

鳥取因幡・北但西部
観光グランドデザイン

鳥取因幡・北但西部観光グランドデザイン策定委員会

《 目 次 》

1. はじめに	3
2. 鳥取因幡・北但西部観光グランドデザイン策定の経緯	
1) 鳥取因幡・北但西部エリアの概要	4
2) 取組みの経緯	5
3) グランドデザインの目的	5
4) 当圏域観光の現状と課題	6
3. 観光グランドデザイン	
1) 目指すべき将来像	8
2) 具体的な活動指針（基本戦略）と目標	11
3) 基本戦略別具体的施策	12
・ブランディングによる情報発信の推進	
・観光コンテンツのブラッシュアップ	
・食に関するコンテンツの開発	
・回遊性の高い地域交流網の検討	
・おもてなし文化の醸成	
4) 今後の推進体制とスケジュール	25
<参考資料>	
鳥取因幡・北但西部観光グランドデザイン策定委員会について	28

1. はじめに

わが国は、超高齢・人口減少社会に突入し、首都圏への一極集中や地域経済の低迷など、地域を取り巻く環境は厳しさを増しており、全国各地ではその地域資源を活用し、「まち、ひと、しごと」をテーマに地方創生に向けた取組みを進めている。

このような中、国においては、各地域に国内外のからの人の流れを戦略的に創出し、観光による地方創生を実現していくことを目指している。また、2015年には訪日外国人観光客数が2000万人を突破したところであるが、2020年にはこの倍となる4000万人を目標として取り組むこととしている。

一方、鳥取因幡・北但西部地域（以後「当圏域」）においても全市町で人口が減り、さらにその年齢構成をみると、65歳以上の高齢人口が約3～4割となるなど、人口減少や少子高齢化が顕著になっている。

当圏域の持続的な発展や飛躍を進めるためには、地域が一体となった取組みを進めていくことが重要であり、現在も鳥取県東部地域（鳥取市、岩美町、若桜町、智頭町、八頭町）での東部広域行政や鳥取・因幡観光ネットワーク協議会による広域観光に取り組むとともに、コリドー21（因但県境自治体会議：鳥取市、岩美町、若桜町、八頭町、香美町、新温泉町）や山陰海岸ジオパーク協議会（鳥取市、岩美町、香美町、新温泉町等）等により広域的な連携のもと取組みを進めている。

特に観光産業の振興は、宿泊、飲食、土産物、交通等、第一次産業から第三次産業まで幅広く波及する産業であり、各市町において地方創生に取り組む柱の一つに交流人口の増加を図る観光振興を位置づけている。

今後一層、各市町の魅力ある資源を最大限活用し、また連携させることで観光の充実を図り、国内外から多くの方に当圏域を訪問していただく地域の観光地づくりを強力に進めていく必要がある。

本観光グランドデザインは、「鳥取因幡・北但西部地域の交流人口拡大や産業の振興」を目指し、県内外さらには海外からの誘客を一体的かつ計画的に取り進めるため、その取組方針を示すものとして策定する。

2. 鳥取因幡・北但西部観光ランドデザイン策定の経緯

1) 鳥取因幡・北但西部エリアの概要

当圏域は、鳥取県の東部及び兵庫県の北西部に位置し、北は日本海に面し、西は鳥取県湯梨浜町及び三朝町、東は兵庫県豊岡市、南は兵庫県養父市及び宍粟市、岡山県奈義町、鏡野町と接している。主な都市との距離は、岡山から約 100km 圏域、大阪から約 150km 圏域、広島から約 250km 圏域となっている。

道路網は、鳥取市の北部、岩美町、新温泉町、香美町の中央を通過する国道 9 号や、鳥取市の中心部から八頭町、若桜町を経て姫路方面へ通過する国道 29 号、同じく鳥取市の中心部から智頭町、岡山県へ南北に通過する国道 53 号等により、各市町が結ばれている。また、近年では、鳥取自動車道（中国自動車道佐用 JCT～鳥取市内）が全線開通されるとともに、山陰自動車道や山陰近畿自動車道（鳥取・豊岡・宮津自動車道）等が整備されつつあり、高速道路網による広域ネットワークの充実が図られている。

主な交通アクセスとして、鉄道では、JR 山陰本線、因美線、智頭急行、若桜鉄道がある。バスでは、鳥取駅から東京や京都、大阪、神戸、姫路、広島、福岡をつなぐ高速バスがあり、各町内では路線バスが運行されている。

また、当圏域には、鳥取砂丘コナン空港があり、東京便が運航している。また、様々な地域資源にも恵まれており、鳥取砂丘（鳥取市）、山陰海岸ジオパーク、温泉（鳥取温泉、岩井温泉、湯村温泉）等の自然資源、鳥取しゃんしゃん祭（鳥取市）等の人文資源、県立但馬高原牧場（新温泉町）、ハチ北高原スキー場（香美町）等のレクリエーション資源、各種道の駅等の観光施設等があり、来て、見て、感じて楽しむことができる多様な観光資源を有している。

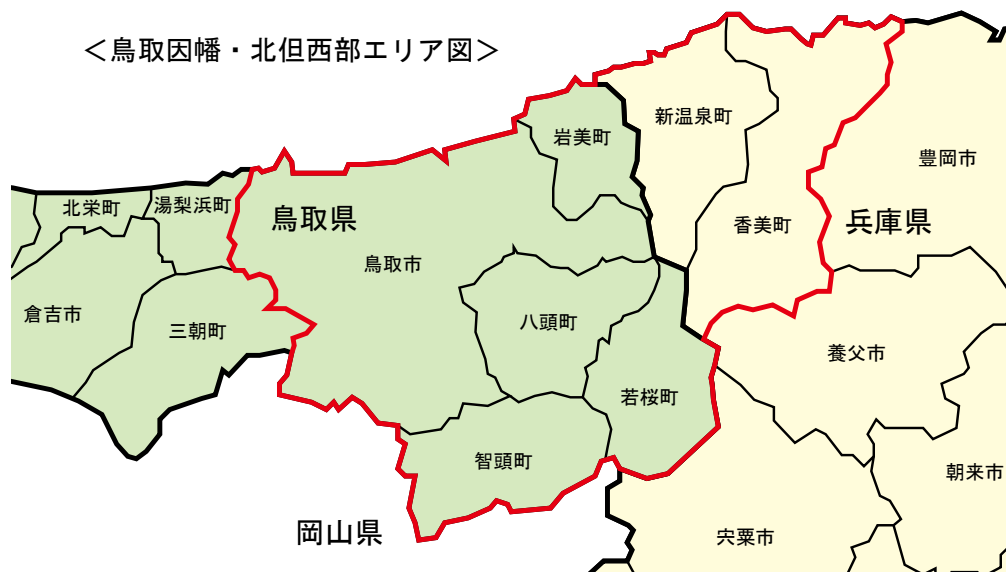
さらに当圏域には、伝統文化としておよそ 360 年前（1650 年）から頭部に「麒麟」の彫り物を戴く獅子舞が神社の神前に奉納されるなど、「麒麟獅子」というこの地方独特の民族芸能が受け継がれている。鳥取県内では、鳥取市、岩美町、若桜町、智頭町、八頭町に広く分布しており、休止分も含めると約 170 頭の伝承が確認されている。また、東隣の但馬地方や明治時代に北海道に鳥取から移住した地域にも伝播しているなど、歴史的な繋がりがある地域である

2) 取組の経過

鳥取県東部では、平成 22 年度から行政、経済団体、観光協会の 18 団体が構成する鳥取・因幡観光ネットワーク協議会にて広域観光振興ネットワークづくり等に取り組んできた。この鳥取・因幡観光ネットワーク協議会が一つの母体となり、平成 28 年度に協議会と自治体(鳥取市、岩美町、若桜町、智頭町、八頭町) が連名で観光庁への日本版DMO候補法人の登録申請を行った。

平成 29 年度には地域連携型DMOの設立準備を進め、平成 30 年度に本格稼働するにあたり、コリドー 21 や山陰海岸ジオパークなどでも連携する兵庫県北但西部 2 町(香美町・新温泉町)との連携を図り、戦略的な鳥取県の東部および兵庫県の北但西部の観光地づくりを推進していくこととなる。

その設立準備段階として、当圏域を対象として平成 27 年度に実施した「鳥取因幡・北但西部観光ランドデザイン策定に係る調査業務」の結果を踏まえ、地方創生の観点から広域観光の目指すべき将来像とそれを具現化するための方策を平成 28 年度では「鳥取因幡・北但西部観光ランドデザイン」としてまとめることとした。



3) グランドデザインの目的

旅行者ニーズの多様化に伴い旅行形態は団体から個人へ、また、交通インフラ整備や情報通信ツールの発展によりその活動範囲も拡大している。こうした観光需要に的確に対応していくには、単独市町の限られた取り組みを越え、より多くの魅力ある観光資源をまとめ一つのブランドと捉えたプロモーション展開へと移行することが不可欠となっている。

4) 当圏域観光の現状と課題

平成 27 年度実施した基礎調査では、次のような圏域観光の現状が見受けられる。

【現状】

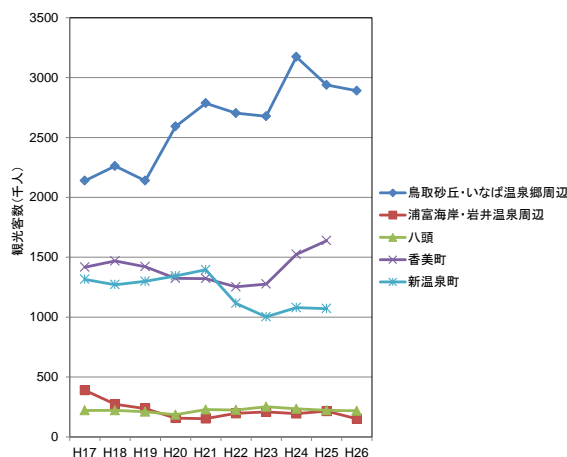
- ① 圏域への観光客数が 620 万人と増加傾向であり、そのうち「鳥取砂丘・いなば温泉郷」が 290 万人と約半数を占める。
- ② 宿泊客が 57%と日帰り客より多いものの、24%がエリア外の宿泊である。
- ③ 初めての訪問が 31%とリピーター客が多い。
- ④ 圏域での規模 2 万人以上の年中行事は 14 件あるが、総体的に年々減少傾向にある。
- ⑤ 景観、食事に対する満足が 8 割と高い一方、その代金やお土産に対する満足が 6 割と相対的に低い。
- ⑥ 訪れたことがない人へのアンケートでは「訪問したい観光地はない」が 50%で、その理由は「知らない・情報がない」が 33%と高い。来訪する場合の移動手段としては、55%が公共交通を利用したい。

こうした現状から、次のように課題を捉えている。

【課題】

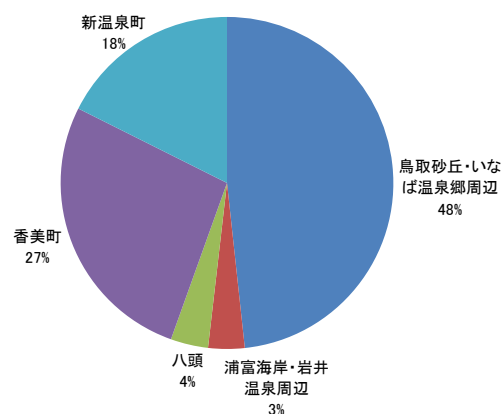
- ① 砂丘に続く観光資源の磨き上げや掘り起こし
- ② 体験メニューの多様化や広域周遊プランの充実
- ③ 圏域連携による新たなイベントの創造
- ④ 魅力ある土産や宿泊施設など観光で地域が潤う仕組みと受入体制の整備
- ⑤ 圏域への交通便益と二次交通の充実による観光地へのアクセス向上
- ⑥ 地域を知ってもらいきっかけとなる多様なツールでの情報提供

<地域別観光客数の推移>



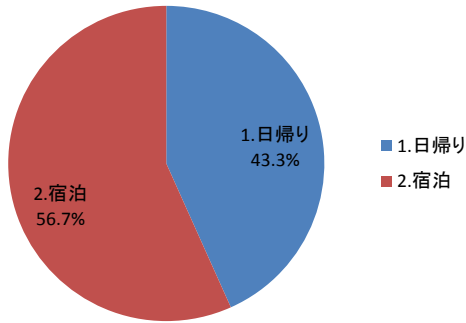
アンケート調査 方式：対面、聞き取り方式 調査日：平成 28 年 2 月 7 日（日）

<平成 25 年の地域別観光客数の割合>



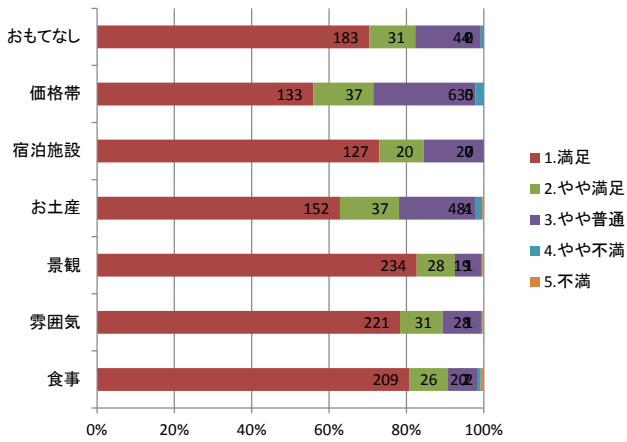
<観光行動（宿泊）>

回答者の約57%が宿泊しており、日帰りよりも多くなっている。宿泊日数は、「1日」が約85%と最も多くなっている。宿泊を伴う回答者のうち、約76%がエリア内で宿泊している。



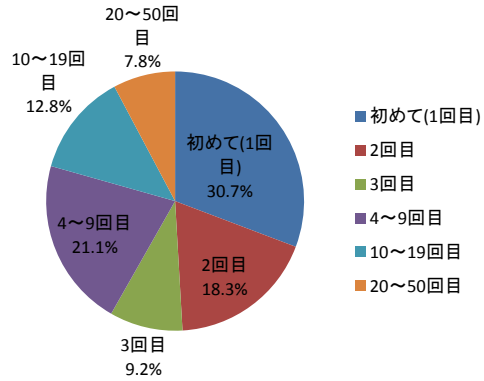
<観光の満足度>

観光の満足度は、「景観」、「雰囲気」、「食事」において約8割が「満足」と回答している。一方で、「価格帯」、「お土産」は「満足」と回答したのが約6割にとどまっている。



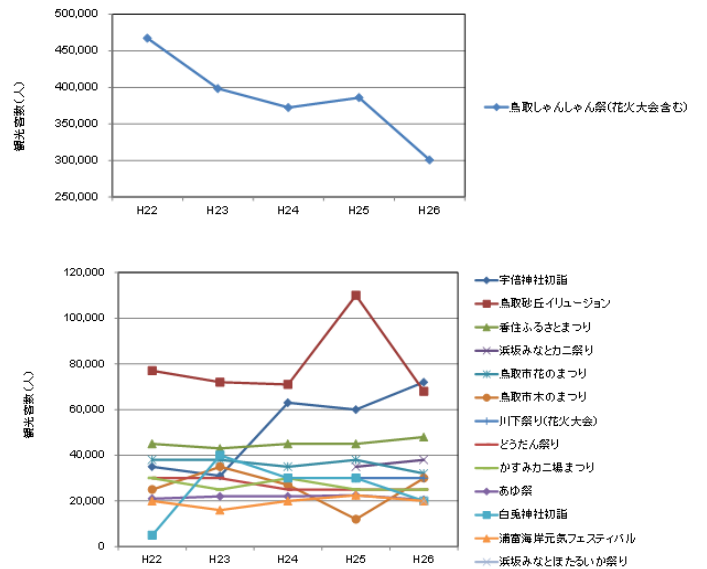
<観光行動（訪問回数）>

訪問回数は、「初めて」が約3割と最も多いが、「2回目」以上のリピーターも約7割を占めている。



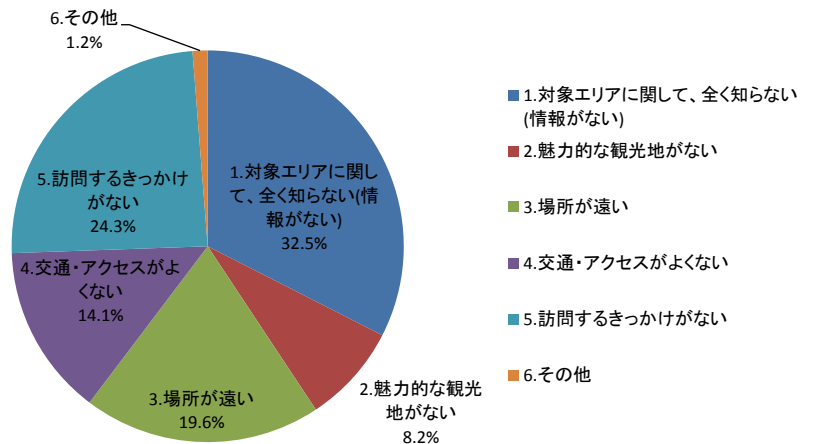
<イベント別観光客の推移>

*20千人以上*市町村調べ



<今後の観光意向（訪問意向がない理由）*未訪問者>

「訪問したい観光地はない」とした回答者が、当エリアに訪問する意向がない要因として、「対象エリアに関して全く知らない（情報が無い）」が約33%と最も多く、次いで「訪問するきっかけがない」が約24%となっている。



3. 観光グランドデザイン

1) 目指すべき将来像

(1) コンセプト

【重要なこと】

誰のための何のためのグランドデザインか！

- 当圏域の有する観光資源を国内外の人々に認知してもらうことによって、この地域がより豊かになり、誇りをもって暮らせるようにすること
- 食事、宿泊、交通、その他観光業に加え、地域産業を強くすることでこの地域の人の生活を豊かにすること
- 認知度を高めることで観光客を増やし、人の交流を増やし、産業を誘致し、ここに住む人のプライドを醸成すること

【コンセプト】

鳥取因幡・北但西部地域の今後の観光振興に向け、多様な事業主体・関係者等相互の連携、並びに事業の円滑な推進を図り、夢のあるビジョンを描き、“広域エリアだからこそ出来ること、やりたいこと、やれること”に取組み、それぞれの市町の活動との有機的な連動・連携および住民参加による地域全体の活性化をめざす。

(2) ビジョン

【重要なこと】

グランドデザインを策定することで中長期的に目指すこと

- 当圏域が有する魅力(農林水産業・工業・サービス業などの産業資源と景観・名所・祭事・イベントなどの観光資源)を国内外に効率的に発信すること
- 観光資源はブラッシュアップしていくことで、観光関連産業の活性化を図る。
- 平成 32 年に開催される東京オリンピック・パラリンピックは、日本の観光における最大のイベントであり、首都圏に留まらず国内外の観光客が全国へ波及することが期待されている。現状の観光客数から拡大する明確な目標値をもって、その実現に向けた戦略・戦術を実践すること

【ビジョン】

- **生活圏・商圏・文化圏、新たな観光圏の連携が実現**
(地域のめざす姿)
- **訪れた人々が「美しさ・温かさ・うまさ」に感動する地域**
(鳥取因幡・北但西部に来てくださる観光客の皆さんに期待する姿)
- **住民が主体となり様々な交流を通じて、創りあげる笑顔あふれる地域**
(地域住民のめざす姿)

(3) 構想推進期間

平成29年(2017年)～33年(2021年)

<注目すべき主なイベント>

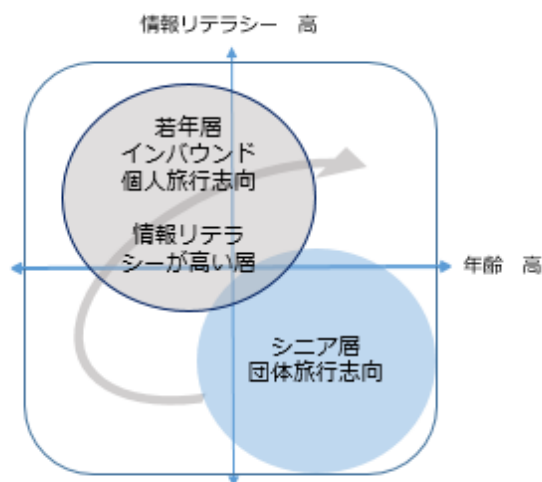
- ラグビーワールドカップ2019 日本大会 (開催時期: 2019年9月～10月予定)
第9回大会にして初のアジア開催。12都市で開催し、経済波及の総額は約2330億円と推計されている。

- 東京2020オリンピック・パラリンピック
(開催期間: オリンピック 2020年7月24日～8月9日 パラリンピック 2020年8月25日～9月6日)
1964年以来、56年ぶりの東京開催。開催期間中には、1日当たり最大92万人の観戦客らが東京を訪れると予想されているが、オリンピックの開催は、こうした直接的な観戦需要以外にも、様々なルートを通じて、わが国経済に大きな影響を及ぼすとみられる。

- 関西ワールドマスターズゲームズ2021 (開催期間: 2021年5月15日～5月30日)
第10回の記念大会であり、アジアで初の開催。国内外から約5万人が参加し、約140億円の経済効果と推計されている。

(4) 重点ターゲット

急速に進展する超高齢化社会の到来を見据え、情報リテラシーが高く、将来性が期待される「若年層」および、引き続き旺盛なインバウンド需要が期待されるを新たな市場として捉え、「若年層」および「訪日外国人」を重点ターゲットと設定し、地域連携による誘客を強化する。



【若年層への主な戦略】

- 当圏域の豊かな自然を満喫していただける層として、児童・生徒（教育旅行）、学生世代（友人等とのグループ旅行等）、子育て世代（家族旅行）を中心に誘客展開
- 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易いモバイル・WEBの最大限活用

※昨今は中高年層からシニア層までモバイルの普及率も上昇しており、年次的に世代を問わず普及していくことが想定される。

- 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

※教育旅行で体験学習としての原体験がある

- この圏域が誇る食材の活用による、郷土色を感じ、手軽に提供できる食事メニューの開発
- VR（virtual reality/仮想現実）やAR（Augmented Reality/拡張現実）など、モバイル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

※若者文化におけるVRの代表例：刀剣乱舞（刀剣女子）、ARの代表例：ポケモンGOなど

【訪日外国人への主な戦略】

- 国・地域別では日本から近くリピーターの多い東アジア諸国（韓国、台湾、香港、中国）を中心に誘客展開
 - 観光庁認定の広域観光周遊ルート「美の伝説（関西広域連合）」「縁の道（山陰インバウンド機構）」の2ルート双方の対象地域である優位性を最大限に活用
 - 平成27年度に約790万人が訪れた関西から当圏域へ訪日外国人旅行者の誘客強化
 - 外国人旅行者との円滑なコミュニケーションを可能とする多言語翻訳システムの実用化に向けた研究推進
 - 訪日外国人に人気の田舎文化を体感する体験型観光の多様なプログラムの整備
- ※観光ニーズが「モノ消費」（＝買い物中心）から「コト消費」（＝体験中心）へ変化
- 帰国の際に持ち帰ることが出来るお土産品の開発

2) 具体的な活動指針（基本戦略）と目標

(1) 活動指針

【重要なこと】

- ビジョン達成に向け、「食」「観光・アクティビティ」「交通」の要素をまとめ、効果的な情報発信を行うこと
- 「食」「観光・アクティビティ」「交通」の課題を徹底的に洗い出し、解決策をつくること
- 従来当圏域で行っていた情報発信をある程度集約し、効率性と効果性を高めること
- そのために、当圏域を一つの地域として発信するためのシンボルをつくること(地域ブランディング)
- ビジョン達成のため、PDCAサイクルを循環させ、目標の達成に向けた取り組みえを検証し次の成果につなげることが重要であり、その進捗度合いを検証し易くするために「KPI」（重要催行評価指数）を設定すること

※KPI：プロセスの実施状況を計測するために、実行の度合い（パフォーマンス）を定量的に示す指標

【基本戦略】

- ブランディングによる情報発信の推進
- 観光資源のブラッシュアップ
- 食に関するコンテンツの開発
- 回遊性の高い交通網の検討
- 「おもてなし」文化の醸成

(2) 目標

【鳥取県東部・北但西部（1市6町）の観光客入込数】

平成27年度 630万人 ⇒ 平成34年度 800万人

※圏域への観光客入込数を平成27年度から約27%増加

3) 基本戦略別具体的施策

ブランディングによる情報発信の推進

圏域のブランドコンセプトを設定し、ブランドデザイン・キャッチコピーなどを活用し、モバイル・WEBコンテンツでの情報発信を推進します。

ロ エリアブランディングによる情報発信の実施

ターゲットとなる層に対し、1市6町をひとつのブランドと見立てたブランドとして訴求する体制を整備する。

- エリアブランドコンセプトの設定
- エリアブランドを象徴するキャッチコピーの制作
- エリアを象徴するデザイン(ブランドロゴマーク等)の制作
- 当圏域としての情報発信の実施

鳥取因幡北但西部地域は、1市6町からなる圏域であり、かつ2つの県にまたがっているため、従来の圏域の表現とは異なっており、第三者に対して認知度が高いとは言えない。

しかしながら、当圏域は、麒麟獅子舞の日本遺産登録に向け結束し、関西情報発信拠点「麒麟のまち」を大阪に設ける等、圏域としての活動が具体化し始めている。

このような状況にあって、当圏域を、第三者に対して訴求するためには、当圏域を一つに見立て、情報発信する必要に迫られている。

折しも、この1市6町の観光に関する活動を一つの組織(DMO)に集約していこうという動きになっており、今回の観光ブランドデザインにおいても、麒麟獅子舞を核とした「麒麟のまち」を意識しつつ、当圏域を(エリア)一つのブランドとして訴求していくことが重要である。

このような環境下において、平成30年度に、当圏域を代表するDMOが設立した際に、この地域が一つのエリアブランドとして認識され、内外の観光客がこぞってこの地域を訪れるようにするために、以下のような施策を早い段階で行っていく必要がある。

【具体的施策】

□ エリアブランディングによる情報発信の実施

● エリアブランドコンセプトの設定

➤ 当圏域を一体的に訴求するためのコンセプトの設定

- ・ 当圏域を第三者に訴求するために打ち出すコンセプトとして何が有効かを検討
- ・ 当圏域を打ち出す元となった「麒麟獅子舞」に加え、「観光」「食」「交通」「おもてなし」などのキーワードをベースに、当圏域のコンセプトとなるものを作成し設定

● エリアブランドを象徴するキャッチコピーの制作

➤ 当圏域を一言で認知してもらうキャッチコピーの制作

- ・ 当圏域は、この地域以外の方だけでなく地域内の方にとっても馴染みが薄いため、認知度向上につながるキャッチコピーを制作
- ・ 具体的には、圏域外の人はもちろん、圏域にお住まいになっている人の心に刺さる、わかりやすく共感する「名称」「キャッチコピー」などの制作(日本語、英語、その他)

● エリアブランドを象徴するデザイン(ブランドロゴマーク等)の制作

➤ 当圏域を一目で認知してもらうためのデザインの制作

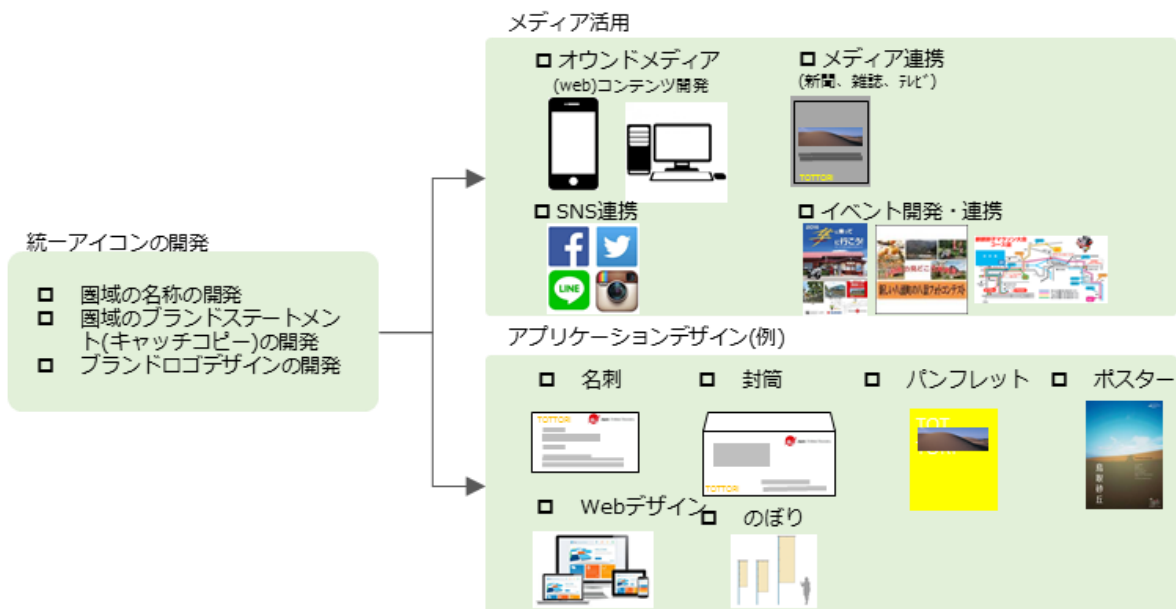
- ・ キャッチコピー同様、認知度がまだ低い当圏域の認知度向上につながるデザインの制作
- ・ ロゴマーク、文字フォント、カラーなどのデザインシステム全般を規定

● 当圏域としての情報発信の実施

➤ 当圏域統一ホームページ(WE B)の制作

- ・ 1市6町にまたがる広域DMOが設立された暁には、各市町や観光協会がホームページを持つ必要はなく、できる限り一つのサイトに集約
- ・ 「キャッチコピー」「ロゴマーク」などの言葉やデザインを用いた、統一したアイコン(表象)に基づく圏域統一ホームページの制作
- ・ PCだけでなく、スマートフォンやタブレット端末などのモバイルツールによる視聴も可能にするフォーマットによる制作

- SNS (フェイスブック、インスタグラム、LINE、Twitter など)などのオウンドメディアとの連動を考慮
- 圏域統一メディアとして必要なコンテンツ(「麒麟獅子舞」「観光」「食」「交通」「おもてなし」など)の開発
- ▶ その他既存メディア(新聞・雑誌・テレビ)、イベントによる情報発信の企画開発の実施
 - 圏域外での新聞広告やメディア発信の実施
 - 圏域内外でのイベントと連動したエリアブランドの訴求
- ▶ 当圏域の一体感を向上するためのアプリケーションデザインの開発
 - パンフレット、ポスター、名刺、封筒、観光に携わる人員のユニフォームなどの制作
 - 日常的に使用するツールを統一感のあるデザインで規定し使用することで、この圏域の一体感を醸成し、日常的にエリアブランドとして認知度を向上



観光コンテンツのブラッシュアップ

自然、伝統文化、温泉、スポーツアクティビティ、農業などの各種体験プログラムの魅力アップと組み合わせによる周遊ルートの拡充を図ります。

□ 誘客の仕掛けづくり

- 地域性を活かした多様な体験プログラムの整備
- 集客力のあるイベントを核とした周遊型ルートの拡充
- 新たな地域連携イベントによる新規観光客の開拓
- 多様な観光客ニーズに対応する宿泊サービスの整備
- 観光6ゾーンを組み合わせた周遊型ルートの拡充および滞在旅行の促進
- 隣接エリアとの連携

□ 人材発掘と後継者育成

- グランドデザイン推進組織の旗振り役の育成
- 観光関連産業の後継者の育成

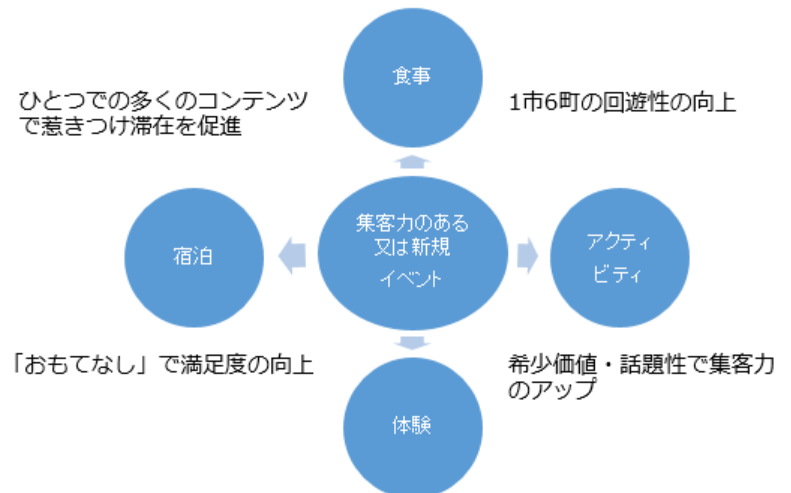
<観光素材の磨き上げイメージ>



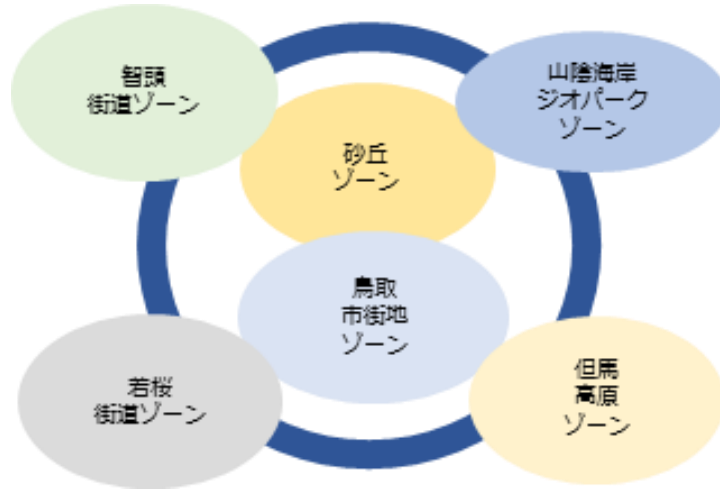
個々のブラッシュアップ

組み合わせによる新たな体験の創造

<イベント創出イメージ>



< 6つの観光ゾーンの周遊イメージ >



< 参考 > 出典：観光庁

観光圏の整備を通じた魅力ある観光地域づくり

観光庁

- 観光圏整備法に基づき、地域の幅広い関係者の連携の下、戦略的かつ一体的な観光地域づくりを促進する。
- ゴールデンルートにある地域だけではなく、特定のテーマを持って国内外に訴求する際立った魅力を持つ観光地域を創出し、観光を通じた地域の活性化を図る。

情報発信

日本
世界

にじ阿波観光圏/
滞在プログラムの外国人受入

ブランドの確立（地域ならではの魅力の創出）

マネジメント体制の構築
-観光地域づくりプラットフォームの設置
-観光地域づくりマネージャーの確保・育成

官民・産業間・地域間の連携
行政と民間事業者との連携、観光事業者だけでなく交通事業者、農工商関係者、農林漁業者等との連携、複数市町村間の連携

地域住民の理解・関与
地域住民を巻き込んだ観光地域づくり

【具体的施策】**□ 誘客の仕掛けづくり****● 地域性を活かした多様な体験プログラムの整備**

- 伝統芸能（麒麟獅子等）を組み入れた観光客参加型体験プログラムの拡充
- “景観（鳥取砂丘等）を「観る」要素”や“特産品（梨・カニ等）の「食べる」要素”にプラス“アクティビティの「体験」”等を加えた複合的なプログラムの拡充
- 食の宝庫ならではの「本物志向」の農林漁業体験の拡充
- 山陰インバウンド機構と連携したニーズ把握と活用
- 鳥取市国際観光客サポートセンターでのニーズ調査の実施と施策への反映および「訪日外国人消費動向調査」（観光庁・四半期に1回実施）などを基礎資料として活用

● 新たな地域連携イベントによる新規観光客の開拓

- 伝統芸能（麒麟獅子舞等）に観光要素の演出をアレンジした新たな圏域を象徴するイベントの展開
- 若者文化（音楽やアニメ・ファッションなど）を捉えた話題性のあるイベントの展開

● 多様な観光客ニーズに対応する宿泊サービスの整備

- 低廉ながら安心・清潔なドミトリー・ゲストハウスなど新たなスタイルの宿泊を創出し、若者から外国人まで泊まりやすい受け入れ環境づくりの検討
- 農山漁村の生活体験を味わうことができる農林漁家民宿の拡充

● 観光6ゾーンを組み合わせた周遊型ルートの拡充および滞在旅行の促

- 集客力のあるイベントを核とした当圏域内の周遊型ルートの拡充
- 地域の魅力にストーリー性を持たせた周遊型ルートの拡充
- 重点ターゲットのニーズにあった多様な滞在型周流ルートの拡充

● 隣接エリアとの連携

- ・ 山陰インバウンド機構、鳥取中部観光推進機構、豊岡観光イノベーションなど隣接エリアとの連携
- ・ 広島・岡山・兵庫・大阪などの観光客のゲートウェイとなっている中国・近畿地域との連携も検討
- ・ 山陰海岸ジオパークエリア（豊岡市、京丹後市）との連携 ※貴重な地形や地質遺産の魅力を観光としての情報発信の工夫など検討

「山陰インバウンド機構」とは

鳥取県と島根県の山陰エリアにおける観光ブランドの構築、データに基づくマーケティング、海外に向けた山陰の観光情報の発信など、官民連携して山陰の観光地域づくりを行う山陰地域のDMO組織

「鳥取中部観光推進機構」とは

鳥取県中部地域及び岡山県蒜山地域の国内外に対する観光宣伝及び、観光客の誘致並びに受入環境整備を行うとともに、観光事業者及び地域産業との密接な連携のもと、観光産業による地域の発展を図り、地域経済の活性化と向上に寄与することを目的とするDMO組織

「豊岡観光イノベーション」とは

豊岡観光イノベーションは、観光まちづくりの観点から、地域の関係者の力を結集し顧客視点に立ち、地域の魅力を再編集して、地域経済の活性化に寄与することを目的として設立されました。

□ 人材発掘と後継者育成

● グランドデザイン推進組織の旗振り役の育成

- ・ 観光推進の担い手となる圏域の自然、文化、食、エンターテインメント、ファッションなどに精通した観光プロデューサーなどの人材の確保

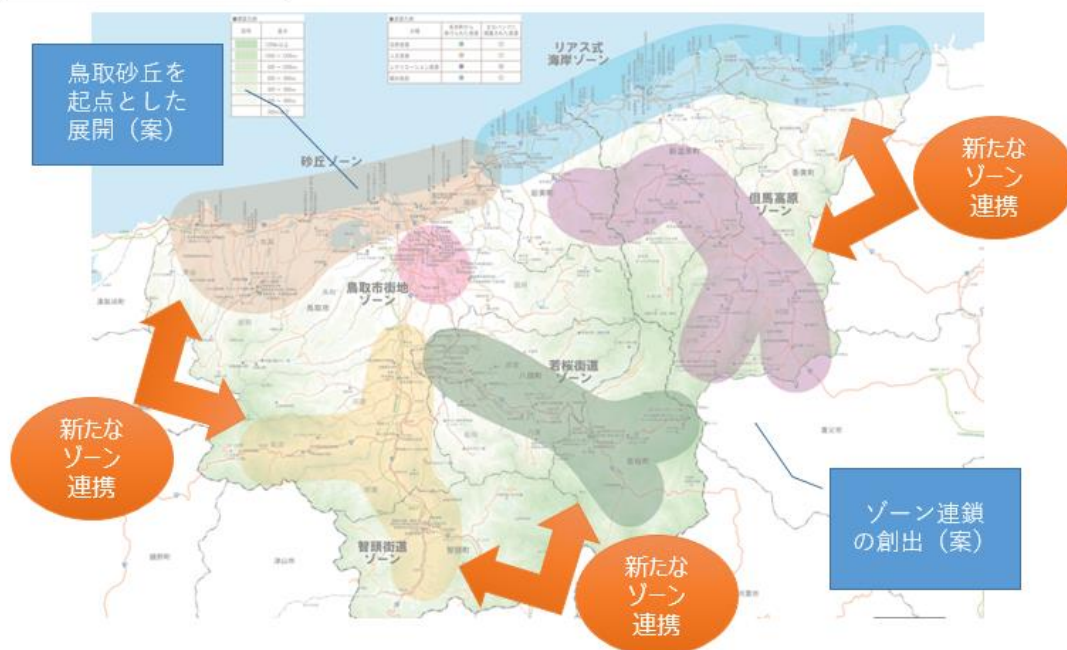
● 観光関連産業の後継者の育成

- ・ 将来にわたり持続的に圏域の受入体制が確保されるよう、宿泊、食、伝統工芸等の観光関連産業に携わる人材の育成

＜6つの観光ゾーニングの考え方＞

ゾーン	概要	対象市町
砂丘ゾーン	日本海に面した山陰海岸沿いで、西部の砂丘や砂浜を中心としたゾーン。 旧気高郡鹿野町や青谷町の鷲峰山などを背景とした山裾エリアを含む。	鳥取市
山陰海岸ジオパークゾーン	日本海に面した山陰海岸沿いで、東部のリアス式海岸を中心としたゾーン。	岩美町
		新温泉町
		香美町
鳥取市街地ゾーン	鳥取市の中心市街地周辺ゾーン。	鳥取市
但馬高原ゾーン	山陰と関西をつなぐ国道9号による主要幹線道路沿いのゾーン。 小代区エリアを含む。	岩美町
		新温泉町
		香美町
若桜街道ゾーン	鳥取市街地から八頭町や若桜町を經由して兵庫県宍粟市へつながる国道29号沿いのゾーン。 氷ノ山のエリアを含む。	八頭町
		若桜町
智頭街道ゾーン	鳥取市街地から智頭町を經由して岡山県津山市へつながる国道53号沿いのゾーン。 旧佐治町の佐治川沿いのエリアを含む。	鳥取市
		智頭町

新たな地域連携のエリア展開とは



食に関するコンテンツの開発

地域が誇る食材の魅力を堪能できる場所、機会の創出や地域性を活かした食べ方を考究していきます。

□ 共通食材の決定

- 地域が誇る食材（梨、和牛、カニ、らっきょう…等々）の選定
- 季節・地域（海、山）等を考慮し、地域特性を活かした一番美味しい食べ方の提案
- 当地域限定の土産品の開発

□ 関西情報発信拠点「麒麟のまち」との一体的展開

- 「麒麟のまち」と一体化した『魅る。味わう。感じる。五感で伝える「麒麟のまち」』をコンセプトとした魅力発信

「麒麟のまち」とは

平成 29 年 4 月 10 日、大阪市北区の中之島フェスティバルタワーにオープンする関西情報発信拠点。単にモノを売るだけの「麒麟のまち」と名付けた施設としてではなく、その背景にある麒麟のまちの美しい自然・多彩な文化・食の魅力を伝え“麒麟のまちファン”を増やす。

食の開発：この地域でしか食べられない(こだわり、旬、調理方法等)

例：A 級グルメ&B 級グルメ(カレー、ハンバーガー)、コーヒーの町

外店舗展開による普及、グルメイベントの開催等

第一次産業観光利活用推進協議会等との連携

土産品開発：地域内共通して販売できる商品の開発(旬、通年)

「第一次産業観光利活用推進協議会」とは

当協議会は、会員相互の連係と協力のもと、県内の農業、林業、漁業がそれぞれ持つ特性を活かした体験、交流及び既存の施設等を利用した素材を観光商品として発掘、ブラッシュアップし旅行商品として提供する事で、鳥取県への観光客誘客、さらには本事業に参画・協力していただく地域住民の活力につながる事を目的として、平成 28 年 8 月に J A グループ鳥取を中心として設立。



【具体的施策】

□ 共通食材の決定

● 地域が誇る食材（梨、和牛、カニ、らっきょう…等々）の選定

- ・生産量・水揚量や品種、品質（味・栄養価）など、この地域ならではの特徴あり、当地域に訪れて“食べたい”・“食べたくなる”食材の選定

● 季節、地域（海、山）などを考慮し、地域特性を活かした一番美味しい食べ方の提案

- ・海や山などの豊かな自然から生まれる幅広い食を活かし、四季毎の特色ある食事メニューの提案によるリピーターの獲得
- ・郷土料理を手軽に食べることができる食事メニューを提供し、地域の食文化を伝承
- ・盛付や器などの工夫を凝らし、話題性のある食事メニューの拡充によって、SNSの情報拡散効果を向上
- ・農林漁業体験と連動した食事メニューの提供による滞在や周遊を促進
- ・共通食材を食べることが出来る飲食店・宿泊施設などの拡充およびその情報をネット上に公開

● 当地域限定の土産品の開発

- ・共通食材を活用した土産品の拡充
- ・“当地域でしか買えない限定品”や“お取り寄せできるネット通販用の商品”など、多様な購買ニーズを掘り起こし、旅行者の消費ニーズを向上

● 第一次産業観光利活用推進協議会との連携

- ・農業・漁業・林業の協同組合と連携し、食材の供給および収穫・調理体験など、食のプロによる「本物志向」を追求した食の展開

□ 関西情報発信拠点「麒麟のまち」との一体的展開

- 「麒麟のまち」と一体化した『魅る。味わう。感じる。五感で伝える「麒麟のまち」』をコンセプトとした魅力発信
- ・当地域で提供する食事メニューおよび土産品を限定品として提供
- ・麒麟獅子をモチーフとした食事メニューおよび土産品の開発

回遊性の高い交通網の検討

主要ゲートウェイ間、主要ゲートウェイから主要観光地への移動手段および利便性の向上の検討並びに交通手段で分散されている情報の一体的発信の推進により回遊性を高めます。

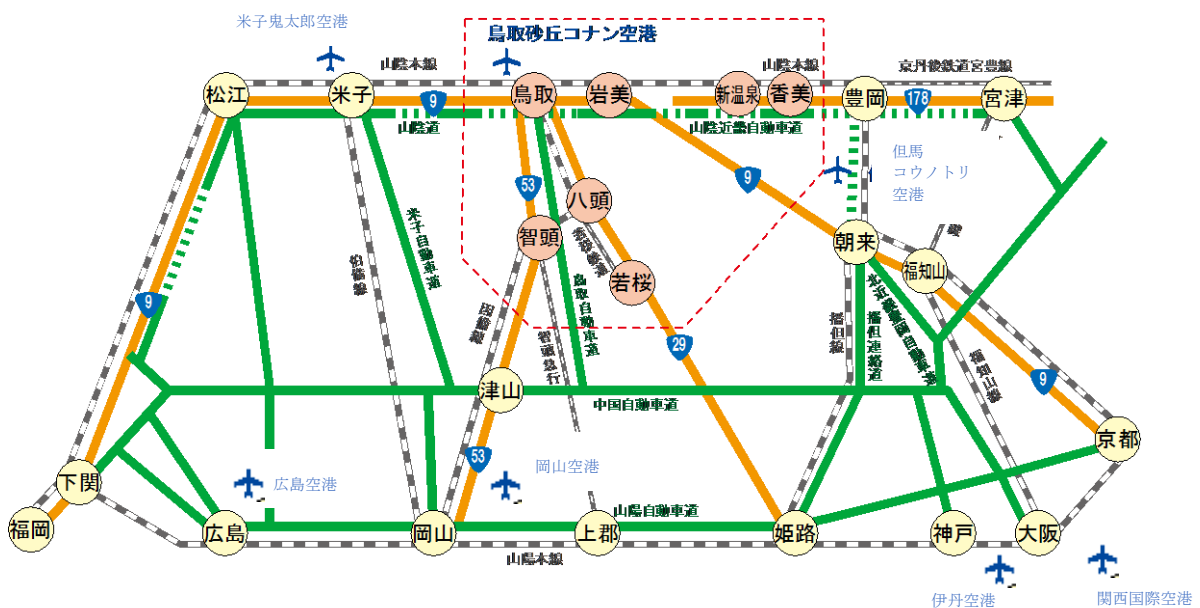
□ 主要ゲートウェイ・アクセスポイントの設定

- 主要ゲートウェイ JR鳥取駅、鳥取砂丘コナン空港、鳥取砂丘、道の駅(河原等)からの交通網の利便性の向上

□ 二次交通の整備

- 6つの観光ゾーンごとに個別に運行されている二次交通の連携運行の検討
- 交通機関の利便性の向上

<主な交通アクセス図>



<回遊性の高い地域交通網イメージ>



【具体的施策】

□ 主要ゲートウェイ・アクセスポイントの設定

- 主要ゲートウェイ JR鳥取駅、鳥取砂丘コナン空港、鳥取砂丘、道の駅(河原等)からの交通網の利便性の向上
 - ・観光拠点となるアクセスポイントの設置およびそれらをつなぐ交通網の検討
 - ・主要ゲートウェイ間および主要なゲートウェイから主要観光地への移動手段の検討
 - ・鳥取砂丘コナン空港からの交通アクセス円滑化

□ 二次交通の整備

- 6つの観光ゾーンごとに個別に運行されている二次交通の連携運行の検討
 - ・定期観光バスの増便、レンタカーの乗捨スポットの拡充や乗合タクシーの導入等、6つの観光ゾーン間の移動手段の考究
 - ・公共交通機関等の地域住民と観光客との共同利用による利便性の向上の考究
- 交通機関の利便性の向上
 - ・JR・路線バス・タクシー等の代金決済におけるキャッシュレス環境の整備(クレジットカード・電子マネー決済・支付宝(アリペイ)等)
 - ・案内板・アナウンスなどの多言語対応の整備
 - ・重点ターゲットへの二次交通利用に対する運賃助成の検討
 - ・交通手段で分散されている情報のシングルアウトプット化(情報プラットフォームの整備)

「おもてなし」文化の醸成

介護や支援が必要な人も不安なく旅行ができる環境づくりや翻訳システムによる外国人との円滑な交流など観光のユニバーサルデザイン化を進めます。

□ 「おもてなし」の具現化

- 観光のユニバーサルデザイン化の推進
- 「言葉の壁」のない交流
- 国内外の観光客をお迎えする「鳥取因幡・北但西部スタイルおもてなし」を確立

【具体的施策】

- 観光のユニバーサルデザイン化の推進
 - ・障がいのある人、移動制約等で何らかの配慮が必要な旅行者が不安なくスムーズな旅行ができる環境づくりの研究推進
- 「言葉の壁」のない交流
 - ・外国人旅行者のおもてなし向上として総務省「グローバルコミュニケーション計画」による多言語
 - ・音声翻訳システムを当圏域で実用化できるよう市場調査など研究推進
 - ・通訳ボランティアの養成や活用、外国人おもてなし講座の開催
- 国内外の観光客をお迎えする「鳥取因幡・北但西部スタイルおもてなし」を確立
 - ・おもてなしの定義を設定し、人材研修・マイスター制度の導入等による人材育成を推進



4) 今後の推進体制とスケジュール

グランドデザインで示された広域観光事業を効果的に推進するためには、行政や様々な分野の専門家、関係機関等の協働により、振興策を検討・提案するプラットフォームが不可欠となる。当圏域では、鳥取県東部1市4町の行政、経済、観光の官民18団体で組織された「鳥取・因幡観光ネットワーク協議会」が平成28年4月22日、観光庁の日本版DMO候補法人として登録されている。広域観光誘客の推進母体としては、この「鳥取・因幡観光ネットワーク協議会」を中心に新たな枠組みの広域連携DMOとして発展させ、兵庫県2町も対象範囲に含めた事業展開が望ましい。

課題としては、①幅広い分野の関係団体の参画、②多様な関係者との戦略の共有、③安定的な運営資金の確保などが想定される。

今後、課題の整理と検討を重ねながら地域が稼ぐ力を観光で引き出せるよう、多様な関係者の合意形成や各種データの継続的な収集・分析による観光戦略の策定から展開までの役割を担い、観光庁登録により受けられる国の地方創生推進交付金や関係省庁による支援を十分活用し、組織体制や財源の充実に向けより一層の検討を進める。

なお、新たな広域連携DMOが担う役割としては、

- ① 圏域全体の魅力を網羅したブランドの構築
- ② ブランド価値を観光客誘客に確実に波及させる統一的・効果的な情報発信
- ③ ブランド価値を高める商品造成の企画・調整
- ④ 経営能力向上に向けたマーケティング

などの機能が想定される。各市町の観光協会からの事業集約と役割分担のうえに、双方の連携した強力な推進体制を再構築し、観光振興に取り組む。

<想定スケジュール>

- 平成29年度 DMO運営体制の提示・合意形成
- 平成30年度 DMO設立・運営開始

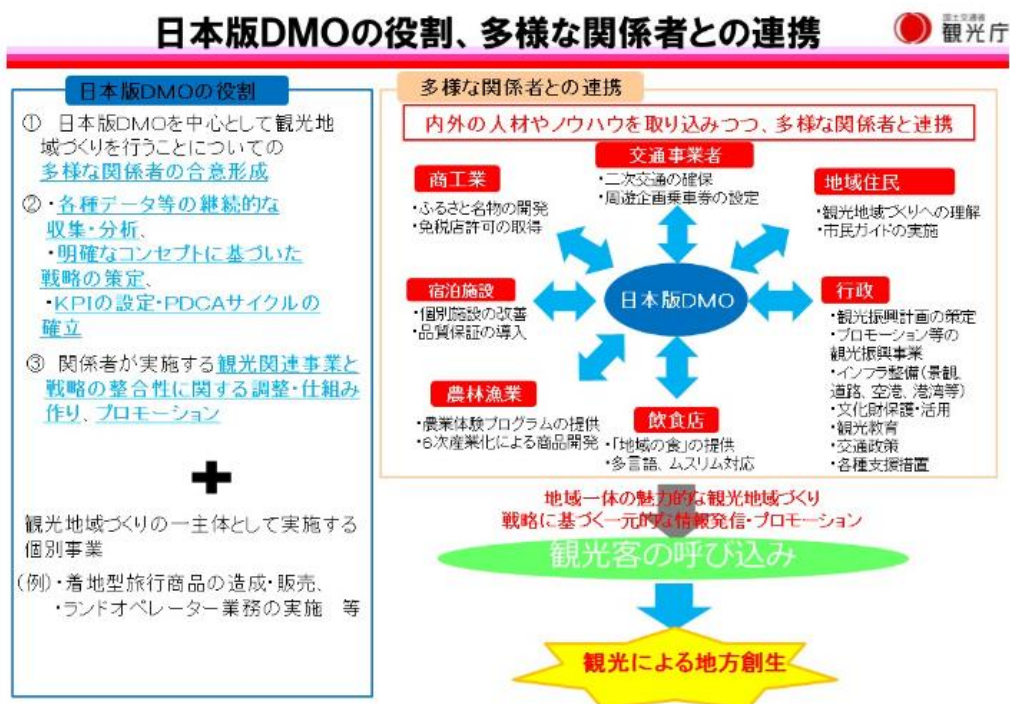
<参考：DMOとは> 出典：観光庁

日本版DMOは、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人である。

このため、日本版DMOが必ず実施する基礎的な役割・機能（観光地域マーケティング・マネジメント）としては、

- (1) 日本版DMOを中心として観光地域づくりを行うことについての多様な関係者の合意形成
- (2) 各種データ等の継続的な収集・分析、データに基づく明確なコンセプトに基づいた戦略（ブランディング）の策定、KPIの設定・PDCAサイクルの確立
- (3) 関係者が実施する観光関連事業と戦略の整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーションが挙げられる。

また、地域の官民の関係者との効果的な役割分担をした上で、例えば、着地型旅行商品の造成・販売やランドオペレーター業務の実施など地域の実情に応じて、日本版DMOが観光地域づくりの一主体として個別事業を実施することも考えられる。



參考資料

鳥取因幡・北但西部観光グランドデザイン策定委員会について

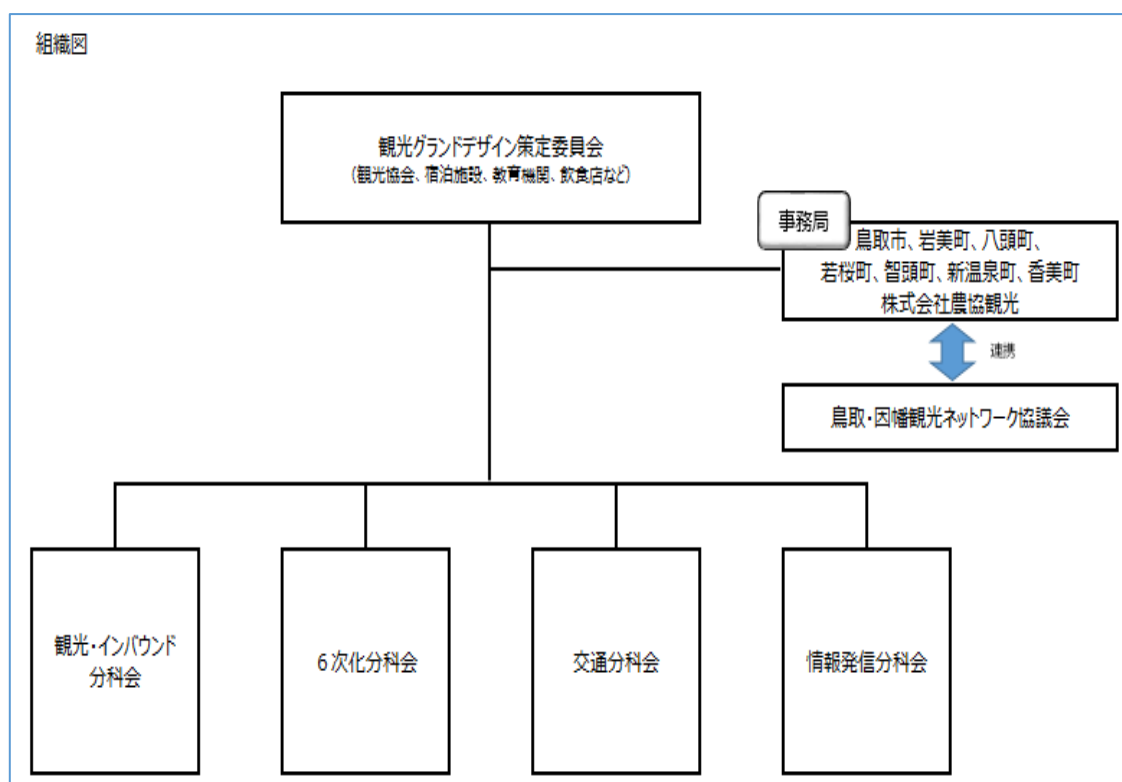
(1) 主な協議検討事項

- ①対象地域（鳥取市、岩美町、若桜町、智頭町、八頭町、香美町、新温泉町）
全体での基本理念（地域コンセプト）の確立に関すること
- ②広域観光振興の基本施策の検討及び観光グランドデザインへの反映に関すること
- ③観光グランドデザイン実現に向けた推進組織体制に関すること

(2) 組織

- ①委員会の委員は、対象地域より学識経験者、および対象地域の自治体が推薦する者15名で構成
- ②重要テーマに関して、4つの分科会を設置し、専門家にて構成
(分科会テーマ：①観光・インバウンド ②6次化 ③交通 ④情報発信)
- ③アドバイザーとして、旅行会社、経営コンサルタント、6次産業化プランナー等を選定

<組織図>



<策定委員一覧>

	地域	会社名	役職等	氏名
1	鳥取市	公立鳥取環境大学 経営学部経営学科	准教授	新井 直樹
2	鳥取市	わらべ館	館長	林 由紀子
3	鳥取市	観水庭こぜにや	代表取締役	小谷 文夫
4	岩美町	山陰松島遊覧株式会社	代表取締役社長	川口 博樹
5	岩美町	民宿「旅人の宿 ノート」		小林 晶
6	八頭町	有限会社ひよこカンパニー	取締役	小原 良庸
7	八頭町	八頭町地域おこし協力隊	隊員	田中 麗亜
8	若桜町	若桜町観光協会	事務局長	村口 洋一
9	若桜町	若桜鉄道株式会社	代表取締役社長	山田 和昭
10	智頭町	鳥取県山岳協会	副会長	葉狩 健一
11	智頭町	智頭町観光協会	理事	米井 照世
12	新温泉町	とみや	代表取締役	朝野 康弘
13	新温泉町	清水や	女将	清水 佐知子
14	香美町	矢田川開発(株)	代表取締役	藤原 進之助
15	香美町	猿尾滝保存会	代表	西村 一正

<分科会委員一覧>

	分科会	地域	会社名	役職等	氏名
1	観光・インバウンド	鳥取市	観水庭こぜにや	代表取締役	小谷 文夫
2	観光・インバウンド	岩美町	山陰松島遊覧株式会社	代表取締役社長	川口 博樹
3	観光・インバウンド	智頭町	鳥取県山岳協会	副会長	葉狩 健一
4	観光・インバウンド	鳥取市	砂丘会館	課長	松永 法丈
5	観光・インバウンド	新温泉町	(株)朝野家	専務取締役	朝野 浩昌
6	観光・インバウンド	香美町	道の駅あまるべ	駅長	馬場 幸男
7	6次化	八頭町	(有) ひよこカンパニー	取締役	小原 良庸
8	6次化	鳥取市	さんこうえん	代表取締役	佐々木 友己
9	6次化	鳥取市	(株)さじ式拾壺	指導者	谷上 雄亮
10	交通	鳥取市	日ノ丸自動車	観光部長	田中 賢治
11	交通	鳥取市	日本交通	バス営業部貸切係長	清水 昭宏
12	交通	鳥取市	(有) サービスタクシー		松浦 秀一郎
13	交通	鳥取市	智頭石油(株)	部長	田中 康崇
14	情報発信	八頭町	八頭町地域おこし協力隊	隊員	田中 麗亜
15	情報発信	八頭町	(株)トリクミ	代表取締役	古田 琢也
16	情報発信	鳥取市	日本海テレビジョン放送(株)	鳥取営業部長	福間 勉

＜これまでの主な取組み＞

平成28年

- 3月 平成27年度 「鳥取因幡・北但西部観光グランドデザイン策定に係る調査業務」を実施し基礎調査編としてまとめる。
- 4月 「鳥取因幡観光ネットワーク協議会」として日本版DMOに登録
- 8月5日 「鳥取因幡・北但西部観光グランドデザイン策定業務」 第1回策定委員会を開催
- 8月29日 策定委員アンケート調査を実施
- 9月上旬 各市町行政担当者ヒアリング調査を実施
- 10月21日 「鳥取因幡・北但西部観光グランドデザイン策定業務」 第2回策定委員会を開催
- 11月29日～30日 第1回分科会開催（4分科会：観光・インバウンド/6次化/交通/情報発信）
- 12月26日～1月30日 第2回分科会開催（4分科会：観光・インバウンド/6次化/交通/情報発信）

平成29年

- 1月31日 「鳥取因幡・北但西部観光グランドデザイン策定業務」 第3回策定委員会を開催
- 3月17日 「鳥取因幡・北但西部観光グランドデザイン策定業務」 第4回策定委員会を開催