

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和5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	広域連携DMO・ <input type="checkbox"/> 地域連携DMO・ <input type="checkbox"/> 地域DMO	
観光地域づくり法人の名称	(一社) 中海・宍道湖・大山圏域観光局	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	島根県：松江市、出雲市、安来市 鳥取県：米子市、境港市、日吉津村、大山町、南部町、伯耆町、日南町、日野町、江府町	
所在地	島根県松江市	
設立時期	平成31年4月1日	
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	8人【常勤8人（正職員1人・出向等7人）、非常勤0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	(氏名) 坂口 平兵衛 (出身組織名) 米子商工会議所 会頭	中海・宍道湖・大山ブロック経済協議会会長として、観光局に広域観光連携の取組についての助言を行うとともに、地域経済の発展に寄与する活動を幅広く行い、多方面で成果を挙げている。
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	(氏名) 井田 克己「専従」 (出身組織名) 松江市役所	松江市役所で37年間勤務。当DMOの事務局長を3年務めた。観光地域マーケティングについて高い知見と能力を持つ。
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	(氏名) 水 研二「兼任」 (出身組織名) 松江市役所	松江市役所で37年間勤務。持続可能な運営のため、運営収支や財源確保に関する検討を行う。
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	プロモーション責任者 (氏名) 實重 英紀「専従」 (出身組織名) 一畑電鉄(株)	一畑電鉄(株)より出向。 長くプロモーションに係る業務を担い、プロモーションについて高い知見と能力を持つ。

横に「専従」と記入すること		
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	<p>○5市7町村</p> <ul style="list-style-type: none"> ・島根県松江市観光振興課及び国際観光課 ・島根県出雲市観光課 ・島根県安来市観光振興課 ・鳥取県米子市観光課及び文化振興課 ・鳥取県境港市観光振興課 ・鳥取県西部町村会（日吉津村・大山町・南部町・伯耆町・日南町・日野町・江府町） <p>○県</p> <ul style="list-style-type: none"> ・島根県 ・鳥取県 	<p>○5市7町村</p> <ul style="list-style-type: none"> ・受入環境整備等その他事業実施 ・各種調査 等 <p>○県</p> <ul style="list-style-type: none"> ・DMO連携 ・公共交通 ・事業連携 等
連携する事業者名及び役割	<p>（1）責任構成団体（役割：社員、正会員）</p> <p>中海・宍道湖・大山圏域市長会（5市、鳥取県西部町村会で組織。以下「圏域市長会」と表記。）</p> <p>中海・宍道湖・大山ブロック経済協議会（6商工会議所、13商工会で組織。以下「ブロック協」と表記。）</p> <p>中海・宍道湖観光協会会議（5市観光協会で組織。以下「観光協会会議」と表記。）</p> <p>（2）連携団体</p> <p>中国地域観光推進協議会（インバウンド誘致）</p> <p>一般社団法人山陰インバウンド機構（広域連携DMO、インバウンド誘致）</p> <p>公益社団法人島根県観光連盟（国内誘客）</p> <p>大山山麓・日野川流域観光推進協議会（誘客促進、文化財活用）</p> <p>一般社団法人鳥取県西部活性化協会（飲食店の受入環境整備）</p> <p>○宿泊事業者（宿泊、イベント、ガイド）</p> <p>松江しんじ湖温泉組合、松江旅館ホテル組合、玉造温泉旅館協同組合、米子市ホテル旅館組合、皆生温泉旅館組合、出雲旅館組合、平田旅館組合、湯の川温泉旅館組合、大社町旅館組合、出雲ホテル連絡協議会、さぎの湯温泉旅館組合</p> <p>○交通事業者（二次交通、イベント、情報発信）</p> <p>松江市交通局、一畑バス(株)、一畑電車(株)、日本交通(株)、日ノ丸自動車(株)、米子空港サービス(株)、出雲空港ターミナルビル(株)、境港管理組合等</p> <p>○旅行事業者（旅行商品造成・販売、情報発信、人材派遣）</p> <p>(株)一畑トラベルサービス、(一社)Expe、クラブツーリズム(株)等</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>【該当する登録要件】①</p> <p>（概要）本DMOの最終意思決定機関である総会の構成員として、対象区域の5市7町村の圏域市長会、経済団体で組織されるブロック協、観光協会で組織される観光協会会議の3団体の各代表者が参画し、合意形成を図っている。</p> <p>〔参考〕登録要件</p> <p>①行政、経済界、観光協会の実務レベルの代表者で理事会を構成しており、幅広い分野の関係団体の代表者が参画。</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>定期的にセミナーを開催する他、地域住民への啓発を目的として地域のイベントに参加</p> <p>地域住民にアンバサダーになってもらい、本DMOのホームページにてブログを更新してもらおう等の地域の情報発信へ参画してもらっている。</p>	

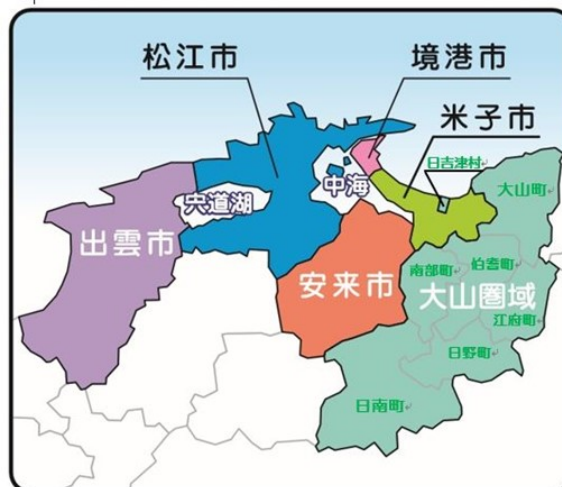
法人のこれまでの活動実績	【活動の概要】	
	事業	実施概要
	情報発信・プロモーション	<p>令和元年度</p> <ul style="list-style-type: none"> 台湾現地観光情報説明会・商談会開催 台湾建国花市出展 上海現地商談会 フランス向け圏域観光動画配信 VISIT JAPAN トラベル&MICE マート (VJTM) 国内セラー出展 <p>令和2年度</p> <ul style="list-style-type: none"> 訪日外国人向けサイト「JAPANKURU」(7言語対応) 動画制作・配信(台湾向け)、記事投稿 <p>令和3年度</p> <ul style="list-style-type: none"> 訪日外国人向けサイト「JAPANKURU」(7言語対応) 記事投稿 台湾向けサイトでのインフルエンサーによる生配信、動画・写真投稿、記事作成 台湾リモート商談会 台湾建国花市出展 <p>令和4年度</p> <ul style="list-style-type: none"> 訪日外国人向けサイト「JAPANKURU」(7言語対応) 記事投稿 中国向けサイトでのインフルエンサーによる生配信 台湾商談会 VISIT JAPAN トラベル&MICE マート (VJTM) 国内セラー出展
	受入環境の整備	<p>令和元年度</p> <ul style="list-style-type: none"> 観光案内所連携強化のための研修実施 <p>令和2年</p> <ul style="list-style-type: none"> 観光案内所連携強化のための研修実施 キャッシュレス化・免税店登録推進のための外国人観光客おもてなし対応セミナーの実施 多言語解説整備支援事業(観光庁) <p>令和3年</p> <ul style="list-style-type: none"> 観光案内所連携強化のための研修実施 クルーズ船の観光関連事業者を招聘したファムツアーの実施とそれに合わせたコンテンツ造成 <p>令和4年度</p> <ul style="list-style-type: none"> 交流促進コンシェルジュ育成研修の実施 長期滞在型旅行商品の造成(テーマ:第2のふるさとを発見ロングステイ型旅行商品) 指差しツールの作成
	観光資源の磨き上げ	<p>令和元年度</p> <ul style="list-style-type: none"> レンタサイクル実証事業(鳥取県と連携) 伝統工芸・窯元コンテンツのブラッシュアップ <p>令和2年度</p> <ul style="list-style-type: none"> グローバルコンテンツ造成事業(中国運輸局連携) クラフトツーリズムコンテンツ造成 <p>令和3年度</p> <ul style="list-style-type: none"> クルーズ船の観光関連事業者を招聘したファムツアーの実施とそれによる観光コンテンツの磨き上げ 温泉宿泊施設を活用した観光商品の造成 <p>令和4年度</p>

	<p>・「山陰の日本一と人の魅力に会う旅」造成・流通環境整備事業</p> <p>・圏域内鉄道会社と連携した Instagram ハッシュタグキャンペーン</p> <p>【定量的な評価】</p> <p>○英語版 SNS リーチ数（月平均） R1：94,830、R2：128,853、R3：206,720、R4：168,350</p> <p>○観光案内所ネットワーク研修会参加者数 R1：32人、R2：32人、R3 未実施</p> <p>○交流促進コンシェルジュ育成研修(R4 年度実施) 参加者数：42人、3回開催累計参加者数：79人</p>
<p>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）。</p>	<p>【実施体制の概要】 （一社）中海・宍道湖・大山圏域観光局が母体となり、メンバーには、圏域市長会、ブロック協、観光協会会議と多様な関係者が参画する官民が密接に連携した運営を実施。</p> <p>【実施体制図】</p> <p>総会</p> <p>社員：中海・宍道湖・大山圏域市長会 中海・宍道湖・大山ブロック経済協議会 中海・宍道湖観光協会会議</p> <p>助言等</p> <p>会長(非常勤)：中海・宍道湖・大山ブロック経済協議会長</p> <p>理事会</p> <p>代表理事（常勤） 理事：各市観光担当部長 中海・宍道湖・大山ブロック経済協議会幹事長及び幹事 中海・宍道湖観光協会会議幹事長 中海・宍道湖・大山圏域市長会事務局長 監事：中海・宍道湖観光協会会議 観光協会事務局長 オブザーバー：鳥取県西部町村会</p> <p>事務局</p> <p>（常勤）事務局長、民間からの出向等職員 3 名、 正規職員 1 名 中海・宍道湖・大山圏域市長会等駐在職員 2 名 （非常勤）アドバイザー</p> <p>協議・連絡調整・事業連携</p> <p>【会議】 中海・宍道湖・大山圏域市長会幹事会 中海・宍道湖・大山ブロック経済協議会幹事会 中海・宍道湖観光協会事務局長会議 中海・宍道湖・大山圏域市長会観光振興課長会 中海・宍道湖・大山ブロック経済協議会担当者会 観光案内所連絡会 ほか</p> <p>【事業連携団体】 クラブツーリズム株式会社</p>

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】

〈島根県〉松江市、出雲市、安来市
 〈鳥取県〉米子市、境港市、
 ※大山圏域7町村（日吉津村・大山町・南部町
 ・伯耆町・日南町・日野町・江府町）
 はオブザーバー参加



【区域設定の考え方】

経済界は、昭和34年から、「中ノ海ブロック経済協議会」を設立、県境意識を排除し産業基盤の整備、観光の振興等を一体となって活動を実施してきた。平成24年に圏域市長会と連動して活動すること及び広域での連携を深めるために「中海・宍道湖・大山ブロック経済協議会」に改組した。

行政は、平成7年に「中海圏域4市連絡協議会」を発足し、圏域の共通課題等について連絡調整を行った。平成19年からは「中海市長会」へ改組、負担金を拠出して観光・産業振興・環境問題等の事業を実施。平成24年に「中海・宍道湖・大山圏域市長会」を設立、平成27年度には「圏域版総合戦略」を策定、圏域版地方創生事業の取組を始めるため、独立した事務局体制を確立し、経済界と連携して広域観光・インバウンド事業の取組を実施。

また、観光資源の面からみても神話や縁結び、茶の湯文化などコンセプトとして共通する点が多く、当該市町村で連携した区域設定とするのが適切。

【観光客の実態等】

過去2年については、新型コロナウイルス感染症の影響によりインバウンドの実績は0となった。ただ、国内に居住する外国人旅行者は少数ながら来訪の実績がある。コロナ禍前は、インバウンドに向けた取組の成果により、平成28年から令和元年まで毎年約30%増と東アジアを中心に右肩上がり伸びていた。距離的に他と比べて近い東アジアは、空路や海路の直行便などの就航もあり、着実に伸びていく要素を持っている。一方、長期滞在をする観光客が欧米豪については、物理的な距離とアクセス環境の悪さから伸び悩んでいる。知名度がまだまだ低いというのが現状であるが、今後、マーケティングによる適したコンテンツ開発及びプロモーションの実施と受入環境の整備により、誘客拡大を図っていく。

【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：出雲神話、出雲神楽、出雲大社、八重垣神社、美保神社、大山、弓ヶ浜、金屋子神社

歴史：国宝松江城、月山富田城、米子城跡、たたら製鉄、清水寺、荒神谷遺跡、妻木晩田遺跡、大山寺、

自然：大山隠岐国立公園、宍道湖、日御碕、島根半島・宍道湖中海ジオパーク

文化：茶道、和菓子、民藝、佐陀神能、安来節（どじょう掬い踊り）、木綿街道、妖怪、怪談

味覚：出雲そば、和菓子、宍道湖しじみ、海産物、薬草、地酒、地ビール

祭等：神在神事、ホーランエンヤ、松江水郷祭、松江城大茶会、月の輪まつり、米子がいな祭、大山たいまつ行列

スポーツ：全日本トライアスロン皆生大会、出雲全日本大学選抜駅伝競走、国宝松江城マラソン、えびす・だいきく100kmマラソン、松江レディースハーフマラソン、スキー、登山、サイクリング、海水浴、島根スサノオマジック、ガイナレ鳥取

観光施設等：古代出雲歴史博物館、湯の川温泉、松江フォーゲルパーク、由志園、玉造温泉、足立美術館、皆生温泉、水木しげるロード、とっとり花回廊

活用方法：観光資源は、コアな層向けにジャンルを絞った商品や新規層獲得のためにいくつかのジャンルを組み合わせることで圏域のことを知ってもらうための商品というように、事業者と協力して磨き上げを行いながら旅行商品造成や観光コンテンツの開発に活用している。旅の個人化が進んでいることから、パンフレットも総合的なものを一つだけ作成し、あとはジャンル別に情報をまとめ発信を行っている。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

地域	出雲地区	玉造温泉	松江しんじ湖温泉	松江駅周辺	鷺の湯温泉	皆生温泉米子地区	境港周辺	大山周辺
自治体	出雲市	松江市	松江市	松江市	安来市	米子市	境港市	大山町他
施設数	82	17	9	26	4	60	5	79
受入人数	5,123	4,799	1,462	4,780	203	7,051	631	4,295

【利便性：区域までの交通、域内交通】

- 航空便** 出雲から東京への定期便が1日5往復（片道85分）
出雲から仙台への定期便が1日1往復（片道95分）
出雲から静岡への定期便が1日1往復（片道75分）
出雲から名古屋への定期便が1日2往復（片道60分）
出雲から大阪への定期便が1日4往復（片道50分）
出雲から福岡への定期便が1日2往復（片道65分）
米子から東京への定期便が1日5～6往復（季節によって変動）（片道80分）
新型コロナウイルスの影響により運休をしているが、コロナ禍となる前は、米子から香港線（週3便）、上海線（週2便）、ソウル線（週6便）の定期便がある。
- 航路便** クルーズ船の寄港が年に数十回あり。令和元年は53回。新型コロナウイルスの影響により、令和2年及び令和3年は計2回の寄港（国内船）。令和4年度は6回寄港（内外国船2隻）。
- 鉄道** 出雲・松江・安来・米子から東京への寝台列車が1日1往復
出雲・松江・安来・米子から山陽方面（岡山）への特急列車が1日12往復
米子から山口方面への特急列車が1日3往復
鳥取方面に特急列車が1日4往復
- 車** 松江自動車道と米子自動車道が中国自動車道に連結
山陰自動車道により圏域周遊や鳥取方面石見方面からのアクセスが可能
- 高速バス** 出雲・松江から神戸大阪行き高速バスが1日8往復
出雲から広島行き高速バスが1日6往復
出雲・松江・米子から岡山行き高速バスが1日5往復
松江から広島行き高速バスが1日10往復
出雲・松江・米子から東京行き高速バスが1日2往復（内1往復は米子経由なし）
出雲・松江・米子から名古屋行き高速バスが1日1往復
出雲・松江から大阪・京都行き高速バスが1日6往復
出雲・松江・米子から神戸行き高速バスが1日2往復
出雲・松江・米子から福岡行き高速バスが1日1往復
米子から神戸大阪行き高速バスが1日9往復
米子から京都行き高速バスが1日2往復
米子から広島行き高速バスが1日4往復

【外国人観光客への対応】

公共施設、観光地、宿泊施設での多言語表記や無料公衆無線LANの設置は、国や県の支援で少しずつ整備しており、本DMOでも多言語翻訳の支援やピクトグラム化の支援を行った。また、研修会を開催し指差し会話によるコミュニケーションシートの配布を行った他、着地型の外国語版パンフレットを作成し配布している。旅行商品造成やコンテンツの開発時には、それに対応した指差しツールを作成し問題なく対応できるよう整備している。

中国運輸局と連携した「訪日グローバルキャンペーン等に対応したコンテンツ造成事業」で滞在型のインバウンド向けコンテンツの造成をはじめ、観光庁の「広域周遊観光促進のための観光地域支援事業」を活用して外国人向けの旅行商品やコンテンツの開発を進めている。

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。	観光庁及び島根県、鳥取県で収集しているデータを活用して実施。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	観光庁及び島根県、国で収集しているデータを活用して実施。
来訪者満足度	来訪者の満足（不満足）に繋がっている要因を分析し、戦略立案に繋げるため。	島根県及び鳥取県、日本交通公社で収集しているデータを活用して実施。
リピーター率	リピーター顧客の動向を把握し、戦略立案に繋げるため。	島根県及び鳥取県で収集しているデータを活用して実施。
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。	自HPのWEB解析により実施。
センサー設置地点への来訪者数	圏域内でのスポット状況を把握し、旅行商品造成等に活かすため。	BIPROGY(株)のシステムを実証実験により活用中。

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

当圏域では、少子高齢化とそれに伴う人口減少が他地域と比べても急速に進んでいる。その結果、観光産業のみならず、あらゆる分野で担い手不足が発生しており、さらに長いコロナ禍の影響もあって事業所数、従業員数はともに減少傾向にある。こうした地域の課題に対し、観光地域づくり法人（DMO）を中心として既存の観光資源を活用した観光地域づくりを図り、新たな雇用の創出や担い手不足の解消、交流人口の増加につなげることで、伝統文化の維持・継承、地域経済の循環を図る。

昨今は、コロナ禍の影響を観光業は特に大きく受けたが、逆に日本の文化はこの期間にその価値が国内外に改めて認められ始めている。この地域には、民藝や茶の湯文化をはじめ、神話にも描かれる古くから続く伝統行事や文化等も残っている。活動が制限される中で、絶やさないよう地域が一体となって保存継承する動きもある。

まだまだコロナ禍の影響を受け問題も山積しているが、持続可能を第一義に着実な観光地域づくりを推進していく。

(2) 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"> ・出雲神話や縁結びなどの古くから語り継がれ、景観や温泉地、山、海など関連した自然の観光資源が豊富にある。 ・国宝松江城、月山富田城、米子城址ほか、歴史的につながりも強い城址が残存している。 ・出雲大社をはじめ、米国の日本庭園専門誌で20年連続日本一に選ばれている足立美術館、水木しげるロードなどの優れた観光地を有している。 ・境港には大型国際貨客船にも対応したターミナルがあり、圏域内に2か所（境港市、出雲市）の飛行場を有している。 ・松平不昧公が広めた茶の湯文化や民藝の文化が、日常生活に溶け込んで長く親しまれ、他の地域にない文化が根付いている。 ・ラムサール条約登録湿地（中海・央道湖）や大山隠岐国立公園を有し、ネイチャーツーリズム、マリンスポーツやサイクリング、冬のスキーなどの地形等を活かしたスポーツ・ツーリズムの環境が整っている。 	<p>弱み (Weaknesses)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・外国だけでなく、国内でも知名度が低く豊富な観光資源の多くが知られていない。 ・欧米豪からの空の直行便がないことから、必ず主要都市を経由しなければならないため、誘客に大きなハードルがある。 ・交通インフラの利便性が低く、公共交通機関のみを利用して圏域内の観光地間の移動をする場合は、複雑かつ時間を要する。 ・観光スポット間の移動には、車が必要な場合も多く、圏域内周遊のハードルとなっている。 ・境港という外国船も多く寄港する港を有しているが、港から圏域内周遊観光をするための2次交通の整備が不足している。 ・電子決済や免税店登録などの対応を行っている観光事業者が少なく、外国人の受入環境整備が整っていない。 ・少子高齢化とそれにとまなう人口減少から労働力が不足し、特に観光関連事業者は後継者や担い手の不足が加速的に進んでいる。
外部環境	<p>機会 (Opportunity)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・首都圏や関西圏、広島・岡山からのアクセス方法は多い。 ・令和5年3月末から外国船の寄港が再開し、R5年度はすでに20隻以上の予約が入り、随時寄港している。 ・コロナ禍前は圏域内にある米子鬼太郎空港に東アジアからの直行便（香港・上海・ソウル）があり、現在はチャーター便が運行、今後の再開が期待される。 ・訪日外国人のFIT化に伴い、来訪エリアが多様化しており、コロナ禍前も来訪者数は右肩上がり伸びていたことから、今後も期待できる。 ・山陰インド協会を中心とする人的交流が続いていることから、今後新規開拓市場として期待できる。 ・令和4年10月に、圏域市長会が台北市（台湾）と連携協定を結び連携を強めていることから、さらなる交流強化が期待できる。 	<p>脅威 (Threat)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国際的な政治環境により、国家間の影響が波及する恐れがある。特に島根県にある竹島などの問題から韓国は影響を受けやすく、ロシアも境港からの航路が確立されているが、現在大きな影響を受けている。 ・現在は円安だが、円高になるとアクセスの悪さから交通費のコストが増すことから、さらに来訪しにくい原因となる恐れがある。 ・新型コロナウイルス感染症のような、感染症の流行。

※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

- ・アクセスの良い台湾、香港、韓国、上海、ロシア、シンガポール、インドなどの東アジア
- ・欧米豪の地域の歴史や文化、自然に関心が高い層
- ・国内では、近県となる中四国及び、人口集積地である都市圏（首都圏、関西圏、中京圏）

○選定の理由

- ・コロナ禍前は、アクセスの良い東アジアからのインバウンドは右肩上がりでも来訪が増加しており、今後も拡大傾向にあるため。
- ・アクセスが良くない欧米豪については、当圏域のもつ歴史的かつ文化的な観光資源に関心のある層が多いことから、認知度の向上により集客を期待できるため。
- ・国内については、知名度が低いことからまだまだ市場として大きな力を持っているため。

○取組方針

- ・海外プロモーションを中心に行う山陰インバウンド機構と連携し、本DMOは特に外国人観光客の受入環境整備を推進する。
- ・定性データの収集を行い、分析結果に基づいてターゲット層により訴求するコンテンツ、旅行商品の開発・磨き上げを行う。
- ・個人旅行を意識した圏域周遊を助けるコンテンツの充実を図る。
- ・地域全体の向上のため、旅行商品の造成やコンテンツ開発の際に物産振興を意識する他、現地商談会などの圏域内事業者の販路拡大などにも取り組む。
- ・国内に向けては、一度来たことがある人にも再度来てもらえるよう、また趣味趣向が多様化していることから新規ファンの獲得や圏域内周遊の促進も狙い、よりローカルな地域情報を発信していく。

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	<p>「神話の国：知られぬ日本の面影 山陰」(Load of mythology : Glimpses of Unfamiliar Japan)</p> <p>基本的には、山陰インバウンド機構のコンセプトである「縁の道～山陰～」に合わせて、さらにその中でも当圏域の特色を追加して推進する。</p>
②コンセプトの考え方	<p>当圏域を含む広域連携DMOの山陰インバウンド機構が掲げるコンセプト「縁の道～山陰～」にもある「神話」、「伝説」をテーマに、山陰の「自然」「歴史」「文化」の魅力を発信していくという方針は共通とし、圏域に数多く残る神話や伝説にまつわるスポットをキーに推進する。</p> <p>また、歴史的スポットだけでなく、圏域の強みである民藝や茶の湯文化などの地域に親しまれ、今なお生活に根づくこの地域ならではの多くの文化を観光資源として磨き上げ、地域全体で観光地域づくりを推進していく機運の醸成をしていく。</p> <p>外国にはない独特の歴史や伝統、文化は、日本国内でも他の地域とは異なる歴史、文化であることから、唯一無二の地域として国内外の特にこの地域の特色に興味関心の高い層へPRしていく。</p> <p>①観光客には文化と出会いを。地域には地域に残る文化を守り継承していくことで、他にない特色ある地域づくりを目指す。</p> <p>②観光客には人との出会いを。地域には伝統に誇りを持ち、地域に愛着を持つ人を増やし、後継者の発掘、育成を目指す。</p> <p>③観光客には、文化や人との出会いから縁をつないで何度も訪れたいくなるふるさとのような地域を。地域には、外部の人との交流から地域資源の保存、活用、発展につなげ持続可能な地域づくりを目指す。</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。	理事会、観光振興担当課長会、観光協会事務局長会議、中海・宍道湖・大山ブロック協議会担当者との連絡会議、 本DMOの理事会や、会員である行政・経済界・観光協会の実務者レベルの会議を年4回程度開催し、戦略に基づく事業等の実施について説明・報告・評価・修正等を行っている。 活動の意義・内容・成果、KPIの達成状況や前年度事業報告、今年度事業計画及び事業の進捗状況等を地域の関係者に説明を行っている。
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	圏域内21ヶ所の観光案内所のネットワーク化に取り組んでおり、圏域全体の観光情報をワンストップで案内できる仕組みを構築するとともに、コンシェルジュ研修などの研修等を通じて案内所職員のスキルアップを行い、観光客へのサービス向上を図っている。 免税店登録拡大を目的とした外国人観光客のおもてなし対応セミナーや観光庁の「多言語解説整備支援事業」を活用し圏域内40ヶ所の観光スポット等について、英文翻訳を行い各種媒体での活用を図っている。 外部アドバイザーを設置し、国内外の観光商品開発、流通、販売、受入環境の整備推進にあたり必要な相談及び助言、指導、評価をしてもらっている。
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	令和2年から4回Instagramでのハッシュタグキャンペーンを実施し、受賞作品を活用して周遊ルート提案するコンテンツを導入した。さらに、キャンペーン応募者の中から複数人のアンバサダーを任命し、本DMOのホームページで掲載するブログ記事の作成や、各自のアカウントを活用してプロモーションに協力してもらっている。 観光案内所と連携し、情報を共有、各案内所で相互に情報発信を行っている。 インバウンド向けのプロモーション事業は、年度ごとに他の事業内容に合わせて効率性を高めて実施している。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

6. KPI（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KPI

指標項目		2020	2021	2022	2023	2024	2025
		(R2) 年度	(R3) 年度	(R4) 年度	(R5) 年度	(R6) 年度	(R7) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	108,500 ()	110,500 ()	112,400 ()	114,300 ()	116,300 ()	118,200 ()
	実績	61,905 ()	96,443 ()	119,148 ()			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	4,170 (200)	4,210 (250)	4,250 (300)	4,290 (350)	4,340 (400)	4,840 (450)
	実績	2,654 (14)	2,819 (8)	3,125 (未公表)			
●来訪者満足度 (%)	目標	77.5 ()	78.0 ()	78.5 ()	79.0 ()	79.5 ()	80.0 ()
	実績	63.8 ()	69.1 ()	未公表 ()			
●リピーター率 (%)	目標	71.5 ()	72.0 ()	72.5 ()	73.0 ()	73.5 ()	74.0 ()
	実績	73.6 ()	76.7 ()	未公表 ()			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

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】

圏域の5市を中心に、島根県及び鳥取県のほか、両県を対象エリアとする山陰インバウンド機構等の関係機関と連携して事業を進めるため、各団体の目標数値を参考する他、平成31年3月に(一社)中国経済連合会が発表した圏域の分析結果において、島根県及び鳥取県のGDP総生産の54%を当圏域が占めていることを根拠として、島根県観光動態調査及び鳥取県観光入込動態調査の結果等に基づき分析及び目標を設定する。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

目標値は、平成27年度に策定された圏域市長会の総合戦略のKPIの目標値に合わせている。実績は、島根県及び鳥取県のGDP総生産の合計の54%を当圏域が占めていることから、観光庁の「旅行・観光消費動向調査」の島根県及び鳥取県の消費額の総額の2分の1を計上する。

●延べ宿泊者数

目標値は、平成27年度に策定された圏域市長会の総合戦略のKPIの目標値に合わせ、コロナ禍前の平均伸び率約1%を最低限の維持とする。

●来訪者満足度

目標値は、毎年0.5%増を見込んだ数値とする。当圏域は広く、両県の旅行者で当圏域を訪問せずに旅行を終えるケースの割合が少ないことが想定されるため、日本交通公社JTBF旅行実態調査「旅行先(都道府県別)満足度」中、島根県及び鳥取県の「大変満足」「満足」の数値の平均値を実績とする。

●リピーター率

目標値は、新規来訪者の獲得も重要であることから、75%を上限とし毎年0.5%増を見込んだ数値とする。実績は、島根県観光動態調査及び鳥取県観光入込動態調査より算出。

(2) その他の目標

指標項目		2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度
●観光入込客数 (千人)	目標	32,600 ()	33,200 ()	33,800 ()	34,400 ()	35,000 ()	35,600 ()
	実績	17,078 ()	16,543 ()	()			

※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】

圏域市長会の総合戦略及び圏域5市の総合戦略との整合性を図るため、必須KPIに加え当局独自の目標として設定する。

【設定にあたっての考え方】

●観光入込客数

目標値は、島根創生計画及び鳥取県令和新时代創生戦略のKPI目標値に基づき設定。

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)
2020(R2) 年度	73,119,771 (円)	【圏域市長会からの負担金】59,976,000(円) 【経済団体等からの会費】6,840,000(円) 【翻訳業務委託料】940,237(円) 【繰越金】5,363,534(円)
2021(R3) 年度	77,708,209 (円)	【圏域市長会からの負担金】57,385,000(円) 【経済団体等からの会費】6,840,000(円) 【国からの補助金】5,479,550(円) 【委託料返還金】1,864,757(円) 【繰越金】6,138,902(円)
2022(R4) 年度	72,564,639 (円)	【圏域市長会からの負担金】45,110,000(円) 【経済団体等からの会費】6,840,000(円) 【国からの補助金】13,768,650(円) 【繰越金】6,845,989(円)

2023 (R5) 年度	80,750,409 (円)	【圏域市長会からの負担金】 44,979,000 (円) 【経済団体等からの会費】 6,840,000 (円) 【国からの補助金】 17,230,000 (円) 【繰越金】 11,700,409 (円)
2024 (R6) 年度	80,000,000 (円)	【圏域市長会からの負担金】 50,000,000 (円) 【経済団体等からの会費】 6,840,000 (円) 【国からの補助金】 18,000,000 (円) 【繰越金】 5,160,000 (円)
2025 (R7) 年度	80,000,000 (円)	【圏域市長会からの負担金】 50,000,000 (円) 【経済団体等からの会費】 6,840,000 (円) 【国からの補助金】 18,000,000 (円) 【繰越金】 5,160,000 (円)

(2) 支出

年(年度)	総支出	内訳(具体的に記入すること)
2020 (R2) 年度	66,980,869 (円)	【外国人誘客対策事業】 15,261,000 (円) 【国内誘客対策事業】 38,144,966 (円) 【圏域観光の魅力アップ事業】 9,831,083 (円) 【一般管理費】 3,743,820 (円)
2021 (R3) 年度	70,862,442 (円)	【外国人誘客対策事業】 13,070,043 (円) 【国内誘客対策事業】 35,652,300 (円) 【圏域観光の魅力アップ事業】 17,725,611 (円) 【一般管理費】 4,414,488 (円)
2022 (R4) 年度	60,864,230 (円)	【外国人誘客対策事業】 20,181,817 (円) 【国内誘客対策事業】 22,769,887 (円) 【圏域観光の魅力アップ事業】 11,097,385 (円) 【一般管理費】 6,815,141 (円)
2023 (R5) 年度	80,750,409 (円)	【外国人誘客対策事業】 29,739,000 (円) 【国内誘客対策事業】 18,900,000 (円) 【圏域観光の魅力アップ事業】 22,090,000 (円) 【一般管理費】 10,021,409 (円)
2024 (R6) 年度	80,000,000 (円)	【外国人誘客対策事業】 30,000,000 (円) 【国内誘客対策事業】 20,000,000 (円) 【圏域観光の魅力アップ事業】 23,000,000 (円) 【一般管理費】 7,000,000 (円)
2025 (R7) 年度	80,000,000 (円)	【外国人誘客対策事業】 30,000,000 (円) 【国内誘客対策事業】 20,000,000 (円) 【圏域観光の魅力アップ事業】 23,000,000 (円) 【一般管理費】 7,000,000 (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

市長会の総合戦略に掲げられている事業の協定に基づき、確実に事業を実施することで、毎年度、各市及び経済団体等からの負担金及び会費に基づく運営資金を確保するとともに、国庫補助や交付金など有利な財源確保に努める。

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

本DMOの設立にあたっては、圏域内各市町村で構成する圏域市長会総会で設立が議決され地域連携DMOとして登録申請した。

広域連携DMOである山陰インバウンド機構や島根県、鳥取県、両県にある地域連携又は地域DMOらと連携調整しながら事業を実施しており、当圏域における観光地域づくりの司令塔としての役割が求められている。

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	田川 啓子
担当部署名（役職）	企画員
郵便番号	699-0292
所在地	島根県松江市玉湯町湯町 1793
電話番号（直通）	0852-55-5057
F A X 番号	0852-62-9102
E - m a i l	mannaka-dmo@nakaumi.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	島根県松江市
担当者氏名	吉田 直人
担当部署名（役職）	観光部 観光振興課（主事）
郵便番号	690-8540
所在地	島根県松江市末次町 86
電話番号（直通）	0852-55-5214
F A X 番号	0852-55-5634
E - m a i l	kankou@city.matsue.lg.jp

都道府県・市町村名	島根県出雲市
担当者氏名	清水 あゆこ
担当部署名（役職）	観光交流部 インバウンド推進課（課長補佐）
郵便番号	693-8530
所在地	島根県出雲市今市町 70
電話番号（直通）	0853-21-6801
F A X 番号	0853-21-6585
E - m a i l	inbound@city.izumo.shimane.jp

都道府県・市町村名	島根県安来市
担当者氏名	福島 直人
担当部署名（役職）	政策推進部観光振興課（係長）
便番号	692-8686
所在地	島根県安来市安来町 878-2
電話番号（直通）	0854-23-3110
F A X 番号	0854-23-3061
E - m a i l	kankou@city.yasugi.shimane.jp

都道府県・市町村名	鳥取県米子市
担当者氏名	黒見 亮太
担当部署名（役職）	経済部文化観光局観光課（主事）
郵便番号	683-8686
所在地	鳥取県米子市東町 161-2
電話番号（直通）	0859-23-5211
F A X 番号	0859-23-5598
E - m a i l	kankou@city.yonago.lg.jp

都道府県・市町村名	鳥取県境港市
担当者氏名	米村 正之
担当部署名（役職）	産業部観光振興課（観光振興係長）
郵便番号	684-8501
所在地	鳥取県境港市上道町 3000
電話番号（直通）	0859-47-1068
F A X 番号	0859-44-7957
E - m a i l	kankou@city.sakaiminato.lg.jp

都道府県・市町村名	鳥取県西伯郡日吉津村
担当者氏名	松田 健
担当部署名（役職）	総合政策課（主任）
郵便番号	689-3553
所在地	鳥取県西伯郡日吉津村大字日吉津 872-15
電話番号（直通）	0859-27-5954
F A X 番号	0859-27-0903
E - m a i l	sougouseisaku@vill.hiezu.lg.jp

都道府県・市町村名	鳥取県西伯郡大山町
担当者氏名	門脇 稔
担当部署名（役職）	観光課 DMO 準備室（室長）
郵便番号	689-3332
所在地	鳥取県西伯郡大山町末長 500
電話番号（直通）	0859-53-3110
F A X 番号	0859-53-3163
E - m a i l	kankou@daisen.jp

都道府県・市町村名	鳥取県西伯郡南部町
担当者氏名	古曳 泰章
担当部署名（役職）	企画政策課企画戦略室（主任）
郵便番号	683-0351
所在地	鳥取県西伯郡南部町法勝寺 377-1
電話番号（直通）	0859-66-3113
F A X 番号	0859-66-4426
E - m a i l	kibiki.y@town.nanbu.tottori.jp

都道府県・市町村名	鳥取県西伯郡伯耆町
担当者氏名	野坂 博文
担当部署名（役職）	産業課商工観光室（行政専門員）
郵便番号	689-4133
所在地	鳥取県西伯郡伯耆町吉長 37-3
電話番号（直通）	0859-68-4211
F A X 番号	2859-68-3866
E - m a i l	cis@houki-town.jp

都道府県・市町村名	鳥取県日野郡日南町
担当者氏名	榎尾 公宏
担当部署名（役職）	企画課（室長）
郵便番号	689-5292
所在地	鳥取県日野郡日南町霞 800
電話番号（直通）	0859-82-1115
F A X 番号	0859-82-1478
E - m a i l	s0200@town.nichinan.lg.jp

都道府県・市町村名	鳥取県日野郡日野町
担当者氏名	入澤 真人
担当部署名（役職）	産業振興課（課長補佐）
郵便番号	689-4503
所在地	鳥取県日野郡日野町根雨 101
電話番号（直通）	0859-72-2101
F A X 番号	0859-72-1484
E - m a i l	irizawa@town.hino.tottori.jp

都道府県・市町村名	鳥取県日野郡江府町
担当者氏名	中野 辰彦
担当部署名（役職）	総務課 奥大山振興室（主任）
郵便番号	689-4401
所在地	鳥取県日野郡江府町大字江尾 1717-1
電話番号（直通）	0859-75-2211
F A X 番号	0859-75-2389
E - m a i l	t.nakano@town-kofu.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】

島根県 松江市、出雲市、安来市
鳥取県 米子市、境港市、日吉津村、大山町、南部町、伯耆町、日南町、日野町、江府町

【設立時期】平成31年4月1日

【設立経緯】区域に観光協会があるが、役割分担等をした上でDMO新設

【代表者】井田 克己

【マーケティング責任者(CMO)】井田 克己

【財務責任者(CFO)】水 研二

【職員数】8人(常勤8人(正職員1人、出向等7人))

【主な収入】負担金45百万円、会費6百万円、補助金15百万円
(R4年度決算)

【総支出】事業費 66百万円、一般管理費 8百万円(R4年度決算)

【連携する主な事業者】

行政:中海・宍道湖・大山圏域市長会
経済界:中海・宍道湖・大山圏域ブロック経済協議会
観光協会:中海・宍道湖観光協会会議

KPI(実績・目標)

記入日: 令和5年7月26日

※()内は外国人に関するもの。

項目		2020 (R2)年	2021 (R3)年	2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年
旅行消費額 (百万円)	目標	108,500 ()	110,500 ()	112,400 ()	114,300 ()	116,300 ()	118,200 ()
	実績	61,905 ()	96,443 ()	119,148 ()	—	—	—
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	4,170 (200)	4,210 (250)	4,250 (300)	4,290 (350)	4,340 (400)	4,840 (450)
	実績	2,654 (14)	2,819 (8)	3,125 (未公表)	—	—	—
来訪者 満足度 (%)	目標	77.5 ()	78.0 ()	78.5 ()	79.0 ()	79.5 ()	80.0 ()
	実績	80.8 ()	63.8 ()	未公表 ()	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	71.5 ()	72.0 ()	72.5 ()	73.0 ()	73.5 ()	74.0 ()
	実績	73.6 ()	76.7 ()	未公表 ()	—	—	—

戦略

【主なターゲット】

- ・アクセスの良い台湾、上海、韓国等の東アジア
 - ・欧米豪の歴史や文化、自然に関心が高い層
 - ・国内では中四国及び人口集積地の都市圏
- 【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
- ・ターゲットに合わせた圏域周遊を促進する旅行商品及び観光コンテンツの充実
 - ・広域連携DMOと連携したプロモーション及び外国人観光客受入環境整備

【観光地域づくりのコンセプト】

「神話の国:知られぬ日本の面影 山陰」(Load of mythology : Glimpses of Unfamiliar Japan)

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

- ・レンタサイクル実証事業
- ・伝統工芸・窯元コンテンツ造成
- ・クラフトツーリズムコンテンツ造成
- ・住民参加型キャンペーンの実施

【受入環境整備】

- ・観光コンテンツの企画開発、造成
- ・観光案内所ネットワーク化事業
- ・セミナーの実施
- ・多言語解説整備支援事業
- ・指差しツールの作成
- ・長期滞在型旅行商品の造成

【情報発信・プロモーション】

- ・訪日外国人向け多言語サイトでの記事作成・配信
- ・外国での現地商談会
- ・ターゲット国向け動画配信・生配信
- ・英語版Facebook、Instagramの更新や、英語版サイトの拡充
- ・地域住民によるホームページ(国内向け)のブログ更新

【その他】

- ・境港でのクルーズ船寄港時の岸壁における観光案内、交流イベントの実施

