

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和 7 年 7 月 1 8 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・地域連携DMO・ <u>地域DMO</u>	
観光地域づくり法人の名称	一般社団法人大山観光局	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	鳥取県西伯郡大山町	
所在地	鳥取県西伯郡大山町	
設立時期	平成 2 3 年 1 0 月 3 日	
事業年度	4 月 1 日から翌年 3 月 3 1 日までの 1 年間	
職員数	18 人【常勤 12 人（正職員 9 人・出向等 3 人）、非常勤 6 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） 足立 敏雄 （出身組織名） 大山館	任意団体であった「大山町観光協会」の頃から長年会長職を務め、平成 23 年 10 月には組織強化と新たな取組に向け「大山観光局」として一般社団法人化を成し遂げ、現在まで代表理事を務め、地域内外の様々なパイプ役となっている。 また平成 25 年に実施されたエコツーリズム国際大会 2013in 鳥取や、平成 30 年に実施された大山開山 1300 年祭では地域の中心的役割を担いイベントの成功に向け尽力した。
事務局	（氏名） 事務局長 車 浩一「専従」	（一社）大山観光局で 8 年間勤務。地域資源を活用した旅行商品開発、ツアー造成に関して高い知見と能力を持つ。
	（氏名） 事務局次長 山崎 栄一「専従」 （出身組織名） 大山町	大山町より派遣。 大山町役場で 33 年間勤務。観光行政に通算 8 年間従事し、平成 25 年に実施されたエコツーリズム国際大会 2013in 鳥取、大山開山 1300 年祭、日本遺産大山山麓魅力発信推進協議会などの事務局を担いイベント等の成功に向け尽力した。豊富な経験を活かし関係機関の合意形成に取り組む。
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	（氏名） 門脇 拓哉「専従」 （出身組織名） 大山町	大山町より出向。 大山町役場で 8 年間勤務。大山町の観光振興強化に向けた大山観光局の高度化について当初から従事し、データ収集および分析を行う。

マーケティング・オフィサー		
財務責任者 (CFO: チーフ・フィナンシャル・オフィサー)	(氏名) 門脇 稔「専従」 (出身組織名) 大山町	大山町より出向。 大山町役場で24年間勤務。観光行政に通算6年間従事し、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。
公益事業部責任者	(氏名) 門脇 拓哉「専従」 (出身組織名) 大山町	同上 大山町より出向。 大山町役場で8年間勤務。大山町の観光振興強化に向けた大山観光局の高度化について当初から従事し、データ収集および分析を行う。
ファイナンス部責任者	(氏名) 門脇 稔「専従」 (出身組織名) 大山町	同上 大山町役場で24年間勤務。観光行政に通算6年間従事し、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。
指定管理事業部責任者	(氏名) 事務局次長 山崎 栄一「専従」 (出身組織名) 大山町	大山町より派遣。 大山町役場で33年間勤務。観光行政に通算8年間従事し、平成25年に実施されたエコツーリズム国際大会2013in鳥取、大山開山1300年祭、日本遺産大山山麓魅力発信推進協議会などの事務局を担いイベント等の成功に向け尽力した。豊富な経験を活かし関係機関の合意形成に取り組む。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	【大山町】 商工観光課（行政間連携、事業者支援、自然公園法関係、文化財の活用等） 農林水産課（農林水産物を活用した商品の販売・促進等） まちづくり課（公共交通、地域自主組織との連携に関すること）	
連携する事業者名及び役割	●大山町観光協会 合併以前の旧町ごとにある各観光協会支部の総括、連携事業の展開。 ●大山旅館組合 大山寺エリアにおける宿泊事業者等の総括、事業展開等 ●大山自治会 宿泊事業者が密集する大山寺エリアにおける合意形成など ●（一社）山陰インバウンド機構（広域連携DMO） インバウンド市場開拓、情報発信、受入環境整備、事業者支援等 ●（一社）中海・宍道湖・大山観光局（地域連携DMO） 鳥取西部・鳥根東部広域連携、情報発信等 ●（一財）大山恵みの里公社 商品造成、事業者連携促進等 ●大山町商工会 事業者支援、事業者連携促進等 ●株式会社鳥取銀行 事業者支援、コンサルティング ●鳥取西部農業協同組合 町内農産物利用促進、事業者支援 ●日本交通株式会社	

	地域公共交通、受入環境整備等						
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	【該当する登録要件】② (概要) 社員及び理事は、大山町内外の様々な産業、行政等幅広い分野の関係者(正会員 58 会員、準会員 20 会員)で構成されている。社員総会は年 1 回、理事会は毎月開催し緊密な連携を図っている。 また、大山観光局が事務局として中心的な役割を担い大山町観光協会を組織。旧 3 町にある大山支部、名和支部、中山支部と大山観光局で構成され、各支部は地域事業者や地域住民が会員となっており、地域でのイベント運営や受入れ環境整備活動を行うことで地域住民の観光地域づくりへの参画促進に寄与している。						
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	観光サイト「鳥取大山観光ガイド」にて、観光客向けだけでなく町民に向けても町内のイベント情報や、グルメ、桜や紅葉の情報などを発信。そのほか「大山町ガイドボランティアの会」の事務局を運営。ガイドボランティアの研修会等を実施し、町民の観光地域づくりへの参画を促進しシビックプライドの醸成に寄与している。						
法人のこれまでの活動実績	【活動の概要】 <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> 【大山町の HP の観光部門との一元化】 観光案内所運営業務としての HP 運営を町の観光部門の HP と一元化することで、情報を集約し発信力を強化。 【多言語解説ウェブページ整備業務】 管理運営する「鳥取大山観光ガイド」の英語サイトを充実させインバウンド向けの発信力を強化。 【観光 PR ポスター作製】 大山の PR ポスターを作製。町内外の施設への配架し、イベントなどでも掲示。 【商談会への参加】 毎年春秋に実施される関西エリア、中国エリアでの商談会を中心に、富裕層向け商談会(東京など)や香港、上海、韓国といった地元米子空港からの直行便のあるエリアでの商談会のみならず、ベトナムといった東南アジアでの商談会にも参加。 【その他】 ・ SNS (X、Facebook、Instagram) を活用した情報発信 ・ 動画作成による大山のアクティビティなどの情報発信(国内、国外ともに) </td></tr> <tr> <td>受入環境の整備</td><td> 【観光案内所運営業務(町)】 町が設置する大山寺地区の入り口にある観光案内所の管理運営。各宿泊施設への配宿、レンタサイクル業務、登山用品レンタル業務。地元限定のお土産としてオリジナル T シャツなどの物販、登山客への登頂証の販売。 </td></tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	情報発信・プロモーション	【大山町の HP の観光部門との一元化】 観光案内所運営業務としての HP 運営を町の観光部門の HP と一元化することで、情報を集約し発信力を強化。 【多言語解説ウェブページ整備業務】 管理運営する「鳥取大山観光ガイド」の英語サイトを充実させインバウンド向けの発信力を強化。 【観光 PR ポスター作製】 大山の PR ポスターを作製。町内外の施設への配架し、イベントなどでも掲示。 【商談会への参加】 毎年春秋に実施される関西エリア、中国エリアでの商談会を中心に、富裕層向け商談会(東京など)や香港、上海、韓国といった地元米子空港からの直行便のあるエリアでの商談会のみならず、ベトナムといった東南アジアでの商談会にも参加。 【その他】 ・ SNS (X、Facebook、Instagram) を活用した情報発信 ・ 動画作成による大山のアクティビティなどの情報発信(国内、国外ともに)	受入環境の整備	【観光案内所運営業務(町)】 町が設置する大山寺地区の入り口にある観光案内所の管理運営。各宿泊施設への配宿、レンタサイクル業務、登山用品レンタル業務。地元限定のお土産としてオリジナル T シャツなどの物販、登山客への登頂証の販売。
事業	実施概要						
情報発信・プロモーション	【大山町の HP の観光部門との一元化】 観光案内所運営業務としての HP 運営を町の観光部門の HP と一元化することで、情報を集約し発信力を強化。 【多言語解説ウェブページ整備業務】 管理運営する「鳥取大山観光ガイド」の英語サイトを充実させインバウンド向けの発信力を強化。 【観光 PR ポスター作製】 大山の PR ポスターを作製。町内外の施設への配架し、イベントなどでも掲示。 【商談会への参加】 毎年春秋に実施される関西エリア、中国エリアでの商談会を中心に、富裕層向け商談会(東京など)や香港、上海、韓国といった地元米子空港からの直行便のあるエリアでの商談会のみならず、ベトナムといった東南アジアでの商談会にも参加。 【その他】 ・ SNS (X、Facebook、Instagram) を活用した情報発信 ・ 動画作成による大山のアクティビティなどの情報発信(国内、国外ともに)						
受入環境の整備	【観光案内所運営業務(町)】 町が設置する大山寺地区の入り口にある観光案内所の管理運営。各宿泊施設への配宿、レンタサイクル業務、登山用品レンタル業務。地元限定のお土産としてオリジナル T シャツなどの物販、登山客への登頂証の販売。						

		【南光河原駐車場指定管理業務（町）】 登山道入口に隣接する駐車場の管理運営（主に登山客向け）。 【博労座駐車場指定管理業務（県）】 大山寺地区において最も大規模な駐車場の管理運営。（参詣客、スキー客、宿泊客向け） 【大山スポーツ公園指定管理業務（町）】 大山町総合体育館および運動場の管理運営。主に夏季の合宿による宿泊需要が高まる時期の受入れ環境を整備。 【大山自然歴史館指定管理業務（県）】 大山寺地区にある大山自然歴史館の管理運営。大山特有の動植物についての展示や、フィールドワークの開催、近年では日本遺産に関する展示やイベントを行っている。	
	観光資源の磨き上げ	（１） ツアー・旅行商品造成 【大山ブナの森ウォーク】 大山の自然・歴史・文化を伝えるトレッキングツアー。 【サイクリングツアー】 大山の魅力を五感で感じるための電動アシスト自転車によるサイクリングツアー。 【星空で遊ぶツアー】 星取県とも呼ばれる鳥取県の美しい星空と闇夜にそびえる大山を背景に、プロカメラマンに記念写真を撮影してもらうツアー。 【スノーシューツアー】 スキースノーボード以外で大山の冬を満喫できるツアー。 【シャワークライミング】 大山から流れる清流での沢登り体験と地元食材を堪能するBBQ ツアー。 上記ツアーを着地型商品として販売（第２種旅行業） 地域のガイドと連携しブラッシュアップ （２） イベント運営 各種イベントを実行委員会の事務局として企画・運営 ・大山夏山開き祭&前夜祭（たいまつ行列） ・お盆の大献灯 ・和傘灯り ・大山秋色週間	
		【定量的な評価】	

	R6	R5	R4	R3	R2
観光入込客数	868 千人	857 千人	847 千人	700 千人	669 千人
延宿泊者数	33,669 人	37,073 人	34,750 人	28,251 人	28,251 人
観光消費額	3,960 百万円	4,209 百万円	4,122 百万円	3,270 百万円	2,895 百万円
HP ビュー数	1,659 千	1,581 千	1,611 千	1,490 千	1,474 千

【その他】
SNS フォロワー (R7.7 現在)
Instagram 1,946 人
Facebook 1,627 人
X 3,337 人

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】
(一社) 大山観光局の社員（会員）には、行政、宿泊業者、飲食業者のみならず、交通事業者、アクティビティ、農林水産業、商工業等、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。

【実施体制図】

社員総会 (正会員・準会員・名誉会員)

理事会 (監事)

代表理事

事務局

公益事業部

- ①マーケティング
 - 市場調査分析
 - 戦略立案、KPI管理
 - プロモーション、広報、営業
- ②地域マネジメント事業
 - 地域合意形成
 - 事業者育成、支援
 - 観光地管理（看板整備等）
 - 各部会等事務局

ファイナンス部

- ①財務管理
 - 自主財源開発
 - 全体予算管理
- ②各種会計
 - 出納管理
- ③その他
 - 備品管理
 - 施設管理

指定管理事業部

- ①駐車場管理事業
 - 博労座駐車場
 - 南光河原駐車場
- ②スポーツ公園事業
 - 大山スポーツ公園
- ③歴史館事業
 - 大山自然歴史館

町内事業者等 (宿泊事業者、スキー場、観光施設等)

町外事業者等 (近隣観光施設、酒造メーカー等)

町内産業関係代表者 (農協、漁協、商工会等、行政)

【行政・議会との関係性】

大山町 (首長, 他の関係課, 観光課)

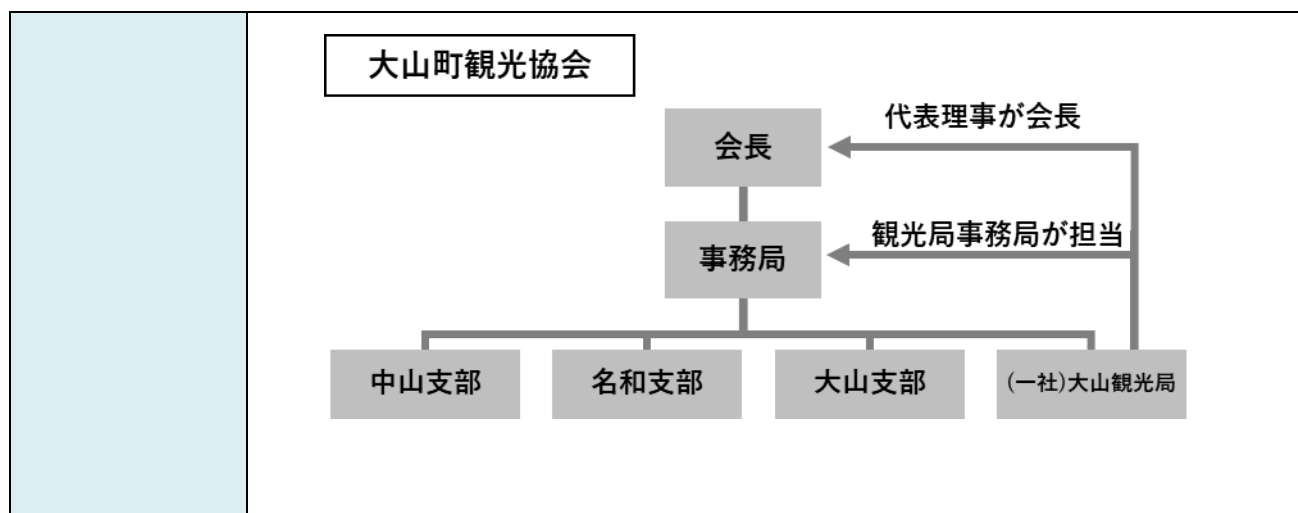
議会

DMO (社員総会, 理事会, 監事, 事務局)

事業計画・予算案 実績報告

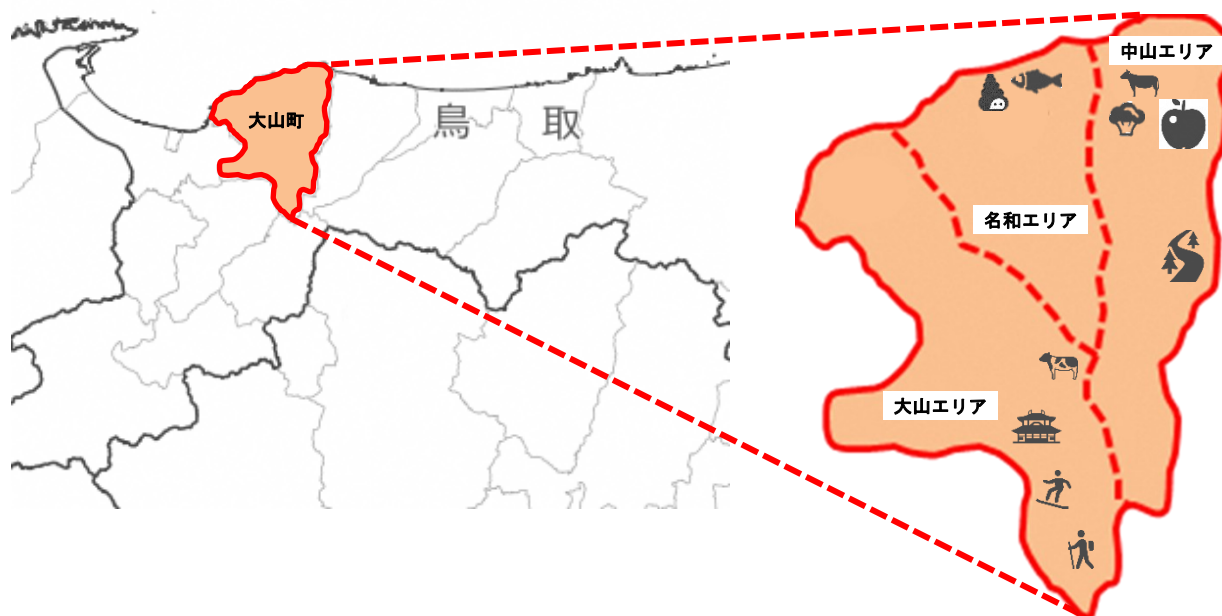
事業承認・予算交付 事業評価

職員出向



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】



【区域設定の考え方】

平成17年に中山町、名和町、大山町の3町が合併し、現在の大山町が誕生。大山エリアは本町の観光の中心地であり、特に大山寺地区は神社仏閣などの文化財や宿泊施設が集中し、スキー場やキャンプ場、登山道などが整備され、四季に応じたアクティビティが楽しめる。名和エリアは幕末まで宿場町として栄えた御来屋地区を有し、その面影を残しながら同エリアの商業の中心地として近年は飲食店や宿泊施設など新規開業もある。中山エリアは清流甲川を有し、豊かな水に育まれた本町における農業の中心地。また甲川ではシャワークライミングや溪流釣りなど多くの人で賑わう。

これら旧3町の特色を活かした観光地域づくりを行う。また、来訪者満足度を高めるためには大山町のみならず、近隣市町村との連携・取り組みによる広域的な視点が不可欠となる。

【観光客の実態等】

- ・令和5年度の観光入込客数は867千人。コロナ禍以前の5カ年の平均である1,004千人に対し回復していない。
- ・令和5年度の延べ宿泊者数は32,252人（推計値）。コロナ禍以前の5カ年の平均である71,372人（推計値）に対し回復していない。

・令和5年度の消費額については4,102,064千円（推計値）。コロナ禍以前の5カ年の平均値である5,237,621千円（推計値）に対して回復していない。

消費額については、宿泊客、日帰り客をそれぞれ県内、県外に区分した鳥取県の一人当たり消費額から推計したもので、大山町単体での過年度一人当たり消費額については不明。

・入込客数、宿泊者数ともに季節による繁閑差があり、冬のスキー客、夏の合宿客、夏から秋にかけての登山客と来訪者の属性も変化がある。近年は合宿需要の低迷、暖冬によるスキーシーズンの短期化により入込、宿泊とも減少傾向にある。

また、夏から秋にかけて登山や紅葉でにぎわうが、宿泊までつながらず通過型のコンテンツとなっている。

【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】

観光施設：ナショナルパークセンター、大山自然歴史館

商業施設：道の駅大山恵みの里、大山参道市場、モンベル大山店

自 然：国立公園大山、甲川

文 化：大神山神社奥宮、大山寺、所子伝統的建造物群保存地区、大山牛馬市（日本遺産）

スポーツ：夕陽の丘神田（サッカー場）、だいせんホワイトリゾート（スキー場）

イベント：夏山開き祭（山頂祭）、たいまつ行列、藤まつり

温 泉：豪円湯院、なかやま温泉館

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

※（件数、収容力（人））

大山地区：旅館（15、750） ホテル（3、260） ペンション（6、160） 民宿その他（5、60）

名和地区：民宿その他（5、60）

中山地区：民宿その他（4、50）

【利便性：区域までの交通、域内交通】

●航空路線

羽田-米子（80分：6便/日）

香港-米子（225分：3便/週）

ソウル-米子（90分：3便/週）

※米子空港-米子駅（約30分：JR境線）

●バス

・県外

大阪梅田-米子駅（約210分：日本交通）

・県内

米子駅-名和駅前（約40分：日本交通下市線）

●鉄道

・県外

新大阪駅-岡山駅（約60分：JR山陽新幹線）

岡山駅-伯耆大山駅（約120分：JRやくも）

・県内

伯耆大山駅-名和駅（約20分：JR山陰本線）

米子駅-名和駅（約30分：JR山陰本線）

鳥取駅-名和駅（約90分：JR山陰本線）

●自家用車

- ・ 関西方面（大阪市内：約 210 分）
中国自動車道-米子自動車道-山陰自動車道-大山 IC、名和 IC、中山 IC
- ・ 岡山方面（岡山市内：約 150 分）
山陽自動車道-米子自動車道-山陰自動車道-大山 IC、名和 IC、中山 IC
- ・ 広島方面（広島市内：約 210 分）
山陽自動車道-中国自動車道-松江自動車道-山陰自動車道-大山 IC、名和 IC、中山 IC

【外国人観光客への対応】

- ・ 観光 HP「鳥取大山観光ガイド」英語ページを整備。
- ・ 外国人が多く訪れる大山寺地域にて案内看板等を多言語化。
- ・

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。	アンケート調査等による。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	宿泊事業者等へのアンケート、ヒアリング等による。
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。	アンケート調査等による。
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。	アンケート調査等による。
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。	自社が管理する HP にて確認。
住民満足度	観光振興に対する地域住民の理解度を測るため。	アンケート調査等による。
観光入込客数	来訪者の推移を把握するため。	大山町が行う町内主要観光施設へのヒアリング。

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

鳥取県大山町では、人口減少と少子高齢化の進行により町内産業の担い手不足、域内経済規模の縮小が顕著となり、税収減による行政サービスの低下のみならず、生活に必要な民間サービスの維持も難しくなっている。これは地域住民のみで地域を維持していくことが困難であることを表しており、域外からの交流人口、関係人口を獲得していくことは急務である。

また、行政としても移住定住の観点からも重要であると捉えている。

このような状況に対し、観光を手段としてとらえ、観光振興によって域外からの消費獲得により地域経済の成長促進をもって、地域住民の生活の質の向上に資することを目指している。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strengths) ・ 山、島、海の豊かな自然と神話・山岳信仰が根付く「大山隠岐国立公園」に位置している ・ 日本遺産に登録（日本最古の神山としての地蔵信仰が育んだ日本最大の大山牛馬市） ・ 山、島、海に囲まれた豊かな自然と多彩なアウトドアアクティビティ ・ アウトドア用品直営店の出店（モンベル大山店（2008年OPEN）、大山寺地区に山陰地方初となる THE NORTH FACE 直営店がOPEN予定（2026年）） ・ クルーズ客船寄港（境夢みなとターミナル）	弱み (Weaknesses) ・ 郊外観光地での脆弱なアクセス網（タクシ一含む） ・ 観光の柱の1つであるスキー場利用者の減少 ・ 消費活動を促進する仕掛け不足（イベントも同様） ・ 県内観光資源のイメージに偏りがあり、認知度が不足している ・ 観光振興に対する住民&事業者の理解 ・ 宿泊環境の整備不足（夜に営業している食事箇所が少ない、宿泊施設のキャパシティ不足やリニューアルがされていない等）→ 宿泊者数減少 ・ 観光事業者の後継者不足 ・ 観光における季節繁閑差が大きい
外部環境	機会 (Opportunity) ・ 持続可能な観光への気運上昇 ・ 円安、訪日外国人需要増 ・ 新たな旅行トレンド（体験、アウトドア、マイクロツーリズム、アンダーツーリズム等） ・ アドベンチャーツーリズムの発展	脅威 (Threat) ・ 行政による需要喚起策の終了 ・ 原材料高・人手不足等による企業活動への影響 ・ 少子高齢化、労働人口の減少 ・ 観光客のモラル低下及び歴史・伝統文化等への価値理解不足 ・ 近隣市町村の観光振興

※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

アドベンチャーツーリズムの要素のうち自然と文化を中心に幅広く関心を持つ層（30～50代中心）

○選定の理由

令和6年度に大山町を観光地として認知している東京・大阪・福岡・岡山・広島に在住する人を対象にした志向性に基づく国内需要調査およびクラスター分析を実施。

当該クラスターは本調査において全体の10.8%であるが、宿泊旅行を行う際の予算が高い傾向にあること、また大山町エリアへの訪問意向者率が88.9%と高く、同クラスターの既来訪者はツアーへの参加や宿泊、再来訪の傾向が強いことから第1ターゲットとした。

また、調査より判明した他のクラスターにおいてもアドベンチャーツーリズムを志向する要素は含まれており、当該クラスターを第一ターゲットとすることで、他のクラスターをけん引する効果も見込む。

ターゲット設定における考え方として、志向性に基づくセグメンテーションを行うことにより、地域のブランドコンセプトを明確化しやすくなり、大山町の魅力である山岳信仰により守られてきた自然と、それからもたらされる豊かな暮らし、および地域に住まう人々の価値観をコアバリューとして捉えることで、訪れる人の地域への評価によって住まう人々が地域を再評価しシビックプライドの醸成を図る。

将来的にはインバウンドについては、航空路線等の利便性から香港・台湾、および関東・関西から流入する旅慣れた欧米豪のアドベンチャーツーリズムを志向する層を視野に入れる。

※国内需要調査

大山町を観光地として認知があり、3年に一回以上の頻度で宿泊旅行を行う人を対象に2,000サンプル（5地区で男女別、20代、30代、40代、50代、60代以上、各40サンプル）を採取。プロフィールや志向性、特性を確認することによりターゲットの明確化、戦略的な施策の展開の方向性を導出した。第2、第3ターゲットにおいても本調査をもとに設定している。

○取組方針

アドベンチャーツーリズムを誘因とした施策の展開。満足度調査の充実などにより受入環境として不足しているものを把握しながら、ターゲットの琴線に触れるコンテキストを意識したプロモーションを、シーズナリティを考慮し検討してく。

○第2ターゲット層

歴史文化や自然に対する志向性が相対的に強い層（50～60代）

○選定の理由

訪問意向度は80.4%と第一ターゲットに比べ低いが、宿泊旅行を行う際の予算は高く、本調査において全体の18.1%を占めており、また、大山町における既存の来訪クラスターであることから選定。

○取組方針

第1ターゲットの取り組み方針を汲みつつもより歴史文化にフォーカスした施策の展開、また情報の取得において差があることから、ターゲットに合わせたプロモーションやPR施策を検討。

○第3ターゲット層

近隣県の健康関連や家族関連の志向性が相対的に強い層（40～50代）

○選定の理由

訪問意向度は73.7%であり、宿泊旅行を行う際の予算は第1、第2ターゲットに比べ低いが、本調査において全体の21.1%を占めており、家族連れのため訪問者数の確保がしやすいことから選定。また、自動車での移動圏内をターゲットとすることで短期サイクルでの再来訪を見込む。

○取組方針

「健康」や「家族」といったターゲットのセグメンテーションは他の観光地との競合になりやすいため、大山ならではの訴求ポイントについて深く検討する。

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	大山さんのおかげ ～世界に誇る霊峰大山の自然・歴史・文化の恵みをおすそわけ～
②コンセプトの考え方	【ブランドストーリー】 日本最古の「神坐^{かみいます}山」として古くから信仰の対象であった霊峰「大山」。 中腹に成立した大山寺の本尊「地蔵菩薩」は、山頂の池から現れたとされ、水を恵み、現世の苦しみから万物を救う仏として、地域の人々の崇敬を集めました。 大山から流れ出した水は、豊かな食文化、美しい農村の風景、独特な風習を生み出しました。 人々は日々仰ぎ見る大山に親しみを込めて「大山さん」と呼び、その「おかげ」に感謝の念をささげる豊かな暮らしが今も息づいています。 太古から変わらない「大山さんのおかげ」は、訪れる人々の心も豊かにします。 私たちはその恵みをお裾分けいたします。 【コンセプトの考え方】 地域ブランドコンセプトの考え方として、志向性に基づく国内需要調査からクラスター分析を実施。導出されたクラスターに大きな共通項としてアドベンチャーツーリズムを志向する傾向がうかがえた。 また、大山町の魅力である山岳信仰により守られてきた自然とその歴史、それからもたらされる豊かな暮らし、および地域に住まう人々の価値観をコアバリューとして捉えることで、訪れる人の地域への評価によって住まう人々が地域を再評価しシビックプライドの醸成を図る。 「おすそわけ」は、あくまで地域が主体であること、地域住民の生活や環境へ負荷をかけないように来訪者の受け入れ環境を整備し、地域の価値や魅力を住まう人、訪れる人が共に享受することを表す言葉として設定した。

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。	本法人は町内外多様な関係者から社員（会員）が構成され、その中から理事が選出されている。理事会は基本的には毎月開催され、各種事業の進捗状況の共有や、効果検証を行っている。 DMO 設立記念イベントを 2025 年秋に開催し、DMO の目的・戦略・KPI など一般住民への周知を図り、地域が一体となって取り組みを進めていく。（年 1 回継続開催検討）

	大山町が、公募等により大山町観光基本計画策定委員会を設置し、観光基本計画の策定を行う。大山観光局も策定に参画し、KPI などの共有を行う。(年 4 回想定)
	住民の代表である大山町議会との間に連絡会議を設置。今後大山町で策定予定の大山町観光振興基本計画(仮)をもとに、進捗状況の報告や各種施策の効果検証を含めた意見交換を行う。
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	全体的な戦略の共有は上記の通りとし、個別の事案や課題にあたるための事業者を中心とした専門部会(ex: インバウンド、スキー関連)を設置。各種施策の検討を行う。
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	町観光 HP「鳥取大山観光ガイド」へ情報を一元化し、一体的な情報発信を行う。また、SNS を活用しターゲットに合わせた情報発信も引き続き実施する。 そのほか各種商談会への参加も継続して行う。

※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		2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度	2027 (R9) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	- (-)	- (-)	5,300 (-)	5,600 (-)	6,200 (-)	6,900 (-)
	実績	4,122 (-)	4,209 (-)	3,960 (-)			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	- (-)	- (-)	46.3 (-)	48.7 (-)	51.1 (-)	53.7 (-)
	実績	34.7 (-)	37.0 (-)	33.6 (-)			
●来訪者満足度 (%)	目標	- (-)	- (-)	70 (-)	70 (-)	70 (-)	70 (-)
	実績	- (-)	65.9- (-)	73.5 (-)			
●リピーター率 (%)	目標	- (-)	- (-)	60 (-)	60 (-)	60 (-)	60 (-)
	実績	- (-)	- (-)	55.8 (-)			

※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】

これまで蓄積されたデータは県単位や町単位など粒度が揃っていない中で、様々な指標等を用いて過年度実績および現状値を算出した。今後においては行政や関係事業者等の協力を得ながら精度の高いデータを収集する仕組みの構築を検討していく。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

過年度実績については鳥取県観光客入込動態調査結果と地域の主要宿泊事業者における宿泊者数、および大山町観光入込客数から推計。

現状として把握している旅行消費額の精度が高くないため、目標年度については、R5年度を基準とし、観光立国推進基本計画における実績・目標の増加率と同等程度を目指すこととして算出。今後は独自のアンケート調査等により指標の精度の向上を図りながら、地域経済の成長促進に寄与するために必要な目標旅行消費額を、域内循環率、域内調達率等を考慮しながら検討していく。

●延べ宿泊者数

過年度実績については地域の宿泊事業者からの協力を得て大山町が独自に行っている宿泊者数調査から推計。

目標年度については、目標旅行消費額から現状と同等程度の宿泊旅行消費額/人であると仮定し、逆算して算出。今後は精度の高いデータ収集の仕組みの構築を検討していく。

●来訪者満足度

現状値は令和5年7月～12月に大山町が行った大山町観光魅力度アンケート調査から算出。

サンプル数 N=993

- ・期待以上・・・344
- ・期待通り・・・310
- ・まだわからない・・・66
- ・未記入・・・268

のうち、「期待以上」「期待通り」と回答した割合（65.9%）。

今後は精度の高いデータ収集の仕組みの構築を検討していく。

●リピーター率

令和6年度に行った国内需要調査から2,000サンプルのうち、大山町に旅行経験があると回答した924件を抽出。そのうち、2回以上訪れたことがあると回答した割合55.8%を現状値とした。

今後は精度の高いデータ収集の仕組みの構築を検討していく。

（２）その他の目標

指標項目		2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度	2027 (R9) 年度
●一人当たり平均宿泊数	目標	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)
	実績	- (-)	- (-)	- (-)			

※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】

令和6年度に実施した国内需要調査より、アドベンチャーツーリズムを志向する層をメインターゲットとし、その旅行形態の特徴でもある長期滞在を促進する施策を検討していくことから設定した。

【設定にあたっての考え方】

現状として大山町エリアに限定した数値の把握はできていないため、当面はアンケート調査等による現状値の把握に努めながら、一人当たり平均宿泊数を延伸するためさらに因数分解し、具体的施策に基づくKPIを新たに検討していく。

例：ナイトタイムコンテンツ造成件数、食事提供における宿泊事業者と飲食店の連携数、宿泊施設の稼働率など。

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）
2022（R4） 年度	123,088,150 円	会費等 会費 2,675,000円 委託料 10,585,000円 補助金 4,832,902円 雑収入 299,412円 収益事業 旅行商品売上 2,814,613円 受託業務売上 2,263,993円 手数料売上 910,487円 商品販売手数料 2,047,937円 委託料等 12,868,130円 指定管理事業 駐車場 46,294,865円 スポーツ公園 6,497,811円 歴史館 30,998,000円
2023（R5） 年度	104,322,201 円	会費等 会費 3,470,000円 委託料 10,465,000円 補助金 4,700,000円 雑収入 0円 収益事業 旅行商品売上 2,174,800円 受託業務売上 1,585,074円 手数料売上 955,353円 商品販売手数料 2,128,270円 委託料等 9,120,240円 指定管理事業 駐車場 31,545,100円 スポーツ公園 7,229,364円 歴史館 30,949,000円
2024（R6） 年度	129,097,544 円	会費等 会費 3,300,000 円 委託料 10,465,000 円 補助金 4,700,000 円 雑収入 11,320,611 円 収益事業 旅行商品売上 3,273,301 円 受託業務売上 1,826,040 円 手数料売上 1,458,068 円 商品販売手数料 3,357,037 円 委託料等 2,862,711 円 指定管理事業 駐車場 45,790,300 円 スポーツ公園 7,057,476 円 歴史館 33,687,000 円

2025 (R 7) 年度	108,945,000 円	会費等 会費 3,290,000円 委託料 10,480,000円 補助金 4,700,000円 雑収入 0円 収益事業 旅行商品売上 3,200,000円 受託業務売上 2,500,000円 手数料売上 1,000,000円 商品販売手数料 2,500,000円 委託料等 1,138,000円 指定管理事業 駐車場 39,000,000円 スポーツ公園 7,450,000円 歴史館 33,687,000円
2026 (R 8) 年度	108,945,000 円	会費等 会費 3,290,000円 委託料 10,480,000円 補助金 4,700,000円 雑収入 0円 収益事業 旅行商品売上 3,200,000円 受託業務売上 2,500,000円 手数料売上 1,000,000円 商品販売手数料 2,500,000円 委託料等 1,138,000円 指定管理事業 駐車場 39,000,000円 スポーツ公園 7,450,000円 歴史館 33,687,000円
2027 (R 9) 年度	108,945,000 円	会費等 会費 3,290,000円 委託料 10,480,000円 補助金 4,700,000円 雑収入 0円 収益事業 旅行商品売上 3,200,000円 受託業務売上 2,500,000円 手数料売上 1,000,000円 商品販売手数料 2,500,000円 委託料等 1,138,000円 指定管理事業 駐車場 39,000,000円 スポーツ公園 7,450,000円 歴史館 33,687,000円

(2) 支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）	
2022（R4） 年度	114,936,531 円	一般管理費	15,167,534円
		観光資源の磨き上げ	15,585,170円
		受け入れ環境整備事業	76,390,098円
		情報発信等	4,213,303円
2023（R5） 年度	107,704,283 円	一般管理費	13,043,379円
		観光資源の磨き上げ	16,893,878円
		受け入れ環境整備事業	73,067,026円
		情報発信等	4,700,000円
2024（R6） 年度	128,296,136 円	一般管理費	17,983,797 円
		観光資源の磨き上げ	13,054,287 円
		受け入れ環境整備事業	92,558,052 円
		情報発信等	4,700,000 円
2025（R7） 年度	106,445,000 円	一般管理費	13,770,000円
		観光資源の磨き上げ	7,838,000円
		受け入れ環境整備事業	80,137,000円
		情報発信等	4,700,000円
2026（R8） 年度	106,445,000 円	一般管理費	13,770,000円
		観光資源の磨き上げ	7,838,000円
		受け入れ環境整備事業	80,137,000円
		情報発信等	4,700,000円
2027（R9） 年度	106,445,000 円	一般管理費	13,770,000円
		観光資源の磨き上げ	7,838,000円
		受け入れ環境整備事業	80,137,000円
		情報発信等	4,700,000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

- ・ 主催旅行、ツアー造成事業による収益確保
- ・ 会費収入の維持拡大による収益確保
- ・ 指定管理事業による安定的な収益確保
- ・ 町からの補助金、負担金による財源確保
- ・ そのほかの財源（宿泊税等）について地域関係者と協議を重ねていく。

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

大山町は、一般社団法人大山観光局を大山町における地域DMOとして登録したいので一般社団法人大山観光局とともに申請します。

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）

【他の地域連携DMOや地域DMOとの間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った（行っている）か】

エリアが重複する（一社）中海・宍道湖・大山圏域観光局とは、6ヵ月に一度連絡会を行い、また各取組について適宜意見交換を行っている。

【区域が重複する背景】

平成24年に「中海・宍道湖・大山圏域市長会」が設立され、平成27年には圏域版総合戦略を策定し、地方創生事業の取り組みを始めるため、独立した事務局体制を確立。経済界と連携して、広域観光・インバウンド事業の取り組みを実施している。その中で、観光資源の面からみて神話や縁結びなどの共通するコンセプトが多い地域として本町も区域設定されている。特に本町においては、大山における山岳信仰の文化、大神山神社や大山寺などの歴史的建造物、日本遺産である「地蔵信仰が育んだ大山牛馬市」などの観光資源を有しており、一体となった周遊体制の構築を図ることを狙いとしているため。

【重複区域における、それぞれのDMOの役割分担について】

（一社）中海・宍道湖・大山圏域観光局は、インバウンドにおいて、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文化、自然に関心の高い層を第1ターゲットとしており、本町の第1ターゲットであるアドベンチャーツーリズムを志向する層と重複するものであるが、（一社）中海・宍道湖・大山圏域観光局では、特に広域周遊を求める旅行者について、他地域との連携を含めた旅行商品造成や情報発信を担い、（一社）大山観光局では大山町エリアのみに焦点を絞り、当エリアの魅力向上及び情報発信などの機能を担う。

【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】

（一社）中海・宍道湖・大山圏域観光局は松江市、出雲市、安来市、米子市、境港市及び大山圏域7町村をマネジメントエリアとし、当該地域は行政区を越えて歴史や神話などの結びつきが強く「神話の国：知られる日本の面影 山陰」をコンセプトとしており、インバウンドを中心とした広域を周遊する旅行者における魅力的な旅行商品の造成及び効率的な周遊ルートの確立によって、結果として本町滞在時の満足度向上およびプレファレンスの向上を期待する。

また、大山町エリアは（一社）中海・宍道湖・大山圏域観光局のマネジメントエリアである大山圏域において、山岳信仰などの歴史や神話などの中心的な地域であり、本町のブランドコンセプトに基づく観光地域づくりを行うことで圏域及び本町においての相乗効果を期待する。

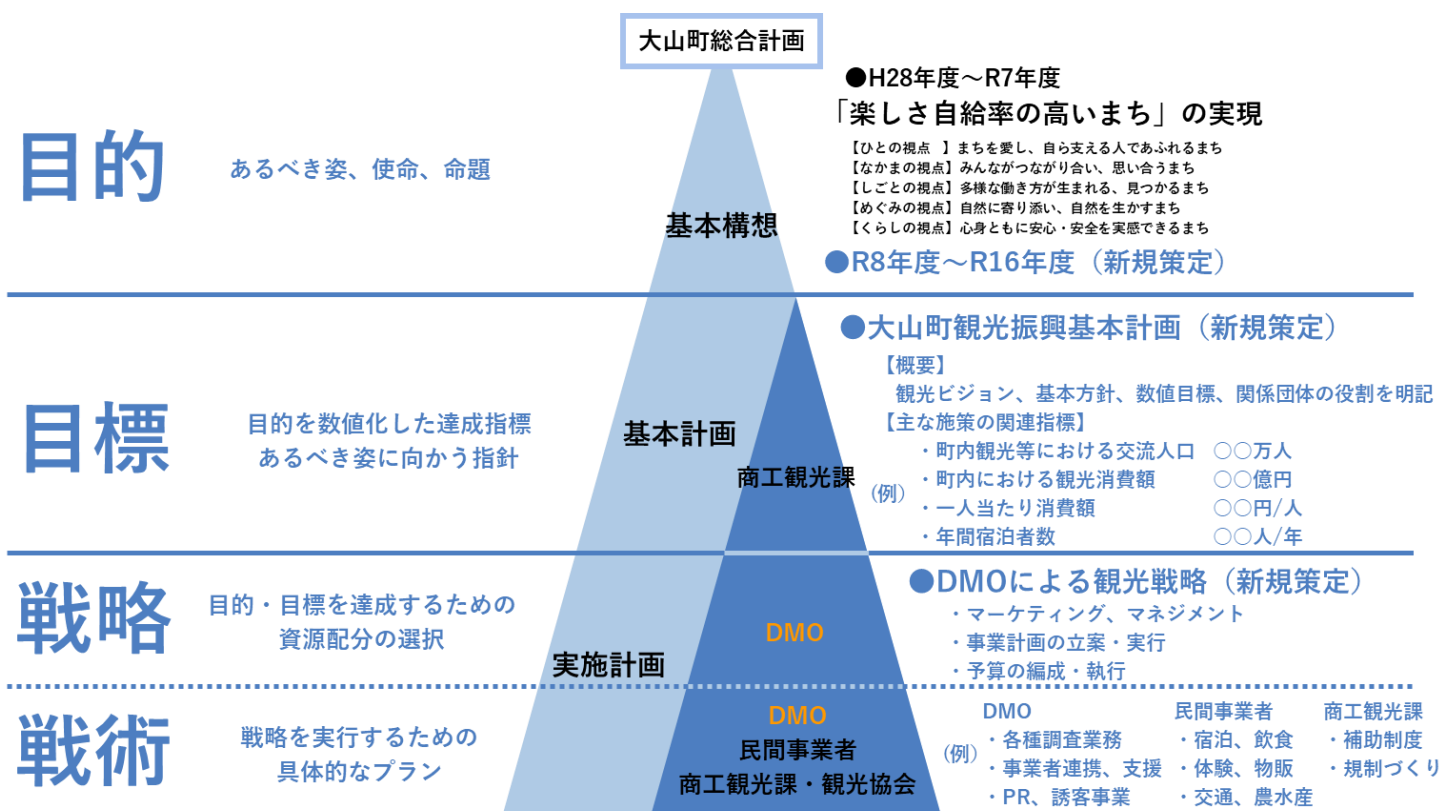
10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	山崎 栄一
担当部署名（役職）	一般社団法人大山観光局 事務局次長
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）	0859-53-5300
F A X 番号	0859-53-5301
E - m a i l	e-yamasaki@tourismdaisen.com

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	鳥取県西伯郡大山町
担当者氏名	源光 靖
担当部署名（役職）	大山町役場商工観光課 課長
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@town.daisen.lg.jp

参考資料 1



基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】
鳥取県西伯郡大山町
【設立時期】平成23年10月3日
【設立経緯】
③区域の観光協会がDMOに移行
【代表者】代表理事:足立敏雄
【マーケティング責任者(CMO)】門脇拓哉
【財務責任者(CFO)】門脇 稔
【職員数】18人(常勤12人(正職員9人・出向等3人)、非常勤6人)
【主な収入】(R6年度決算)
会費補助金等29,785千円、収益事業12,777千円、指定管理86,534千円
【総支出】
一般管理費17,983千円、観光資源の磨き上げ13,054千円、受入環境整備92,558千円、情報発信等4,700千円
【連携する主な事業者】(正会員58、準会員20)
自治体等(大山町、大山寺自治会、榎水自治会)
経済団体等(大山町商工会、鳥取西部農協大山口支所、香取開拓農協)
交通(日本交通株式会社、日の丸自動車株式会社)
宿泊事業者(大山館、山楽荘ほか)
アクティビティ等(株式会社だいせんリゾート、有限会社森の国ほか)
小売業(株式会社モンベルほか)

KPI(実績・目標)

記入日: 令和7年7月18日

※()内は外国人に関するもの。

項目		2022 (R4)年度	2023 (R5)年度	2024 (R6)年度	2025 (R7)年度	2026 (R8)年度	2027 (R9)年度
旅行 消費額 (百万円)	目標	- (-)	- (-)	5,300 (-)	5,600 (-)	6,200 (-)	6,900 (-)
	実績	4,122 (-)	4,209 (-)	3,960 (-)	—	—	—
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	- (-)	- (-)	46.3 (-)	48.7 (-)	51.1 (-)	53.7 (-)
	実績	34.7 (-)	37.0 (-)	33.6 (-)	—	—	—
来訪者 満足度 (%)	目標	- (-)	- (-)	70 (-)	70 (-)	70 (-)	70 (-)
	実績	- (-)	65.9 (-)	73.5 (-)	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	- (-)	- (-)	60 (-)	60 (-)	60 (-)	60 (-)
	実績	- (-)	- (-)	55.8 (-)	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
1. AT層のうち自然と歴史文化を中心に幅広く関心がある層
2. AT層のうち自然と歴史文化に対する志向が相対的に強い層
3. 健康関連や家族関連に対する志向性が相対的に強い層
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
1. アドベンチャーツーリズムを誘因とした施策の展開
2. 1の取り組み方針に加えより歴史文化に特化した施策の展開
3. 他の競合地域を意識しながら大山ならではの価値の訴求
【観光地域づくりのコンセプト】
「大山さんのおかげ」
山岳信仰により守られてきた自然とその歴史、それからもたらされる豊かな暮らし、および地域に住まう人々の価値観をコアバリューとして捉え、訪れる人の地域への評価によって住まう人々が地域を再評価しシビックプライドの醸成を図る。

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
ツアー造成
・大山ブナの森ウォーク
・サイクリングツアー
・星空で遊ぶツアー
イベント運営
・大山夏山開き&前夜祭
・和傘祭り
【受入環境整備】
観光案内所運営業務(町委託)
南光河原駐車場指定管理業務
博労座駐車場指定管理業務
大山スポーツ公園指定管理業務
大山自然歴史館指定管理業務
【情報発信・プロモーション】
大山町HP観光部門の管理運営
多言語解説WEBページ整備
観光PRポスター作製
商談会への参加
SNS等での情報発信
【その他】
大山町観光協会(任意団体)の事務局の運営
大山町ガイドボランティアの会事務局運営

