

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和 7 年 7 月 25 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・ <u>地域連携DMO</u> ・地域DMO	
観光地域づくり法人の名称	一般社団法人麒麟のまち観光局	
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】鳥取市・岩美町・智頭町・若桜町・八頭町 【兵庫県】新温泉町・香美町	
所在地	鳥取県鳥取市扇町3 東栄ビル3F	
設立時期	平成30年1月15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	7人【常勤6人（役員1人・正職員4人・出向等1人）、非常勤1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） 理事長 入江 到 （出身組織名） 株式会社鳥取銀行	（株）鳥取銀行代表取締役頭取。 金融の幅広いネットワークを活用した民間視点での観光地経営を行う人材として理事長に就任。
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） 地域づくり部 総務・マーケティングチーム リーダー 山根 大基【専従】 （出身組織名） 株式会社鳥取銀行	（株）鳥取銀行より出向。 DMOと地域事業者との連携による観光ビジネスの創出・支援を担当。
各部門（マーケティング）の責任者（専門人材）	（氏名） マーケティング・アナリスト 高橋 良平 （出身組織名） 岡山理科大学	（株）ブレインパッド創設メンバー。元（株）鳥取銀行システム・マーケティング担当。岡山理科大学教員として地域経営（地方経済）サービス・マーケティングを研究。DMOのマーケティングを担当。非常勤。
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） 地域づくり部 総務・マーケティングチーム リーダー 山根 大基【専従】 （出身組織名） 株式会社鳥取銀行	（株）鳥取銀行より出向。 DMOと地域事業者との連携による観光ビジネスの創出・支援を担当。

各部門（販売・プロモーション）の責任者（専門人材）	（氏名） 専務理事（役員） 田村 正弘【専従】 （出身組織名） 元 ANA あきんど株式会社	ANAセールス(株)東北支社長、ANA Sales Europe Ltd. 社長など歴任。 国内外の販売戦略、販促、プロモーションに高い知見とノウハウ、実績を持つ。観光素材の商品化、販売先及び販売方法、販促・プロモーションまでの一連の販売戦略を設計。
各部門（旅行商品の造成）の責任者（専門人材）	（氏名） 事業部長 佐川 一輝【専従】 （出身組織名） 元近畿日本ツーリスト	近畿日本ツーリスト(株)でインバウンド関連業務を歴任。DMO（奈良県ビジターズビューロー・関西観光本部）への出向経験を持ち、旅行商品の造成、インバウンド誘客に高い知見とノウハウ、実績を持つ。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	● 1市6町（役割：受入環境整備・商品造成支援・各種調査・公共交通） ・鳥取市観光・ジオパーク推進課 ・岩美町商工観光課 ・智頭町企画課 ・若桜町産業観光課 ・八頭町産業観光課 ・新温泉町商工観光課 ・香美町観光商工課 ● 県（役割：DMO連携・公共交通） ・鳥取県輝く鳥取創造本部観光戦略局 ・兵庫県但馬県民局地域政策室地域づくり課	
連携する事業者名及び役割	・鳥取市観光コンベンション協会（情報発信・商品造成・案内・イベント） ・岩美町観光協会（情報発信・商品造成・案内・イベント） ・智頭町観光協会（情報発信・商品造成・案内・イベント） ・若桜町観光協会（情報発信・商品造成・案内・イベント） ・八頭町観光協会（情報発信・商品造成・案内・イベント） ・新温泉町観光振興協会（情報発信・商品造成・案内・イベント） ・香美町香住観光協会（情報発信・商品造成・案内・イベント） ・香美町村岡観光協会（情報発信・商品造成・案内・イベント） ・香美町小代観光協会（情報発信・商品造成・案内・イベント） ・鳥取商工会議所（事業者支援・ワーケーション推進） ・鳥取市東商工会（事業者支援） ・鳥取市西商工会（事業者支援） ・鳥取市南商工会（事業者支援） ・岩美町商工会（事業者支援） ・智頭町商工会（事業者支援） ・若桜町商工会（事業者支援） ・八頭町商工会（事業者支援） ・新温泉町商工会（事業者支援） ・香美町商工会（事業者支援） ・(株)鳥取銀行（ビジネス創出・コンサルタント） ・(株)但馬銀行（ビジネス創出・コンサルタント） ・若桜鉄道（二次交通・商品造成） ・智頭急行（二次交通・商品造成） ・日ノ丸自動車（二次交通・商品造成） ・日本交通（二次交通・商品造成） ・全但バス（二次交通・商品造成） ・鳥取温泉旅館ホテル組合（宿泊） ・(株)農協観光（農泊商品造成・販売）	

	そのほか、金融・交通・宿泊・飲食・体験・農林水産業・マスメディア・大学・不動産業などが参画。会員総数 327 社（2025.7 月現在）				
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】①、② 【概要】 ①行政、観光協会、商工会議所、商工会、金融、交通、宿泊、体験などの代表者で理事会を構成。 ②行政のトップ（首長）を一般社団法人麒麟のまち観光局顧問として委嘱。定期的に開催されるトップ会議「麒麟のまち創生戦略会議」でDMOの取り組みや戦略を共有。				
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	・麒麟のまちinformation 当DMOマネジメントエリア内の自治体が毎月発行し全戸配布する市報・町報に、全市町共通の「麒麟のまちinformation」欄を設け、観光の取組や情報を掲載。 ・麒麟のまち勉強会「麒麟のまち圏域 観光販売戦略と情報発信強化に向けた勉強会」 内容：自治体、観光協会向けの観光販売戦略と情報発信について「連携」を強化するための勉強会。 ・D-NEXTアンケート（日本観光振興協会） 内容：圏域内の自治体、観光事業者のみならず地域住民を含む多様な関係者を対象に観光地としての強みと地域の連携度合いの評価し、世界の観光地と比較したポジショニングや現状評価を共有。				
法人のこれまでの活動実績	【活動の概要】 鳥取県東部と兵庫県北西部は生活圏・経済圏・文化圏が一体であり、「観光圏」の一致を図るべく「麒麟のまち」インナーブランディングを設立時に重点的に実施。2020年3月には「連携中枢都市圏」と「麒麟のまち」エリアが一致。令和元年度にDMOが「麒麟のまち」商標登録。 <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> ・平成 30 年度 インナーブランディング「麒麟のまち」、羽田-鳥取訪日外国人旅行者誘客 ・令和元年度 公式 WEB サイトリニューアル（英語版）、台湾向け PV 制作・発信、日本遺産、農泊推進、「SAVOR JAPAN」 ・令和 2 年度 エリア全体で情報発信のあり方・強化に関する勉強会 ・令和 3 年度 中心市「鳥取市観光 WEB サイト」をリニューアル ・令和 4 年度 「鳥取市観光 WEB サイト」に周辺町の情報を掲載し、一元的に発信するよう再リニューアル、SNS（TikTok、Instagram）情報発信開始（動画・写真）、アソビ体験コンテンツ販売促進キャンペーン ・令和 5 年度 観光 CRM システム導入し、圏域のファン会員組織「このへん共和国」を設立（R6/3/31 時点国民数 6,678 名）、新規国民募集キャンペーン実施、メルマガ定期配信開始 ・令和 6 年度 </td></tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	情報発信・プロモーション	・平成 30 年度 インナーブランディング「麒麟のまち」、羽田-鳥取訪日外国人旅行者誘客 ・令和元年度 公式 WEB サイトリニューアル（英語版）、台湾向け PV 制作・発信、日本遺産、農泊推進、「SAVOR JAPAN」 ・令和 2 年度 エリア全体で情報発信のあり方・強化に関する勉強会 ・令和 3 年度 中心市「鳥取市観光 WEB サイト」をリニューアル ・令和 4 年度 「鳥取市観光 WEB サイト」に周辺町の情報を掲載し、一元的に発信するよう再リニューアル、SNS（TikTok、Instagram）情報発信開始（動画・写真）、アソビ体験コンテンツ販売促進キャンペーン ・令和 5 年度 観光 CRM システム導入し、圏域のファン会員組織「このへん共和国」を設立（R6/3/31 時点国民数 6,678 名）、新規国民募集キャンペーン実施、メルマガ定期配信開始 ・令和 6 年度
事業	実施概要				
情報発信・プロモーション	・平成 30 年度 インナーブランディング「麒麟のまち」、羽田-鳥取訪日外国人旅行者誘客 ・令和元年度 公式 WEB サイトリニューアル（英語版）、台湾向け PV 制作・発信、日本遺産、農泊推進、「SAVOR JAPAN」 ・令和 2 年度 エリア全体で情報発信のあり方・強化に関する勉強会 ・令和 3 年度 中心市「鳥取市観光 WEB サイト」をリニューアル ・令和 4 年度 「鳥取市観光 WEB サイト」に周辺町の情報を掲載し、一元的に発信するよう再リニューアル、SNS（TikTok、Instagram）情報発信開始（動画・写真）、アソビ体験コンテンツ販売促進キャンペーン ・令和 5 年度 観光 CRM システム導入し、圏域のファン会員組織「このへん共和国」を設立（R6/3/31 時点国民数 6,678 名）、新規国民募集キャンペーン実施、メルマガ定期配信開始 ・令和 6 年度				

		NEC のプラットフォームを活用した直販システムの導入、観光 CRM システムの会員管理機能拡充とクーポン振出しシステムを追加構築し会員数拡大及び周遊促進を目的としたキャンペーン実施、インバウンドに対してのプロモーションツール「EXPLORE KIRIN NO MACHI (Kirin Weekender) 発行及び事業者向け説明会実施、広域連携DMO主催及び兵庫県主催の商談会参加
	受入環境の整備	・平成 30 年度 砂丘～城崎温泉二次交通実証実験 ・令和元年度 鳥取-豊岡高速バス社会実験、インバウンド対応セミナー、多言語対応通訳機販売、キャッシュレスセミナー、日本遺産案内看板等設置、農泊事業者向けセミナー ・令和 2 年度 アフターコロナセミナー、二次交通案内状況調査 ・令和 3 年度 近隣DMOとの連携強化（豊岡イノベーション、海の京都、中海宍道湖大山圏域）、専門人材活用（データベース構築）、人材育成（ガイド養成） ・令和 4 年度 Google ビジネスプロフィールオーナー登録促進、宿泊データ分析システム、観光 CRM システム導入に向け論議開始、DX 勉強会開催、宿泊データ分析システム試行、専門家による個別宿泊施設へのハンズオン指導および DX 人材育成、ワーケーションワンストップ窓口開設、フレンドコーディネーター新設 ・令和 5 年度 観光 DX プラットフォーム構築（観光 CRM システム導入・宿泊データ分析システム導入） ・令和 6 年度 インバウンドに関してコンテンツ販売と OTA 販売の手配窓口の体制構築、商談会用英語資料作成
	観光資源の磨き上げ	・平成 30 年度 観光列車・貸切クルーズブラッシュアップ、最先端観光コンテンツインキュベーター事業、コンテンツプロデューサー設置 ・令和元年度事業 日本遺産コンテンツ造成、農泊コンテンツ造成、食のブラッシュアップ、先端技術活用コンテンツ造成 ・令和 2 年度 山林アクティビティ造成（人材育成含む）、販売環境整備 ・令和 3 年度 訪日グローバルキャンペーンに係るコンテンツ造成、アドベンチャーツーリズム造成、圏域共通プラットフォーム構築による一元的な販売体制

	- 令和4年度 3DMO連携事業による山陰海岸ジオパーク周遊ルート造成、 宿泊+アソビ体験クーポンセットプラン造成、 第2のふるさとコンテンツ造成 - 令和5年度 地域の廃旅館を活用したお化け屋敷の造成（地域活性化モデル事業第1弾__吉岡ホラーナイトプロジェクト）、 JR西日本と連携しインバウンド旅行者向け電子チケット 観光周遊券「楽しい鳥取パス」造成、JR関西ワイドエリアパスとのセット販売も実施 - 令和6年度 廃校となった小学校を活用し認知症予防コンテンツ造成、 インバウンド向け高付加価値商品及びコンテンツ造成、 3DMO連携事業による山陰海岸ジオパーク周遊ルートの ブラッシュアップ及びFAMトリップ実施やOTAや海外旅行会社等での販売環境構築、ローカル鉄道を活用したガイド付きコンテンツ造成と商品化のためのFAMトリップ実施しOTAや海外旅行会社等での販売環境構築
--	---

【定量的な評価】

地域連携DMOマネジメントエリアの観光関連連携分野数（1市6町連携）

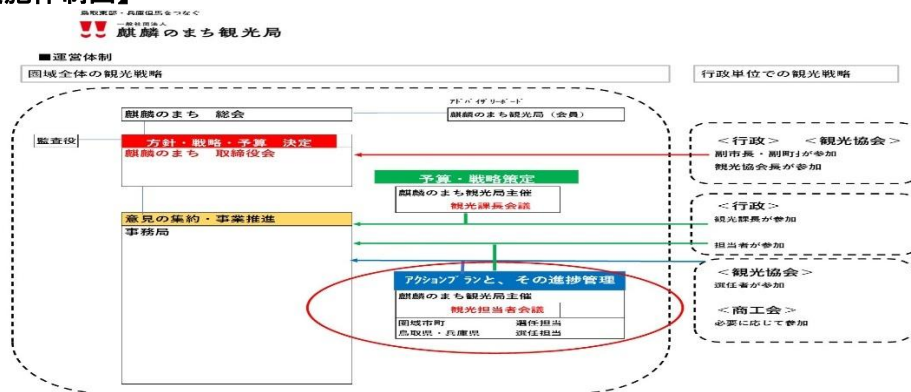
実施体制

※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】

収益事業と自治体と連携した公益事業を実施する一般社団法人。
行政、観光協会、商工会議所、商工会、金融、交通、宿泊、体験などの代表者で理事会を構成。理事長には経営感覚に優れた地方銀行トップが就任。監事には金融と行政が就任。定期的に理事会を開催。
行政のトップ（首長）を一般社団法人麒麟のまち観光局顧問として委嘱。
エリア内の企業等も「正会員」と「DMOサポーター（賛助会員）」として連携。（会員数327社）
DMOサポーターは戦略の共有のほか、「麒麟のまち」エリアの一体感を醸成する活動を実施する。
なお、コロナ禍でエリア全体としてより一層の連携を図るため、R3年度から理事会にエリア内すべての市町の副市長・副町長、観光協会長が参画することとなった。

【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】

〈鳥取県〉鳥取市・岩美町・智頭町・若桜町・八頭町

〈兵庫県〉新温泉町・香美町



麒麟獅子舞

令和元年日本遺産認定

国指定重要無形民俗文化財

【区域設定の考え方】

因幡地域（鳥取県鳥取市・岩美町・若桜町・智頭町・八頭町）と但馬地域（兵庫県新温泉町・香美町）は、古くから歴史や文化、経済、生活圏を共有し、山陰海岸ジオパークと中国山地に囲まれるなど、豊かな自然と山海の幸に恵まれた地域である。

「麒麟獅子舞（きりんじしまい）」はこの地域に伝播している重要な民俗文化財であり、霊獣・麒麟が息づくこの地域を「麒麟のまち」と呼び、魅力あるまちづくりに取り組んでいる。

生活圏・経済圏・文化圏に「観光圏」を一致させるために区域を設定。

また、鳥取市を中心とした連携中枢都市圏の取り組みを行っている区域でもある。

【観光客の実態等】

平成27年の圏域全体の観光客数は約6,300千人で、平成20年度の鳥取自動車道開通に伴う関西圏・山陽圏からのアクセス向上により、バス利用者、自家用車利用者とも増加していたが、近年団体バスが減少傾向にある。令和元年度の圏域全体の観光客数は約6,800千人である。

【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】

鳥取砂丘、いなば温泉郷の5温泉地、山陰海岸ジオパークエリア、海水浴場、キャンプ場、棚田、宿場町や城下町のまちなみ、城跡、神話伝承の地、スキー・登山・マリンスポーツの拠点、海産物やジビエ、農産物など、圏域特有の自然環境や伝統文化、特産品を活かした多くの観光資源を保有。

「麒麟のまち観光局」の名称にも使用する「麒麟獅子舞」はこのエリアを象徴する伝統文化であり、令和元年度に国の重要無形民俗文化財に指定。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

圏域内の宿泊施設数は約360施設、収容人数は約10,000人で、主に鳥取市中心部、温泉地、スキー場、海水浴場周辺に集中している。

※参考

鳥取市	75施設	約5,500人
岩美町	28施設	約1,150人
八頭町	8施設	約300人
若桜町	5施設	約440人
智頭町	3施設	約25人（その他、民泊が40軒で60人）

新温泉町 50施設 約 700人
 香美町 200施設 約2,000人
 合計 約360施設 約10,000人

【利便性：区域までの交通、域内交通】

航空便 鳥取空港から羽田空港へ定期便が1日5往復（75分）
 鉄道 京阪神方面に特急列車が1日8往復（大阪～鳥取160分）
 山陽方面に特急列車が1日5往復（岡山～鳥取110分）
 米子・松江方面に特急列車が1日8往復（松江～鳥取90分）
 車 鳥取自動車道が中国自動車道に連結
 山陰自動車道・鳥取豊岡宮津自動車道が整備中
 高速バス 神戸大阪行き高速バスが1日21往復
 京都行き高速バスが1日4往復
 広島行き高速バスが1日1往復
 福岡行き高速バスが1日1往復

【外国人観光客への対応】

鳥取市がJR鳥取駅構内に「鳥取市国際観光客サポートセンター」を設置、英語・中国語・韓国語での案内業務を実施している。（カテゴリー2）

外国人観光客向けの二次交通対策として、鳥取ハイヤー協同組合が周遊タクシーを運行。

大阪（なんば）～鳥取間の訪日外国人向けバスの運行も実施（2020.3終了）。

また、ANA総合研究所と連携したインバウンド向けメニュー開発やツアーを実施している。

なお、令和2年度中に鳥取駅周辺にツアーデスク開設を計画していたが、コロナ禍の影響により延期となった。令和6年度より外国人観光客へのコンテンツ販売並びにOTA販売の手配窓口を当局で担うオペレーション体制を整備。

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
鳥取市観光コンベンション協会ホームページのアクセス状況	・連携中枢都市の中心である鳥取市の観光サイトをリニューアルし、圏域6町の情報も発信することで、アクセス向上等の効果を測るため ・効率的な情報発信により、圏域周遊促進し、圏域観光消費拡大に繋げる	2021年11月にホームページリニューアル実施（当社受託事業） Web解析により収集
アンケートデータ （観光消費単価、属性、同行者、満足度、リピーター率、動態・交通手段、旅行目的、泊数、情報源、期待・評価）	・従来から把握できていなかった市町単位や、県境を跨いだ圏域全体での左記数値把握のため ・継続的に圏域データ取得・分析を行い、圏域観光戦略のPDCAサイクル確立 ・圏域周遊促進のための仕組みづくり	2021年度より圏域統一Webアンケート調査を自主事業として開始
主要観光施設入込客数 （鳥取市、岩美町、智頭町、若桜町、八頭町、新温泉町、香美町）	・従来から把握できていなかった市町単位や、県境を跨いだ圏域全体での観光入込客数の把握のため	各市町の主要観光施設への入込客数実績により収集

	・圏域入込客数を麒麟のまち観光局にて推計 ・上記アンケートデータと合わせ、県境を跨いだ圏域全体の観光消費額を算出 ・継続的に実施し、観光消費額の拡大に向けた観光販売戦略の進捗管理を実施	
--	--	--

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

麒麟のまち観光局マネジメントエリア人口は、1990年ピーク時が29.4万人であったが、2015年には26.5万人、将来推計によれば2040年には20.3万人まで減少する。

こうした地域課題に対し、「麒麟のまち」圏域が将来にわたって持続可能な社会となるよう、「地域に根差し、地域が稼ぐ仕組みづくり」をテーマとして、観光振興による地域経済の活性化、地方創生の実現を目的にDMOを設立。事業を通じて地域資源の価値を引き出し、圏域が一体となったブランディングを展開するとともに、「麒麟のまち」に来訪したことがない方へ積極的に情報を届け、来訪者には「ぜひ、また麒麟のまちを訪れたい」という感動を提供できるよう取り組む。

- ① 圏域の観光消費額を高める取組
- ② 圏域の多様な関係者がより強く連携できる取組
- ③ 販売（インバウンドを見据え）を意識し、「資源から商品へ」「継続した販売」「売り先」「売り方」といった一連の流れをDMOがマネジメントする取組

なお、コロナ禍の背景を踏まえ、「麒麟のまち観光販売戦略」を令和2年度に策定した。

鳥取市版：①「鳥取砂丘」を最大限活用した観光消費拡大

- ② 隣接エリアに負けない鳥取市の観光コンテンツの発掘
- ③ 鳥取東部として集客し、鳥取市で「夕食」「宿泊」を獲得
- ④ 発掘した魅力の情報発信（旅マエ・旅ナカ）・インターネット媒体の強化（観光WEBサイトリニューアル）

6町版：①「鳥取砂丘」を最大限活用した観光消費拡大（鳥取砂丘からのモデルルート作成等）

- ② 連携した圏域の魅力拡大（圏域全体で取り組む特集コンテンツ＋各町の個別の魅力を訴求するコンテンツ）
- ③ グルメ戦略による観光消費拡大
- ④ 魅力の情報発信（旅マエ・旅ナカ）

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strengths) ・圏域の歴史や文化に根差した観光資源が豊富 ・鳥取砂丘の知名度 ・山陰海岸ジオパーク ・空港・港湾・高速道路等のアクセス環境 ・海と山が近い	弱み (Weaknesses) ・鳥取砂丘以外の認知度の低さ ・プレイヤー不足 ・観光地間を接続する二次交通の不足 ・素材の商品化が進んでいない
外部環境	機会 (Opportunity) ・首都圏からのアクセス（空港） ・自動車道の整備によるアクセス向上 ・関西圏からのアクセス	脅威 (Threat) ・旅行市場の縮小 ・アクセスにかかる移動コスト

※上記に加え、P E S T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 情報リテラシーの高い層（国内旅行者）
○選定の理由 情報リテラシーが高く、将来性が期待されるため。 ○取組方針 ・OTA販売を意識した個人旅行（F I T）旅客（主として関西・首都圏） ・目的・趣味に沿ったコンテンツ（アクティビティ等）の充実、コンテンツに応じたセグメントの細分化 ・首都圏企業をターゲットとしたワーケーションプログラム ・情報の発信・収集の両面で有効性が高く、プロモーションなどでも選択と集中による展開がしやすいモバイル・WEBの最大限活用 ・砂丘、海、山、溪流など豊かな自然を活用した体験レジャー・スポーツアクティビティの展開 ・圏域が誇る食材の活用による食事メニューの開発 ・VR・ARなどを使ったゲーム感覚の体験プログラムの観光活用の研究推進
○第２ターゲット層 訪日外国人（香港・台湾・欧米豪）
○選定の理由 観光庁調査結果を踏まえ、セグメント「食」「自然を楽しみたい」希望上位国の個人旅行者を主要ターゲットに設定。 麒麟のまち観光局マネジメントエリアは地方部かつ自然を売りにしているため。 ○取組方針 ・麒麟のまち圏域の強みである「食文化」「自然体験」希望上位国をターゲットに設定 ・主として関西圏に滞在する訪日リピーターの日帰り、ショートトリップ ・東京を主に起点としつつも、圏域内のみならず、山陰・瀬戸内海圏域の周遊を志向する訪日リピーター、航空会社・山陰インバウンド機構との連携に軸に置き、マーケティングからコンテンツ開発、プロモーションと一体となる取組による誘客

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	鳥取東部・兵庫但馬をつなぐ「麒麟のまち」 「つなぐ・つくる・つづく、アイデアが降り立つまち 麒麟のまち」のキャッチコピーのもと、DMO設立時からインナーブランディングを充実。県境をまたぐDMOとして、生活圏・経済圏・文化圏と観光圏の一致を目的とし、観光を起点に、多様な事業主体者・関係者との連携により事業を推進。
---------------	---

②コンセプトの考え方	① 地域のやる気を形にする現場を大切に、協業の場を創出し、成功を積み上げていく主導的な役割を果たす。 ② 観光産業のみならず・地域社会（住民）と農業・林業・飲食業・文化財・国立公園など、幅広い領域とのかかわりを深め、信頼を得るための成果を積み上げていく。 ③ マーケットニーズ・トレンドに柔軟かつ迅速にDMOが対応し、求められるコンテンツ等を造成する。 ④ 地域連携DMOの大きな役割である、鳥取県・兵庫県の行政の橋渡しの役割を担い、地域に対する情報発信を行う。 ⑤ 指向性の高く、目的のある旅（コンテンツ）にこだわり、育て磨き上げ、また訪れたいふるさとのような街を目指す。 コンセプトの「つなぐ・つくる・つづく」を実現するため、麒麟のまち観光局の得意分野である商品造成・マーケティング・地域マネジメントに加え、「売り方・売り先・販促・プロモーション」まで一元的に実施できる体制・仕組みづくりを広域DMO、JNTOと連携して実現を図る。
------------	--

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。	DMOが中心となり、行政や観光協会、経済団体が個別に取り組んできた観光事業や施策のベクトルを同一方向に向け、観光消費を高める目的でR2年度に自治体・観光協会とともに「観光販売戦略」を策定。 四半期に一度開催する理事会にて戦略・方向性を確認するとともに、進捗管理を行う。また、宿泊、飲食、交通事業者、地域まちづくり団体など多様な関係者が参画するセミナー・勉強会を開催し、戦略共有の場を設ける。
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	鳥取市・鳥取市商工会議所・鳥取市観光コンベンション協会が実施する「鳥取市観光大学」観光マイスター認定制度を実施しており、観光事業従事者を中心に600人以上が認定されている。研修エリアを「麒麟のまち」エリアに拡大（令和元年度より）。
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	エリアイメージ定着のための「麒麟のまち」共通ロゴや共通コピーを使用し、DMOにかかわる団体・事業者が広報する際に掲載するなど、定着とエリアの一体感を醸成している。また、「麒麟のまち圏域 観光販売戦略と情報発信強化に向けた勉強会」を開催。

※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		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	30,000 (34,000)	31,400 (35,000)	33,766 (36,000)	34,667 (37,000)	35,081 (38,000)	35,482 (39,000)
	実績	30,823 (-)	32,648 (-)	集計中 (-)			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	290 (19.0)	287 (13.3)	300 (21.0)	310 (28.6)	320 (32.9)	330 (37.2)
	実績	279 (2.6)	312 (14.8)	集計中 (集計中)			
●来訪者満足度 (%)	目標	23.0 (-)	24.0 (-)	34.0 (-)	35.0 (-)	36.0 (-)	37.0 (-)
	実績	30.5 (-)	33.0 (-)	集計中 (-)			
●リピーター率 (%)	目標	20.0 (-)	18.0 (-)	23.0 (-)	24.0 (-)	25.0 (-)	27.0 (-)
	実績	7.2 (-)	28.0 (-)	集計中 (-)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

※集計中数値は 2025 年 10 月更新可能予定

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】

マーケティング・アナリストが主体となり、DMO・自治体・旅行者・金融機関などの協議検討のうえ数値目標を設定。当初は、2020 年をピークとして右肩上がり。その間に「地域が稼ぐ仕組み」を構築し、2021 年以降、選ばれる観光地になるために検討してきた。新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、2020 年 4 月に下方修正した。

【設定にあたっての考え方】

- 旅行消費額
鳥取県観光客入込動態調査結果より。密を避けるべく量（来訪者数）から質（旅行消費単価）への転換を図り、消費額増加のためのターゲティングを実施。2021年4月より圏域統一アンケートを開始。R7年度よりアンケートデータでの置き換え方針。
- 延べ宿泊者数
宿泊旅行統計調査（鳥取市）より。新型コロナウイルス感染拡大の影響により、令和2年度目標を下方修正。
- 来訪者満足度
日本交通公社旅行年報より、満足度 鳥取県「大変満足」の割合。個別のツアーや施設、イベント等のデータは多く存在するが、調査内容が統一されていないため、精度の高い継続したデータ収集の仕組みを DMO で検討。R7年度よりアンケートデータでの置き換え方針。
- リピーター率
日本交通公社旅行年報より、再来訪意向 鳥取県「大変そう思う」の割合。2021 年 4 月より開始した圏域統一アンケートデータにより、従来から把握できていなかった市町単位や、県境を跨いだ圏域全体での数値把握を行う。R7 年度よりアンケートデータでの置き換え方針。

(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
		27,500	36,000	42,000	45,000	46,000	47,000

●圏域内観光 GDP	目 標	(一)	(一)	(一)	(一)	(一)	(一)
	実 績	27,322	36,000	集計中			
		(一)	(一)	(一)			

※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。

※集計中数値は 2025 年 10 月更新可能予定

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】

従前は「訪日外国人宿泊者数」「訪日外国人入館者数」「鳥取駅観光案内所訪日外国人利用者数」「オフィシャルサイト訪問者数」を指標としていたが、新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、令和2年度に戦略をゼロベースで見直し実施。

- ① 地域特性を活かした、エッジの効いた目的特化型旅行商品を取り揃え、確実に旅行者に販売
- ② 量（来訪者数）から質（旅行消費単価）への転換
- ③ 観光を基軸として地域の生活の質の向上を図り、地域住民が誇りに思える観光地域づくり

上記の方針を定めたうえで、具体的な観光販売戦略（鳥取市版、圏域版）を策定。圏域内観光消費の拡大に向け、戦略に沿った指標を目標に設定。

【設定にあたっての考え方】

●圏域内観光GDP

必須KPIである旅行消費額と鳥取県/兵庫県市町村経済計算を基に麒麟のまち観光局が推計。最新の市町村経済計算の公表とともに定期的に補正を実施。圏域内観光GDPを追跡調査することにより、観光販売戦略が圏域内にもたらす効果を検証。

なお、令和3年度から圏域内での統一アンケートを開始。市町単位や、圏域全体での観光消費単価・満足度・リピーター率等のデータを取得していく。

同時に各市町の主要観光施設への入込数実績も、行政との連携によりデータ収集し、麒麟のまち観光局にて圏域全体の入込客数を推計。上記アンケートで得られた観光消費単価と合わせて、より精度の高い圏域の観光消費額を算出するとともに、圏域内観光GDPとの比較検証を実施していく。

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	144,933,893 (円)	【運営負担金】31,744千円 【コンテンツ造成分野】10,417千円 【受入環境整備分野】12,807千円 【流通整備分野】52,461千円 【ワーケーション分野】17,770千円 【収益業務分野】10,458千円 【マネジメント分野】7,282千円 【会費・雑収入】1,995千円
2023（R5） 年度	126,140,516 (円)	【運営負担金】31,744千円 【コンテンツ造成分野】16,845千円 【受入環境整備分野】18,917千円 【流通整備分野】13,978千円 【ワーケーション分野】1,373千円

		【収益業務分野】 5,017千円 【マネジメント分野】 36,554千円 【会費・雑収入】 1,713 千円
2024（Ｒ６） 年度	109,535,917 (円)	【運営負担金】 41,744千円 【コンテンツ造成分野】 14,354千円 【受入環境整備分野】 6,353千円 【流通整備分野】 12,730千円 【ワーケーション分野】 1,320千円 【収益業務分野】 4,106円 【マネジメント分野】 19,928千円 【会費・雑収入】 9,000 千円
2025（Ｒ７） 年度	106,544,000 (円)	【運営負担金】 41,744千円 【コンテンツ造成分野】 6,000千円 【受入環境整備分野】 10,000千円 【流通整備分野】 15,000千円 【ワーケーション分野】 1,000千円 【収益業務分野】 10,500千円 【マネジメント分野】 20,500千円 【会費・雑収入】 1,800 千円
2026（Ｒ８） 年度	109,544,000 (円)	【運営負担金】 41,744千円 【コンテンツ造成分野】 7,000千円 【受入環境整備分野】 10,000千円 【流通整備分野】 16,000千円 【ワーケーション分野】 1,000千円 【収益業務分野】 11,000千円 【マネジメント分野】 21,000千円 【会費・雑収入】 1,800 千円
2027（Ｒ９） 年度	112,544,000 (円)	【運営負担金】 41,744千円 【コンテンツ造成分野】 7,000千円 【受入環境整備分野】 12,000千円 【流通整備分野】 16,500千円 【ワーケーション分野】 1,000千円 【収益業務分野】 11,500千円 【マネジメント分野】 21,000千円 【会費・雑収入】 1,800 千円

（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	140,204,799 (円)	【事業費】 97,685千円 【運営管理費】 42,520 千円
2023（Ｒ５） 年度	125,737,596 (円)	【事業費】 87,177千円 【運営管理費】 38,560 千円
2024（Ｒ６） 年度	106,395,593 (円)	【事業費】 57,419千円 【運営管理費】 48,976 千円
2025（Ｒ７） 年度	105,644,000 (円)	【事業費】 57,084千円 【運営管理費】 48,560 千円

2026（R8） 年度	108,644,000 (円)	【事業費】60,084千円 【運営管理費】48,560千円
2027（R9） 年度	111,644,000 (円)	【事業費】61,084千円 【運営管理費】50,560千円

（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

（収入源）

DMO構成団体（行政を含む）からの負担金、会費、観光事業者からの広告・協賛収入、WEBでの商品販売手数料収入、旅行業、商品企画料、観光コンサルタント業務など。

（課題・取組方針）

現状では、行政等からの運営委託金のみでは運営費（人件費・管理費）を賄えておらず、収益事業の収益により運営費不足分を補っている状態。

今後、行政・DMO・観光協会等がそれぞれ担うべき事業分野についての整理を進めつつ、運営委託金額の是正を協議していき、収益性の向上およびそれに伴い公共事業への再投資を拡大できる体制を目指す。

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

- ・鳥取市、岩美町、智頭町、若桜町、八頭町、新温泉町、香美町の1市6町は、一般社団法人麒麟のまち観光局を当該市町における地域連携DMOとして認めます。
- ・鳥取県は、一般社団法人麒麟のまち観光局を鳥取県東部地区における地域連携DMOとして、協同して観光行政に取り組みます。
- ・兵庫県は、一般社団法人麒麟のまち観光局を当該県における地域連携DMOとして認めます。

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】

- ・重複する地域連携DMO（ひょうご観光本部）及び隣接する地域連携DMO（豊岡イノベーション、海の京都DMO）とは、四半期ごとにプロモーションや広域周遊促進を中心とした連携について意見交換を行うとともに、R4広域周遊促進事業を連携実施している。

【区域が重複する背景】

- ・麒麟のまち観光局のマネジメントエリアは、鳥取県と兵庫県にまたがっており、兵庫県内の地域連携DMO（ひょうご観光本部）の区域と重複・隣接しているため。
- ・鳥取県、兵庫県、京都府にまたがる山陰海岸エリアは、「山陰海岸ジオパーク」として一体的な取り組みを実施しているため。

【重複区域における、それぞれのDMOの役割分担について】

- ・プロモーションや広域周遊促進については、ひょうご観光本部と連携する。
- ・コンテンツ造成、受入環境整備等については、麒麟のまち観光局はマネジメントエリアを、その他のエリアについてはひょうご観光本部及び豊岡イノベーションが各市町とともに取り組む。

【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】

・プロモーションや広域周遊促進は連携することにより、費用対効果の高い取組や観光消費を高める取組が期待できる。

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	山根 大基
担当部署名（役職）	一般社団法人麒麟のまち観光局 地域づくり部 総務・マーケティングチーム リーダー
郵便番号	680-0846
所在地	鳥取県鳥取市扇町 3 東栄ビル 3F
電話番号（直通）	0857-50-1785
FAX番号	0857-50-1786
E-mail	yamane@tottori-inaba.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	鳥取市
担当者氏名	平井 宏和
担当部署名（役職）	経済観光部 次長
郵便番号	680-8571
所在地	鳥取県鳥取市幸町 71
電話番号（直通）	0857-30-8290
FAX番号	0857-20-3947
E-mail	kankou@city.tottori.lg.jp

都道府県・市町村名	岩美町
担当者氏名	畑先 久志
担当部署名（役職）	商工観光課 課長
郵便番号	681-8501
所在地	鳥取県岩美郡岩美町浦富 675-1
電話番号（直通）	0857-73-1416
FAX番号	0857-73-1590
E-mail	kankou1@iwami.gr.jp

都道府県・市町村名	智頭町
担当者氏名	迎山 恵一
担当部署名（役職）	企画課 課長

郵便番号	689-1402
所在地	鳥取県八頭郡智頭町大字智頭 2072-1
電話番号（直通）	0858-75-4112
F A X 番号	0858-75-1193
E - m a i l	kikaku@town.chizu.tottori.jp

都道府県・市町村名	若桜町
担当者氏名	谷本 剛
担当部署名（役職）	経済産業課 課長
郵便番号	680-0792
所在地	鳥取県八頭郡若桜町大字若桜 801-5
電話番号（直通）	0858-82-2238
F A X 番号	0858-82-0134
E - m a i l	keizai@town.wakasa.tottori.jp

都道府県・市町村名	八頭町
担当者氏名	村山 智規
担当部署名（役職）	産業観光課商工観光室 室長
郵便番号	680-0493
所在地	鳥取県八頭郡八頭町郡家 493
電話番号（直通）	0858-76-0208
F A X 番号	0858-76-0217
E - m a i l	syoukou-kankou@town.yazu.tottori.jp

都道府県・市町村名	新温泉町
担当者氏名	谷口 薫
担当部署名（役職）	商工観光課 課長
郵便番号	669-6792
所在地	兵庫県美方郡新温泉町浜坂 2673-1
電話番号（直通）	0796-82-5625
F A X 番号	0796-82-3054
E - m a i l	syokokanko@town.shinonsen.lg.jp

都道府県・市町村名	香美町
担当者氏名	吉津 弘一
担当部署名（役職）	観光商工課 課長
郵便番号	669-6592
所在地	兵庫県美方郡香美町香住区香住 870-1
電話番号（直通）	0796-36-3355
F A X 番号	0796-36-3809

E - m a i l	kankoushoukou@town.mikata-kami.lg.jp
-------------	--------------------------------------

都道府県・市町村名	鳥取県
担当者氏名	田口 邦彦
担当部署名（役職）	輝く鳥取創造本部 観光戦略局 局長
郵便番号	680-8570
所在地	鳥取県鳥取市東町 1 丁目 220
電話番号（直通）	0857-26-7218
F A X 番号	0857-26-8308
E - m a i l	kankou@pref.tottori.jp

都道府県・市町村名	兵庫県
担当者氏名	岸本 孝志
担当部署名（役職）	但馬県民局地域政策室地域づくり課 班長
郵便番号	668-0025
所在地	兵庫県豊岡市幸町 7-11
電話番号（直通）	0796-23-1001
F A X 番号	0796-23-1476
E - m a i l	Takashi_Kishimoto@pref.hyogo.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＞鳥取市、岩美町、智頭町、若桜町、八頭町、
＜兵庫県＞新温泉町、香美町

【設立時期】平成30年1月15日

【設立経緯】①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】理事長 入江 到

【マーケティング責任者(CMO)】山根 大基(常勤)・高橋 良平(非常勤)

【財務責任者(CFO)】総務・マーケティングチーム リーダー 山根 大基

【職員数】7人(常勤6人(役員1人・正職員4人・出向等1人)、非常勤1人)

【主な収入】総収入 109,535千円(令和6年度決算)

運営負担金41,744千円、コンテンツ造成分野14,354千円、受入環境整備分野6,353千円
流通整備分野12,730千円、ワーケーション分野1,320千円、収益業務分野4,106千円、
マネジメント分野19,928千円、会費・雑収入9,000千円

【総支出】総支出 106,395千円(令和6年度決算)

事業費57,419千円、運営管理費48,976千円

【連携する主な事業者】(会員327社)

自治体(1市6町+広域行政)、観光協会(1市6町)、
経済団体(鳥取商工会議所、鳥取県東部7商工会)、
金融機関(鳥取銀行、但馬銀行)、宿泊(鳥取温泉旅館ホテル組合)、
交通(若桜鉄道、智頭急行、日本交通、日ノ丸自動車、全但バス)、
報道(新日本海新聞社、日本海ケーブルネットワーク)、旅行業(ANAあきんど、農協観光)、
観光施設(鳥取砂丘砂の美術館、鳥取砂丘ビジターセンター)、飲食(ひよこカンパニー)、
広告(VZONE)、商工業(山陰酸素グループ) ほか

KPI(実績・目標)

記入日：令和7年7月25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	30,000 (34,000)	31,400 (35,000)	33,766 (36,000)	34,667 (37,000)	35,081 (38,000)	35,482 (39,000)
	実績	30,823 (—)	32,648 (—)	集計中 (—)	—	—	—
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	290 (19.0)	287 (13.3)	300 (21.0)	310 (28.6)	320 (32.9)	330 (37.2)
	実績	279 (2.6)	312 (14.8)	集計中 (集計中)	—	—	—
来訪者 満足度 (%)	目標	23.0 (—)	24.0 (—)	34.0 (—)	35.0 (—)	36.0 (—)	37.0 (—)
	実績	30.5 (—)	33.0 (—)	集計中 (—)	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	20.0 (—)	18.0 (—)	23.0 (—)	24.0 (—)	25.0 (—)	27.0 (—)
	実績	7.2 (—)	28.0 (—)	集計中 (—)	—	—	—

戦略

【主なターゲット】

- ・情報リテラシーの高い層(国内旅行者)
- ・訪日外国人(香港・台湾・欧米豪)

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

- ・一元的な体験コンテンツのOTA販売(関西・首都圏)
- ・目的・趣味に沿ったコンテンツ(アクティビティ等)の充実、コンテンツに応じたセグメントの細分化
- ・首都圏企業をターゲットとしたワーケーションプログラム
- ・関西圏に滞在する訪日リピーターの日帰り、ショートトリップ
- ・マーケティングからコンテンツ開発、プロモーションと一体となる取り組みによる誘客

【観光地域づくりのコンセプト】

県境をまたぐDMOとして、生活圏・経済圏・文化圏と観光圏の一致を目的とし、観光を起点に、多様な事業主体者・関係者との連携により事業を推進。

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

- ・ローカル鉄道を活かした観光列車の造成磨上げ
- ・日本遺産コンテンツ(麒麟獅子舞)
- ・3DMO連携による山陰海岸ジオパーク周遊ルート造成事業
- ・地域のヒトとの交流をコンセプトとした第2のふるさとコンテンツ造成
- ・廃旅館を活用したお化け屋敷造成
- ・廃校となった小学校活用し認知症予防コンテンツ造成

【受入環境整備】

- ・Googleビジネスプロフィールオーナー登録促進
- ・ワーケーションワンストップ相談窓口開設
- ・地域のヒトとの交流のきっかけづくりを行うフレンドコーディネーター新設
- ・観光DXプラットフォーム構築
(観光CRM「このへん共和国」、宿泊データ分析)
- ・インバウンドに関してのオペレーション体制の構築
- ・日本版持続可能な観光ガイドライン「JSTS-D」取得。

【情報発信・プロモーション】

- ・インナーブランディング「麒麟のまち」
- ・「鳥取市観光Webサイト」リニューアル
- ・圏域1市6町の観光情報の一元的な発信
- ・共通販売プラットフォーム(アソビュー・旅くら)
- ・SNS(TikTok、Instagram)での情報発信
- ・麒麟のまちアソビュー体験コンテンツ販売促進キャンペーン
- ・NEC直販システムの導入
- ・CRMシステム活用し、会員数拡大及び、周遊促進を目的としたキャンペーン

【その他】

- ・観光販売戦略策定
- ・旅行者対象の麒麟のまちアンケート実施
- ・地域側の様々なステークホルダーを対象としたD-NEXTアンケート実施
- ・鳥取ワーケーション協議会事務局運営
- ・麒麟のまち道の駅連絡会事務局運営

