

平成26年度（公社）鳥取県観光連盟事業計画

I. 基本方針

◇平成25年は、全国都市緑化フェアなど「とっとりグリーンウェイブ」関連事業の展開、また出雲大社の平成の大遷宮など大きなイベント・行事の開催もあり、山陰方面への入り込み客が確実に増えた。

◇さらに鳥取自動車道の全線開通、山陰道の段階的な整備、併せて米子空港へのスカイマーク便の就航、鳥取空港の5便化など交通インフラの格段の整備により、山陰大周遊の顕著な流れが確実なものとなった。加えて県内空港、港湾へのクルーズ客船やチャーター便の就航により、海外エリアからの誘客も促進されつつある。

◇一方で、平成26年は全国的にも大きなトピックスが少ないといわれており、本県においても観光分野に関わる大きなイベントは予定されていない。大型イベントなどに依存しない鳥取本来の持ち味で誘客を図るといった関係者の意識と取組が求められているともいえる。

◇そのような中で、三朝温泉開湯850年や50回目を迎えるしゃんしゃん祭り、さらに好評を得ている砂の美術館や水木しげるロードなどの集客力を活かしつつ、本県の強みである食や温泉、豊かな自然といった観光資源の付加価値をさらに高め、本物の体験や質にこだわった「やすらげる旅」あるいは「のんびり、ゆったり時を過ごせる旅」を提案、発信してゆくことを基本的なスタンスとして会員との協働の取組を強化する。

◇又、本県においては、鳥取らしさを伝える観光のCI戦略やブランドイメージの発信といった分野の取組あるいは県全体としての誘客戦略的な取組は十分とはいえないことから、県等とも連携を図りながら、議論の枠組みづくり、具体的な提案に努める。

II. 事業の柱と考え方

1. 会員との連携強化による着地型観光の推進、効果的な情報発信機能の強化

(1) 平成24年度に設置の承認をいただいた東・中・西部圏域を単位とした地域部会は、

圏域の共通課題（広域観光振興のテーマ、着地メニューの開発、教育旅行の受け入れ、ワンストップサービスなど）を組織横断的に議論する場として機能するとともに会員連携による素材開発など部会プロジェクトとして位置づけて取り組む事業については、一定の要件を満たす場合には、交付金事業として助成支援を行う。

(2) 圏域共通の課題でもある情報発信、マーケティング機能強化の観点から、横断的なワーキンググループを結成し、SNSなども含めた効果的な情報発信やマーケティング力、商品開発力の向上に努める。

(3) 着地型観光を推進する仕組みづくりの観点から、ワンストップ窓口の構築（観光まちづくりプラットフォーム（仮称））について、先進事例の調査等含め、鳥取スタイルの組織のあり方を研究検討する。

2. 「とっとりグリーンウェイブ」をテーマとした観光魅力の創出

(1) 教育旅行やエコツーリズム、グリーンツーリズムなどとっとりならではのニューツーリズムの普及促進の観点から研修会や先進地視察に取り組むとともに、部会プロジェクトとしても位置づけて「とっとりグリーンウェイブ」関連旅行商品づくりへの支援、アドバイスを強化する。

(2) 少子高齢化の中、未来を担う子どもたちの教育旅行の受け地としての条件整備に努めるとともに、誘致対策の強化を図る。

3. 観光まちづくり人材の育成

(1) リピーターを増やし、滞在型観光をめざすためには、観光地や観光施設、駅、宿舎などでのホスピタリティーの向上や環境美化などソフト対策にも着目する必要がある。ようこそようこそ県民運動の浸透とともに、観光従事者やガイドなど対象とした

もてなし向上や専門研修を連盟主体で行うほか、会員が企画、実施する人材育成事業に対しても積極的に支援を行う。

(2) 旅行相談や会員の販促活動や商品づくりに的確に対応できる連盟職員の育成に努め、段階的に職員のプロパー化を進める。

(3) 各観光プロモーターの有する各管轄圏域の最新マーケット情報の迅速な伝達、又市町村等の観光魅力を効果的にプロモーションするため、市町村等との情報交換の機会を緊密に持つとともに会員との共同プロモーションなどを通じ、会員事業所のセールス人材の育成にも努める。

4 新たな観光素材の販売戦略の構築と情報発信

(1) 「とっとりグリーンウェイブ」の要素である本県の自然や人、食や風土などを組み込んだ新たな観光素材やまんが王国とっとり、山陰ジオパーク、古事記神話など多彩な旅行商品を観光素材集として取りまとめ、会員との一体的なPR活動を強化する。

(2) 旅行商品造成・販売の実績を高めるため、旅行会社の招へい研修、ととりの食の紹介も併せた情報説明会などを重点的、効果的に実施する。

(3) 誘客促進を図るため、観光素材集を元に新たに旅行商品化、送客に取り組む旅行会社に対し、経費の一部を補助するなどの支援策を講じる。

(4) ホームページの刷新、SNSを活用した情報発信並びに観光素材集や温泉地を中心とした本県ならではの特色あるパンフレット発行など情報発信ツールの刷新、強化を図るとともにWEB活用による会員メリットに直結できる仕組みづくりに努め、会員拡大にもつなげる。

Ⅲ. 事業計画案

* () 内は平成25年度補正後

1 地域受け地づくり対策推進事業（公益目的事業1）

(1) 地域観光魅力づくり支援事業（継続；事業名変更） 9,000千円（11,000）

→二次交通を含めた着地型旅行商品の旅行会社への販促活動や会員の商品企画・開発の支援を行うとともに、開運八社巡りパンフレットの作成、情報発信を行う。
又県外イベント等での旅行相談業務による地域の情報の発信を行う。（含AGT派遣課長人件費、活動費）

(2) 広域観光機能強化事業（継続） 3,281千円（6,730）

→島根県、岡山県、兵庫県等隣県連携の強化により、広域観光の魅力づくりや情報発信、共同プロモーションなどにより観光誘客に努める。

(3) 観光まちづくり人材育成事業（継続；事業名変更） 800千円（1,600）

→受地人材のスキルアップを図るため、もてなし講座等を実施するとともに、会員が取り組む人材育成事業に対しても支援を行う。

(4) 教育旅行誘致促進体制整備事業（拡充；県受託） 8,228千円（2,000）

→体験的教育旅行を県内に誘致するため、観光関係者研修など受入体制の整備強化及び教育関係者等の現地視察を実施するとともに、受け入れ促進を図るため、宿

泊費助成制度を新たに設ける。

→教育旅行ガイドブックは、内容更新しつつ、旅行会社や学校関係者への営業用として配布する。

(5) 観光事業優良従業員表彰 (継続) 100千円 (100)

→多年にわたって、鳥取県観光開発及び観光事業の推進に貢献し、その功労が特に顕著な者を表彰する。

(6) ニューツーリズム推進事業 (継続; 受託事業) 3,871千円 (2,700)

→とっとり因幡グリーンツーリズム推進協議会から事務局業務を受託する。(人件費1名分含む)

→教育旅行やエコツーリズムなどニューツーリズムの普及促進のための受け地体制整備のモデルとしての支援を行う。

2 観光客誘致対策強化事業 (公益目的事業2)

(1) AGT招致事業 (県外旅行会社等対策事業) (継続) 3,600千円 (4,500)

→首都圏、中京圏、関西圏、中四国・九州圏の各圏域の旅行会社実務担当者を対象に、旅行商品造成、販売につながるよう鳥取県の現地研修を効果的に実施する。

(2) 観光情報説明会開催事業 (継続) 4,500千円 (3,000)

→首都圏、中京圏、関西圏、中四国・九州圏の各圏域の旅行会社を対象に、会員と連携しながら、旅行会社の商品企画、パンフレット作成時期に併せ、新規の観光素材を中心としたきめ細かな説明会、商談会 (相談会) を実施する。(各圏域で、概ね5月、9月開催)

(3) ジオツアー造成推進事業 (継続; 県受託) 6,000千円 (8,500)

→山陰海岸ジオパーク及び隠岐ジオパークとも連携した旅行商品造成のため、旅行会社商品造成担当者を対象に現地研修、素材説明会を開催する。

→ジオガイドの活用など一定の要件を満たすツアー造成を行う旅行会社に対し、経費の一部を支援

(4) 観光プロモーター活動事業 (継続) 25,406千円 (24,387)

→首都圏、中京圏、関西圏、中四国・九州圏の各圏域において、観光プロモーターが、圏域内の各種情報を収集するとともに、圏域内の旅行会社等を訪問して鳥取県の旬の観光素材の売り込みを行い、鳥取の旅行商品造成と販売促進を図る。又市町村等との意見交換会を積極的に行う。(含観光プロモーター3名人件費)

(5) 「ぐるっと山陰」誘客促進事業 (継続) 20,000千円 (30,000)

→県外からの誘客促進を効果的に推進するため、宿泊を伴う周遊型ツアー商品造成を行う旅行会社に対し、バス代等の経費の一部を支援する。

(6) 都市緑化フェア商品造成支援事業 (廃止) 0千円 (5,000)

3 観光客誘客キャンペーン事業 (公益目的事業2)

(1) ようこそようこそ鳥取誘客キャンペーン事業 (継続) 6,000千円 (5,000)

→会員と連携共同しつつ、自動車道開通や航空機材の大型化、増便、新規路線の開設

などの状況を踏まえながら、誘客キャンペーンPR資料の作成、県外の大型集客施設、高速道路サービスエリア、イベント会場等における着ぐるみや観光大使等によるPR、観光資料、ノベルティ配布等により鳥取県観光をPRし個人客の誘客を図る。

→消費税増税は観光消費への影響も懸念される場所であるが、観光を取り巻く社会要因等の動向を踏まえつつ、時宜を得たキャンペーン、PRイベント等を適期に行っていく。

(2) JRとの観光キャンペーン事業 (継続) 2,000千円 (2,000)

→山陰観光連盟山陰路部会事業として、JR・鳥根県と連携して実施。

事業費：6,000千円

(鳥取県観光連盟、鳥根県、JR西日本米子支社 各2,000千円)

(3) 鳥取観光親善大使活動事業 (継続；組み替え) 1,400千円 (800)

→「とっとり観光親善大使」が観光イベント等諸行事やキャンペーン活動等に参加して、鳥取県の観光PRを行う。

→平成26年度は、現大使への謝金の支払い、新大使の採用、研修を行う。

4 情報発信・宣伝事業 (公益目的事業2)

(1) 観光情報発信事業 (継続・事業統合)

21,523千円 (24,571)

1)

→県及び観光連盟ホームページの一元化が図られ、さらなる内容充実や最新情報の掲載に努めるとともに、インターネット広告やホームページでのプレゼントキャンペーン等によるホームページ閲覧数の増加と効果的なPRに努める。

→多機能携帯電話端末の普及に伴い、平成25年度にはSNSを活用した情報発信システムを構築したが、これをベースに利便性向上や特典企画の展開などに取り組む。

→本県の代表的な観光魅力である温泉地を中心とした特色のあるパンフレットを作成するとともに、ガイドマップ「山陰鳥取」は最新の情報を反映するため、必要に応じた改訂を行う。

→旅行会社向けに、最新の観光素材やイベント情報等を観光素材集としてとりまとめ、作成し、観光プロモーターや連盟会員の営業用ツールとして、又観光情報説明会などで活用する。

(2) モバイル端末サイト構築・活用事業 (統合) 0千円 (6,763)

(3) 観光連盟推薦みやげ品PR事業 (継続) 200千円 (200)

→推薦みやげ品点数の増に努めるとともに、推薦品のPR活動を強化する。

(4) フィルムコミッション業務受託事業 (新規；県受託) 3,341千円 (0)

→鳥取県におけるフィルムコミッション (ロケーション誘致・支援業務) 業務を観光連盟会員 (市町村、観光協会等) との協力関係を通じて、積極的かつ円滑な誘致に努め、本県の観光誘客の効果的な展開に資する。

5 会員等との誘客連携事業 (収益事業)

(1) 他団体との協同・連携事業 (継続)

5,000千円 (7,68)

0)

→県旅館ホテル生活衛生同業組合、県観光施設連絡協議会等と連携し、旅行会社への売り込み、外国人観光客誘致活動、県内観光施設のキャンペーン企画等を実施。

配分 県旅館組合（活性化協議会） 2,500千円

県観光施設連絡協議会 400千円

→会員との協働による旅行会社店頭キャンペーンにより鳥取への訴求イメージを高めるとともに、旅行会社との共同による集客イベントなど実施する。

(2) 地域部会設置運営・支援事業（継続） 2,000千円（2,000）

→東中西部圏域の共通課題（ビジョン、教育旅行、広域観光テーマなど）の幅広い議論、課題解決に当たるとともに、新たな観光素材の開発や魅力づくりに取り組む。

→部会プロジェクトとして協議され、広域観光振興に寄与すると認められる事業は交付金事業として採択、支援する。

→情報発信の強化や着地型旅行商品の開発などの課題に対応できる人材育成の観点から、平成25年度に立ち上げたワーキンググループの活動を引き続き継続し、観光まちづくり人材のネットワーク形成に努める。

6 収益事業

(1) 観光PRノベルティ作成事業（継続） 2,000千円（2,000）

→鳥取県の観光名刺、PR用キャリーバック、開運手ぬぐい等を作成する。

平成26年度主要事業の概要

- 1 教育旅行誘致促進体制整備事業（拡充） 予算額8, 228千円
- ◇旅行会社等招致研修の開催
 - ◇関係機関等情報連絡会の開催
 - ◇先進事例研究調査
 - ◇教育旅行ガイドブックの改訂
 - ◇宿泊費助成制度の創設（新規）
 - ・補助対象者…県外の小・中・高等学校等
 - ・補助額…宿泊延べ人数×1, 000円（上限300, 000円）
 - ・予算枠…3, 000千円

- 2 観光情報説明会開催事業（継続） 予算額4, 500千円
- ◇近年は、平成25年2月首都圏において、又11月中京圏において食のタベとセットにした説明会を行ってきたが、各圏域で毎年上期、下期の適期（5月、9月目処）に開催する方がより効果的との判断から、簡素な内容で開催する方向で計画する。
 - ◇山陰観光推進協議会（島根、鳥取両県連携）においては、9月に名古屋での開催を予定
 - ◇協議会においては、スカイマークの新規路線開設等見計らいながら、北海道あるいは沖縄などでのプロモーション活動を臨機に計画の見込み

事業名称	きなんせとっとり商品造成支援事業	きなんせとっとりツアー誘致事業
対象とする旅行会社、旅行形態	◇県外の旅行会社 ◇募集型企画、受注型企画、手配旅行（オンライン含む）	◇県外の旅行会社 ◇募集型、受注型企画旅行
補助の条件	◇「鳥取県素材」の掲出に関わるパンフレット作成 ◇販促目的の現地研修、店頭販促費等	◇県外出発、県内宿泊のバスツアー ◇連盟作成の素材集より1以上の採択 ◇1団体20名以上
補助期間	◇平成25年12月～平成26年12月	◇平成26年4月～12月
補助内容	◇1事業所当たり500,000円を上限	◇バス1台当たり 鳥取県内に宿泊及び素材集より立ち寄り先選択 …30,000円 ◇1事業所当たり150,000円を上限
募集期間	◇補助期間と同一	◇平成26年1月～11月
事業費	5,000千円	15,000千円

- 3 「ぐるっと山陰」誘客促進事業（継続；内容変更） 予算額20, 000千円

- 4 ようこそようこそ鳥取誘客キャンペーン事業（継続） 予算額6, 000千円

*新規検討中のキャンペーン（予算枠内執行）

- ◇心に残る旅 とっとりキャンペーン（仮称）

- ・目的…消費税増税による旅行需要の縮小など懸念されることから、県内宿泊を促すプレゼントキャンペーンを行うもの
- ・実施期間（予定）…4月中旬～6月中旬
- ・内容…応募はがき付きパンフレットを作成。県内対象旅館・ホテルに宿泊し、施設の宿泊証明印押印の上、応募していただいた方に抽選で県内産品等をプレゼント

- ◇WEBを活用したプレゼントキャンペーン

- ・目的・内容…ホームページへの再訪を促し、会員とも連携し、旬の情報を提供。祭り、イベント、食など時期に合わせたコンテンツを作成、クイズ形式で楽しめ、なおかつプレゼント企画をセットにキャンペーン展開するもの

- ・実施時期…未定

- ◇砂像をみつけた！キャンペーン

- ・目的・内容…鳥取県のイメージとして連想され、県外での認知度も最も高い「鳥取砂丘」を広く県内の主要観光施設でアピールし、鳥取といえば「砂丘」のイメージ増幅を図る。そのため、主要施設にミニ砂像を設置し、ラリ

一形式で周遊、砂像の名称を記入して応募すれば、特産品等をプレゼントするもの

- ・実施時期…未定
- ◇連泊クーポン企画
- ・目的…県内での連泊を促進するため、連泊される観光客に近年人気の高い「道の駅」「農産物直売所」で使えるクーポンを発券。連泊と県内周遊を促す。
 - ・内容…@500円相当額のクーポン（又はバウチャー）を旅行会社店頭又は県内初泊の宿泊施設で発券、道の駅等で金券として使用できる。精算は道の駅等と連盟との間で行う。
 - ・実施時期…平成26年下期

5 観光情報発信事業（継続） 千円

予算額21,523

- ◇ホームページの内容の充実を図る。
- ・コンベンションや合宿情報の追加、スポーツツーリズムなど新たな動きに合わせた情報アップ
 - ・団体・教育旅行関係見直し
 - ・モデルコース拡充（大使等による取材もセットで）
 - ・ツイッターの利用開始
 - ・ブログの活用、発信
- ◇観光素材集の作成、発行
- ・平成26年下期向け改訂版の発行を4月中に行い、5月段階の説明会等に活用
 - ・平成27年上期向け素材集を8月中完成を目途に、地域部会等における的確なスケジュールリングで作成にかかる。
 - ・特に会員との双方向の情報チャンネルの構築を重視する。
- ◇ガイドマップ等の作成、改訂
- ・平成25年度に全面改訂した「山陰鳥取」ガイドマップは、交通インフラ関係の急速な整備等の状況を踏まえ、適期の改訂に努める。
 - ・平成25年度から着手した「湯巡りとっとり」のパンフレットは、平成26年度で作成、配布できる見通し

6 地域部会設置運営・支援事業（継続）

予算額2,000千円

- ◇平成26年度の各部会の方向性（1月に開催した下期各部会での検討の内容による）
- ・東部；民泊（智頭、佐治、用瀬、河原、岩美）の拡大、広域のワンストップ窓口組織のあり方や構築に向けてのロードマップ、砂丘やジオなどの素材を活かし、他にない体験メニューづくり
 - ・中部；中部としてのターゲットの明確化、食や農産物、温泉、健康、開運といったアイテムがあることから、女性を意識したメニューづくりに特化することも検討の課題
 - ・西部；中海圏域という枠組みも含め、西部圏域の多様性から、部会としての統一的なメニューづくりといった点では無理がある。エリアごとの特性を活かす、際だたすといった観点もある。又集客力のあるエリアからの観光導線の構築、西部に滞在できる仕掛けづくりなど
- ◇ワーキングチームの方向性
- ・平成25年度は東・中・西部単位に観光施設、体験プログラムなどを実際に見聞し、他地域の取組に学ぶフィールドワークを行った。（延べ65名参加）
 - ・「観光情報発信ワーキングチーム」
 - ・観光素材集の作成に係る会員とのワーキングの担当
 - ・会員連携による大都市圏等への効果的な情報発信のツールやコンテンツの検討、開発など
 - ・「着地型観光メニュー開発ワーキングチーム」
 - ・参加者各地域における具体的な課題、テーマ等に則したケーススタディー、又外部講師等を交えたワークショップなどにより、商品開発から販売、プロモーションに係るノウハウを学びながら、スキルアップを図る。