

## 一社) 麒麟のまち観光局の取組状況について

### 1 令和4年度事業の取組結果について

#### <公益事業>

事業名	事業費	内容
周遊促進事業	1,650千円	7/22～10/28 インスタグラムを活用した#キャンペーンを開催(圏域を巡り指定スポットの写真を投稿) ⇒総投稿件数:439件
流通整備事業	5,350千円	Google ビジネスプロフィールを活用し飲食店の登録を促し、圏域観光サイト※の食コンテンツの強化を図る ⇒専門人材による登録支援等の実施 総登録店舗数:156店舗
※市観光コンベンション協会 HP に6町情報を追加し、圏域観光サイトとしてR3.7月リニューアル		
マーケティング事業	2,000千円	圏域の観光客の属性や消費額、情報源、満足度等を把握する「麒麟のまちWEBアンケート調査」の実施 ⇒令和4年度総回答件数:2,714件
<b>合計</b>	<b>9,000千円</b>	

#### <公益事業(繰越分)※臨時交付金活用>

##### 販売プロモーション事業

事業費 8,400千円

区分	キャンペーン	期間	実績	備考
第1弾	アソビュー割引キャンペーン	7/1～8/10 ※7/15終了	1,146人	関西45%、中国35%、関東13% ※岩美町の海の体験が全体の1/2
第2弾	体験割引付宿泊キャンペーン	7/25～9/30	174件 (466人泊)	予約者は兵庫、大阪、岡山、広島、京都が全体の7割
第3弾	アソビュー割引キャンペーン	10/20～1/31	1,107人	関西64%、関東17%、中国13% ※砂丘パラグライダー、たじま高原植物園アウトドアBBQが全体の7割

#### <公益事業(国の事業採択に呼応)>

##### 3DMO連携事業(鳥取、岩美、香美、新温泉)

事業費 6,993千円

山陰海岸ジオパークを管轄する3DMO(麒麟のまち観光局、豊岡観光イノベーション、海の京都DMO)が連携し、首都圏、関西圏をターゲットとした周遊ルートの造成、販売(10月～3月)を実施。また、情報発信用のランディングページを制作し、周遊ルート11本、観光スポット67件、イベント10件、オンライン予約設定12件を新規追加。

区分	団体向けコース	販売者	実績
関東発	“京都×兵庫×鳥取”山陰海岸ジオパークを知る旅など5本	クラブツーリズム	最小催行人数に達せず催行中止
関西発	文化と歴史をたどる丹後・山陰の旅など6本	神姫バス	7人

#### <その他国の採択等を受けた補助事業など>

観光庁が全国約300のDMOの中から先駆的、特徴的なDMO37法人を重点支援DMOに認定しており、麒麟のまち観光局も3年続けて認定。観光庁等の支援を受けながら、以下の取組を実施。

事業名	事業費	内容
観光地域づくり法人の体制強化事業	3,326千円 (10/10)	圏域事業者のGoogleビジネスプロフィールオーナー登録のため専門家セミナーの開催、個別支援を実施

ワーケーション推進事業	1,339千円 (10/10)	ワーケーショントライアルプログラム及びSNS情報発信を首都圏企業と共同実施(計3回・15名参加)
地域一体となった宿泊施設のDX人材育成に向けたアドバイザー派遣事業	2,575千円 (10/10)	・鳥取温泉エリアでのDX人材育成に向けたセミナー及び宿泊施設への個別アドバイスの実施(5社) ・宿泊データ分析システムの試験運用

## 2 令和5年度事業計画について

### <公益事業>

予算費目	事業名	事業費	内容
<b>運営負担金</b>		29,500千円	鳥取市: 25,000千円 6 町: 4,500千円(1町@750千円)
<b>公益事業負担金</b>	周遊促進事業	5,000千円	圏域の課題である「初来訪者の獲得」、「若年層への訴求」を解決するため、TikTok、Instagramなど、SNSを活用し、関西圏の若年層等に対する動画等を配信する。
	流通整備事業	2,640千円	3DMO連携による山陰海岸ジオパーク及び若桜鉄道、智頭急行など、ローカル鉄道を活用した周遊ルートを造成し、海外の旅行会社等を通じて販売する。
	マーケティング事業	2,000千円	圏域を訪れる旅行者を対象とするWEBアンケート調査の継続及び分析とフィードバック
	小計	9,640千円	鳥取市: 6,260千円 6 町: 3,380千円(1町@563千円)
<b>合計</b>		<b>39,140千円</b>	<b>鳥取市: 31,260千円</b> <b>6 町: 7,880千円(1町@1,314千円)</b>

### <公益事業(6月補正予定分)> ※国の事業採択に呼応

麒麟のまち観光局を中心に、宿泊施設等と連携した宿泊データ分析システム及び観光CRM(顧客管理システム)を構築し、マーケティング分析の強化による再来訪率の向上とデータ分析に基づく観光戦略、販売促進活用による観光消費の拡大を図る。

事業名	事業費	内訳
麒麟のまち観光DXプラットフォーム構築事業	40,240千円	国補助金: 15,620千円 市町負担: 21,000千円 鳥取市: 16,800千円 6 町: 4,200千円(1町@700千円) DMO負担: 3,620千円

#### ◆宿泊データ分析システムの導入(7,040千円)

宿泊施設が保有する宿泊者データを収集した上で、施設や地域の利用に関するデータを分析し、どのような観光客が訪れているかなど、属性等を把握する。

#### ◆観光CRMシステムの導入(15,950千円)

会員募集システムを通じて来訪者の顧客情報を取得し、圏域のファンづくり(会員化)を推進するとともに、クーポンの設定やアンケートによるデータの取得、さらには会員に向けたキャンペーン等の情報発信、会員の消費実態の把握、販売促進等を行う。

※(株)リクルートのウェブツールを活用予定

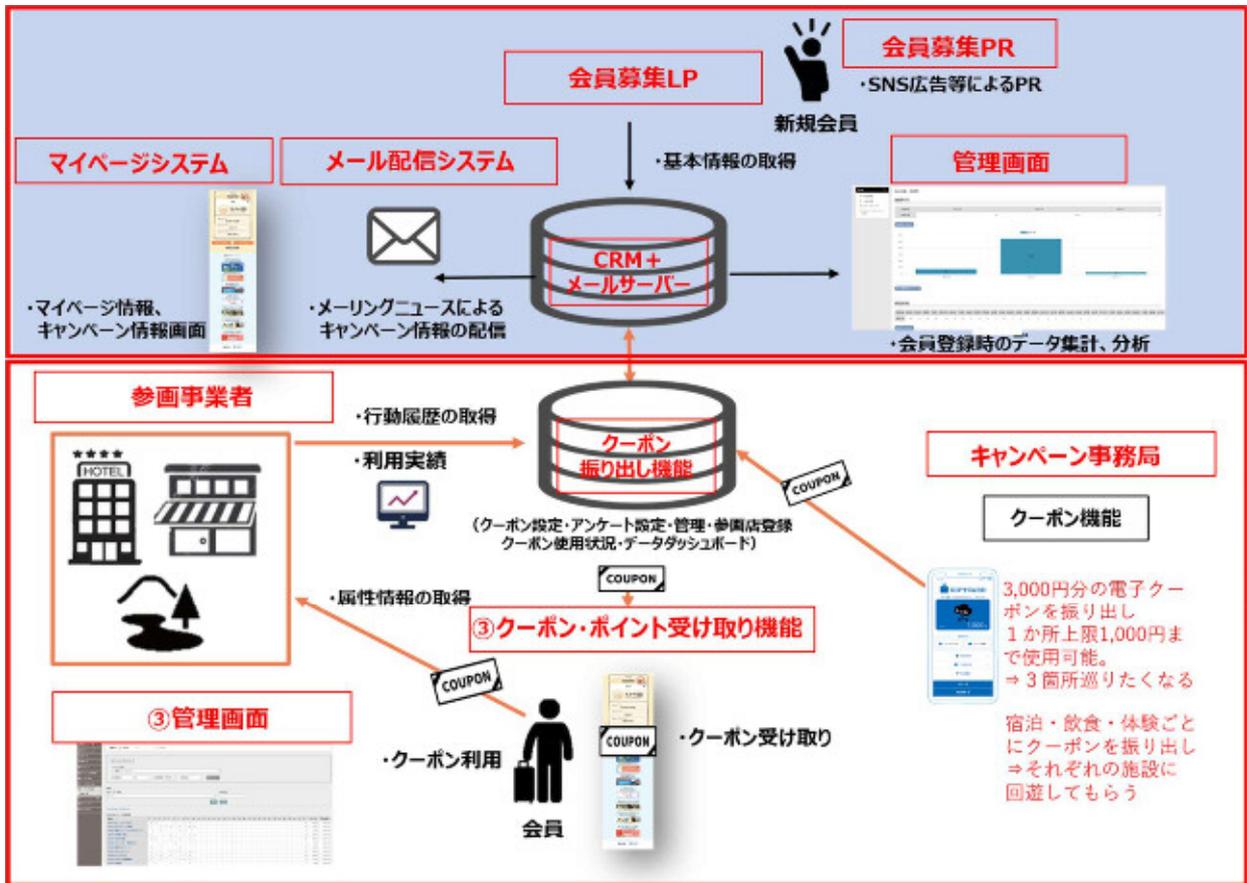
観光客(会員)	観光情報の入手、会員登録アンケートによるクーポン獲得、店舗でのクーポン使用
登録店舗・DMO	店舗の情報発信、観光客(会員)の消費実態の把握、クーポン機能を活用したキャンペーン、デジタルスタンプラリー等の実施

◆プロモーション経費 (9,000 千円)

新規会員取得に向けた独自キャンペーン等の実施

◆事務局運営費 (8,250 千円)

店舗向けの参加説明会、システム操作説明会の開催、伴走支援、クーポン企画の設定、保守管理



<その他予定事業>

■先駆的 DMO (観光庁認定) に向けた協議

→令和 4 年度をもって「重点支援 DMO」制度が終了。新たに日本を代表する国際的競争力のある「先駆的 DMO」制度の認定を目指し、各種要件を達成するための協議を DMO と自治体で協議。

■地域活性化モデル事業の実施

→DMO と地域が一体となってコンテンツ造成から販売、プロモーションに至るまでマネジメントする地域活性化モデル事業を実施。(第 1 弾モデル地区：鳥取市吉岡温泉)

■圏域内強化コンテンツ

→圏域内の観光協会と DMO が一体となって「星」「ツーリング」「サイクリング」の 3 テーマのコンテンツ造成、情報発信の強化を図る。

■第 2 のふるさとづくりプロジェクトモデル実証事業 (主体：鳥取県) への参画

■「麒麟のまち道の駅連絡会」の運営

→麒麟のまち圏域内 11 の道の駅が連携・協力し、情報共有や地域振興のための事業を実施。DMO が事務局を担う。

■とっとりワーケーションネットワーク協議会の運営

など

<参考資料>

①周遊促進事業「Instagramを活用した#（ハッシュタグ）キャンペーン」

部 門	投稿数	スポット
鳥 取 市	107	鳥取砂丘 52、白兎 29、鳥取城跡・仁風閣 25 など
岩 美 町	36	東浜海岸 16、浦富海岸島めぐり遊覧船 13、牧谷海岸 4、岩井温泉 3
若 桜 町	12	若桜鉄道若桜駅 7、若桜宿 3、氷ノ山登山道 2
智 頭 町	26	石谷家住宅 9、智頭宿 8、恋山形駅 7、杉神社 2
八 頭 町	37	大江の郷 13、若桜鉄道沿線 10、隼駅 9、扇ノ山登山道 3、八東ふるさとの森 2
香 美 町	25	岡見公園・香住海岸 8、長楽寺 8、うへ山の棚田 4、猿尾滝 4、吉滝 1
新温泉町	17	湯村温泉街 8、但馬牧場公園 6、シワガラ滝 2、穴見海岸 1
自由部門	144	湖山池、余部鉄橋「空の駅」、諏訪泉酒蔵など
そ の 他	35	麒麟獅子、複数市町のスポットを巡ったものなど
計	439	

②流通整備事業「Google ビジネスプロフィールを活用した飲食店の登録促進」

市町	登録店舗数	うち HP 特集記事紹介	その他お勧め店
鳥 取 市	52	28	24
岩 美 町	19	7	12
若 桜 町	8	7	1
智 頭 町	13	8	5
八 頭 町	13	7	6
香 美 町	28	8	20
新温泉町	23	7	16
計	156	72	84

**HP 特集記事紹介**  
圏域観光 HP 内で特集として個別に紹介

**その他お勧め店**  
Google マップ内にピン立てし紹介

③マーケティング事業「麒麟のまち WEB アンケート結果（令和 4 年度分）」

◆回答件数：2,714 件（男 1,174 名 女 1,527 人 その他不明等 13）

→年齢 10 代以下：48 人 20 代：251 人 30 代：483 人 40 代：603 人  
50 代：783 人 60 代：464 人 70 代以上：76 人 無回答：6

◆居住別割合：圏域在住者 14.5% 圏域外在住者 85.5%

※圏域外上位：兵庫県、大阪府、岡山県、東京都、京都府、神奈川県、広島県の順

アンケート結果から見た主なポイント	今後の戦略・取組
圏域情報の入手源は鳥取市観光コンベンション協会 HP が 1 位（28.4%）	6 町情報を掲載した市観光コンベンション協会 HP のさらなる情報発信の強化。
訪問先は鳥取砂丘が 1 位もそれ以外は分散しており、道の駅への立ち寄りが多い。	鳥取砂丘の強みを生かしたうえで、道の駅の連携強化による周遊を促進。
近隣（圏域周辺）・関西圏からの訪問者が多い。 ※関西圏からの訪問者の約 30%は日帰り客	関西の日帰り客を宿泊に転換するための早朝・夜間コンテンツの充実。
鳥取砂丘→八頭、智頭、若桜へのつながりが弱い。 （東西方面の移動傾向が強く南北方面が弱い） ※砂丘訪問者のうち 40%は浦富海岸を訪問	観光協会連携により「星」「ツーリング」「サイクリング」のコンテンツ連携と強化。
観光消費単価は 30 代が低く、10～20 代、50 代以上が高い。	SNS 等での情報発信による関心喚起、食コンテンツの充実による観光消費額の拡大。
お土産とキャッシュレス、交通アクセスが低評価	未着手分野。DMO、行政で今後対策を検討。