

最上義光歴史館を中核とした 山形市中心市街地観光拠点計画

目 次

1. 実施体制	3
2. 事務の実施体制	4
3. 基本的な方針	
3-1. 現状分析	
3-1-1. 主要な文化資源	7
3-1-2. 来訪客の動向	14
3-1-3. 他の文化資源保存活用施設との比較	17
3-2. 課題	19
3-3. 文化観光拠点施設としての機能強化に向けて取組を強化すべき事項及び基本的な方向性	23
3-4. 地域における文化観光の推進への貢献	26
3-5. 文化の振興を起点とした、観光の振興、地域の活性化の好循環の創出	27
4. 目標	28
5. 目標の達成状況の評価	33
6. 文化資源保存活用施設	
6-1. 主要な文化資源についての解説・紹介の状況	
6-1-1. 現状の取組	34
6-1-2. 本計画における取組	34
6-2. 施行規則第1条第2項第1号の文化観光推進事業者との連携	
6-2-1. 現状の取組	35
6-2-2. 本計画における取組	36
6-3. 施行規則第1条第2項第2号の文化観光推進事業者との連携	
6-3-1. 現状の取組	36
6-3-2. 本計画における取組	36
7. 文化観光拠点施設機能強化事業	
7-1. 事業の内容	
7-1-1. 文化資源の魅力の増進に関する事業	37
7-1-2. 情報通信技術を活用した展示、外国語による情報の提供その他の国内外からの 観光旅客が文化についての理解を深めることに資する措置に関する事業	39
7-1-3. 国内外からの観光旅客の移動の利便の増進その他の文化資源保存活用施設の利用に係る 文化観光に関する利便の増進に関する事業	39
7-1-4. 文化資源に関する工芸品、食品その他の物品の販売又は提供に関する事業	43
7-1-5. 国内外における文化資源保存活用施設の宣伝に関する事業	45
7-1-6. 7-1-1～7-1-5の事業に必要な施設又は設備の整備に関する事業	46
7-2. 特別の措置に関する事項	
7-2-1. 必要とする特例措置の内容	48
7-3. 必要な資金の額及び調達方法	49
8. 計画期間	50

最上義光歴史館を中核とした山形市中心市街地観光拠点計画

1.実施体制

文化資源保存 活用施設	名称	最上義光歴史館	所在地	山形市大手町1番53号(移転整備の予定有り)
申請者 文化資源保存活用 施設の設置者	名称	山形市	所在地	山形市旅籠町二丁目3番25号
	代表者	山形市長 佐藤孝弘		
	地方公共 団体内部 の役割	【主担当部署】文化創造都市課 【連携する部署】観光戦略課、インバウンド推進室、ブランド戦略課、公園緑地課		
共同申請者① 文化観光推進 事業者	名称	おもてなし山形株式会社	所在地	山形市本町二丁目4番3号
	代表者	代表取締役 小林勝喜		
	役割	施行規則第1条第2項第1号の文化観光推進事業者		
共同申請者② 文化観光推進 事業者	名称	The Hidden Japan 合同会社	所在地	山形県酒田市新橋二丁目26番20号 山形県山形市本町一丁目5番19号 やまがたクリエイティブシティセンターQ1 (山形市支社)
	代表者	代表 山科沙織		
	役割	施行規則第1条第2項第2号の文化観光推進事業者		
共同申請者③ 文化観光推進 事業者	名称	山形交通株式会社	所在地	山形市清住町一丁目1番20号
	代表者	代表取締役会長 平井康博		
	役割	施行規則第1条第2項第2号の文化観光推進事業者		
共同申請者④ 文化観光推進 事業者	名称	山形市ホテル協会	所在地	山形市七日町一丁目4番31号
	代表者	会長 伊勢和正		
	役割	施行規則第1条第2項第2号の文化観光推進事業者		

共同申請者⑤ 文化観光推進 事業者	名称	山形市ホテル宿泊連絡協 議会	所在地	山形市七日町一丁目4番31号
	代表者	会長 伊勢和正		
	役割	施行規則第1条第2項第2号の文化観光推進事業者		
共同申請者⑥ 文化観光推進 事業者	名称	株式会社 山形銀行	所在地	山形市七日町三丁目1番2号
	代表者	取締役頭取 佐藤英司		
	役割	施行規則第1条第2項第2号の文化観光推進事業者		
共同申請者⑦ 文化観光推進 事業者	名称	山形市観光協会	所在地	山形市霞城町一丁目1番1号
	代表者	会長 平井康博		
	役割	施行規則第1条第2項第2号の文化観光推進事業者		

2. 事務の実施体制

構成主体	役割・主な担当業務
山形市 (申請者・施設設置者)	【全体統括・基盤整備】 ・計画全体の進捗管理、予算管理、国(文化庁)との調整。 ・霞城セントラル高層階の施設整備(工事・維持管理) ・都市計画や文化財保存活用地域計画との整合性確保。
おもてなし山形株式会社 (共同申請者・登録DMO)	【マーケティング・戦略評価】 ・観光データの収集、整理、分析(人流・消費動向等)。 ・地域内の他の観光施設や商店街との広域的な連携調整。
The Hidden Japan 合同会社 (共同申請者・観光事業者)	【インバウンド特化型コンテンツ開発】 ・ネイティブ視点による展示解説 ・ウェブサイトの多言語化支援。 ・訪日外国人向けの特別な体験プログラムやツアーの造成。 ・海外メディアやインフルエンサーを活用した戦略的なプロモーション。
山形交通株式会社 (共同申請者・交通事業者)	【二次交通の充実・回遊促進】 ・山形駅・歴史館及び主要観光地(山寺、蔵王及び街なか観光拠点等)間におけ

	る二次交通の利便性向上と利用促進。 ・公共交通機関と歴史館入館券等をセットにした企画乗車券や周遊パスの造成及び販売協力。
山形市ホテル協会 (共同申請者・宿泊事業者)	【滞在型観光・ナイトタイム連携】 ・ホテルの宿泊客を対象とした「ナイトミュージアム」や夜間特別イベントの共同企画・運営。 ・歴史館の鑑賞体験を組み込んだ宿泊プランの造成および宿泊客への戦略的な情報発信。
山形市ホテル宿泊連絡協議会 (共同申請者・宿泊事業者)	【滞在型観光・ナイトタイム連携】 ・ホテルの宿泊客を対象とした「ナイトミュージアム」や夜間特別イベントの共同企画・運営。 ・歴史館の鑑賞体験を組み込んだ宿泊プランの造成および宿泊客への戦略的な情報発信。
株式会社山形銀行 (共同申請者・金融機関)	【キャッシュレス化・消費データ分析】 ・拠点施設におけるマルチ決済端末の導入支援およびキャッシュレス化の推進。 ・決済データに基づく来訪者の属性や消費動態の高度な分析。 ・中心市街地の事業者とのマッチングや、自走型ビジネススキームの構築支援。
山形市観光協会 (共同申請者・観光協会)	【山形駅からの誘導・情報発信に関する連携】 ・山形駅からの誘導 ・霞城セントラル1階の観光協会管理のコーナーにおける、最上義光の周知などの連携。 ・協会が持つ情報発信媒体での情報発信。

【山形市中心市街地観光拠点計画 推進体制】

山形市	おもてなし山形	The Hidden Japan	山形交通
(文化創造都市課)	(登録 DMO)	(観光事業者)	(交通事業者)
・予算・進捗管理 ・施設改修・整備 ・文化財の保存活用	・データ分析・評価 ・地域内連携調整 ・戦略策定支援	・多言語対応支援 ・インバウンド商品造成 ・グローバルプロモーション	・二次交通の充実 ・回遊の促進
山形市ホテル協会	山形市ホテル宿泊連絡協議会	山形銀行	山形市観光協会
(宿泊事業者)	(宿泊事業者)	(金融機関)	(観光協会)
・滞在型観光 ・ナイトタイム連携	・滞在型観光 ・ナイトタイム連携	・キャッシュレス化 ・消費データ分析	・山形駅からの誘導 ・情報発信の連携



最上義光歴史館(文化観光拠点)

「最上義光歴史館を拠点とした滞在型街なか観光の推進」

3. 基本的な方針

3-1. 現状分析

3-1-1. 主要な文化資源

1 最上義光と山形市の関係

最上義光と山形市の関係は、単なる歴史的人物と地域という関係を超え、現在の都市の成り立ちそのものに直結する極めて深いものである。義光は戦国時代後期から江戸時代初期にかけて出羽国を治める中で、軍事・政治の両面において手腕を発揮するとともに、領国経営に積極的に取り組み、山形の基盤を体系的に整備した。

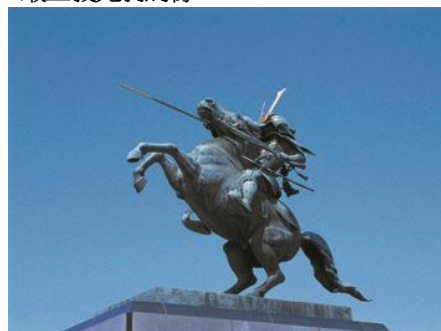
特に重要なのは、山形城を中心とした城下町の形成であり、義光は城郭の拡張や防御機能の強化にとどまらず、武家地・町人地・寺社地を計画的に配置し、秩序ある都市構造を構築した。この町割りは、近世城下町としての完成度が高く、現在の山形市中心市街地の骨格として受け継がれている。また、河川の治水や新田開発を進めたことにより、農業生産の安定と拡大が図られ、地域の経済基盤が強化された。さらに、交通路や流通の整備を通じて商業活動を活性化させ、山形は出羽国の内陸における拠点都市としての機能を備えるに至った。

このように義光の施策は、単なる戦国大名の領国統治にとどまらず、現代に通ずる長期的な視点に立った都市経営として評価されるものであり、その成果は現代の山形市の都市構造や生活基盤にまで連続している。現在も、山形城跡は霞城公園として整備され、市民の憩いの場であると同時に観光資源として活用されているほか、市内各所に残る史跡や最上義光歴史館における展示などを通じて、その歴史的意義が市内外に継承・発信されている。

また、義光は地域の礎を築いた人物として広く認識されており、郷土教育や文化振興の分野においても重要な存在となっている。歴史資源としての活用にとどまらず、山形市のアイデンティティを支える象徴的な存在として位置付けられている点において、その影響は現在も継続している。

総じて、最上義光は、山形城と城下町の整備を核とした都市形成、治水や開発による経済基盤の確立、さらには地域社会の安定化を通じて、現在の山形市の成立と発展に決定的な役割を果たした人物である。その功績は、都市構造や歴史資源として今日まで受け継がれており、山形市の歴史的・文化的基盤を理解する上で欠かすことのできない存在である。

・最上義光騎馬像



・山形城二ノ丸東大手門



・山形城御城印



2 文化観光拠点施設とその所在地

■最上義光歴史館[文化観光拠点施設]



最上義光歴史館は、山形繁栄の基礎を築いた戦国武将である最上義光の名を冠し、散逸の危機にあった最上家関係資料の収集・保管・調査研究を行うとともに、これらを広く一般に公開し、義光及び最上家を紹介する施設として山形市により整備され、1989年(平成元年)12月1日に開館した。

開館当初は鉄筋コンクリート造平屋建であり、屋根に日本風の切妻造を採用しつつ、建物全体は、ヨーロッパ風の建築様式を取り入れるなど、前庭との調和を図った設計となっている。

1992年(平成4年)2月には施設機能の充実を目的として、収蔵庫、第二展示室、研修室及び喫茶室等を増設し、現在の鉄筋コンクリート造平屋建(一部二階建)の構成となった。

本市において同館は、最上義光に関する資料を中心に展示する施設であり、本市の歴史的アイデンティティを象徴する重要な文化資源の一つである。甲冑・古文書等の実物資料を中心に時系列に沿った構成と詳細な解説パネルにより、幅広い年齢層に対して地域の歴史を伝える役割を果たしているほか、入館料が無料であることから、気軽に来館できる環境が整っている。さらに、館内には学芸員に加えボランティアガイドが常駐しており、来館者への案内等を通じて、きめ細やかなサービスを提供している。

一方で、開館より38年以上が経過したことで、漏水や空調の不調など施設全体として老朽化が進むとともに、史跡山形城跡の発掘調査により最上氏時代の金箔瓦を中心に多数の遺物が出土しており、それらを展示・紹介するスペースが確保できなくなっているなど、狭隘化が課題となっている。また、現在、山形城跡である霞城公園を史跡公園として整備しており、今後、同公園に多くの観光客を誘導するためには、山形駅からの最短ルートである南門までの導線上の魅力向上させる必要もある。

上記の課題を解決し、最上義光歴史館を中心市街地の文化観光の拠点とするため、山形市の玄関口であり交流人口の集積地である山形駅に隣接した霞城セントラルの高層階に移転を予定している。移転にあたっては、現在の最上義光及び最上家に関する資料を中心とした展示は堅持しつつ、最上義光が基礎を築いた山形城及び城下町の紹介を強化する。さらに、高層階に移転することによって得られる眺望を活用して、城下町の変遷や最上家の合戦場の様子などの紹介も盛り込む。



霞城セントラル移転整備のイメージ

(1)基本情報

開 館 年 1989年(平成元年)12月1日
開 館 時 間 午前9時から午後5時まで
休 館 日 月曜日(国民の祝日と重なる場合はその翌日)、12月29日から1月3日
入 館 料 無料
運 営 者 山形市(指定管理者:公益財団法人山形市文化振興事業団)

(2)主な展示事業と普及啓発事業等(2025年度(令和7年度)実施)

・展示事業

①「鐵[kurogane]の美2025 ～武士と日本刀～」[4月3日～6月29日]

最上義光を中心とした最上家関係資料および山形城関係資料、並びに山形に関わる文化財を展示・紹介する。また、武器であると同時に美術工芸品としての側面を有する日本刀の魅力についても発信する。収蔵刀剣(寄託資料を含む)の中から武士との関わりが理解できる資料を選定し、関連するエピソードを交えながら展示を行った。

②「妖怪博覧会」ーもののけ、その歴史と美術ー[10月16日～1月12日]

妖怪をテーマに、江戸時代から現代に至る歴史資料や作品を展示し、その美術的価値や文学との関わり、さらには歴史的背景や妖怪と武将との関係について紹介した。山寺芭蕉記念館と共同で開催した。

③「シン・市民の宝モノ2026」展[1月15日～3月29日]

山形市民を対象に、秘蔵する「宝モノ」を募集して、当館で選考して展示し、広く一般に公開する。閑散期に参加型の展覧会を開催することで、施設活動に対する山形市民の関心を高め親しめるものとした。

・普及啓発事業

①こども講座

小学校を対象に各学校を訪問し講座を開催することで、最上義光を学ぶ機会を作り、郷土史に対する関心と理解を深め、愛郷心の育成を図った。

②義光塾[年3回]

来館者への案内や説明などのサービス提供を行うボランティアガイドにより構成された市民団体「義光会」に対し、最上義光や郷土の歴史について、多角的に学習する場を設け、来館者に対して幅広い知識で説明が可能となるようスキルアップを図った。

③ICTに関わる企画と情報管理

ホームページを活用して最上義光を中心とした様々な情報を発信するとともに、企画から物販まで幅広く展開した。展示事業とリンクさせて、映像をはじめとする各種コンテンツをICTに係る媒体を介して提供し、最上家や郷土の歴史、山形市の文化遺産等の啓発を行う。

・調査研究事業

①最上家関係資料・史跡調査

山形大学等の有識者とともに、県内外に残る最上家等に関わる文書資料や文化財・史跡などの調査研究を進め、写真等による記録保存や目録作成、複写等の資料整備を行った。

②収蔵資料台帳デジタルアーカイブ化事業

山形大学の有識者とともに、資料の有効保存と情報の発信を目指し、当館所蔵の収蔵資料の台帳整備とデジタルアーカイブに向けた電子化作業を行った。

(3)主要な収蔵資料

さんじゅうはちけんそうふくりんすじかぶと
・三十八間総覆輪筋兜

〔山形市指定有形文化財〕



・指揮棒(最上義光所用)

〔山形市指定有形文化財〕



・最上義光等連歌巻

〔山形県指定文化財〕



・太刀 銘

〔山形市指定文化財〕

(表)八幡宮奉納源家親/(裏)出羽国酒田住兼高作



・刀 朱銘 来国次



・長谷堂合戦図屏風

左隻



右隻



(参考)収蔵資料内訳

分 類	点 数
絵画	27
工芸品(武器・武具、調度品等)	605
書籍(古文書、書籍等)	207
歴史(絵画等)	19
その他(複製、解説板頭)	95
合 計	953

■山形市中心市街地〔文化観光拠点施設の所在地〕

現在、山形市中心市街地においては、「100年に一度の大改造」とも称される、公民連携によるグランドデザインの具現化に向けた事業が数多く展開されている。特に、グランドデザインのテーマである「歩くほど幸せになるまち」の実現を目指し、粋七エリア整備、千歳館エリアのリノベーション、旧大沼周辺エリアの再開発、旧吉池医院の利活用に向けた整備検討といった大規模な取組が中核となっている。

こうした動きは、県都として、また連携中枢都市圏の中心市として、さらには仙山生活圏の一翼を担う都市としての機能強化にも寄与しており、民間投資や多様な活動を呼び込み、中心市街地の魅力と価値の向上につながっている。

山形駅は本市を訪れる観光客の主要な玄関口であり、その周辺には霞城公園(山形城跡)が位置している。また、城下町として発展してきた市街地には、江戸時代から続く寺社や、紅花交易によって繁栄した商人文化を伝える文化財が点在している。

加えて、明治期には県庁の設置に伴い、官庁街が形成され、その周辺には料亭街も発展した。これらの歴史的建造物の一部は現在も保存・活用されており、戦災や震災の被害に遭っていない本市の中心市街地は、各時代の歴史が重層的に積み重なった都市空間を形成している点に特徴がある。

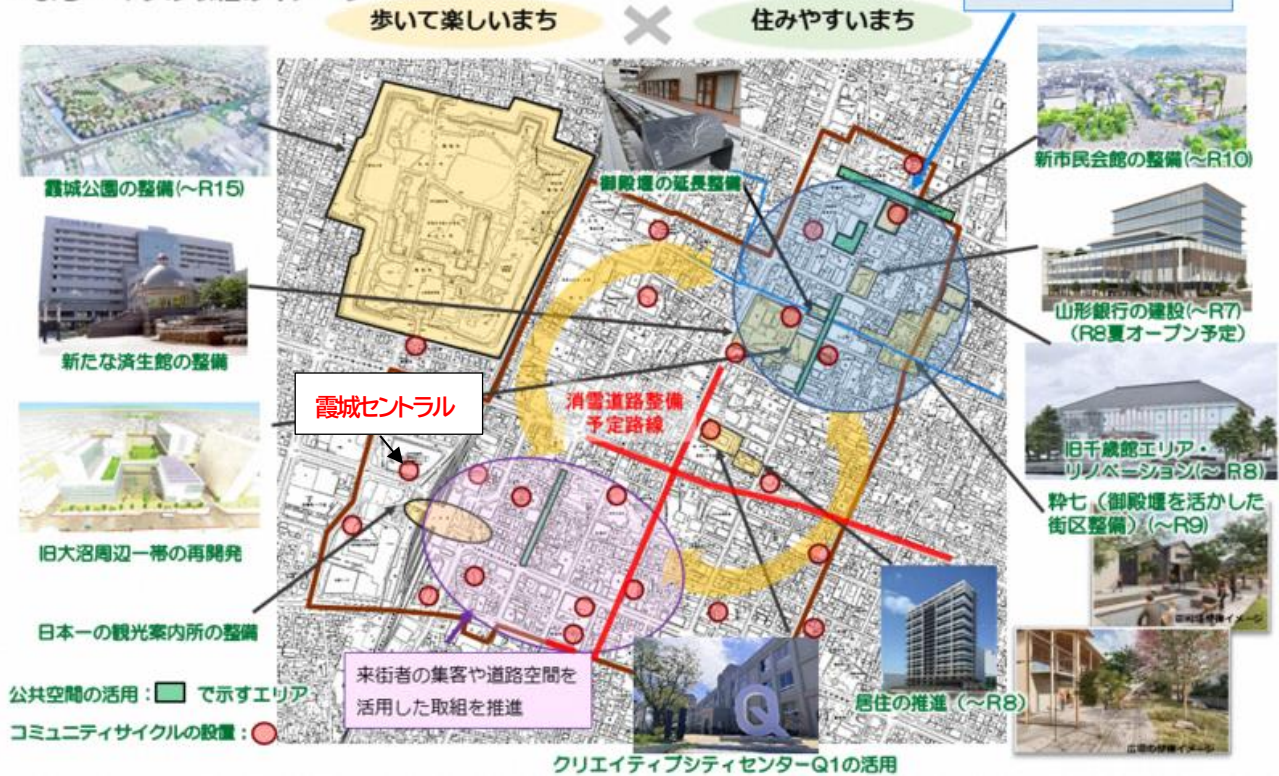
一方で、2大ビジョンの一つに「文化創造都市」を標榜している都市らしく、山形市の中心市街地には、文化施設として市立施設である最上義光歴史館や山形市郷土館、県立施設として山形県立博物館や文翔館などの文化施設が立地している。

併せて、観光案内機能としては、山形市観光案内センター、やまがた観光情報センター、山形駅観光案内所が設置されており、今後、山形駅に隣接した場所に「日本一の観光案内所」が開設されるなど、来訪者の受入体制も整備されている。

さらに、ナショナルジオグラフィックが選定する「2026年に行くべき世界の旅行先25選」において山形県が国内で唯一選出され、またジャパントाइムズによる「世界に発信するに値する日本の自治体」においても、2025年(令和7年)に山形市が国内唯一の選出を受けている。これらを背景として、海外メディアでの露出増加が見込まれることから、今後数年間は観光誘客の拡大を図る好機といえる。

中心市街地グランドデザインについて

■まちづくりの取組のイメージ



■ 関連する周辺の文化資源

○史跡「山形城跡」(霞城公園)

山形市の中心部に位置する山形城跡(霞城公園)は、戦国時代から江戸時代にかけて栄えた平城の遺構であり、現在は市民の憩いの場として広く親しまれている。特に、戦国大名である最上義光の時代に大規模な整備が行われ、東日本においては江戸城に次ぐ規模を誇る城郭へと発展した。

本丸・二ノ丸・三ノ丸から構成される広大な敷地には、石垣や堀が良好な状態で現存しており、復元された二ノ丸東大手門は往時の威容を今に伝えている。また、春には約1,500本の桜が咲き誇り、本市を代表する花見の名所として数多くの来訪者で賑わう。

園内には、郷土の歴史を伝える山形県立博物館や、明治初期の擬洋風建築として知られる山形市郷土館(旧済生館本館)が所在し、医療史を含めた地域の歩みを伝えている。特に郷土館は、旧病院建築を活用した歴史的建造物であり、その独特な外観も重要な見どころの一つとなっている。

・二ノ丸東大手門[国指定]



・山形市郷土館(旧済生館本館)
[国指定]



・本丸一文字門[国指定]



・山形城三ノ丸土塁跡[国指定]



○山形五堰

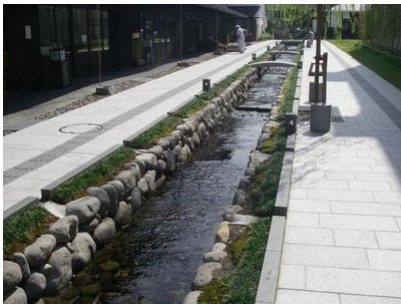


山形市中心部を流れる山形五堰は、江戸時代初期に整備された歴史的な用水路群であり、市街地の形成と発展を支えてきた重要な都市基盤である。主に農業用水として築かれたものであるが、城下町の生活用水や防火用水としても活用され、人々の暮らしと密接に関わってきた。

五堰は、市内を流れる複数の用水路の総称であり、清らかな水が現在も市街地を巡っている。その流れは、街なかの潤いと景観的な魅力をもたらすとともに、歴史的風致の形成にも寄与している。

近年では、親水空間として散策路の整備や環境美化活動が進められており、市民の日常的な憩いの場として親しまれているほか、観光資源としての活用も図られている。四季折々の風景とともに、水と共生する山形市のまちづくりの象徴的な存在となっている。

・七日町御殿堰



・御殿・ハケ郷堰親水広場



・山形県庁前緑地



(参考)他関連する周辺の文化資源

・紅の蔵(城下町商人屋敷)



・千歳館 [国登録]



・旧吉池医院



・やまがたクリエイティブ
シティセンターQ1

[国登録]



3-1-2.来訪客の動向

1 山形市の観光客の状況

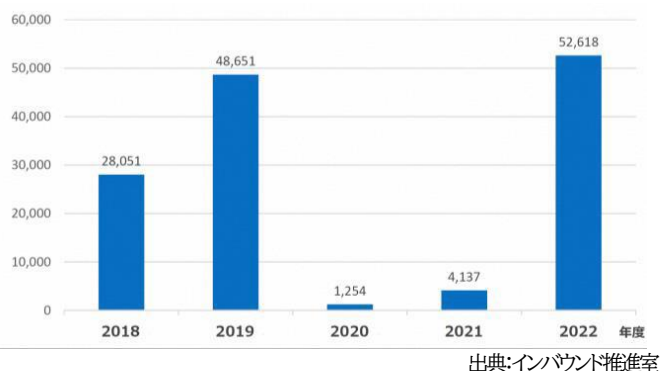
(1)山形市への観光入込客数

山形市への観光入込客数は、2015年度(平成27年度)の295万人から2022年度(令和4年度)には225万人へと減少しており、一方で、訪日外国人観光客数についても、2018年度(平成30年度)の2万8千人から2022年度(令和4年度)には5万3千人余りと増加傾向にあるものの、観光客全体に占める外国人の割合は約2%にとどまっている。さらに、2024年度(令和6年度)における山形県の外国人観光客に関する都道府県別訪問率は0.5%で、全国47都道府県中36位という状況であり、これらの点から国内外ともに山形市を訪れる観光客数を拡大する余地は大きいと考えられる。

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)



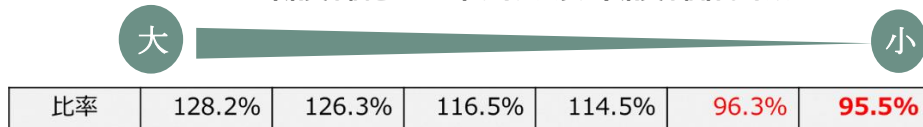
(2)観光消費額

観光消費額については、消費単価の高い外国人旅行者に関する2024年(令和6年)の消費単価は東北6県の中で山形県は3番目となっているが、2019年(令和元年)比では6県中で最も低く、消費単価の伸び悩みが課題となっている。その要因として、山形市における外国人旅行者の滞在期間の短さが挙げられ、実際に2019年と2024年を比較すると、外国人旅行者数は約2.9倍に増加している反面、延べ宿泊者数は約1.2倍にとどまっている。このことから多くの外国人観光客が蔵王の樹氷など特定の観光地を訪れ、宿泊を伴わず他地域へ移動している状況が推察される。

国籍・地域別訪日外国人旅行消費単価(東北六県)

年 / 県	秋田県	宮城県	岩手県	青森県	福島県	山形県
2019年	¥24,145	¥49,730	¥28,191	¥35,799	¥39,879	¥40,711
2024年	¥30,951	¥62,756	¥32,842	¥51,746	¥38,401	¥38,888

2019年消費単価と2024年のインバウンド消費単価伸び率順



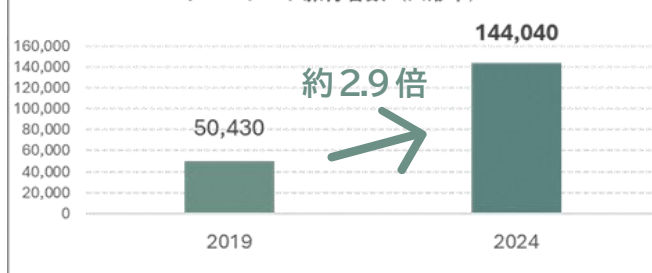
出所:観光庁「インバウンド消費動向調査」

インバウンド旅行者延べ宿泊者数(山形市)



出所:観光庁「宿泊旅行統計(二次速報値)」

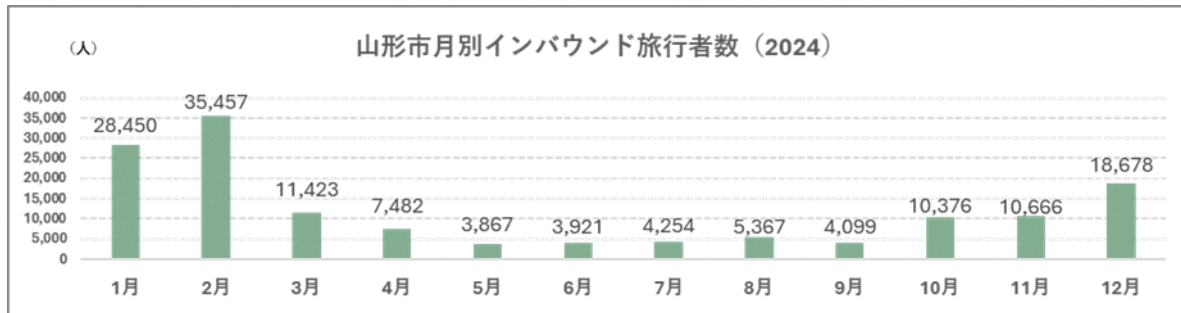
インバウンド旅行者数(山形市)



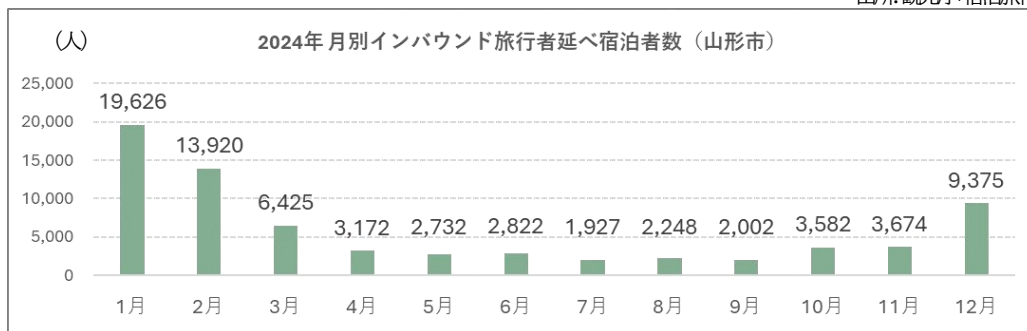
出所:東北観光DMP(データ提供元:インテージ)

(3)月別外国人旅行者数

2024年度(令和6年度)における月別外国人旅行者数を見ると、約8割が10月から3月に来訪しており、特に冬季間に集中する傾向が顕著である。これは外国人延べ宿泊者数にも表れており、2024年(令和6年)には1月の実績が約2万人である一方、5月から9月にかけては各月2千人台にとどまり、1月の10分の1程度となっている。そのため、4月から9月までのグリーンシーズンにおける滞在型観光を推進することで、観光客数及び延べ宿泊者数が飛躍的に増加し、観光消費額の増加にも大きな影響を与えるものと考えられる。



出所:観光庁「宿泊旅行統計(二次速報値)」



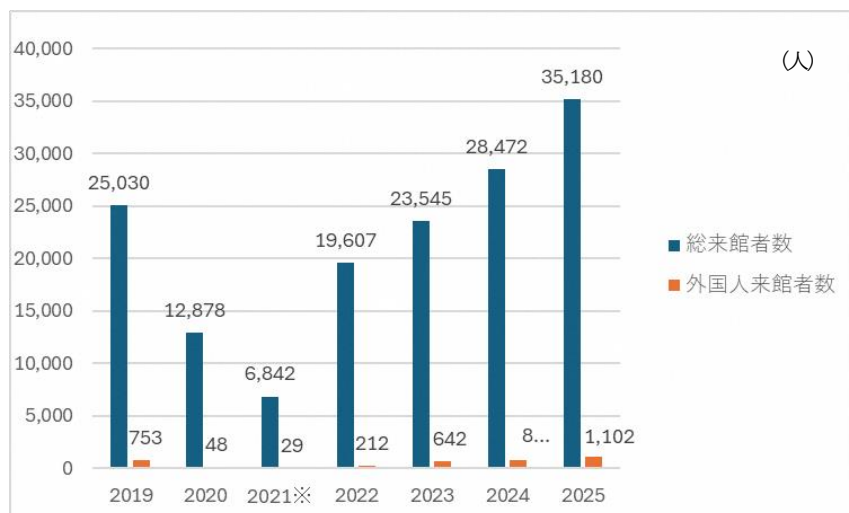
出所:観光庁「宿泊旅行統計(二次速報値)」

2 最上義光歴史館の来館者の状況

新型コロナウイルス感染症の収束に伴い、同館の来館者数は回復基調にある。2025年度(令和7年度)には3万5千人に達し、コロナ禍前である令和元年度の水準を上回った。また、外国人来館者数についても同様に回復が進み、2019年度(令和元年度)の水準を上回っている。

ただし、近接する山形市郷土館は年間来館者数が45,000人に達していることや、来館者数に占める外国人の割合は3%程度に過ぎず、これらの点から来館者数を更に伸ばせる余地がある。

最上義光歴史館来館者数



※2021年(令和3年)10月16日～2022年(令和4年)3月31日の間は臨時休館

3 最上義光歴史館の移転後における来館者のターゲット層

(1) 歴史への関心が高く知的好奇心の強い観光客等

- ① 東北を代表する戦国武将である最上義光をはじめ、最上家の事績に興味関心があり、展示されている文化財の背景にあるストーリーを深く理解することを目的に来館する観光客等。
- ② 国指定史跡山形城跡が日本百名城に認定されていることから、城郭や城下町など、城に対する知的好奇心を満たすために来館する観光客等。

(2) 山形県内等の著名な観光地を目的に来訪した一般的な観光客

- ① 出羽三山や銀山温泉、蔵王温泉や山寺など、県内の著名な観光地への訪問を目的に山形市を訪れた観光客のうち、山形駅や日本一の観光案内所等で情報を得て、目的地での滞在時間の前後に、山形市内の観光スポットを訪問しようと考えている若者からシニア層の観光客。
- ② 山形市を旅行先にセレクトしたが、特定の行先がなく山形駅や隣接する「日本一の観光案内所」等で、訪ねるべき観光拠点についてリサーチする一般的な観光客
- ③ 新幹線や高速バスなどの公共交通機関の半日程度の待ち時間を利用し、短時間で山形らしさを直感的に味わえるコンテンツを求めている観光客
- ④ 将来のリピーターにつながる可能性を秘めている、修学旅行や授業など教育関係で利用する県外の小中高校生等

(3) インバウンド

- ① 冬の樹氷やスキーといったコンテンツとともに、最上義光歴史館への訪問を計画している台湾をはじめとしたアジア圏からの外国人観光客
- ② 日本の歴史文化体験の期待が高く、長期間の滞在期間のなかで最上義光歴史館を来訪しようと考えている欧米からの外国人観光客

3-1-3. 他の文化資源保存活用施設との比較

1 類似施設との比較

(1) 参考とした他の文化資源保存活用施設

最上義光歴史館は、戦国武将を中心に据えた顕彰型の歴史施設であり、東北圏内における類似施設としては、伊達政宗歴史館や上杉神社稽照殿が挙げられる。

・伊達政宗歴史館

開館年 1984年(昭和59年)

施設の内容 伊達政宗歴史館は、伊達政宗の生涯をジオラマや人形展示により分かりやすく紹介する観光型の歴史施設であり、松島観光と一体となった集客力を有している。

運営者 株式会社みちのく伊達政宗歴史館

・上杉神社稽照殿

開館年 1923年(大正8年)

施設の内容 上杉神社稽照殿は、上杉謙信をはじめとする上杉家ゆかりの文化財を収蔵・展示する宝物館であり、実物資料を中心とした学術的価値の高い展示を特徴とする施設である。

運営者 宗教法人上杉神社

(2) 最上義光歴史館と類似施設の比較

	最上義光歴史館	伊達政宗歴史館	上杉神社稽照殿
展 示	・解説パネルが充実し、学術的裏付けを重視 ・戦国史に詳しくない来館者でも理解しやすい構成	・人形やジオラマを中心とした視覚演出型展示 ・合戦やエピソードをダイナミックに再現	・甲冑・刀剣・古文書などの実物資料中心展示 ・学術性・資料性が高い構成
料 金	無 料	有 料	有 料
ア ク セ ス	・山形駅から徒歩圏内 ・中心市街地に立地し、山形城跡(霞城公園)等と近接 ・公共交通・徒歩ともに利用しやすく、回遊性が高い	・松島海岸駅から徒歩圏内 ・日本三景・松島の観光エリア内に立地 ・観光動線上にあり、観光客の立ち寄りやすさが高い	・米沢駅からやや距離あり(バス、車利用が一般的) ・上杉神社境内に立地し、観光地としてはまとまりあり
性 格	・市立施設としての役割が強く、歴史理解の促進や普及啓発を重視 ・無料開放や案内体制など、市民利用と観光の両立	・松島観光と一体となった集客重視の運営 ・展示もエンターテインメント性が高い	・上杉家ゆかりの文化財の保存・公開が主目的 ・学術性が高く、資料価値の伝達を重視

(3)他類似施設と比較した最上義光歴史館の強み・弱み

強 み	最上義光歴史館の強みは、人物に焦点を当てた分かりやすい展示構成と、地域の歴史との結びつきを的確に示している点にある。 まず、最上義光という特定の歴史人物を軸に据えることで、来館者が時代背景や出来事をストーリーとして理解しやすい構成となっており、歴史に詳しくない層に対しても受け入れやすい展示となっている。これは、視覚的演出を重視する伊達政宗歴史館とは異なり、史実に基づいた理解を重視した構成である点に特徴がある。 実物資料を中心に展示する上杉神社稽照殿が、文化財としての資料そのものの価値に重きを置くのに対し、同館は資料を通じて地域の歴史的文脈を分かりやすく伝えている。 さらに、入館無料であることにより来館のハードルが低く、観光客のみならず市民にとっても利用しやすい施設となっているほか、ボランティアガイドによる解説対応が行われていることで、来館者の理解を補完し、満足度の向上につながっている。 加えて、展示がコンパクトにまとまっていることから短時間でも効率的に見学でき、周辺施設との回遊にも適している。以上のように、最上義光歴史館は、他施設が持つ演出性や資料性とは異なる形で、分かりやすさと郷土の歴史への理解を深めることにに関して優位性を有している。 なお、最上義光を NHK 大河ドラマの主演にすることを目標に活動している「最上義光を大河ドラマにする会」と連携した活動に取り組んでおり、これらの活動を通して、来館者増に向けた取組を市民と一体になって実施することができる。
弱 み	最上義光歴史館の弱みは、他施設と比較した場合、展示規模や資料性、訴求力の面において一定の課題が見られる点にある。 まず、展示手法の面では、伊達政宗歴史館のようなジオラマ等を活用した演出性の高い展示が限定的であることから、視覚的なインパクトや話題性の創出において相対的に弱い。また、資料構成の面では、上杉神社稽照殿のような歴史的価値が高い刀剣・甲冑等が充実した実物資料を有する施設と比較すると、展示資料の量及び質の面で差が見られ、来館動機形成における訴求力の向上が課題となっている。 さらに、最上義光に特化した展示構成は理解しやすい一方で、内容の広がりにより一定の制約があり、多様な来館者ニーズへの対応という観点では検討の余地がある。加えて、展示がコンパクトにまとまっており、目玉となる展示や体験型のアトラクションもなく、加えて物販物も限られていることから、滞在時間が比較的短くなる傾向があり、周辺施設との連携による回遊性の向上や観光消費の拡大に向けた取組が求められる。 以上のことから、同館は分かりやすさに優れる一方で、展示の魅力向上や来館者満足度のさらなる向上に向けた工夫が必要である。

3-2. 課題

課題1 観光客の滞在時間の短さと季節的偏重

1 通過型観光による滞在時間の短さ

山形市を訪れた2024年(令和6年)の訪日外国人観光客数は、2019年(令和元年)比で約2.9倍に増加している一方、延べ宿泊者数の伸びは約1.2倍にとどまっており、観光客の滞在時間の短さが課題となっている。この要因として、多くの観光客が蔵王の樹氷など特定の目的地を訪れた後、宿泊を伴わず他地域へ移動する「通過型観光」の動態となっていることが考えられる。そのため、最上義光歴史館をはじめ、中心市街地に点在する歴史文化資源を観光コンテンツとして磨き上げるとともに、各施設や周辺エリアを回遊できる仕組みを構築することで、観光客の滞在時間延長や宿泊需要の創出につながる「滞在型観光」を促進していく必要がある。

2 観光需要の季節的偏重

本市のインバウンド旅行者の来訪時期は、10月から3月、特に樹氷が見頃となる冬期間に集中しており、観光需要の年間平準化が十分に図られていない状況にある。これは、冬季以外の山形市の魅力が十分に観光コンテンツ化されていないことに加え、蔵王や山寺以外の観光地としての魅力発信が不足していることが要因の一つと考えられる。一方、中心市街地には、最上義光歴史館をはじめ、グリーンシーズンにおいても楽しむことができる歴史・文化資源が点在しており、これらは季節を問わず観光コンテンツとなり得る高いポテンシャルを有している。そのため、こうした地域文化資源を活用し、季節に左右されない街なか観光の魅力を造成・発信することで、年間を通じた誘客促進と観光需要の平準化につなげていく必要がある。

課題2 最上義光の事績を活かした観光コンテンツとしての魅力の欠如

1 歴史的痕跡と現代の街並みの「連続性」の欠如

最上義光が整備した山形城や城下町の町割は、現在の山形市中心市街地の原型となっているが、来訪者が「今歩いている街は400年前に義光によって作られた」という実感を持つためのストーリー性が感じられない。

○「都市の変遷」の未可視化

現在の展示は古地図や絵図の提示に留まっており、特定の場所(商人町や職人町など)が最上義光のどのような意図で配置され、現代にどう繋がっているかという変遷を直感的に理解させる仕組みが不足している。

2 「モノ(展示品)」から「コト(街歩き)」への動機付けの脆弱さ

現在の最上義光歴史館の展示は、最上義光や最上家を紹介するための収蔵資料(モノ)に主眼が置かれており、鑑賞した知識を携えて「実際の現場(街なか)」へ繰り出すための強力なフック(コト)が欠けている。

○魅力に乏しい施設内完結型の観光拠点

歴史館での学びが周辺の歴史的建造物(文翔館や市郷土館、やまがたクリエイティブシティセンターQ1等)や城下町の遺構へと視線・関心を向ける「ゲートウェイ」としての機能が乏しく、街なか観光を推進するための観光拠点となっていない。

○体験・没入感の欠如

最上義光が得意とした連歌や、当時の城下町の姿を体感できるようなインタラクティブな演出が乏しく、歴史を自分事として捉えるための感情的な繋がりが不足している。

3 戦略的なブランディングとターゲット別物語の不在

最上義光という人物の魅力を、多様な来訪者の関心に合わせて最適化できていないことが、効果的に誘導できていない要因となっている。

○最上義光の認知度不足

最上義光は、織田信長などと比較して全国的な知名度が低く、「最上義光歴史館」という施設名称や、戦国武将「最上義光」というコンテンツ単体では、誘客力に限界がある。そのため、歴史ファン以外の層やインバウンドを含む幅広い来訪者に興味を持ってもらうためには、最上義光の生涯や山形城、城下町形成などに関する多様なエピソードを活用し、「山形のまちを築いた人物」、「東日本有数の巨大城郭を築いた武将」といった観光や都市の歴史と結び付けたストーリー性のある情報発信を強化する必要がある。

○学術的な蓄積と観光的魅力の連動不足

専門的・学術的な資料提示は充実しているものの、背景知識の乏しい一般観光客や若年層、特に外国人観光客に響く「物語」へとリライト(再構築)できていない。

課題3 インバウンドが魅力に感じる施設としての価値不足

1 「モノ」から「物語(ナラティブ)」への翻訳とブランディング

所蔵する文化財(最上義光銘鉄鉢^{さんじゅうはちけんそうぶくりんすじかぶと}、三十八間総覆輪筋兜、最上義光等連歌巻など)の学術的価値を、外国人観光客に響くストーリーへ再構築することが大きな課題となっている。

○文化財を核としたストーリー展開

義光ゆかりの鉄鉢や兜といった「実物の迫力」を入りに、彼が築いた城下町の町割や山形五堰といった「今に息づく歴史」へ繋げる物語を構築するなど、外国人観光客が魅力を感じるストーリー展開が求められる。

○最上義光の価値を伝えるための多言語化の未整備

単なる日本語の翻訳ではなく、インバウンドの旅行者が関心を持つ日本史の中での文脈で最上義光を再定義し、ネイティブ視点での解説を行う多言語化に向けた整備を行う必要がある。

2 「日本一の観光案内所」と連動したシームレスな受入インフラ

山形駅に整備が予定されている「日本一の観光案内所」との「ストレスフリーな動線」の構築が不可欠である。

○観光DXによる情報連携

山形駅に整備される「日本一の観光案内所」とデータを共有しながら、全館無料Wi-Fiの強化、キャッシュレス決済の完全対応など、外国人観光客が求める受入環境を整える必要がある。

○最上義光歴史館へのシームレスな案内誘導

山形駅東西自由通路等にデジタルサイネージを設置し、山形駅を訪れる観光客や「日本一の観光案内所」利用者に対して、最上義光歴史館の魅力を直感的かつ効果的に伝える情報発信を行う。また、駅構内から霞城セントラル高層階に位置する歴史館まで、来訪者が迷うことなく自然に足を運べるよう、案内表示や動線設計を一体的に整備し、ストレスのないシームレスな誘導環境の構築を図る。

3 特定市場への依存からの脱却と市場開拓

現在、山形市のインバウンドの約66%を占める台湾市場に加え、滞在時間が長く文化・歴史への関心が高い欧米豪市場を

取り込むための戦略が必要である。

○グリーンシーズンのコンテンツ化

冬の樹氷・スキーに偏りがちな観光需要と特定の拠点だけを目的とした市内での観光動向を、霞城公園の桜(春)や城下町の歴史散策(通年)と連動しながら誘導し、年間を通じて訪れる滞在型観光地としての価値ある目的地として確立する必要がある。

○宿泊につながる夜間及び早朝プログラムの創出

「ナイトミュージアム」や夜間特別ガイド、早朝の座禅体験など、宿泊を伴う滞在型観光を促す高付加価値な夜のプログラム開発が課題である。

課題4 インタラクティブ要素を持つ体験コンテンツの不足

1 「静的鑑賞」から「動的体感」への転換不足

現在の展示は実物資料とパネル解説が主であり、来館者が「モノ」から得られる視覚的な満足度だけに頼っている。現代の観光客、特にインバウンドは、身体性や没入感を伴う「動的な鑑賞体験」を求めているが、それに応える仕掛けが不足している。

2 「触れる」体験の欠如と資料保護の両立

県及び市文化財を含む貴重な資料は、保存環境などの制約から直接触れることは原則として難しい。しかし、武将の防具や武器の「重さ」や「質感」を体感したいというニーズは高胃と思われ、「本物に触れられない」という制約をいかに代替技術で解決するか課題である。

3 デジタル技術の「陳腐化」と「操作性」のリスク

AR や VR、タッチパネルなどの ICT 導入は有効だが、技術の陳腐化が早く、維持管理コストもかかる。また、操作が複雑すぎると、幅広い年代の来館者が楽しめないという懸念がある。

課題5 周辺の文化資源保存活用施設との連携不足

1 「点」から「面」へのストーリー展開の不足

最上義光歴史館は義光や最上家の事績を紹介しているが、その功績が「現在の山形市の街づくりの原型となった」といった「目に見える街並み」にどう繋がっているかという物語(ナラティブ)の提示が不足している。そのため、施設内の鑑賞で完結し、周辺の歴史的建造物等へ足を運ぶ動機付けが弱くなっている。

課題6 文化観光を推進するための環境的魅力の欠如

1 文化観光を通じた「滞在型観光」を推進できる空間の欠如

現施設は、実物資料を中心とした小規模な展示構成に留まっており、最上義光が築いた城下町の歴史や文化的魅力を多面的に体感できる施設となっていない。また、近年の文化観光施設に求められる没入感のある展示演出や、映像・デジタル技術を活用した体験型コンテンツ、来訪者が滞在を楽しめる憩いの空間などが十分ではなく、観光コンテンツとしての魅力に欠ける。そのため、観光客にとって「訪れてみたい」「滞在したい」と感じる魅力に乏しく、短時間の立ち寄りに終わる通過型観光の一因となっているほか、来訪者を街なかへ回遊させる文化観光の拠点、いわゆる“ゲートウェイ”としての機能も十分に果たせていない。

2. 「観光と文化の好循環」を創出できない構造的限界

文化観光推進法が目指す、観光による収益を文化財の保存・活用に還元する「持続可能なエコシステム」を構築するためには、付加価値の高い体験プログラムや限定商品の提供などを通じた市全体への経済波及効果等が不可欠である。しかし、現施設では、夜間活用や宿泊施設との連携を行うには立地条件が悪く、地域経済の活性化と文化が相互に支え合う循環を生み出す場を構築する上で限界がある。

課題7 効果的な情報発信の不十分さ

1 デジタル媒体における制約とビジュアル訴求力の不足

現在の公式ウェブサイトは学術的な資料(論文集や古文書等)の蓄積には優れているが、静的な資料提示が主となっており、観光客の来館意欲を直感的に刺激する動画や高精細なビジュアル活用が不十分である。また、SNS の運用やデジタルマーケティングを戦略的に実施できておらず、需要に応じた効果的なアウトリーチ型の情報発信が確立されていない。

2 紙媒体における情報の固定化と多言語の質の限界

既存のパンフレットや案内板は、一度作成すると情報の更新が困難であり、周辺地域の関連する施設などの情報を提供できていない。また、多言語対応が「日本語の単純な翻訳」に留まるケースが多く、日本の歴史背景に詳しくない外国人観光客にとって、最上義光の価値や魅力、面白さが伝わりにくい状況となっている。

3 「モノ」の紹介に偏ったストーリー(ナラティブ)の欠如

「最上義光」の知名度は隣国の伊達氏や上杉氏に比べ全国的に高くなく、一般客や若年層が自分事として楽しめる「物語(ナラティブ)」としての発信不足が弱みとなっている。義光が築いた「町割」など、現在の街並みに繋がる「都市の変遷」というストーリーを発信する仕組みが整っていない。

「最上義光歴史館を拠点とした滞在型街なか観光の推進」

山形市の玄関口である山形驕丸に隣接する霞城セントラルへ最上義光歴史館を移転することで、最上義光および最上家に関する展示・紹介機能を堅持しつつ、山形城や城下町、さらには合戦場など、地域全体の歴史資源に関する情報発信を強化する。併せて、デジタル技術等を活用した展示を導入することで、来館者が歴史をより直感的かつ臨場感をもって体感できる環境を整備する。

これにより、当館を中心市街地に点在する文化施設や文化財など、文化創造都市・山形市の魅力ある観光コンテンツへと誘導する街なか観光の拠点として位置付け、来訪者の知的好奇心を満たしながら、滞在時間や宿泊を伴う滞在型観光の促進を目指す。

取組強化事項1: 館内展示の強化〔課題1・6関連〕

1 最上義光・最上家の事績と文化遺産の深掘り

開館以来蓄積してきた最上義光及び最上家に関する学術的知見を基盤とし、三十八間総覆輪筋兜や最上義光等連歌巻をはじめとする貴重な指定文化財の展示・紹介を義光の生涯との関連性で浮き彫りにするなど、より分かりやすくする。併せて、移転を契機として展示照明のLED化などを進め、文化財保護に配慮しながら鑑賞環境の向上を図る。また、武将としての功績のみならず、連歌や文化振興に携わった文化人としての側面など、これまで十分に発信できていなかった義光の新たな魅力を、観光客にも親しみやすい解説を充実させるなどして、広く紹介する。

2 最新の発掘調査成果に基づく「山形城・城下町」の変遷の可視化

近年進められている山形城跡における発掘調査の成果を積極的に展示へ反映し、最上氏時代に使用された歴史的価値の高い「金箔瓦」などの出土資料を紹介することで、最上義光が築いた、東日本で江戸城に次ぐ規模を誇る近世城郭・山形城の実像を分かりやすく発信する。さらに、約400年前に形成された「町割」が現在の中心市街地の骨格として受け継がれている点について、地図や映像、デジタル技術等を活用した展示を強化し、山形城と城下町の歴史的変遷を来館者が直感的に理解できる環境を整備する。

取組強化事項2: 最上義光歴史館の中心市街地観光のゲートウェイ化〔課題1・2・5関連〕

1 文化観光拠点としての戦略的再構築

○愛称等を活用した誘客促進に向けたイメージ戦略

山形市のまちづくりの歴史や魅力を体感できる施設が霞城セントラル高層階に存在することを広く発信するため、施設の特徴や世界観を効果的に表現する愛称等の導入を検討する。また、歴史に関心のない観光客や若年層、インバウンドを含む幅広い来訪者層に対しても、「気軽に立ち寄ってみたい」と感じてもらえるようなイメージ戦略を展開し、施設の認知度向上と誘客促進を図る。

○「知名度不足」の解消と誘客促進

交流人口が集中する山形驕丸に隣接する霞城セントラルの高層階へ移転することで、来訪者とのタッチポイントを増やし、最上義光ブランドの認知度を高める。

○眺望を活かした展示

霞城セントラル高層階の眺望を活かして、山形の街並みなどを一望しながら、最上義光時代の城下町や合戦、文化を体感できる展示を導入する。

○シームレスな「街なか観光」のゲートウェイ化

現在の施設は、鑑賞して終わる「点の観光」になりがちであることから、山形市の玄関口であり観光客の集積地である山形駅に隣接し、山形城跡や城下町遺構に観光客等を送り出すための拠点として最適な霞城セントラル内に移転整備し「垂直・水平の観光動線」としての機能を充実させる。

2 高層階という立地でしか得られない「文化的空間価値」

○「鳥の目」による歴史理解

平屋建ての施設では不可能な「眼下の現代風景に 400 年前の町割を再現させる」といった鳥の目の体験を可能にする設備を導入し、街なか観光の魅力である「山形市の街なみは義光が作った」という実感を直感的に提供する。

○遠景の史跡(古戦場)との視覚的連動

長谷堂城跡や成沢城跡といった歴史の現場を指し示しながら最上義光の事績を解説し、最上義光歴史館での学びがそのままフィールドワーク(街歩き)への強力な動機付けとなるようなアトラクションを整備する。

○「日本一の観光案内所」との連携による誘客促進

山形駅の隣接地に整備される「日本一の観光案内所」とデータ連携を図り、駅に到着した瞬間に最上義光歴史館の見どころを提示する、最新鋭の受入体制を構築する。また、「日本一の観光案内所」から霞城セントラルの高層階に立地する当歴史館に誘導するためのサインやデジタルサイネージ等を整備する。

3 デジタル技術を活用した「街そのものの展示室化」

○古地図連動型デジタルマップの提供

最上義光歴史館で所蔵文化財(絵図等)を鑑賞した後、その情報を携えて街を歩けるよう、江戸時代の地図と現代をGPSで連動させるなどの取組を検討する。

○主要な文化財の 3D データ活用

所蔵する「最上義光等連歌巻」などの貴重な文化財を 3D データ化し、細部をインタラクティブに鑑賞できる環境を整える。

取組強化事項3:インバウンドが魅力を感じる施設としての価値創造【課題3・4関連】

1 最上義光の多言語ブランディング

○ネイティブ視点のナラティブ化

単なる日本語の直訳ではなく、外国人観光客が興味を持つ「背景知識」や「ストーリー性」を盛り込んだ解説を整備する。具体的には、最上義光ゆかりの「最上義光銘鉄鉢」や「さんじゅうはちけんそうふくりんすしかぶと三十八間総覆輪筋兜」などの文化財を、戦国武将の精神性や美意識を伝える物語の核として位置づける。

○「文化人・義光」としての魅力発信

最上義光が得意とした「連歌」に焦点を当て、「最上義光等連歌巻」などの資料を活用し、武勇だけでなく高い教養を備えた義光の「多面的な魅力」を国内外に発信する。

2 夜間コンテンツと高付加価値コンテンツの創出

○高層階の夜景を活かしたナイトミュージアム

夜間開館を実施し、ライトアップされた霞城公園内の施設などを見下ろしながら、学芸員による解説などを楽しむプレミアムな夜を提供する。

3 グローバル基準の受入インフラと情報発信

○ストレスフリーな受入環境

全館無料 Wi-Fi やキャッシュレス決済など、「インバウンドが当たり前を求めるインフラ」を整備する。

○戦略的なタビマエ情報発信

SNS 分析に基づき、ターゲット市場ごとに響くビジュアルを多言語で発信し、最上義光歴史館が旅の目的地として選ばれるブランド力を構築する。

取組強化事項4:体験コンテンツの導入【課題4・6関連】

1 3Dデータを活用した鑑賞体験

○主要文化財のデジタル化による鑑賞体験

所蔵する資料のうち重要度の高いものからデジタル化を進めるとともに、当該データを活用して詳細な鑑賞体験を導入する。

2 中心市街地の文化財と連動した体験型プログラムの開発

最上義光歴史館での展示などを中心市街地に点在する文化財と連動することにより、当館を拠点とした回遊型の観光プログラムを開発し、満足度の向上と滞在時間の延長を図る。

取組強化事項5:情報発信機能の強化【課題7関連】

1 デジタル技術の活用等による情報発信の充実

○「タビマエ」を刺激するウェブサイト・SNS 戦略

「最上義光銘鉄鉢」など所蔵する県及び市指定文化財などを 3D データ化してオンライン公開し、来館前に細部まで鑑賞できる「デジタルミュージアム」を展開することで期待感を高める。SNS 分析(ソーシャルリスニング)を導入し、ターゲット市場(台湾や欧米豪の歴史ファン等)が反応するキーワードや投稿を分析し、最適なタイミングで情報を発信する。

○「タビナカ」を支えるデジタルガイド

館内の Wi-Fi 環境を整備したうえで、展示資料の二次元コードから個人のスマートフォンで詳細な多言語解説(音声・動画)を呼び出せる仕組みを導入する。

2 「眺望」を活かしたユニークな情報発信

○「空から見る歴史」のブランド化

霞城セントラル高層階からの眺望そのものを「生きた展示」として発信する。展望窓と連動した展示を提供し、眼下に広

がる現代の街並みに 400 年前の山形城や城下町を重ね合わせる体験を、動画や写真として SNS 等で拡散される仕組み(インスタ映えスポットの創出)を構築する。

3 グローバル視点でのブランディングと多言語化

○最上義光のナラティブ化

インバウンドのターゲットに対し、義光を日本史の中で再定義し、ネイティブチェックをした上で、文化背景を考慮して執筆した「響く多言語解説」を整備する。また、インバウンドの視点で歴史館と周辺の城下町遺構(山形五堰等)をパッケージ化した魅力を世界へ発信する。

3-4. 地域における文化観光の推進への貢献

1 街なか観光への寄与

最上義光歴史館を単なる最上義光の事績を紹介する展示施設から、山形市の街なか観光を推進するための拠点として機能させるためのゲートウェイ(玄関口)へと進化させる。

○視覚的・ストーリー的連携の強化

高層階からの眺望を活用し、眼下に広がる現代の街並みに当時の山形城や城下町の町割を重ね合わせる展示を導入することで、来訪者が「今歩いている場所が義光の作った街である」ことを直感的に理解できるようにし、館内での学びを実際の街なか観光への動機付けとする。

○「日本一の観光案内所」とのシームレスな動線

山形駅の隣接地に整備される観光案内所とリアルタイムで情報を共有し、駅及び観光案内所から歴史館、そして街なかへと続く周遊ルートを「一つの旅行商品」として提示する。

○面的観光の形成

最上義光歴史館を起点に、山形城や山形市郷土館、やまがたクリエイティブシティセンターQ1といった周辺の歴史文化資産を一体的に巡るための展示や情報発信を行い、宿泊を伴う滞在時間の延長や商店街を含む中心市街地への回遊を促進する。

2 来訪者の満足度及び山形観光に関するブランド力の向上

「知識を得る」だけでなく「感性を揺さぶる」体験を提供することで、山形観光の質を根本から高める。

○五感に訴える高付加価値体験

貴重な文化財の 3D データによる高精細鑑賞や、最上義光由来の兜などの着用体験、さらに義光をテーマとした映像・音響演出といった「身体性・没入感を伴う体験(コト)」を体感できるコンテンツを導入し、満足度を高める。

○グローバル基準の情報発信

ネイティブの視点を取り入れた「魅力的な多言語解説」を整備し、インバウンドの知的的好奇心層を対象に、最上義光をブランディングすることで、国際的な文化観光都市としての価値を確立する。

○夜間コンテンツの創出

高層階の夜景を活かした夜間開館やライトアップ、特別な文化体験プログラムを提供することで、通過型観光から「宿泊を伴う滞在型観光」への転換を促す。

3-5. 文化の振興を起点とした、観光の振興、地域の活性化の好循環の創出

文化的な価値の磨き上げが観光振興や中心市街地の活性化を促進させ、これにより創出された経済的な効果が地域に還元する「持続可能なエコシステム」を構築する。

1 宿泊税等を原資とした観光と文化の好循環の創出

本計画が目指す「通過型観光から滞在型観光への転換」により、歴史館をゲートウェイとした中心市街地の回遊性向上が期待される。これに伴い、国内外からの観光客の延べ宿泊数が増加することで、宿泊施設の稼働率や売上の向上が見込まれるほか、市内における飲食・物販等の消費拡大による大きな経済効果が期待される。また、山形市では2027年（令和9年）4月から宿泊税の導入が予定されており、宿泊者数の増加に伴う税収増も期待できる。さらに、こうした観光消費の拡大による税収や宿泊税収を、最上義光歴史館や最上義光関連の文化財をはじめ、観光コンテンツである地域文化資源への投資へ還元することで、文化財の適切な保存や、歴史館をはじめとする文化施設の魅力アップや来館者に対する利便性向上につなげることが可能となる。そして、これらの取組により文化的魅力をさらに高め、観光客や延べ宿泊日数の増加へとつなげることで、「文化」と「観光」が相互に好循環を生み出す持続可能なエコシステムの構築を目指す。

2 滞在型観光による地域経済の活性化

霞城セントラル高層階という立地特性を活かし、常設展示の充実やナイトミュージアムの開催など、高付加価値な鑑賞体験を提供することで、国内外から訪れる旅行者の満足度向上と滞在時間の延長を図る。さらに、宿泊を伴う旅行者の増加により、宿泊施設の利用拡大に加え、周辺飲食店や商店街における消費活動の活性化が期待されることから、中心市街地全体への経済波及効果を創出し、地域経済の活性化につなげる。

3 シビックプライドの醸成と文化の持続可能性

文化創造都市である山形市において、地域文化資源を活かした観光振興を推進し、「文化×観光」による経済の好循環を可視化することで、市民が文化創造都市としてのブランド価値をより強く認識する契機とする。これにより、「自分たちの歴史や文化には価値がある」という誇りや自信、いわゆるシビックプライドの醸成を図る。また、地域文化資源への愛着や保護意識の高まりを通じて、ボランティアガイド活動の活性化など、市民主体による新たな文化創造活動の広がりが期待される。こうした取組を積み重ねることで、文化と観光が相互に地域の魅力を高め合い、山形市の文化創造都市としての更なる発展につなげていく。

4. 目標

目標①:最上義光歴史館入館者数(課題1・2・3・4・5・7関連、取組強化事項2・3・5 関連)

(目標値の設定の考え方及び把握方法)

【設定の考え方】

最上義光歴史館への入館者を目標値とする。コロナ禍の時期は大幅に入館者が減少したが、ここ数年はそれ以前のレベルまで回復している。周辺施設の動向なども踏まえ、2028年度(令和10年度)までは、5%の増加を見込み、移転整備後の2029年度(令和11年度)以降は10%の増加を見込む。

【把握方法】

現行と同様に、受付による把握方法を行う。

年度	実績		目標				
	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
目標値(人)	28,472	35,180	36,900	38,800	40,700	44,800	49,700
事業1ー① 常設展示改修事業			基本設計	実施設計	展示改修		
事業1ー② 収蔵資料デジタル データベース化事業			アーカイブ構築に向けた 収蔵資料及びデータ ベースの整理。	優先度の高いものから 順次写真撮影と解説を 加えた登録作業。	優先度の高いものから 順次写真撮影と解説を 加えた登録作業。 システムの導入。	アーカイブの完了したも のから順次公開。	アーカイブの完了したも のから順次公開。
事業3ー① デジタルサイネージによる 配信事業				配信内容の企画立案。	サイネージの設置。 効果の検証。	サイネージの継続。 検証の結果を受けて、場 所の変更や増設等検討	サイネージの継続。 検証の結果を受けて、場 所の変更や増設等検討
事業3ー⑤ コミュニティバスの運行による 二次交通の促進			コミュニティバスの運行	コミュニティバスの運行	コミュニティバスの運行	コミュニティバスの運行	コミュニティバスの運行
事業5ー① 最上義光歴史館公式 ウェブサイト改修事業				仕様検討	作成、公開。 多言語化。	継続運用	継続運用

目標②：最上義光歴史館のインバウンド来館者数(課題1・2・3・4・5関連、取組強化事項2・3・4関連)

(目標値の設定の考え方及び把握方法)

【設定の考え方】

山形市インバウンド戦略において、インバウンドの旅行者数を2024年度(令和6年度)から2027年度(令和9年度)の増加率を約43%と見込んでいることを踏まえ、最上義光歴史館においても、2025年(令和7年)を基準として3年後の2028年度(令和10年度)の増加率が43%となるよう、毎年の増加率を13%と設定する。なお、10年後については、引き続き増加率を13%と見込み、令和7年度比で3倍以上の3700人を目標とする。

【把握方法】

現行と同様に、受付による把握方法を行う。

年度	実績		目標				
	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
目標値(人)	806	1,102	1,200	1,400	1,600	1,800	2,000
事業3－② 物販などのキャッシュレス導入					キャッシュレスの導入	継続運用 決済データを元に来館者などの分析	継続運用 決済データを元に来館者などの分析
事業5－② パンフレット多言語化と 内容の見直し				パンフレットの作成、多言語化	パンフレットの作成、多言語化	継続活用	継続活用

目標③：最上義光歴史館の満足度(課題3・4・7関連、取組強化事項3・5関連)

(目標値の設定の考え方及び把握方法)

【設定の考え方】

常設展に関するアンケートの4段階評価のうち最高点である「大変良かった」と回答した人の割合を指標とし、毎年2%の向上を目指す。

【把握方法】

現行と同じアンケートによる測定とする。

年度	実績		目標				
	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
目標値	74.8%	77.2%	79%	81%	83%	85%	87%
事業2－① 館内展示と連動した「スマート鑑賞」の提供			内容検討	実施設計	導入		
事業4－① 最上義光歴史館 オリジナルグッズ開発事業			企画準備	商品開発	試験販売 継続的な商品開発	本格販売	本格販売

目標④:来館者のうち市内に宿泊した割合(課題1・2・3・4・5関連、取組強化事項2・3関連)

(目標値の設定の考え方及び把握方法)

【設定の考え方】

現在は当該目標についてのアンケートは行っていない。新たにアンケート調査を実施することとし、修学旅行など教育目的の来館者を除く来館者を母数として設定する。目標値については、令和7年度(4月～2月)の観光客入込数に対する宿泊者数の割合は24%であることを踏まえ、令和7年度の実績値を24%と推定し、毎年1%の増加を見込む。

【把握方法】

アンケートによる測定とする。

年度	実績		目標				
	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
目標値	(27%)	(24%)	25%	26%	27%	28%	29%
事業3—③ 最上義光歴史館を拠点とした 中心市街地回遊型観光プロ グラム事業				連携構築	試行・検証	拡大・改善	拡大・改善
事業3—④ 夜間コンテンツの創出と 宿泊化					夜間プログラム開始	夜間プログラム開始	夜間プログラム開始

目標⑤:外国人観光客の延べ宿泊者数(課題1・2・4・5・6関連、取組強化事項1・2・4関連)

(目標値の設定の考え方及び把握方法)

【設定の考え方】

山形県観光計画における当該指標の目標値設定の考え方を参考に、今後の事業効果を勘案し年間伸び率を 1.1865 に設定し算出する。

【把握方法】

アンケートによる測定とする。

年度	実績		目標				
	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
目標値(人)	71,505	89,301	105,900	125,700	149,100	176,900	209,900
事業3ー③ 最上義光歴史館を拠点とした 中心市街地回遊型観光 プログラム事業			準備・開発	内容検討	試行・検証	拡大・改善	拡大・改善
事業6ー① 最上義光歴史館移転 整備事業			基本設計	実施設計	移転整備の施工		

5. 目標の達成状況の評価

本事業で目標と定めた指標を随時モニタリングし、共同申請者で情報を共有し、毎年度進捗を評価する。評価にあたって、目標値のモニタリングを実施するとともに、キャッシュレス決済のデータなどのデジタルデータも活用するものとする。

目標を達成している取組については、成功要因を分析し、継続する。

未達成または課題がある取組については、事務局において、その要因を分析し、運営方法や展示内容、プロモーション手法等を柔軟に見直すなど、成果向上に向けた具体的方策を実施していく。

6. 文化資源保存活用施設

6-1. 主要な文化資源についての解説・紹介の状況

6-1-1. 現状の取組

・文化資源の魅力に関する情報を適切に活用した解説・紹介(施行規則第1条第1項第1号)

最上義光歴史館では、最上義光を中心とした常設展示を基軸に、企画展示や解説体制の充実を通して、来館者の理解促進に取り組んでいる。

常設展示においては、最上義光の生涯や事績を軸に、山形城の整備や城下町の形成など、本市の歴史的成り立ちとの関わりを分かりやすく紹介している。実物資料と解説パネルを組み合わせた構成により、歴史的背景や人物像を体系的に理解できる内容となっている。

また、企画展示においては、特定のテーマや時代背景に焦点を当て、関連資料を効果的に展示することで、常設展示を補完するとともに、新たな視点からの学びを提供している。これにより、リピーターの確保や来館動機の創出にも寄与している。

さらに、ボランティアガイドによる解説を実施しており、来館者の関心や理解度に応じた丁寧な案内を行うことで、展示内容の理解を一層深める取組がなされている。専門的な知識を分かりやすく伝える役割を担うとともに、来館者との対話を通じた満足度の向上にもつながっている。

このように、同館では常設展示を基盤としつつ、企画展示や人的解説を組み合わせることで、多様な来館者に対応した展示・運営の充実が図られている。

・情報通信技術の活用を考慮した適切な方法を用いた解説・紹介(施行規則第1条第1項第2号)

最上義光歴史館においては、ホームページを活用し、収蔵品の紹介及び解説の充実を図っている。各資料について、由来や歴史的背景、最上義光との関わり等を分かりやすく掲載することで、来館前後を通じた理解の促進に寄与している。

・外国人観光旅客の来訪の状況に応じて、適切に外国語を用いた解説・紹介(施行規則第1条第1項第3号)

最上義光歴史館では、外国人来館者に配慮した情報提供の充実に取り組んでいる。ホームページの多言語化により、来館前から収蔵品や展示内容に関する情報を確認できる環境を整え、来館への関心喚起と理解の促進につなげている。また、館内には英語による展示解説にアクセスできる仕組みを整備しており、言語の違いによる不便さの軽減を図っている。さらに、施設内に整備されたWi-Fiを活用することで、来館者が自身のスマートフォン等から多言語解説へスムーズにアクセスできる環境を整えており、館内での回遊や展示理解の向上につながっている。これらの取組により、外国人来館者にとって利用しやすい環境づくりが進められている。

6-1-2. 本計画における取組

・文化資源の魅力に関する情報を適切に活用した解説・紹介(施行規則第1条第1項第1号)

常設展示改修では、従来からの最上義光及び最上家の展示・紹介は、義光の生涯との関連性を浮き彫りにするなど、より分かりやすくする。義光が得意とした連歌などの精神文化や山形城及び城下町の紹介を強化する。また、それらを初めての来館者でも理解しやすい解説にするとともに、多言語化などのユニバーサルデザインを導入する。

体験的展示の導入では、高層階の眺望を活用した展示を導入するほか、主要な文化財の3D鑑賞などによる体験的コンテンツを整備する。オリジナルグッズ開発では、収蔵品をデザイン化した雑貨や伝統工芸とのコラボ、AR連動ノベルティにより「体験を持ち帰る」価値を提供する。ウェブサイト改修では、従来からの学術資料の情報公開を継続しつつ、「物語」を伝えるメディアへ

と改修する。3D コンテンツによる「デジタルミュージアム」の構築や、駅の観光案内所と連動したリアルタイム発信により、来訪意欲を直感的に刺激し、街なか観光へのゲートウェイ機能を持たせる。

なお、これらの機能の拡充にあたっては、駅に隣接し、山形市中心市街地を一望できる霞城セントラルの高層階への移転整備を行うものとする。

・情報通信技術の活用を考慮した適切な方法を用いた解説・紹介(施行規則第1条第1項第2号)

収蔵資料デジタルデータベース化事業では、主要な文化財の高精細 3D スキャンを行い、実物では不可能な「裏側」や「細部」の鑑賞体験を提供するとともに、ウェブ上で「デジタルミュージアム」として公開することで、タビマエ(旅行前)の来館意欲を喚起する。「スマート鑑賞」の提供では、全館 Wi-Fi と二次元コードを活用し、来訪者のスマートフォン等で多言語詳細解説や音声ガイド、3D データの自在な閲覧を可能にする。最新情報をリアルタイムで発信する機能を補完することで、物理的・言語的制約を超えた没入型体験と、中心市街地へのシームレスな回遊動線を構築する。デジタルサイネージ配信事業では、霞城セントラル1・2階や山形駅周辺にサイネージを設置し、高層階からの絶景などを配信することで「上に行けばこの景色が体感できる」という期待感を高め、来館を促す。また、サイネージ上の二次元コードから古地図連動型デジタルマップを提供し、歴史館を起点とした中心市街地へのスムーズな誘導を図る。

・外国人観光旅客の来訪の状況に応じて、適切に外国語を用いた解説・紹介(施行規則第1条第1項第3号)

ウェブサイト改修事業では、従来の事務的な案内から、来訪意欲を直感的に刺激するビジュアル重視のメディアへと刷新する。共同申請者のネイティブスタッフによるリライトを行い、英語や中国語(繁体字)等で「知りたい」情報を提供する。高精細3Dコンテンツによる「デジタルミュージアム」や、駅の案内所と連動したリアルタイム発信も多言語で行う。パンフレットの多言語化と内容の見直しでは、文化的背景を考慮した物語性の高い内容へと見直すとともに、紙とデジタルのハイブリッド活用し、多言語にて情報を発信する。

6-2. 施行規則第1条第2項第1号の文化観光推進事業者との連携

6-2-1. 現状の取組

・文化観光の推進に関する多様な関係者との連携体制の構築

山形市では、文化施策を総合的に推進するため、広く市民から意見を求める場として「文化創造都市推進懇話会」を設置している。懇話会の構成員は、東北芸術工科大学の教授や一般社団法人山形市観光協会の事務局長など、専門的知見を有する者で構成されており、適宜協議を行っている。

また、山形県博物館連絡協議会に加盟し、加盟館相互の情報共有を図るとともに、学芸員の資質向上を目的とした講習会の実施や共通パンフレットの作成などを行っている。

さらに、毎年10月に中心市街地で開催される「街なか賑わいフェスティバル」において、「義光公コーナー」を設置し、最上義光の紹介を行うとともに、街なかスタンプラリーを実施することで、中心市街地の回遊性向上に寄与している。

・文化観光の推進に関する各種データの収集・整理・分析

来館者アンケートを通じて、利用者の属性や満足度、展示ニーズなどのデータを収集し、分析を行うことで、さらなる満足度の向上や展示のニーズ把握などを行っている。

また、2026年(令和8年)に策定した「山形市インバウンド戦略」に基づき、今後重要性が増していくインバウンド誘客を積極的に推進する。

・文化観光の推進に関する事業の方針の策定及びKPIの設定・PDCAサイクルの確立

2024年度(令和6年度)から2028年度(令和10年度)までの5年間に於いて各年度の利用人数、事業実施回数、事業参加者数の目標値を設定し、達成状況に応じ、適宜事業の見直し等を行っている。

6-2-2. 本計画における取組

・文化観光の推進に関する多様な関係者との連携体制の構築

本計画の各申請者や周辺文化施設などと協力し情報を共有しながら、最上義光歴史館を「山形歴史探訪のゲートウェイ」としての位置づけを推進する。また、DMOのネットワークを活かして、中心市街地への回遊プログラムの調整を実施する。

・文化観光の推進に関する各種データの収集・整理・分析

東北観光 DMP や、最上義光歴史館でのアンケート、キャッシュレス決済データ等を活用し、来訪者の属性、回遊パターン、消費額を収集・分析する。また、SNS 分析を用いて、外国人観光客などが山形の何に価値を感じ、どこに不満を持っているかを抽出し、プロモーションや展示改修に反映する。

・文化観光の推進に関する事業の方針の策定及びKPIの設定・PDCAサイクルの確立

本計画において設定した目標値について、毎年モニタリングした上で、分析・評価し、次年度以降の取組に反映させる。このPDCA サイクルを実施するにあたっては、本計画の申請者や庁内関係部署と計画の進捗について情報の共有や改善に向けた協議を行う。

6-3. 施行規則第1条第2項第2号の文化観光推進事業者との連携

6-3-1. 現状の取組

・文化観光を推進するための交通アクセスの充実や商店街を含めたにぎわいづくりなど、文化観光の推進に関する事業の企画・実施

- ・ コミュニティバスの運行について、交通会社などと基本協定を締結して運行しており、現在の最上義光歴史館の直近の地点に「霞城公園前」バス停を設置し、利便性を向上させている。
- ・ 山形市が運営しているコミュニティサイクル「ベニチャリ」のサイクルポートを、施設に隣接する「霞城公園(山形美術館前)」に設置し、利便性を向上させている。
- ・ 毎年、隣接する山形城跡(霞城公園)の観桜会の時期に合わせ、午後7時まで開館時間を延長し、祭りと連動した運営を行い、入館を促進している。
- ・ 毎年、中心市街地で開催される夏祭りである「花笠まつり」の期間中(8月5日～7日)、花笠まつりが始まるまで午後6時まで開館時間を延長し、観光誘客の入館を促進している。

6-3-2. 本計画における取組

・文化観光を推進するための交通アクセスの充実や商店街を含めたにぎわいづくりなど、文化観光の推進に関する事業の企画・実施

本計画を実施するにあたり主要な取組となる中心市街地への誘導、回遊プログラムの開発について、文化観光推進事業者と連携しながら、事業を推進する。

7. 文化観光拠点施設機能強化事業

7-1. 事業の内容

7-1-1. 文化資源の魅力の増進に関する事業

(事業番号1-①)

事業名	常設展示改修事業(移転整備に伴う事業)
事業内容	1 現有施設の課題解決と文化観光拠点への移転整備 現在の施設の老朽化及び狭隘化の課題解決や、最上義光歴史館を中心市街地の文化観光の拠点とするため、山形県内に隣接する霞城セントラルの高層階に移転整備する。移転整備にあたっては、従来からの最上義光及び最上家の展示、紹介を堅持するとともに、最上義光が得意とした連歌など文化面としての人となりを掘り下げた紹介や、山形城及び城下町などの展示拡大を図る。 2 最上義光のコンテンツとしての深化 最上義光や最上家の事績の紹介は維持するとともに、彼が築いた山形城や城下町の町割と、400年後の現在の山形市中心市街地との関係性を明らかにすることで展示に幅をもたせる。 ○実物資料を主体とした展示の深化と拡大 「三十八間総覆輪筋兜」や「指揮棒」といった、当館の核となる主要収蔵資料を中心に、最上義光や最上家の事績の紹介を維持し、歴史館としてのアイデンティティを継承する。その上で、最上義光が整備した「山形城」や「城下町」の紹介を行うことで、展示にさらなる幅を持たせる。 具体的には、「山形城絵図」や、山形城跡の発掘調査で出土した「金箔瓦」などの現物資料を主体として紹介する。現物資料が持つ歴史的重みと真正性を最大限に伝える構成とすることで、400年前に築かれた町割りが現在の都市の骨格であるという事実を直感的に理解させ、館内での学びを実際の「街歩き」へと結びつけるゲートウェイ機能を構築する。 ○最上義光の多面的な事績の紹介 武勇伝に偏りがちな展示構成を見直し、義光の多面的な魅力を浮き彫りにする。具体的には、最上義光が得意とした連歌の資料である「最上義光等連歌巻」などを軸に、武士の教養として連歌の重要性や、里村紹巴ら一流文化人との交流を、落ち着いた空間で演出する。また、領内統治のあり方や羽州街道の町割など、現代のインフラの基礎を作った義光の領内での事績に焦点を当てたコーナーを設ける。 3 多言語解説の導入 常設展示等の改修にあたり、観光庁指針「HOW TO 多言語解説文整備」に沿って、需要に応じた分かりやすい内容となる多言語解説を導入する。(以下の各事業についても、多言語化に取り組むものについては同様とする)
実施主体	山形市
実施時期	2026年度(令和8年度)から2028年度(令和10年度)
継続見込	事業完了後は展示を継続するとともに、更新等に必要なランニングコストは、山形市が負担するものとする。
アウトプット	3か年度内で理解しやすく魅力ある常設展示改修

目標	
必要資金	54.7百万円（内訳:18.24百万円(自己資金)、36.46百万円(文化芸術振興費補助金(文化庁))）
調達方法	(なお、展示ケースなどの什器類の金額を含む) 国の予算事業等について、記載の通り調達できない場合には、自己資金による対応等について検討する。

(事業番号1-②)

事業名	収蔵資料デジタルデータベース化事業
事業内容	1 公開資料の選定と高精細デジタル化 所蔵する資料のうち、重要度の高いものから段階的にデジタル化を進める。 ○主要文化財の3Dデータ化 最上義光ゆかりの「最上義光銘鉄鉢」(市指定)や「さんじゅうはちげんそうぶくりんすじかぶと三十八間総覆輪筋兜」(市指定)などの工芸品については、3D スキャンによる高精細データを作成し、実物では不可能な「裏側」や「細部」の鑑賞体験を提供する。 ○ストーリーを物語る資料のデジタル化 最上義光等連歌巻(県指定)や、最上家関係書状などの古文書類をデジタル化し、難解な原本を現代語訳や解説とともに視覚的に楽しめるコンテンツとする。 2 「タビマエ」の誘客を促進するオンライン公開 デジタル化した資料を単にデータベースに保存するのではなく、来館意欲を高める「デジタルミュージアム」として活用する。 ○ビジュアル重視の公開サイト 霞城セントラル高層階からの眺望と連動させ、古地図や絵図を現代の風景と重ね合わせられる「オンライン歴史探訪」機能をウェブサイトの改修に合わせて実装する。
実施主体	山形市
実施時期	2026年度(令和8年度)から2030年度(令和12年度)
継続見込	2028年度(令和10年度)のアーカイブ公開を目指し、2030年度(令和12年度)まで順次公開件数を拡大する。実施期間終了後は必要に応じ自主財源にて更新する。
アウトプット 目標	2030年度(令和12年度)で100件のアーカイブ化、ウェブサイト(一般ページとスマートフォンページの合計)の閲覧数(令和7年度:1,174,000 回→令和12年度:1,400,000 回)
必要資金	15百万円（内訳:5百万円(自己資金)、10百万円(文化芸術振興費補助金(文化庁))）
調達方法	国の予算事業等について、記載の通り調達できない場合には、自己資金による対応等について検討する。

7-1-2. 情報通信技術を活用した展示、外国語による情報の提供その他の国内外からの観光旅客が文化についての理解を深めることに資する措置に関する事業

(事業番号2-①)

事業名	館内展示と連動した「スマート鑑賞」の提供(移転整備に伴う事業)
事業内容	1 展示パネル・解説板を主体とした分かりやすい展示環境の整備 館内には、主要な収蔵資料の由来や歴史的背景について、資料の価値を損なわないようデザインに配慮した展示パネルや解説板を適切に整備する。実物資料と文字・図版による解説を対比させ、来館者が特別な機器を使わずに資料の情報を享受できるデザインとする。 2 二次元コード等による「掲載しきれない詳細情報」への誘導 物理的なスペースの制約により展示パネルに書き切れない、より専門的・詳細な歴史的背景や最新の調査研究成果については、各資料に付記した二次元コード等を通じて提供する。来館者が自身のスマートフォン等でアクセスすることで、興味関心に応じた情報の「深掘り」を可能にする。また、解説板には日英の2言語を基本として表記するが、その他の多言語（中国語（繁体字・簡体字）、韓国語等）による詳細解説についても、二次元コード経由で提供し、言語の壁を超えた理解を促進する。 3 音声ガイドの活用 手元のスマートフォンなどの端末で二次元コードを読み込みことによって、展示と連動した多言語化された音声ガイドを提供する。
実施主体	山形市
実施時期	2027年度(令和9年度)から2030年度(令和12年度)
継続見込	計画終了後も随時更新しながら継続
アウトプット 目標	リニューアルオープンの2028年度(令和10年度)の提供開始
必要資金 調達方法	10百万円（内訳:3.34百万円(自己資金)、6.66百万円(文化芸術振興費補助金(文化庁))) 国の予算事業等について、記載の通り調達できない場合には、自己資金による対応等について検討する。

7-1-3. 国内外からの観光旅客の移動の利便の増進その他の文化資源保存活用施設の利用に係る文化観光に関する利便の増進に関する事業

(事業番号3-①)

事業名	デジタルサイネージによる配信事業(移転整備に伴う事業)
事業内容	1 デジタルサイネージの設置 霞城セントラルの高層階に移転整備する最上義光歴史館に誘導するために、1階及び2階や山形駅周辺(要調整)にデジタルサイネージを設置し、来館を促す。

	2 サイネージ配信内容 ○高層階からの絶景のレビュー表示 高層階展望ロビーから見える現在の景色とともに山形城や城下町などを紹介する映像を映し出し、「上に行けばこの景色が体感できる」という期待感を高める映像をデジタルサイネージにて配信する。 ○周辺施設への送客(相互誘導) 最上義光歴史館だけでなく、山形城や山形市郷土館(旧済生館)など周辺の歴史文化資産の魅力を紹介し、エリア全体を「面」で楽しむためのガイダンスを行う。 ○多言語による「おもてなし」発信 配信内容の多言語表示を標準化し、観光庁の指針に基づいた「背景知識を含めた分かりやすい解説」を提供する。 ○アクセシビリティ情報の提示 車椅子利用者や高齢者向けに、高層階までのバリアフリー動線や多目的トイレの情報を分かりやすく表示し、誰もが安心して高層階へ向かえる環境を整える。
実施主体	山形市
実施時期	2027年度(令和9年度)から2030年度(令和12年度)
継続見込	継続して設置場所や内容を精査しながら配信する。
アウトプット 目標	配信データの作成、配信、更新及びサイネージの設置。
必要資金 調達方法	6.3百万円(内訳:2.1百万円(自己資金)、4.2百万円(文化芸術振興費補助金(文化庁))) 国の予算事業等について、記載の通り調達できない場合には、自己資金による対応等について検討する。

(事業番号3-②)

事業名	物販などのキャッシュレス導入
事業内容	1 多種多様な決済手段への対応 現在、物販などの決済は現金のみとなっているが、インバウンドを中心とした国内外からの来館者の利便性を高めるために、欧米豪やアジア圏など幅広いインバウンド客の特性に合わせ、クレジットカード、電子マネー、二次元コード決済に対応したマルチ決済端末を導入する。 2 通信インフラとの連動 決済の安定性を確保するため、館内の無料 Wi-Fi 環境を強化し、決済データが滞りなく処理される環境を整備する。 3 来訪者属性の分析

	現金管理では把握困難だった「いつ・どの国籍の人が、何を購入したか」という購買データを蓄積し、商品開発(オリジナルグッズ)や人員配置の最適化に活かす。
実施主体	山形市、山形銀行株式会社
実施時期	2028年度(令和10年度)から2030年度(令和12年度)
継続見込	計画終了後も、継続。
アウトプット 目標	来館者の満足度の向上(目標③の達成)
必要資金 調達方法	2.7百万円(内訳:0.9百万円(自己資金)、1.8百万円(文化芸術振興費補助金(文化庁))) 国の予算事業等について、記載の通り調達できない場合には、自己資金による対応等について検討する。

(事業番号3-③)

事業名	最上義光歴史館を拠点とした中心市街地回遊型観光プログラム事業
事業内容	1 高付加価値・体験型プログラムの開発 「見る」だけでなく「身体で覚える」体験を提供し、満足度と滞在時間の延長を図る。 ○山形の文化を感じる周遊プログラム 最上義光歴史館でインタラクティブな展示を体験したのち、霞城公園や中心市街地を散策・写真撮影できるプログラムを造成する。また、郷土料理など独自性をテーマに食を楽しむコンテンツや、伝統工芸や染め物などの制作体験をプログラムに組み込む。 ○歴史的建造物での「茶道体験」 国登録有形文化財「清風荘」や茶室「宝紅庵」を活用し、山形の茶道文化を象徴する「日釜」等の本格的な茶会体験をプログラム化する。歴史的空間の中で本物の道具や所作に触れる機会を設けることで、知的好奇心の強い富裕層やインバウンド層に対し、山形の精神性を伝える高単価な体験価値を創出する。 ○伝統の「山形舞子」鑑賞・体験プログラム 国登録有形文化財「千歳館」を舞台に、山形市が誇る芸妓文化を継承する「山形舞子」の演舞鑑賞や、お座敷遊び等の体験コンテンツを開発する。解説付きのパッケージツアーとして開放することで、山形ならではの「伝統芸能と料亭文化の融合」という希少性の高い体験を提供する。
実施主体	山形市、おもてなし山形株式、The Hidden Japan 合同会社
実施時期	2026年度(令和8年度)から2030年度(令和12年度)
継続見込	計画終了後は着地型旅行商品として販売を見込む。
アウトプット 目標	着地型旅行商品の開発。
必要資金 調達方法	6百万円(内訳:2百万円(自己資金)、4百万円(文化芸術振興費補助金(文化庁))) 国の予算事業等について、記載の通り調達できない場合には、自己資金による対応等について検討する。

(事業番号3—④)

事業名	夜間コンテンツの創出と宿泊促進に向けた誘導
事業内容	1 宿泊施設と連携した「空中ナイトミュージアム」の開催 霞城セントラルの同一ビル内（24階）に立地する山形ワシントンホテルなどと緊密に連携し、宿泊客を主なターゲットとした夜間特別プログラムを実施する。 具体的には、プレミアムな解説ツアーや夜間特別鑑賞券などをオリジナルノベルティとした「歴史探訪宿泊パック」を共同で開発・販売し、遠方からの誘客と宿泊化を検討する。 2 ナイト・ヘリテージ・ツアー 最上義光歴史館での「ナイトミュージアム」の後、ライトアップされた霞城公園内の施設などの文化施設を巡り、周辺の飲食店での会食をセットとした高単価な夜間ツアーを展開する。また、市内のホテル宿泊者に対し、歴史館の特別鑑賞券や、街歩きをサポートするノベルティ(古地図マップ等)が付随した「歴史探訪プラン」を検討する。
実施主体	山形市、おもてなし山形株式、The Hidden Japan 合同会社、山形ワシントンホテル株式会社
実施時期	2026年度(令和8年度)から2030年度(令和12年度)
継続見込	計画終了後は着地型旅行商品として販売を見込む。
アウトプット 目標	着地型旅行商品の開発、来館者のうち市内に宿泊した割合(目標④の達成)、外国人観光客の延べ宿泊者数(目標⑤の達成)
必要資金 調達方法	3百万円（内訳:1百万円(自己資金)、2百万円(文化芸術振興費補助金(文化庁)） 国の予算事業等について、記載の通り調達できない場合には、自己資金による対応等について検討する。

(事業番号3—⑤)

事業名	コミュニティバスの運行による二次交通の促進
事業内容	1 コミュニティバス「ベニちゃんバス東くるりん・西くるりん」の運行 山形駅から七日町、本町、大手町といった中心市街地を運行することにより、最上義光歴史館及び山形駅から中心市街地に点在する山形城や御殿堰、やまがたクリエイティブシティセンターQ1、旧吉池医院などの文化財へのアクセスを促進する。 なお、このバスの運行については、すでに実施しており、今後も継続する見込みである。また、交通系ICカードによりキャッシュレスにも対応している。
実施主体	山形市、山形交通株式会社
実施時期	実施済み
継続見込	計画終了後も実施見込み。
アウトプット 目標	コミュニティバスの確実な運航

必要資金
調達方法

497.5百万円(486.5百万円(自己資金)、11百万円(山形県市町村総合交付金))

7-1-4. 文化資源に関する工芸品、食品その他の物品の販売又は提供に関する事業

(事業番号4-①)

事業名

最上義光歴史館オリジナルグッズ開発事業

事業内容

最上義光歴史館の霞城セントラルへの移転整備を見据え、所蔵文化財の価値を最大限に引き出す「最上義光歴史館オリジナルグッズ開発」の具体的方針を、他拠点の先進事例を参考に以下の5つの柱で整理する。

1 所蔵文化財の「デザイン化」とターゲット別展開

既存の「写真入りクリアファイル」といった定型的な商品から脱却し、デザイン性を重視した開発を行う。

○収蔵品のデフォルメと普段使い

義光の^{さんじゅうはちけんそうふくりんすじかぶと}「三十八間総覆輪筋兜」や「最上義光銘鉄鉢」のデザイン要素を切り取ることや、デフォルメすることで、若年層や女性層が日常的に使える文具、アクセサリー、雑貨を開発する。また、インバウンド客に向けて、義光の精神性を象徴するアイテム(鉄製指揮棒のミニチュアや、連歌をモチーフにした和紙製品など)を、知的価値の高いプレミアム商品としてブランディングする。

2 デジタル技術(3D データ等)を活用した高精細グッズ

移転整備の目玉となるデジタルアーカイブ化の成果を、商品開発に直接反映させる。

○3D プリント・ミニチュアの開発

3D スキャンした主要な文化財の高精細データを活用し、精密なミニチュアやペーパークラフトを作成する。

○AR 連動型ノベルティ

グッズに二次元コードを付し、スマートフォンをかざすと義光の解説動画や当時の城下町の姿が浮かび上がる「体験を持ち帰るグッズ」を検討する。

3 地場産業・地元クリエイターとの「共創型」開発

地域経済への波及効果を高めるため、山形市内の事業者と積極的に連携する。

○伝統工芸とのコラボレーション

山形鋳物、山形仏壇といった地場産業の技術を活かし、義光ゆかりの意匠を凝らした「現代の工芸品」の共同開発を検討する。

4 特定シーン・高付加価値向け限定商品の提供

来館の動機付けを強化するため、場所や時間に紐付いた限定商品を開発する。

○「ナイトミュージアム」限定グッズ

夜間開館時や特別なワークショップ参加者のみが購入・入手できるプレミアムな記念品を用意し、高単価な観光商品(城泊やナイトツアー等)の満足度を高める。

	○カプセルトイ(ガチャ)の導入 幅広い層が手軽にコレクションを楽しめるよう、収蔵資料をモチーフにしたカプセルトイを設置し、館内回遊のきっかけを作る。 現在の販売グッズは種類が限られるほか、外国人観光客対象の商品は開発されていない。このため、最上義光及び山形の文化を感じることができるグッズのほか、外国人もターゲットとした商品の開発を行う。
実施主体	山形市、おもてなし山形株式
実施時期	2028年度(令和10年度)から2030年(令和12年度)
継続見込	計画終了後は、独自の事業として、開発や販売を継続。
アウトプット 目標	オリジナルグッズの開発。
必要資金 調達方法	2.5百万円（内訳:2.5百万円(自己資金)）

7-1-5. 国内外における文化資源保存活用施設の宣伝に関する事業

(事業番号5-①)

事業名	最上義光歴史館公式ウェブサイト改修事業
事業内容	最上義光歴史館の霞城セントラル高層階への移転整備を見据え、最上義光歴史館公式ウェブサイトを、現状の「学術資料の蓄積」を継続しながら、「山形歴史探訪のゲートウェイ(入口)」へ進化させる。 1 多言語化の推進 英語及び来訪者の多い台湾を想定した中国語(繁体字)について多言語化するとともに、山形市のインバウンドの方針及びマーケティングを踏まえて、ヨーロッパや東南アジア圏の言語についても、必要に応じて導入する。 多言語化にあたっては、日本の歴史背景を持たない外国人にも響くような情報を提供する。 また、The Hidden Japan 合同会社と連携し、インバウンドに強い同社のネイティブスタッフがライティングや監修を担い、外国人旅行者が「知りたい」と思う情報を適切なトーンで発信する。 2 常設展示改修と連動したウェブサイト内容の改訂 事業1-①で刷新する展示ストーリーに基づき、ウェブサイトの内容を更新する。 ○山形城・城下町及び連歌資料の変遷発信 最上義光が築いた東北有数の近世城郭「山形城」の構造や、現在も中心市街地の骨格となっている「町割り」の歴史的意義を、高精細な画像や図版を用いて詳しく紹介する。また、武勇伝のみならず、最上義光が当時一流の文化人と交流し、優れた「連歌」を残した教養人である側面（「最上義光等連歌巻」等の紹介）を多言語し、国際的なブランド価値を高める。 ○「空から見る歴史」のデジタル体験 あわせて、移転先の高層階からの眺望と連動した、古地図と現代の街並みを重ね合わせるデジタルコンテンツを公開し、ウェブ上での体験が実際の来訪意欲を刺激する「タビマエ」の仕掛けを構築する。 ○ユーザーインターフェースの改善 トップページについて直感的に来館を促すことができるようなデザインにリニューアルするとともに、多言語の切り替えボタンを目立つ位置に固定するなど、インバウンド旅行者が御座に情報をえられるような構造に改修する。
実施主体	山形市、The Hidden Japan 合同会社
実施時期	2026年度(令和8年度)から2030年度(令和12年度)
継続見込	計画終了後は独自財源で継続的に運営・更新する。
アウトプット 目標	サイトの改修及び多言語化、ウェブサイト(一般ページとスマートフォンページの合計)の閲覧数(令和7年度:1,174,000回→令和12年度:1,400,000回)
必要資金	6百万円(内訳:2百万円(自己資金)、4百万円(文化芸術振興費補助金(文化庁)))
調達方法	国の予算事業等について、記載の通り調達できない場合には、自己資金による対応等について検討する。

(事業番号5-②)

事業名	パンフレットの多言語化と内容の見直し
事業内容	1 多言語化の推進 ウェブサイト改修と同様に、英語及び中国語(繁体字)への多言語化を実施するとともに、ヨーロッパや東南アジア圏の言語についても必要に応じて導入する。 2 デジタルと紙媒体の双方の活用 多言語化及び内容の見直しを行うにあたり、多様な利用者の利便性を高めるためデジタルと紙媒体の双方を作成する。また、紙のパンフレットには情報を詰め込みすぎず、スマートフォンを活用した文字・音声解説ツール(ブラウザ型)へ二次元コードで誘導する。 3 内容の見直し ウェブサイトの改修と連動して、文化的背景の異なる外国人観光客に「響く」ストーリーを掲載するとともに、最上義光歴史館を起点に、来訪者を地上(霞城公園や中心市街地)へ送り出す「ナビゲーションツール」として機能させる。 ○古地図連動型マップの掲載 高層階からの眺望と連動し、江戸時代の町割と現代を対照できる多言語マップを掲載する。これにより、「今歩いている場所が歴史の舞台である」ことを意識させ、回遊性を向上させる。 ○周辺施設・商店街との情報連携 山形城や山形市郷土館等の周辺施設などの情報を多言語で掲載し、歴史館から街なかへ人を送り出す導線を構築する。
実施主体	山形市、The Hidden Japan 合同会社
実施時期	2027年度(令和9年度)から2030年度(令和12年度)
継続見込	事業終了後も継続活用
アウトプット 目標	多言語パンフレットの制作、活用
必要資金 調達方法	2百万円(内訳:0.67百万円(自己資金)、1.33百万円(文化芸術振興費補助金(文化庁))) 国の予算事業等について、記載の通り調達できない場合には、自己資金による対応等について検討する。

7-1-6. 7-1-1~7-1-5の事業に必要な施設又は設備の整備に関する事業

(事業番号6-①)

事業名	最上義光歴史館移転整備事業
事業内容	最上義光歴史館の霞城セントラル高層階へ移転に伴う、事業番号1-①、2-①、3-①、3-②に関連して以下の整備を行う。 1 移転整備の基本計画とスケジュール 施設の老朽化及び山形城跡発掘調査による出土遺物の増加に伴うスペース不足を解消するため、山形駅隣接の霞城セントラル高層階へ主要機能を移転する。

○移転する機能

展示室(受付・物販含む)、事務室、資料整理室、ボランティア控室、会議室を移転する。なお、収蔵庫機能については、当面の間は既存施設に一部残す計画とする。

2 移転整備に伴う博物館としての機能整備

○空調整備(温湿度管理)

兜や連歌巻等の貴重な指定文化財を劣化やき損から守るため、博物館として適切な温湿度を一定に保つ高度な空調設備を整備する。また、空気汚染対策として適切な建材や塗料を選定する。

○耐震性能の確保

高層階への展示室設置に伴い、地震時の資料の転倒や破損を防止するため、最新の基準に適合した耐震機能及び免震展示ケース等の設備を導入する。

○防犯機能の確保

交流人口の多い駅隣接ビルという特性を踏まえ、文化財の盗難やいたずらを防止するための監視カメラやセンサー等の適切な防犯システムを構築する。

3. 利便性と回遊性を高めるインフラ環境の整備

○公衆無線 Wi-Fi の導入

多言語解説やデジタルコンテンツをストレスなく利用できるよう、館内全域に高速なフリーWi-Fi環境を整備する。これはキャッシュレス決済の安定運用にも寄与する。

○ユニバーサルデザイン導入による受入環境の整備

障がい者、高齢者、乳幼児連れのファミリーが安心して来館できるよう、段差の解消や車椅子動線の確保などバリアフリー化を徹底する。

○インバウンド受入環境の整備

外国人旅行者が直感的に理解できるよう、ピクトグラムなどを活用した多言語サインを整備する。また、多言語案内などを導入し、言語の壁を感じさせないユニバーサルな鑑賞環境を整える。

実施主体	山形市
実施時期	2026年度(令和8年度)から2028年度(令和10年度)
継続見込	計画終了後も継続して施設運営を実施。
アウトプット 目標	移転整備の完了
必要資金 調達方法	70.7百万円(内訳:38.33百万円(自己資金)、32.37百万円(文化芸術振興費補助金(文化庁))) 国の予算事業等について、記載の通り調達できない場合には、自己資金による対応等について検討する。

7-2. 特別の措置に関する事項

7-2-1. 必要とする特例措置の内容

事業番号・事業名	
必要とする特例の根拠	文化観光推進法第 条(法の特例)
特例措置を受けようとする主体	
特例措置を受けようとする事業内容	
当該事業実施による文化観光推進に対する効果	

7-3. 必要な資金の額及び調達方法

	総事業費	事業番号	所要資金額	内訳
令和8年度	6百万円	事業番号6―①	6百万円	2百万円(自己資金) 4百万円(文化芸術振興費補助金(文化庁))
令和9年度	13.8百万円	事業番号3―①	0.8百万円	0.27百万円(自己資金) 0.53百万円(文化芸術振興費補助金(文化庁))
		事業番号3―③	1百万円	0.34百万円(自己資金) 0.66百万円(文化芸術振興費補助金(文化庁))
		事業番号5―①	1百万円	0.34百万円(自己資金) 0.66百万円(文化芸術振興費補助金(文化庁))
		事業番号5―②	1百万円	0.34百万円(自己資金) 0.66百万円(文化芸術振興費補助金(文化庁))
		事業番号6―①	10百万円	3.34百万円(自己資金) 6.66百万円(文化芸術振興費補助金(文化庁))
令和10年度	135.7百万円	事業番号1―①	54.7百万円	18.24百万円(自己資金) 36.46百万円(文化芸術振興費補助金(文化庁))
		事業番号2―①	10百万円	3.34百万円(自己資金) 6.66百万円(文化芸術振興費補助金(文化庁))
		事業番号3―①	4.3百万円	1.44百万円(自己資金) 2.86百万円(文化芸術振興費補助金(文化庁))
		事業番号3―②	2百万円	0.67百万円(自己資金) 1.33百万円(文化芸術振興費補助金(文化庁))
		事業番号3―③	2百万円	0.67百万円(自己資金) 1.33百万円(文化芸術振興費補助金(文化庁))
		事業番号3―④	1百万円	0.34百万円(自己資金) 0.66百万円(文化芸術振興費補助金(文化庁))
		事業番号4―①	1百万円	1百万円(自己資金)
		事業番号5―①	5百万円	1.67百万円(自己資金) 3.33百万円(文化芸術振興費補助金(文化庁))
		事業番号5―②	1百万円	0.34百万円(自己資金) 0.66百万円(文化芸術振興費補助金(文化庁))
		事業番号6―①	54.7百万円	21.71百万円(自己資金) 32.99百万円(文化芸術振興費補助金(文化庁))
		事業番号1―②	10百万円	3.34百万円(自己資金) 6.66百万円(文化芸術振興費補助金(文化庁))
令和11年度	15.5百万円	事業番号3―①	0.6百万円	0.2百万円(自己資金) 0.4百万円(文化芸術振興費補助金(文化庁))
		事業番号3―②	0.4百万	0.14百万円(自己資金) 0.26百万円(文化芸術振興費補助金(文化庁))
		事業番号3―③	2百万円	0.67百万円(自己資金) 1.33百万円(文化芸術振興費補助金(文化庁))
		事業番号3―④	1百万円	0.34百万円(自己資金) 0.66百万円(文化芸術振興費補助金(文化庁))
		事業番号4―①	1.5百万円	1.5百万円(自己資金)
		事業番号1―②	5百万円	1.67百万円(自己資金) 3.33百万円(文化芸術振興費補助金(文化庁))
令和12年度	7.9百万円	事業番号3―①	0.6百万円	0.2百万円(自己資金) 0.4百万円(文化芸術振興費補助金(文化庁))
		事業番号3―②	0.3百万円	0.1百万円(自己資金) 0.2百万円(文化芸術振興費補助金(文化庁))
		事業番号3―③	1百万円	0.34百万円(自己資金) 0.66百万円(文化芸術振興費補助金(文化庁))
		事業番号3―④	1百万円	0.34百万円(自己資金) 0.66百万円(文化芸術振興費補助金(文化庁))
合計	178.9百万円			

※国の予算事業等について、記載の通り調達できない場合には、自己資金による対応等について検討する。

8. 計画期間

5年間(2026年度(令和8年度)から2030年度(令和12年度))