

DMOにおける鳥取因幡・北但西部観光ランドデザインの展開(案)

〈基本戦略1〉ブランディングによる情報発信の推進

具体的施策	取り組み時期			DMOの役割	
	初期 (1年目～2年目)	中期 (3年目～5年目)	長期 (6年目～)		
エリアブランディングの実施による情報発信の推進	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～	←→			主体
	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～	←→			
	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～	←→			
	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(WEB)・リーフレットの制作～	←→			
	～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～		←→		
	～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～		←→		

〈基本戦略2〉観光資源のブラッシュアップ

具体的施策	取り組み時期			DMOの役割	
	初期 (1年目～2年目)	中期 (3年目～5年目)	長期 (6年目～)		
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	←→			主体
	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及び滞在旅行の促進	←→			
	隣接エリアとの連携	←→			
後継者育成と	ランドデザイン推進組織の旗振り役の育成	←→			主体
	観光関連産業の後継者の育成	←→			連携

〈基本戦略3〉食に関するコンテンツの開発

具体的施策	取り組み時期			DMOの役割	
	初期 (1年目～2年目)	中期 (3年目～5年目)	長期 (6年目～)		
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		←→		連携
	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		←→		
	当地域限定の土産品の開発		←→		
	第一次産業観光利活用推進協議会との連携	←→			
「一まち」の展開	「麒麟のまち」と一体化した『魅る。味わう。感じる。』		←→		連携
	五感で伝える「麒麟のまち」をコンセプトとした魅力発信	←→			

〈基本戦略4〉 回遊性の高い地域交通網の検討

具体的施策	取り組み時期			DMOの役割
	初期 (1年目～2年目)	中期 (3年目～5年目)	長期 (6年目～)	
主要ゲートウェイ 主要観光施設 主要観光施設 主要観光施設			↔	連携
二次交通の 利便性の向上	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	↔		連携
	交通機関の利便性の向上	↔	↔	

〈基本戦略5〉 おもてなし文化の醸成

具体的施策	取り組み時期			DMOの役割
	初期 (1年目～2年目)	中期 (3年目～5年目)	長期 (6年目～)	
「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	↔		連携
	「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	←		→