

# 令和6年度 公益社団法人鳥取県観光連盟 事業計画

## I 基本的な考え方

- 本県の観光業界を長く苦しめたコロナ禍を経て、旅行需要の回復が日増しに大きくなっていくのか、辰年の令和6年は観光再始動の年として大きな飛躍を期していたところ、その期待を吹き飛ばすような悲惨な地震災害が発生し、国内観光市場は冷や水が浴びせられる形となった。被災地は依然として厳しい状況であり、能登・北陸地方の観光地が1日も早く復旧・復興されることを祈念するものである。
- 一方、全国的に見れば、新型コロナウイルス感染症の流行はなくなってはいないものの、人々の警戒感や不安感は払拭され、過去3年以上旅行に出かけなかった層も観光市場に戻ってきている。旅行も長期化・遠距離化しており、コロナ禍を経て自然志向の高まりやSDGsの広まり、また最近のアドベンチャーツーリズムの提唱など旅行者を都市部から地方に環流させる動きも出るなど、本県には追い風が吹いているとも言える。
- 国内の旅行マインドは高まっているものの、人手不足、物価高、債務の返済など課題も山積しており、人口減のため長期的には国内の観光需要が低下していくことが懸念されている。北陸新幹線の延伸、大坂・関西万博の開催など、今後はますます全国各地で観光客をめぐる「地域間競争」が激しくなるため、個々の事業者はもちろん、地域が一体となって「選ばれる観光地づくり」を行うことが、これまで以上に重要になってくる。
- このような中で当連盟は、県内の観光資源を掘り起こし、観光DXの手法も活用しながら本県の魅力発信に努め、また旅行会社とも十分連携して本県への誘客につなげていくこととし、令和6年度の事業実施にあたっては、次の3本の主な柱を掲げ、会員の皆様との連携・協力を密にしつつ、積極的に事業を展開していくこととする。

## II 事業実施の柱

### (1) 「地域間競争時代」に選ばれる「魅力的な観光地」づくりの推進

本県の観光素材の多様性や選択肢の多さを活かしながら、個人客を引きつける「テーマ性のある旅」の提案や、本県の長所である「自然・癒し・食」などを活かして、何度も訪問（リピーター化）してもらえよう魅力的な観光地づくりを進める。

また、周遊・連泊・長期滞在を促す魅力の磨き上げや、“富裕層”向け高価格商品化につながる素材開発などにも注力し、地域の収益力向上を目指す。

- ◎地元観光協会等のアイデアと当連盟の観光プロモーターの知見やノウハウとを融合させた魅力的な観光素材の発掘・開発
- ◎旅行会社招致視察による観光素材の磨き上げと旅行商品化の促進
- ◎教育旅行誘致のための体験プログラム（歴史・平和・SDGs等）の開発、企業研修向け等への横展開、JNTO等との連携による訪日教育旅行誘致の働きかけ
- ◎インバウンドも意識した商品開発の促進

### (2) 旅の個人化にフィットする観光情報発信のDX化の推進

最近の若者・ファミリー層は、スマートフォン1つで情報収集や予約を行い、旅行中もスマートフォンで現地情報を得ながら周遊する者が多い。壮年・高齢層でもWebによる情報収集等は浸透している。また、旅先を決める際にお気に入りのSNS等で得た情報を重視する傾向が強いことなどをふまえ、DX化による誘客対策や情報発信を強化する。

- ◎スマートフォンに最適化した連盟公式サイトでのテーマ別特集やSNS活用による魅力的な情報発信や、スマートフォンで周遊する観光客に有益なデジタル観光マップの充実及びデジタル版「トリパス」（スタンプラリー、優待クーポン）の改善
- ◎デジタルコンテンツの人流データ等を活用した誘客ターゲットの重点化や情報発信の推進
- ◎来県・宿泊者経験者など本県に興味関心や関係の深い者に直接配信できるターゲット広告を活用した情報発信及び行動変容（広告効果）の分析等の検討

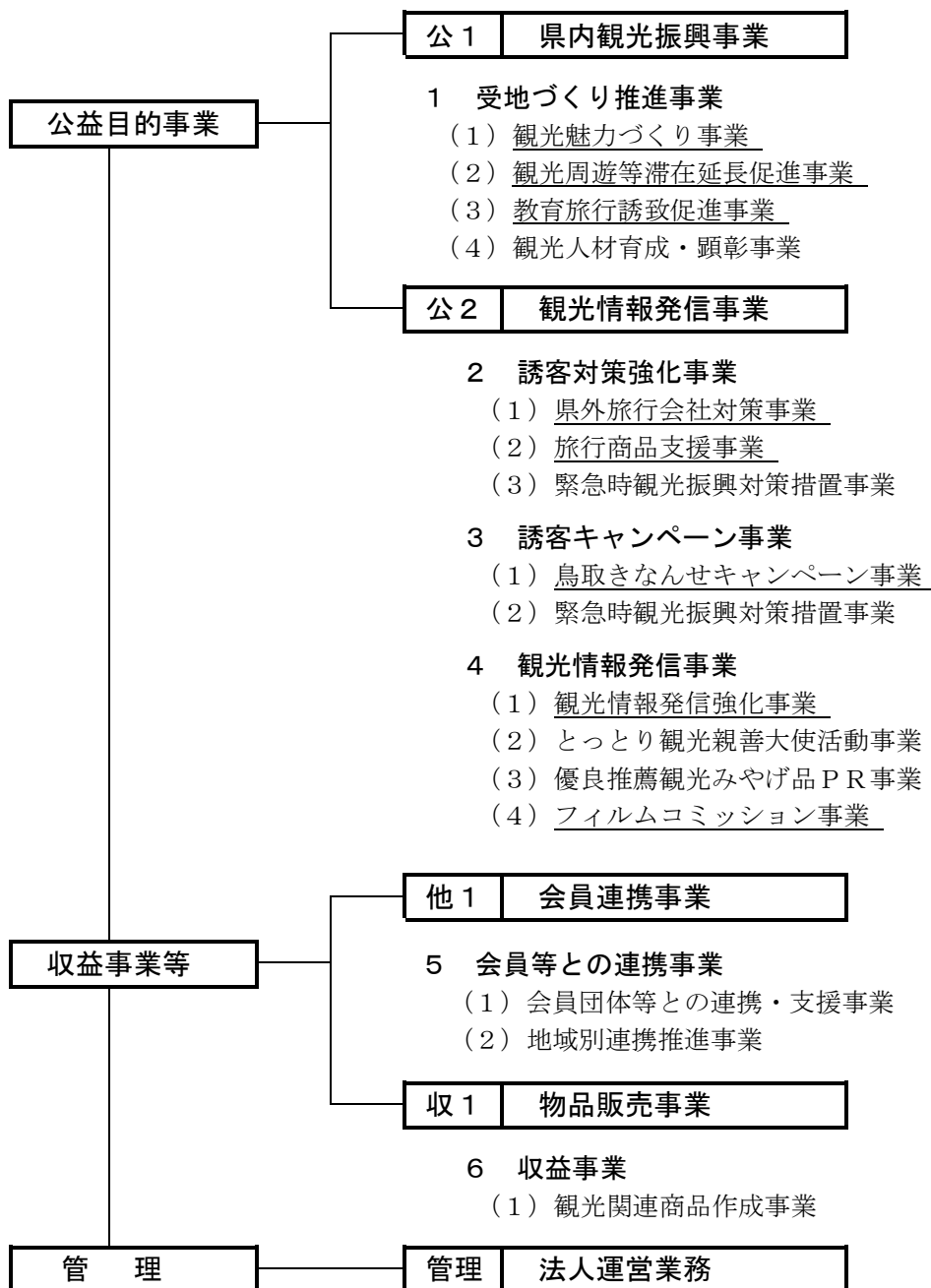
**(3) 旅行会社の情報発信力・商品造成力等を有効に活用した情報発信・誘客活動**

昨今の旅行会社の地域活性化事業と適切な連携を図り、本県の魅力的な観光地づくりに繋げる。  
また、首都圏・中部・関西に配置する県外観光プロモーターを活かした旅行会社へのプロモーション促進や、旅行会社の情報発信力や観光旅行商品の造成・販売力を有効活用し、本県の観光魅力を情報発信し誘客促進を図る。

- ◎旅行会社等の地域活性化事業との連携による効果的な観光地づくり
- ◎県外の県本部に配置した観光プロモーターによる旅行商品造成促進活動の実施
- ◎旅行会社のパンフ・Webサイトを通じた鳥取県の観光魅力PRの実施
- ◎誘客対象エリアでの観光情報説明会・商談会の開催やセールスプロモーションの実施

**Ⅲ 令和6年度 事業体系**

※下線は、事業費が1,000万円超の事業



<b>1 受地づくり推進事業（公益目的事業1）</b>
-----------------------------

<b>(1) 観光魅力づくり事業</b>	<b>11,500千円(9,710千円)</b>
----------------------	--------------------------

多様化する観光客ニーズに対応した魅力的な観光素材を提供するため、観光素材の発掘・磨き上げ等への支援や広域観光の魅力づくり等を進め、本県への誘客を図る。

**ア 開運神社巡り事業 3,000千円(3,000千円)**

- 令和5年に本県への“開運祈願の旅”を呼び込む「開運神社巡り事業」を拡充した。
- 引き続き、開運八神社と干支所縁十二神社とを合わせ、合計二十社を巡る旅を展開する。

＜主な取組内容＞

- ・二十社にオリジナル御朱印スタンプを設置し、観光客が「旅印（たびいん）手帖」を購入し、県内を周遊していただく仕組み
- ・開運八神社については、御朱印を集めることでデザインが完成する「開運トートバッグ」と「開運手ぬぐい」による神社巡りを提案

**イ 着地型観光資源ブラッシュアップ促進事業 <一部県委託> 8,000千円(6,210千円)**

- 県内・地域内を観光周遊するモデル的な着地型商品の商品化・販売を引き続き推進する。
- ポテンシャルのある地域観光素材（特に富裕層向け、アドベンチャーツーリズム等）の発掘・磨き上げに、県内の観光事業者への支援・助成制度も活かしながら取り組む。
- 県とっとり弥生の王国推進課と連携し、「とっとり弥生の王国」のブランド化を促進する。

＜主な取組内容＞

- ・観光プロモーターによる現地視察、地元観光協会等との意見交換を通じた発掘・磨き上げ・提言助言、モニターツアー等支援
- ・旅行会社の地域活性化事業との連携
- ・持続可能な観光地形成や収益力向上につながる、着地型商品の造成・販売、観光資源のブラッシュアップ事業支援（1事業者上限50万円）
- ・青谷上寺地遺跡、妻木晩田遺跡を観光資源として活用した弥生の王国旅行商品化モニターツアーの実施
- ・新設される県立美術館の有効活用による観光素材化の推進

**ウ 広域観光推進事業 500千円(500千円)**

- 中国地方の広域観光の魅力づくりや情報発信等に取り組み、本県への誘客を図る。

＜主な取組内容＞

- ・岡山県との連携事業（両県・両観光連盟）  
（広域観光ドライブマップの更新・増刷、Webによる広域観光周遊コース等の情報発信）
- ・中国地方等との相互連携による広域観光事業  
（日本観光振興協会中国支部事業、DCに合わせた誘客活動（令和5年夏は兵庫県）等）
- ・県外大学等との相互連携による魅力づくり事業  
（県内観光情報発信に係る現地視察及び意見交換等）

**エ 観光DX推進事業 【事業費は該当の各事業に掲載】**

- 若者・ファミリー等のニーズやコロナ禍後の旅行スタイルの変化を踏まえ、観光情報の発信・誘客促進ツールのDX推進を図る。

＜主な取組内容＞

- ・観光パスポート「トリパス」のデジタル版の運用
- ・観光ガイドマップのデジタル化及び連盟公式サイトスマートフォン対応
- ・SNS・Web広告活用による人流・発地・属性等のデータ分析活用の取組検討

**(2) 観光周遊等滞在延長促進事業****13,583千円(13,821千円)**

リピーター対策と個人旅行対策の強化に向けて、観光周遊やまちなか観光など滞在時間の延長促進のため、多様な体験プログラムの情報発信や特典付き観光パスポートを発行する。

**ア 体験プログラム情報発信事業 <県補助> 3,133千円(3,133千円)**

- ニーズが高まっている体験型観光プログラムについて、素材等の発掘・磨き上げを行う。
- 日本最大級のレジャー予約サイトを通じて、体験プログラムと観光情報を一体的に発信する。

**<主な取組内容>**

- ・「アソビュー！（asoview.com）」内の本県ブランドページを活用した情報発信
- ・SNS等を活用した本県ブランドページへの誘導

**イ 観光パスポート発行事業 <県補助> 10,450千円(10,688千円)**

- 特典付き観光パスポート「トリパス」により、個人・ファミリー層を中心とした本県への誘客を図る。周遊及び再来訪を促進し、特にスマホ向けデジタル版運用を充実させ、旅ナカ周遊につなげる。
- 令和6年度からは、県外観光客の再来訪につながるようスタンプラリー期間を延長するとともに掲載内容の拡充を図るため、これまでの半期ごとの発行（秋冬版・春夏版）から、通年発行に変更する。

**<主な取組内容>**

- ・「トリパス」の発行及び情報発信
  - ※令和3年10月から、スマートフォン対応のデジタル版の運用を開始
  - ※令和4年10月から、優待特典をデジタル版のみとし、観光ガイドマップの運用を開始（紙媒体のトリパスは、主にスタンプラリーを中心に掲載）

**(3) 教育旅行誘致促進事業****21,750千円(20,230千円)**

県外学校の本県への教育旅行を誘致するため、旅行会社へのプロモーション活動、教育旅行受入体制の整備、旅行会社への補助制度を通じた誘客を実施する。

また、台湾からの教育旅行の誘致にむけて、日本政府観光局（JNTO）と連携して取り組む。

**ア 教育旅行誘致促進事業 <県補助> 19,050千円(20,230千円)**

- 市町村・観光協会・民間事業所等で組織する「鳥取県教育旅行誘致促進協議会(事務局当連盟)」と連携し、教育旅行誘致コーディネーターが中心となって、学校・旅行会社へのプロモーションや受入体制の整備充実を図る。
- 特に、コロナ禍で本県に来県した教育旅行の復活、新規来県校の拡大に向けて、誘客重点エリアへの営業強化、補助制度の周知、Webページの充実及び動画等の効果的な活用によりプロモーションを強化する。

**<主な取組内容>**

- ・誘客重点エリア：関西地区、中部地区、中四国地区
- ・教育旅行誘致キャラバン、旅行会社の現地視察、下見補助（新規）等の実施
- ・体験メニューの整備・拡充（探究型の教育旅行プログラム（平和学習、SDGs関連）、アクティビティ・農家民泊・農業体験等）
- ・教育旅行Webページの充実、プロモーション動画の活用、ホスピタリティの強化
- ・教育旅行誘致補助制度の活用（1千円/人・泊、上限1学校30万円）

**イ 台湾訪日教育旅行促進事業 <県委託> 2,700千円(0千円)**

- JNTOの取組と連携し、需要が増加しつつある台湾からの教育旅行誘致に向けて、県関係課所および県内事業者と連携し、現地商談会への参加及び教育旅行関係者の招致を行い、今後の台湾教育旅行誘致につなげる。

**<主な取組内容>**

- ・台湾での現地商談会への参加
- ・台湾教育旅行関係者現地視察の受入れ
- ・台湾向け教育旅行ガイドブック作成 等

#### (4) 観光人材育成・顕彰事業

2,400千円(2,700千円)

地域の観光振興を推進する人材を育成するとともに、観光振興に貢献した者を表彰する。

##### ア 観光まちづくり人材育成研修事業 1,200千円(1,200千円)

- 観光業界のリーダー・中核となる人材や、観光による地域づくりを担う人材の育成を図る。
- 観光市場の動向、環境の変化、また会員ニーズ等を踏まえたテーマ設定を行い、テーマ別・階層別など効果的な研修を企画・実施する。

##### イ 観光人材育成支援事業 700千円(700千円)

- 市町村観光協会等の観光関係団体が主催する人材育成研修を支援する。
- 会員の観光に係る専門性の高い県外研修への社員等の派遣を支援する。

###### <主な取組内容>

###### ①会員が主催する人材研修への支援

[支援対象] 市町村観光協会など第2種会員等

[研修内容] 県内の観光事業者等を対象とした研修会、先進地視察等

[支援額] 対象経費の1/2支援(上限額10万円。ただし、特に必要性が認められる場合には20万円。)

###### ②会員の県外観光研修参加への支援

[支援対象] 会員

[研修内容] 専門性が高い県外観光研修等への社員等の参加費

[支援額] 1名当たり参加費(受講費)の1/2支援(上限2万円)

##### ウ 観光事業功労者及び優良従業員表彰 500千円(800千円)

- 観光事業の推進に功績があった者及び観光関係団体等で他の模範となる者を表彰する。
- 幅広く功績者・優良従業員を表彰・顕彰することを通じて、会員企業等における組織の活性化や社員のモチベーションアップ等を図る。

## 2 誘客対策強化事業 (公益目的事業2)

#### (1) 県外旅行会社対策事業

21,000千円(21,500千円)

県外旅行会社への観光素材の提供や現地視察研修等により、旅行商品の造成・販売促進を支援し、本県への誘客を図る。

##### ア 販売促進活動事業 9,000千円(9,000千円)

- 各圏域担当の観光プロモーターを中心に、県外旅行会社に魅力的な観光素材の情報提供や旅行商品造成支援事業等の活用を促し、旅行商品の造成・販売促進を促進する。
- 観光消費額の拡大を目指し、富裕層向け商品やテーマ性のある商品、滞在型商品の造成販売を支援する。
- 加速する個人旅行化への対策として、個人向け旅行商品の販売促進支援を強化する。

###### <主な取組内容>

- ・旅行会社向け観光素材集の更新(施設編2,500部、食事編1,500部)、配布による露出拡大
- ・プレミアム観光素材の発掘・磨き上げ及び情報提供による富裕層向け旅行商品の造成促進
- ・県外旅行会社等への会員セールス活動の支援(同行セールス等)

##### イ 観光情報説明会開催事業 5,000千円(5,500千円)

- 県外旅行会社向けに、旅行商品素材や観光情報を提供する観光情報説明会・商談会を開催する。
- 開催エリアは、関西・中部・中四国地区とする。

###### <主な取組内容>

- ・旅行商品の造成企画時期に合わせた観光情報説明会・商談会の開催  
(回数) 関西地区：2回、中部地区：2回、中国四国地区：2回  
(時期) 4～5月(令和6年下期商品の造成等)、9月(令和7年上期商品の造成等)

**ウ 旅行会社等招致事業 7,000千円(7,000千円)**

- 県外旅行会社の商品造成・販売担当者を対象に、現地受入れ視察・研修を実施する。
- 一般旅行商品の造成担当者に加え、富裕層向け担当者や旅行会社の団体・個人の販売担当者を対象とする。

**(2) 旅行商品支援事業**

**45,500千円(63,500千円)**

旅行会社の旅行商品の造成・販売経費等の一部を支援することにより誘客の促進を図る。

**【廃止】観光需要回復加速化緊急対策バス旅行商品支援事業 <県補助>**

**0千円(50,000千円)**

**ア バス旅行商品支援事業 <県補助> 30,000千円(0千円)**

- バス利用により本県を周遊する旅行商品を造成・催行する県内外の旅行会社に対し、バス経費の一部を支援する(令和6年4月1日~翌年3月上旬)。

<補助額> 宿泊旅行 : バス1台当たり 30千円(※10千円)

日帰り旅行 : バス1台当たり 15千円(※5千円)

※( )内の金額は、土曜日、祝祭日前日が宿泊日の宿泊旅行及び土曜日、日曜日、祝日の日帰り旅行

**イ 旅行商品造成支援事業 <県補助> 7,500千円(11,500千円)**

- 旅行会社等のパンフレット・Webページに鳥取県の魅力的な観光素材や宿泊施設が掲載されることを通じて、本県への興味を喚起し、本県への誘客につなげる。

- 旅行会社の団体商品(募集型・受注型)を対象に、パンフレット等の作成経費やプロモーション経費等に支援を行う。

<主な取組内容>

- ・周遊型旅行商品、テーマ性や新規性のある旅(星取県、アウトドア、歴史・文化、富裕層向け等)の旅行商品の造成、販売、告知等への支援

<補助額> 経費の2分の1以内(上限50万円)

**ウ 旅行会社広告宣伝支援事業 <県補助> 4,000千円(2,000千円)**

- コロナ禍により個人旅行化が加速し、旅行会社も旅行の申込をネットにシフトさせており、旅行会社が自社Webページ上で本県の観光情報を活用して広告宣伝した場合に支援を行う。

<補助額> サイズは「A4×4ページ相当」以上であること。公開が、1ヶ月以上 1件100千円、3ヶ月以上 1件200千円 (1事業所上限50万円)

**エ 特定会員組織連携誘客促進事業 【新規】 2,000千円(0千円)**

- コロナ禍で増加した個人旅行を誘致するため、福利厚生代行会社と連携し、特定会員組織を対象とした誘客活動を展開する。

<主な取組内容>

- ・関西・中国四国エリアを対象に、夏の家族旅行の取込を図るキャンペーンの実施

**オ 旅行会社パンフレット作成支援 <県委託> 【新規】 2,000千円(0千円)**

- 個人旅行者が旅行先として本県を選定する動機付けを図るため、旅行会社が作成する個人向け旅行商品パンフレットへの本県旅行に関する広告枠(デザインを指定)の掲載を働きかける。

<主な取組内容>

- ・連盟が作成する鳥取県観光情報の掲載について、掲載サイズと発行部数に応じて定額支援

**インバウンド誘客活動支援事業**

**(他事業に統合) 0千円(500千円)**

**(3) 緊急時観光振興対策措置事業**

**5,000千円(2,500千円)**

大規模災害等の発生により観光産業に悪影響を与える事態が生じた際、その影響が最小限になるよう迅速に対応する。即時性を重視した誘客対策として主にOTA活用対策を行う。

### 3 誘客キャンペーン事業（公益目的事業2）

#### （1）鳥取きなんせキャンペーン事業

20,355千円（58,836千円）

観光消費額の拡大に向けたリピーター対策やグルメ等をテーマとした各種誘客キャンペーンを実施し、本県の観光コンテンツを県外の商業施設や高速道路サービスエリア、観光関連イベント等で広くPRする。

#### ア 蟹取県ウェルカニキャンペーン <県委託> 9,555千円（8,736千円）

- 秋・冬季の誘客リピーター対策として、「蟹取県」をアピールする。
- 県が実施する蟹取県ウェルカニキャンペーンの業務の一部を受託実施する。

##### <主な取組内容>

- ・宿泊キャンペーン（応募者情報の集計、抽選及び旬のカニ発送）  
（実施期間）令和6年9月～令和7年2月  
（実施内容）毎月抽選で100名に旬のカニをプレゼント

#### イ イベント活用誘客キャンペーン事業 <一部県委託> 10,800千円（14,100千円）

- 旅行会社や旅行者団体等と連携・協力し、旅行商品の販売時期に合わせ、店舗や集客施設等で誘客キャンペーンを実施する。特に、大阪万博に向けて関西地区の取組を強化する。
- 関西・中四国からの誘客のため、高速道路サービスエリア等で観光イベントを実施する。

##### <主な取組内容>

- ・旅行会社の店舗や商業施設、ショッピングモール等での誘客キャンペーンの実施
- ・中国自動車道加西SA等の主要サービスエリアでイベントやパンフレット配架
- ・「ツーリズムEXPO ジャパン2024」等へのブース出展

【他事業に統合】ポストコロナ誘客促進事業 0千円（6,000千円）

【廃止】新型コロナから立ち上がる観光支援キャンペーン事業 <県委託>

0千円（30,000千円）

#### （2）緊急時観光振興対策措置事業

5,000千円（2,500千円）

大規模災害等の発生により観光産業に悪影響を与える事態が生じた際、その影響が最小限になるよう迅速に対応する。主に一般観光客向けに誘客キャンペーン等を実施する。

### 4 観光情報発信事業（公益目的事業2）

#### （1）観光情報発信強化事業

24,129千円（24,617千円）

Web、SNS等による情報発信やマスメディアを活用した情報発信等により、本県の観光魅力を県内外にアピールし、本県への誘客を図る。

#### ア 情報発信ツール刷新事業 3,500千円（1,000千円）

- 観光客の属性データを収集できるよう、連盟公式サイト「とっとり旅」を一部改修するとともに、連盟職員を対象にデータマーケティングのノウハウに関する人材育成に取り組む。

##### <主な取組内容>

- ・AI（人工知能）を活用した、連盟公式サイト「とっとり旅」の機能強化  
＝サイト内に、ユーザーの好み・旅のスタイル・所用時間などの条件に合わせ、AIが一人一人に最適な周遊コースを作り出す機能を導入し、Googleアナリティクスでは取得できないデータを収集できるプラットフォームを構築する。
- ・マーケティング人材の育成  
＝連盟職員を対象にマーケティング（データ分析）の知見・ノウハウを身につけるための研修プログラムを実施する。

## イ 観光PR事業 <一部県委託> 20,629千円(23,617千円)

- Web、SNS、マスメディアへの情報掲載など、各種広報媒体を活用して県内外に効果的に情報発信を行う。
- 自然景観、温泉、グルメ、歴史文化、体験、優れた観光ガイド等の魅力的な観光素材・コンテンツを活かし、季節毎にテーマを設定する。
- 特性に合わせてSNS広告やWeb広告を活用し、新規誘客やリピーター対策を図る。
- 民間団体等と連携して特集記事の充実させ、特に個人旅行者の誘客を意識して情報発信する。
- 県の施策と関連性の高い「日本遺産」「とっとり弥生の王国」「新設される県立美術館」を観光魅力として重点的にPRする。

### <主な取組内容>

- ・Webページ、SNS広告等による情報発信（一部県委託事業）
  - ※インフルエンサーやWeb広告を活用した情報発信
  - ※民間団体等と連携した現地情報の動画や特集記事の発信
  - ※SNS広告、プレゼントキャンペーン等の実施
- ・テレビ、新聞、雑誌等マスメディアの活用
  - ※閑散期対策として即効性が期待できる関西圏、近隣県での情報発信
- ・観光PRツールによる情報発信  
(ガイドマップ「山陰鳥取」の作成、紙袋、カレンダー等)

## (2) とっとり観光親善大使活動事業

500千円(500千円)

県内外で行われる観光PRイベントへの派遣やマスコミ出演等を通じて、とっとり観光親善大使が本県の魅力について情報発信を行う。また、当連盟のWebページやSNS等による情報発信にも参画する。令和6年12月の任期満了後の後任大使の公募については別途検討する。

## とっとり観光達人活動事業

(他事業に統合) 0千円(1,000千円)

## (3) 優良観光みやげ品PR事業

1,500千円(1,500千円)

本県の観光みやげ品の品質向上を図り、観光振興につなげるため、連盟が推奨するみやげ品を「優良観光みやげ品」として認定し、県内外の観光客に対して広報宣伝を行う。  
また、本県の観光みやげ品全般のイメージアップ・認知度向上を通じて観光誘客につなげる。

### <主な取組内容>

- ・観光みやげ品審査会の開催（鳥取県観光みやげ品協議会等の関係団体等との連携）
- ・本県の観光みやげ品全体のイメージアップ・情報発信の取組強化  
(Webページ・SNS・メディア・紹介冊子・イベント参加等による情報発信)

## (4) フィルムコミッション事業 <県補助>

17,497千円(10,660千円)

映画やドラマ等のロケーションを本県へ誘致し、ロケ地を観光拠点として活用した本県の認知度向上及び誘客促進を図る。映像制作会社等にロケ誘致を働きかけるため、動画ライブラリー等の情報を拡充してプロモーション活動を行うとともに、各種の支援活動を行う。

令和6年度は、経済効果の高い映画・ドラマ等の誘致プロモーションの強化及び誘致作品を活用した情報発信や誘客事業に重点的に取り組む。

### <主な取組内容>

- ・制作会社とのマッチング商談会への参加、制作会社や監督・プロデューサーへの個別アプローチ
- ・国、県、市町村、警察などへの必要な許可申請手続きの案内・協力
- ・宿泊施設、飲食店、弁当、各種資器材業者、ロケバス車両等の紹介
- ・ロケハン、ロケーション撮影の同行
- ・誘致作品を活用した誘客（ロケ地マップ作成、支援作品の情報発信等）



## 5 会員等との連携事業（相互扶助等事業）

### （1）会員団体等との連携・支援事業

3,500千円（3,000千円）

県内の観光施設など会員等で構成される県観光施設連絡協議会、県旅館ホテル生活衛生同業組合等と連携し、誘客活動や地域魅力づくりを一丸となって実施する。また、山陰インバウンド機構や県国際担当部局と役割分担を行いながら、会員が国内海外で実施・参加するインバウンドのためのプロモーション活動等についても必要に応じて支援する。

#### <主な取組内容>

- ・県内の宿泊・観光団体等が実施する誘客事業等への支援・共同実施

### （2）地域別連携推進事業

200千円（200千円）

地域の観光協会等と観光素材の発掘・磨き上げ、情報発信など情報共有を図るとともに効果的な連携事業等についての意見交換の場を設ける。

#### <主な取組内容>

- ・開催方法：東部、中部、西部ごとに観光協会等団体に出向き意見交換
- ・出席者：市町村観光協会、地域DMO等

## 6 収益事業（収益事業）

### （1）観光関連商品作成事業

1,600千円（1,100千円）

#### ア 観光関連商品作成事業

○本県の観光PRに資する商品を作成し、販売する。

#### <主な取組内容>

- ・観光商品の作成・販売

観光名刺	(種類) 鳥取砂丘、三徳山投入堂、大山等 計11種類 (規格) 1箱100枚入り (作成数量) 3,000箱
開運神社巡り事業	開運手ぬぐい

## 7 その他（管理費で実施する事務事業）

### （1）総会の開催

- ア 通常総会 令和6年6月 令和5年度事業報告、収支決算ほか
- イ 臨時総会 令和7年3月 令和7年度事業計画、収支予算ほか

### （2）理事会の開催

- ア 通常理事会 (第1回) 令和6年6月 令和5年度事業報告、収支決算ほか  
(第2回) 令和7年3月 令和7年度事業計画、収支予算ほか
- イ 臨時理事会 令和6年9月 令和7年度事業計画に向けた意見交換ほか  
※必要に応じて随時開催

### （3）市町村及び市町村観光協会の会費見直しの検討

市町村及び市町村観光協会の会費については、均等割・受益割の算出基準時点が古く、また、より適切に受益を反映した配分方法が必要なことから、市町村・観光協会等と協議を図りながら、会費見直しを検討する。

なお、会費見直しの検討時期は、コロナ禍後の県内の観光需要が従前のレベルまで回復し需要動向が安定する時期を想定すると、早くとも令和7年度以降となる。