

令和6年度事業報告

令和7年6月27日
令和7年度(一社)山陰インバウンド機構 総会

目次

1. 調査・戦略策定

(1) 調査・戦略策定事業

- ① 山陰インバウンド観光推進調査事業 ----- 1
- ② 山陰地域のサステイナブルな観光に関する調査・戦略策定事業 ----- 2

2. 市場創出

(1) 旅行商品流通促進・整備事業

- ① 海外旅行会社向けFAM・商談会実施事業（台湾） ----- 3
- ② ゲートウェイ戦略による航空会社、海外旅行会社等への販路開拓事業 ----- 4～7
- ③ 万博を契機とした着地ツアー商品造成・流通販売・オペレーション関連事業 ----- 8

(2) 情報発信・プロモーション事業

- ① アジアをターゲットとした山陰の魅力発信プロモーション事業 ----- 9
- ② 欧米豪をターゲットとした山陰の魅力発信プロモーション事業 ----- 10
- ③ 山陰のゲートウェイを見据えたプロモーション事業 ----- 11

3. 観光地域づくり

(1) 滞在コンテンツの開発・充実事業

- ① 熱意ある地域の観光商品のマネタイズ化事業 ----- 12
- ② 中国地方の里山への誘客促進に向けた事業 ----- 13
- ③ 「山陰の手仕事に出会う旅」造成事業 ----- 14

(2) 受入環境整備事業

- ① 「山陰の魅力」の戦略的な整理・編集事業（出雲神話） ----- 15

(3) 観光人材育成事業

- ① プラットフォーム型スクールによる観光人材創出・支援事業 ----- 16

(4) 地域関係者との合意形成事業

- ① 地域向け情報発信事業 ----- 17

事業名	事業の目的・内容	決算額 (千円)
山陰インバウンド観光推進調査事業	<p>山陰エリアのメインターゲットである香港・台湾市場から山陰に来訪している旅行者が、山陰のどこを訪れているのか、満足しているのかどうかを把握することで、市場ごとの嗜好を知り今後のマーケティングやメッセージの基礎資料とする。その目的を達成するために下記調査を行う</p> <ul style="list-style-type: none"> ・山陰来訪経験者に対する定量調査、定性調査 ・山陰来訪者の移動経路調査（動態データ利用） 	4,994

【事業の進捗状況等】

○委託会社：VPON JAPAN

・台湾が本社で、台湾・香港居住者のスマートフォン・タブレットにインストールされたアプリ内キットの機能を活用した位置情報を豊富に所有（台湾1500万UU,香港650万UU）

○定量調査

・台湾・香港200サンプルを目標に山陰来訪者に広告を配信、台湾は639サンプル集まるも香港に苦戦し118サンプルで終了

○定性調査

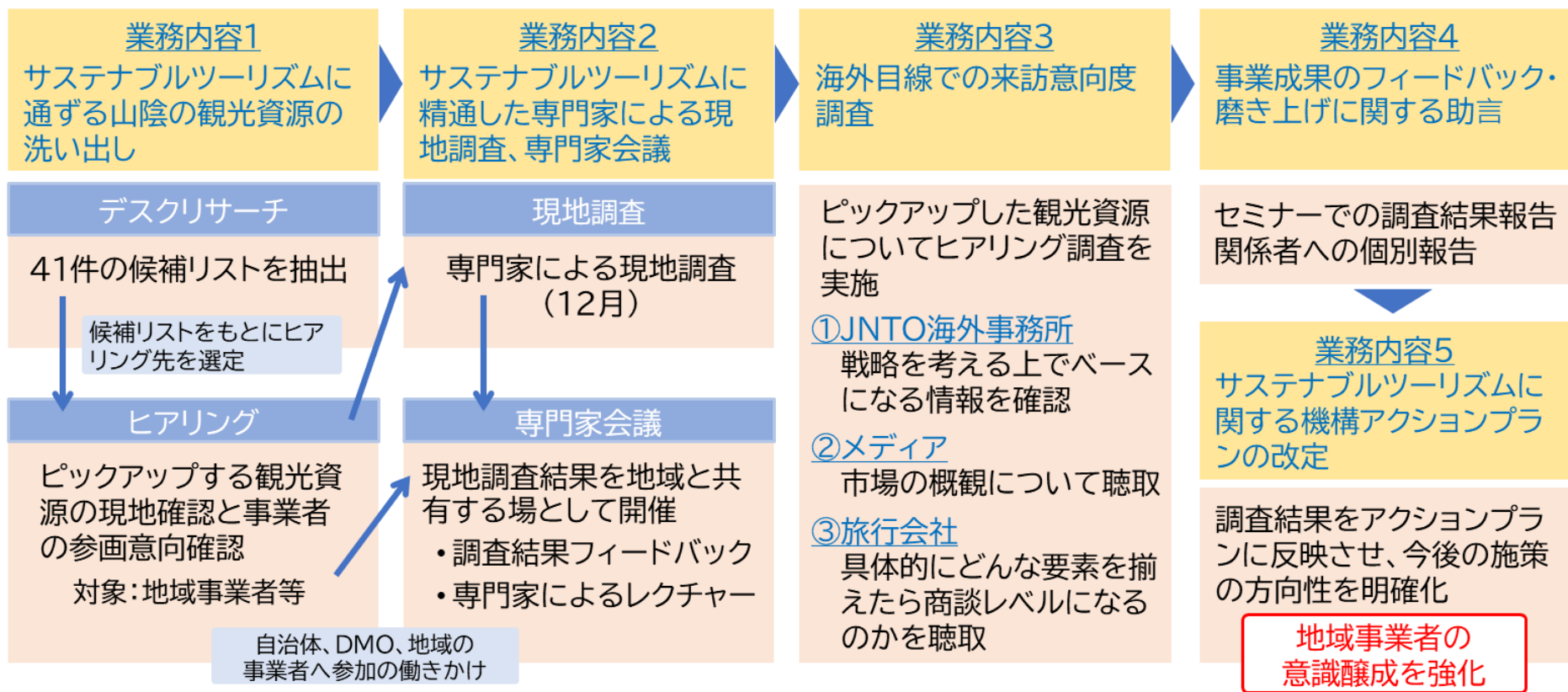
・主にFunlidayユーザに声かけし、8人のインタビュー終了

○動態データ

- ・どこに滞在していることが多いのか
- ・どこから山陰に来てどこへ出ているか
- ・2地点移動ランキング

事業名	事業の目的・内容	決算額 (千円)
山陰地域のサステナブルな観光に関する調査・戦略策定事業	アクションプラン（2024-2026）においてサステナブルツーリズムを基本戦略の1つに掲げ、国際的な潮流に呼応した観光地域づくりをすることとしており、現状の評価と今後の可能性を調査し、整理する。 調査結果は上記アクションプランに盛り込むことにより、P D C Aサイクルの中で進捗管理を行っていく。 また、調査結果の内容は、該当する自治体や事業者へ情報提供するとともに、機構が主催するセミナー等で観光における地域課題として取り上げ、サステナブルツーリズムに対する機運醸成を図っていく。	9,984 (うち国庫補助 9,631)

【事業の進捗状況等】



事業名	事業の目的・内容	決算額 (千円)
海外旅行者向け FAM・商談会実 施事業（台湾）	<p>山陰地域において台湾はコロナ禍前から現在まで多くの旅行者が訪れている市場である。また広島、岡山、関西、福岡等の近隣空港では既に定期便が就航しており、各ゲートウェイからの誘客が見込まれるほか、山陰の空港も定期便就航の可能性も高まっている。実際にタイガーエア台湾が2025年1月中旬より米子ー台北間の直行便を約2ヶ月運航し、岡山ー台北線も10月より週9便に増便されており、このことから台湾は益々重要なターゲット市場であり、更なる誘客の拡大を図ることを目的として取り組むこととする。</p> <p>内容としては、台湾市場の旅行会社やランドオペレーター等を招聘し、FAMツアー及び商談会を実施し、新たな商品造成を促し、山陰での滞在長期化につなげる。</p>	4,971 (うち国庫補助 2,474)

【事業の進捗状況等】

■ FAMツアー

- ・11/10(日)ー11/14(木) 4泊5日、岡山inー関西outにて実施
- ・台湾旅行会社8社、日本ランドオペレーター2社 参加
- ・ネイチャーアクティビティをテーマに、体験型コンテンツを中心とした行程(鳥取砂丘サンドボード、大山ダウンヒルサイクリング、一畑薬師での座禅体験、小波海岸SUP (*スタンドアップパドルボード) など)

■ 商談会

- ・11/13(水) 会場：米子コンベンションセンター(ビックシップ) 2F国際会議室 13:00ー18:00 実施
- ・山陰地域体験事業者20社28名参加

■ まとめ

- ・本事業を通じて、台湾市場向けのツアー造成に向けた具体的な足掛かりが出来たことは大きな成果である。

■ 実績 (2025年5月16日現在) ※大栄旅行社/旅天下旅行社/上順旅行社 3社計

- ・造成ツアー数 6コース、取扱人員 139名、総宿泊数 324泊

鳥取砂丘サンドボード



大山ダウンヒルサイクリング



一畑薬師 座禅



小波海岸 SUP



事業名	事業の目的・内容	決算額 (千円)
ゲートウェイ戦略による 航空会社、海外旅行会社 等への販路開拓事業	<p>(1) 対象市場における販路先の考案、開拓 観光で地域を豊かにすることをミッションとし、誘客の手立てとして、「Discover Another Japan Pass」の（以下DAJP）開発をはじめ、FITに直接アプローチし、継続的なマーケティングを自ら実施していく取組みが必要である。海外において山陰・DAJPの認知度を上げる必要があり、また持続的な誘客に繋げる為には、従来のPR活動やイベントへの参加だけでは難しく、流通チャネルを広げていく取組みが必要である。 ①台湾 ②香港 ③シンガポール ④東アジア（韓国、中国等）の主なターゲットとして、最適な販路先を考案し、ゲートウェイを意識した販路開拓に取り組む。</p>	19,251
	<p>(2) 旅行会社や航空会社等との施策の考案と実施 市場別に開拓したアライアンス先（旅行会社や航空会社等）と協働し、DAJP等の山陰旅行の流通・販路拡大に有効な施策を実施する。一過性ではなく持続可能な体制を意識して取り組む。 ①台湾 ②香港 ③シンガポール ④東アジア（韓国、中国等）市場の旅行会社等、販路先とのタイアップ企画を実施する。</p>	5,895

【事業の進捗状況等】

(1) 対象市場における販路先の考案、開拓

- 主要な対象市場で本事業を進めるにあたり現地パートナーをコーディネーターとして置き販路候補先にアプローチ中
現地パートナー：【香港】コンパスコミュニケーションズ、プリムローズガーデン香港【台湾】ネクストツーリズムコンサルティング【シンガポール】clozette
- 目標達成を目指し、①②の販売形態を想定し、直行便就航など市場動向を鑑み、香港、台湾を注力エリアとして旅行会社・OTA中心にアタックリストを用意し、現地パートナーと協働し打診。
①DAJP・JRPassセットなど取り扱い販売
②FITを意識したミニツアーなどの商品造成及び販売
- 専門者会議、進捗共有会の実施
上記の販路開拓状況、施策の準備状況を共有する場を設け、観光庁や地方自治体の各種審議会委員を務める専門家（じゃらんリサーチセンター長 沢登氏）のレビューを行った。
第一回2024年12月17日
第二回2025年3月27日

(2) 旅行会社や航空会社等との施策の考案と実施

施策1、ランディングページの設置

訪日リピーターが多い台湾・香港をメインに、日本の大都市訪問に飽きた消費者を主要ターゲットに設定。ゲートウェイ別（広島・米子・岡山等）に、おすすめ山陰を含むモデルコースや各旅行会社の商品リンクなどを掲載し、山陰地方訪問の意欲を向上させる。中国地域観光推進協議会のホームページ内に2025年2月19日に公開

施策2、各市場での商品造成の推進（詳細は次頁以降）

- ①②の販売形態を想定し、香港、台湾、シンガポールの旅行会社・OTA中心に推進
- ①DAJP・JRPassセットなど取り扱い販売
 - ②FITを意識したミニツアーやレンタカープランなどの商品造成及び販売
- ※シンガポール市場の商品では、着地側の体制をJTBオペレーションセンターと協働。

施策3、各市場でのその他タイアップ企画

旅マエ、旅ナカで各市場特性に合わせ、山陰商品を販売促進・情報をリーチさせる施策を実施。旅行博では、中国地方初の共同企画が実現。山陰、広島空港との共同出展に加え、中国地域観光推進協議会のブースも連なって出展される。

空港（旅ナカ）着地ツールの配布

- 台湾版 発行部数5000部
- 上海版 発行部数1200部
- A4版の1/2頁～1頁の掲載予定
- 配布時期
～1月10日

インバウンド冊子



ランディングページ（イメージ）



旅行博の活用

2024台北国際旅行博（略称：ITF2024）
2024年11月1日（金）～11月4日（月）



■ 目標に対する進捗（見込み含む）

No	業種	目標		実績（見込み含む）		備考
		社数	商品/企画	社数	商品/企画	
1	OTA	11	20	13	35	達成
2	旅行会社	2	2	3	4	達成
3	航空会社	—	2	—	3	達成
4	その他（異業種との連携等）	—	6	—	4	▲2企画

(2) 旅行会社や航空会社等との施策の考案と実施

台湾

進捗

10業種13点の商品/企画を推進中。前述の通り、ランディングページや旅行博の共同出展などゲートウェイ戦略に基づき中国エリア一帯で連携ができつつある。しかし台湾は旅行会社・OTAの社数が多いマーケットと見込んでいたが、想定より造成の進捗が鈍化。要因としては、コロナ禍の影響で旅行業全般（大手ホールセラー及び小規模なリテラー）において人材不足が回復しておらず、商品の企画に人手が割けない状況が続いていることが考えられる。地方部より売れ筋の商品（都市圏）を扱いたいという意向が高まっていることや、リテラーについては商品企画自体を実施しておらず、ホールセラーの代理販売を中心に行っており、商品の造成に着手できる企業母数が減ってしまっている。今後は地方部商品を扱う可能性が高いホールセラーの中で優先度リストを作成した上で、レールパスやレンタカー付商品などを提案し、1社あたりのラインナップを増やすアプローチを実施が良いと考える。

	社名	業種	点数
1	タイガーエア台湾	航空会社	1
2	東南旅行社	OTA	1
3	雄獅旅行社	OTA	1
4	Kkday	OTA	2
5	Pchome旅遊	OTA	1
6	可樂旅遊旅行社	OTA	2
7	旅遊家旅行社	旅行会社	2
8	長汎旅行社	OTA	1
9	日華旅遊(MINITOUR+DAJP)	OTA	1
10	広島空港（台湾旅行博共同出展）	その他	1

▶3/9-4/7期間 タイガーエア連携でランディングページ遷移強化



遷移先
岡山



タイトル：20文字以内
深度探訪岡山山陰 精彩旅遊特輯！
(岡山山陰を徹底探訪 素晴らしい旅特集！)

内容：65文字以内
從岡山出發深入體驗山陰之美！從藝術、人文、神話、自然，感受山陰魅力！山陰觀光經典必遊推薦，現在就出發！
岡山空港から岡山山陰の美しさを体験！芸術、人文、神話、自然など山陰の魅力を感じよう！山陰観光定番のモデルコースで必見観光スポット、今すぐ出発しよう！

▶日華旅遊社とミニツアー+DAJPの販売



日華旅遊|ctravel
2月18日下午3:35

探訪山陰山陽，解鎖日本隱藏版美景！
全新深度行程，帶你體驗日本最純粹的魅力！
如果你已經去過東京、大阪，這次換個角度，走進更原汁原味的日本吧！

我們精選山陰山陽地區的必訪景點，帶你探索文化、品味美食，感受與眾不同的日本之旅！

行程亮點一次看！

- 足立美術館——世界第一的日式庭園，沉浸藝術之美
- 鳥取砂丘——日本版「迷你撒哈拉」，壯觀自然景觀帶你探險
- 出雲大社——日本最靈驗的結婚神社，感受神聖氛圍
- 松江城——日本12座現存天守之一，走進歷史的時光隧道
- 玉造溫泉——擁有千年歷史的美肌溫泉，洗滌旅途疲憊
- 當地特色美食——享用道地和牛、海鮮與傳統和菓子，滿足味蕾！

於日華獨家加贈SAN IN ATTRACTIONS PASS 1日券，暢遊山陰人氣觀光景點！
即走出發！超值優惠中！
立即查看詳細行程，行程連結 <https://reurl.cc/96m8qY>

快來一點不一樣的日本旅行，帶回最獨特的回憶吧！
* 出示本文(圖3)截圖，訂購日華商品，可享限量優惠。

翻譯年糕

山陰INOUT 5天4夜

精緻客製小團

日華旅遊

觀看行程

(2) 旅行会社や航空会社等との施策の考案と実施

香港

進捗 9業種 17点の商品/企画を推進中。EGL社やスターウェイ社との商品造成や、GBA社とのタイアップをしたオウンドメディアを通じた山陰商品の認知拡大や、旅行博での認知・販売の促進を実施ができた。商談会セールスを通して、下記以外にもWing On Travel 等5社ほど扱いを検討いただいているため引き続き追ってきたい。
 香港においては台湾と比較して、就航便を契機にFIT向け商品の造成をしたいという機運の高まりが感じられ、双方にメリットのあるスキームを設計できると商品造成やタイアップがスムーズに進む傾向にある。

	社名	業種	点数
1	EGL Tours	OTA	7
2	FWD MAX	その他（保険会社）	1
3	Greater Bay Airline 大湾区航空	航空会社	2
4	HyperAir	OTA	1
5	LTrip	OTA	1
6	JTB (Hong Kong) Limited	旅行会社	1
7	Package Tours (WWPKG)	旅行会社	1
8	WAmazing完美行體驗	OTA	1
9	WORLD STARWAY(HONG KOGN)TRAVEL Ltd.	OTA	2

▶EGL社にてレンタカー + DAJP + 宿泊 + 航空券

▶GBA社旅行博タイアップ



事業名	事業の目的・内容	決算額 (千円)
万博を契機とした 着地ツアー商品造 成・流通販売・オペ レーション事業	2025年大阪・関西万博を見据え、万博で訪日するインバウンド(主にFIT)を山陰へ誘客するための着地ツアーの商品造成からツアーオペレーションまでを実施する機能の設置(委託)。 ★中国四国エリアに特化した訪日インバウンド向けサイト「Discover Chugoku Shikoku」がJTB広島に6月にオープン ①造成商品：日帰りから2泊3日、15コース ②集客目標：150名以上 ③販売チャンネル：万博国際博覧会ポータルサイト、海外の旅行販売Webサイト、旅行代理店等 ④英語、繁体語、韓国語、日本語掲載	15,983

	ツアータイトル	コース	販売 人員
鳥根県	芸術と神話の美しき巡礼旅：足立美術館と庭師の案内する日本庭園、パワースポットの美保神社でのご祈祷と巫女舞鑑賞する1日	米子駅 (9:30) — 足立美術館(10:00～11:45)— 由志園・庭師が庭園をご案内 (昼食・見学12:20～14:30) — ベタ踏み坂 (車窓) — 美保関・青石畳通り散策・・・美保神社でのご祈祷・※巫女舞鑑賞(15:30～15:50) — 美保関灯台(16:00～16:30) — 米子駅 (17:20)	16
鳥根県	松江の歴史を歩く！職人の匠の技に触れ、伝統と文化の息吹を感じる一日	松江駅 (10:30) — 菓子老舗彩雲堂による和菓子作り体験 (11:00～12:00) — 緑の宿北堀 (料亭昼食12:10～13:10)・・・明々庵 (抹茶・庭園13:20～14:00)・・・蔵元カネモリ醤油木桶見学 (14:10～14:50) — 安部榮四郎記念館 (手すき和紙体験15:30～16:30) — 松江駅 (17:00)	5
鳥根県 鳥取県	日本文化満喫早回りコース！水木しげるロード、国宝松江城と足立美術館を楽しむ	◎米子駅 (9:30) = = 水木しげるロード散策 (10:10～11:10散策・水木しげる記念館入場含む) = = = 松江市内 (昼食11:50～12:50) = = = 松江城 (13:00～14:00) = 足立美術館(14:45～16:00) = = 米子駅 (16:30)	20
鳥根県 鳥取県	日本文化満喫：水木しげるロード・国宝松江城・足立美術館	鳥取方面 = = 水木しげるロード = = 足立美術館 = = 松江城 = = 堀川遊覧船 = = 玉作湯神社 = = 玉造温泉 (宿なし)	26
鳥根県	いちご狩りと出雲大社を楽しむ	広島方面 = = 平田観光農園 = = 鳥根ワイナリー (昼食) = = 出雲大社 = = 玉造温泉 (宿なし)	22
5/16時点			89

事業名	事業の目的・内容	決算額 (千円)
アジアをターゲットとした山陰の魅力発信プロモーション事業	<p>①旅行博への出展（香港・インドネシア・中国・シンガポール・台湾） 既存のボリュームゾーンであるアジア市場をターゲットに、山陰の認知度を高めるプロモーションを行うとともに、アンケート収集により市場把握を行う。またセールスコールにより旅行会社と接点を持ち、商品造成の働きかけ等を行う。</p> <p>②縦型ショート動画の制作・発信 SNSで発信しやすい縦型のショート動画を制作し、市場に応じたSNSで発信し認知を高める</p>	16,111 うち国庫補助 6,820

【事業の進捗状況等】

○アウトプット

項目名	目標値	実績	備考
旅行博出展回数	5回	5回	香港、ジャカルタ、シンガポール、広州、台北
旅行博ブース 来場者数	6,000人以上	10,000人	各会場ごとに持参したパンフレットの捌け部数合計
縦型ショート動画投稿	24回(6種類×4回)	24回実施	自然、アクティビティ、三徳山、出雲大社、カニ、石見神楽の6種類作成

○アウトカム

項目名	目標値	実績	備考
旅行博DAJPダウンロード数	1,500人以上	1006人	広州での旅行博でダウンロードができない人が多くSNSフォロワーが700人以上いたにもかかわらずDAJPダウンロード数が30に終わったことが響いた
旅行博SNSフォロワー増加数	750人以上	3040人	Facebook、Instagram、小紅書などの合計
縦型ショート動画リーチ数	30,000以上	34072	同上
縦型ショート動画による SNSフォロワー増加数	300人以上	421人	同上

事業名	事業の目的・内容	決算額 (千円)
欧米豪をターゲットとした山陰の魅力発信プロモーション事業	<p>欧米豪を中心とした高付加価値旅行者層の獲得を目指し、山陰インバウンドアドバイザーのネットワークを活用したメディア向けプロモーションを実施する。</p> <p>①山陰地域へのFAMツアー実施 島根県東部・鳥取県西部を中心に4コースを造成し、2泊3日の日程で一体的に実施</p> <p>②首都圏でのネットワーキングイベント「San'in Discovery Night」開催 「小泉八雲の怪談」「水木しげるの妖怪」を切り口に、山陰の魅力を訴求</p>	8,535 (うち国庫補助 2,452)

【事業の進捗状況等】

今秋のNHK朝の連続ドラマ小説「ばけばけ」で小泉八雲の妻・セツが取り上げられる時機を捉え、今年度のコンセプト・テーマを設定。小泉八雲の怪談や水木しげるの妖怪を切り口に、山陰インバウンドアドバイザーや地域内の関係者から協力を得ながら、山陰に残る日本の精神性やアニミズムを体感するFAMツアーや、東京都内でのネットワーキングイベントを開催し、山陰地域の魅力の訴求やメディア関係者等との関係性構築に取り組んだ。

①山陰地域へのFAMツアー

日程：2024年12月14日(土)～16日(月)
参加者：ライター・旅行会社等の5名



②ネットワーキングイベント「San'in Discovery Night」

日程：2025年2月3日(月)
会場：東京ミッドタウン八重洲カンファレンス
参加者：91名
内容：FAMツアーの内容報告、英訳怪談朗読劇、山陰の特産物・地酒等の提供





事業名	事業の目的・内容	決算額 (千円)
山陰のゲートウェイを見据えたプロモーション事業	山陰につながる空路・海路（定期便、チャーター便、経由便等）を活用したプロモーション事業を実施	22,886

【事業の進捗状況等】

実施時期	対象国・地域	実施場所	所要額(千円)	内容
7～1月	韓国	韓国	150	日韓フォトコンテストへの協賛
11月	韓国	韓国	1,000	リッチジャパンのホームショッピング支援
11月～	台湾/香港	台湾/香港	6,696	ゲートウェイ戦略事業で提携している現地エージェント(台湾:ネクストツーリズムコンサルティング、香港:コンパスコミュニケーションズ)を活用し、タイガー航空及びGTAとタイアップ事業を実施
11月～	台湾	台北	1,346	旅游家旅行社のプロモーション支援
12月～	台湾	台湾	3,292	タイガーエアタイアップ事業(プロモーション支援)
1/14	台湾	台北	3,712	台湾での商談会開催+事前説明会(商談マニュアル作成)
2月	台湾	桃園	4,800	台湾ランタンフェスティバル出展
2月	中国上海	山陰	890	上海八大州旅行社のFAMツアー実施
3月	韓国	韓国	1,000	リッチジャパンのホームショッピング支援
合計			22,886	

事業名	事業の目的・内容	決算額 (千円)
熱意ある地域の観光商品等のマネタイズ化事業	<p>地域の特色や観光資源を活かし、マネタイズに積極的に取り組もうとする地域や事業者に対し、それぞれの課題・ニーズに応じた伴走支援を行うことにより、新たな観光サービスの創出を推進し、観光消費の拡大につなげる取組。対象エリアは以下4エリア。</p> <p>【支援先・支援内容】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●支援エリア1：大田市温泉津町（2年目） 昨年度造成した龍御前神社で提供する「プライベート石見神楽」の流通強化への取組を支援。ターゲットに近い高付加価値旅行を取り扱うDMCのリストを作成。 ●支援エリア2：出雲市 核となる地域事業者1社が造成主体となり、インバウンド向け観光商品を造成し、販路に載せ販売する。次年度以降も継続的に販売できる体制の構築等。 ●支援エリア3：米子市 核となる地域事業者1社が造成主体となり、インバウンド向け観光商品の造成を進めつつ、同エリアのインバウンド受入機運醸成を図る。 ●支援エリア4：倉吉市 鳥取県のトップ通訳ガイドが町歩きガイド商品の造成に主体的に関わり、地域の主要事業者の参画を促し、持続可能な造成・販売の体制構築を進める。 	9,053

<p>【事業の進捗状況等】</p> <p>●大田市温泉津町 当該エリアの事業者(合)現象舎が受託。事業パートナー兼アドバイザーとして、ピエトロ モスチェッティ氏を招請し、事業を展開した。11月に地域向け説明会を実施。12月にはエージェント5社を招請したFAMツアーで「プライベート石見神楽」のブラッシュアップを図った。当事業で作成したDMCアタックリスト(20社)をもとにセールスアプローチを行い、新たに2社が、当該商品を取り扱うことになった。</p> <p>●出雲市 核となる地域事業者を(有)出雲観光タクシーに特定し、観光タクシー商品を造成。販売体制を整え、インバウンド向けOTAサイト2社に掲載した。また、地域でワークショップを展開し、インバウンド受入れの機運醸成についても取り組んだ。</p>	<p>●米子市 核となる地域事業者を(一社)米子観光まちづくり公社に特定し、地域の通訳ガイド等も参画し、まち歩きガイドツアー商品を造成。インバウンド向けOTAサイト2社に掲載した。</p> <p>●倉吉市 事業パートナー兼キーコンテンツガイド:北岡 智子氏を招請し、プレミアムガイドツアーを造成。商品造成にあたっては、(一社)倉吉観光MICE協会に協力を仰ぎ、地域関係者と打ち合わせを重ねた。</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 20px;">   </div>
---	--

事業名	事業の目的・内容	決算額 (千円)
中国地方の里山への誘客促進に向けた事業	<p>【目的】 中山間地、里山ならではの観光資源や地域の特色を活かした観光資源をストーリーでつなぎ合わせ、山陽の里山エリアと山陰エリアを繋ぐ周遊型旅行商品を造成し、中国地方の滞在日数や消費額の拡大を図ることを目的とする。</p> <p>【内容】 広島-島根ルート、岡山-鳥取ルートで、それぞれのテーマに沿った2泊3日程度の旅行商品を造成、販売。各ルートで地域事業者を巻き込んだ商品造成ワークショップや、ガイド研修等実施。エージェント・ランオペ等を対象にしたFAMツアー・商談会、モニターツアーも実施。流通に載せ販売も進める。</p>	10,017 うち国庫補助 4,500

【事業の成果】

●目標と成果

項目	目標	成果実績	達成率
旅行商品の造成数	2コース	2コース	100%
FAMツアーの開催	2回	2回	100%
モニターツアーの開催	2回	2回	100%
ガイド研修会参加者数	20名	26名	130%
OTA掲載	2件	2件	100%
商談会参加事業者	10名	21名	210%
旅行商品送客数	300人	16人	5.30%
延べ宿泊数	300人泊	28人泊	9.30%
売上額	15,000千円	1,678千円	11.20%

●9月には両ルートでの説明会及びワークショップを実施

広島-島根ルート：雲南市において、9月11日に事業説明会・ワークショップ実施
岡山-鳥取ルート：津山市において、9月19日に事業説明会・ワークショップ実施

●通訳スルーガイド研修会

1回目:9月29日(松江) 2回目:10月10日(米子) 3回目:11月12日(松江) 4回目:11月30日(米子) ガイド研修会参加者からは、今後も研修会の開催を希望する声が多かった。

●モニターツアー・FAMツアー

インバウンド向け旅行会社、ランドオペレーター、有識者等を招請し、広島-島根ルート、岡山-鳥取ルートで、それぞれモニターツアー、FAMツアーを実施。造成商品の検証、商品流通の商談等を行った。(10月～12月)

●成果・課題

里山エリアをテーマにした商品造成でしたが、山陰ならではの商品造成と課題解決を検討する上で、良い取組となった。造成出来た商品は、実際にviatorに掲載販売された。今回関わった地域事業者と成果の横展開・継続的な取組が動き出している。移動手段には、レンタカー事業者、地元タクシー会社等も参画。



事業名	事業の目的・内容	決算額 (千円)
「山陰の手仕事に 出会う旅」造成 事業	<p>【目的】 インバウンドに刺さる山陰の特徴的なコンテンツの一つである「手仕事・民芸」をテーマにした高付加価値な旅行商品を造成する事業。</p> <p>【内容】 ストーリー性ある3泊4日のツアーの造成。ツアーに盛り込むコンテンツの磨き上げのため、地域の事業者・関係者を対象としたエクスカージョン及びワークショップを実施。そして、プラン設定、面的な統一したコンセプト設計に向けた検証ツアー(モニターツアー)を実施。</p>	9,959 (うち国庫補助 4,978)

【事業の成果】

●目標と成果

項目	目標	成果実績	達成率
フィールドワーク・ワークショップ参加地域事業者数	15名	21名	140%
検証ツアー参加者による提言数	1件	1件	100%
磨き上げた体験コンテンツ数 コンテンツ体験者数	4本	11本	275%
磨き上げたコンテンツ体験者数	36名	0名	0%
コンテンツ体験者の延べ宿泊数	108人泊	0人泊	0%
コンテンツ売上げ	10,800千円	0千円	0%

●ターゲット層を富裕層と定め商品造成を進めた。

ターゲットは、Special Interest Luxury 層

テーマは、「日本人の精神性と山陰の今に息づく民藝のこころ」

落とし込むコンテンツは、手仕事・民芸を中心に、当地ならではの価値に迫るものを中心にして、3泊4日のモデルツアーの造成に取り組んだ。

●民藝・手仕事を営む事業者自身や地域文化を継承に関わる事業者の巻き込み。

ツアー参加者がこの地域の自然・風土・精神性等の本質に触れられるよう、コンテンツに関わる職人や事業者、また、それらを伝えるガイドと意見交換を重ね、造成・磨き上げを行った。

●フィールドワーク・ワークショップ・モニターツアーの取組

フィールドワーク：コンテンツ選定のため、現地に赴き、地域事業者にヒアリングを実施。

ワークショップ：意見交換を通じて、コンテンツの絞り込みを行った。

モニターツアー：インバウンド富裕層専門のエージェント関係者を招請し、造成した3泊4日のモデルツアーを体験してもらい、モニターの意見を参考に、更に商品の改善を図った。

●成果

高付加価値旅行者層をターゲットにしたモデルツアーを完成させ、海外エージェントと商談・営業を行った。今年度の事業期限内では販売実績は上がっていないものの、次年度以降の成果を見込む。



事業名	事業の目的・内容	決算額 (千円)
<p>「山陰の魅力」の戦略的な整理・編集事業(出雲神話)</p>	<p>地域の歴史や文化の成り立ち、自然との関わり、地域に暮らす人々の営みなど地域が誇るコンテンツをストーリーとして整理・発信することは、付加価値の高い旅を提供し旅行者の満足度を高める上で不可欠である。山陰地域において古来より伝承されている「出雲神話」を専門家や外国人視点も取り入れながら戦略的に整理し、ガイドブックやWEBページによりその魅力を発信することで、海外メディア・旅行会社による情報発信や旅行商品造成、現地ガイドの充実による山陰地域全体の魅力度やブランド向上につなげ、訪日観光客へ観光促進活動を行う。</p>	<p>9,394 うち国庫補助 3,960</p>

【事業の進捗状況等】

* ストーリー構成と合わせ、テーマ別に8つのモデルコースを紹介

* **内容**：①出雲神話物語 ②時を超える神話 ③ダスティン・キッドが感じた山陰 ④出雲神話ゆかりの地 ⑤神話と山陰の風景を結ぶ旅

* **成果物**：■ 冊子(英語、約350頁/B6サイズ程度)、■ WEBページの作成

* **発信方法**：

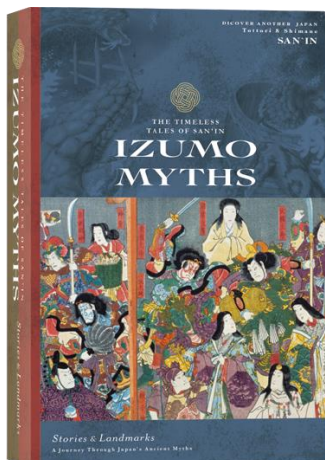
- JNTO海外事務所、海外メディア、旅行系出版社、旅行会社、地元ガイド、DMO、県、市町村等へのガイドブック提供 等約250部
- 当機構のグローバルウェブサイトへ掲載

【アウトプット】

* ガイドブック 600冊作成

※内250冊をJNTO、海外ジャーナリスト、DMO、インバウンド旅行会社等へ配布

* デジタルブック作成、グローバルサイトへのアップロード



事業名	事業の目的・内容	決算額 (千円)
プラットフォーム型スクールによる観光人材創出・支援事業	<p>【目的】 地方にとっての「観光」を理解し、地域の資源を価値化し、観光資源として活用した持続的な観光ビジネスの展開や、観光地域づくりや地域課題解決の取組などが出来る中核人材が、山陰地域における「観光」の取組に必要で、山陰各地の地域や企業においても即戦力として求められる。本事業は、継続的で持続的な観光中核人材育成を目指し、産学連携の取組を実現、そして地域に観光人材育成の取組が根付くことを目指すもの。</p> <p>【内容】 地域の観光産業の核になる人材や、地域のDMO・自治体等で観光地域づくりの中心となる人材を目指そうとする熱意のある人材を山陰各地で発掘・育成する。具体的取組みとして、島根大学及び鳥取短期大学をプラットフォームとした「山陰ツーリズム人材育成塾」を運営する。</p> <p>① 知識習得講座・・・観光の主要な領域の実践者等を講師とした座学（8回程度） ② ゼミナール・・・参加塾生の今後の取組や課題解決等に向け、ワークショップ形式で実施する意見交換や検討の場（10回程度） ③ フィールドワーク・・・先進的取組み等の視察。合宿形式で実施（1泊2日:1回） ④ 専門家等による伴走支援・・・取組みの具現化の可能性が高い塾生を2名以上選抜 ⑤ 交流会・・・参加塾生同士、卒業生、講師、支援団体等との交流を深めることにより、今後の展開につなげる（1回以上） ⑥ 最終発表会・・・参加塾生の成果発表</p>	15,974 うち国庫補助 5,313

【事業の進捗状況と成果】

●目標と成果

項目	目標	成果実績	達成率
参加者数	40人	67人	167%
セミナー実施回数	8回程度	8回	100%
ワークショップ実施回数	10回程度	10回	100%
フィールドワーク実施回数	1回程度	1回	100%
個別伴走支援実施先数	2先程度	2先	100%
受講生による事業化・商品化等の件数	8件	11件	137%



●山陰ツーリズム人材育成塾を開講運営

山陰各地から19名の応募が有り、うち17名を選抜。9月9日に開講し、約半年間運営。

- ・知識習得講座・・・9/9～12/7(全8回) ・ゼミナール・・・9/19～2/6(全10回)
- ・最終発表会・・・2/14(米子コンベンションセンターにて) ・視察合宿・・・11/20、21(鳥取県智頭町にて)
- ※知識習得講座・ゼミナールは、主にオンラインで実施した。
- ※知識習得講座は、Youtubeライブ限定公開で50名が聴講参加した。
- ※最終発表会には、一般参加者として自治体関係者、観光事業者、金融機関職員等、27名の方が参加聴講され、塾生と交流も図られた。

●個別伴走支援を2名に実施

塾生から選抜した2名に対し専門家による個別伴走支援を実施。取組の具現化の確度を高めた。

●成果・課題

過去4年間で一番多様で社会経験値の高い塾生が集まった。そして、最後まで熱が冷めず、成果発表の内容も濃いものとなった。機構としても、参加塾生の次のステップを支援していくことが課題。

事業名	事業の目的・内容	決算額 (千円)
地域向け情報発信事業	山陰地域のインバウンドに対する理解促進や気運の醸成を図るため、観光関係者や地域住民を対象にした「山陰インバウンドセミナー」を開催し、タイムリーな話題提供や当機構の戦略等を積極的に発信する。また、山陰地域のDMOとのさらなる連携強化を図るため、山陰地域DMO連絡会議を開催する。	3,704

【事業の進捗状況等】

(1) 山陰インバウンドセミナー（年4回開催）

第1回 タイトル：「香港視点かつマーケティング視点で見る山陰とは」
 開催日：令和6年7月23日（火）
 会場：米子コンベンションセンター
 内容：令和5年10月に香港中文大学と連携協定を締結し、令和6年5月下旬に約100名の学生が山陰を訪れ、観光施設等の調査研究を実施。優秀だった上位3班が研究成果を発表

第2回 タイトル：「インバウンドに必ず効くコミュニケーション術」
 開催日：令和6年9月17日（火）
 会場：松江テルサ
 講師：株式会社 ライフブリッジ 代表取締役社長 櫻井 亮太郎 氏
 内容：すぐに使える、伝わる、接客英語フレーズを解説し、ロールプレイにより実践的な接客英語を解説



第3回 タイトル：「インバウンドで売り上げアップ！その基礎とポイント」
 開催日：令和7年1月10日（金）
 会場：米子市文化ホール
 講師：株式会社 ワントリップ 代表取締役社長 片岡 究 氏
 内容：ベジタリアン等に対応できるメニューや売り上げを上げる3つの方法（客の数、使う金額（単価）、来店頻度）をわかりやすく解説

第4回 タイトル：「地域事業者のためのインバウンド基礎知識」
 開催日：令和7年3月12日（水）
 会場：米子市文化ホール
 内容：観光庁が発表しているデータや当機構が委託事業により実施した動態データを元に、今後、インバウンド集客に関心のある飲食業、宿泊施設等を対象に、機構職員が講師となりわかりやすく解説

(2) 山陰地域DMO連絡会議（年2回開催）

・4月19日及び10月28日に山陰地域の7DMOが集まり事業方針、事業計画、進捗状況、今後の課題等を共有