

報告事項

令和2年度事業報告

一般社団法人 山陰インバウンド機構

観光庁補助事業

◆ 「令和2年度広域周遊観光促進のための新たな観光地域支援事業」

- 1 調査・戦略策定 (1件)
- 2 「ゲートウェイ戦略」(訪日客の来日拠点からの誘客戦略の構築) (2件)
- 3 事業者支援による観光消費の拡大 (4件)
- 4 情報発信(情報環境の改善・向上)・プロモーション (2件)

◆ 「世界水準のDMO形成促進事業」

- 1 世界水準のDMO形成促進事業

合計10件 事業決算額 153,268,005円 (内 国補助金 90,271,535円)

運輸局受託事業

◆ 「山陰山陽連携による新しいインバウンドマーケット創出事業」

- 1 山陰山陽連携による新しいインバウンドマーケット創出事業

事業決算額 18,315,570円 (内 国受託分 17,999,960円)

自主事業

- 1 山陽・関西方面からの誘客強化のための外国人向けコンテンツの魅力度検証業務
- 2 日韓フォトコンテスト
- 3 WEBセミナーの実施
- 4 ホームページ等維持管理

事業決算額 37,624,146円

管理費

- 1 管理運営費(人件費、管理費、活動費)

管理費決算額 46,959,507円

(1) デジタルマーケティング調査事業

【内容】

山陰地域への誘客促進により旅行消費額拡大に繋がる具体的なアクションを確立し、整備をしていくための調査

- ① デジタルマーケティング調査…中国地方及び周辺エリアから山陰へ周遊するモデルコースをWEB サイトへ展開し、配信調査を実施
- ② デプス調査…山陰内コンテンツに対する在日外国人旅行者の実際の反応、心情変化、嗜好性等の気づき (デプス要素) を収集
- ③ チャットボット活用調査…WEB サイトへ新機能を構築。山陰へ訪問をしてもらうための有効な要素を AI を活用して抽出

【成果】

- ① 再生回数 (広告表示回数) 16,426,542 回、200,431PV。
- ② デプス調査では在日外国人旅行者へのガイドリサーチを実施し、山陰域内のコンテンツに対する外国人旅行者からのリアルな反応を蓄積した。

【実施エリア】 八頭、大山、奥出雲、石見銀山 【気づき件数】 1,285 件

【主な気づき】

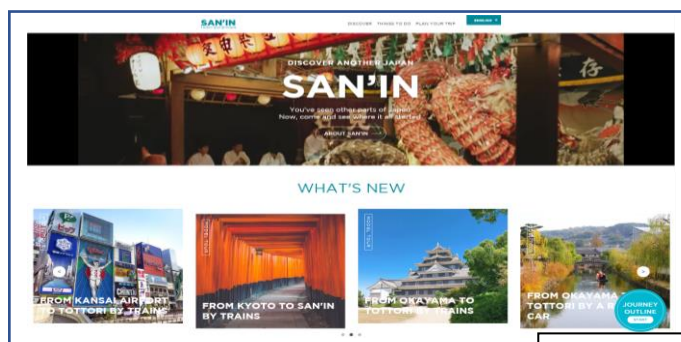
- ・ レストラン以外の一般的な日本家屋でご飯を食べたことがないゲストが多く、建物でくつろげるだけでも価値があるため、高い満足度を得られた。(大上アの里)
 - ・ みたき園ならではの山菜料理だけでなく、英語を話せるスタッフとの交流を通じて、そのおもてなしへの感動が満足度を高めた。(みたき園)
- ③ チャットボットでは 81 件の調査データを取得。全体として、アジアの観光客は自然の中で癒しを求める傾向が強い一方、欧米豪では文化や自然の違いから日本ならではの暮らし体験を求めている等の傾向が確認できた。

【課題】

- ① グローバルWEB サイト上で展開・調査を実施した周遊モデルコースのデジタルマーケティング調査やデプス調査から取得した示唆を踏まえ、訪日外国人旅行者にとってより魅力的な周遊コースとなるような日程へ改修
- ② デプス調査、チャットボット活用調査で取得した示唆の詳細分析を行い、山陰地域の魅力度向上につながるよう WEB サイトを改善

【今後の取組方針】

- ・ グローバルWEB サイト内の周遊モデルコース・チャットボット機能と、同サイトで構築したショーケースとの連動性を高め、双方の機能が補完し合うことでユーザーにとってより有益な情報収集などができるサイトへ改編する。
- ・ デジタルマーケティング、デプス調査並びにチャットボット活用調査で取得した示唆を山陰地域事業者へフィードバックし、受入体制の整備を促進する。



グローバルWEB サイトのトップページ

2 「ゲートウェイ戦略」(訪日客の来日拠点からの誘客戦略の構築)

事業決算額 32,973,600 円 (内 国補助金 16,486,800 円)

(1) FIT 周遊促進のためのデジタル化事業

【内容】

山陰のインバウンド宿泊を底上げするために、隣接する中国地方 5 県の新たな潜在マーケットを創出することを目的として実施。

既に認知度の高い「京都」「大阪」や人気観光スポットなどを目的に訪れる FIT に対して、タビマエとタビナカで中国地方の周遊を促進させる為のツールを開発することで、持続可能な「中国地域周遊滞在マーケット」を創出し、山陰への誘客につなげる。

- ① 中国地域周遊パス (デジタル周遊パス「Discover Another Japan Pass」の開発)
- ② 「Discover Another Japan Pass」を活用した誘客
- ③ ゲートウェイ (誘客) 戦略の立案

【成果】

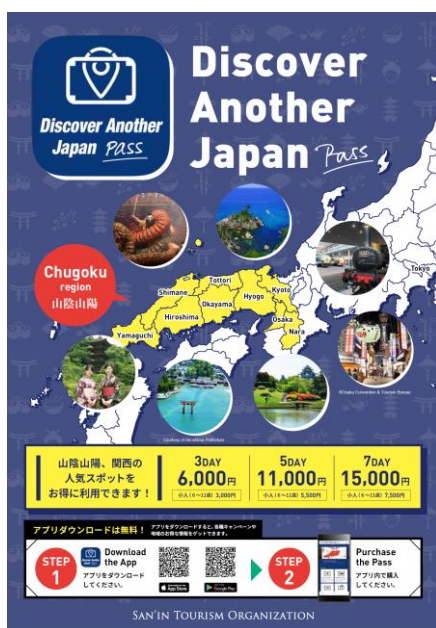
- ① 新規参画施設数：22 件 (関西 4 件、山陽 11 件、鳥取県 3 件、島根県 4 件)
- ② 利用者数・行動動態サンプル数：104 件 (10 月～2 月) ※当初目標：3,000 件
- ③ 戦略立案件数：3 件 (関西誘客、せとうち誘客、首都圏誘客の戦略立案)

【課題】

コロナの影響により、Discover Another Japan Pass の販売 (アプリでのクレジットカード購入) が開始出来ず、機構内での運用やシステム及び参画事業者のオペレーション運用の検証が十分に実施できなかった。

【今後の取組方針】

- ・ 消費喚起コンテンツ (地域の日常生活、伝統・文化、風習等に根付いたコンテンツ) の拡充及びデジタルパスへの掲載による Discover Another Japan Pass の付加価値の向上
- ・ 観光 MaaS (観光をプラットフォームとした交通の連携) の推進 (JR 西日本との連携強化、高速バス事業者やレンタカー会社との連携など)
- ・ 機構内運用体制の構築・改善、国内及び海外販売代理店の開拓、地域が活用できるテストマーケティングツールとしての付加価値向上



(2) 首都圏在住ジャーナリストなどを活用した山陰の魅力開発事業

【内容】

国内の観光事情に精通している外国人ジャーナリストや特定分野に強みを持つ外国人のネットワークを活用し、山陰のコンテンツを活用した滞在型旅行商品を開発する。

① ワークショップの開催

山陰インバウンドアドバイザーなど首都圏の外国人ジャーナリストなどを活用し、山陰エリアが有する海外向けの魅力的なコンテンツを含む旅行商品を開発するためのワークショップを開催

② 旅行商品の造成

上記のワークショップでの検討結果を踏まえ、滞在型コンテンツの改良・商品化

【成果】

① 山陰インバウンドアドバイザー 8名のネットワークで選定した 35名のジャーナリスト、旅行会社などに事前にテーマ別に設定した3つのモデルコースを示し、アンケート形式で意見を聴取。モデルコースの改善点の洗い出しを行った。

② モデルコースとアンケート結果を基に山陰インバウンドアドバイザー5名によるワークショップを開催し、テーマ別、エリア別に6コースを造成

テーマ	コース名	ワークショップでの検討事項
農山漁村の魅力を感じ	漁村でのんびりコース (出雲空港～美保関～米子空港)	美保関に2連泊し、のんびり滞在できるようにアレンジ
	農山漁村を体験するコース (鳥取空港～八頭～鳥取砂丘～鳥取空港)	農村での田舎体験暮らし体験を追加
アクティビティの魅力を感じ	温泉とアクティビティを楽しむコース (鳥取空港～三徳山～足立美術館～鳥取空港)	山陰インバウンドアドバイザーの意見を取り入れ、アクティビティは琴浦&三徳山を選定
	温泉とアクティビティを楽しむコースⅡ (米子空港～琴浦～足立美術館～鳥取砂丘～鳥取空港)	
伝統文化の魅力を感じ	石見神楽とたたらを知るコース (出雲空港～出雲大社～温泉津(神楽鑑賞)～奥出雲～出雲空港)	石見神楽、たたらに焦点をあて、関連のあるところのみに絞ってコースを組み立てる
	伝統文化と温泉を楽しむコース (出雲空港～出雲大社～温泉津(神楽鑑賞)～有福温泉～石州和紙会館～石見銀山～出雲空港)	温泉津、有福の2つの温泉地を巡り、和紙、石見銀山など様々な要素をバランスよく組み込む

【課題】

コロナ禍にあって国内在住外国人の意見を参考に旅行商品を造成。今後は如何に集客に繋げていくか検討していく必要がある。

【今後の取組方針】

来るべきインバウンド需要復活に向けて、今回のプランのように、コンテンツをテーマ別にまとめるだけでなく、エリア別にまとめて、滞在型のオプションツアーや現地体験プログラムを組み合わせることも検討する。

【ワークショップにおける主な意見】

- ・ 農山漁村などを基本の拠点滞在型にして、プライバシーの保てる宿での連泊が喜ばれる。また、観光コンテンツはオプションにして個人の好みで選べた方が良い。
- ・ 砂丘は足跡がついていない午前の早い時間帯が自然の姿を見ることができ魅力的などコンテンツによってベストなタイミングがある。



山陰インバウンドアドバイザー参加のオンラインワークショップの様子

3 事業者支援による観光消費の拡大

事業決算額 43,901,000 円 (内 国補助金 21,950,500 円)

(1) 観光関連団体との共同による山陰コンテンツの磨き上げと海外での販路開拓事業

【内容】

- ① 山陰の観光関連事業者等の「やる気」「本気」を喚起、山陰ならではの魅力を活かした旅行商品や地域の優良商品の販売を支援
- ② 海外へのPRの機会を通じての旅行者ニーズを把握するとともに、流通路の確保及び販路拡大対策を実施

【成果】

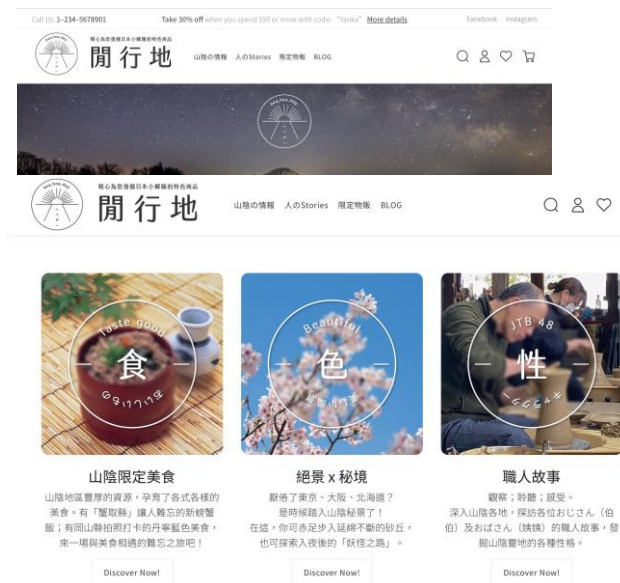
- ① 海外向けのPR映像を制作し、香港オフィスを拠点に中・台・香・韓・タイの旅行代理店・広告代理店など31社へ情報発信するとともに、海外事業者からの反応を収集し、山陰の事業者へ還元した。
 - ・ 支援した観光関連団体・事業者数：26団体
 - ・ 旅行商品に組み込む為に評価を受けたコンテンツ数：29件
- ② 山陰の商品を扱うECサイトの構築等
 - ・ 海外向けEコマースの作成
 - ・ テストマーケティングによる改善事案
 <参画予定事業者及び取扱予定商品>
 - ・ 参画事業者数：17事業者
 - ・ 販売向上に向けて評価をうけ、改善や強みを把握した商品数：34品目

【課題】

- ① 山陰の旅行商品や、優良な特産品の販売支援、地域の事業者の外国人誘客や海外取引などを継続させ、一層の消費拡大を図ることが必要
- ② 海外事業者のニーズを継続的に地域事業者に還元する為の仕組みづくりを行うことが必要

【今後の取組方針】

今回構築したECサイトで扱う山陰の特産商品数を増やすとともに、山陰の旅行商品情報、商品の作り手の紹介等を継続し、山陰のブランドづくり、ファンづくりから山陰への来訪者の増加へと繋げる。



ECサイト「間行地」

取り扱い商品	取り扱い事業者	
ブルーベリージャム 藍莓 jam	Akita Blueberry Farm	鳥取
なしジャム 梨 jam		
なしティー 梨 tea		
なしメックス 梨合粉		
天女の梨クーヘン 梨 cake	株式会社プレマスペース	鳥取
モサエビせんべい 蝦煎餅		
ほたるいか姿焼き煎餅 章魚煎餅	株式会社トラスト	鳥取
伯耆大山原酒	株式会社稲田本店	鳥取
しあわせ願い星 星星和菓子	株式会社いけがみ	鳥取
かにみそバーニャカウダ 蟹 jam	門永水産	鳥取
砂丘プリン 砂丘布丁	株式会社 OMOI	鳥取
サツマイモ 番薯		
とっておき(いちご) 草莓	Silk Farm	鳥取
ピンク章麗(カレー) pink curry		
ピンク醤油 pink 醤油	プリリアントアソシエイツ株式会社	鳥取
特製燻製ベーコン 煙肉	大山あけまの森のベーコン小舎	鳥取
和紙あかり 和紙燈	ゆらりん工房	鳥取
鳥取二十世紀梨ゼリー 梨詰喱		
鳥取サンドクッキー 鳥取曲奇		
因幡白うさぎ 免仔和菓子	寿製菓株式会社	鳥取
ご縁玉メロンソーダ		
プレミアムトマトジュース		
ご縁メロンゼリー		
Matsue Chatte	株式会社ちいきおこし	鳥根
山陰ごほうびかにクリームコロッケ		
紅ずわいがにのグラタン		
ポタージュスープ	さんゆうセレクト	鳥根
シマネ煎茶		
ラテの為の抹茶		
ラテのためのほうじ茶		
焼き菓子のための煎茶		
食事のあとの煎茶	有限会社加島茶舗	鳥根
福富いちごのジャム	ホテ洋菓子店	鳥根
縁結びあめ	株式会社秀玉堂	鳥根

取扱予定商品及び参画予定事業者

(2)インバウンドビジネスプレーヤー・マッチング事業

【内容】

既に観光事業を展開している事業者の研鑽、並びに過去の本事業受講者と新たに参画する事業者等の連携強化による新規ビジネスの創出を促進する。

① オンラインセミナーの開催

- ・既存観光事業者の課題解決をテーマにしたステップアップ編セミナー
〔R2年8月26日～R2年12月9日 全8回 受講者数：20名〕
- ・新規ビジネスを考える事業者を中心にした参入編セミナー
〔R2年10月7日～R2年12月2日 全5回 受講者数：13名〕

② 事業者同士が交流できる場（ワークショップ等）の運営（オンライン）

- 〔R2年12月16日、R3年1月13日、R3年1月20日 全3回 延べ参加者：51名〕
⇒成果：連携を想定したビジネスプラン 8件

③ 参加事業者のビジネス(コンテンツ)のモニター実施及び課題抽出等を目的とした商談会の実施

- 〔R3年1月26日、27日 モニタリング合宿ツアー実施 参加事業者：8事業者
R3年2月16日、17日 商談会の為の合宿ツアー実施 参加事業者：7事業者〕

【成果】

- ・様々な分野に精通している講師を招へいし、講座を開催することにより、受講者の発想を広げることが出来た。
- ・意見交換の時間を長く設定したことにより受講生同士の交流が促され、受講生相互の会社訪問や、観光ビジネスについての連携構想の話を進める事例等が生じた。
- ・本事業の受講者が中心となり、これまでの受講者も加えた新たなネットワーク結成に向けたミーティングが開催された。こうした動きが今後地方の観光を面で売っていくというプラットフォームの重要な要素となることが期待される。

【課題】

- ・地域活性化のために、「観光」に関わることの意義に対する理解をさらに深めていくことが必要
- ・ビジネスプランやアイデアの実現に向けたプラットフォームの構築が必要
- ・事業者同士のノウハウの共有や観光ビジネスに必要なネットワークの構築が必要

【今後の取組方針】

- ・人材育成を継続して行うため、令和3年度以降も学び(研鑽)や交流(マッチング)の場を提供し、支援事業を企画運営する。
- ・学びの場を継続的に提供出来る仕組みや、観光関連産業に意欲を持つ人材が活躍できるようサポート出来る体制を検討する。
- ・プラットフォーム構築に当たってはノウハウ集積や持続性が重要であることから、地元大学との連携を図る。



ワークショップの様子



オンラインセミナーの様子

(3) 地域課題解決プラットフォーム支援事業

【内容】

インバウンドによる地域活性化に取り組むエリアにおいて、関係者間でのプラットフォームを構築し、課題の設定、取り組み内容の検討や検証などを行い、地域の主体的な取り組みにつながる道筋を示す。

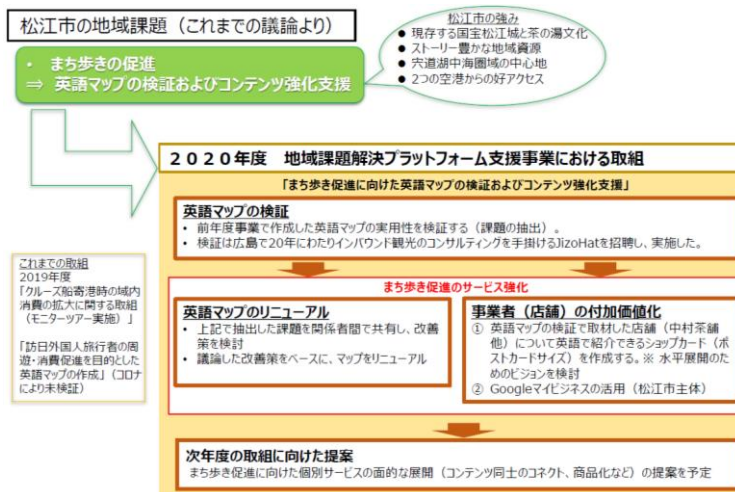
【成果】

新型コロナウイルスの影響により訪日観光客の受入が困難となった為、各エリアにおいて、在日外国人目線でのテストマーケティングを実施。次年度以降の取組に繋がる中期計画を策定。

○取組みエリア：4エリア

- ・松江：街歩きによる周遊促進
- ・米子：ナイトタイムエコノミーの推進
- ・出雲：滞在時間の延長
- ・安来：人気スポット+αの周遊促進

○ヒアリングエリア：境港、智頭、大田、津和野、雲南エリア 5エリア



松江エリアでの取組概要

【課題】

- ・個々のコンテンツを生かしていくためには、地域の人々が、「地域を売るストーリー」を創り、顧客に対して地域の価値を共感してもらうことが必要
- ・各エリアにおいて取組を持続的に行っていくためのDMO/DMC的な機能が不足している。

【今後の取組方針】

- ・観光で地域を豊かにするための取組みの考え方や具体的な取組み手法などを記載した「観光商品開発マニュアル」を令和3年3月末に発行した。このマニュアルを活用し、地域が主体となった持続的な観光商品の開発・改善を促進し、山陰地域全体の観光消費の拡大を図る。
- ・インバウンドを見据えて取り組もうとするエリアにおいて、新たに機構が開始した「Discover Another Japan Pass」を活用したテストマーケティング、データ検証なども行いながら、地域の自主的・持続的な取組みに繋げるとともに、DMO/DMC的な機能・組織の形成支援を行う。

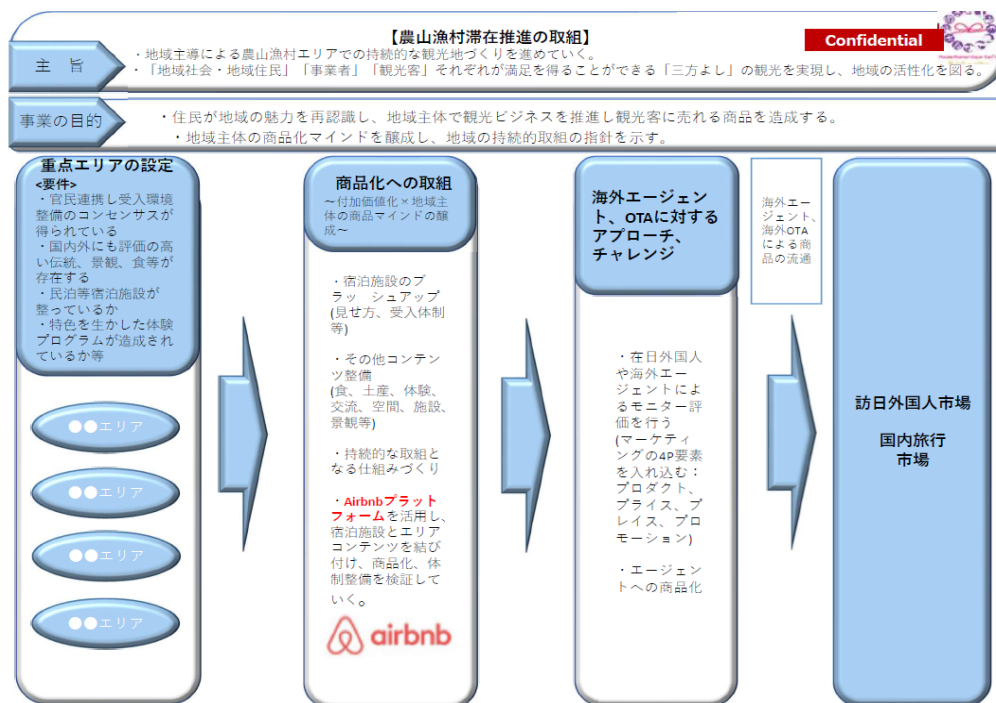


観光商品開発マニュアル

(4) 農山漁村滞在観光地づくり支援事業

【内容】

- ① 農山漁村エリアの活性化と持続可能な地域づくりを目的に、山陰を象徴する農山漁村エリアにおいて、関係者と連携しながら魅力ある資源を活かしたコンテンツ造成を支援する。
- ② 造成したコンテンツ等を組み合わせた旅行商品の造成・ブラッシュアップを行い、最終的な商品化に繋げる。



【成果】

- ① 一定の要件を設定のうえ、エリアを選定し、インバウンド向けの滞在コンテンツ造成を基礎から支援
 【重点取組エリア】大田市エリア、奥出雲・雲南エリア、大山エリア
- ② 令和3年度以降、旅行会社「Destination Asia」による2商品が確定し、令和3年度以降流通予定。
- ③ 直接、観光に関わっていない事業者や通訳案内士等との連携により新たなガイドツアーが造成されるなど、本年度の地域を巻き込んだ取組は一つのモデル的な取組となった。

【課題】

- ・農山漁村エリアは観光地として多くの魅力を有しており、資源も豊富にあるため、旅行商品化への継続的な取組(支援)が必要。
- ・地域ごとの販売・流通への取り組みはそれぞれに特徴があり、一様ではないため、滞在コンテンツの商品化と併せて、地域が主体となってエリアの価値をどのように創り上げていくか検討が必要。

【今後の取組方針】

令和2年度に取り組んだエリアに対しては、商品販売や、既存商品のブラッシュアップ等のサポートを実施していくとともに、「観光商品開発マニュアル」を参考に、地域を持続的に売っていくことを意識した取組みを支援していく。



地域関係者との意見交換



紙すき体験・田舎料理のおもてなしの様子

4 情報発信・プロモーション

事業決算額 47,096,500 円 (内 国補助金 23,548,250 円)

(1) 体験コンテンツ開発によるグローバル WEB サイト魅力度向上事業

【内容】

グローバル WEB サイトに「ショーケース」を設定。山陰らしさが色濃く残っている地域、インバウンドに受ける商品を有している地域等を選定し、山陰の選りすぐりのコンテンツとして掲載。山陰地域の魅力度向上を図った。

- ① 「ショーケース構築」…山陰地域の特徴的なエリアとして4カ所選定（八頭、大山、石見銀山、奥出雲）。各エリアでテーマに沿ったコンテンツ（宿泊施設、体験プログラム等）を掲載し、予約・購入が可能なウェブサイトへの導線を構築
- ② 情報発信の強化…構築したショーケース各エリアの情報発信を行い、認知度向上を図り、山陰地域への誘客を促進
- ③ 次年度以降の商品開発方針の策定…認知から購入までのプロセス分析からコンテンツ内容、商品へのアクセス導線など見直し・改良方針を策定

【成果】

- ① 4エリア（八頭、大山、奥出雲、石見銀山）のショーケースに32件のサイトコンテンツを掲載（外部コンテンツサイトへの遷移数:2,123人）
- ② グローバル WEB サイト 新規構築箇所:1カ所、新規構築箇所訪問者数:77,716 PV
- ③ 次年度以降の商品開発方針の策定 課題抽出数:10件、改善商品コンテンツ数:31件

【課題】

- ・ ショーケースでサイト掲載ができたコンテンツ数は、当初計画から不足（当初計画 43 プラン/最終 32 プラン）。最終的に商品設定・掲載に至らなかった課題の明確化とその改善案の立案・実施が必要
- ・ ショーケースのエリアごとの掲載コンテンツ数、予約・販売導線の遷移へのバラつきがみられる。

【今後の取組方針】

- ・ ショーケース掲載のコンテンツにて令和2年度事業での示唆を反映し改善を図る。また、商品バリエーションの拡大を図るため、コンテンツ作成時に障壁となる課題を明確にし、その改善方法を確立し、確実に実行する。
- ・ グローバル WEB サイト内の「ショーケース」に掲載した周遊モデルコースと、チャットボット機能との連動性を高め、双方の機能が補完し合うことで、ユーザーにとってより有益な情報収集ができるよう、サイトの改編を図る。

ショーケースの構築_サイト内導線

Topページ

ショーケースページ

外部ページ

※調査事業で実施

9

(2)関西エリアから山陰エリアへのショートトリップを想定した新しい周遊型着地旅行商品の造成

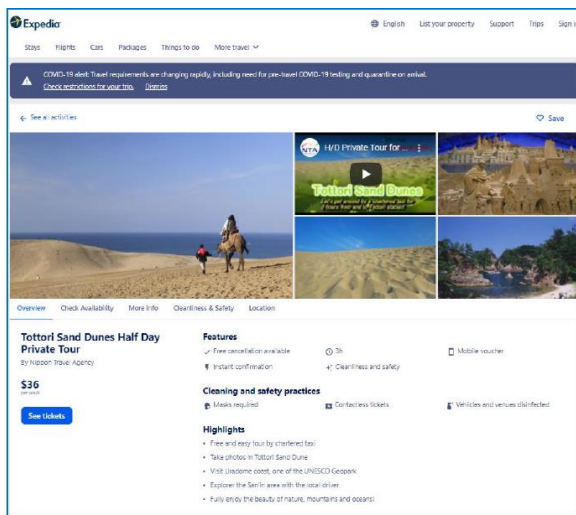
【内容】

鳥取県、島根県、西日本旅客鉄道株式会社と連携し、関西から山陰への外国人旅行客誘客を目的に、山陰エリア内における魅力的な周遊型観光素材を整備する。

- ① FIT 向けの新たな周遊型着地旅行商品の造成
- ② 団体向けの新たな周遊型着地旅行商品の造成
- ③ 山陰の観光素材及び関西から山陰へのアクセスに関するデジタルプロモーションの実施

【成果】

- ①鳥取県、島根県の特急停車駅を起点とする半日ツアーを各県2本、計4本造成
旅行会社4社による上記ツアー商品販売体制構築(JTRweb、Expedia、DOA Japan、日本旅行)
- ②京都・大阪エリアと広島を結ぶ新コースとして山陰地区の1泊および2泊の商品を造成
ツアー誘致に向けて旅行会社約1,600件のメルマガ配信、55社へフィードバック
- ③MATCHA社による記事投稿 2本(山陰定番コース、山陰絶景コース)
投稿記事閲覧数:21,809PV
掲載商品(JR-WEST Rail Pass)のHP訪問数:対掲載前1か月+23%



Expedia社によるFIT向け旅行商品の販売ページ

1	N & K Travel Service, Inc.	アメリカ合衆国	29	Wendy tour Sdn Bhd	マレーシア
2	Protravel International	アメリカ合衆国	30	World of Wonders Travel & Tours	フィリピン
3	HIS Hawaii	アメリカ合衆国	31	S.M.I Travel Singapore pte ltd	シンガポール
4	Inside Travel Group	イギリス	32	NTA TRAVEL SINGAPORE PTE LTD	シンガポール
5	Ichiban Travels	デンマーク	33	NTA ASIA PTE LTD	シンガポール
6	DESTINATION JAPON	フランス	34	NEW TOYO TRAVEL CO., LTD	タイ
7	Japan Experience	ドイツ	35	易飛網旅行社	台湾
8	ALTORINA TOURS & TRAVEL	インドネシア	36	運通世界旅行社	台湾
9	CERIA travel	インドネシア	37	永業蘋果旅行社	台湾
10	DPD HPI DKI Jakarta (Himpunan Pramuwisata Indonesia)	インドネシア	38	嘉福旅行社	台湾
11	Future smart travel	インドネシア	39	五福旅行社	台湾
12	Galley Wisata Internasional (Gallevy Tour Jakarta)	インドネシア	40	五福旅行社	台湾
13	Gracias Tour	インドネシア	41	好漢國際旅行社	台湾
14	Platinum Holiday Indonesia	インドネシア	42	宏飛旅行社	台湾
15	Platinum Indah Wisata Tours & Travel	インドネシア	43	康福旅行社	台湾
16	PT Doktra Lintas Nusantara	インドネシア	44	山富國際旅行社	台湾
17	pt globalindo kreasi wisata (ayowisata)	インドネシア	45	燦星旅行社	台湾
18	PT Jabato International	インドネシア	46	信安旅行社	台湾
19	PT Sedona Holidays	インドネシア	47	星輝國際旅行社	台湾
20	Smile Holiday	インドネシア	48	長弘旅行社	台湾
21	PT. Surya Mufindo Mandiri	インドネシア	49	東森旅遊	台湾
22	Ttravel Cirebon	インドネシア	50	日和旅行社股份有限公司	台湾
23	Wendy Tour Indonesia	インドネシア	51	百威旅行社	台湾
24	AMERIASA TOURS & TRAVEL SDN BHD	マレーシア	52	鳳凰國際旅行社股份有限公司	台湾
25	H.I.S. Travel (Malaysia) Sdn. Bhd	マレーシア	53	維聯旅行社	台湾
26	J&C Travel Sdn Bhd	マレーシア	54	連興旅行社	台湾
27	Japan Travel Bureau (M) Sdn. Bhd	マレーシア	55	雙聯旅行社	台湾
28	Kopetro travel & tours	マレーシア			

メルマガ配信に対するフィードバック先(55社)のリスト

【課題】

主要海外旅行社を対象に今回実施したヒアリング調査では、山陰地区の観光資源に強い関心を持つ一方、大都市からのアクセスが難しいというイメージが強いことが明らかになった。このため、今回、造成したJR-WEST RAIL Passと二次アクセス及び山陰の観光資源を組み合わせた旅行商品を通じて、山陰を新たな目的地として認識してもらう必要がある。

【今後の取組方針】

- ・ 今回の造成商品は(いずれも山陰地区の主要駅を発着するタクシープランであり、「密」を回避できるというメリットがある。今後のFIT復興時に備え「JR-WEST Rail Pass」とのセット販売や、複数入場施設がセットされた「Visit San'in Tourist Pass」や「Discover Another Japan Pass」との連携も進めていく。
- ・ 東アジア地域では訪日リピーターに響くコンテンツ提供、東南アジア・欧米豪地域へは知名度向上へ向けたプロモーションと東京・関西からのモデルルートを展開していく。

5 世界水準のDMO 形成促進事業 事業決算額 9,298,905 円 (内 国補助金 8,287,985 円)

(1)投資戦略やビジネスモデル確立の外部専門人材の登用

【内容】

インバウンドにより地域全体の経済効果を高めるための投資戦略やビジネスモデルを確立するため外部専門人材を登用。

○外部専門人材 株式会社 Huber. 取締役 佐藤 祥 氏

【成果】

- ①インバウンドに関するデータ分析・観光戦略の策定支援
 - ・グローバルWEB サイトや「Discover Another Japan Pass (DAJP)」を中心としたデジタルマーケティングのアドバイス
 - ・観光案内所等を中心とした集客策のアドバイス
- ②受入環境整備促進（観光案内所強化、観光コンテンツ流通等）に向けた支援
 - ・山陰域内外の観光案内所のネットワーク化に向けたアドバイス
 - ・OTA 等のコンテンツの流通チャネル全般に関するアドバイス
 - ・「Discover Another Japan Pass」のサービス設計等に関するアドバイス
 - ・「Discover Another Japan Pass」のパートナー向け営業活動等
- ③当機構全体の事業戦略・マーケティング戦略の設計支援
 - ・全体及び個別の事業戦略・進捗に関するアドバイス・実務サポート ほか

6 山陰山陽連携による新しいインバウンドマーケット創出事業

事業決算額 18,315,570 円 (内 国受託分 17,999,960 円)

(1) 山陰山陽連携による新しいインバウンドマーケット創出事業

【内容】

- ① デジタルパスを使った楽しみ方・訪れるべき場所・やってみたいコンテンツをイメージした「おすすめコース」の作成
- ② Discover Another Japan Pass と JR-WEST Rail Pass の販売連携
- ③ 上記「おすすめコース」及び販売連携に関する旅マエ・旅ナカでの情報発信/ニーズ把握
- ④ 本事業の構成員による検討会の開催

中国地方のインバウンドマーケット創出に向けて、DAJPとJRWパス(両パス)の一体的な利用を促進する取組(おすすめコース、販売連携)を実施し、情報発信等を通じて、ニーズの把握と課題抽出を行う。



【成果】

- ① 「おすすめコース」を6件構築し、中国地域観光推進協議会ホームページ及び旅程作成アプリ Trip Packer に掲載
- ② DAJP アプリ TOP 画面から JR-WEST Rail Pass への購入導線構築及び JTR-web 登録によるセット販売連携を実施
- ③ 香港・台湾でのアンケート調査(サンプル数:計 544 件)、在日外国人対象のモニター調査(10 人)実施
- ④ 構成員(中国運輸局、推進協、JR 西日本、山陰 DMO)による検討会を4回開催

【課題】

- ・ Discover Another Japan Pass と JR-WEST Rail Pass を利用した中国地域の観光周遊促進に対して、下記の課題が挙げられる。
- ・ 駅の待ち時間を有効に活用するコンテンツが不足している
- ・ 旅行者が必要としている情報の効果的な伝達方法



【今後の取組方針】

下記を解決策(案)の一つとして、関係機関との調整により Discover Another Japan Pass と JR-WEST Rail Pass の一体的な利用による中国地域の観光周遊マーケット創出を図る。

- ① 鉄道を利用した広域観光において、とくに山陰エリアでは列車の運行頻度の問題で駅での待ち時間が発生する。これに対し、駅及び駅周辺での有効な時間の使い方を提案する。
- ② 旅行者はお得な交通パス、列車やバスの乗り場、お土産店等に関する情報を必要としているケースが多い。Discover Another Japan Pass によるプッシュ通知等、情報伝達の方法を検討していく。
- ③ JR-WEST Rail Pass で乗車可能な路線バス、高速バス、フェリー等と、Discover Another Japan Pass で利用可能なレンタサイクル等を効果的に繋げることが中国地域全体の観光満足度を高める。

(1) 山陽・関西方面からの誘客強化のための外国人向けコンテンツの魅力度検証業務

【内容】

「Discover Another Japan Pass」の拡販及び掲載コンテンツの拡充を目的に、中国地方最大の人気観光地である広島平和記念公園（レストハウス）に専門コンシェルジュを配置し、Discover Another Japan Pass の紹介及び利用提案を通じ同パスへの反応を調査する。併せて、山陰地域の認知度向上を図る。

- ① 実施期間 令和2年10月～令和3年3月
- ② 調査対象者：広島県を訪れる（もしくは住む）在住外国人
- ③ 調査結果

来館組数	接客組数	提案組数	行動変容数	ダウンロード数
372組	288組 (77.4%)	274組 (95.1%)	225件 (82.1%)	37件 (13.5%)

【成果】

- ・国内屈指の観光地である広島県を目的地とする国内在住の外国人を対象とすることにより、コロナ禍においても一定のサンプル数を収集
- ・掲載コンテンツへの反応（コンテンツの魅力的な見せ方、必要な情報等）、アプリへの反応（デザイン、価格等）を直接確認
- ・観光地への交通手段や所要時間を具体的に提示することや、目的地周辺のコンテンツを複数追加で提案することで、山陰への行動変容率が高まることを確認

【今後の取組方針】

今回の調査から得られたユーザーからの生の反応を踏まえ、アプリのデザインや全体仕様（ユーザーインターフェース・ユーザエクスペリエンス）の改善及びアプリへ掲載する観光コンテンツの造成等に取り組む。

(2) 日韓フォトコンテスト

「第7回日韓フォトコンテスト」（主催：在大韓民国日本大使館広報文化院）に共催者として参画し、山陰を題材とする作品から山陰賞として受賞者2名を選定し、Discover Another Japan Pass と Visit San'in Tourist Pass 及び JR-WEST Rail Pass などを送呈した。

《日韓フォトコンテスト概要》

日韓間の文化交流促進や観光振興などを目的に在大韓民国日本大使館広報文化院をはじめ日韓両国の行政機関・企業等が協力しながら2014年に初めて開催。日本人は「韓国の魅力」をテーマに韓国国内で撮影した写真を、韓国人は「日本の魅力」をテーマに日本国内で撮影した写真を、オンラインで「第7回日韓フォトコンテスト」特設ホームページにて応募し、審査の結果、優秀作品応募者にはオンラインでコンテスト運営側から各賞が授与された。



「神話のはじまり」 신승민 シンスンミンさん



「帽子をかぶった大山」조준형 チョジュンヒョンさん

(3) WEB セミナーの実施

山陰地域のインバウンドネットワーク強化（各地域のDMOや観光事業者等とのつながりの強化）及びコロナ終息後の反転攻勢に向けて山陰地域の組織レベルの向上を促進するため、12回にわたってWEBセミナーを実施。

	日程	セミナーテーマ	講師	講演内容	登録者
1	5月27日	「令和元年度観光マーケティング調査事業報告会」	(公財)中国地域創造研究センター 主席研究員 吉原 俊朗 (株)Huber.エリアマネージャー 小野 康記	・「コロナ収束後に向けた山陰インバウンド対策」 ・「事実に基づいたマーケティング〜口コミに繋がる満足度の発見」	147
2	6月30日	with コロナ, after コロナ時代の口コミ・マーケティング	山陰インバウンド機構 CMO 佐藤 祥	コロナ影響下でデジタル化の波は更に加速する中、敢えてリアルな「口コミ」の重要性を講演。	73
3	7月21日	After/with コロナ 観光による地域創生を目指して	山陰DMO アドバイザー 美ら地球代表 山田 拓	コロナ禍で早期回復が見込まれる国内旅行者の動向がクローズアップされるが、来るべきインバウンド復活に向け「先を見据えて、やるべきこと」	90
4	8月27日	最大のコロナ感染国・アメリカの現状と今後の旅行マーケットの復活について	セントラルフロリダ大学 准教授 原 忠之	世界で最も感染者数が多いアメリカの現在の状況 旅行マーケットの復活へのイメージとは？	81
5	9月17日	観光立国第二ステージで成功継続のために	セントラルフロリダ大学 准教授 原 忠之	2030年6000万人目標下で旅行消費額拡大に向け、滞在日数の長いセグメント(欧米豪)の戦術とは。	65
6	9月29日	欧米豪無関心層へのアプローチ(日本在住者へのアプローチが最大の近道)	山陰インバウンドアドバイザー アリス・ゴードンガー	山陰には欧米豪マーケットにアピールできる資源が多数存在。欧米豪の観光客をターゲットにするにはどうすれば良いか等について今できること。	92
7	10月16日	・山陰インバウンド機構の取り組みについて ・ウィズコロナ/アフターコロナ時代の訪日プロモーション ほか	山陰インバウンド機構 代表理事 福井 善朗 JNTO 地域連携部職員	JNTO(日本政府観光局)主催、山陰インバウンド機構協力 JNTOのマーケティングやプロモーションの手法を、具体的かつ実践的な内容で紹介	142
8	10月28日	with コロナ, after コロナ時代のインバウンド誘致戦略①(ANA)	ANAマーケティング室 観光アクション部 田中 悠作 マネジャー	with コロナ, after コロナの状況下でインバウンド復活に向けたANAのデジタルマーケティングについて、現場責任者からより実践的な取り組みについて	58
9	12月1日	with コロナ, after コロナ時代のインバウンド誘致戦略②(JAL)	JALグローバル販売部 観光政策担当部長 栗山 俊久	with コロナ, after コロナの状況下で2021年度以降のインバウンド復活への取り組みについて	72
10	1月26日	コロナ禍における台湾の観光事情	一畑グループ台北駐在員 事務所長 藤岡 雄太	・台湾政府のコロナ禍の対応と人々の反応 ・台湾の方々の旅行マインドほか	69
11	2月16日	香港の現状と山陰のビジネスチャンス・ニューツーリズム	プリムローズガーデンHK 代表取締役社長 Vicky choi プリムローズガーデン 常務取締役 仁連 一星	・香港の現状 ・外国人から見た山陰の魅力 ・香港人が今求める山陰のニーズ・ポイント	57
12	3月24日	訪日に関する状況と今後のインバウンド誘致施策	Trip.comグループ 日本マーケット経営企画・事業 開発統括部長 石川 美奈	中国の消費者、業界などの志向・指向・嗜好の変化 等	72

(4) ホームページ等維持管理

- ・コーポレートサイト、グローバルウェブサイトの保守運営
- ・山陰地域観光案内所連携ツールの運営

8 事務局運営費（管理費）**決算額 46,959,507 円****(1) 人件費**

代表理事報酬及び嘱託職員給与等にかかる経費

(2) 管理費

備品等購入費、事務所賃借料、事務用品リース料、通信費、水道光熱費等事務局運営の必要経費

(3) 活動費

事務局職員等出張旅費