

令和3年度 公益社団法人鳥取県観光連盟 事業計画

I 基本方針

令和2年度については、新型コロナウイルス感染症の影響により、県内の観光業界は非常に厳しい経営状況にあったことから、県と連携して、会費の減免・猶予による民間会員への支援を図るとともに、観光需要の回復に向けて、事業計画を適宜柔軟に見直し、新規事業の立ち上げ・既存事業の拡充により、感染対策・誘客対策を強化して取り組んできたところです。

しかし、感染再拡大に伴う緊急事態宣言、G o T o トラベルの停止延長等の影響による観光需要の落ち込みや収束見通しが不透明な中、今後とも感染拡大が長期化すれば、観光業界は極めて厳しい状況になることが懸念されます。

このため、令和3年度については、一刻も早い観光需要回復に向け、引き続き、感染対策を徹底し、旅行環境の変化にも柔軟に対応しつつ、誘客対策を強力に推進していきます。

また、誘客に当たっては、基本的に中四国・関西地区を重点とし、感染状況を踏まえ中部地区・首都圏へと段階的に拡大し、自然景観、温泉、グルメ、文化歴史、体験・アクティビティの魅力的な観光要素を活かして、季節毎のテーマを設定し、効果的に事業展開していきます。

さらに、事業実施に当たっては、以下の5つの重点テーマのうち、特に「将来の誘客につながる「教育旅行」の誘致強化」、「デジタル技術」を活用した効果的な情報発信等」を最重点テーマとして、会員の皆様と連携強化して積極的に取り組んでいきます。

II 重点テーマ

1 将来の誘客につながる「教育旅行」の誘致強化

新型コロナウイルス感染症の感染が少なく、安全安心なイメージのある鳥取県への教育旅行が増加する中、この機を活かして、平日・オフシーズンの誘客に加え、将来の観光誘客が期待できる教育旅行の誘致強化に向けて、重点エリアの関西地区に加え、中四国・九州・中部地区、首都圏も対象にプロモーションを強化するとともに、農家民泊等宿泊施設の確保、多様な体験メニューの商品造成(平和学習、アクティビティの多様化、SDGs プログラム)等受入体制の整備に取り組みます。

2 「デジタル技術」を活用した効果的な情報発信等

スマートフォンの普及拡大、国のデジタル化推進等による旅行環境の変化を踏まえ、観光パスポート「トリパス」や観光ガイドマップなど観光PRツールについて3年程度で計画的・段階的にデジタル化を進めるとともに、デジタル化に対応できる人材育成等の研修を継続的・計画的に実施するほか、ホームページのリニューアルや動画ライブラリー、SNS等により効果的な情報発信に取り組みます。

3 ウィズ・アフターコロナ時代の「新しい旅行スタイル」の誘客

ウィズ・アフターコロナ時代における「新しい旅行スタイル」の提案・誘客に向けて、感染対策のレベルアップと、「安全観光・飲食エリア」を県内全域へ拡大することにより、安全・安心な鳥取旅行(観光地・公共交通)を県内外の消費者へPRするとともに、自然、癒し等の魅力的な観光素材の情報発信やワーケーション(仕事+観光)等への誘客等に取り組みます。

4 観光消費増大に向けた「旅行商品の高級化」、「リピーター対策」の強化

観光消費増大に向けて、観光消費が高い旅行商品の高級化とリピーター対策を強化します。

旅行商品の高級化では、プレミアム観光素材の発掘・磨き上げ、現地視察、高級旅行商品の造成販売支援等に取り組みます。また、リピーター対策では、魅力ある観光素材の提供(多様な体験メニュー、テーマ性の旅等)、滞在時間の拡大(朝観光・夜観光の推進、まちなか観光、観光周遊・連泊促進)、接客・おもてなしの向上、再来訪促進インセンティブの付与等に取り組みます。

5 「個人旅行」加速化への対応

新型コロナウイルス感染症の影響により個人旅行へ加速化している現状を踏まえ、多様化している個人旅行の誘客強化に向けて、ターゲット別の効果的な情報発信(SNS等の強化)、Web販売への支援強化、多様な体験メニューの商品造成、旅行会社・OTAに加え、新たな販売チャンネルによる効果的なプロモーション(登山、キャンプなどテーマに沿ったSNS等による情報発信)、平日と週末・シーズンの需要分散化等に取り組みます。

Ⅲ 事業計画

・単位：千円
・数字は令和3年度当初予算（案）
・（ ）内は令和2年度当初予算

1 受地づくり推進事業 **公益目的事業1**

(1) 観光魅力づくり事業 3,000 (2,000)
多様化する観光客ニーズに対応した魅力的な観光素材を提供するため、観光素材の発掘・磨き上げ等への支援や広域観光の魅力づくり等を進め、本県への誘客を図る。

ア 開運八社巡り事業 1,000 (1,000)
縁起の良い名前を持つ神社八社と、今年の干支「丑」に因んだ所縁神社（大神山神社）を合わせた因幡伯耆國子年開運八社巡りを県内外にPRする。

なお、翌年の「寅」で干支が一巡するため、旅行会社のニーズや事業効果等を検証の上、今後の新たな展開を検討する。

<主な取組内容>

- ・PR用リーフレット（4万部）、ポスター（50部）の作成
- ・ホームページ、SNS、マスメディア等によるPR

イ 地域観光素材ブラッシュアップ支援事業【新規】 1,000 (0)
地域のポテンシャルのある観光素材の商品化・販売に向けて、観光プロモーターのノウハウ・人脈等を活かして、観光客ニーズや地元の意向等を踏まえ、観光素材の発掘・磨き上げやプロモーションの提案等、市町村観光協会等と共に伴走型支援により受地づくりを図る。

<主な取組内容>

- ・観光プロモーターによる現地視察
- ・地元観光協会等との意見交換、観光素材の発掘・磨き上げや誘客等の検討
- ・モニターツアー他

ウ 広域観光推進事業 1,000 (1,000)
中国地域などの広域エリアを対象に、県や観光団体等と連携して、広域観光の魅力づくりや情報発信等に取り組み、本県への誘客を図る。

<主な取組内容>

- 岡山県との連携事業（両県・両観光連盟）
 - ・広域観光ドライブマップ「鳥取・岡山ドライブマップ」の更新
 - ・東京アンテナショップ「とっとり・おかやま新橋館」での誘客活動
 - ・観光ホームページによる広域観光周遊コース、感染対策など情報発信
- 中国地域を対象とした広域観光事業
 - ・日本観光振興協会中国支部事業

(2) 観光周遊等滞在延長促進事業（事業名変更） 16,032 (10,032)
リピーター対策と個人旅行対策の強化に向けて、観光周遊やまちなか観光など滞在時間の延長促進のため、多様な体験プログラムの情報発信や特典付き観光パスポートを発行する。

ア 体験プログラム情報発信事業（県補助10/10） 3,132 (3,132)
近年、ニーズが高まっている体験型観光について、日本最大級のレジャー予約サイトの運営事業者等と連携して、冬季等の体験素材の発掘・磨き上げを行うとともに、本県のブランドページを開設し、体験プログラムと観光情報を一体的に情報発信し、本県への誘客を図る。

また、SNSを活用したブランドページへの誘導を図る。

<主な取組内容>

- ・レジャー予約サイトによる情報発信

イ 観光パスポート発行事業（県補助1/2等）【拡充】 12,900 (6,900)
個人・ファミリーを中心に、本県への誘客・周遊と再来訪を促進するため、特典付き観光パスポート「トリパス」を発行する。

また、デジタル化の一環として、令和3年度「トリパス」秋冬版から新たにスマホ版を作成し、非接触型の新たなツールとして運用する。（新規）

なお、令和3年度はスマホ版と冊子版を併用とし、令和4年度以降は、利用状況を踏まえ、冊

子版は段階的に縮小する。

<主な取組内容>

- ・「トリパス」（秋冬版、春夏版）の発行

【トリパスの概要】

区 分	令和3年秋冬版	令和4年春夏版
掲載内容	観光地を周遊する楽しみ方等を紹介する特集ページ 観光施設等をお得に利用できる割引・特典クーポン 等	
規 格	A6版44ページ程度	
発行時期	令和3年9月	令和4年3月
発行部数	7万⇒3.5万部（前年比半減）	9万⇒4.5万部（前年比半減）
スマホ版	あり	あり

(3) 教育旅行誘致促進事業（県補助10/10等）【拡充】 13,000（10,739）

教育旅行の誘致に向けて、市町村、観光協会・民間事業所等で組織する「鳥取県教育旅行誘致促進協議会（事務局当連盟）」と連携し、教育旅行誘致コーディネーターが中心となって、学校・旅行会社へのプロモーションや受入体制の整備を行う。

また、誘客重点エリアを拡大し、プロモーションを強化するとともに、多様な体験メニューの商品造成など受入体制の整備・拡充を行う。（拡充）

<主な取組内容>

- ・誘客重点エリアは、関西地区に加え、中四国・九州・中部地区・首都圏を追加・強化（拡充）
- ・中部地区は、島根県と連携し、航空便等を利用した誘致活動を実施
- ・教育旅行ガイドブックの改訂版作成・デジタル化の検討
- ・観光事業者や民泊受入協議会等と連携して多様な体験メニューの整備・拡充（教育旅行プログラム（平和学習、SDGs 関連）、アクティビティ・農家民泊・農業体験等）（拡充）
- ・学校、旅行会社を対象とした教育旅行情報説明会・商談会
- ・学校、旅行会社を対象とした現地視察（拡充）
- ・教育旅行誘致補助制度の活用

【制度の概要】

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">・補助対象：学校から教育旅行の委託を受けた県外旅行会社・交付要件：クラス単位以上の旅行、県内1泊以上、県内で1以上の体験メニュー・補助額：1人1泊につき1千円（上限額1学校当たり30万円） |
|--|
- ・鳥取県教育旅行誘致促進協議会の運営（総会等の開催、各エリアの民泊協議会との連携等）

(4) 着地型観光促進事業【拡充】 5,000（3,000）

県内の旅行会社・宿泊・観光事業者等が連携して、県内・地域内を観光周遊するモデル的な着地型商品の造成・販売を支援強化する。

<主な取組内容>

- ・観光プロモーターを派遣し、着地型商品造成への提案・助言
- ・先進地視察、モニターツアー、商品造成、広報宣伝等への支援

【商品造成の想定事例】

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">・宿泊施設、観光施設、食事施設、交通等を組み合わせた着地型商品・レジャー施設、宿泊施設等を組み合わせた着地型商品への支援・宿泊施設、温泉、まちなか観光、朝観光・夜観光等を組み合わせた着地型商品・宿泊施設、冬季の地域コンテンツを組み合わせた着地型商品・教育旅行体験プログラム等 |
|---|

【支援制度の概要】（拡充）

- | | |
|--------|----------------------------|
| 支援対象者 | ：県内の旅行会社、宿泊・観光・食事・レジャー事業者等 |
| 支援対象経費 | ：先進地視察調査、モニターツアー、広報宣伝等 |
| 支援額 | ：1事業者あたり上限50万円 |

(5) 観光人材育成・顕彰事業 2,500（1,900）

地域の観光振興を推進する人材を育成するとともに、観光振興に貢献した者を表彰する。

ア 観光まちづくり人材育成研修事業【拡充】 2,000（500）

観光業界のリーダー・中核となる人材や観光による地域づくりを担う人材を育成するため、観

光客ニーズ、観光環境の変化、会員の意向等を踏まえ、テーマや階層別等により研修内容を体系化し、継続的・計画的に人材研修を実施する。

<主な取組内容>

- ・テーマ別研修は、事業計画「重点テーマ」の内容を基本に設定
(候補) デジタル化、リピーター、個人旅行、マーケティング、旅行業界の動向等
- ・階層別研修は、新入・若手社員、中堅管理職、経営幹部等を基本に設定
(候補) 観光の基礎、マネジメント、人材育成、企業トップの経営戦略等
- ・研修方法は、新型コロナウイルス感染症対策の観点からオンライン研修で当面実施

イ 観光人材育成支援事業 300 (300)

市町村観光協会等が自主的に実施する地域の観光に携わる人材を育成する事業に対して、支援する。また、他団体が主催するセミナー等で有益なものについて、広く会員に情報提供する。

<主な取組内容>

- ・会員が主催・参加する研修を支援

【支援制度の概要】

支援対象者	: 市町村観光協会等の第2種会員等
支援対象事業	: 地域の観光事業者や住民を対象とした研修会、先進地視察等
支援額	: 対象事業に要する経費の2分の1 (上限額10万円。ただし、特に必要性が認められるものについては、20万円。)

ウ 観光事業功労者及び優良従業員表彰【拡充】 200 (100)

観光事業の推進に功績があった者や観光関係団体等で他の模範となる者を表彰する。

また、組織の活性化、社員のモチベーションアップの観点から、幅広く功績者を表彰するため、必要に応じて、表彰内容・要件等を見直しする。

【廃止 (他事業に統合)】 次世代スキルアップ交流セミナー	0 (500)
【廃止 (他事業に統合)】 観光フレッシューズ合同入社式及び研修会	0 (200)
【廃止 (他事業に統合)】 県内観光事業者向けセミナー開催会	0 (300)
【廃止 (他事業に統合)】 他団体主催セミナー等の情報提供	0 (0)

2 誘客対策強化事業 公益目的事業2

(1) 県外旅行会社対策事業 21,000 (18,800)

県外旅行会社への観光素材の提供や現地視察研修等により、旅行商品の造成・販売促進を支援し、本県への誘客を図る。

ア 販売促進活動事業【拡充】 9,000 (8,500)

首都圏、中部地区、関西地区、中四国九州地区の観光プロモーターが中心となって、県外旅行会社に魅力的な観光素材や補助制度等を提供し、旅行商品の造成・販売促進を支援する。

また、一般の旅行商品に加えて、ウィズ・アフターコロナ時代における「新しい旅行スタイル」向けの旅行商品の他、新たに富裕層向け商品や新たな市場「ワーケーション」向け商品の造成販売を支援する。さらに、個人旅行対策等についても、商品の造成販売促進を支援強化する。

<主な取組内容>

- ・観光素材集の更新・提供等による募集PRパンフレット・WEBページの掲載露出量拡大
- ・プレミアム観光素材の発掘・磨き上げ、観光素材集の作成・提供等により、富裕層向けの新たな旅行商品の造成販売を支援 (新規)
- ・宿泊施設、観光素材の提供等により、ワーケーション向けの新たな旅行商品の造成販売を支援 (新規)
- ・個人旅行対策として、旅行会社、OTAに加え、これ以外の販売チャネルによる効果的なプロモーションを実施 (新規)
- ・県外旅行会等への会員セールス活動の支援 (同行セールス)

イ 観光情報説明会開催事業【拡充】 6,000 (5,000)

県外旅行会社を対象に旅行商品素材や観光情報を提供する観光情報説明会・商談会を開催する。また、開催エリアは、従来の関西・中四国・中部地区に加え、新たに九州地区を追加するとと

もに、九州地区の開催については島根県と連携して実施する方向で検討する。（拡充）

なお、開催に当たっては、新型コロナウイルス感染症の感染対策の観点から、現地開催に加え、オンライン方式での開催も併用して実施する。

<主な取組内容>

- ・旅行商品の企画時期に合わせた観光情報説明会・商談会の開催
(回数) 中部地区：1回、関西地区：2回、中国四国九州地区：3回
(時期) 9月（上期商品造成）、翌年2月（下期商品造成）

ウ 旅行会社等招致事業【拡充】 6,000（5,300）

県外旅行会社の商品造成・販売担当者を対象に観光素材等の現地視察・研修を実施する。
また、従来的一般旅行商品の造成担当者に加え、富裕層向け担当者やワーケーション担当者、旅行会社・OTA以外の販売チャネル関係事業者も対象に実施する。（拡充）

(2) 旅行商品支援事業 34,500（37,500）

県外旅行会社の旅行商品の造成・販売経費の一部を支援する。

ア バス旅行商品支援事業（県補助 10/10） 27,000（30,000）

県外からバスを利用して本県を平日に周遊する旅行を実施する県外旅行会社に対して、バス経費の一部を支援する。

【制度の概要】（令和3年4月～5月の交付条件。なお、6月以降は、感染状況を踏まえ柔軟に見直しする）

	宿泊旅行	日帰り旅行
補助対象者	県外旅行会社（募集型・受注型の企画旅行）	
主な交付要件	<共通条件> (旅行人数) 12名以上 (観光施設) 2箇所以上 (食事施設) 1箇所以上 (旅行日・宿泊日) 4/29～5/5、8/12～16、12/29/1/3 は対象外 <個別条件> ・宿泊旅行 県内1泊以上（土曜日及び休日前日の宿泊日は対象外）	
補助額	バス1台当たり 60千円（※1）	バス1台当たり 30千円（※1）
補助限度額	600千円（※2）	300千円（※2）

※1 適用期間は、知事が別に定める日までの間とする。

※2 補助限度額は、募集型と受注型の合計金額。また、1事業所の補助金上限額は900千円（宿泊旅行600千円、日帰り旅行300千円）。

イ 旅行商品造成支援事業（県補助 10/10） 7,500（7,500）

本県の旅行商品や観光素材の露出を高めるため、県外の旅行会社に対して、ホームページ掲載、パンフレット作成、店頭における販売促進活動等に要する経費の一部を支援する。

<主な取組内容>

- ・個人旅行対策の観点からWEB販売への支援強化
- ・富裕層や登山・ワーケーション等のテーマ性のある旅など新規旅行商品への支援
- ・県施策関連（星取県、ウエルカニ等）の旅行商品への支援

【制度の概要】

補助対象者	： 県外の旅行会社
補助対象事業	： ホームページ掲載、パンフレット製作、モニターツアー費用等
補助額	： 補助対象事業に要する経費の2分の1以内（上限50万円）

(3) インバウンド誘客活動支援事業（他事業から振り替え） 2,000（2,000）

海外の新型コロナウイルス感染症の感染状況を踏まえ、（一社）山陰インバウンド機構や県国際担当部局と役割分担して、会員が国内海外で実施・参加するプロモーション活動等について、必要に応じて経費の一部を支援する。

<主な取組内容>

- ・海外で開催される観光情報説明会・商談会等への参加経費（宿泊費等）の一部支援

(4) 緊急時観光振興対策措置事業 5,000（5,000）

天災等観光事業に悪影響を与える事態が生じた際、影響を最小限にするため迅速に対応する。

なお、誘客対策強化事業として主にOTA向けの対策を実施する。

3 誘客キャンペーン事業 公益目的事業2

- (1) 鳥取きなんせキャンペーン事業 20,725 (10,725)
観光消費額の拡大に向けたリピーター対策や閑散期の需要喚起策の一環として、グルメ等をテーマとした各種誘客キャンペーンにより本県への誘客を図る。
- ア 蟹取県ウェルカニキャンペーン事業 (県委託) 8,725 (8,725)
秋・冬季の誘客及びリピーター対策として、県が実施する蟹取県ウェルカニキャンペーンの業務の一部を受託実施するとともに、県と連携して「蟹取県」をアピールする。
<主な取組内容>
・宿泊キャンペーン (応募者情報の集計、抽選及び旬のカニ発送)
(実施期間) 令和3年9月～令和4年2月まで
(実施内容) 毎月抽選で100名に旬のカニをプレゼント
- イ ゆっくりしてごしない鳥取キャンペーン事業 1,000 (1,000)
連泊促進により滞在時間の拡大を図るため、県外旅行者が本県に2泊以上宿泊する場合、県内で利用できる施設利用券を提供する。
<主に取組内容>
・県外旅行会社へのキャンペーンのPR、連泊旅行商品の造成販売の働きかけ
【施設利用券の概要】

発行金額	: 1人1千円
利用可能施設	: 鳥取県観光施設連絡協議会加盟施設、道の駅、農産物直売店、宿泊施設等
- ウ 旅行会社等連携誘客キャンペーン事業 (一部他事業から振り替え) 6,000 (1,000)
旅行会社や旅行業者団体等と連携・協力して、旅行商品の販売時期に合わせて店舗や集客施設等で観光PRやプレゼントキャンペーンなど誘客キャンペーンを実施する。
<主な取組内容>
・旅行会社等と連携した店舗や商業施設、ショッピングセンター等での誘客キャンペーン
・マツダスタジアム広島での誘客キャンペーン (年1回)
- エ アフターGoTo&平日特化需要創出キャンペーン事業【新規】 5,000 (0)
GoToトラベルキャンペーン終了後の急激な観光需要落ち込みによる影響の軽減や、平日・オフシーズンの誘客促進による観光需要の分散化に向けて、新たに需要創出キャンペーンを実施する。
<主な取組内容>
・GoToトラベル終了後にOTA利用の平日宿泊割引キャンペーン
・冬季等のオフシーズンの誘客への再来訪宿泊クーポン発行
・食 (今年の干支「丑」等) や温泉をテーマに魅力PR
- 【廃止 (他事業へ組み替え) 観光PRイベント開催・参画事業】** 0 (12,000)
- (2) 同窓会開催支援事業 1,000 (1,000)
県内で開催される同窓会について、一定の条件を満たす場合に経費の一部を支援する。
【制度の概要】

支援条件	: ・卒業から25年以上経過した同窓会 ・総出席者数が20人以上 (うち県外出席者数の1/2又は10人以上) ・会場は当連盟会員 (又は会員団体の会員) の旅館ホテル等
支援額	: ・出席者1人当たり1千円
- (3) 緊急時観光振興対策措置事業 5,000 (5,000)
天災等観光事業に悪影響を与える事態が生じた際、その影響を軽減するための機動的経費として措置する。誘客キャンペーン事業として主に一般観光客向けの対策を実施する。

4 観光情報発信事業 公益目的事業 2

(1) 観光情報発信強化事業 22,000 (32,506)

ホームページ、SNS等による情報発信やマスメディアを活用した情報発信、観光PRイベントにより、本県の観光魅力を県内外にアピールし、本県への誘客を図る。

ア 情報発信ツール刷新事業【拡充】 8,000 (7,500)

ホームページの閲覧者数を増やすため、ホームページのリニューアルを行うとともに、動画ライブラリーによる情報発信を強化する。(拡充)

また、観光ガイドマップは、令和4年度のデジタル化に向けた検討を行うとともに、他の情報発信PRツール(紙媒体)も3年程度で計画的・段階的にデジタル化を進める。

<主な取組内容>

- ・SEO対策(※1)を適切に行うため、既存のCMS(※2)更新によるホームページのリニューアル、アクセス数の多いページの情報更新等(拡充)
- ・動画ライブラリーへの登録情報の拡充、情報発信の強化(拡充)
- ・観光ガイドマップのデジタル化の検討

※1 検索エンジン最適化(Search Engine Optimization)。Google検索で上位表示を目指す取組です。

※2 コンテンツ・マネジメント・システム(Content Management System)。観光連盟の公式サイト「とっとり旅の生情報」を管理・更新しているシステム。

イ 観光PR事業【拡充】 12,000 (15,006)

自然景観、温泉、グルメ、歴史文化、体験等の魅力的な観光素材・コンテンツを活かして季節毎にテーマを設定し、ホームページやSNS、マスメディアへの情報掲載など各種広報媒体を活用して、県内外に効果的に情報発信し、本県への誘客を図る。

特に、最近重要視されているSNSを活用した情報発信については、SNS毎の特性に合わせた情報発信等を積極的に行い、新規顧客の獲得やリピーター対策を図る。

また、旬な情報など県全体の共通のテーマを設定し、市町村観光協会等と連携して、SNS等を活用した効果的な情報発信を展開する。

<主な取組内容>

○ホームページによる情報発信

- ・特集ページによる旬な情報、キャンプやサイクリング等の新しい旅行スタイル、多様化する個人旅行等を意識した情報発信(拡充)
- ・観光・公共交通の感染対策による安心安全な鳥取旅行をPR
- ・多様な温泉が楽しめる「温泉天国」や今年の干支「丑」をテーマとした情報発信(新規)
- ・新しい旅「ワーケーション」(仕事+観光)の魅力を情報発信(新規)
- ・オンラインツアーによる情報発信(新規)
- ・クイズ形式による観光魅力をシリーズにして情報発信(新規)
- ・公益社団法人日本観光振興協会「全国観るなび」等外部サイトへの情報提供

○SNSによる情報発信

- ・フォロワー増大に向けたツイッター等SNSによる話題性・魅力ある観光情報の発信
- ・誘客促進につながるSNSキャンペーン等の実施(新規)

○テレビ・新聞・雑誌等マスメディアの活用による情報発信

- ・閑散期対策として即効性が期待できる隣県での情報発信

○観光PRツールによる情報発信

- ・鳥取県ガイドマップ「山陰鳥取」の作成(年間約50万部)
- 鳥取道・山陰道での垂れ幕等による情報発信(山陰海岸ジオパーク)
- 旅ナカでの観光お楽しみ・お得情報の提供
- ・宿泊・観光施設、交通拠点等での観光周遊・割引等のお楽しみ・お得情報の提供

ウ 観光PRイベント開催・参画事業(他事業から振り替え) 2,000 (0)

中四国・関西を中心に、大型ショッピングセンターや高速道路サービスエリア等での観光イベントにより、観光魅力をPRし、本県への誘客を図る。

また、イベントの実施に当たっては、可能な範囲でデジタル機材の利用など非接触型の新しい生活様式に適合したイベントを実施するとともに、大規模な観光展への出展を見直す。

<主な取組内容>

- ・中国自動車道加西S Aや大型ショッピングセンターでのパンフレット配架
- ・米子鬼太郎空港での県内周遊の魅力的な観光素材の展示
- ・閑散期対策として即効性の期待できる隣県でのイベントの実施

【廃止（他事業に統合）】動画・静止画（データ）素材集の作成 0（8,000）
【廃止（他事業の統合）】鳥取道・山陰道での山陰海岸ジオパークPR事業 0（2,000）

(2) とっとり観光親善大使活動事業【拡充】 2,000（400）

県内外で開催される観光イベントやキャンペーンにとっとり観光親善大使を派遣し、本県の観光PRを行う。

また、令和3年度は大使の更新の年であり、優れた人材を集めるため、各種広報媒体により積極的に広報活動等を実施する。（拡充）

<主な取組内容>

- ・とっとり観光親善大使の派遣（連盟主催の観光情報説明会・観光PRイベント等、県等が実施する観光PRイベント等）
- ・とっとり観光親善大使の更新に伴う広報活動の強化

(3) とっとり観光達人活動事業【新規】 1,000（0）

県内観光業界の現場の第一線で活躍する観光・接客等の従事者の中から、卓越した知識、経験等を有する人を「とっとり観光達人」として委嘱し、観光業界の人材育成や「人」という観光素材による旅行商品の造成、個人客への情報発信等を図る。

<主な取組内容>

- ・観光達人の更なるレベルアップに向けた先進地への研修派遣
- ・観光達人への名刺、観光PRツール等の提供
- ・観光達人による観光・おもてなし研修等の講師、ホームページでの露出等

(4) 連盟推薦観光みやげ品PR事業【拡充】 300（200）

本県の観光みやげ品の品質向上を図り、観光振興につなげるため、連盟推薦として観光みやげ品を指定するとともに、県内外の消費者等に広報宣伝を行う。

また、近年、出品件数が減少傾向にあることから、観光みやげ品事業者の意見等を踏まえ、他県事例も参考に、実施内容・方法や広報宣伝等を検討の上、より効果的な事業に見直しする。

<主な取組内容>

- ・観光みやげ品審査会の開催（10月予定）

(5) フィルムコミッション事業（県委託） 10,409（10,409）

映画やドラマ等のロケーションを本県へ誘致し、各種メディアによる情報発信により、本県の認知度向上、それに伴う誘客促進を図る。

特に、アニメをテーマにミレニアル世代（20代前半～30代）の誘客を図るため、アニメーターリズム協会と連携して、新たなアニメ作品のロケ誘致を働きかける。また、県内が舞台となる作品の映像化に向けて、新たに作成したロケーションガイドや動画ライブラリー等を活用して、映像制作会社等へのプロモーション活動を強化する。（拡充）

<主な取組内容>

- ・ロケハン等への支援及び作品等の情報発信

《支援内容》

- ・ロケーション候補地の情報収集と情報提供
- ・エキストラなどの手配協力
- ・国、県、市町村、警察などへの必要な許可申請手続きの案内・協力
- ・宿泊施設、飲食店、弁当、各種資器材業者、ロケバス車両等の紹介
- ・ロケハン、ロケーション撮影の同行 等

《情報発信方法》

- ・ホームページの開設運営
- ・SNSによる支援作品等の情報発信
- ・ロケーションガイドによるプロモーション活動 等

【廃止】とっとりジュニアアンバサダー派遣

0（500）

5 会員等との連携事業 **相互扶助等事業**

- (1) 他団体との連携事業【拡充】 3,000 (500)
 県内の観光施設等で構成される県観光施設連絡協議会、県旅館ホテル生活衛生同業組合等と連携し、各種誘客活動や地域魅力づくりを一丸となって実施する。
 <主な取組内容>
 ・県内の観光団体等との意見交換等
 ・県内の宿泊・観光団体等が実施する誘客キャンペーンへの支援（新規）
- (2) 地域別連携推進事業 200 (200)
 地域の観光協会等と観光素材の発掘・磨き上げ、情報発信など情報共有を図るとともに、特定のテーマを設定し、効果的な連携事業についての意見交換を行う地域別連携推進会議を開催する。
 <主な取組内容>
 ・開催回数：東部、中部、西部ごとに、それぞれ年1回程度
 ・出席者：市町村観光協会、地域DMO等
- (3) 事務局だより発行事業 0 (0)
 事業の実施状況を会員に報告する。
- 【廃止（他事業に統合）】観光プロモーター派遣事業 0 (300)

6 収益事業 **収益事業**

- (1) 観光関連商品作成事業 1,000 (1,000)

本県の観光PRに資する商品を作成し、販売する。

<主な取組内容>

○観光商品の作成・販売

観光名刺	(規格) 鳥取砂丘、三徳山投入堂、大山等11種類、1箱100枚入り (数量) 5,000箱、(経費) 600千円、(販売目標) 1,500千円
開運手ぬぐい	(規格) 開運八社と所縁神社をデザインした手ぬぐい (布製、各神社のスタンプ押印欄付、35cm×45cm) (数量) 3,000枚、(経費) 400千円、(販売目標) 1,000千円

- (2) 観光支援型自動販売機設置事業【新規】 0 (0)

自動販売機設置業者と連携し、県内主要観光地等に会員の協力を得ながら観光支援型自動販売機を設置して、その収益の一部により独自財源を確保する。

(設置箇所) 県内の主要観光地、観光施設等	(設置台数) 10台 (目標)
(経費) 不要、(収入目標) 500千円 (10台×50千円)	

7 その他 **事務事業（管理費で実施するもの）**

- (1) 総会の開催

ア 通常総会	令和3年6月	令和2年度事業報告、収支決算、役員改選ほか
イ 臨時総会	令和4年3月	令和4年度事業計画、収支予算ほか

- (2) 理事会の開催

ア 通常理事会	(第1回) 令和3年6月	令和2年度事業報告、収支決算、役員改選ほか
	(第2回) 令和4年3月	令和4年度事業計画、収支予算ほか
イ 臨時理事会	令和3年9月	令和4年度事業計画に向けた意見交換ほか

※必要に応じて随時開催

(3) 市町村及び市町村観光協会の会費見直し

市町村及び市町村観光協会の会費については、均等割・受益割の算出基準時点が古いこと、また、より実態に反映した配分方法が必要なことから、連盟事務局レベルで検討の上、市町村・観光協会等を構成とする専門委員会により本格的に検討する。

なお、専門委員会での検討は、観光需要回復が見込まれる令和3年度以降に開始することとし、会費見直しの適用時期は、令和4年度以降とする。

(4) 職員研修

事務局職員の観光・旅行の専門的な知識等のスキルアップにより、観光連盟事務局として会員への支援機能のレベルアップを図るため、県内外で開催される研修会等（マーケティング、情報発信、ブランド戦略、デジタル化、観光関連法規、財務・会計等）に積極的に参加する。