

日本版DMO形成・確立計画

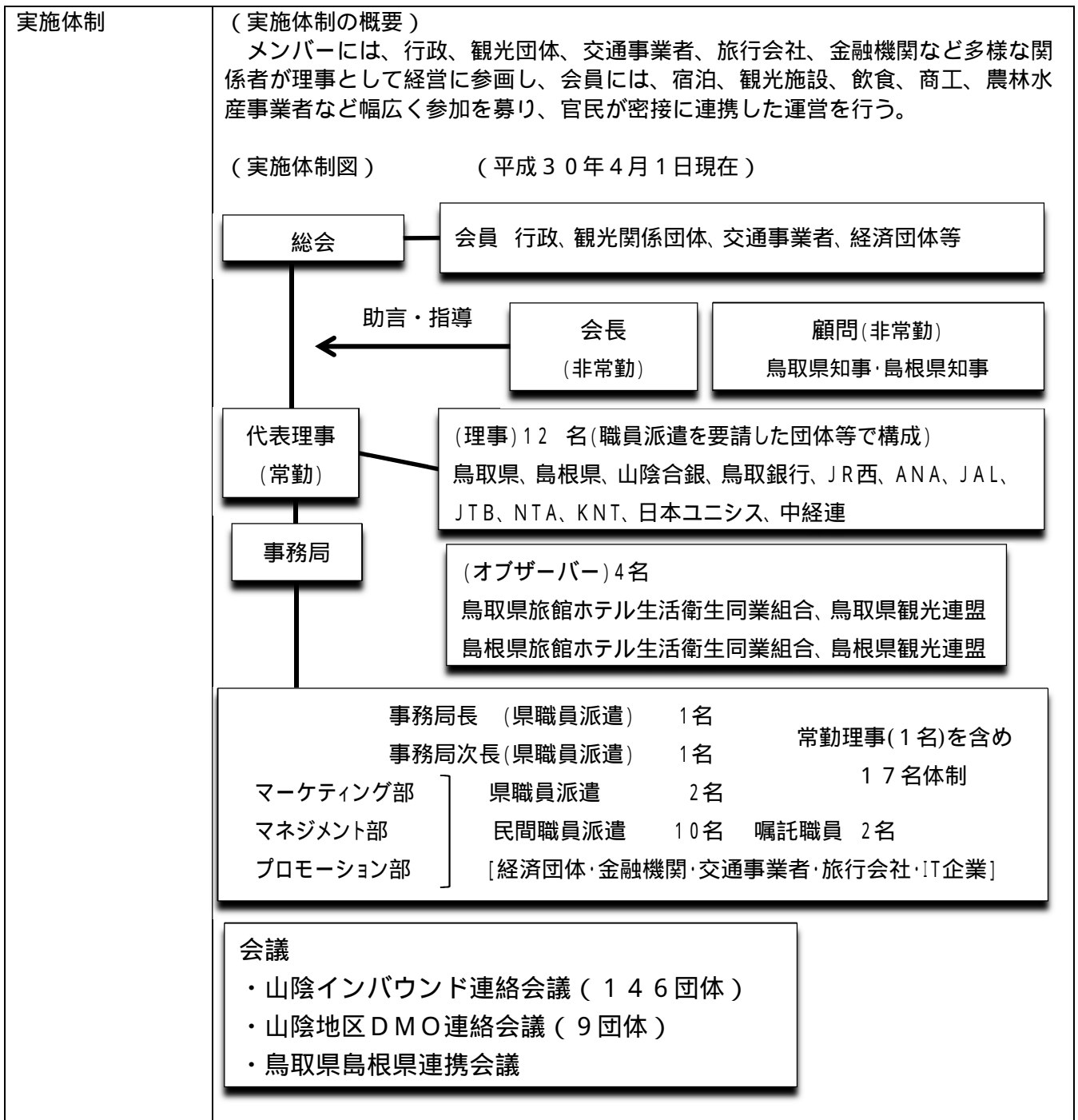
1. 日本版DMOの組織

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名(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)	会長 (氏名)田川 博己 (出身組織) (株)ジェイティービー	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。	
	代表理事 (氏名)福井 善朗 (出身組織) 近畿日本ツーリスト(株)	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。	
各種データの分析・収集の責任者(専門人材)	マーケティング部担当部長 (氏名)中尾幸広 (出身組織) 全日本空輸株式会社	ana(部署:マーケティング室)にて、長期にわたりツーリズム制作業務全般を担当。インバウンド事業においては訪日1000万人達成時から現在に至るまでの政策の経過にANAとして関与してきた。ツーリズム関連組織団体本部、UNWTO加盟、各政府観光局(海外DMO)等を担当し政策を実施。	
プロモーションの責任者(専門人材)	プロモーション部部長 (氏名)青山佳生 (出身組織) 株式会社日本旅行	(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。	
ビジネス創出支援の責任者(専門人材)	マネジメント部部長 (氏名)外山孝文 (出身組織) 日本航空株式会社	日本航空株式会社で日本航空株式会社 本店エリア販売部のグループ長として、同社の販促営業統括に携わってきた。	
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	鳥取県観光交流局観光戦略課(マーケティング) 島根県商工労働部観光振興課(マーケティング) 鳥取県地域振興部交通政策課(地域公共交通) 島根県地域振興部交通対策課(地域公共交通) 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) 島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)一般社団法人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)米子支社(アクセス改善)		

(別添)様式1

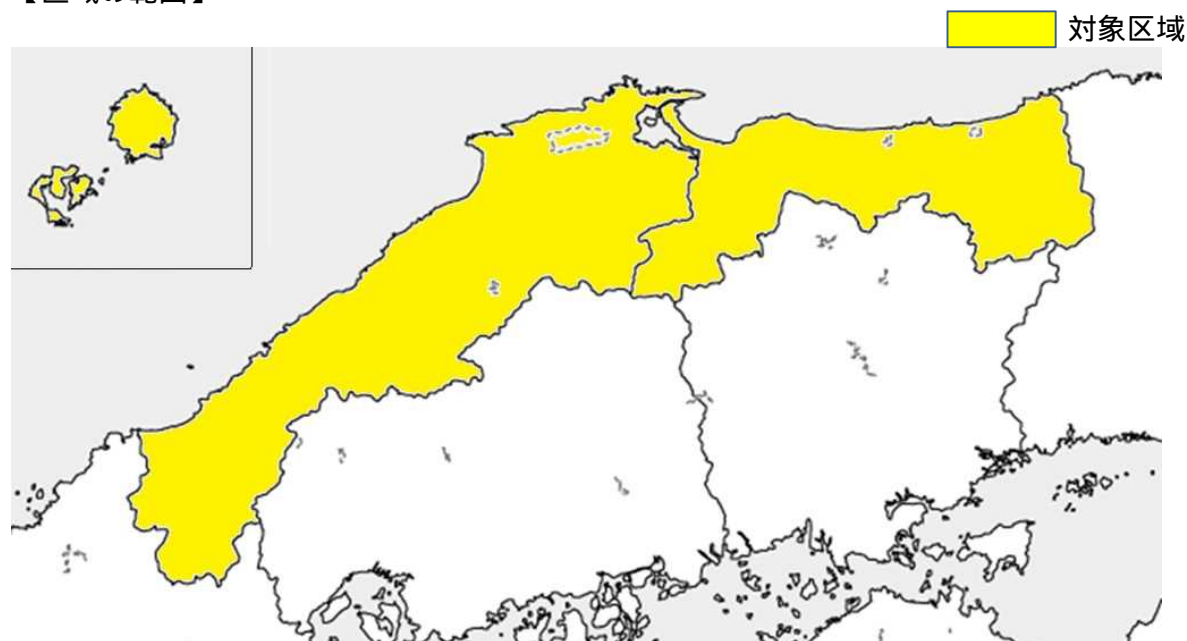
	<p>全日本空輸株式会社(アクセス改善) 日本航空株式会社(アクセス改善) (株)JTB中国四国(プロモーション・商品造成) KNT-CTホールディングス株式会社(プロモーション・商品造成) 株式会社日本旅行(プロモーション・商品造成) 日本ユニシス株式会社(情報発信・IT活用) 鳥取県旅館ホテル生活衛生同業組合(受入体制の整備) 島根県旅館ホテル生活衛生同業組合(受入体制の整備) (公社)鳥取県観光連盟(国内プロモーション・受入体制の整備) (公社)島根県観光連盟(国内プロモーション・受入体制の整備) 鳥取県 島根県</p> <p>(2)連携する団体 鳥取県内19市町村、島根県内19市町村(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) 中海・宍道湖・大山圏域インバウンド機構 (プロモーション、着地型旅行商品造成) 神話の国 縁結び観光協会(着地型旅行商品造成) 雲南広域連合(着地型旅行商品造成) 石見観光振興推進協議会(着地型旅行商品造成) 隠岐観光協会(着地型旅行商品造成) 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) ・ (概要) ・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的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>
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>(活動の概要) 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。 (定量的な評価) 平成29年10月に立ち上げたところであり、現時点では定量的な評価は行っていない。</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】



【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1.3%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28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、鷲舞、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
<p>【利便性：区域までの交通、域内交通】</p> <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> <p>飛行機</p> <p>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)</p> <p>伊丹空港 出雲縁結び空港(5便/日) 隠岐空港(1便/日)</p> <p>福岡空港 出雲縁結び空港(2便/日)</p> <p>名古屋(小牧) 出雲縁結び空港(2便/日)</p> <p>仁川国際空港(ソウル) 米子鬼太郎空港(週3便(火金日) 1時間30分)</p> <p>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)</p>								

(別添)様式 1

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)
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(23便/日) 松江・出雲(8便/日) 浜田(3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
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	<p>強み (Strengths)</p> <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。	<p>弱み (Weaknesses)</p> <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	<p>機会 (Opportunity)</p> <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。	<p>脅威 (Threat)</p> <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

<p>第1ターゲット層</p> <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
<p>選定の理由・取組方針</p> <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。

(別添)様式1

(3) コンセプト

<p>コンセプト</p> <p>主題： 縁の道～山陰～</p> <p>英訳： Route Romantique San'in</p> <p>副題： 新たな発見 新たな出会い もう一つの日本</p> <p>英訳： Make fantastic encounters. Discover another Japan.</p> <p>日本人が大切にしている「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>コンセプトの考え方</p> <p>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。</p> <p>その地を舞台に、素戔嗚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。</p> <p>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。

(別添)様式1

6. K P I (実績・目標)

(1) 必須 K P I

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	1,574	1,582	1,600
		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	万人	国内	626	633	640	647	653	660
		国外	8.7	14.6	15.9	20	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 19	大変満足 16	大変満足 16	大変満足 25	大変満足 26	大変満足 27
リピーター率 旅行年報(公社)日本交通公社	%	国内	ぜひ再来 訪したい 19	ぜひ再来 訪したい 21	ぜひ再来 訪したい 21	ぜひ再来 訪したい 22	ぜひ再来 訪したい 23	ぜひ再来 訪したい 24

(2) その他の目標

	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	22	27	32

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	153,975,602(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】7,475,180(円) 【会費】0(円)
30年度	306,800,000(円)	【都道府県からの負担金】200,000,000(円) 【国からの補助金】166,800,000(円) 【会費】0(円)
31年度	306,800,000(円)	【都道府県からの負担金】200,000,000(円) 【国からの補助金】166,800,000(円) 【会費】0(円)
32年度	306,800,000(円)	【都道府県からの負担金】200,000,000(円) 【国からの補助金】166,800,000(円) 【会費】0(円)

(別添)様式1

(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	149,601,985(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	366,800,000(円)	1 山陰ブランドづくり・戦略策定 60,000,000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 市場別の情報発信・プロモーション 152,600,000円 5 自主事業 26,700,000円 6 管理費(人件費、旅費、事務費等) 60,500,000円 7 予備費 6,000,000円
31年度	154,000,000(円)	1 山陰ブランドづくり・戦略策定 60,000,000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 市場別の情報発信・プロモーション 152,600,000円 5 自主事業 26,700,000円 6 管理費(人件費、旅費、事務費等) 60,500,000円 7 予備費 6,000,000円
32年度	154,000,000(円)	1 山陰ブランドづくり・戦略策定 60,000,000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 市場別の情報発信・プロモーション 152,600,000円 5 自主事業 26,700,000円 6 管理費(人件費、旅費、事務費等) 60,500,000円 7 予備費 6,000,000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

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。

(別添)様式1

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～」

(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	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 観光庁共通旅業調査 (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 旅行業(公)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
		国外	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
リピーター率 旅行業(公)日本交通社	%	国内						

【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】

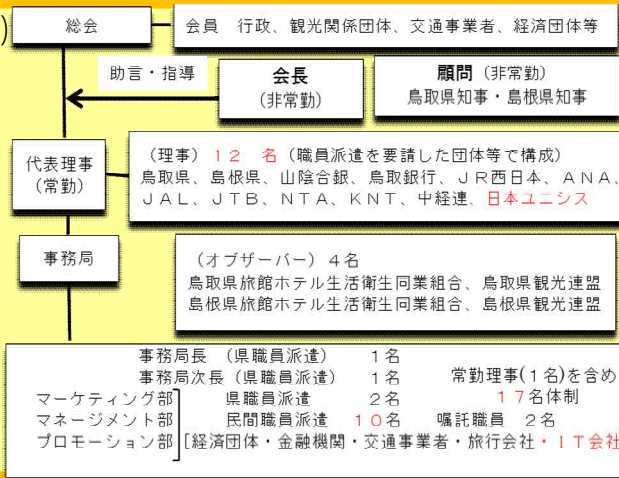
マーケティング部長 中尾 幸広

【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



【調査・マーケティング】

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。

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】

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】

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】

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。