

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和 6 年 7 月 26 日

1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを ○で囲むこと	<u>広域連携DMO</u> ・地域連携DMO・地域DMO	
観光地域づくり法人の名称	一般社団法人 山陰インバウンド機構	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	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（同年11月28日DMO認定）	
事業年度	4月1日から翌年3月31日までの1年間	
職員数	14人【常勤14人（正職員3人・嘱託職員2人・出向等9人）】	
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	代表理事 （氏名）野浪 健 「専従」 （出身組織名） （株）JTB	35年間中国・四国地方のJTBで勤務。その間主に法人営業、地域の観光振興関連の業務に携わる。同社高知、高松、広島各支店長、四国、中国の各広域代表を経て2023年7月1日に着任。 2023年度に3か年（2024～2026）のアクションプランを策定。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（CMO：チーフ・マーケティング・オフィサー） ※必ず記入すること	CMO （氏名）高野 剛 「専従」 （出身組織名） （株）JTB	36年間、（株）JTBに勤務し、営業、企画、総務等の業務に関わる。同社米子支店長、鳥取支店長、沖縄支店事業開発担当部長を務め、マーケティングに基づいた事業戦略策定を展開。海外支店での駐在経験もあり（ハワイ、サイパン）。 2024年5月1日着任。
財務責任者（CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー） ※必ず記入すること	財務・総務統括事務局長（CFO） （氏名）山崎 雅則 「専従」 （出身組織名） 島根県	島根県に34年間勤務し、予算に関する業務を経験しており、土地開発公社等の県出資団体の財務状況を含めた運営指導の経験もある。 2024年4月1日着任。
事業統括責任者	事業統括事務局長 （氏名）山崎 利幸 「専従」	令和6年4月1日付で鳥取県から着任。鳥取県庁ではインバウンド誘致、国際交流、県産品輸出

	(出身組織名) 鳥取県	等の国際関連業務の経歴のほか、自治体国際化協会北京事務所への出向歴もある。
各部門（例：プロモーション）の責任者（専門人材） ※各部門責任者のうち専従の者については、氏名の右横に「専従」と記入すること	観光地域づくり部長 (氏名) 米村 康幸 「専従」 (出身組織名) (株) 鳥取銀行	山陰DMO設立準備委員会から在籍。観光による地域振興、人材育成などに継続して従事。
各部門（例：旅行商品の造成・販売）の責任者（専門人材）	マーケティング・プロモーション部長 (氏名) 笹田 修司 「専従」 (出身組織名) (株) リクルート	(株) リクルートにて 27 年、人事・営業・代理店統括業務等に従事、その後 JR 西日本福井支店において新幹線延伸をにらんだ福井県内の観光開発を戦略策定から実施（5 年弱）、熱海市にて DMO 設立準備に従事（2 年弱）、山陰インバウンド機構に出向。 2024 年 4 月 1 日着任。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	鳥取県輝く鳥取創造本部観光交流局観光戦略課（受入体制整備） 〃 国際観光課（マーケティング） 鳥根県商工労働部観光振興課（受入体制整備、マーケティング） 鳥取県輝く鳥取創造本部中山間・地域振興局交通政策課（地域公共交通） 鳥根県地域振興部交通対策課（地域公共交通） 鳥取県農林水産部市場開拓局食パラダイス推進課／販路拡大・輸出促進課（物産振興） 鳥根県商工労働部しまねブランド推進課（物産振興）	
連携する事業者名及び役割	(1) (一社) 山陰インバウンド機構への参加団体（理事等） 中国経済連合会（観光事業者支援・広域連携） (株) 山陰合同銀行（観光事業者支援） (株) 鳥取銀行（観光事業者支援） 西日本旅客鉄道(株) 山陰支社（アクセス改善） 日本航空(株)（アクセス改善） 全日本空輸(株)（アクセス改善） (株) JTB（プロモーション・商品造成） (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） (株) 日本旅行（プロモーション・商品造成） B I P R O G Y (株)（情報発信・IT活用） (株) リクルート（プロモーション・商品造成） 鳥取県旅館ホテル生活衛生同業組合（受入体制整備） 鳥根県旅館ホテル生活衛生同業組合（受入体制整備） (公社) 鳥取県観光連盟（国内プロモーション・受入体制整備） (公社) 鳥根県観光連盟（国内プロモーション・受入体制整備） 鳥取県 鳥根県 (2) 連携する団体 鳥取県内 19 市町村、鳥根県内 19 市町村（受入体制整備、プロモーション） (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） (一社) 麒麟のまち観光局（着地型旅行商品造成・受入体制の整備）	

	<p>(一社) 中海・宍道湖・大山圏域観光局 (着地型旅行商品造成、受入体制整備、プロモーション)</p> <p>(一社) 隠岐ジオパーク推進機構 (受入体制整備)</p> <p>(一社) 大田市観光協会 (受入体制整備)</p> <p>(公社) 島根県観光連盟 (受入体制整備)</p> <p>大山山麓・日野川流域観光推進協議会 (受入体制整備)</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>(一社) 奥出雲町観光協会 (着地型旅行商品造成)</p> <p>(一社) 飯南町観光協会 (受入体制整備)</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>(該当する要件)</p> <p>①・②</p> <p>(概要)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・行政、旅行者、交通機関、金融機関、経済団体、IT サービス企業など幅広い分野の企業・団体が理事に就任することにより、関係者の合意形成を図る。 ・行政、地域づくり法人で山陰地域 DMO 連絡会議を、また山陰のインバウンド推進に取り組む行政、企業、団体、個人で山陰インバウンド連絡会を組織し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。 ・外国人の視点から意見やアドバイスをを得るため日本在住の外国人ジャーナリストを山陰インバウンドアドバイザーに委嘱し機構及び各地に対する助言をいただく。 <p>〔参考〕登録要件</p> <p>①取締役、理事など観光地域づくり法人の意思決定に関与できる立場で行政、文化、スポーツ、農林漁業、交通等の幅広い分野の関係団体の代表者が参画</p> <p>②観光地域づくり法人が主導して行政や関係団体をメンバーとするワーキンググループなどの委員会等を設置</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	<ul style="list-style-type: none"> ・広域 DMO として観光関係者向けの取組だけでなく、地域住民への啓発を視野に入れた山陰インバウンドセミナーを開催しており、令和 5 年度は 4 回開催し、リアルとオンラインで合計約 300 人の参加があった。 ・積極的にメディア露出することで取組内容の認知向上を図る。 ・地域課題解決、農山漁村滞在推進などのテーマで事業に取り組み、各地域毎の観光地域づくりの促進を図るほか、地域の要請に応じて機構職員が講座の講師を務めたり、山陰インバウンドアドバイザーを派遣する等してきた。 				
法人のこれまでの活動実績	<p>【活動の概要】</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>事業</th><th>実施概要</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>情報発信・プロモーション</td><td> <ul style="list-style-type: none"> ・令和 2 年「体験コンテンツ開発によるグローバル WEB サイト魅力度向上事業」 山陰らしさを色濃く残している、インバウンドに受けるコンテンツを有している等の条件を満たす地域を機構のウェブサイトに取りまとめ、山陰地域の魅力度向上を図った。 ・令和 3 年「グローバルウェブサイトによるショーケース（重点エリア）」のマーケティング強化事業」 </td></tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> ・令和 2 年「体験コンテンツ開発によるグローバル WEB サイト魅力度向上事業」 山陰らしさを色濃く残している、インバウンドに受けるコンテンツを有している等の条件を満たす地域を機構のウェブサイトに取りまとめ、山陰地域の魅力度向上を図った。 ・令和 3 年「グローバルウェブサイトによるショーケース（重点エリア）」のマーケティング強化事業」
事業	実施概要				
情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> ・令和 2 年「体験コンテンツ開発によるグローバル WEB サイト魅力度向上事業」 山陰らしさを色濃く残している、インバウンドに受けるコンテンツを有している等の条件を満たす地域を機構のウェブサイトに取りまとめ、山陰地域の魅力度向上を図った。 ・令和 3 年「グローバルウェブサイトによるショーケース（重点エリア）」のマーケティング強化事業」 				

		<p>「ショーケース（山陰重点エリアの滞在を面にとらえ、消費サイクルに沿ったウェブ導線）」を活用し掲載コンテンツのブラッシュアップ、機能強化により山陰の認知度と魅力度の向上を目指す。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・令和4年度「山陰エリア認知度向上のためのプロモーション事業」は、台湾・香港・中国・韓国・欧米豪の旅慣れしており、滞在時間が長く、日本の歴史文化等に関心の高い訪日リピーターで、ゴールデンルート以外の目的地に関心を示す層をターゲットに(1)グローバルWEBサイトの Discover Another Japan Pass 紹介ページなど山陰の認知度向上や誘客促進のため広告配信や、(2)観光目的地としての山陰や DAJP を使った山陰の周遊などの認知度向上を目指すため facebook、instagram、youtube などによる広告配信、(3)インフルエンサー招請、(4)PR 動画作成：これまでに造成した山陰の周遊滞在コンテンツや DAJP の使い方、使ってできる山陰の旅の楽しみ方などを伝えるための動画を作成。(5)旅行博覧会等出展などを行った。 ・令和5年度訪日外国人旅行者周遊促進事業「山陰地域の魅力発信強化事業」は、令和4年度と同様のターゲットを設定し、DAJP を活用した旅の魅力や利便性などを対象市場に効果的に伝えるため旅行系メディアや JNTO 海外事務所現地職員を招請し記事・動画の情報発信につなげた。また Facebook 等のソーシャルメディアでのオンラインツアーを実施、DAJP を使った山陰の周遊などを対象市場へライブ配信し山陰の認知向上を目指した。
	受入環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> ・令和3年度「中国エリアと連動した F I T 市場の開発と誘客事業」 「DAJP」に掲載する観光コンテンツの活用を意識し、各エリアにおいて、山陰への誘客や滞在促進を促すような誘客・周遊コンテンツ（コース）を造成し、同じく掲載する交通コンテンツと連携するための取組みや、パスの改良改善を行った。 ・令和5年度に「DAJP」の本格運用が開始。独自開発したデジタルツールとして、訪日外国人旅行者の周遊促進、消費拡大の実現に寄与するよう検討、改良を進めている。 ・令和3年度「プラットフォーム型スクールによるスタートアップ支援事業」、令和4年度、令和5年度、本年度の「プラットフォーム型スクールによる観光人材創出・支援事業」において、観光中核人材の育成と支援事業を継続実施している。 ・大学と連携し運営することで、人材育成の場をプラットフォーム化し、ノウハウが地域に蓄積さや、人材のネットワ

		<p>ークの広がりを図る。そして、希望者が実践に向けた準備ができる場を提供することにより持続的に「観光」分野の多様な専門人材候補を育成・輩出し、最終的に域内周遊・消費拡大及び地域の活性化の実現を目指す。</p> <ul style="list-style-type: none">令和3年度「観光商品開発マニュアルを活用した地域プラットフォーム事業」 <p>当機構が作成した「観光商品開発マニュアル（以下、「マニュアル」という。）」を活用し、「観光で地域を豊かにすること」、「観光で地域を活性化すること」を実現するため、山陰ならではの観光資源や地域の特色を活かした「新たな観光サービス」創出の支援を行い、地域が主体となった持続的な観光商品の開発・改善を促進することにより山陰地域全体の観光消費の拡大を図った。</p>
	観光資源の磨き上げ	<ul style="list-style-type: none">令和3年、令和4年と「旅館・ホテルと連携した新たな販売ネットワークの構築事業」2年間継続実施。 宿泊事業者を主要対象者にコンテンツ造成・販売のための研修をメインに実施することで、そのエリアの主体的・自主的な取組を促し、そして、地域の魅力を活かした滞在型観光コンテンツの拡充および販売支援を行い、訪日外国人旅行者の周遊・消費拡大を目指した。令和5年度「観光商品等マネタイズ事業」、本年度「熱意ある地域の観光商品等のマネタイズ化事業」において、その地ならではの地域資源を活かした観光商品の造成、磨き上げ、半場体制の構築、収益化等を支援している。令和3年度「コロナ回復期を見据えた新たな旅行スタイルに対応したコンテンツの 開発・見直し（欧米豪）事業」 外国人目線でのコンテンツの磨き上げ、発掘、収集等を通じて、山陰地域の観光資源について、欧米豪の観光客（所得水準が高く成熟した観光市場）に選択される観光コンテンツを造成し、OTA等への掲載を図り、域内の周遊促進と消費拡大に繋げる。

【定量的な評価】

山陰における外国人宿泊者の推移（出典：観光庁宿泊旅行統計調査）

	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年度	2023 年度
鳥取県	205,240	157,770	12,200	8,720	20,370	90,620
島根県	86,530	85,850	7,450	10,980	15,090	61,040
合計	291,770	243,620	19,650	19,700	35,460	151,660

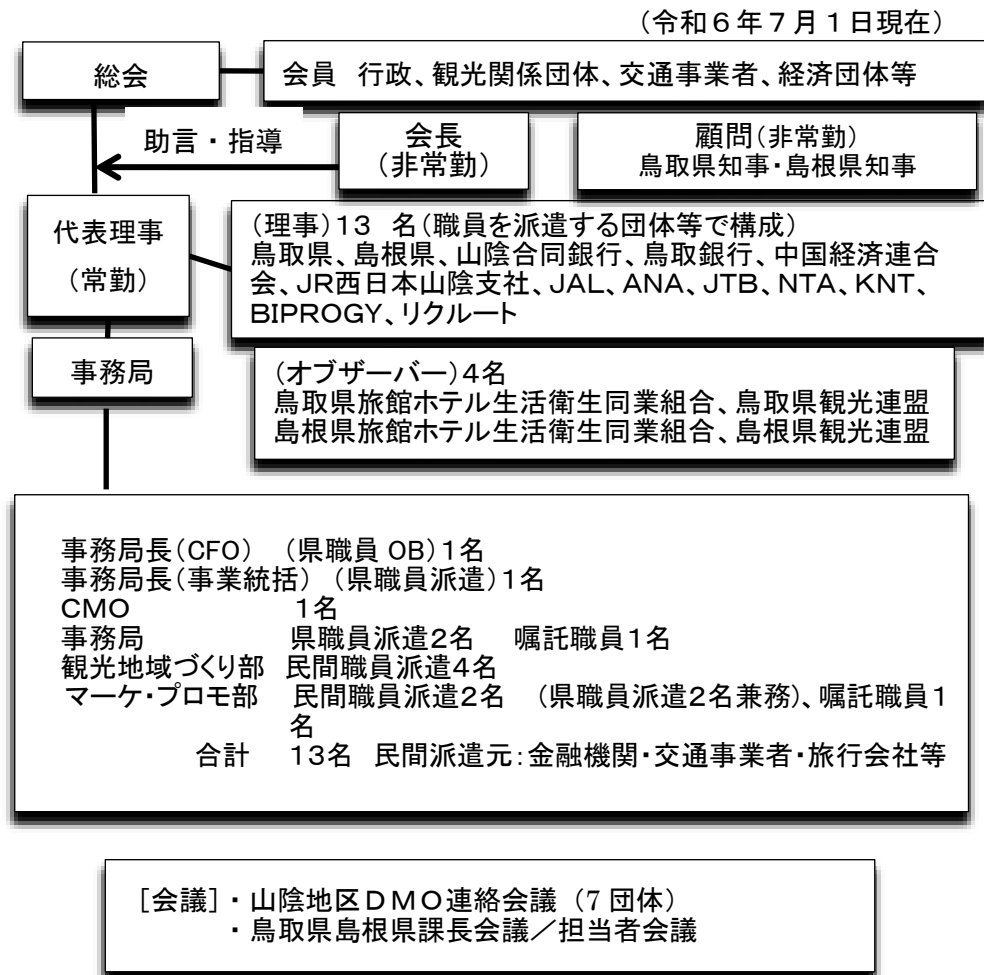
実施体制

※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。

【実施体制の概要】

メンバーには、行政、観光団体、交通事業者、旅行会社、金融機関など多様な関係者が理事として経営に参画し官民が密接に連携した運営を行う。

【実施体制図】

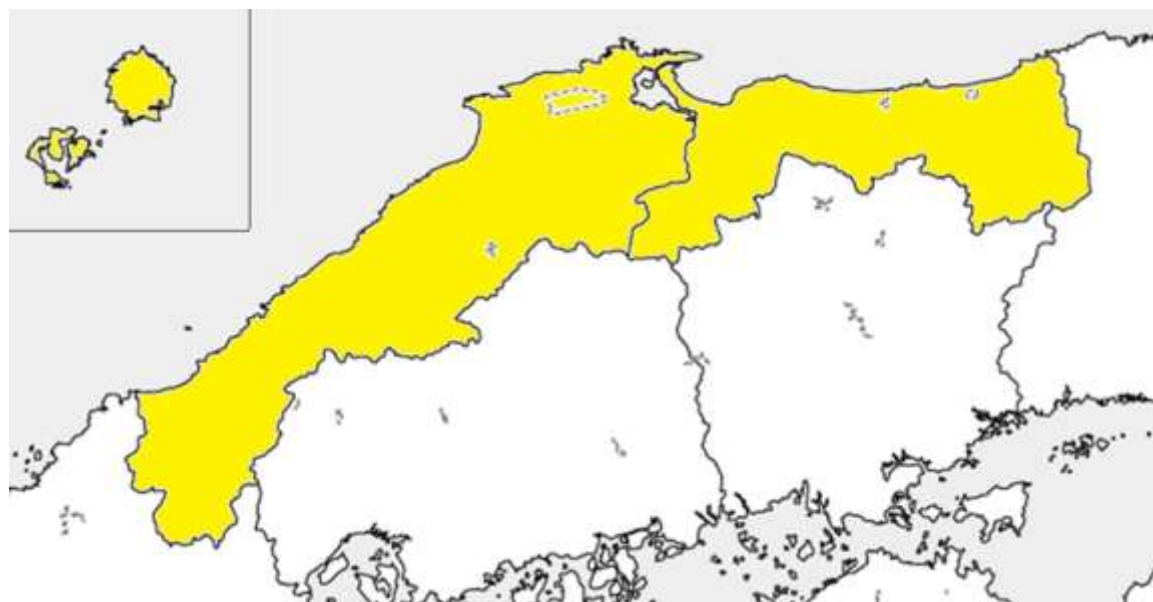


2. 観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】

【区域の範囲】

対象区域



【区域設定の考え方】

国際観光分野では平成15年に鳥取県と島根県が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きた。また、観光資源の面からみても、鳥取・島根両県に共通する神話や世界ジオパークなど、歴史や自然をコンセプトとして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、平成25年の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」、「まんが」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は1.1%、外国人宿泊者数は0.2%に過ぎず、特に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 [令和元年確定値]）

【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、黄泉比良坂、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、民工藝

【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	291	66	82	34	32	25	96	166
受入	室数	3,847	321	813	444	735	189	4,069
	人数	11,660	1,380	1,820	1,863	3,287	573	9,431
		7,522						

（※１）鳥取県東部圏域（鳥取岩美地区、八頭地区）の数値は、令和６年７月時点の数値

（※２）鳥取県東部圏域以外の数値は、令和６年６月時点の数値

（令和３年１０月時点）

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	123	89	63	73	165	15	82
受入	室数	5,112	2,239	431	566	2,703	119
	人数	11,411	4,646	1,490	1,751	6,512	379
		2,262					

【利便性：区域までの交通、域内交通】

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短時間で移動が可能。

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の利便性も向上しつつある。

さらに、欧米からの観光客が多く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。

韓国仁川から米子空港まで国際航空便で結ばれているほか、境港では、令和元年度は５３隻のクルーズ船が寄港し約６．４万人の外国人が鳥取・島根両県を周遊。コロナ明けの令和５年度には国際クルーズ船の寄港が再開され、境港には２８回寄港している。

○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（４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（中部・小牧）空港⇄出雲縁結び空港（３便／日）

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３便（日水金）１時間３０分）

○ＪＲ

・エリアパス（訪日外国人向け）

- 関西山陰エリアパス、山陽山陰エリアパス、山陽山陰北九州エリアパス
- ・東京⇄出雲 寝台特急「サンライズ出雲」
 - ・WEST EXPRESS 「銀河」(京都～出雲市など)
 - ・豪華寝台列車「トワイライトエクスプレス瑞風」

○高速バス（主要なもの）※運行本数の変動がある

東京⇄米子・松江・出雲（1便/日） 東京⇄松江・出雲（1便/日）
 大阪⇄鳥取（8便/日）、米子（11便/日）、倉吉（2便/日）、松江・出雲（14便/日）、浜田・江津・益田（2便/日）
 広島⇄鳥取（1便/日）、米子（4便/日）、松江（10便/日）、出雲（6便/日）、大田（2便/日）、浜田（11便/日）、益田（8便/日）

【外国人観光客への対応】

鳥取県、島根県では国際定期便、チャーター便の誘致に取り組み、各地からの誘客に取り組んでいる。両県内事業者の誘客の取組への支援及び、受入れ環境整備などに対して独自の補助制度を用意する等の事業者支援にも取り組んでいる。両県内の多くの観光施設入場料金や、2次交通 Pass で外国人向けの割引料金を設定している。

また、令和4年6月には外国人個人旅行者向けに（一社）山陰インバウンド機構が開発したスマートフォンアプリ「Discover Another Japan Pass」を販売開始し、山陰・中国・関西エリアの周遊滞在と消費の拡大に取り組んでいる。また、持続可能な観光地域づくりに向けて、持続可能なガイドライン（JSTSD）への取組を積極的に推進する。

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
旅行消費額	来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため。	訪日外国人消費動向調査を活用
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	宿泊旅行統計調査を活用
DAJP（デジタルパス）利用施設・エリア分析	国籍による周遊ルートや入場施設数の違いを把握するため	DAJP の利用施設データを活用
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。	Google アナリティクスを活用

4. 戦略

（1）地域における観光を取り巻く背景

※地域経済、社会等の状況を踏まえた観光地域づくりの背景

国立社会保障・人口問題研究所が公表した将来人口推計によると、山陰両県の人口は、団塊の世代の高齢化に伴う超高齢化社会を迎えることから、特段の対策を講じない場合は、2040年には、両県の合計人口は、100万人を下回ることとなる推計が出されており、現在の課題でもある人手不足や後継者の確保、インフラの維持管理費の増加などが一層深刻化していく可能性がある。

2020年2月に始まった新型コロナの世界的まん延による国内外の人の往来の抑制などに大きな影響を受ける中、2021年の東京オリンピック・パラリンピックを経て、2025年の大阪万博の開催など、今後、外国人観光客の増加が見込まれており、インバウンド観光は主要な産業のひとつとして、今後の大きな成長が期待されている。

鳥取県、島根県の豊かな自然と歴史・文化などの観光資源を活かしたテーマ性のある観光商品の創出や地域の魅力づくりを推進し、特に外国人観光客の誘致にあたっては、鳥取、島根両県が連携して設立した（一社）山陰インバウンド機構を中心として、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図ることで、地域の消費拡大や雇用の場づくりに資することとしている。

また、魅力ある観光コンテンツをネットワーク化し、山陰地域への誘客と滞在時間の延長を進めることとしている。

（２）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。
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"> ・ 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。 ・ 台湾海峡の有事、中国との緊張再発、韓国の政権交代等のリスク

※上記に加え、PEST分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入（様式自由）。

（３）ターゲット

○第１ターゲット層 香港・台湾を中心とした東アジア在住の訪日ヘビーリピーター（訪日経験１０回以上）
○選定の理由 <ul style="list-style-type: none"> ・ 東アジアと山陰の地理的近さ（＝移動時間の短さ） ・ 山陰は訪日経験が浅い人が来る場所にはなりえない ・ 米子空港・岡山空港・広島空港など山陰近辺へのアジアからの直行便の存在
○取組方針 <ul style="list-style-type: none"> ・ 山陰を訪れた経験のある人から、国籍ごとに響くポイントを抽出、さらにペルソナを設定してターゲットを絞ったメッセージをうつ ・ DAJP を使い周遊箇所を増やしてもらい、結果的に域内消費の拡大を図る
○ターゲット層 国籍に限らず、「名探偵コナン」や水木しげる作品ファン、刀剣ファン

○選定の理由

- ・「名探偵コナン」の作者青山剛昌氏の作品を展示する「青山剛昌ふるさと館」が生まれ故郷の鳥取県北栄町にあり、訪日外国人が多く訪れている
- ・鳥取県境港市に水木しげるロードがあり、ゲゲゲの鬼太郎などの作品を認知している東アジアの若者を中心に多く訪れている
- ・島根県はたたら製鉄がさかんでそのため刀剣ファンが訪れている。また奥出雲町には「奥出雲たたらと刀剣館」もある。

○取組方針

- ・旅行博などで青山剛昌ふるさと館のことを伝えていく
- ・インバウンドアドバイザーを通じてたたら製鉄のことを欧米系のメディアを通じて発信

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	<p>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 日本の原風景を巡る旅 英訳： Discover Another Japan [in SAN' IN] ～Beautifully Off the Beaten Path～</p> <p>独自の歴史・文化、豊かな自然環境が創り出す、独特かつ魅力ある風土や空気感にあふれる SAN 'IN。未だ多くのツーリストには触れられていない、秘蔵された『宝物』のような存在である SAN 'INにおいて、他地域では得られない『旅』を。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、日本の原風景を有する山陰で、新たな発見、新たな出会いを。</p>
②コンセプトの考え方	<p>「Another Japan, SAN' IN」が表し、目指すのは、日本で最も古い歴史とともに、他地域にない魅力を有し、日本の原風景ともいえる山陰地域（＝Another Japan）。</p> <p>豊かな自然環境や地域住民の生活に配慮しながら日本の原風景を維持してきたこの山陰を、世界に発信し、訪日外国人旅行者の目的地（デスティネーション）としていく。</p> <p>そして、日本・山陰ならではの見聞や体験を求めて来る外国人旅行者が、地域内をゆったりと周遊・滞在しながら、山陰の旅を満喫し、心身ともに潤い、満足出来る、そのような地域を目指していく。</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 ※頻度が分かるよう記入すること。	<ul style="list-style-type: none"> ・地域における階層ごとの会議体を設置 地域内関係者との共有：山陰地域 DMO 連絡会議／情報意見交換会 市町村との共有：市町村長への定例的な訪問による共有 両県庁との共有：両県担当者会議／両県課長会議 ・事業者、一般市民向けセミナー開催 インバウンドセミナーなどで情報を共有

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"> ・観光案内所で提供する情報の品質向上のために観光案内所をチャットで相互に結ぶチャットワークを構築 ・地域の観光資源や多言語表記などに関して、外国人の視点によるアドバイスなどをする首都圏在住の外国人ジャーナリストを「山陰インバウンドアドバイザー」として委嘱し、ネットワーク化 ・首都圏、関西、瀬戸内、九州等ゲートウェイから中国地方を含む山陰への周遊滞在を促すために機構が開発したいわゆる観光 MaaS であるスマートフォンアプリ “Discover Another Japan Pass” と、そのフィールドである中国地方の観光の魅力を伝え、ダウンロード～購入を促進する。
観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> ・外国人に向けて発信するためのグローバル Web サイトを構築し、外国人に刺さる素材を持つ地域の情報を集約し、抜き出して表示する「ショーケース」を構築し、WEB 上で予約できる素材を掲載するとともに、動画や 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。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

6. K P I（実績・目標）

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後3年間における明確な数値目標を記入すること。

※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去3年間の実績も記入すること。

（1）必須 K P I

指標項目		2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	(420)	(880)	(2,340)	(5,428)	(8,231)	(11,800)
	実績	() ※1	() ※1	(4,364)			
●延べ宿泊者数 (千人) ※2	目標	(20)	(49)	(170)	(230)	(310)	(400)
	実績	(19.7)	(35.9)	(151.7)			
●来訪者満足度 (%) ※3	目標	(55)	(60)	(65)	(65)	(65)	(65)
	実績	()	()	()			

●リピーター率 (%)	目標	(35)	(40)	(45)	(45)	(45)	(45)
	実績	()	()	()			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

※1 訪日外国人消費動向調査が実施されなかったため集計できず

※3、4 この2項目は令和6年度の調査事業で調査を実施、目標値も再検討予定

目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

※KPIとして設定する項目や年次及び目標数値に関して、その検討のプロセスや考え方を項目ごとに出来る限り具体的に記入すること。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

訪日外国人の一人当たり消費単価 3.7 万円（2019 年）を徐々に高め、2026 年には 37%アップの 5 万円にする。延べ宿泊者数の伸びと合わせ 2026 年には 2019 年の総消費額 53 億に対し 2.2 倍の 118 億を目指す

●延べ宿泊者数

基準年の 2018 年延べ宿泊者数 29.2 万人が域内空港への国際便の中止などにより大きく落ち込んだが、直行便の復帰がコロナ前に届かなくとも種々の施策により 2026 年には 37%アップの 40 万人にすることを旨とする

●来訪者満足度

※来訪者に関する満足度調査が未実施の場合、「観光地の満足度調査」

(<https://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/kankochi/manzokudochousa.html>) を参照して実施し、例えば、毎年〇%増などの目標を設定して記入すること。

令和6年度の調査事業で調査を実施する

●リピーター率

令和6年度の調査事業で調査を実施する

(2) その他の目標

指標項目		2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度
●Discover Another Japan Pass の販売数	目標	()	(目標未設定)	(800)	(2500)	(4000)	(6000)
	実績	()	(77)	(1175)			
●住民満足度 (%)	目標	70 ()	75 ()	80 ()	80 ()	80 ()	80 ()
	実績	未実施 ()	未実施 ()	未実施 ()			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

※各指標項目の単位を記入すること。

指標項目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

【検討の経緯】

※KPIとして設定する項目や年次及び目標数値に関して、その検討のプロセスや考え方を項目ごとに出来る限り具体的に記入すること。

【設定にあたっての考え方】

●DiscoverAnotherJapanPassの販売数：

外国人旅行者向けに開発したデジタルパスの販売数は山陰を訪れる外国人客数の先行指標となる。さらに1dayPassでなく3day, 5dayと長期間のパスが売れば延べ宿泊者数の先行指標になる。これまでは設定していなかったが新規で設定。

●住民満足度

もともと観光客が多い地域ではないので、急に外国人が増えることは地域住民のアレルギーを引き起こす。来訪客数を急激に増やさず一人ひとりの消費単価を高めていくことで、住民満足度の維持向上をはかる

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後3年間について、計画年度毎に（１）収入、（２）支出を記入すること。

※現に活動している法人にあっては、過去3年間の実績も記入すること。

（１）収入

年（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）
2021（R3） 年度	344,368,125	【都道府県からの負担金】 165,671,000（円） 【国庫補助金】 101,439,920（円） 【その他収入】 1,698（円） 【繰越金】 77,255,507（円）
2022（R4） 年度	295,424,528	【都道府県からの負担金】 160,000,000（円） 【国庫補助金】 57,440,872（円） 【その他収入】 3,713,116（円） 【繰越金】 74,270,540（円）
2023（R5） 年度	221,110,512	【都道府県からの負担金等】 136,000,000（円） 【国庫補助金】 20,271,000（円） 【その他収入】 4,523,871（円） 【前年度繰越金】 60,315,641（円）
2024（R6） 年度	265,040,000	【都道府県からの負担金等】 200,000,000（円） 【国庫補助金】 42,315,000（円） 【その他収入】 5,900,000（円） 【前年度繰越金】 16,825,000（円）
2025（R7） 年度	275,000,000	【都道府県からの負担金等】 200,000,000（円） 【国庫補助金】 50,000,000（円） 【その他収入】 15,000,000（円）

2026 (R 8) 年度	275,000,000	【都道府県からの負担金等】 【国庫補助金】 【その他収入】	200,000,000 (円) 50,000,000 (円) 15,000,000 (円)
------------------	-------------	-------------------------------------	---

(2) 支出

年 (年度)	総支出 (円)	内訳 (具体的に記入すること)	(円)
2021 (R 3) 年度	270,097,585	1 調査・戦略策定事業 2 「ゲートウェイ戦略」 3 「縁の道」滞在型観光の推進 4 民間力による域内消費の拡大 5 持続可能な組織の構築 6 自主事業 7 管理費 (人件費、旅費、事務費等) 8 予備費	9,990,000 円 47,843,950 円 70,599,000 円 39,675,850 円 13,041,949 円 39,432,554 円 49,514,282 円 0 円
2022 (R 4) 年度	295,424,528	1 調査・戦略策定事業 2 「ゲートウェイ戦略」 3 「縁の道」滞在型観光の推進 4 民間力による域内消費の拡大 5 情報発信・プロモーション 6 看板事業創出事業等 7 自主事業 8 繰越金返金 9 管理費 (人件費、旅費、事務費等) 10 繰越金	9,999,000 円 0 円 19,965,000 円 31,526,880 円 19,996,075 円 22,405,780 円 44,362,740 円 34,270,540 円 52,582,872 円 60,315,541 円
2023 (R 5) 年度	221,110,512	1 調査・戦略策定事業 2 情報発信・プロモーション 3 FIT マーケット創出事業 4 観光地域づくり事業 5 管理費 (人件費、旅費、事務費等) 6 繰越金	19,497,573 円 49,807,241 円 47,111,047 円 24,345,916 円 63,522,889 円 16,825,846 円
2024 (R 6) 年度	265,040,000	1 調査・戦略策定 2 市場創出 4 観光地域づくり事業 5 D A J P の運用 5 管理費 (人件費、旅費、事務費等) 6 予備費	5,000,000 円 98,120,000 円 59,210,000 円 26,200,000 円 71,010,00 円 5,500,000 円
2025 (R 7) 年度	275,000,000	1 調査・戦略策定 2 市場創出 4 観光地域づくり事業 5 D A J P の運用 5 管理費 (人件費、旅費、事務費等) 6 予備費	10,000,000 円 100,000,000 円 60,000,000 円 30,000,000 円 70,000,000 円 5,000,000 円
2026 (R 8) 年度	275,000,000	1 調査・戦略策定 2 市場創出 4 観光地域づくり事業 5 D A J P の運用 5 管理費 (人件費、旅費、事務費等) 6 予備費	10,000,000 円 100,000,000 円 60,000,000 円 30,000,000 円 70,000,000 円 5,000,000 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

- 鳥取県、島根県の総合戦略には、活力ある産業の一方策として外国人誘客の推進が掲げられ、山陰両県を跨ぐ広域連携 DMO（山陰インバウンド機構）の活動に対する財源が確保されている。
- 山陰の地域活性化に取り組む当機構に対して山陰両県及び民間企業・団体の理解・協力を得て人的措置（職員の派遣）がなされており、人件費相当分の確保を行っている。
- 山陰両県の公的資金が導入されており、収益事業は行って来なかったが、外国人個人旅行者の周遊滞在を促進するために開発したスマートフォンアプリ“Discover Another Japan Pass”を販売することで、中国地方～山陰地域の周遊滞在と消費拡大さらにはマーケティングデータを収集することで地域経済の活性化に結び付け、継続的な取組として認知されるよう事業実施や地域のビジネス創出に注力している。

8. 観光地域づくり法人形成・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、両県が共通して取り組む広域連携 DMO として山陰インバウンド機構を設立した経緯があり、コロナ以前まで順調に外国人誘客を推進してきた。
- 今後も、地域消費拡大による地域の活性化を担う法人として両県と連携して地域資源を活用した魅力ある観光地づくり及び雇用の場の創出等を図ることとしている。

9. マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携 DMO（県単位以外）や地域 DMO と重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	山崎 雅則
担当部署名（役職）	財務・総務統括事務局長（CFO）
郵便番号	683-0043
所在地	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
電話番号（直通）	0859-21-1502
FAX 番号	0859-21-1524
E-mail	m_yamasaki@sanin-dmo.jp

11. 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	竹中 和彦
担当部署名（役職）	輝く鳥取創造本部観光交流局国際観光課 課長補佐
郵便番号	680-8570
所在地	鳥取県鳥取市東町一丁目 220 番地

電話番号（直通）	0857-26-7629
F A X 番号	0857-26-8308
E - m a i l	takenakak@pref.tottori.lg.jp

都道府県・市町村名	島根県
担当者氏名	松本 真由
担当部署名（役職）	商工労働部観光振興課国際観光推進室 課長補佐
郵便番号	690-8501
所在地	島根県松江市殿町 1 番地
電話番号（直通）	0852-22-5579
F A X 番号	0852-22-5580
E - m a i l	matsumoto-mayu@pref.shimane.lg.jp

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】
鳥取県・島根県
【設立時期】 平成29年10月2日
【設立経緯】
①区域に観光連盟があるが、役割分担等をした上でDMO新設
【代表者】 代表理事 野浪 健
【マーケティング責任者(CMO)】 CMO 高野 剛
【財務責任者(CFO)】 財務・総務統括事務局長 山崎 雅則
【職員数】 14人(常勤14人(正職員3人・出向等9人、嘱託2人)
【主な収入】
鳥取県島根県負担金 約136百万円、国庫補助金 約20百万円
(R5年度決算)
【総支出】
事業費 約141百万円、一般管理費 63百万円(R5年度決算)
【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、観光団体など

KPI(実績・目標)

記入日: 令和5年 7月31日

※()内は外国人に関するもの。

項目		2021 (R3)年	2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年	2026 (R8)年
旅行 消費額 (百万円)	目標	(420)	(880)	(2340)	(5428)	(8231)	(11800)
	実績	(未集計)	(未集計)	(4364)	—	—	—
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	(20)	(49)	(170)	(230)	(310)	(400)
	実績	(19.7)	(35.9)	(151.7)	—	—	—
来訪者 満足度 (%)	目標	(55)	(60)	(65)	(65)	(65)	(65)
	実績	(R6年度の調査事業で調査を実施し、目標値も再検討予定)					
リピーター率 (%)	目標	(35)	(40)	(45)	(45)	(45)	(45)
	実績	(R6年度の調査事業で調査を実施し、目標値も再検討予定)					

戦略

【主なターゲット】
香港・台湾を中心とした東アジア在住の訪日ベ
ーリピーター(訪日経験10回以上)
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
・山陰を訪れた経験のある人から、国籍ごとに響く
ポイントを抽出、さらにペルソナを設定してター
ゲットを絞ったメッセージをうつ
・DAJPを使い周遊箇所を増やしてもらい、結果的
に域内消費の拡大を図る
【観光地域づくりのコンセプト】
・「縁」にスポットをあて、日本の最も古い歴史、原
風景を有する山陰で、新たな発見と出会いを。

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ、商品造成支援】
・地域の魅力を活かした滞在型観光 コ
ンテンツの拡充、販売支援を実施。
・外国人目線でのコンテンツの発掘、収
集、磨き上げと販売支援を実施。
・地域主体の商品造成支援。
【受入環境整備】
・地域の大学と連携したプラットフォーム
型スクールによる観光人材育成・支援
の継続的な実施。
・機運醸成を図る為のセミナー、地域向
け情報発信を定期的な実施。
・地域主体の販売体制構築支援。
【情報発信・プロモーション】
・外国人に受けるコンテンツを有す
る地域をショーケースとして紹介
・山陰へのゲートウェイエリアの外
国人客集積施設への山陰コンシ
ェルジュ配置によるプロモーション
【その他】
・訪日外国人個人旅行者向けの
スマートフォン広域周遊観光アプリ
DiscoverAnotherJapanPassの開発

