

# 令和5年度 公益社団法人鳥取県観光連盟 事業計画

## I 基本的な考え方

- コロナ禍については、今後も予断を許さない状況が続くものの、ウィズコロナを前提とした新しい生活様式が浸透し、国内旅行市場の「感染防止を図りながらも旅行には出かけたい」という意識の高まりを受けて、令和5年度は着実に需要が回復していくことが見込まれます。
- ただ、コロナ禍を経て、旅行市場が変化（個人旅行シフトの加速・富裕層の国内周遊・若者世代の旅行志向・客単価の二局化等）しているため、そうしたニーズに対応できるよう、ますます着地型観光資源の発掘・磨き上げなどの「受地の魅力向上」に力を注ぐ必要があります。
- また、回復する観光需要をめぐって地域間競争が激しくなることも予想されるため、本県がしっかりと需要回復の波に乗り、さらに大きな波を呼び込むためには、観光DXの手法等を上手に活用するとともに、旅行会社とも連携しながら、個人旅行者や富裕層に本県の観光魅力を的確に情報発信していくことが重要です。
- 当連盟では、令和5年度の事業実施にあたって次の4本の主な柱を掲げ、会員の皆様との連携・協力を密にしながら、積極的に観光客の誘致促進に取り組んでいきます。

## II 事業実施の柱

### (1) ウィズコロナ時代のニーズに合致する「魅力的な観光地」づくり

本県の観光素材の多様性や選択肢の多さを活かしながら、幅広い世代・需要層に応える観光コンテンツが必要です。

個人旅行者を引きつける「テーマ性のある旅」を提案し、何度でも訪問（リピーター化）してもらえるような魅力的な観光地づくりを進め、本県の魅力である「自然・癒し・食」、さらに「温泉・アクティビティ」などを活かして、周遊・連泊・長期滞在を促したり、“富裕層”向け高価格商品につながる素材の開発を促していきます。

- ◎地元観光協会等のアイデアと当連盟の観光プロモーターの知見やノウハウとを融合させた魅力的な観光素材の発掘
- ◎事業者との意見交換や旅行会社招致モニターツアー等による観光素材の磨き上げ・旅行商品化
- ◎旅行会社等の地域活性化事業との連携による効果的な観光地づくり
- ◎地域資源を最大限活用した教育旅行にも活用できる体験プログラムづくり

### (2) 情報発信に係る観光DXの着実な推進

特に最近の若者・ファミリーの旅行スタイルとして、スマートフォン1つで旅行先の情報を収集し、必要な予約も行き“旅ナカ”でも随時ネットで情報収集しながら周遊する旅行者が増えています。さらには、主にSNS利用での観光情報を元に旅先を決める傾向が高くなっているため、観光DXによる誘客対策や情報発信をさらに強化します。

- ◎連盟公式サイトを活用し、個人客のスマートフォンによる情報収集を想定した「テーマ別」特集情報の発信や、拡散力の強いSNSの利点を最大限に利用したプロモーション活動の実施
- ◎SNS等活用の情報発信を活かした人流データ等活用の市場分析や、過去の来県・宿泊者など本県に興味関心や関係の深い者に絞り込んだターゲット広告等の活用

### (3) 旅行会社と効果的に連携した情報発信・誘客促進

首都圏・中部・関西等へ配置の観光プロモーターを活かした旅行会社へのプロモーション促進や大手旅行会社の情報発信力や観光旅行商品の造成・販売力を有効に活用し、効果的に連携協力して本県の観光魅力を情報発信し誘客促進を図ります。

- ◎県外の県本部に配置した観光プロモーターによる旅行商品造成促進活動の実施
- ◎旅行会社のパンフ・Webページを通じた鳥取県の観光魅力PRの実施
- ◎誘客対象エリアでの観光情報説明会・商談会の開催やセールスプロモーションの実施

**(4) 時季に即した観光PRとウィズコロナ（ニューノーマル）時代を見据えた取組**

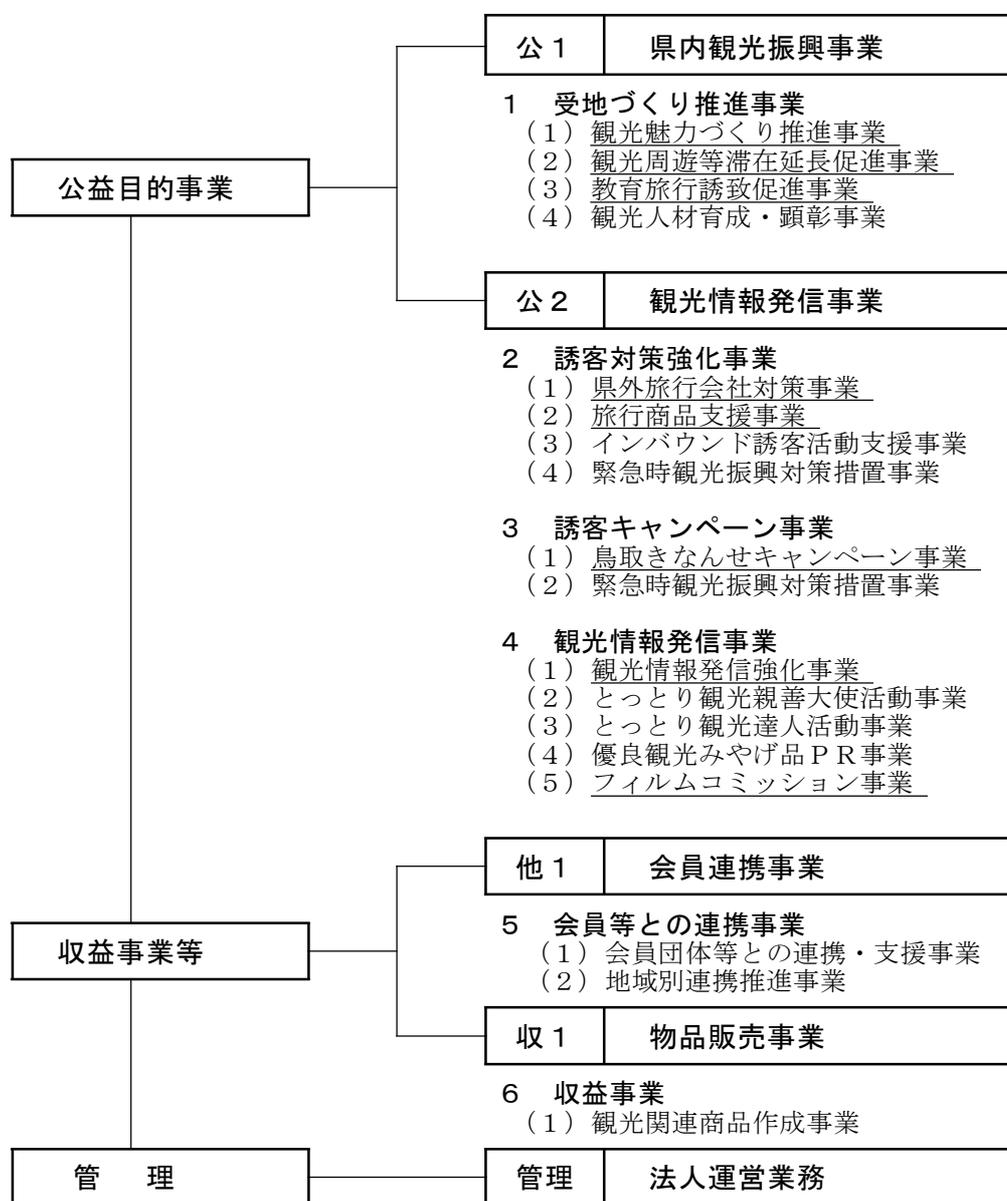
年度当初には、継続される全国旅行支援制度（ウェルカニとっとり得々割）を的確に運用しつつ、全国旅行支援制度終了後を見越した誘客促進の取組を、県・会員とともに的確かつ機動的に実施し、必要な需要喚起を図っていきます。

また、青谷かみじち史跡公園や県立美術館などの新規施設の開園・開館等を見越した旅行商品の造成や広報活動に取り組むとともに、「卯」年のタイミングを捉え、開運神社巡りをはじめ「白兔伝説」を活用した本県のPRを行います。

- ◎「とっとり弥生の王国」の旅行商品化のためのモニターツアーの実施
- ◎「白うさぎ年」特設サイトによるPR、「うさぎ」を組み込んだ旅行商品の造成支援
- ◎旅行会社等と連携した連泊・周遊を促す誘客キャンペーン等の検討

**Ⅲ 令和5年度 事業体系**

※下線は、事業費が1,000万円超の事業



#### IV 事業計画

※単位＝千円、（ ）内は令和4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

9,710千円（8,000千円）

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 開運神社巡り事業【拡充】 3,000千円（1,500千円）

- 本県への“開運祈願の旅”を呼び込む「開運八社巡り事業」を拡充。
- 開運八社と干支所縁十二神社とを合わせ、合計二十社を巡る旅にリニューアルし展開する。

##### <主な取組内容>

- ・二十社にオリジナル御朱印スタンプを設置し、観光客が「旅印（たびいん）手帖」を購入し、県内を周遊していただく仕組み（新規）
- ・令和5年「卯」年の白兔神社及び開運八社については、御朱印を集めることでデザインが完成する「開運トートバッグ」と「開運手ぬぐい」による新たな八社巡りを提案（新規）

#### イ 着地型観光資源ブラッシュアップ促進事業（一部他事業移管）6,210千円（5,500千円）

- 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・販売を引き続き推進。
- ポテンシャルのある地域観光素材（特に富裕層向け、アドベンチャーツーリズム等）の発掘・磨き上げに取り組むと同時に、旅行会社への働きかけや効果的なプロモーションを行う。
- 県とっとり弥生の王国推進課と連携し、「とっとり弥生の王国」のブランド化を促進する。

##### <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を通じた発掘・磨き上げ・提言助言、モニターツアー等支援
- ・旅行会社の地域活性化事業との連携
- ・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支援：1事業者上限50万円）
- ・マイクロツーリズムとしての新たな観光素材を活用した県内等周遊旅行の造成
- ・青谷上寺地遺跡、妻木晩田遺跡を観光資源として活用した弥生の王国旅行商品化モニターツアーの実施（県外旅行会社対象）

#### ウ 広域観光推進事業 500千円（1,000千円）

- 中国地方などの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の更新・増刷、Webによる広域観光周遊コース等の情報発信）
- ・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、DCに合わせた誘客活動（令和5年夏は兵庫県）等）
- ・県外大学等との相互連携による魅力づくり事業  
（県内観光情報発信に係る現地視察及び意見交換等）

#### エ 観光DX推進事業【事業費は該当の各事業に掲載】

- 若者・ファミリー等のニーズやウイズコロナ時代の旅行スタイルの変化を踏まえ、観光情報の発信・誘客促進ツールのDX推進を図る。

##### <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及び連盟公式サイトのスマートフォン対応（継続）
- ・SNS・Web広告活用による人流・発地・属性等のデータ分析活用の取組検討（新規）

#### （2）観光周遊等滞在延長促進事業

13,821千円（13,842千円）

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> 3,133千円(3,133千円)**

- ニーズが高まっている体験型観光プログラムについて、素材等の発掘・磨き上げを行う。
- 日本最大級のレジャー予約サイトを通じて、体験プログラムと観光情報を一体的に発信する。

**<主な取組内容>**

- ・「アソビュー！（asoview.com）」内の本県ブランドページを活用した情報発信
- ・SNS等を活用した本県ブランドページへの誘導

**イ 観光パスポート発行事業 <県補助> 10,688千円(10,709千円)**

- 特典付き観光パスポート「トリパス」による、個人・ファミリー層を中心とした本県への誘客。
  - ・周遊及び再来訪の促進。特にスマホ向けデジタル版運用を充実し、旅ナカ周遊促進を図る。

**<主な取組内容>**

- ・「トリパス」（秋冬版、春夏版）の発行
  - ※令和3年10月から、スマートフォン対応のデジタル版の運用を開始
  - ※令和4年10月から、優待特典をデジタル版のみとし、観光ガイドマップの運用を開始
  - ※紙媒体のトリパスは、主にスタンプラリーを中心に実施

**(3) 教育旅行誘致促進事業 <県補助> 20,230千円(19,000千円)**

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、コロナ禍で本県に来県した教育旅行の復活・拡大に向けて、誘客重点エリアへの営業強化、Web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：関西地区、中四国地区、中部地区
- ・教育旅行情報説明会・商談会、旅行会社の現地視察等の実施。
- ・体験メニューの整備・拡充（探究型の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）
- ・教育旅行Webページの充実、プロモーション動画の活用、ホスピタリティの強化
- ・教育旅行誘致補助制度の活用（1千円/人・泊、上限1学校30万円）（回数制限撤廃）
- ・鳥取市の観光素材を活かした教育旅行に係るモニターツアーの実施（鳥取市委託）

**(4) 観光人材育成・顕彰事業 2,700千円(2,500千円)**

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 1,200千円(1,500千円)**

- 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の育成を図る。
- 観光市場の動向、環境の変化、また会員ニーズ等を踏まえたテーマ設定を行い、テーマ別・階層別など効果的な研修を企画・実施する。

**イ 観光人材育成支援事業 700千円(700千円)**

- 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を支援。
- 会員が観光に係る専門性の高い県外研修に社員等を派遣する経費を支援。

**<主な取組内容>**

- ①会員が主催する人材研修への支援
  - [支援対象] 市町村観光協会など第2種会員等
  - [研修内容] 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場合には20万円。）
- ②会員の県外観光研修参加への支援
  - [支援対象] 会員
  - [研修内容] 専門性が高い県外観光研修等への社員等の参加費
  - [支援額] 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 800千円(300千円)**

- 観光事業の推進に功績があった者及び観光関係団体等で他の模範となる者を表彰する。
- 幅広く功績者・優良従業員を表彰・顕彰することを通じて、会員企業等における組織の活性化や社員のモチベーションアップ等を図る(令和4年度に表彰要件を緩和)。

**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**

**21,500千円(21,000千円)**

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 9,000千円(9,000千円)**

- 各圏域担当の観光プロモーターを中心に、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。
- 観光消費額の拡大を目指し、富裕層向け商品やテーマ性のある商品、滞在型商品の造成販売を支援する。
- 加速する個人旅行化への対策として、個人向け旅行商品の販売促進支援を強化する。

**<主な取組内容>**

- ・旅行会社向け観光素材集の更新(施設編2,500部、食事編1,500部)、配布による露出拡大
- ・プレミアム観光素材の発掘・磨き上げ及び情報提供による富裕層向け旅行商品の造成促進
- ・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)

**イ 観光情報説明会開催事業 5,500千円(6,000千円)**

- 県外旅行会社向けに、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。
- 開催エリアは、関西・中部・中四国地区とする。

**<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：2回、 関西地区：2回、 中国四国地区：2回  
(時期) 4～5月(令和5年下期商品の造成等)、9月(令和6年上期商品の造成等)

**ウ 旅行会社等招致事業 7,000千円(6,000千円)**

- 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。
- 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、旅行会社の団体・個人の販売担当者を対象に実施。

**(2) 旅行商品支援事業**

**63,500千円(57,500千円)**

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>**

**50,000千円(30,000千円)**

- バス利用により本県を周遊する旅行商品を造成・催行する県内外の旅行会社に対し、バス経費の一部を支援する(年度当初はひとまず令和5年4月から9月までを予定)。

**<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> 0千円(20,000千円)**

**ウ 旅行商品造成支援事業 <県補助> 【拡充】 11,500千円(7,500千円)**

- 旅行会社等のパンフレット・Webページに鳥取県の魅力的な観光素材や宿泊施設が掲載されることを通じて、本県への興味を喚起し、本県への誘客につなげる。
- 旅行会社の団体商品(募集型・受注型)を対象に、パンフレット等の作成経費やプロモーション経費等に支援を行う。
- 令和5年(卯年)は、神話「因幡の白うさぎ」を活用して本県の認知度向上を図る。(新規)

**<主な取組内容>**

- ・周遊型旅行商品、テーマ性や新規性のある旅(星取県、アウトドア、歴史・文化、富裕層向け等)の旅行商品の造成、販売、告知等への支援  
<補助額> 経費の2分の1以内(上限50万円)
- ・県内に宿泊し、うさぎに関わる場所を行程に組み込んだ旅行商品の造成への支援  
<補助額> 宣伝及び販売促進経費 上限100千円、宿泊1名につき5千円  
(1事業所上限1,000千円)

**エ 旅行会社広告宣伝支援事業 【新規】 2,000千円(0千円)**

- コロナ禍により個人旅行化が加速し、旅行会社も旅行の申込をネットにシフトさせており、旅行会社が自社Webページ上で本県の観光情報を活用して広告宣伝した場合に支援を行う。  
<補助額> サイズは「A4×4ページ相当」以上であること。公開が、1ヶ月以上 1件100千円、3ヶ月以上 1件200千円 (1事業所上限500千円)

**(3) インバウンド誘客活動支援事業**

**500千円(500千円)**

山陰インバウンド機構や県国際担当部局と役割分担を行いながら、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**

**2,500千円(5,000千円)**

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、その影響が最小限になるよう迅速に対応する。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**

**58,836千円(22,156千円)**

観光消費額の拡大に向けたリピーター対策やコロナ禍における誘客対策及び閑散期の需要喚起策として、全国旅行支援制度の活用や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 <県委託> 8,736千円(8,736千円)**

- 秋・冬季の誘客及びリピーター対策として、「蟹取県」をアピールする。
- 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。

**<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5年9月~令和6年2月  
(実施内容) 毎月抽選で100名に旬のカニをプレゼント

**イ イベント活用誘客キャンペーン事業<一部県委託> 【拡充】 14,100千円(6,000千円)**

- 旅行会社や旅行者団体等と連携・協力し、旅行商品の販売時期に合わせ、店舗や集客施設等で誘客キャンペーンを実施する。特に、関西・中国四国地区の取組を強化する。
- 関西・中四国からの誘客のため、高速道路サービスエリア等で観光イベントを実施する。
- 特に関西地区で開催される大型イベントに出展し、本県の観光PRを積極的に行う。

<主な取組内容>

- ・旅行会社の店舗や商業施設、ショッピングモール等での誘客キャンペーンの実施
- ・中国自動車道加西SA等の主要サービスエリアでイベントやパンフレット配架
- ・「ツーリズムEXPOジャパン2023」等へのブース出展
- ・オンラインツアーを活用した本県の情報発信

ウ ポストコロナ誘客促進事業 【拡充】 6,000千円(5,000千円)

- 全国旅行支援終了後の観光動向や需要変動等による影響を軽減させるため、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。
- 平日・オフシーズンの誘客を促進し、観光需要の分散化を図る。

<主な取組内容>

- ・Web系旅行会社等と連携し平日利用・連泊促進等のキャンペーン展開
- ・宿泊やアクティビティ等の割引クーポンの発行

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>

30,000千円(2,420千円)

- 県が需要喚起策として実施する観光支援事業(全国旅行支援「ウェルカニとっとり得々割」)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

2,500千円(5,000千円)

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、その影響が最小限になるよう迅速に対応する。主に一般観光客向けに誘客キャンペーン等を実施する。

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

24,617千円(30,000千円)

Web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等により、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 1,000千円(10,460千円)

- 昨年度行った連盟公式サイトの大規模改修を踏まえ、そのシステムの的確な運用を行いながら効果的な情報発信を行う。

イ 観光PR事業 <一部県委託> 【拡充】 23,617千円(17,540千円)

- Webページ、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を行う。
- 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、季節毎にテーマを設定する。
- 特性に合わせてSNS広告やWeb広告を活用し、新規誘客やリピーター対策を図る。
- 民間団体等と連携して特集記事の充実させ、特に個人旅行者の誘客を意識して情報発信する。
- 県の施策と関連性の高い「白うさぎ」「日本遺産」「とっとり弥生の王国」を観光魅力として重点的にPRする。

<主な取組内容>

- ・Webページ、SNS広告等による情報発信(一部県委託事業)
  - ※「白うさぎ年」特設サイトの設置・運営、
  - ※インフルエンサーやWeb広告を活用した情報発信、体験予約サイトとの連携
  - ※民間団体等と連携した現地情報の動画や特集記事の発信
  - ※SNS広告、プレゼント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
  - ※閑散期対策として即効性が期待できる関西圏、近隣県での情報発信

【廃止(他事業に統合)】 観光PRイベント開催・参画事業 0千円(2,000千円)

**(2) とっとり観光親善大使活動事業****500千円(2,000千円)**

県内外で行われる観光PRイベントへの派遣やマスコミ出演等を通じて、とっとり観光親善大使が本県の魅力について情報発信を行う。また、当連盟のWebページやSNS等による情報発信にも参画する。

**(3) とっとり観光達人活動事業****1,000千円(1,000千円)**

県内観光業界において現場の第一線で活躍し、本県を代表して観光魅力を伝えられる方に「とっとり観光達人」を委嘱し、本県の魅力のPR及び県内の人材育成研修等に協力していただく。

**<主な取組内容>**

- ・Webページ等での観光達人の紹介、人材研修の講師等を依頼
- ・観光達人に対する、観光PRツール等の提供や先進地での研修参加の支援等

**(4) 優良観光みやげ品PR事業****1,500千円(1,500千円)**

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、連盟が推奨するみやげ品を「優良観光みやげ品」として認定し、県内外の観光客に対して広報宣伝を行う。

また、本県の観光みやげ品全般のイメージアップ・認知度向上を通じて観光誘客につなげる。

**<主な取組内容>**

- ・観光みやげ品審査会の開催と新規出品の増加及び充実に向けた働きかけ  
(鳥取県観光みやげ品協議会等の関係団体等との連携)
- ・本県の観光みやげ品全体のイメージアップ・情報発信の取組強化  
(Webページ・SNS・メディア・紹介冊子・イベント参加等による情報発信)

**(5) フィルムコミッション事業****10,660千円(10,500千円)**

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、本県の認知度向上及び誘客促進を図る。

映像制作会社等にロケ誘致を働きかけるため、動画ライブラリー等の情報を拡充してプロモーション活動を行うとともに、各種の支援活動を行う。

**<主な取組内容>**

- ・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、各種資機材業者、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
- ・誘致後は、WebページやSNS等による支援作品の情報発信を実施

**5 会員等との連携事業 (相互扶助等事業)****(1) 会員団体等との連携・支援事業****3,000千円(3,000千円)**

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。

**<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・共同実施

**(2) 地域別連携推進事業****200千円(200千円)**

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

## 6 収益事業（収益事業）

### （1）観光関連商品作成事業

1,100千円（900千円）

#### ア 観光関連商品作成事業

○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	(種類) 鳥取砂丘、三徳山投入堂、大山等 計11種類 (規格) 1箱100枚入り (作成数量) 3,000箱
開運神社巡り事業	・旅印手帖 ・開運トートバッグ ・開運手ぬぐい

## 7 その他（管理費で実施する事務事業）

### （1）総会の開催

ア 通常総会 令和5年6月 令和4年度事業報告、収支決算ほか  
イ 臨時総会 令和6年3月 令和6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5年6月 令和4年度事業報告、収支決算ほか  
（第2回） 令和6年3月 令和6年度事業計画、収支予算ほか  
イ 臨時理事会 令和5年9月 令和6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、コロナ禍後の県内の観光需要回復が期待され需要動向が安定する時期を想定し、早くとも令和6年度以降とする。