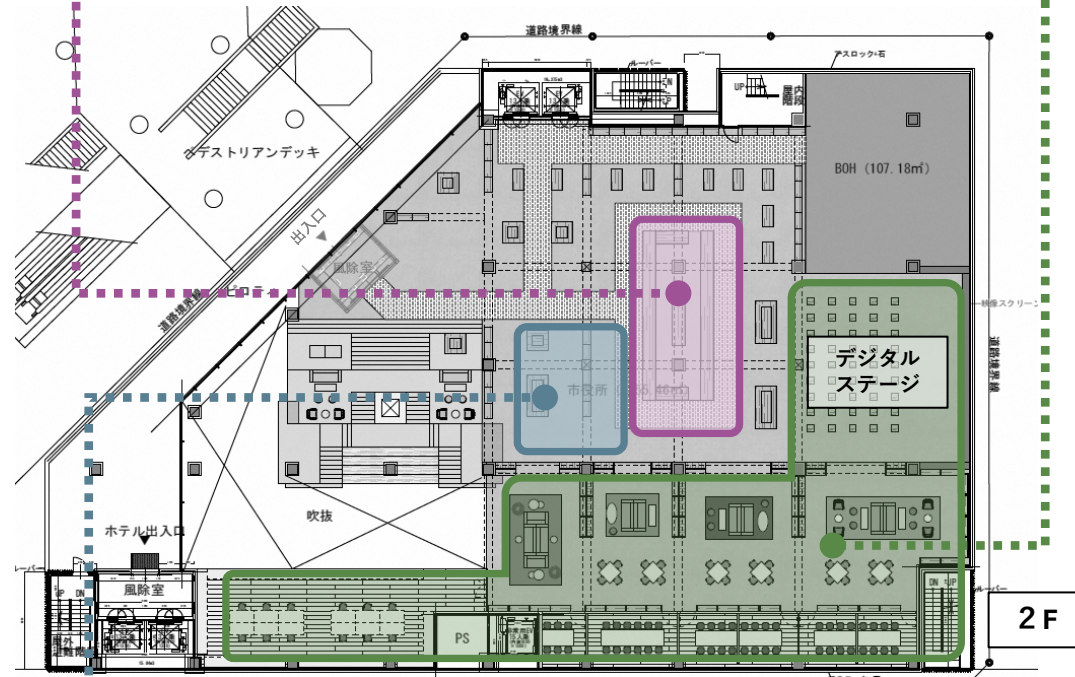


上下階をつなぐ大階段

上下階を有機的につなぐ大階段を整備し、移動機能に加え、滞留・休憩・交流の場として活用可能な空間を形成します。利用者が自由に腰掛け、くつろぐことのできる憩いのスペースとして位置づけます。

施設の目印となる屋上

駅からつながるペDESTリアンデッキからの目印となるアイコン的なオブジェ等を設置し、施設の顔づくりを図ります。



モノ と テ

ものづくりを通して、地域の暮らしに触れるワークショップ型店舗

中央に配置し、大階段を介して上下階と視覚的・空間的な連続性を確保することで、クリエイティブな雰囲気施設全体へ緩やかに波及させる配置とします。



コメ と トチ

食を通して、地域のストーリーを知る飲食体験ゾーン

施設と隣接する繁華街とのにぎわいおよび動線の連続性を重視し、本ゾーンは1階に配置します。まちと施設を一体的な利用環境として捉え、相互の回遊性を高める役割を担います。



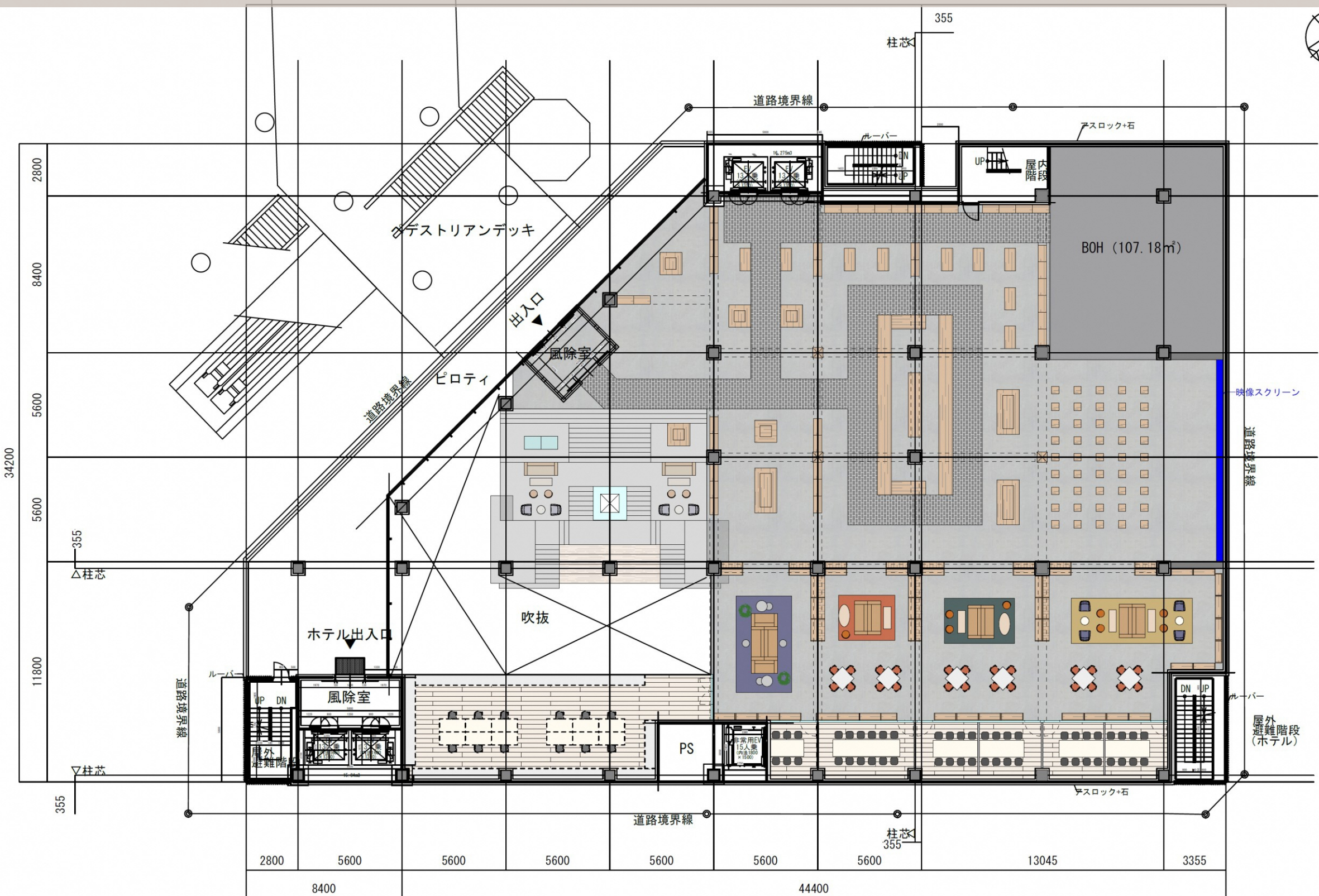
旧山形ビブレエリア（山形ハブ）2F パース



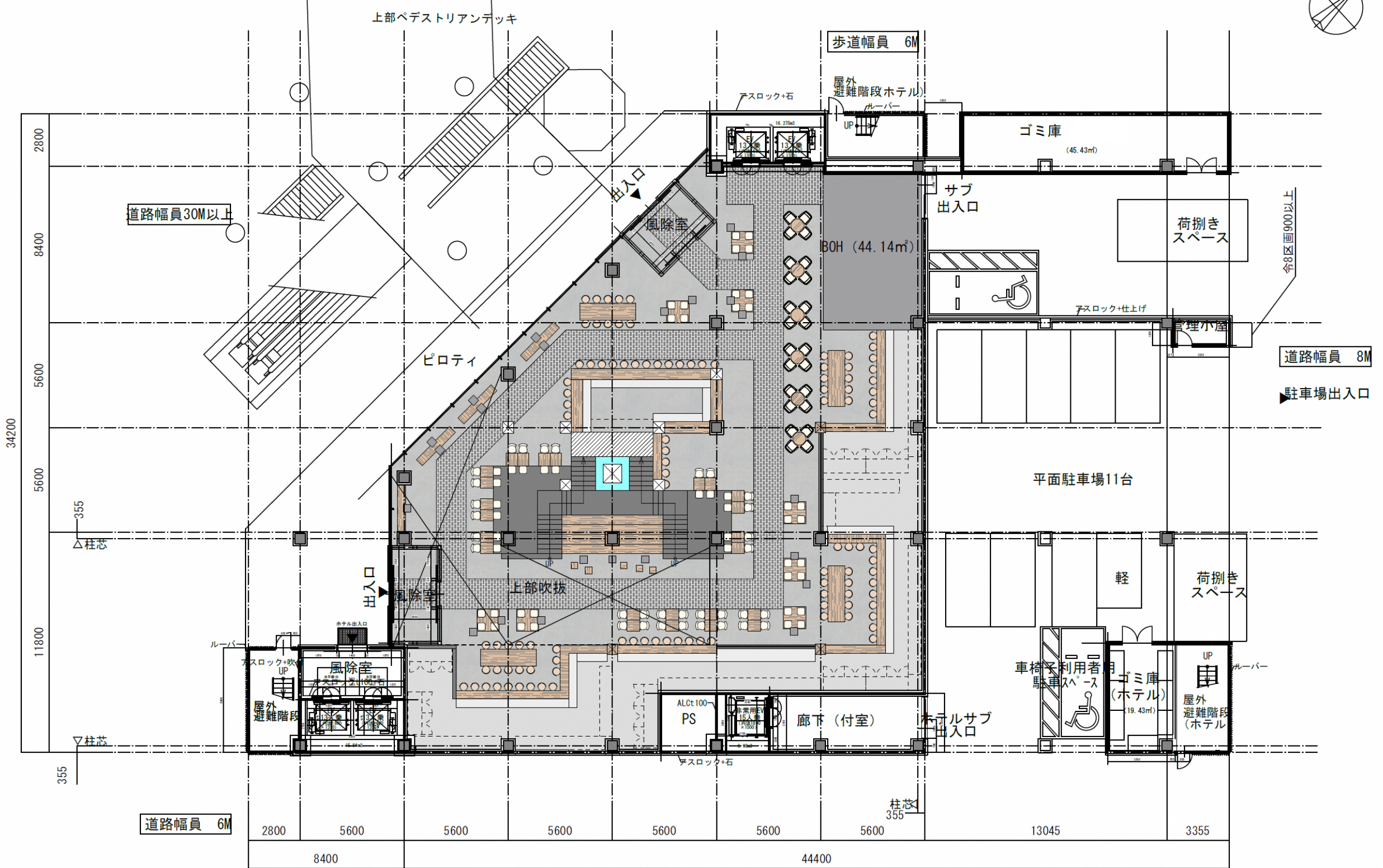
旧山形ビブレエリア（山形ハブ）1F パース



旧山形ビブレリア（山形ハブ）2F 平面図



旧山形ビブレエリア（山形ハブ）1F 平面図



認定制度取得についての考え方

カテゴリーⅢ基準で施設整備を行います。

「日本一の観光案内所」は、外国人観光客に対しても、きめ細やかな機能・サービスを備えている必要があります。そのため、日本政府観光局(JNTO)の外国人観光案内所の認定制度において、現在取得しているカテゴリーⅡにとどまらず、さらなるサービス向上を目指します。観光庁が定める「外国人観光案内所の設置・運営のあり方指針」(令和5年3月改訂版)や、最高水準となる「カテゴリーⅢ」の観光案内所が提供しているサービス等の調査研究を踏まえ取得を達成します。

(1) 日本政府観光局(JNTO)外国人観光案内所認定制度カテゴリーⅢについて

カテゴリーⅢは認定区分の中で最上位にあたるもので、「全国レベル」の観光案内を担う拠点を想定して設立した制度です。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。「日本一の観光案内所」の計画では以下に示す要件に準じて施設の計画ならびにサービスの提供を行います。

■求められる要件と対応

| 項目 | カテゴリーⅢに求められる要件 |
|-------------|--|
| 運営主体 | <ul style="list-style-type: none"> ・公平・中立な観光案内 ・法人または地方公共団体が運営 |
| 立地 | <ul style="list-style-type: none"> ・常設施設であること ・外国人旅行者が最初に訪れる場所(国際空港など)や著名観光地のある中心部など来訪が特に多い地域 |
| サイン環境 | <ul style="list-style-type: none"> ・駅等の案内板に所在が明確に表示されていること ・合理的なルート案内表示(地図・看板)を設置 ・JNTOシンボルマークを外部の見えやすい位置に掲出 ・提供サービスや対応言語などを外部に掲出 |
| 施設・設備 | <ul style="list-style-type: none"> ・観光案内専用の対面カウンター(または案内スペース) ・十分な客溜まりスペース ・パンフレット/地図(紙 or 電子)の提供環境 ・スタッフが利用できるインターネット環境 ・公衆無線LANを案内所内で利用可能 |
| 多言語対応(スタッフ) | <ul style="list-style-type: none"> ・英語を含む3言語以上での案内が常時可能 ・英語案内が可能なフルタイムスタッフが常駐 ・対面/ビデオ通話/翻訳機器等を活用した多言語案内体制 |
| 開所日数 | <ul style="list-style-type: none"> ・元旦等の特別な日を除き、原則 毎日開所 |
| 提供する資料 | <ul style="list-style-type: none"> ・全国の観光情報を掲載した多言語パンフレット・地図を提供 ・英語を含む3言語以上での資料提供 ・電子データでの提供も可能(必要に応じ印刷にも対応) |
| 提供サービス | <ul style="list-style-type: none"> ・全国レベルの以下の情報を提供: <ul style="list-style-type: none"> - 公共交通案内、割引切符案内 - 観光情報 - 宿泊情報・予約サポート - ツアー/旅行商品の情報 - Wi-Fi/SIMカード等情報 - ATM・両替情報 - 外国人受入医療機関情報 - 災害・交通障害等の緊急時情報提供 ・災害時における可能な限りの外国人旅行者に対する問い合わせ対応と正確な情報提供 |

動線計画の考え方

動線計画は、無理なく分かりやすい流れを基本とします。
移動負担を軽減するため、視認性・安全性・運営面・ユニバーサルデザインに配慮した空間構成を行います。

① 利用者の行動特性を踏まえた動線計画

動線計画にあたっては、施設を利用する来訪者の目的や滞在時間、利用の流れといった行動特性を把握したうえで検討します。来訪者が施設内で行う一連の行動を想定し、利用者が無理なく次の行動へ移れるよう、自然で流れのある動線構成を目指します。

旧山形ビブレエリアにおいては、大きな荷物を携行する利用者の利便性に配慮し、エレベーターの設置及び荷物預かり等のサービス機能の配置を一体的に検討することで、施設内の円滑かつ快適な回遊環境の形成を図ります。

山形駅と旧山形ビブレエリア間の動線は既存のエレベーターの活用を想定し、晴天時と荒天時のいずれにおいてもスムーズに到達できる計画とします。

② 分かりやすく直感的に理解できる動線の確保

初めて訪れる利用者であっても、現在地や目的地を把握しやすいよう、見通しの確保や空間構成の整理に配慮した動線計画とします。複雑な分岐や過度な選択を避けることで、利用者が迷うことなく目的の場所へ到達できる環境を整えます。

③ 利用者別・機能別動線への配慮

来訪者、職員、関係者など、利用主体ごとの行動や役割の違いを踏まえ、必要に応じて動線の分離や整理を行います。動線が過度に交錯することを避けることで、施設運営の円滑化と利用者の快適性の向上を図ります。

④ ユニバーサルデザインへの配慮

高齢者や障がいのある方、子ども連れの利用者など、多様な利用者が安心して移動できるよう、段差の解消や移動距離への配慮を行います。あわせて、誰にとっても理解しやすい動線構成とすることで、利用者間の差が生じにくい環境づくりを目指します。

⑤ 安全性・防災性を考慮した動線計画

動線計画は、建築的な空間構成による誘導を基本とし、サインはその補完的役割を担うものと位置づけます。空間とサインが連携することで、過度な表示に頼らず、分かりやすい誘導環境の形成を図ります。

⑥ 将来の運用・変更を見据えた柔軟性の確保

施設の利用形態や運営方法は、供用開始後に変化することを前提とし、動線計画には一定の柔軟性を持たせます。将来的な機能変更や利用者数の変化にも対応可能な構成とし、大規模な改修を伴わずに運用できることを目指します。

(1) サイン計画の考え方

サイン計画は、施設を利用する来訪者を適切に誘導し、円滑に利用できる分かりやすい情報提供を基本とします。動線計画や空間構成と連携しながら、来訪者が迷うことなく目的の場所へ到達できる計画を構築します。あわせて、施設の運用や将来的な変更を見据え、継続的に活用可能な計画とします。

① 利用者視点に立った分かりやすい情報提供

サイン計画は、管理者視点ではなく、施設を利用する来訪者の立場で検討します。利用者が「いまどこにいるのか」「どこへ行けばよいのか」を直感的に理解できるよう、情報の内容や配置を整理する。

② 情報の整理と階層化

施設内における情報は、全体案内、エリア案内、個別案内といった段階的な構成を基本とします。必要な情報を適切に提示することで、利用者の理解を助けます。

③ 動線計画との連携

サインは空間構成による誘導を補完するものとして位置づけ、過度に依存しない計画とします。動線計画と連携し、自然な誘導環境を形成します。

④ ユニバーサルデザインへの配慮

高齢者や障がいのある方、外国人を含む多様な利用者が円滑に情報を理解できるよう配慮します。文字の視認性やピクトグラムを活用など、誰にとっても分かりやすい表示を目指します。

⑤ 多言語対応の考え方

施設の利用状況や来訪者特性を踏まえ、必要に応じて多言語による情報提供を行います。表示方法や用語の統一を図り、混乱のない環境を整えます。

⑥ 安全・防災に配慮したサイン計画

非常時における避難誘導や注意喚起に関するサインを明確にします。通常時と非常時の情報を整理し、適切な表示を行います。

⑦ デザインの統一性と景観への配慮

施設全体で統一感のある表現となるよう、書体や色彩、表示方法の考え方を整理します。周辺環境や公共施設としての調和にも配慮します。

⑧ 運用・更新を見据えた計画

サインは設置後の運用や更新を前提とし、無秩序な追加や表現のばらつきを防ぎます。将来的な機能変更や情報更新にも柔軟に対応できる計画とします。

(2) デザインコードの考え方

デザインコードは、施設全体における空間・情報表現の統一性を確保し、公共施設としてふさわしい印象を形成するための基本的な考え方とします。個別の意匠や仕様を規定するものではなく、サイン計画や内装計画、共用部の整備に共通する指針として位置づけます。施設供用後の運用や更新も見据え、長期的に活用可能な考え方とします。

① 公共施設としての基本的な考え方

多様な利用者に対して公平で中立的な空間形成を基本とします。過度な装飾や特定の価値観に偏らず、誰にとっても受け入れやすい環境を目指します。

② 施設全体の統一性の確保

施設内の各要素が個別に主張するのではなく、全体として調和の取れた空間とします。色彩や素材、情報表現の整合を図ります。

③ 分かりやすさを支えるデザイン

デザインは視覚的な印象にとどまらず、利用者の行動や情報理解を支える手段として位置づけます。視認性や認知性に配慮し、安心して利用できる環境づくりを重視します。

建物の状況と照らし合わせて最適な工事条件を設定

建物の状況と権利者の条件に照らし合わせて、工期とコスト面で優れた工事条件を柔軟に組み合わせて設定し、スムーズな開業を目指します。

■旧山形ビブレエリアに関する基本的整理

| | |
|------|-------------------------------------|
| 立地 | 旧山形ビブレ跡地 建設予定ホテル内 |
| 面積 | 2245.95㎡ |
| 整備方法 | 新築されるビルの1階、2階、3階(2階屋上、エレベーターホール)に設置 |

| 主な項目と整備方針 | | |
|------------|--------------------|----------------------|
| 項目 | 内容 | 方針 |
| 基本工事 | 床壁天井、内装サインなど | AB工事以降の全工事あるいはC工事で新設 |
| 防災設備 | 排煙、消火設備、非常誘導設備など | 同上 |
| 電気設備 | 電灯、コンセント、照明や弱電設備など | 同上 |
| 機械設備 工事 | 空調関連、給排水、衛生ガスなど | 同上 |
| 昇降機 | 昇降機など | 同上 |

■東西自由通路エリアに関する基本的整理

| | |
|------|--------|
| 立地 | 山形駅構内 |
| 面積 | 993.9㎡ |
| 整備方法 | 既存改修 |

| 主な項目と整備方針 | | |
|------------|--------------------|---------------------|
| 項目 | 内容 | 方針 |
| 基本工事 | 床壁天井、内装サインなど | 既存改修を前提にして新規設置を適宜行う |
| 防災設備 | 排煙、消火設備、非常誘導設備など | 既存流用 |
| 電気設備 | 電灯、コンセント、照明や弱電設備など | 既存流用 |
| 機械設備 工事 | 空調関連、給排水、衛生ガスなど | 既存流用 |

■改札前エリアに関する基本的整理

| | |
|------|-------------|
| 立地 | 山形駅構内2F 改札前 |
| 面積 | 481㎡ |
| 整備方法 | 既存改修 |

| 主な項目と整備方針 | | |
|------------|--------------------|---------------------|
| 項目 | 内容 | 方針 |
| 基本工事 | 床壁天井、内装サインなど | 既存改修を前提にして新規設置を適宜行う |
| 防災設備 | 排煙、消火設備、非常誘導設備など | 既存流用 |
| 電気設備 | 電灯、コンセント、照明や弱電設備など | 既存流用 |
| 機械設備 工事 | 空調関連、給排水、衛生ガスなど | 既存流用 |

機能代替手段についての考え方

整備に伴う課題認識

本計画の対象となる改札前エリアは、JR東日本が所有・管理する施設であり、現在、駅利用者にとって不可欠な「待合室」「トイレ」「物販(お土産等)」等の機能を有しています。工事の期間中は、これらの既存機能の一部または全部に制約が生じ、駅利用者や観光客に対して一定の不便が生じることが予想されます。そのため、工事期間中であっても駅の利便性と安全性を損なわないよう、機能代替手段の確保について十分な検討が必要です。

整備期間中の機能維持および代替手段の検討にあたっては、以下の視点(留意点)に基づき、JR東日本及び関係者と協議・調整を進めます。

(1) 鉄道運行の安全確保と施設管理者との合意形成

改札前エリアは公共交通の要衝であることから、すべての代替措置は、鉄道運行の安全確保と円滑な旅客流動の維持を最優先とします。代替機能の配置や運用方法については、施設管理者であるJR東日本の要請および協議に基づき調整を進めます。

(2) 利用者の不便解消と必要最小限の機能維持

既存の待合機能や案内機能が一時的に低下することによる利用者の混乱を防ぐため、周辺の既存施設の活用や、駅構内における臨時的な対応を含め、利用者の不便を最小限に留める方策を検討します。特に、通行の妨げにならない範囲で、どのような代替機能(仮設の案内対応等)が必要かつ実現可能か、慎重に検討を行います。

(3) 「情報の空白」を作らない案内体制の確保

物理的なスペース制約により対面案内等の機能が縮小する場合であっても、来訪者への情報提供が途切れることのないよう配慮が必要です。デジタル技術を活用した案内の導入や、人的な誘導対応の工夫など、ハード・ソフト両面から「情報の空白」を作らないための代替手段について検討を進めます。

第4章 管理運営の考え方

1. 管理運営に求められる組織体制及び人材の考え方

組織体制や求められる人材の考え方

「日本一の観光案内所」の実現には、観光案内や飲食・物販といった来訪者との接点となる「フロント機能」だけでなく、地域との連携や広報・情報発信を担う「運営推進機能」、さらにデータマーケティングやブランディングを統括する「戦略機能」など、様々な専門性が求められます。

そのため、「日本一の観光案内所」の管理運営を支える組織体制としては、単に観光案内のスタッフを配置するだけでなく、これらのバックオフィス機能や戦略機能を統括する「戦略・運営推進機能」を明確化した組織体制を構築する必要があります。

(1) 運営に必要な機能と部門構成

日本一の観光案内所の3つの施設目標である<施設集客>、<送客回遊>、<観光文化探究>に向けた、施設運営を支える組織体制として、以下の3つの機能(部門)を整理します。

これら3つの機能(部門)は連携することにより相乗効果が発揮されることから、相互に連携した体制が求められます。

①戦略・運営推進機能(マネジメント部門)

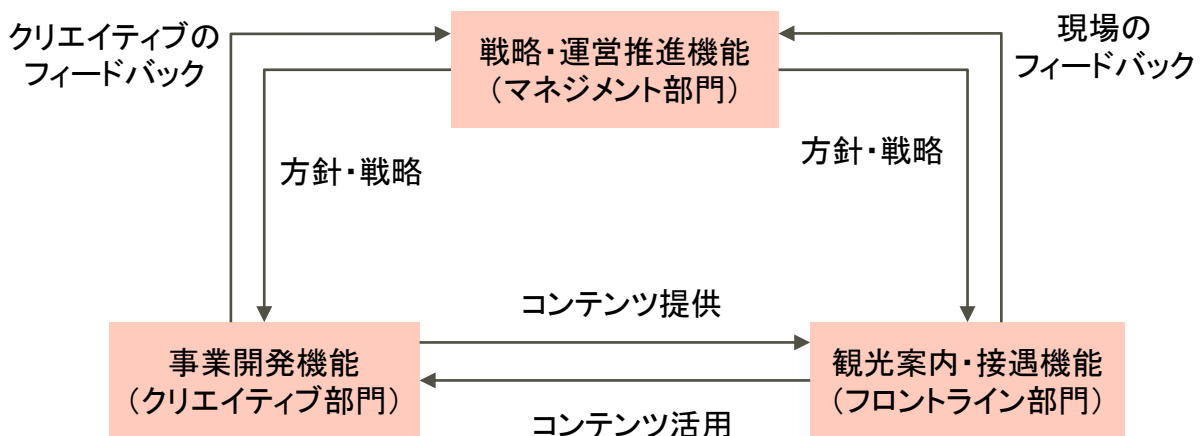
施設としての方針や戦略を示す統括機能に加え、様々なデータの収集・分析を通じた観光マーケティングの実践、地域の事業者との連携、及びホームページやSNSの運用等を通じた広報戦略を一元的に担う、施設の司令塔としての機能が必要です。

②事業開発機能(クリエイティブ部門)

着地型旅行商品の造成、オリジナル商品の開発、飲食・物販の運営管理など、施設の収益性とブランド価値を高めるための事業推進機能を配置します。

③観光案内・接客機能(フロントライン部門)

各エリアの特性に合わせ、質の高い観光案内や情報発信、ホスピタリティを提供するための現場機能を配置します。



3つの施設目標
<施設集客>、<送客回遊>、<観光文化探究>の実現

第4章 管理運営の考え方

1. 管理運営に求められる組織体制及び人材の考え方

(2) 各機能(部門)に求められる主な人材

3つの機能(部門)を運用するためには、それぞれの機能(部門)に専門性を持つ人材の配置が求められることから、各部門で求められる主な人材について以下のとおり整理します。

【専門性が求められる人材の考え方】

①戦略・運営推進機能(マネジメント部門)に求められる主な人材

- ・観光都市山形の形成に向け、施設全体のブランディングマネジメントができる人材
- ・観光マーケティングに精通し、山形市及び施設のマーケティング戦略を考えられる人材

②事業開発機能(クリエイティブ部門)に求められる主な人材

- ・「日本一の観光案内所」で提供する飲食・物販を地域の事業者と連携しながらマネジメントできる人材
- ・「日本一の観光案内所」で提供する商品(着地型旅行商品、体験プログラム等)に必要な資格や専門性がある人材。

③観光案内・接客機能(フロントライン部門)に求められる主な人材

- ・日本一の観光案内人として、来訪者のニーズを汲み取りホスピタリティを持ってチームで対応できる人材

【共通して求められる人材の考え方】

①「探究心・おもてなし・創造性」を兼ね備えた人材像を掲げます。

探究心(Inquiry) 常に地域の魅力を深掘りし、自らの言葉で語れる深い知識を持つこと。

おもてなし(Hospitality) 来訪者の潜在的なニーズに寄り添い、心に残る体験を提供すること。

創造性(Creative) 既存の枠にとらわれず、新しい観光の楽しみ方や企画を提案できること。

②「キュレーター(つなぎ役・編集者)」としてのコミュニケーション能力

常に地域の魅力を深掘りし、単に情報を伝えるだけでなく、地域の魅力を編集して伝え、来訪者の関心を引き出し、地域の人や体験へとつなげる「橋渡し」をする能力が必要です。

③ チームワーク(組織の一体感)を重視するマインド

観光案内はスタッフ間で連携し、チーム全体で課題を解決しようとする協調性と、互いを高め合う姿勢が不可欠です。

④ 多様な文化・価値観への理解

語学力に加え、多様な文化的背景を持つ来訪者を受け入れ、尊重できる国際感覚と柔軟性が求められます。

観光マーケティングの基本的な考え方

- ・来訪者一人ひとりの潜在的なニーズを把握し、最適な旅の提案をするためには、スタッフによる温かいホスピタリティ(人間力)に加え、客観的な根拠に基づくトレンドやデータの把握(科学的視点)が不可欠です。
- ・「日本一の観光案内所」の「戦略・運営推進機能(マネジメント部門)」の事業として、観光マーケティングを実践し、デジタル技術を活用した定量データと、現場で得られる定性的な観光情報の双方を蓄積し、案内所の機能・サービスの品質向上に繋げていきます。
- ・さらに、収集した情報は案内所内で完結させるのではなく、地域の事業者やDMO等とも共有し、新たな周遊ルートの構築や魅力的な商品開発へと循環させることで、観光都市山形の価値を持続的に高めていく体制を構築します。

(1) 収集・活用する情報の視点と取組み

「日本一の観光案内所」では、以下の4つの視点に基づいてデータや情報の収集・活用を行い、データドリブンな運営(データを戦略的かつ効果的に活用した運営)を推進します。

① 鮮度の高い「観光関連情報」の収集・編集

市内のイベント情報、飲食店の最新メニュー、開花状況などの「旬な情報」を、地域事業者やSNS等を通じてリアルタイムに収集・編集し、来訪者が今まさに求めている「生きた情報」を、案内所から発信する体制を整えます。

② デジタル技術を活用した「行動データ」の把握

カメラやセンサー等を用いたデジタル技術の活用も視野に、施設内の人流の動きや属性データ等を取得・分析し、混雑回避や周遊促進のための誘導施策に役立てます。民間事業者が保有するデータとの連携や活用についても可能性を探ります。

③ 「顧客の声(VOC)」の収集・分析と改善への活用

数値には表れない来訪者の感情やニーズを拾い上げるため、案内所での対話内容やアンケート、SNS上の口コミなどの「顧客の声(VOC)」を収集・分析し、潜在的な不満や要望を可視化することで、サービス改善や新たなコンテンツ開発へ反映させていきます。

④ 観光CRM(顧客関係管理)の視点の採用

顧客関係管理(CRM)の視点を取り入れ、来訪者の属性や嗜好、利用履歴等を蓄積・分析し、一人ひとりに合わせたきめ細やかな情報提供やフォローアップを行うことで、山形のリピーター・ファンを形成する仕組みづくりを検討します。

(2) 地域とのデータ共有と価値の共創

収集したデータや知見は、案内所の運営改善だけでなく、地域全体の共有財産として活用することも「日本一の観光案内所」の役割と考えます。地域DMOや事業者へのフィードバックを通じて、効果的なプロモーションや「売れる商品づくり」を支援し、地域経済の活性化に貢献するデータ活用の好循環の構築を目指します。

連携の基本的な考え方

- ・「日本一の観光案内所」は、地域の様々な事業者や団体との連携なくしては機能し得ないことから、点在する地域資源や観光拠点を結び、循環を生み出すハブ機能を担うため、DMO/DMC、交通事業者、地域事業者等との連携体制を構築していくことが求められます。
- ・「日本一の観光案内所」の「戦略・運営推進機能(マネジメント部門)」の機能として、地域事業者等との連携・調整(渉外)を行います。
- ・「日本一の観光案内所」や地域事業者等それぞれが持つ強みや資源(観光情報、案内拠点、交通手段、来訪者データ等)を相互に活用し合える関係を築くことで、来訪者の利便性向上と地域全体への経済波及効果を生み出していくことが期待されます。
- ・具体的な連携により、来訪者が複数の観光拠点を円滑に移動し、地域の魅力を存分に体験できる環境を整えていくことが求められます。

(1) 地域DMO・DMCとの戦略的な連携

地域全体のマーケティングや観光地域づくりを担うDMOやDMCとは、相互に補完し合う関係性の構築が求められます。

- ・ マーケティングデータの共有と活用
「日本一の観光案内所」が得た来訪者の属性や行動データと、DMO等が持つデータを突き合わせ、科学的なエリアマーケティングやプロモーションに活用する仕組みを検討します。
- ・ 着地型旅行商品の開発・販売連携
地域DMO等と連携して着地型旅行商品や体験プログラムを共同開発し、案内所をそれらの商品の魅力を伝え、実際に販売も行う拠点として活用していくことを目指します。
- ・ 「稼げる観光地域づくり」の推進
データの循環と商品の磨き上げを両輪で推進し、地域経済の活性化に貢献する体制づくりを進めます。

(2) 交通事業者との連携による移動の円滑化

交通事業者と連携し、観光における「移動」の利便性を高める取り組みが求められます。

- ・ ワンストップな案内・手配体制の構築
改札前という立地を活かし、鉄道の運行情報に加え、バス、タクシー、レンタカー等の二次交通をスムーズに案内・誘導できる体制について、関係事業者と協議を進めます。
- ・ ラストワンマイルの接続
駅から観光地までの移動手段(ラストワンマイル)を円滑に接続することで、来訪者の行動範囲を広げ、満足度と周遊率の向上を図る取り組みを検討します。

(3) 広域観光拠点とのネットワーク形成

蔵王、山寺といった主要観光地や、周辺自治体の案内所、道の駅等とのネットワーク化を図ります。

- ・ リアルタイム情報の相互発信
各スポットの混雑状況や旬のイベント情報を共有し相互に発信することで、広域的な周遊を促す仕組みづくりを検討します。
- ・ 手ぶら観光等の利便性向上
手荷物預かりに加えて手荷物配送サービスの導入も検討し、広域への移動支援を進めます。

(4) 継続的な品質向上に向けた協議・改善の仕組み

「日本一の観光案内所」としての機能・サービスの質を維持・発展させるためには、地域の事業者の声を聞くことも重要です。

- ・ 現場レベルでの情報共有と改善
近隣の施設や事業者との情報交換などを通して、相互に来訪者等の声を共有し、機能・サービスの品質向上に繋げていく運営体制を目指します。
- ・ 広域的なサービス水準の向上
観光関係団体等との意見交換などを通して、地域の観光ブランドの維持・向上や提供価値の検証を行い、地域全体で機能やサービス水準を高め合う仕組みの構築を検討していきます。

広報・情報発信の基本方針

・「日本一の観光案内所」の「戦略・運営推進機能(マネジメント部門)」として、広報戦略を担います。
・「日本一の観光案内所」における広報活動は、単に施設のオープン情報やイベントを知らせるだけの活動ではなく、「日本一の観光案内所」自体が、山形市の魅力を独自の視点で編集し、広く届ける「情報発信の拠点(メディア)」としての役割を担う必要があります。したがって、広報戦略は、以下の2つの側面を両輪として推進していく方針とします。

施設への誘客(集客機能)

来訪者に対し、「日本一の観光案内所」の存在と利用価値(立ち寄るメリット)を伝え、来館の動機付けを行う活動

山形ファンづくり(メディア機能)

「日本一の観光案内所」が主体となって地域の魅力や物語を発信し、山形市全体のブランド価値を高め、継続的な交流人口・関係人口(ファン)を創出する活動

(1)戦略的な情報発信に向けた3つの視点

多様化する情報環境に対応し、確固たるブランド認知と信頼を獲得するため、役割の異なる3つの視点(チャンネル)を組み合わせた有機的な情報発信体制の構築を目指します。

①情報の「深掘り」と正確性の担保(オウンドメディアの活用)

「日本一の観光案内所」として、旅マエの情報発信を行うため、新たな観光情報発信サイトを構築を検討します。このサイトや施設内サイネージ等の媒体においては、一過性の情報ではなく、地域の歴史・文化・食などの魅力を深く掘り下げた質の高いコンテンツの発信を行います。

②「共感」の醸成と情報の拡散(ソーシャルメディアの活用)

「日本一の観光案内所」の情報発信において、ソーシャルメディア(SNS)を活用します。SNS(Instagram、YouTube等)においては、視覚的な魅力や体験の様子を動画等で発信し、直感的な興味喚起と共感の獲得を目指します。

一方的な発信にとどまらず、来訪者自身による発信(口コミやシェア等)を促す仕組みを取り入れ、共感の輪を拡大するようにします。

③社会的「信頼」の獲得(マスメディアとの連携)

テレビ、新聞、Webニュース等のパブリシティ活動を通じて、第三者視点からの報道を獲得し、施設および山形観光の社会的信頼性を高めることに寄与します。

(2)観光案内所が担うべき広報機能

「日本一の観光案内所」は、単なる案内窓口にとどまらず、地域全体のプロモーションを牽引する役割が期待されます。そのため、運営にあたっては以下の広報機能を備えることを検討していきます。

①地域の魅力の「編集局」機能

市内のイベント情報や旬の話題を単に集めて並べるだけでなく、ターゲットの関心に合わせて魅力的に「編集(キュレーション)」し直して発信する機能。

②地域事業者との「共同発信」機能

地域の事業者や生産者と連携し、商品の背景にあるストーリーを共に発信するなど、地域一体となったPRを主導する機能。

③広域観光の「ハブ」機能

周辺自治体やDMO等と連携し、山形市を起点とした広域的な周遊観光の魅力を発信する機能。

全体方針: 民間活力を活かした持続可能な運営モデルの検討

「日本一の観光案内所」が将来にわたり質の高いサービスを継続して提供するためには、財政支出だけでなく、収益を確保できる管理運営をすることが望ましいと考えます。

「日本一の観光案内所」では、飲食や物販、旅行商品の販売など、収益性が期待できる事業もあることから、今後も引き続き、多様な収益の可能性を整理し、民間事業者のノウハウや活力を最大限に活かした、適切な運営手法や収益モデルについて検討していきます。

(1) 各エリアにおける収益の可能性と検討の方向性

①旧山形ビブレエリア: 関係者間の協議による最適化

本エリアは、民間事業者が建設、所有する建物内に整備する予定で、飲食や物販事業、レンタルスペース事業等を行う予定です。今後、建物所有者や運営事業者等と協議を行い、施設の持続的運営に資する収益の可能性を整理していきます。

②東西自由通路エリア: 課題を踏まえた可能性の模索

本エリアは、多くの通行量が見込めることから、広告媒体やイベントスペースとしての活用による収益化が期待される場所です。一方で、公共通路としての性格上、収益事業の実施には関係法令や管理上の課題、特にJR東日本との合意形成が必要です。そのため、現時点で収益化を確定できるものではなく、関係機関と課題解決に向けた協議を行いながら、イベント開催や広告掲出による収入確保が可能か、その実現性を慎重に模索していきます。

③改札前エリア: 利便性と役割の整理

駅改札前という立地特性上、来訪者への案内や待合といった公共的なサービスの提供を主目的とします。本エリアにおける物品販売や有料サービスの提供については、施設所有者であるJR東日本との協議に基づき、利用者の利便性向上に寄与する範囲での実施可能性を検討します。

(2) その他の収入源および料金設定に関する検討の視点

施設の安定的かつ自律的な運営を支えるため、エリア内の収益に限らず、着地型旅行商品等のオンライン予約の手数料など、多様な財源確保の視点を持って検討を進めます。

事業の進め方について

「日本一の観光案内所」は様々な専門性が求められる事業で成り立っており、よりよい事業展開と管理運営のためには、専門性を有する事業者が連携し、相乗効果を発揮できる体制が望ましいと考えられます。

さらに、整備段階においても、事業展開と管理運営の視点を反映していく必要があることから、設計、工事、管理運営の主体等が参画するコンソーシアムを形成し、連携しながら、「日本一の観光案内所」の設計、工事、そして管理運営を進めていきます。なお、コンソーシアムについては開業に向け、事業の段階に応じ、順次体制の拡充を図っていきます。

また、旧山形ビブレエリアや改札前エリアについては民間所有の建物であり、東西自由通路エリアについても土地の所有がJR東日本であることから、建物等の所有者と協議調整を図りながら、民間事業者のスケジュールを含めた事業計画と足並みを揃えながら事業を進めていきます。

(1) 事業の進め方について

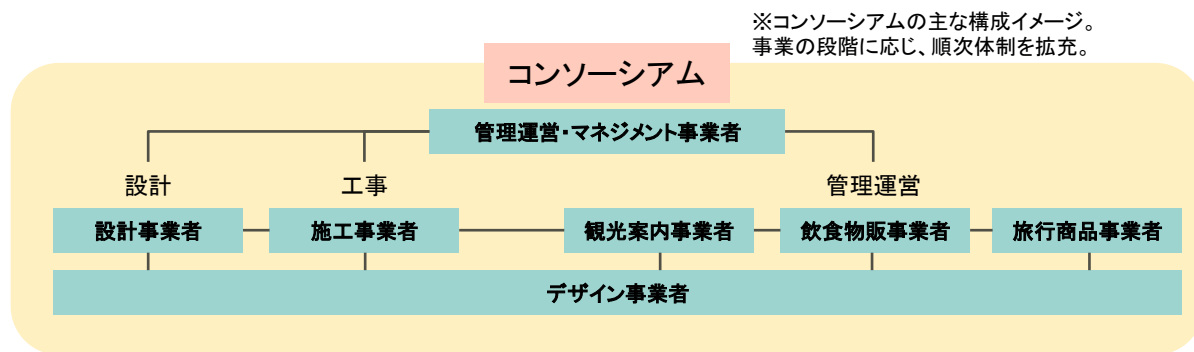
「日本一の観光案内所」の管理運営については、P47の「運営に必要な機能と部門構成」で整理したとおり、戦略・運営推進機能(マネジメント部門)、事業開発機能(クリエイティブ・収益部門)、観光案内・接客機能(フロントライン部門)の3つの機能(部門)が必要と考えられます。

これらの3つの部門は専門性が求められる事業で成り立っており、全ての事業を単独の事業者のみで行うことは難しく、よりよい事業展開のためには専門性を有する複数の事業者がスムーズに連携し、相乗効果が発揮できる体制が望ましいと考えられます。

また、「日本一の観光案内所」は、運営内容やサービスの質が事業の価値を大きく左右することから、事業展開と管理運営の視点を取り入れて、設計や工事を進めていく必要があります。

以上のことから、設計、工事、管理運営の主体等が参画するコンソーシアムを形成し、コンソーシアムと連携し、「日本一の観光案内所」の設計、工事及び管理運営を進めていきます。

なお、コンソーシアム形成後においても、事業の段階に応じ、必要な事業者との連携や参画を検討しながら、順次体制の拡充を図っていきます。



(2) 整備における留意点について

「日本一の観光案内所」整備においては、民間所有の建物に整備する点に留意する必要があります。旧山形ビブレエリアは民間事業者が新たに建設するホテル内に整備し、改札前エリアはJR東日本が所有する建物の改修により整備します。整備に当たっては、建物所有者との協議調整を円滑に行い、建物所有者のスケジュールを含めた事業計画と足並みを揃える必要があります。

また、建物所有者との協議調整は、基本設計、実施設計、施工それぞれの段階を踏んで行っていく必要があります。また、施工段階においては、建物所有者でしか行えない工事も一部発生することが予見され、詳細については設計段階で建物所有者と協議調整を進めていきます。

(3) 管理運営のあり方について

「日本一の観光案内所」では、飲食、物販、旅行商品販売といった収益性が期待できる事業と、観光案内、人材育成、広報事業といった、収益性は期待できないものの、民間の技術やノウハウの活用が求められる事業の大きく2つに分けられます。いずれにしても、民間活力をうまく活かせる管理運営のあり方が求められます。

また、「日本一の観光案内所」の施設としては特性の異なる3つのエリアに分かれており、管理運営に一体性を持たせる一方で、それぞれのエリアの特性も考慮した管理運営を行っていく必要があります。また、3つのエリアの管理運営に留まらず、山形駅周辺エリアとの連携や発展、地域への回遊促進といった施設外に向けた事業展開も求められ、これらに柔軟に対応できる管理運営が求められます。

さらに、「(2) 整備における留意点について」に記載したとおり、旧山形ビブレエリアは民間事業者が新たに建設するホテル内に整備し、改札前エリアはJR東日本が所有する建物の改修を行います。また、東西自由通路エリアについても土地の所有がJR東日本になっていることから、管理運営においては、建物、土地の所有者の意向やルール等を踏まえる必要があります。

引き続き、収益性や民間活力の活用、「日本一の観光案内所」の趣旨や特性の整理、建物や土地を所有する民間事業者との協議調整といった点を踏まえた上で、「日本一の観光案内所」に適した管理運営のあり方を検討していきます。

工事区分、繁忙期を配慮したスケジュール

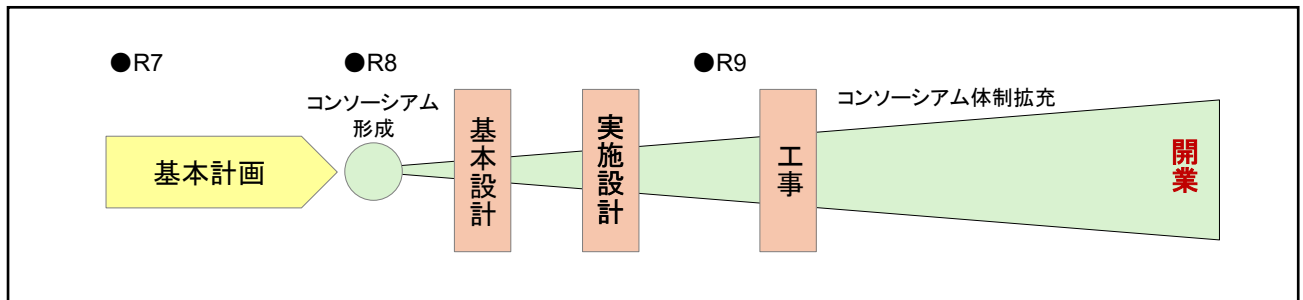
基本計画策定後は、形成されるコンソーシアムと連携し、設計、工事そして管理運営に向け事業を進めていき、コンソーシアムについては事業の段階に応じ、順次体制の拡充を図っていきます。

また、「日本一の観光案内所」整備においては、3つのエリアが民間事業者が所有する建物あるいは敷地となっていることに留意する必要があります。

特に旧山形ビブレエリアは民間事業者が新たに建設するホテル内に整備する予定であり、建物所有者のスケジュールを含めた事業計画と足並みを揃える必要があります。改札前エリアや東西自由通路エリアについても、山形花笠まつりや冬季観光による山形駅の繁忙期を考慮した工事スケジュールを計画するなど、建物、敷地の所有者であるJR東日本との協議調整をしながら、整備を進めていく必要があります。

現状の建物所有者等の関連事業者との協議状況を踏まえ、令和8年度は基本設計に着手します。基本設計後は実施設計を進め、令和9年度以降工事に着手し、令和11年頃のオープンを想定したスケジュールとします。

※なお、スケジュールは各エリアの関連事業者との協議・調整に応じて変更になる可能性があります。



(1) 整備に係る概算事業費の検討

本基本計画のプランを基にした整備費用として約40億円を見込んでおりますが、改札前エリアや旧山形ビブレエリアにおいては、建物所有者でしか行えない工事も発生することが予見されることから、工事区分の協議や調整に応じて費用が変動する可能性も考えられます。

さらに、近年の物価上昇の動きなど、社会情勢が建築費単価に及ぼす影響等について注視していく必要があります。

設計段階において、建物所有者等との協議調整等も行いながら、整備事業費の精査を進めていきます。

(2) 維持管理・運営に係る経費について

維持管理・運営にかかる経費については、事業費や人件費、光熱水費等の3エリアの運用にかかる経費のほか、民間事業者が所有する建物を利用するにあたっては賃貸借契約等が想定されることから、今後も建物所有者等と利用に当たっての形態や権利関係、費用等について協議調整を行っていきます。

別添 関連施設の概況

1. 観光案内関連施設

【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: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 | 営業時間 | 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6年(2024年)度:180,470人 令和5年(2023年)度:100,469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 | データなし |
| 提供サービス | 主な機能・情報 | <ul style="list-style-type: none"> 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 | <ul style="list-style-type: none"> 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。 地域住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。 |

【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1-1-1 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 | 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 | 営業時間 | 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6年(2024年)度:非公開 令和5年(2023年)度:117,948人 令和4年(2022年)度:82,012人 令和3年(2021年)度:56,634人 ※外国人データなし |
| | 外国語対応 | <ul style="list-style-type: none"> 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 | <ul style="list-style-type: none"> 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 県産酒・県産ワインの試飲 各市町村等と協力したイベントの実施などの販促創出 |
| | その他・特記事項 | なし |

別添 関連施設の概況

1. 観光案内関連施設

【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 | 営業時間 | 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6年(2024年)度:67,438人 令和5年(2023年)度:61,830人 令和4年(2022年)度:53,342人 令和3年(2021年)度:34,527人 令和2年(2020年)度:30,907人 |
| | 外国人 | 令和6年(2024年)度:5,728人 令和5年(2023年)度:6,125人(台湾・中国・タイ・香港・シンガポール) 令和4年(2022年)度:3,139人(台湾・中国・タイ・シンガポール・アメリカ) 令和3年(2021年)度:666人(台湾・中国・タイ・インド・アメリカ) 令和2年(2020年)度:643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 | <ul style="list-style-type: none"> 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種程度) |
| | その他・特記事項 | <ul style="list-style-type: none"> 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。 地域住民の利用もある。(電車やバスの時刻確認、イベントやパンフレット等) JNTO認定外国人観光案内所(カテゴリ2)の認定を受けている。 |

【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1-1-1(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 | 営業時間 | 10:00~17:30 |
| | 休業日 | 年中無休 |
| | 窓口数 | 最大4 |
| 提供サービス | 主な機能・情報 | <ul style="list-style-type: none"> 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 訪日旅行者のサポート 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 |

別添 関連施設の概況

1. 観光案内関連施設

【山寺観光案内所】

| 項目 | | 内容 |
|--------|----------------|---|
| 施設概要 | 設置場所 | 山形市山寺4495-15 |
| | 設置時期 | 平成10年(1998年)4月 |
| | 施設面積 | 10㎡(内接客面積2㎡) |
| | 管理者 | 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 | 営業時間 | 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 | 来館者数 ※外国人含む | 令和6年(2024年)度:9,661人 令和5年(2023年)度:8,481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 |
| | 外国人 | データなし(外国人数は、全体の利用者数の約半分(定性的) 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 | <ul style="list-style-type: none"> 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 | なし |

【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 | 9.45㎡(内接客面積2.7㎡) |
| | 所有者 | 敷地:山行バス株式会社/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 | 営業時間 | 9:00～17:00(うち12:00～13:00は昼休憩閉鎖) ※シーズンによって変動あり |
| | 休業日 | 火曜・水曜定休 ※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6年(2024年)度:4,188人 令和5年(2023年)度:6,450人 令和4年(2022年)度:約6,600人 令和3年(2021年)度:データなし |
| | 外国人(主な国籍) ※目視による定性値 | <ul style="list-style-type: none"> 令和6年(2024年)度:2,149人 令和5年(2023年)度:2,073人(インド、インドネシア、韓国、シンガポール、タイ、台湾、中国、フィリピン、ベトナム、マレーシア、アメリカ、カナダ、ブラジル、メキシコ、オーストラリア、ニュージーランド、イギリス、イタリア、オランダ、スペイン、ドイツ、フランス、ロシア、アゼルバイジャンなど) 令和4年(2022年)度: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、ペラルーシ、チリなど) 令和3年(2021年)度:160人(中国、台湾、韓国、フィリピン、インドネシア、マレーシア、インドなど) |
| 提供サービス | 主な機能・情報 | <ul style="list-style-type: none"> 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 | <ul style="list-style-type: none"> 直接旅館に問い合わせが来るケースがある |

■S-PAL山形

| 項目 | 内容 |
|---------|--|
| 設置場所 | 山形駅 東口 |
| 開業日 | 1993年11月27日(大規模リニューアル2017年11月17日) |
| 店舗面積 | 5,682㎡ |
| 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 | <p>営業時間:10:00~19:30※一部店舗除く 店舗数68店舗(ATM含む)※令和6年10月現在 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/ドラックストア/飲食 山形銀行・セブン銀行ATM・多目的室・Free Wi-Fi</p> |

■ホテルメトロポリタン山形

| 項目 | 内容 | | |
|---------|---|---------------|---------------|
| 設置場所 | 山形駅 東口 | | |
| 開業日 | 本館1993年11月27日 南館2020年11月12日 | | |
| 面積 | 敷地面積:約24,300㎡ 延床面積:本館 約18,700㎡ / 南館 約4,200㎡ | | |
| 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 | カテゴリー | 施設内店舗等 | 詳細 |
| | ホテル | | 本館116室 南館108室 |
| | 飲食 | 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 | — | |

■お忘れ物センター

| 項目 | 内容 | | |
|---------|-------------------|--------|-------------|
| 設置場所 | 山形駅 待合室内 | | |
| 開業日 | 不明 | | |
| 店舗面積 | 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 | カテゴリー | 施設内店舗等 | 詳細 |
| | 忘れ物 | — | 忘れ物引き渡し・登録等 |

■おみやげ処山形

| 項目 | 内容 | | |
|---------|-----------------------|--------|-----|
| 設置場所 | 山形駅 待合室内 | | |
| 開業日 | 不明（リニューアル2017年11月17日） | | |
| 店舗面積 | 不明 | | |
| 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 | 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

| 項目 | 内容 | | |
|---------|-----------------|--------|------------|
| 設置場所 | 山形駅 西側 | | |
| 開業日 | 不明 | | |
| 店舗面積 | 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 | 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 |

■ニューデイズS-PAL山形店 ニューデイズミニ山形2号店

| 項目 | 内容 | | |
|---------|--------------------|--------|-----------|
| 設置場所 | 山形駅 S-PAL側・新幹線改札側 | | |
| 開業日 | 不明 | | |
| 店舗面積 | 不明 | | |
| 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 | カテゴリー | 施設内店舗等 | 詳細 |
| | コンビニエンスストア | — | 食品、日用品の販売 |

■コインロッカー

| 項目 | 内容 | | |
|---------|---------------|--------|-------------------------------------|
| 設置場所 | 山形駅 東口 1F | | |
| 開業日 | 不明 | | |
| 店舗面積 | 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 | カテゴリー | 施設内店舗等 | 詳細 |
| | コインロッカー | — | 141口 Suica対応機種: 105口 鍵のみ: 36口 |

■コインロッカー

| 項目 | 内容 | | |
|---------|---------------|--------|-----------------------|
| 設置場所 | 山形駅 東口 2F | | |
| 開業日 | 2025年 | | |
| 店舗面積 | 1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 | カテゴリー | 施設内店舗等 | 詳細 |
| | コインロッカー | — | 13口 Suica対応機種: 13口 |

■霞城セントラル

| 項目 | 内容 | | | |
|---------|--|--------------------|-----|-----------|
| 設置場所 | 山形駅(西側) | | | |
| 開業日 | 2001年1月1日 | | | |
| 施設面積 | 敷地面積10,83.032㎡ 建築面積9,539.32㎡ 延べ床面積69,460.74㎡ | | | |
| 所有者 | 区分所有(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 | 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 | 民間 | 宿泊施設 100室 |
| | | 日本料理 霞城 | 民間 | 宿泊者専用朝食会場 |
| | 飲食 | いのこ家 山形田 | 民間 | |
| | | 茶蔵茶房 霞城セントラル店 | 民間 | |
| | | ぱっぷや 霞城セントラル店 | 民間 | |
| | | ミラクル ワールドレストラン&バー | 民間 | |
| | | 中国料理 紅花樓 | 民間 | |
| | コンビニエンスストア | ファミリーマート山形霞城セントラル店 | 民間 | |
| | アミューズメント | スタジオプリモ山形店 | 民間 | |
| | | girls mignon | 民間 | |
| | | マルチプレックス・シアター ソラリス | 民間 | 映画館 |
| | スクール | NOVA 山形駅前校 | 民間 | |
| | 体験・学習 | 山形県産業科学館 | 山形県 | |
| | | 学習空間 mana-vi | 山形市 | |
| | 観光 | 山形市観光案内センター | 山形市 | |
| | | やまがた観光情報センター | 山形県 | |
| | 行政サービス | 山形市保健所 | 山形市 | |
| | | 山形県パスポートセンター | 山形県 | |
| | | 山形市消費生活センター | 山形市 | |
| | | 山形県すまい・まちづくり公社 | 山形県 | |
| | | 山形県国際交流センター | 山形県 | |
| | | 山形市国際交流センター | 山形市 | |
| | | 山形市市民活動支援センター | 山形市 | |
| | 学校 | 山形県立霞城学園高校 | 山形県 | |
| | | 放送大学山形学習センター | 民間 | |
| サービス | 霞城セントラル郵便局 | 民間 | | |
| | キャッシュサービスプラザ | 民間 | | |
| | スタートアップステーション・ジョージ山形 | 民間 | | |
| | リリーほと商事(株)山形支店 | 民間 | | |
| | 山形熱供給(株) | 民間 | | |

■ やまぎん県民ホール

| 項目 | 内容 | | |
|---------|---|------------------|-------------------------------|
| 設置場所 | 山形駅 西口 | | |
| 開業日 | 2019年9月 | | |
| 施設面積 | 延床面積: 16,132.82㎡ | | |
| 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 | カテゴリー | 施設内店舗等 | 詳細 |
| | お土産・カフェ | 0035BYKIYOKAWAYA | テナント |
| | コンベンション | 大ホール:2,001席 | 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

| 項目 | 内容 | | |
|---------|----------------|---------------------------|-------------------------------|
| 設置場所 | 山形駅 西口 徒歩10分 | | |
| 開業日 | 2001年4月1日 | | |
| 施設面積 | 延床面積: 約14,600㎡ | | |
| 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 | カテゴリー | 施設内店舗等 | 詳細 |
| | コンベンション | テレサホール 811席 アプローズ:400席 | 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 |

■ 山形駅東口交通センター

| 項目 | 内容 | | |
|---------|------------------------------|--------|-------------------------|
| 設置場所 | 山形駅 東口 | | |
| 開業日 | 1994年7月20日 | | |
| 施設面積 | 延床面積: 12,065㎡ 駐車場面積: 13,711㎡ | | |
| 所有者 | 山形市 | | |
| 運営主体 | 山形市 | | |
| 機能・サービス | 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 | — | バスチケットの販売、コインロッカー、外資両替機 |

■ 山交バス 山形駅前案内所

| 項目 | 内容 | | |
|---------|------------------------|--------|-----------------|
| 設置場所 | 山形駅東口交通センター | | |
| 開業日 | 1994年7月20日 | | |
| 店舗面積 | 58.48㎡ | | |
| 所有者 | 貸主: 山形市 / 借主: 山交バス株式会社 | | |
| 運営主体 | 山交バス株式会社 | | |
| 機能・サービス | カテゴリー | 施設内店舗等 | 詳細 |
| | 交通 | — | バスチケットの販売、外資両替機 |
| | コインロッカー | 104口 | |