

# 令和4年度 公益社団法人鳥取県観光連盟 事業計画

## I 現状と課題

新型コロナウイルスの感染拡大の長期化の影響により、県内観光業界は非常に厳しい状況が続いています。新型コロナウイルス感染の収束は依然不透明な中、今後ワクチン接種の進展等により、収束に向かうことが期待されます。

令和4年度については、コロナ禍が収束に向かうことを前提とした上で、観光需要の早期回復に向け、引き続き感染対策を徹底しつつ、県内・山陰などのマイクロツーリズムから中国四国・関西、更にはより広域に、中部・首都圏などと段階的に誘客対象エリアを拡大し、かつ長期的な視点で、誘客対策を強化して取り組む必要があります。

当面は、県内・国内観光誘客を中心とした取組を図り、インバウンドについては国際定期空路の再開状況等の情勢を注視しながら柔軟に対応します。

## II 基本方針及び重要テーマ

### 1 基本方針

#### (1) アフターコロナ時代の新しい旅行スタイルを見据えた対応

- 個人旅行への対応（ターゲット別効果的な情報発信・プロモーション、WEB販売への支援等）
- アウトドア、滞在型・分散型観光の推進（観光周遊、長期滞在、平日・オフシーズン観光）

#### (2) 誘客重点エリア

- 中国四国・関西地区を重点マーケットエリアとして中心的に誘客対策を進める（感染状況を踏まえながらより広域に中部・首都圏等へ段階的に誘客対策を拡大）
- コロナ禍の状況を踏まえ、県内・山陰地区についても、国・県の観光回復施策と連動し誘客対策を図る。

### 2 個別の重要テーマ

#### (1) 教育旅行誘致の受入体制の充実・プロモーション強化

コロナ禍により従来の有力な旅行先からの方面変更により、新たなエリア・学校からの教育旅行が実現しており、この機を活かして、本県の魅力・おもてなし・支援制度をアピールし継続的な来県旅行の実現に繋げる。

- SDGsプログラム・探求教育向け素材となる体験メニュー等の充実（ブラッシュアップ支援事業の活用によるメニュー造成・磨き上げ）
- プロモーションの強化（教育旅行HPの充実、プロモーション動画の活用等）
- おもてなしの強化（来訪時・再来訪の歓迎もてなし策の充実、学校訪問等）

#### (2) 観光DXの着実な推進

旅行先選択や旅マエ・旅ナカでの観光情報の入手・予約などをスマホやWEBで行う個人旅行形態の増加が、コロナ禍のなかで加速している状況を踏まえ、観光DXによる誘客対策や観光情報発信の取り組みを推進する。

- WEBやスマホで完結できる旅づくり（WEBでの予約・マップ検索やスタンプラリー等）
- 旅行の利便性向上（googleマイビジネス等ツールの活用による販促等）
- 人流データの活用（市場分析、誘客ターゲットの重点化、情報発信・商品造成等）
- 情報発信ツールのデジタル化（トリパス、観光ガイド・マップ等）

#### (3) 魅力的な観光地への磨き上げ

鳥取県観光振興指針（平成31年3月策定）によれば、県外観光客の2回目以上のリピート率は80%前後ですが、満足度（大変満足18%程度）、再来訪希望（大変そう思う18%程度）であり、再訪したくなる魅力的な観光地への磨き上げや観光素材の充実が望まれます。

- 観光素材ブラッシュアップと着地型観光促進の一体的推進（観光プロモーターを中心に地元観光協会・旅行会社等と連携した伴走型支援）
- 富裕層向けや長期滞在向け等の観光素材の発掘・磨き上げの強化（事業者との意見交換やモニターツアー等による磨き上げ）
- 観光まちづくり人材・魅力発信人材等の育成発掘（観光業界中核人材育成等の研修、本県観光の魅力発信できる観光達人委嘱活用）

#### (4) マイクロツーリズムの展開

- #WeLove山陰キャンペーンなど国・県の地域観光回復策との連携
- 地元魅力再発見の地元旅の提案（地元旅行会社と連携して、県民に地元観光魅力を再発見できるツアーの造成販売を支援）

### Ⅲ 事業計画

#### 1 受地づくり推進事業 **公益目的事業 1**

・単位：千円  
・数字は令和4年度当初予算（案）  
・（ ）内は令和3年度当初予算

(1) 観光魅力づくり事業 8,000 ( 3,000)  
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 1,500 ( 1,000)

縁起の良い名前を持つ神社八社と、今年の干支「寅」に因んだ所縁神社（賀露神社）を合わせた因幡伯耆國開運八社巡りを県内外にPRする。  
なお、今年の「寅」で干支が一巡するため、観光客や旅行会社のニーズや事業効果等を検証の上、新たな展開に取り組む。

<主な取組内容>

- ・既存八社巡りに加え新企画を検討（十二支干支所縁神社も含めた企画など）（拡充）
- ・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 着地型観光資源ブラッシュアップ促進事業（他事業と統合）【拡充】 5,500 ( 1,000)

県内・地域内を観光周遊するモデル的な着地型商品の商品化・販売に向けて、観光プロモーターのノウハウ・知見・人脈等も活かしポテンシャルのある地域観光素材の発掘・磨き上げ等を市町村観光協会等とともに伴走型支援を行い、旅行会社の造成ツアー等への組入れの働きかけや新たな販売チャンネルによる効果的なプロモーションに取り組む。

特に、富裕層向け及び長期滞在者向けの観光素材の発掘・磨き上げを強化していく。

また、コロナ禍の中でのマイクロツーリズムとして、地元旅行会社等と連携し県民の県内等観光周遊旅行造成等にも取り組む。

<主な取組内容>

- ・観光資源の発掘・磨き上げ（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を通じた発掘・磨き上げ・提言助言、モニターツアー等支援）
- ・着地型商品造成販売支援（旅行会社の募集ツアー造成経費等の支援）
- ・新たな販売チャンネルによる効果的なプロモーション（イベント、情報発信等の支援）

#### 【支援制度の概要】

支援対象者：県内観光協会、DMO、観光関連施設、レジャー事業者、県内旅行会社等  
支援対象経費：モニターツアー、広告宣伝費、イベント経費等  
支援額：1事業者当たり上限50万円

#### ウ 広域観光推進事業 1,000 ( 1,000)

中国地方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」の更新と増刷
- ・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 等

#### ○中国地方等との相互連携による広域観光事業

- ・日本観光振興協会中国支部事業
- ・岡山県・広島県・兵庫県の各ディスティネーション・キャンペーンなどに合わせた誘客活動

#### エ 観光DX推進事業 【事業費は各事業に記載】

Google マイビジネスの活用、分析（口コミ情報）を通じて観光施設等の旅マエ、旅ナカの情報発信内容の充実により誘客推進を図る。また、スマートフォン等デジタル端末で観光情報や個人向けの周遊促進企画（スタンプラリー、クーポン利用）を楽しむことができるよう一部事業のデジタル化を行う。

<主な取組内容>

- ・観光パスポート「トリパス」のデジタル版の運用（継続）

- ・観光ガイドマップのデジタル化（新規）
- ・Google マイビジネス等を活用した分析・情報発信等モデル事業実施（新規）

**(2) 観光周遊等滞在延長促進事業** 13,842 (16,032)

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）** 3,133 (3,132)

ニーズが高まっている体験型観光プログラムについて、冬季素材等の発掘・磨き上げを行うとともに、日本最大級のレジャー予約サイト運営事業者のと連携により本県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等を図る。

<主な取組内容>

- ・レジャー予約サイトを活用した情報発信

**イ 観光パスポート発行事業（県補助 1/2 等）** 10,709 (12,900)

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、特典付観光パスポート「トリパス」を運用する。新たに令和3年度「トリパス」秋冬版から新たにスマートフォン向けのデジタル版の運用を開始しており、令和4年春夏版までは紙版とデジタル版を併用して運用を行い、令和4年秋冬版から割引・特典クーポンの運用はデジタル版に移行を標榜する。

<主な取組内容>

- ・[DX]「トリパス」（秋冬版、春夏版）の発行

**【トリパスの概要】**

区 分	令和4年秋冬版	令和5年春夏版
デジタル版運用	[DX]スマートフォン向けのデジタル版の運用及びSNS広告の実施 ・秋冬版から割引・特典クーポンの運用についてはデジタル版のみの運用を行う。	
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 ポケふたスタンプラリー等	
規 格	A6版22ページ程度	
発行時期	令和4年9月	令和5年3月
発行部数	6万部	8万部

**(3) 教育旅行誘致促進事業（県補助 10/10 等）【拡充】** 19,000 (13,000)

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充実を図る。

特に、コロナ禍で増加した本県への教育旅行の定着・拡大に向けて、誘客重点エリアを拡大しつつ、ホームページの充実・動画等の効果的な活用によるプロモーション強化などを図る。

<主な取組内容>

- ・誘客重点エリアは、関西地区、中四国地区、中部地区、首都圏、九州地区（福岡等）を強化
- ・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
- ・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、現地視察
- ・再訪と新規需要獲得に向けた教育旅行ホームページの充実、プロモーション動画の活用等
- ・再訪に向けたおもてなし強化（来訪時・再来訪の歓迎対応の充実、学校訪問等）
- ・教育旅行誘致補助制度の活用

**【制度の概要】**

- ・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）

【廃止（他事業に統合）】着地型観光促進事業

0（5,000）

（4）観光人材育成・顕彰事業

2,500（2,500）

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

1,500（2,000）

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、旅行環境の変化や会員ニーズ等を踏まえ、テーマ別・階層別に人材研修を実施する。

<主な取組内容>

- ・テーマ（案） 観光達人・観光プロが伝えたい観光魅力、効果的なプロモーション  
ポストコロナを見据えた観光戦略とデジタルマーケティング
- ・対象 リーダー、中核人材（企画調整）、オペレーター（現場人材）等
- ・実施 各地区又は県単位でオンラインも活用しながら実施

イ 観光人材育成支援事業【拡充】

700（300）

市町村観光協会等の観光関係団体が主催する人材育成研修の開催経費を支援するとともに、新たに専門性が高い県外観光研修等への参加経費を支援する。

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>

- ・会員の主催人材研修及び県外研修参加への支援

【支援制度の概要】

【会員の主催人材研修への支援】

- ・支援対象者：市町村観光協会など第2種会員等
- ・支援対象：県内の観光事業者等を対象とした研修会、先進地視察等
- ・支援額：対象経費の1/2支援（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。）

【会員の県外観光研修参加への支援】

- ・支援対象者：会員
- ・支援対象：専門性が高い県外観光研修等への参加費
- ・補助金：1名当たり参加費（受講費）の1/2支援（上限2万円）

ウ 観光事業功労者及び優良従業員表彰【拡充】

300（200）

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、近年の表彰者の減少傾向を踏まえ、モチベーションアップや離職率の改善に向けて、今年度から表彰要件を緩和し、幅広く功績者・優良従業員を表彰する。

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（21,000）

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

9,000（9,000）

各圏域担当の観光プロモーターが中心となり県外旅行会社に魅力的な観光素材の情報提供や旅行商品造成支援制度等の活用を促し旅行商品の造成・販売促進を促進する。

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」向けの旅行商品や富裕層向け商品やテーマ性のある商品の造成販売を支援する。さらに、個人旅行対策としての商品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、素材集の提供等による富裕層向け旅行商品の造成販売を支援
- ・県外旅行会社等への会員セールス活動の支援（同行セールス等）
- ・滞在型・分散型観光に向けた商品造成販売を支援

・旅行会社向けの観光素材集の作成（施設編 2,500 部、食事編 1,500 部）

**イ 観光情報説明会開催事業** 6,000（6,000）  
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。開催エリアは関西・中部・中四国・九州地区とし九州地区は島根県と連携する方向で検討する。なお、新型コロナウイルス感染対策として現地開催に加えオンライン方式も併用して実施する。

<主な取組内容>

- ・旅行商品の造成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）5月（R4下期商品造成等）、9月（R5上期商品造成等）

**ウ 旅行会社等招致事業** 6,000（6,000）  
県外旅行会社の商品造成・販売担当者を対象に現地受入れ視察・研修を実施する。また、従来の一般旅行商品の造成担当者に加え、富裕層向け担当者や、旅行会社・OTA以外の販売チャンネル関係事業者も対象に実施する。

**(2) 旅行商品支援事業** 57,500 (34,500)  
旅行会社の旅行商品の造成・販売経費の一部を支援することにより誘客の促進を図る。

**ア 観光需要回復加速化緊急対策バス旅行商品支援事業（県補助 10/10）【新規】 30,000（ 0）**  
バス利用による本県を周遊する旅行商品を造成催行する旅行会社に対し、バス経費の一部を支援する。（補助額・補助対象を拡充：令和4年3月10日～6月30日）  
<補助額> 宿泊旅行 バス1台当たり 60千円（※30千円）  
日帰り旅行 バス1台当たり 30千円（※15千円）  
※（ ）内の金額は、土曜日、祝祭日前日が宿泊日の場合

**イ バス旅行商品支援事業（県補助 10/10）** 20,000 (27,000)  
バス利用による本県を平日に周遊する旅行商品を造成催行する県外旅行会社に対し、バス経費の一部を支援する。（令和4年7月1日～翌年3月上旬）  
<補助額> 宿泊旅行 バス1台当たり 30千円  
日帰り旅行 バス1台当たり 15千円  
※土曜日、祝祭日前日の宿泊日は対象外

**ウ 旅行商品造成支援事業（県補助 10/10）** 7,500（7,500）  
旅行会社等へのパンフレット・WEB ページに鳥取県の魅力的な観光素材や宿泊施設を掲載し、そのパンフレット等を通じて本県に興味を喚起し、本県への誘客につなげるため、パンフレット作製関係経費・WEB ページ作製公開経費・プロモーション経費等に支援（旅行会社への助成）する。

<主な取組内容>

- ・周遊型募集ツアーの販売・告知・促進強化
- ・テーマ性、新規性のある旅（富裕層向けや登山・ワーケーション等）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	： 旅行商品パンフレットの印刷、版下作成、WEBサイト構築経費等
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** 500 (2,000)  
海外の新型コロナウイルス感染状況を踏まえつつ、（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。

**(4) 緊急時観光振興対策措置事業** 5,000（5,000）  
大規模災害等の発生により観光産業に悪影響を与える事態が生じた際、その影響を最小限にするため迅速に対応する。即時性を重視した誘客対策として主にOTA活用対策を行う。

### 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 22,156 (20,725)  
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） 8,736 (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4年9月～令和5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 旅行会社等連携誘客キャンペーン事業 6,000 (6,000)  
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、ショッピングモール等での誘客キャンペーン等
- ウ 需要創出キャンペーン事業 5,000 (5,000)  
GoToトラベルキャンペーン後を睨んだ観光需要変動等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など、観光動向を踏まえ、必要に応じて機動的な需要創出キャンペーンを実施する。  
<主な取組内容例>  
・閑散期の誘客促進のための宿泊、体験アクティビティ等割引クーポン発行  
・連泊鳥取誘客キャンペーン（電子クーポン等新企画の造成等） 等
- エ 新型コロナから立ち上がる観光支援キャンペーン事業（県委託） 2,420 (0)  
県内経済の回復を図るため、観光需要喚起策として、県が実施する新型コロナから立ち上がる観光支援事業（隣接県民を対象とした「スペシャル・ウェルカニキャンペーン」、「We Love 山陰キャンペーン」）について、運営・情報発信など業務の一部を受託実施する。
- (2) 緊急時観光振興対策措置事業 5,000 (5,000)  
大規模災害等の発生により観光産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。
- 【廃止（他事業と統合）ゆっくりしてごしない鳥取キャンペーン事業】 0  
(1,000)
- 【廃止 同窓会開催支援事業】 0 (1,000)

### 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 30,000 (22,000)  
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（県補助1/2等）【拡充】 10,460 (8,000)  
ホームページの閲覧者数・ページビュー数増を図るため、動画・特集記事等の拡充やスマホ対応の充実など、魅力向上と使い勝手向上を進める。  
また、観光DXの推進として、観光ガイドマップのデジタル化に取り組むとともに、Googleマイビジネス等を活用した来訪予測事業等を実施する。（新規）  
<主な取組内容>  
・【観光DX】観光ガイドマップのデジタル化（新規・県補助1/2）

観光ガイドマップは、ホームページ上からマップ閲覧が可能とするとともに、Google マップ又はトリパスのマップ機能を活用して、スマートフォンの位置情報と観光情報を関連づけてルート案内等ができるような機能の設定を図る。

- ・【観光DX】Google マイビジネス等を活用した分析・情報発信等モデル事業実施（新規）

#### イ 観光PR事業（一部県委託等）【拡充】 17,540（12,000）

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する。

特に、最近重要となっているSNS活用の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、新規誘客やリピーター対策を図る。

また、旬な情報などの特集記事の充実を図るとともに、アフターコロナの個人客動向を意識したアウトドア、キャンプ、サイクリング、屋外アクティビティなどの情報発信に力点を置く。

<主な取組内容>

##### ○ホームページによる情報発信

- ・民間団体等と連携した観光客向けの現地情報を動画及び特集記事として魅力発信（新規）
- ・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）
- ・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
- ・広告バナー枠の設置（新規）

##### ○SNSによる情報発信（一部県委託事業）

- ・観光需要喚起施策の周知など緊急的に情報発信が必要な対応について SNS 広告等を活用した情報発信を実施する。（県委託）
- ・情報発信の対象地域、年齢等を柔軟に設定可能な SNS 広告を活用した情報発信
- ・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

##### ○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近隣県での情報発信

##### ○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25万部・前年度半数）

#### ウ 観光PRイベント開催・参画事業 2,000（2,000）

中四国・関西を中心に、大型ショッピングモール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SA等の主要SAや大型ショッピングモールでのパンフレット配架
- ・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

#### (2) とっとり観光親善大使活動事業 2,000（2,000）

令和3年度は、新型コロナウイルス感染の影響により、大使を活用した情報発信が十分できていないことや更新に伴う費用対効果の観点から大使の委嘱期間を1年延期した。

今年度は、大使の更新を行うこととし優れた人材を幅広く公募する。大使による情報発信を強化するため、現活動内容に新たに情報発信活動業務を加える。（拡充）

<主な取組内容>

- ・とっとり観光親善大使の派遣による観光PR（観光情報説明会・観光PRイベント等）及び大使によるSNS等を活用した観光魅力の情報発信（拡充）
- ・とっとり観光親善大使の更新に伴う各種広報媒体を活用した公募・研修等

#### (3) とっとり観光達人活動事業 1,000（1,000）

県内観光業界において現場の第一線で現役として活躍する者で観光魅力を自ら伝える熱意のある方に「とっとり観光達人」として委嘱し、本県の観光魅力を広く県内外にPRするとともに、観光業界の人材育成・モチベーションアップを図る。

<主な取組内容>

- ・活動内容 観光魅力PR・人材育成（ホームページ等での観光達人紹介、人材研修講師等）

・活動支援 観光達人名刺・観光PRツール等の提供、先進地等への研修派遣等

(4) 優良推薦観光みやげ品PR事業【拡充】 1,500 ( 300)

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、連盟が推奨する優良観光みやげ品を指定するとともに、県内外の観光客に広報宣伝を行う。

令和4年度は、近年の出品件数の減少傾向を踏まえ、観光みやげ品のイメージアップ・認知度向上に向けて、鳥取県観光みやげ品協議会等と連携して、情報発信を強化するとともに、新規出品数の拡充に向けた取り組みを強化する。

<主な取組内容>

- ・観光みやげ品審査会の開催
- ・イメージアップ・情報発信の取組強化  
(ホームページ・SNS・メディアによる魅力発信、PRポスター・冊子等の作成、「認定シール」広報支援、東京アンテナショップでの展示PR・即売等)
- ・新規出品数拡充の取組強化  
(鳥取県観光みやげ品協議会や他団体等の構成会員への働きかけ)

(5) フィルムコミッション事業 (県補助) 10,500 (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。

ロケ誘致を働きかけるため、ロケーションガイドや動画ライブラリー等の情報を拡充しつつ、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

5 会員等との連携事業 **相互扶助等事業**

(1) 他団体等との連携支援事業 3,000 ( 3,000)

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、誘客活動や地域魅力づくりを一丸となって実施するとともに、新たに会員が取り組む効果的な情報発信等への支援も行う。

<主な取組内容>

- ・県内の宿泊・観光団体等が実施する誘客事業等への支援
- ・会員の動画制作等の魅力発信への支援

(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効果的な連携事業等についての意見交換の場を設ける。

<主な取組内容>

- ・開催方法：東部、中部、西部ごとに連盟幹部職員が観光協会等団体に出向き意見交換
- ・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。

6 収益事業 **収益事業**

(1) 観光関連商品作成事業 900 (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福沙、手ぬぐい。 その他、所縁神社関係企画の検討。 (布製、各神社のスタンプ押印欄付、35cm×45cm) (数量) 2,000枚、(経費) 300千円、(販売目標) 1,000千円

※その他、観光関連商品の作成を検討する。

(2) 観光支援型自動販売機設置事業 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)

(3) 連盟ホームページ広告掲載事業(再掲)【新規】 0( 0)

観光連盟公式ホームページのトップページに広告枠を設け、広告を募集する。

R2年 220万ページビュー (1月あたり18.3万ページビュー)
(経費) 不要、(収入目標) 200千円

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4年6月	令和3年度事業報告、収支決算ほか
イ 臨時総会	令和5年3月	令和5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4年6月	令和3年度事業報告、収支決算ほか
(第2回)	令和5年3月	令和5年度事業計画、収支予算ほか
イ 臨時理事会	令和4年9月	令和5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く、また、より適切に受益を反映した配分方法が必要なことから、市町村・観光協会等と協議を図りながら、会費見直しを検討する。

なお、会費見直しの適用時期は、早くともコロナ禍後の県内の観光需要回復が見込まれる令和5年度以降とする。

(4) 職員研修

事務局職員の専門的な知識等のスキルアップにより、会員への支援強化を図るため、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。