

(一社)山陰インバウンド機構関係

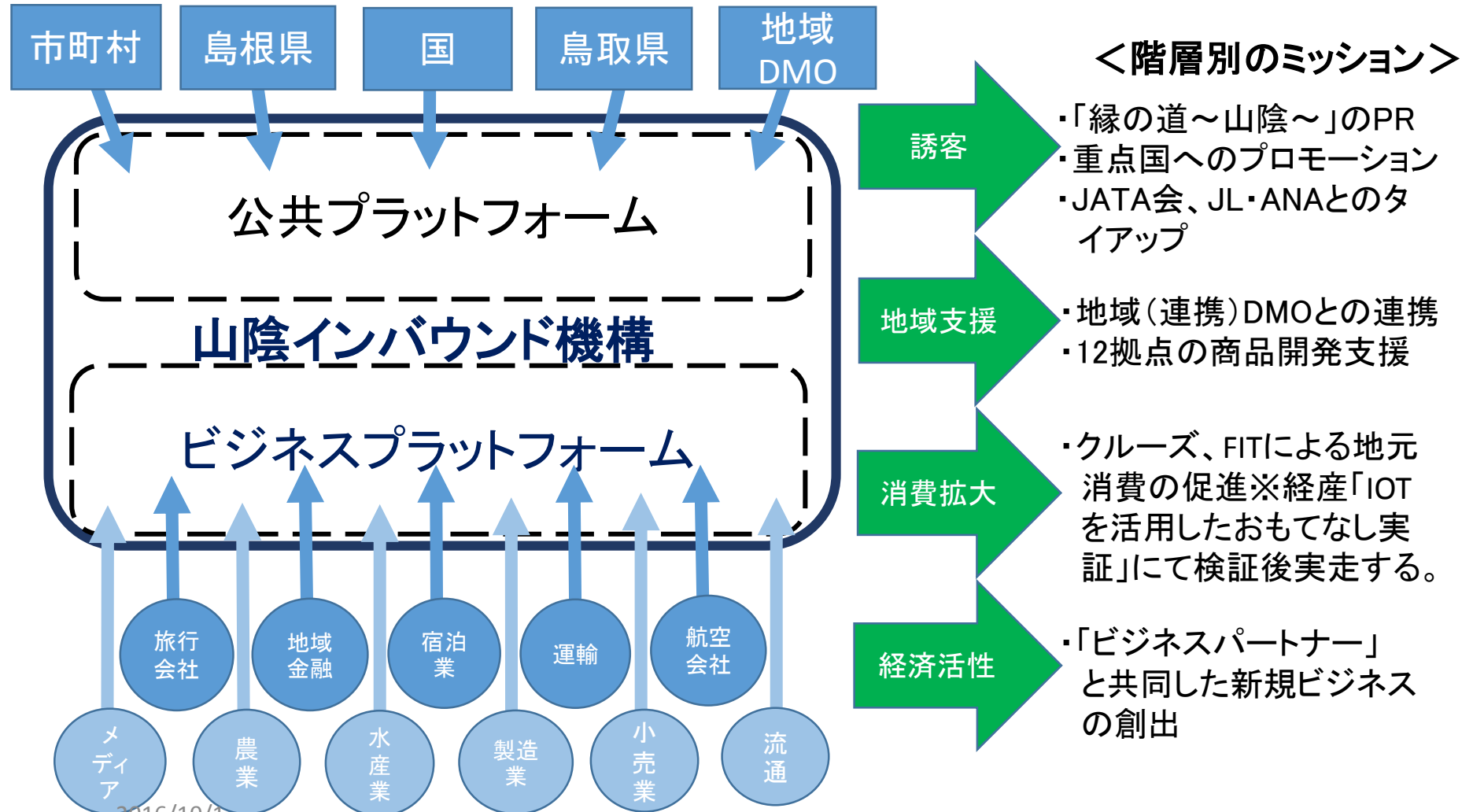
資料3-1-1 (一社)山陰インバウンド機構提出資料

資料3-1-2 DMOの取組状況に関する調査 回答

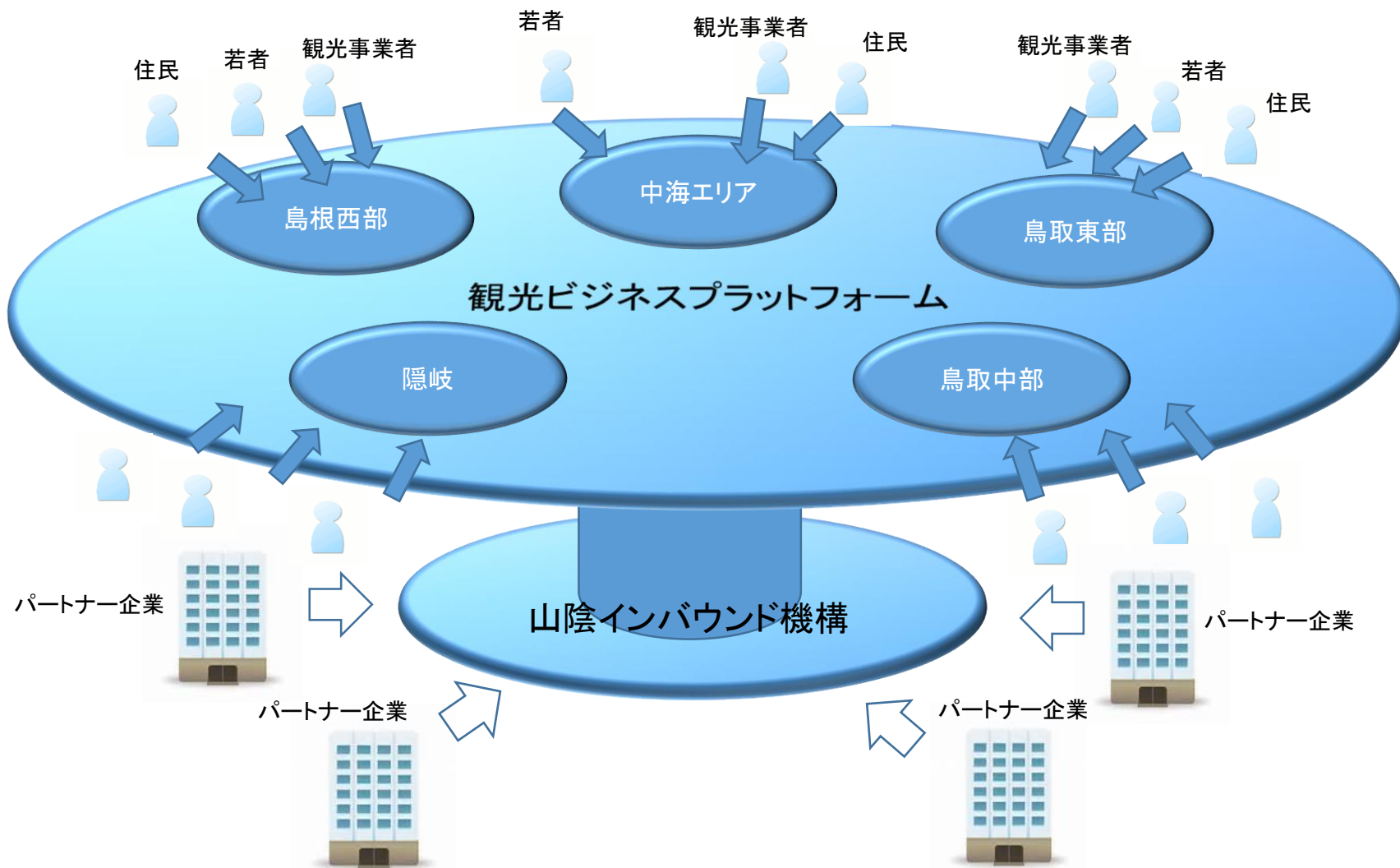
資料3-1-3 日本版DMO形成・確立計画

階層別ミッションの設定

・公共とビジネスが混在する強みを活かして、顧客(国、県及び市町村、域内DMO、インバウンド)に対して最適のサービス(使い分け)を提供すること。



事業者の育成と事業機会の創出



M O R E S A N ' I N , M O R E I N B O U N D

ROUTE ROMANTIQUE SAN'IN

San'in Tourism Organization

—
INFORMATION



DISCOVER ANOTHER JAPAN



空からも、海からも
世界とつながる
ゲートウェイの役割を担う。

世界 to 山陰へ

From the world to SAN'IN

Airline
エアソウル
香港航空



Iwami Airport

世界遺産萩・
小京都津和野
エリア

YAMAGUCHI Pref.

**国際定期便・
航路**
韓国・香港

Oki Airport



隠岐ユネスコ
世界ジオパーク
エリア

出雲大社
エリア

SHIMANE
Pref.

Izumo Airport

松江城・
足立美術館エリア

境港・美保関エリア

Ferry Terminal

Yonago Airport

たたら製鉄
(奥出雲・日野・日南)
エリア

大山・皆生エリア

OKAYAMA Pref.

岡山・広島
台湾・シンガポール
マレーシア・インドネシア

東京・羽田・成田
欧米豪

Cruise ship
DBSクルーズ
貨客船
クルーズ船



鳥取砂丘・山陰海岸ユネスコ
世界ジオパークエリア

三徳山・三朝温泉・
鳥取県中部エリア

Tottori Airport

八頭・智頭・若桜鉄道エリア

HYOGO Pref.

関西・関空
台湾・中国・タイ

縁の道～山陰～

ROUTE
ROMANTIQUE
SAN'IN



鳥取県・島根県から山口県萩市に至る、縁の道～山陰～。

中国山地を背景に日本海に面し、豊かな自然と日本最古の歴史を持つこの地域は、ロマンティックな神話に彩られた文化と生活が今も脈々と息づいています。そこには古から続く本物の日本があり、12の魅力的なエリアでは、素敵な「縁」との出会いを外国人旅行者に提供します。

広域観光周遊ルート「縁の道～山陰～」を形どった水引きの結び目を中心に、12箇所の各拠点を異なるデザインの8角形としてレイアウトしたロゴマークを作成しました。12箇の8角形には山陰の豊かな自然、歴史、文化をあしらい、山陰の様々な縁を表現しています。

12拠点をつなげる、インバウンド(訪日外国人旅行)で新たな経済圏を創出します。

2020
San'in Tourism Organization
MISSION 01

40万人泊

[緑の道～山陰～]の認知度向上

4K×ツーリストパス×ミシュラン山陰

山陰を紹介する4K動画をはじめ、山陰を周遊するのに特化したアプリケーションの開発やミシュラングリーンガイドでの紹介など、多方面に渡ってPRすることで、山陰の魅力を世界に発信します。



山陰インバウンド機構 オフィシャルWEBサイト トップページ

緑の道～山陰～WEBサイト WEB戦略

「緑の道～山陰～」とグローバルサイトをつなぎ、デジタルプロモーションを行います。500万ビューを超えるYouTube動画や、そこからWEB内の様々なコンテンツのひろがりや外国人観光客の実集客へつなげます。

4K MOVIE



インバウンドに特化したアプリケーションの開発 Visit San'in Tourist Pass

山陰インバウンド機構が様々な企業とパートナー契約をすることで、プラットフォームとしての役割を担い、そのつながりから創出された、インバウンドに特化したコンテンツ「Visit San'in Tourist Pass」を開発しました。山陰を周遊する外国人観光客に向けて、お得な情報の提供や、魅力の紹介などを展開していきます。



世界に認められた証明 ミシュラン・グリーンガイド 山陰WEB版

観光ガイドブックの決定版「ミシュラン・グリーンガイド」その山陰WEB版が公開されました。既に刊行されている「ミシュラン・グリーンガイド・ジャポン」改訂第5版の内容に、砂の美術館(★)、倉吉白壁土蔵群(★)、水木しげるロード(★)、隠岐諸島(★★)、由志園(★★)、石見神楽(★)などを新たに加えて、総計63か所の観光地・観光施設が掲載されています。



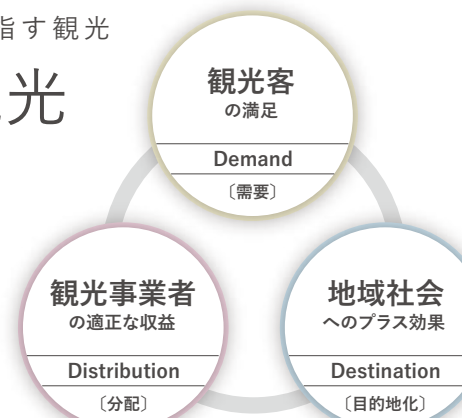
インバウンド事業によって地域の経済圏を創出するとともに、地域との関係を深め、顧客サービスを充実。

山陰インバウンド機構の目指す観光

三方よしの観光

地域によりよい 経済圏を創出

地域社会に対しての誘客により、観光客の増加から観光事業者への収益を創出。コンテンツ・インフラの整備を行い、観光客がよりよいサービスを受けることで満足できる山陰を目指しています。



よりよい観光への体制づくり

パートナーシップ

企業との強力な連携で 柔軟なサービスの創出

公共、ビジネス双方とのパートナーシップを結び、その強みを活かして、山陰インバウンド機構がプラットフォームとしての役割を担います。国、県及び市町村、域内DMO、インバウンドに対して、誘客、地域支援、消費拡大、経済活性の視点で最適なサービスを提供します。

地域内連携

緑の道～山陰～をつなぐ。

12のエリアをさらにセグメントし、山陰インバウンド機構と相互に連携する。

「山陰」のデスティネーション基本戦略

インバウンドは、まとめてGO!

インバウンドは地方間競争の時代に入りました。海外から見た魅力的な観光地(デスティネーション)の形成が何より重要です。山陰が一体となったPRを展開します。海外へ向けてのweb、または現地でのプロモーションを地道に行い、魅力的な広域ルートをご紹介します。

インバウンド誘致 ゲートウェイ戦略

訪日国の多様化、FIT(個人旅行)の急速な進行により、入出域のパターンは広がっています。東京、関西、広島へのゲートウェイに対し、地域、地域連携DMOを拠点と見立てて観光客の増加を狙います。

デジタルとアナログで効果的に山陰をPR。

40万人泊に向けた誘客



JNTOとの連携の強化

JNTOの強みとして、21の海外事業所からのプロモーション、グローバルWEB戦略、海外チャネル(BtoB/BtoC)があります。それらを活用、連携し、世界と「緑の道～山陰～」をつなぎ、安定した誘客と認知度向上を狙います。



海外旅行博(タイ) キラキラナイト in Tokyo

海外・国内における山陰PR

海外での展示会に足を運び、現地の外国人に対し、直接説明することで、具体的に山陰を発信することができます。また日本首都圏の外国人を対象とした、観光情報発信イベントを開催し、緑の道～山陰～に関わるプレスリリースなどを行います。WEB媒体などのデジタルと、アナログ的な方法を掛け合わせるプロモーションで、より効果的な誘客促進を狙います。

事業者によるコンテンツの完成度や農山漁村への誘導で経済活動の活発化をねらう。

インバウンド事業の機会創出

域内の観光消費を循環させる 農山漁村滞在の推進

インフラ整備や、デジタルコンテンツの少ない農山漁村地域への誘導を、滞在受付から観光案内まで行い、宿泊(旅館、民宿、民泊)や観光をスムーズに行えるようアシストし、主要都市部だけでなく、域内の観光消費を循環させることで、地域の経済活動を活性化させ、インバウンドビジネスのチャンスを広げていく手助けをします。

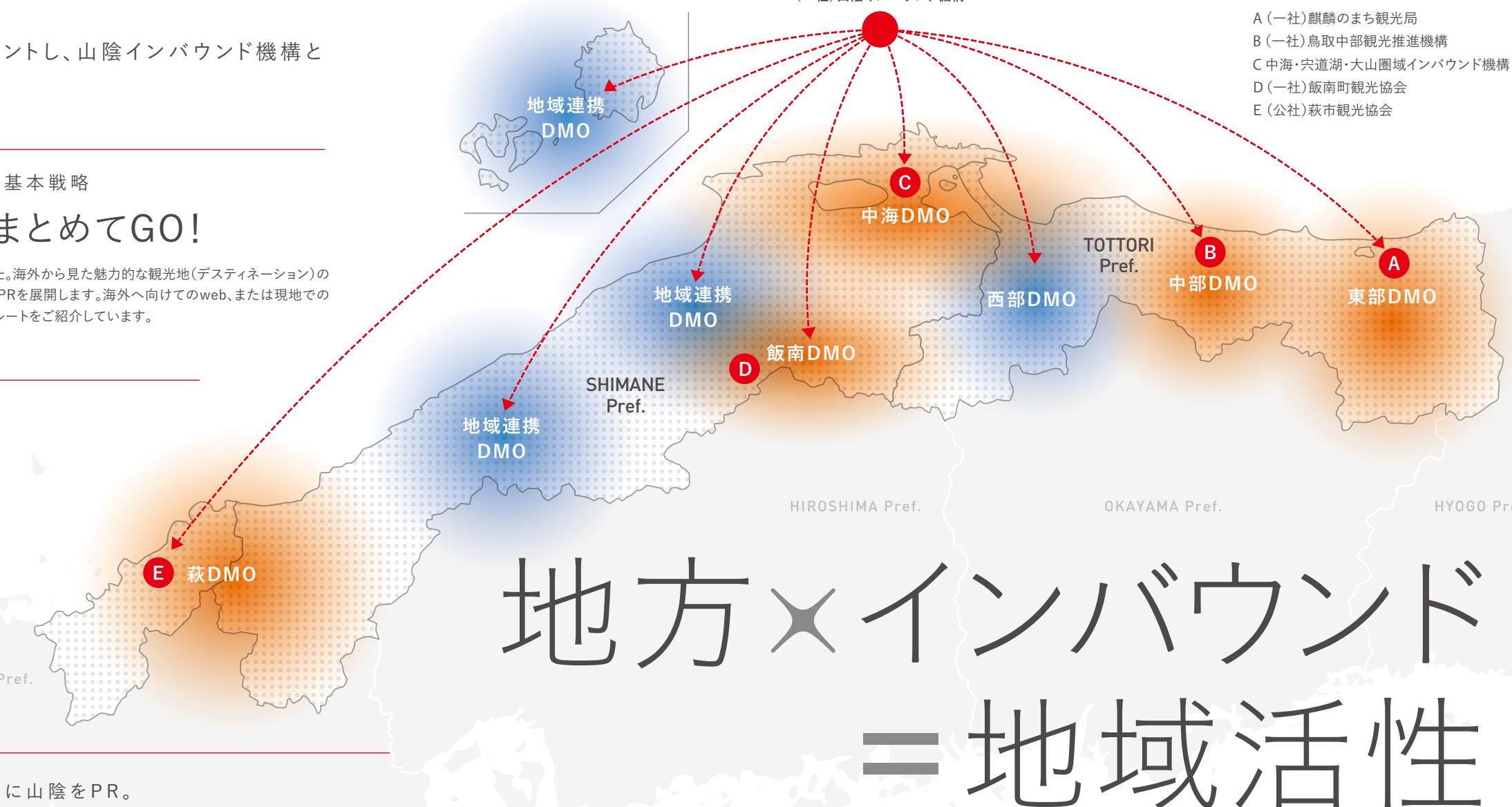
山陰DMO

(一社)山陰インバウンド機構

DMO

Destination Management/ Marketing Organization

- A (一社)麒麟のまち観光局
- B (一社)鳥取中部観光推進機構
- C 中海・宍道湖・大山圏域インバウンド機構
- D (一社)飯南町観光協会
- E (公社)萩市観光協会



地方×インバウンド = 地域活性



モニタリングツアー

組織概要

参加団体(16団体)

- 経済団体
 - 一般社団法人中国経済連合会
- 金融機関
 - 株式会社山陰合同銀行、株式会社鳥取銀行
- 交通事業者
 - 西日本旅客鉄道株式会社、全日本空輸株式会社、日本航空株式会社
- 旅行会社
 - 株式会社JTB、株式会社日本旅行、KNT-CTホールディングス株式会社
- 情報・通信業
 - 日本ユニシス株式会社
- 地元観光団体
 - 鳥取県旅館ホテル生活衛生同業組合、島根県旅館ホテル生活衛生同業組合、公益社団法人鳥取県観光連盟、公益社団法人島根県観光連盟
- 行政
 - 鳥取県・島根県

代表者等

- 会長(非常勤) 田川 博己(たがわひろみ)
 - 株式会社JTB会長、一般社団法人日本旅行業協会会長
- 代表理事(常勤) 福井 善朗(ふくいよしろう)
- 顧問 鳥取県知事 平井 伸治
 - 島根県知事 溝口 善兵衛
- 事務局体制 17名体制(常勤代表理事1名、派遣職員14名、嘱託職員2名)

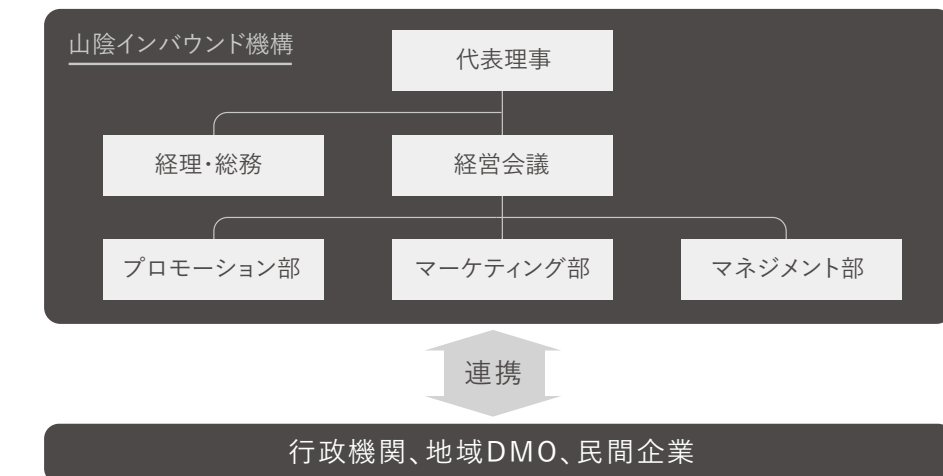
派遣元団体

- 企業
 - 一般社団法人中国経済連合会、株式会社山陰合同銀行、株式会社鳥取銀行、西日本旅客鉄道株式会社、全日本空輸株式会社、日本航空株式会社、株式会社JTB、株式会社日本旅行、KNT-CTホールディングス株式会社、日本ユニシス株式会社
- 自治体
 - 鳥取県2名、島根県2名(事務局長・事務局次長・担当者)

沿革

- H28年 2月19日 山陰DMO設立準備委員会
- H28年 4月22日 山陰インバウンド機構設立
- H29年10月 2日 法人化
- H29年11月28日 日本版DMO(広域連携DMO)登録

体制図





ROUTE
ROMANTIQUE
SAN'IN

一般社団法人 山陰インバウンド機構

San'in Tourism Organization

〒683-0043 鳥取県米子市末広町311番地米子駅前ショッピングセンター4F

4F 311 Suehiro-cho Yonago City, Tottori, 683-0043, Japan

Tel 0859-21-1502 / Fax 0859-21-1524

■ DMOの取組状況に関する調査に対する回答

DMOの名称	一般社団法人 山陰インバウンド機構		
対象区域	鳥取県、島根県		
所在地	鳥取県米子市		
設立日	平成29年10月2日	区分(該当に○)	◎広域連携◎ 地域連携 地域

<質問項目①>

・対象区域の自治体等が策定した観光振興計画(当該地域の観光振興を目的として策定された計画であって、観光振興をその内容の一部とする計画・ビジョン等を含む)がありますか。当該計画において、DMOは具体的にどのような役割を担うこととされていますか。

<回答>

鳥取県「鳥取県元気づくり総合戦略～響かせよう トトリズム(2018改訂版)平成30年8月改訂」データに基づくマーケティング、山陰ブランドの構築、海外に向けた情報発信を進めることで山陰への誘客促進を図るとともにインバウンドビジネスによる新たな事業創出を進める。

島根県「島根県総合発展計画 第3次実施計画 平成28年3月」
政策I-3 産業振興(3) 施策I-3-3 観光の振興「外国人観光客誘客の強化」
アジア地域や欧米地域を対象に、訴求力の高いプロモーションや情報発信、受入環境整備などを実施することにより、今後、増加が見込まれる外国人観光客の誘客を促進
鳥取県と連携して、山陰DMOを設置し、官民一体で観光地と地域資源の一体的なブランド開発を推進がある。

<質問項目②>

・対象区域の自治体等における地域自らを客観的に把握するための基礎的な取組(宿泊統計等各種統計や多言語案内等の受入環境の整備等)について、DMOの立場からどのようにご覧になっていますか。自治体等に期待する点、改善点等があれば具体的にお聞かせください。

<回答>

・鳥取県、島根県とも宿泊実績により客観的評価を行っている。鳥取県は観光庁の宿泊旅行統計調査を活用しているが、島根県は独自に調査を行っている、山陰インバウンド機構の対象区域全域の統一基準での評価は難しかった。両県からは統一基準での継続的な調査及びブランディングなどを期待されており、機構の事業に反映することとしている。
・観光庁の宿泊統計調査に対しては未回答の施設が多いことが判明しており、調査の精度向上が求められている。
・受入環境整備に関しては、県の取組みに重ねて地域連携DMOを中心に対応することとしている。

<質問項目③>

・観光協会や商工会議所等既存組織とDMOの行う事務・事業との役割分担が明確になされていますか。また、観光協会をベースとして発足したDMOの場合、どのような段取りで現在の組織・事業内容に至ったのか、これまでの観光協会の事務・事業と異なる点は具体的にどのようなものかをお聞かせください。

<回答>

・機構の設立時から、両県の観光連盟等の既存組織とは役目・役割を整理分担している。
⇒ destinationsとしての山陰の認知度向上対策やインバウンド誘客に於ける現地市場での直接的なプロモーションは当機構が主体的に実施している。
・観光協会、商工会議所などにおいては、当機構発足後より関係強化を進めるなかでインバウンドに積極的な団体は増えてきているがそれに特化した組織は無い。

<質問項目④>

・貴DMOが地域で果たすべき役割・仕事について、現在の役割・仕事の内容と、今後必要になってくるだろうとお考えの役割・仕事内容をお聞かせください。

<回答>

・地域連携DMOとの更なる関係強化、新たな地域連携DMO(例えば島根県西部など)の設立支援
・ゲートウェイ戦略(域外からの誘客)を推進する為の、他県及び地域外DMO等との連携
・地域内DMOや自治体との各種調査結果データの共有化や一元化をはかり、より具体的な課題解決につながる戦略構築に向けたマネジメント

<質問項目⑤-1>

・対象区域内で観光振興に関する多様な主体間の調整が必要となった場合、その合意形成プロセスにおいて、DMOはどのような役割を果たしていますか。例えば、自治体の観光部局以外との連携をDMOが担っているか、宿泊事業者、観光施設事業者などの民間事業者との連携をどのように行っているか等についてできる限り具体的な取組事例をお聞かせください。また、その際に課題と感じていらっしゃる事、特に留意されている事等についてお聞かせください。

<回答>

階層別に会議体を設け合意形成を図っている。

・地域に最も近い地域連携DMO及び地域DMOとは「山陰地域DMO連絡会議」を定期的(年4回程度)に開催し、外国人旅行者の誘客を目的とする4つの取組みについて調整を図っている。

⇒①調査・計画策定

②滞在コンテンツの充実

③広域周遊観光促進のための環境整備

④情報発信・プロモーション

・宿泊事業者、観光事業者、行政機関等が参加する「山陰インバンド連絡会」主催によるセミナーを定期的(年6回程度)に開催。毎回テーマを設定し意識向上を進めている。

・国が主催する「連絡調整会議」の場を活用して、立場の異なる観光関係者・団体との情報共有を行っている。

・課題は、「山陰インバウンド連絡会」への観光関連以外の事業者の参加が少ないこと。

<質問項目⑤-2>

・DMOの活動を地域で認知していただくための具体的な取組みについてお聞かせください。特に地域住民や資金の提供元の団体(自治体、会員等)に対する説明や対話はどのように行っていますか。また、その際に課題と感じていらっしゃる事、特に留意されている事等についてお聞かせください。

<回答>

・「山陰インバウンド連絡会」の会員(146社・団体)に対しては、機構の活動状況を纏めた「短観レポート」を毎月配信している。

・同会員以外も対象にした公開セミナーを開催し、インバウンド全般に関する普及啓発に努めている。

・主催する事業については積極的にプレスリリースを行い地域住民へPRしている。

・資金提供を受けている両県知事に対しては、不定期に代表理事が事業の進捗状況を報告している。

<質問項目⑤-3>

・対象区域にある他の「広域連携DMO」、「地域連携DMO」、「地域DMO」と事務・事業の重複等がないように具体的な調整をどのように行っていますか、その際に課題と感じていらっしゃる事、特に留意されている事等についてお聞かせください。

<回答>

・DMO連絡会議や個別ミーティングを必要時に応じて開催し、対面で情報共有と調整を行っている。

・地域連携DMO同士の連携が密になるように留意している。

(例)・鳥取県側のDMOと松江を中心としたDMO間の情報提供

・機構主催商談会やFAMでの各DMO参画の呼びかけ等

・各DMOが運営する観光案内所間の連携促進等

<質問項目⑥-1>

・地域がDMOを通じて実現しようとしているビジネスモデル(旅行者の体験・滞在により地域の経済循環を生み出す仕組み)は具体的にどのようなものでしょうか。KPIはどのような考え方で設定し、どのように活用していますか。また、観光庁に届け出ているKPIのほかに、独自で設定しているものがあれば、具体的にお聞かせください。

<回答>

「事業者の育成」と「事業機会の創出」の視点でビジネスモデルの開拓に取り組んでいる。
・事業者の育成の視点では、「インバウンドビジネス人材育成事業」「山陰地域限定特例通訳案内士の養成及びスキルアップ研修」を実施している。
・事業機会の創出の例としては「Visit Sanin Tourist Pass」「クルーズ客船向けのデマンドタクシー運行」などにより、外国人観光客の地域の回遊・循環を促進している。

<質問項目⑥-2>

・ビジネスモデルが来訪者の経験価値向上を高めるための具体的な取組みにまで落とし込まれていますか。取組主体、取組内容、スケジュール、評価等の一連のプロセスについてDMOが全体を把握できる仕組みとなっていますか。

<回答>

・山陰DMOが行う事業については全て事業化しており、それぞれにKPIを設定して進捗管理を行っている。

<質問項目⑥-3>

・ビジネスモデルの構築、実行に際して、課題と感じていらっしゃる点、特に留意されていること等についてお聞かせください。

<回答>

・インバウンドビジネスに取り組む意欲のある企業・団体組織の数が少ない。
・企業の参画意欲を醸成するため、パートナーシップ協定を締結することとしている。これまでの締結先は「今井書店グループ」「米子高島屋」「大山ブランド会」

<質問項目⑦-1>

・DMOの財源や人材の確保についての現在の具体的な取組状況をお聞かせください。その際、課題と感じていらっしゃる点、特に留意されていること等についてもお聞かせください。

<回答>

・両県(知事)に対して定期的に事業の進捗、成果、方針を提示することで負担金を確保している。
・連絡調整会議の活用等を通じて、民間企業の資金参画を促している。
・課題としては
①プロパー人材の確保が儘ならないこと(自主財源資金の問題)
②事業費を観光庁補助金(単年度査定)のみで組んでいるため、単年度ではなく継続的な事業実施を実現させるための財源確保が必須。

<質問項目⑦-2>

・DMOの財源をはじめとする経営資源のあり方はどのようにあるべきとお考えですか。予算制約がないと仮定した場合の理想と現状との対比という形でできる限り具体的にお聞かせください。

<回答>

事業経費、組織運営経費、人材確保の各々について適当、適切な財源を充当できることが理想と考えるが、現状では両県からの負担金の範囲内で3分野を賅っている。

<質問項目⑦-3>

・DMOの財源確保の観点で、国や自治体に求める役割や機能をどのように考えていらっしゃいますか。具体的にお聞かせください。

<回答>

継続的な運営管理が可能となる人件費を含む運営費用の安定的な支援。

- ・地方における観光政策を強化継続していくためには、安定的な財源の確保が必要である。
- ・2020年の7000万人泊の目標達成のために、インバウンドによる地方の観光振興は喫緊の課題であり、国の継続的な支援は不可欠。

日本版DMO形成・確立計画

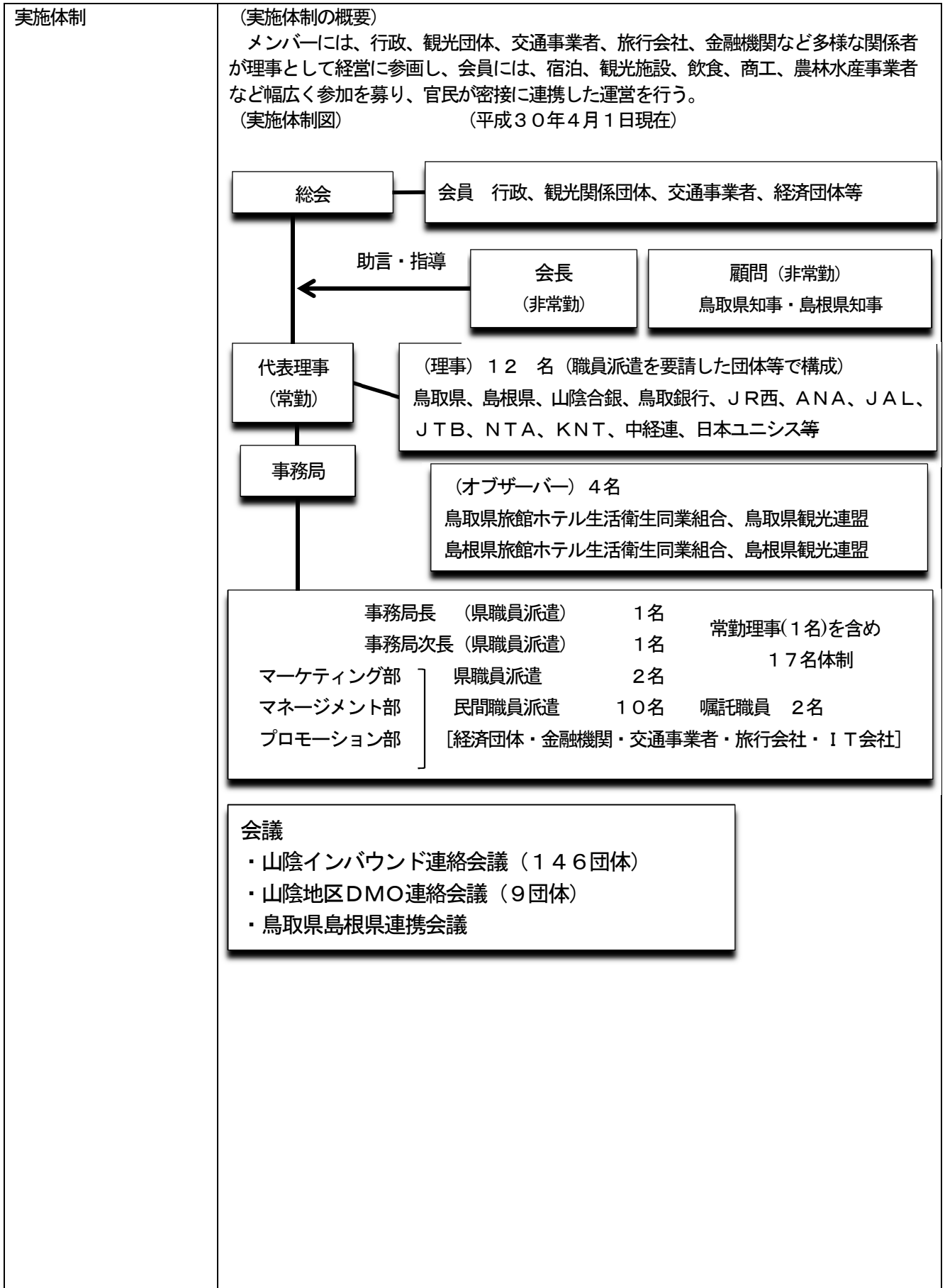
1. 日本版DMOの組織

申請区分	広域連携DMO	地域連携DMO	地域DMO
日本版DMO候補法人の名称	一般社団法人山陰インバウンド機構		
マーケティング・マネジメント対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 鳥取県、島根県		
所在地	鳥取県米子市		
設立時期	平成29年10月2日		
職員数	17人 (H30. 4~)		
代表者 (トップ人材 : 法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者) ※必ず記入すること	<p>会長 (氏名) 田川 博己 (出身組織名) (株) ジェイティービー</p> <p>代表理事 (氏名) 福井 善朗 (出身組織名) 近畿日本ツーリスト(株)</p>	<p>旅行会社の営業企画や海外旅行部に在籍し、代表取締役を経て現在は会長職として、我が国の観光業界の発展に尽力されており、国内外の観光に高い知見と幅広いネットワークを有している。</p> <p>旅行会社で旅行商品の造成や全国各地の観光地づくりや観光開発会社の立ち上げに関わり、直近は、神奈川県観光担当課長として観光行政にも携わっている。観光庁の研究会委員や島根県の観光戦略アドバイザーの経験もあり、観光地マーケティングや旅行商品造成について高い知見を有している。</p>	
各種データの分析・収集等 (マーケティング) の責任者 (専門人材) ※必ず記入すること	<p>マーケティング部部長 (氏名) 中尾幸広「専従」 (出身組織) 全日本空輸(株)</p>	<p>ANA(株) マーケティング室で長年にわたりツーリズム制作業務を担当し、インバウンドに関しても訪日外客1000万人達成時から昨年まで、各種ツーリズム関連組織団体本部 (各国政府観光局、海外DMO、UNWTOなど) を担当し関与してきた。</p>	
プロモーションの責任者 (専門人材)	<p>プロモーション部部長 (氏名) 青山佳生 (出身組織) (株) 日本旅行</p>	<p>(株) 日本旅行西日本国際旅行支店支店長として10年以上にわたり海外誘客に専門的に携わっている。</p>	
ビジネス創出・支援の責任者 (専門人材)	<p>マネジメント部部長 (氏名) 外山孝文 (出身組織) 日本航空(株)</p>	<p>日本航空(株) 本店エリア販売部のグループ長として、同社の販売営業統括に携わってきた。</p>	
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	<p>鳥取県観光交流局観光戦略課 (マーケティング)</p> <p>島根県商工労働部観光振興課 (マーケティング)</p> <p>鳥取県地域振興部交通政策課 (地域公共交通)</p> <p>島根県地域振興部交通対策課 (地域公共交通)</p> <p>鳥取県市場開拓局食のみやこ推進課・販路拡大・輸出促進課 (物産振興)</p> <p>島根県商工労働部しまねブランド推進課 (物産振興)</p>		

(別添) 様式 1

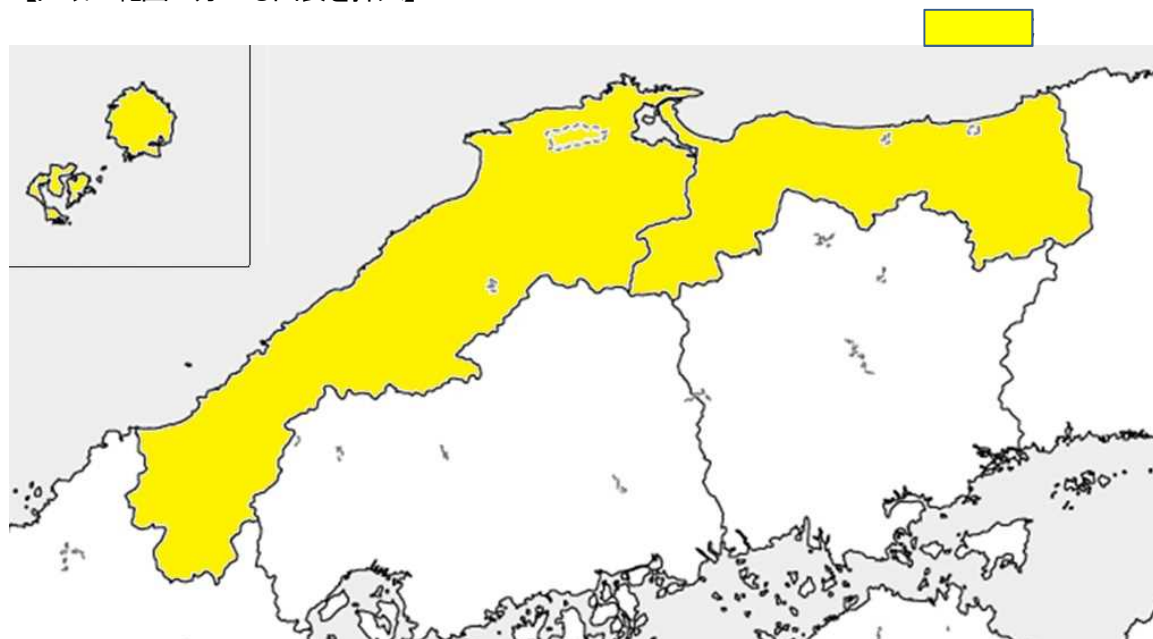
<p>連携する事業者名及び役割</p>	<p>(1) 一般社団法人山陰インバウンド機構への参加団体 (理事等)</p> <p>中国経済連合会 (観光事業者支援・広域連携)</p> <p>(株) 山陰合同銀行 (観光事業者支援)</p> <p>(株) 鳥取銀行 (観光事業者支援)</p> <p>西日本旅客鉄道(株) 米子支社 (アクセス改善)</p> <p>全日本空輸(株) 山陰支店 (アクセス改善)</p> <p>日本航空(株) 山陰支店 (アクセス改善)</p> <p>(株) JTB中国四国 (プロモーション・商品造成)</p> <p>(株) 近畿日本ツーリスト中国四国 (プロモーション・商品造成)</p> <p>(株) 日本旅行 (プロモーション・商品造成)</p> <p>日本ユニシス(株) (情報発信・IT活用)</p> <p>鳥取県旅館ホテル生活衛生同業組合 (受入体制の整備)</p> <p>島根県旅館ホテル生活衛生同業組合 (受入体制の整備)</p> <p>(公社) 鳥取県観光連盟 (国内プロモーション・受入体制の整備)</p> <p>(公社) 島根県観光連盟 (国内プロモーション・受入体制の整備)</p> <p>鳥取県</p> <p>島根県</p> <p>(2) 連携する団体</p> <p>鳥取県内19市町村、島根県内19市町村 (プロモーション)</p> <p>(一社) 鳥取中部観光推進機構 (ランド業務、着地型旅行商品造成)</p> <p>(一社) 麒麟のまち観光局 (着地型旅行商品造成)</p> <p>中海・宍道湖・大山圏域インバウンド機構</p> <p>(プロモーション、着地型旅行商品造成)</p> <p>神話の国 縁結び観光協会 (着地型旅行商品造成)</p> <p>雲南広域連合 (着地型旅行商品造成)</p> <p>石見観光振興推進協議会 (着地型旅行商品造成)</p> <p>隠岐観光協会 (着地型旅行商品造成)</p> <p>隠岐世界ジオパーク推進協議会 (受入体制整備)</p>
<p>官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み</p>	<p>(該当する要件)</p> <p>①・②</p> <p>(概要)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 旅行者や地元観光事業者、交通機関、金融機関など幅広い分野の関係団体が推進母体である一般社団法人山陰インバウンド機構の理事等に就任することにより、関係者の合意形成を図る。 ・ マーケティングに基づく戦略の意思統一や事業の取り組みに関する連絡調整を図るため、行政や関係団体で情報共有を行う場を設定する。
<p>地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組</p>	<p>地元メディアとの良好な関係性を活かして、両県民向けの啓蒙を行っている。</p> <p>事例)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 新聞：日本海新聞、山陰中央新報などに特集及び一般記事掲載 ・ テレビ：NHK、BSS、NKT、TSKなどに特集及びニュースで報道 ・ 雑誌：週刊山陰経済ウィークリーに特集及び一般記事で報道
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>(活動の概要)</p> <p>鳥取県、島根県が連携して広域観光を行う協議体として、山陰観光推進協議会、山陰国際観光協議会が両県共同で国内外のプロモーションや研修会などの業務を実施していたが、さらに取り組みを加速するために、民間企業を事業体に組み込み民間手法を取り込んだ誘客促進を行うとともに、一般社団法人化して組織体制強化を図る。</p> <p>(定量的な評価)</p> <p>外国人の延べ宿泊者数は平成28年度 (目標：15万人泊 実績：15.9万人泊)、平成29年度 (目標：20万人泊 実績：20.2万人泊) と目標を上回った。</p>

(別添) 様式 1



2. 日本版DMO候補法人がマーケティング・マネジメントする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



【区域設定の考え方】

国際分野では平成15年に山陰国際観光協議会を設置し、共同で国際観光の推進を図り、また国内観光分野では平成20年に、鳥取・島根両県で「山陰文化観光圏整備計画」を策定し、山陰の観光振興に向けた取り組みを実施し、その後、取組を引き継ぐ形で、山陰観光推進協議会を設置するなど、国内外に向けた山陰のPR、旅行商品の開発、周遊パスの企画など連携した取組を実施している。また、観光資源の面からみても、神話や世界ジオパークといったコンセプトとして共通する点が多く、両県を周遊する観光客も多いことから、「山陰」(鳥取県・島根県)を区域とするのが適切である。

【観光客の実態等】

山陰への観光客は、出雲大社平成の大遷宮を機に増加しており、また、「神々」や「ご縁」、「マンガ」などをテーマとした鳥取・島根両県の情報発信により「山陰」の知名度も徐々に高まりつつある。

一方、外国人観光客は、国際定期路線・航路の充実やクルーズ客船の増加により、徐々に増加しつつあるが、宿泊者全体の全国シェアが1.2%であるのに対し、外国人宿泊者数は0.2%に過ぎず、山陰を訪れる外国人観光客はまだ少ない。(宿泊旅行統計調査 [平成29確定値])

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

神話：古事記、素戔鳴尊、大国主命、黄泉平坂、出雲大社、美保神社、須佐神社、

玉造温泉、因幡の白兔(白兔神社)、赤猪岩神社、大山、弓ヶ浜

歴史：石見銀山、温泉津、後鳥羽上皇、後醍醐天皇、津和野、松江城、柿本人麻呂、大伴家持、たたら製鉄、三徳山・三朝温泉、風土記、若桜鉄道

自然：隠岐・山陰海岸の二つの世界ジオパーク、鳥取砂丘、大山、氷ノ山、三瓶山、棚田

文化：佐陀神能、石見神楽、麒麟獅子舞、隠岐牛突き、鷺舞、茶道、和紙(石州半紙、因州和紙)、足立美術館、妖怪、まんが

(別添) 様式 1

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】								
地域	鳥取岩美地区	八頭地区	倉吉関金温泉地区	はわい東郷温泉地区	三朝地区	琴浦北栄	米子皆生温泉地区	大山周辺境港地区
市町村	鳥取市岩美町	八頭町、若桜町、智頭町	倉吉市	湯梨浜町	三朝町	北栄町琴浦町	米子市	大山町、伯耆町、境港市他
施設数	274	66	48	24	36	17	59	139
受入	室数	3,785	339	683	460	849	147	3,190
	人数							1,784
※鳥取県の受入人数は未集計								
地域	松江地区玉造しんじ湖	出雲地区	島根たたら地区	石見銀山地区	石見神楽万葉地区	津和野地区	隠岐ジオパーク地区	
市町村	松江市	出雲市	安来市雲南市奥出雲町	大田市飯南町美郷町	浜田市、江津市、益田市、川本町、邑南町、吉賀町	津和野町	海士町、西ノ島町、知夫村、隠岐の島町	
施設数	170	91	73	67	189	23	100	
受入	室数	5,709	2,237	596	651	2,367	242	792
	人数	13,534	4,943	2,151	2,095	7,197	795	3,091
【利便性：区域までの交通、域内交通】								
<p>当該地域には5つの空港があり、羽田空港から1時間15～30分で1日18便が往復し、また、空港から観光地、宿泊地へも20分～1時間で到着が可能であることなどから、日本の国際的な窓口である東京からは比較的短時間で到着が可能。</p> <p>また、関西地区からはJRが外国人向けの周遊パスを設定しており、JR大阪駅から約2時間30分～3時間、岡山駅から1時間45分～2時間で鳥取県内に移動でき、JR米子駅からJR松江駅まで30分程度で移動が可能であることなど、関西国際空港からのアクセスも充実している。</p> <p>さらに、欧米からの観光客が訪れている広島から、約2時間～3時間半で益田市、浜田市、出雲市、松江市、米子市に向け、中国自動車道や浜田道、松江自動車道を使った高速バス網が充実している。</p> <p>韓国からは週3回の国際航空便、週1回の国際定期フェリーが就航しているほか、境港では、平成29年は61隻のクルーズ船が寄港し約6.6万人の外国人が鳥取・島根両県を周遊しており、海外からの直接的なアクセスも可能となっている。</p>								
○飛行機								
羽田空港⇄鳥取砂丘コナン空港(5便/日)、米子鬼太郎空港(6便/日)、 出雲縁結び空港(5便/日)、萩石見空港(2便/日) 伊丹空港⇄出雲縁結び空港(5便/日)、隠岐空港(1便/日) 福岡空港⇄出雲縁結び空港(2便/日) 名古屋(小牧)空港⇄出雲縁結び空港(2便/日) 仙台空港⇄出雲縁結び空港(1便/日)平成30年4月20日就航 静岡空港⇄出雲縁結び空港(1便/日)平成30年3月25日就航 仁川国際空港(ソウル)⇄米子鬼太郎空港(週5便(火木金土日)、1時間30分) 香港空港⇄米子鬼太郎空港(週2便(水土)、2時間45分～3時間10分)								
○JR								
・エリアパス 山陽山陰エリアパス(関西空港～博多) 山陰岡山エリアパス(岡山～山陰) 鳥取松江パス(東浜～出雲)(韓国) 広島山口エリアパス(博多～津和野) ・東京⇄出雲 寝台特急「サンライズ出雲」(1便/日) ・豪華寝台列車「トワイライトエクスプレス瑞風」平成29年6月運行開始								
○高速バス(主要なもの)								
東京⇄鳥取(2便/日)、米子(3便/日)、松江・出雲(3便/日) 大阪⇄鳥取(21便/日)、米子(22便/日)、松江・出雲(13便/日)、浜田(4便/日) 広島⇄鳥取(2便/日)、米子(7便/日)、松江(18便/日)、出雲(9便/日) 浜田(16便/日)、益田(8便/日)								
○国際フェリー 東海(韓国)⇄境港 週1便 15～16時間								
【外国人観光客への対応】								
公共施設、観光地での多言語表記や無料公衆無線LANの設置及び宿泊施設への支援、免税店の設置に向けた支援等を行っており、外国人観光客の受入環境整備を進めている。 また、個別の宿泊施設においても、海外での商談会出席、海外宿泊予約サイトへの登録、多言語スタッフの雇用・育成などを実施しているところもあり、一部旅館ではインバウンド比率が10%に迫るなど、外国人観光客の受け入れには積極的な施設がある一方、島根県内の宿泊施設では、まだ、外国人観光客を受け入れている施設は少ない。								

3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
WEBサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため。	ログ情報を活用して実施。
観光客宿泊客数 (国内外)	事業成果の測定及び誘客戦略の策定データとするため。	宿泊旅行統計 (観光庁)、観光予報プラットフォーム (経済産業省) のデータを活用。
外国人観光客観光施設入込客数	事業成果の測定及び誘客戦略の策定データとするため。	鳥取、島根両県が収集しているデータを活用。
観光客満足度、再来訪意向調査 (国内)	事業成果の測定及び誘客戦略の策定データとするため。	鳥取、島根両県が収集しているデータを活用する。
観光客満足度、再来訪意向調査 (国外)	事業成果の測定及び誘客戦略の策定データとするため。	宿泊・観光施設の協力を得て、独自に調査を行う。
旅行消費額調査 (国内)	事業成果の測定及び誘客戦略の策定データとするため。	国 (観光庁) が収集しているデータを活用。
旅行消費額調査 (国外)	事業成果の測定及び誘客戦略の策定データとするため。	宿泊・観光施設の協力を得て、独自に調査を行う。

4. 戦略

(1) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strengths) <ul style="list-style-type: none"> 鳥取砂丘や大山、出雲大社、足立美術館、松江城等海外の旅行ガイドブックで高い評価を得ている観光資源を有している。 日本の歴史の原点ともいえる神話の故郷としてのストーリーを持ち得ている。 美食を目的とした観光客が好むカニやノドグロなど、海の幸の産地である。 日本有数の温泉地である。 	弱み (Weaknesses) <ul style="list-style-type: none"> 日本の中での認知度は低い。 魅力的な観光素材はあるが、旅行先を決定づける要因とはなりえていない。 交通アクセスを含め、地域の情報が外部へ伝わっていない。 明確な誘客ターゲットが定まっていない。
外部環境	機会 (Opportunity) <ul style="list-style-type: none"> 訪日外国人来訪者数の増加と地方への進出が期待される。 訪日外国人観光客のFIT化により来訪エリアの多様化が進んでいる。 アジアを中心とした訪日旅行の定着が進みつつある。 地方空港利用頻度上昇の可能性と境港へのクルーズ船寄港の増加。 	脅威 (Threat) <ul style="list-style-type: none"> 円安の陰りと、中国人の買い物需要の減少が懸念される。 関西への訪日観光客が増加している中、地方への波及は小さい。 ハード面におけるアクセスのハンデを解消する策が講じられていない。

(2) ターゲット

○第1ターゲット層 <ul style="list-style-type: none"> 欧米・香港・台湾を中心としたFIT層。 特に日本の文化、アニメ・マンガ等に関心の高い20代~40代の個人客を掘り起こす。 旅慣れた、新しい発見を求める日本の心を探求するリピーター
○選定の理由・取組方針 <ul style="list-style-type: none"> 全国的に最も来訪の多い地域であり、他地域に先んじて個人旅行市場の拡大がされている地域である。特に、日本の文化や歴史に関心の高い層は、既に少しずつ来訪が始まっている。 総花的な観光PRから、情報の選択と集中を行い、戦略的にターゲットに届き得る情報発信やプロモーションを展開していく。

(3) コンセプト

<p>①コンセプト主題： 縁の道～山陰～ 英訳： Route Romantique San' in 副題： 新たな発見 新たな出会い もう一つの日本 英訳： Make fantastic encounters. Discover another Japan. 日本人が大切にする「縁」にスポットをあて、日本の最も古い歴史を有する地域である山陰で、「神話」・「伝説」をテーマに山陰の「自然」「歴史」「文化」を体験する旅</p>
<p>②コンセプトの考え方 本州西端の日本海側に位置する山陰は、中国山地と日本海に挟まれた、古代からの歴史、文化、自然が今に残る地域である。 その地を舞台に、素戔鳴尊や大国主命などの神々が活躍する古代神話が語り継がれており、また、かつて世界の銀の三分の一が生産されていた世界遺産「石見銀山」や、山陰海岸と隠岐の2つの世界ジオパークをはじめとする豊かな自然が守り伝えられ、今に残されている。 都会から離れているがゆえに、他の地域には残されていない日本の原風景を自転車やウォーキングなどさまざまな旅のスタイルで体験ができる山陰は、日本を旅慣れた外国人観光客に対しても新鮮な驚きを与えることができる。</p>

5. 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有	<ul style="list-style-type: none"> ・旅行者や地元観光事業者、交通機関、金融機関など幅広い分野の関係団体が推進母体である一般社団法人山陰インバウンド機構の理事等に就任することにより関係者の合意形成を図る。 ・マーケティングに基づく戦略の意思統一や事業の取り組みに関する連絡調整を図るため、行政や関係団体で情報共有を行う場を設定する。
観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築	<ul style="list-style-type: none"> ・宿泊・食事・観光施設・地域交通など、地域が提供する観光サービスについて継続的なアンケート調査を実施し、項目ごとの満足度を計測することにより、サービスの維持・向上を図る。 ・経年で収集するデータに基づき、地域の評価を事業者へ定期的にフィードバックする体制を構築する。さらに、地域全体のプロモーション計画を示し、地域独自に行う施策と、広域で行う取り組みとの整合性をとり、効果的な組織運営を進める。
一元的な情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> ・海外旅行会社やメディア等に対するワンストップ窓口の機能を整備するとともに、地域の情報を集約し、ホームページやSNSを利用した効果的なプロモーションを行う。 ・知られざる日本「山陰」を丁寧に説明し、海外の無関心層を関心層に変化させていく。

6. KPI (実績・目標)

(1) 必須KPI

太字は実績

	単位		26年	27年	28年	29年	30年	31年
●旅行消費額 ※観光庁共通基準	億円	国内	1,520	1,442	1,476	1,510	1,520	1,640
		国外	45	68	35	44	55	66
●延べ宿泊者数 ※観光庁宿泊旅行統計調査 (年度集計)	万人	国内	626	638	642	608	653	660
		国外	8.7	14.6	15.9	20.2	25	30
●来訪者満足度 ※旅行年報(公社) 日本交通公社	%	国内	大変満足+満足 74	大変満足+満足 70	大変満足+満足 78	大変満足+満足 72	大変満足+満足 80	大変満足+満足 80
●リピーター率 ※旅行年報(公社) 日本交通公社	%	国内	再来訪意向 大変そ う思う+そう思う 27	再来訪意向 大変そ う思う+そう思う 49	再来訪意向 大変そ う思う+そう思う 58	再来訪意向 大変そ う思う+そう思う 40	再来訪意向 大変そ う思う+そう思う 60	再来訪意向 大変そ う思う+そう思う 62

※年次及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

<p>【検討の経緯】 機構の顧問でもある両県知事に対して定期的に報告・相談することで、客観的に評価、分析している。機構主催の研修会や、外部主催の会議等の場を通じて様々な関係者と情報共有を行っている。</p> <p>【設定にあたっての考え方】</p> <p>●旅行消費額 観光産業収益の拡大のため、消費額の増加を目指す。延べ宿泊者のH28からの伸び率に呼応した目標を設定</p> <p>●延べ宿泊者数 2019年度に鳥取県は15万人(鳥取県元気づくり総合戦略2018年改訂H30.8)、島根県はH31年に11万人(島根県総合戦略H30.3)を目標としており、これらを踏まえて当機構では2019年に30万人、2020年に40万人を目標として掲げている。 広域観光周遊ルート促進計画とともに長期滞在の促進も図る。</p> <p>●来訪者満足度 鳥取県と島根県の満足度の平均は28年に全国平均を上回っているため、28年を基に満足度の上積みを目指す。</p> <p>●リピーター率 鳥取県と島根県の再来訪意向の平均は全国平均を下回っているため、28年の全国平均並みの再来訪意向達成を目指す。</p>
--

(2) その他の目標

指標項目	単位	26年 (度)	27年 (度)	28年 (度)	29年 (度)	30年 (度)	31年 (度)
主要観光施設における外国人観光客数(年度)	万人	12.5	17.7	17.8	26.3	27	32

※項目及び年次・目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

<p>【検討の経緯】 機構の相談役でもある両県知事に対して定期的に報告・相談することで、客観的に評価、分析している。機構主催の研修会や、外部主催の会議等の場を通じて様々な関係者と情報共有を行っている。</p> <p>【設定にあたっての考え方】</p> <p>●主要観光地における外国人観光客数(年度) 外国人入込客数を計測している施設で、継続的に把握している。延べ宿泊者の伸びに呼応した目標を設定</p>
--

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

(1) 収入

年度	総収入 (円)	内訳
28年度	159,729,875 (円)	【都道府県からの負担金】 139,000,000 (円) 【都道府県からの委託金】 7,965,540 (円) 【その他収入】 12,764,335 (円) 【会費】 0 (円)
29年度	154,000,000 (円)	【都道府県からの負担金】 146,500,000 (円) 【都道府県からの委託金】 7,500,000 (円) 【会費】 0 (円)
30年度	346,800,000 (円)	【都道府県からの負担金】 200,000,000 (円) 【都道府県からの委託金】 0 (円) 【国庫補助金】 146,800,000 (円) 【会費】 0 (円)
31年度	346,800,000 (円)	【都道府県からの負担金】 200,000,000 (円) 【都道府県からの委託金】 0 (円) 【国庫補助金】 146,800,000 (円) 【会費】 0 (円)
32年度	346,800,000 (円)	【都道府県からの負担金】 200,000,000 (円) 【都道府県からの委託金】 0 (円) 【国庫補助金】 146,800,000 (円) 【会費】 0 (円)

(2) 支出

年度	総支出	内訳
28年度	156,317,395 (円)	1 山陰ブランドづくり・戦略策定 21,257,199 円 2 海外プロモーション 78,090,012 円 3 国内プロモーション 15,135,953 円 4 管理費 (人件費、旅費、事務費等) 41,833,000 円
29年度	157,077,165 (円)	1 山陰ブランドづくり・戦略策定 7,376,400 円 2 受入環境整備・交通アクセスの円滑化 43,904,900 円 3 滞在コンテンツの充実 1,679,944 円 4 市場別の情報発信・プロモーション 37,521,105 円 5 ビジネス創出・事業支援 3,924,351 円 6 管理費 (人件費、旅費、事務費等) 55,195,285 円
30年度	364,800,000 (円)	1 事業計画策定・デジタルマーケティング 40,000,000 円 2 受入環境整備・交通アクセスの円滑化 42,000,000 円 3 滞在コンテンツの充実 19,000,000 円 4 対象市場向け情報発信・プロモーション 152,600,000 円 5 自主財源事業 26,700,000 円 6 管理費 (人件費、旅費、事務費等) 66,500,000 円
31年度	364,800,000 (円)	1 事業計画策定・デジタルマーケティング 40,000,000 円 2 受入環境整備・交通アクセスの円滑化 42,000,000 円 3 滞在コンテンツの充実 19,000,000 円 4 対象市場向け情報発信・プロモーション 152,600,000 円 5 自主財源事業 26,700,000 円 6 管理費 (人件費、旅費、事務費等) 66,500,000 円
32年度	364,800,000 (円)	1 事業計画策定・デジタルマーケティング 40,000,000 円 2 受入環境整備・交通アクセスの円滑化 42,000,000 円 3 滞在コンテンツの充実 19,000,000 円

(別添) 様式 1

	4 対象市場向け情報発信・プロモーション	152,600,000 円
	5 自主財源事業	26,700,000 円
	6 管理費(人件費、旅費、事務費等)	66,500,000 円

(3) 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

○地方公共団体(鳥取県・島根県)の総合戦略に掲げ、毎年度、両県の一般財源による負担金で運営資金を確保する。
○法人化により、関係団体、企業等の幅広い参加を募り会費収入による運営資金を確保する。

8. 日本版DMO形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

鳥取県、島根県は、山陰インバウンド機構を当該都道府県における広域連携DMOとして登録したいので山陰インバウンド機構とともに申請します。

9. 記入担当者連絡先

担当者氏名	森本誠人
担当部署名(役職)	一般社団法人山陰インバウンド機構 プロモーション部 マネジャー
所在地	鳥取県米子市末広町311
電話番号(直通)	0859-21-1502
FAX番号	0859-21-1524
E-mail	sanindmo00@sage.ocn.ne.jp

10. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	鳥取県
担当者氏名	秋元 竜
担当部署名(役職)	観光交流局観光戦略課(総務企画担当係長)
所在地	鳥取県鳥取市東町一丁目220番地
電話番号(直通)	0857-26-7421
FAX番号	0857-26-8308
E-mail	akimoto-r@pref.tottori.lg.jp

都道府県・市町村名	島根県
担当者氏名	永富 聡
担当部署名(役職)	商工労働部観光振興課調整監
所在地	島根県松江市殿町1番地
電話番号(直通)	0852-22-5755
FAX番号	0852-22-5580
E-mail	nagatomi-satoshi@pref.shimane.lg.jp

「縁の道～山陰～」

【区域】鳥取県、島根県 (表:実施体制)

【設立時期】平成29年10月

【代表者】

会長 田川 博己
代表理事 福井 善朗

【マーケティング責任者】

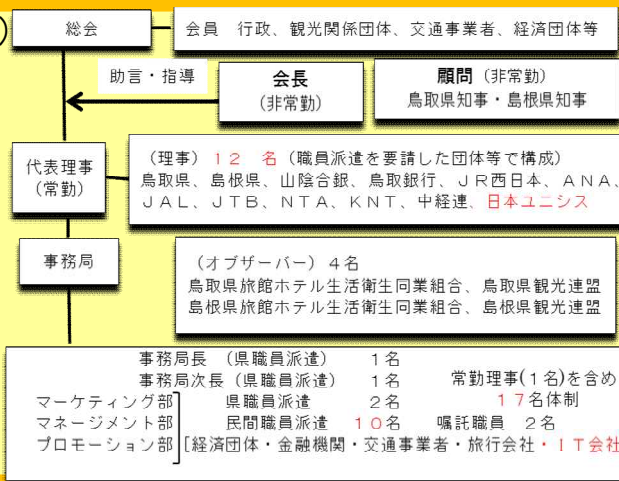
マーケティング部長 中尾 幸広

【職員数】

17人

【連携する主な事業者】

経済団体、金融機関、旅行会社、
交通事業者、観光事業者・その他の団体



(表:KPI(実績・目標))

	単位	26年	27年	28年	29年	30年	31年
●旅行消費額 ※観光庁共通基準	国内	1,520	1,442	1,476	1,510	1,520	1,640
	国外	45	68	35	44	55	66
●延べ宿泊者数 ※観光庁宿泊者数調査 (年度集計)	国内	626	638	642	608	653	660
	国外	8.7	14.6	15.9	20.2	25	30
●来訪者満足度 ※旅行年報(公社)日本交通社	国内	大変満足+満足 74	大変満足+満足 70	大変満足+満足 78	大変満足+満足 72	大変満足+満足 80	大変満足+満足 80
	国内	再来訪意向 大変 思う+そう思う 27	再来訪意向 大変 思う+そう思う 49	再来訪意向 大変 思う+そう思う 58	再来訪意向 大変 思う+そう思う 40	再来訪意向 大変 思う+そう思う 60	再来訪意向 大変 思う+そう思う 62
●リピーター率 ※旅行年報(公社)日本交通社	国内						

【調査・マーケティング】

①縁の道～山陰～の周遊ルート戦略策定

訪日外国人旅行者の動態状況や観光目的等を把握・整理し、周遊ルートの戦略を策定する。

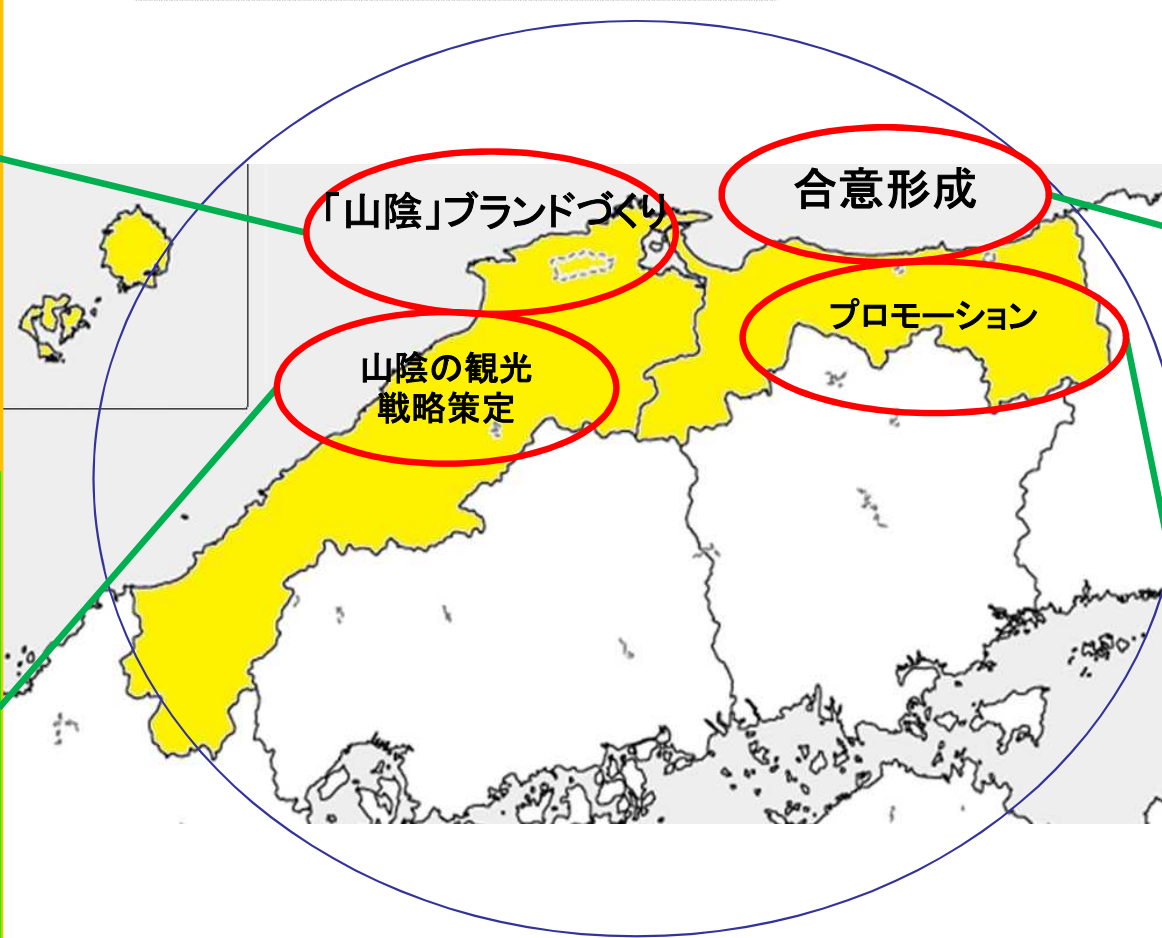
②調査に基づくプロモーション等への反映

対象市場及びエリア別の傾向分析とニーズ分析調査等によりの確なターゲットを設定し、受入環境整備や情報発信、プロモーションなどに反映する。

【観光資源の磨き上げ】

①新規体験メニューの商品化及び消費拡大

広域観光周遊ルート内における外国人旅行者向け体験メニューを取り揃え、直接予約できるようにするとともに、観光メニューについて各拠点地区毎に、地域のDMOなどと連携して質・量の充実などに取り組む。



【受入環境の整備】

①地域関係者と連携した受入環境の整備促進

受入環境整備については、関係行政機関、エリア内の他のDMO等と連携し、山陽、関西など周辺地域からの移動の利便性向上と、多言語対応・山陰地域限定特例通訳案内士の充実拡大、通信環境の改善など、外国人観光客が安心・安全に観光を楽しむことができる体制整備を行う。

【プロモーション】

①認知度向上・誘客促進に向けた効果的なプロモーション

「縁の道～山陰～」の認知度向上、当該エリアへの誘客促進を目指し、モデルコースや縁の道～山陰～の特徴・観光素材などを各市場のイベントや、Webを通じて強力にプロモーションを行う。