

令和7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

- 宿泊旅行統計（観光庁）によれば、2024年（令和6年）の鳥取県の日本人延べ宿泊者数は、2019年（令和元年）のコロナ禍前の水準を超えており、対前年比でも3割前後上回るなど、中国地方全体の水準（ほぼコロナ禍前並み）を凌駕しており、本県観光関係者の様々な取組と努力が効果を上げつつあると認識しており、当連盟としても、これまでの誘客促進施策の継続を基本としながら、より効果的なものとなるよう充実強化を図っていく。
- 特に、「大阪・関西万博」期間中は、大阪・関西圏を目的地とした来訪観光客数の増加が見込まれる一方で、大阪・関西圏への集中による他の西日本エリアへの誘客縮小という懸念もあり、「選ばれる観光地づくり」の取組みを、「大阪・関西万博」を契機として、鳥取県がパビリオン出展する効果等も活かし、効果的な観光情報の発信や旅行会社等を通じた誘客促進策を進めていく。
- コロナ禍を経て旅行スタイルは「個人旅行シフトの加速・インスタグラムを始めとしたSNS情報による旅行先選定・より個性的な旅・上質な旅への選好等」といった変化により、多様な旅行ニーズへの対応が求められており、旅マエ・旅ナカにおけるデジタルツールの活用による観光情報発信やビッグデータ等を活用した観光DXに取り組んでいく。
- 旅の目的として、映画やドラマのロケ地を巡る旅（ロケツーリズム・聖地巡礼）が新たな旅の楽しみ方として注目されている。「鳥取フィルムコミッション」機能を有する当連盟として、事務局体制の充実強化により、ロケ誘致活動・ロケ支援体制の強化を図り、本県のロケ地としての知名度向上やロケ地に選ばれることによる地域のシビックプライドの醸成など、誘客のために有益な効果を生み出していけるよう取り組んでいく。
- 当連盟は県内唯一の全県域的な観光振興団体として、鳥取県・市町村をはじめ会員観光事業者・観光関係団体等としっかりと連携協力を図りながら観光誘客を推進していく。

II 事業実施の主な柱

（1）「選ばれる観光地づくり」のさらなる推進（大阪・関西万博開催も契機として）

大阪・関西万博の開催を契機として、大阪・関西エリアに来訪する観光客の本県への誘導や、オーバーツーリズムが懸念される関西圏の在住者の旅行先として本県が選ばれるよう、県の施策と連携して誘客促進と観光魅力の磨き上げに取り組む。

引き続き、本県の観光魅力である「自然・温泉・癒し・食」などを活かしながら、周遊・連泊・長期滞在やリピーターづくりに繋がるよう魅力的な観光地づくりを推進する。

【取組例】

- ◎大阪・関西万博を契機とした旅行商品造成・販売の促進及び旅行会社を通じた情報発信
- ◎大阪・関西万博を契機とするバス旅行商品支援の充実強化による宿泊旅行への誘導
- ◎観光協会等の創意と観光プロモーターの知見を活かした魅力的な観光素材の発掘開発
- ◎大阪・関西万博を契機としたインバウンドも意識した観光コンテンツの開発
- ◎「絶対！とっとりキャンペーン」「とっとりリアル・パビリオン」等の県施策と連携した誘客促進

（2）旅行会社の情報発信力及び商品造成力と連携した誘客活動

市場圏に配置した観光プロモーターによる旅行会社へのプロモーションを進めるとともに、大手旅行会社の持つ情報発信力や旅行商品造成力・販売力を有効活用し、旅行会社の地域活性化事業とも効果的に連携して、本県の魅力を発信し誘客促進を図る。

【取組例】

- ◎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
- ◎市場圏配置の観光プロモーターによる旅行商品造成の促進活動
- ◎旅行会社のWEBサイト・動画配信サイト・パンフレット等を活用した誘客PR
- ◎市場圏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
- ◎旅行会社招致視察を活かした観光素材の磨き上げと旅行商品造成の促進

（３）観光DXのさらなる強化

旅の情報収集のデジタルツール利用の加速化をふまえ、WEBやSNSを活用した情報発信のデジタル展開等、これまで以上に情報発信のデジタル化を推進する。

公式WEBサイト「とっとり旅」やデジタルパスポートなど独自ツールの機能強化と、外部データとの連携強化等も図りつつ観光データ分析による効果的な情報発信の取組を進める。

さらに、来県者の嗜好をふまえたターゲット広告のためのデータ分析や、来県者の行動履歴といったビッグデータの活用も含めた、データ分析活用の面での誘客対策DX化も一層強化する。

【取組例】

- ◎SNS活用による情報発信の強化やスマホに最適化した連盟公式サイトの運用強化
- ◎旅マエ・旅ナカ向け情報として有効なデジタル観光マップ及びデジタル版「トリパス」の充実
- ◎Google ビジネスプロフィールの活用やGoogle 広告等によるセグメントに応じた広告展開や広告効果の分析
- ◎公式WEBサイト「とっとり旅」の生成AIによる個人向けモデルコース作成機能の充実

（４）フィルムコミッション機能の強化によるロケツーリズムへの取り組み

本県が従来から持つ自然や文化等の魅力にくわえ、来県の動機付けに繋がる新たな魅力を創出するため、映画やドラマ等のロケ地を巡る旅であるロケツーリズムを事務局の機能強化を図りながら、鳥取県や「とっとりロケツーリズム官民連携推進会議」構成メンバーと連携して推進する。

【取組例】

- ◎プロパーの専任職員配置による事務局体制の強化
- ◎「(一社) ロケツーリズム協議会」との連携等によるロケ誘致活動の強化
- ◎「とっとりロケツーリズム官民連携推進会議」との連携協力による地元受入体制の充実

（５）継続的な教育旅行の受入れの推進

コロナ禍時の方面変更による学校の来訪を受入れた際の評価等を受入改善に活かしつつ、探究学習メニューの充実や新たな誘致エリアへのアプローチの強化等、受入体制・メニューの充実と誘致活動の強化に取り組む。

【取組例】

- ◎教育旅行における探究型学習のニーズを踏まえた特徴ある体験プログラムの充実
- ◎宿泊受入能力を踏まえた誘致プロモーション活動
- ◎新たな誘致対象強化エリアとしての首都圏へのアプローチ強化
- ◎JNTO と連携した台湾からの訪日教育旅行誘致の推進

IV 事業計画

※単位＝千円、()内は令和6年度当初予算

1 受地づくり推進事業 (公益目的事業1)

(1) 観光魅力づくり事業 7,000千円(11,500千円)

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 3,500千円(8,000千円)

- 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。

<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事業上限:総事業費の2/3または50万円の低い額)

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事務局事業)

エ 観光DX推進事業 【事業費は該当の各事業に掲載】

- コロナ禍後の旅行スタイルの変化や、多様な旅行ニーズへの対応を図るため、観光情報発信・誘客促進ツールのDX化を推進する。

<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
- ・連盟公式サイト「とっとり旅」への生成AIによるモデルコース作成機能実装

(2) 観光周遊等滞在延長促進事業 14,583千円(13,583千円)

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＞ 11,450千円（10,450千円）

- 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7年度は事業開始から10年目を迎えることから、SNS等各種メディアを使った情報発信や特別な景品の提供などのアニバーサリーキャンペーンを実施する。

＜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	23,550千円千円（21,750千円）
---------------	----------------------

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＞ 21,050千円（19,050千円）

- 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。
- 新規来県校の拡大、方面変更により来県が無くなった学校の復活に向けて、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。
- 指導要領の改訂に伴う学校のニーズに対応すべく、探究型プログラムの開発にむけた取組を強化する。

＜主な取組内容＞

- ・誘客重点エリア：関西地区、中部地区、首都圏地区
- ・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）
- ・探究型プログラム開発にむけたアドバイザー（仮称）の設置
- ・教育旅行Webページの充実、教育旅行ガイドブック改訂、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＞ 2,500千円（2,700千円）

- 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

（4）観光人材育成・顕彰事業	2,400千円（2,400千円）
----------------	------------------

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（500千円）

- 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 24,500千円（21,000千円）

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 12,000千円（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、食事編）、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 5,500千円（5,000千円）

- 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・中国四国地区とする。

<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月（令和7年下期商品の造成等）、9月（令和8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（４５，５００千円）
--------------------	---------------------------

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。

ア バス旅行商品支援事業 <県補助> ３０，０００千円（３０，０００千円）

- 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）。
- 大阪・関西万博に伴う関西圏域のバス需要のひっ迫が懸念されるため、支援単価の増額や県内バス利用加算を行う。

<補助額> 宿泊旅行：（１期・４～１０月）バス１台当たり ４０千円（※１０千円）
（２期・１０～３月）後日発表

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

県内バス加算：（１期・４～１０月）県外旅行会社が鳥取県内で登録されているバスを利用する場合は、宿泊旅行はバス１台につき２０，０００円を加算する。日帰り旅行はバス１台につき５，０００円を加算する。

イ 旅行商品造成支援事業 <県補助> ７，５００千円（７，５００千円）

- 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。
- 旅行会社のパンフレット・広告・Ｗｅｂページ等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。

<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（４，０００千円）

- 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 ２，０００千円（２，０００千円）

- 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類広告掲載委託 <県委託> ２，０００千円（２，０００千円）

- 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広告掲載について、掲載サイズと発行部数に応じて委託

（３）緊急時観光振興対策措置事業	５，０００千円（５，０００千円）
-------------------------	-------------------------

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 20,925千円（20,355千円）

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（9,555千円）

- 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7年9月～令和8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> 11,370千円（10,800千円）

- 旅行会社や旅行業者団体等と連携・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。
- 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2025愛知・中部北陸」等へのブース出展

（2）緊急時観光振興対策措置事業 5,000千円（5,000千円）

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 26,932千円（24,129千円）

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（3,500千円）

- PVだけでなく回遊率向上を目的に公式観光WEBサイトのリニューアルを行う。併せて、令和6年度に実装した生成AIによるモデルコース作成機能を更に強化するとともに、生成AIから収集したデータを分析できる環境を整備する。

<主な取組内容>

- ・「とっとり旅」全体のユーザビリティの強化
- ・令和6年度に実装した「観光AIコンシェルジュ」のチューニング
- ・生成AIとGoogleアナリティクスの属性データをクロス分析できる環境整備

イ 観光PR事業 <一部県委託> 23,432千円（20,629千円）

- 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。
- 県と連携し、大阪・関西万博を契機とした県内誘客に繋げる取組を実施する。

<主な取組内容>

- ・収集分析したデータに基づくWebページ、SNS広告等による情報発信
 - ※高いコンバージョンが見込める層をターゲットにしたSNS・Web広告
 - ※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
 - ※プレゼントキャンペーン等の実施
 - ※鳥取県在住のライター等による県内の観光関連記事制作の実施
- ・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、紙袋等)
- ・万博来場者や宿泊者を対象としたキャンペーンの実施（一部県委託事業）
- ・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)

【廃止】とっとり観光親善大使活動事業 0千円（500千円）

（２）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・イベント参加等による情報発信)

（３）フィルムコミッション事業 <県補助>

25,234千円（17,497千円）

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。

新たに、TV局や制作会社のキーパーソンとの長期的な関係を構築するため、プロパー常勤職の専任職員を配置する。さらに、新たに創設するロケ支援補助金を活用しながら経済効果の高い映画・ドラマ等の誘致プロモーションを強化するとともに、誘致作品を活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>

- ・プロパーの専任職員配置による事務局体制の強化
- ・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
- ・必要な許可申請手続きの支援や、宿泊施設、弁当、資機材の紹介
- ・ロケハン、ロケーション撮影の同行
- ・誘致作品を活用したロケ地マップ作成、支援作品の情報発信等による誘客促進

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（3,500千円）

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(1,600千円)****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7年6月 | 令和6年度事業報告、収支決算ほか |
| イ 臨時総会 | 令和8年3月 | 令和8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7年6月 | 令和6年度事業報告、収支決算ほか |
| (第2回) | 令和8年3月 | 令和8年度事業計画、収支予算ほか |
| イ 臨時理事会 | 令和7年9月 | 令和8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