

議案第1号

令和7年度事業計画（案）

令和6年度
(一社)山陰インバウンド機構 第6回理事会
令和7年3月24日

【プロモーション部】

●主に担う「機構の役割」

(1)人口減少による地域消費額減少の打開策として、外国人観光客誘致活動をする役割

●部局ミッション

- ・Webサイト、SNS等の有効な媒体を活用し、JNTOとの連携、海外メディアやOTA、旅行会社との接点を持ち、訪日外国人客の総観光消費額の増大を目的とした各種プロモーションを行う

【ゲートウェイ戦略チーム】

●主に担う「機構の役割」

(1)人口減少による地域消費額減少の打開策として、外国人観光客誘致活動をする役割

●チームミッション

- ・訪日外国人客の広域周遊の観点から、様々なゲートウェイからの山陰来訪に寄与する旅行商品の造成販売と、航空会社、OTA、旅行会社等多様な流通販路の開拓を行い、来訪人数を増やす

【観光地域づくり部】

●主に担う「機構の役割」

(2)地域の魅力ある伝統、自然等によるストーリー、観光素材を活用し、外国人観光客誘致に向けた地域の取組みを支援する役割

(3)地域の観光産業の持続的な発展に向け、機運醸成、観光人材育成、スキル修得機会、域内情報発信等に関する活動をする役割

●部局ミッション

- ・訪日外国人客誘致の地域の土台となる観光素材（ウリ、ヤド、ヒト、アシ、ルート等）の磨き上げや開発を地域とともにを行い、地域の誘客、収益化に向けた課題を解消、又は補う仕組みを、地域とともに築いてゆく

●サステナブルツーリズム推進プロジェクトチーム

- ① **(新規)** 山陰のネイチャー&アクティビティ商品流通環境整備事業
- ② サステナブルツーリズム情報発信事業
- ③ **(新規)** サステナブルツーリズム機運醸成事業

●出雲神話関連推進事業

●ランオペプロジェクトチーム

- ① **(新規)** 山陰のランドオペレーター機能整備事業

●DAJPプロジェクトチーム

- ① DAJP運用
- ② DAJPシステム更新
- ③ データ分析業務の構築・実施等

【事務局】

- ① 収支予算管理
- ② 国庫補助事業対応
- ③ 販路開拓のための外部専門人材による支援事業
- ④ 山陰のゲートウェイを見据えたプロモーション事業
- ⑤ 地域向け情報発信事業
- ⑥ 管理費（人件費、管理費等）

(1) 調査・戦略策定事業

① 東アジア市場マーケティング調査事業

5,000千円

山陰に来訪している、あるいは来訪意欲のある外国人のニーズや山陰来訪時の目的、満足度等を定期的に把握するため、主に山陰来訪経験がある外国人客を対象とした調査を実施する(令和6年度以降、毎年度実施を想定)

【調査イメージ】

- ・ 対象市場：香港・台湾・中国
- ・ 調査手法：オンライン調査
- ・ 調査項目：

〈来訪者属性〉

性年代、同行者、訪日経験

〈山陰来訪時のこと〉

来訪きっかけ、来訪目的、訪問場所、満足度

(1) 旅行商品流通促進・整備事業

① ゲートウェイ戦略強化事業

10,000千円（うち国庫補助金5,000千円）

直行便が就航、就航予定もしくは復便協議中の香港・台湾・上海を主要ターゲットに設定し、直行便往復利用旅行商品だけではなく、山陰周遊観光の設定が可能な岡山・広島・大阪を組み合わせた旅行商品やモデルコース造成により滞在的なニーズを掘り起こし、多様なゲートウェイからの誘客を図る

【実施概要】

- ・現地エージェントの活用による販路開拓（現地にレップを置き、サポート体制を構築）
- ・旅行会社及びOTAへの旅行商品掲載
- ・旅行会社等の招請及び旅行会社との商談
 - * 販路開拓のための現地旅行会社及びランドオペレーターの招請
 - * FAMツアーの実施
 - * 山陰での商談会開催又は現地商談会への参加

上記アクションにより 山陰の事業者の販路開拓及びコネクション強化支援

(1) 旅行商品流通促進・整備事業

② ゲートウェイ戦略強化事業(羽田トランジットパッケージツアー販売)

3,000千円

・羽田トランジットパッケージツアー(着地型の企画商品)の販売等

③ 着地型ツアー商品販売促進事業

4,500千円

着地型ツアーの造成から販売、オペレーション(予約受付・回答、事業者への連絡、ツアー催行、斡旋、精算などの業務)まで一貫通貫で担える事業者を選定し、円滑かつ確実に販路に乗せ、流通の定着化を図る。また売れ筋となる日帰り商品だけでなく、管内DMO等が造成した商品を組み合わせた長期滞在プランも造成し、関西万博の観光ポータルサイトやOTA、旅行代理店ホームページ等に掲載し、販売していく

【実施概要】

- ・タリフ化した着地型ツアー造成: 10商品
 - ・大阪・関西万博ポータルサイトへの掲載: 5商品
 - ・OTA又は旅行代理店ホームページへの掲載: 10商品
- ※上記それぞれ1件は山陰エリアに3泊以上のツアーとする

新規

④ 山陰のネイチャー&アクティビティ商品流通環境整備事業

7,994千円（うち国庫補助金 2,497千円）

サステナブル・ツーリズムとの親和性の高い「ネイチャー&アクティビティ」を山陰観光のウリに掲げ、サステナブルな観光コンテンツをストーリー化した上で積極的に市場へ投入する。

【実施概要】

① ネイチャー&アクティビティツアー商品の造成

- ・サステナブルな観光コンテンツや着地型ツアー等をストーリーとして組み合わせた地域周遊・長期滞在プランの造成（タリフ作成）及びOTA掲載：12本
- ・海外旅行会社によるツアー商品化及びツアーのオペレーション支援：3ツアー以上

② ネットワーキングイベントのフォローアップ体制整備

- ・ネットワーキングイベント参加者が現地取材や視察を希望する場合の支援体制を構築：イベント開催後にサポート事務局設置（3カ月程度）、交通費相当額助成

⑤ 販路開拓のための外部人材による支援事業

10,751千円（うち国庫補助金 9,810千円）

ターゲット市場（ゲートウェイ発着国、アジア中心）のFITを中心とした誘客を推進するため、DAJPなど観光商品を活用した流通チャネルの新規開拓やアライアンス強化の実施

【実施概要】

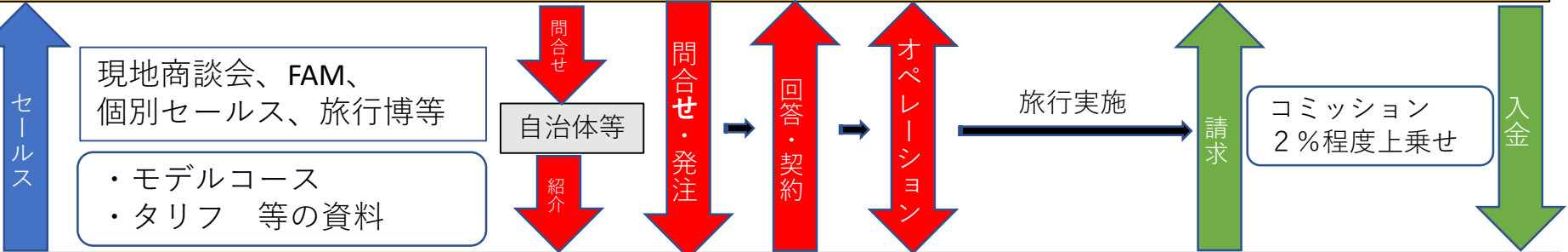
- ・現地の航空会社、旅行会社等への営業活動による流通チャネルの新規開拓
- ・開拓した流通チャネルとのアライアンスの強化

(目的とミッション)

海外旅行会社、山陰の観光施設の双方において、山陰エリアのランドオペレーション事業を担う事業者が数、質ともに不足しているのが、現在の山陰の課題である。その課題解決方法として、機構がランドオペレーション事業を担うことにより、海外旅行会社の利便性向上と観光施設の販売機会の増加を図ることが可能となる。山陰ツアーの造成に向けた、海外旅行会社への山陰各施設の情報提供と仕入れの支援を行うことにより、継続的な山陰ツアー件数と来訪数の増加を図る

海外旅行会社 (又はランドオペレーター)

想定ターゲット：主にオーダーメイドで中・高付加価値層をメインとする旅行会社 (受注型、募集型両方)



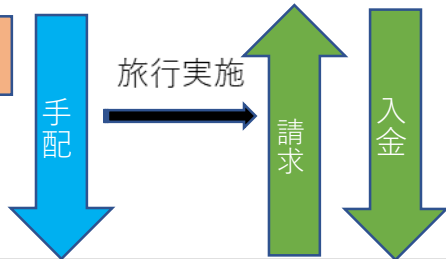
「San'inDMO・ランドオペレーション・センター」 (仮称)

- セールス資料作成 (モデルコース、タリフ等)
- セールス
- コース作成
- 手配一式
- オペレーション
- 清算

2025年度6月立上げ想定

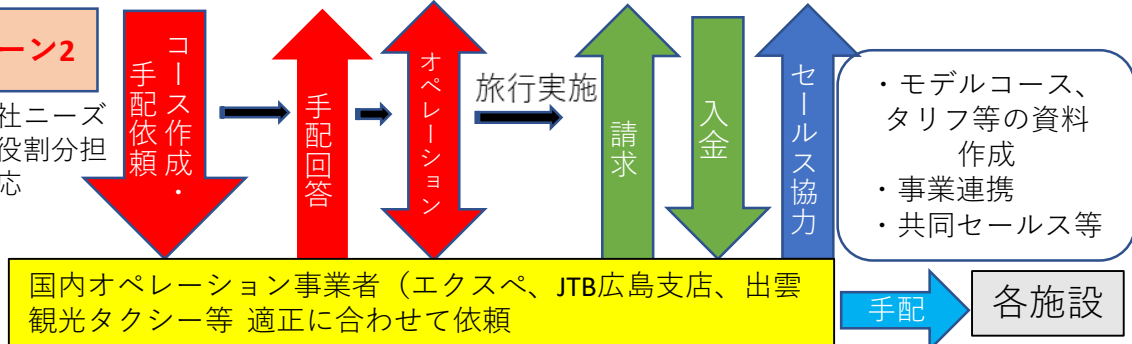
パターン1

*紹介のみの場合もあり



パターン2

旅行会社ニーズにより役割分担して対応



(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

21,976千円（うち国庫補助金8,790千円）

香港、台湾、中国、韓国の各市場のターゲット層に対応したコンテンツ等のプロモーションを実施
直行便の就航・増便、新たなツアーの造成・掲載等に合わせ、「ゲートウェイ戦略強化事業」による販路開拓（現地エージェント活用、現地商談会への参加等）と連動したプロモーションを実施

【実施概要】

- ① 海外旅行博への出展
台湾、香港、中国市場で3回出展予定
- ② 縦型ショート動画の制作、ソーシャルメディア等での発信
「コナン」「妖怪・怪談」「たたら・刀剣」などで3種類×4言語（繁体字、簡体字、韓国語、英語）
- ③ SNSでの広告配信、メディア掲載、販促キャンペーン等を航空会社、旅行会社及びOTA等とタイアップして実施
- ④ 香港・台湾共通ランディングページ(LP)の開設、運用

② サステナブルツーリズム情報発信事業

③11,955千円（うち国庫補助金5,977千円）

【実施概要】

① ネイチャー&アクティビティ動画等の作成・発信

各エリアの自然やそれに深く関わる人の営み、文化をストーリーとしてまとめ、あわせてそれらにアクティビティを効果的に組み込んだ動画等を作成し、JNTO等と連携して情報発信する。

6エリア×各1本(英語)×2種類(横型+縦型ショート)

② アドベンチャーツーリズム(AT)関心層向けプロモーション

国内在住の海外メディア関係者や旅行会社を対象に、AT関心層に響くようなFAMツアー及びネットワーキングイベントを実施し、山陰ファンの形成、ストーリー化された山陰の魅力の情報拡散を図る。

・ネットワーキングイベント「SAN' IN Discovery Night」: 秋頃に東京で開催、規模: 100名程度

・FAMツアー: ネットワーキングイベントと連動する形で国内在住外国人を対象に実施、3~5名程度

新規 ③ 食ブランディング・プロモーション事業

12,600千円

山陰沖は寒流と暖流がぶつかり合い、深海の栄養分豊富な海水が攪拌されることで魚介類が多く集まる結果、境港は全国で3位の水揚げを誇る漁港であり、輸送に時間がかからないため鳥取・島根両県の飲食店や宿泊施設では新鮮な魚介類が豊富に提供されている。また浜田沖では脂分を多く含むプランクトンが発生し、それを捕食する魚が「どんちっち」ブランドとして出荷されている。

このような「山陰の食がおいしい理由」を動画にし発信することで、「新鮮な本場の海鮮を食べるなら山陰」というプロモーションを展開することで山陰のブランド化を狙う。

【実施概要】

- ・「山陰の海鮮がおいしい理由」を語る長尺の動画作成(6種類×4言語を想定)
- ・長尺動画を30秒程度のダイジェスト版にしてソーシャルメディア(Facebook、小紅書、YouTubeShorts)等で発信
- ・動画はターゲット市場のKOLに作成依頼することを想定

④ 山陰のゲートウェイを見据えたプロモーション事業

10,000千円

山陰に就航中又は就航を目指す定期便・チャーター便(空路・海路)の利用促進に向けたプロモーションを実施

※具体的な実施内容は鳥取島根両県と都度協議のうえ決定

⑤ 広域連携DMOとの連携事業

2,000千円

【事業計画骨子】

4者(関西観光本部・せとうち観光推進機構・四国ツーリズム創造機構・山陰インバウンド機構)連携協定の事業を継続し、取組の詳細を明確化し推進する

【実施概要】

- 関西国際空港からの訪日外国人旅行者の誘客促進
 - ・関西エアポートとの連携継続
 - ・関西のコンシェルジュネットワーク活用(ホテル訪問でのセールス活動 等)
- 「Kansai WIDE Area Pass」と各エリアの訪日外国人旅行者向けJRレールパスおよびインバウンド向けの周遊型の高速道路割引企画「山陰・瀬戸内・四国エクスプレスウェイパス」の相互PRによる販売増に貢献
 - ・共通ランディングページでのPR
- 海外旅行博を活用した情報発信と誘客プロモーション
 - ・Japan Roadshow 2024への出展検討
 - ※豪州及びニュージーランドの現地旅行会社と日本側サプライヤーとのマッチング機会を創出する商談会。2026年2月シドニー及びパースでの開催予定

⑧ グローバルWebサイトによる発信事業

1,500千円

⑨ グローバルWebサイト管理運営費

2,800千円

(1) 受入環境整備事業

新規

① インバウンドに対応した食の受入環境整備事業

5,400千円

山陰地域の飲食事業者向けにインバウンド対応の現状や優良事例等を紹介するセミナーを開催し、インバウンド対応のハードルを引き下げ、より多くの飲食事業者のノウハウ習得を促すとともに、積極的な事業者を発掘し、伴走型のブラッシュアップ支援を実施する。

①食のインバウンド対応研修会

飲食店のインバウンド対応に関するノウハウ(コミュニケーション、接客、ツール、メニュー等)、優良事例等を紹介する研修会の開催。

飲食事業者の参加しやすさを考慮し、鳥取県2か所、島根県2か所での実施を想定。

②伴走型のブラッシュアップ支援

研修会参加事業者のうち、自らの店舗での具体化に積極的な事業者を募り、意向や課題をヒアリングしたうえで2事業者以上を選定し、モデルケースとして専門家とマッチングして伴走支援を実施する。その成果やアウトプットは、年度内に機構主催セミナーや機関紙等で広く情報共有し、山陰全体の受入環境整備の推進を図る。

(2) 観光人材育成事業

① プラットホーム型スクールによる観光人材創出・支援事業

16,962千円（うち国庫補助金5,654千円）

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・育成するため、地域の大学等と連携し「(仮称)観光人材育成塾」を運営し、また、参加塾生の個別伴走支援や、観光人材の交流の場を提供する。

【実施概要】

- ①「(仮称)観光人材育成塾」を企画・運営
- ②専門家を用いたセミナー(座学)を開催:観光の取組に必要な考え方やノウハウを学ぶ場を企画・運営。8回以上設定。
- ③ワークショップを開催:参加者個々の取組等の具現化を図るため、意見交換や思考の展開。8回以上設定。
- ④フィールドワークを開催:観光ビジネス又は観光地域づくり自実践エリア現地でワーク等を企画・運営。実施は1回又は2回。
- ⑤個別伴走支援を実施:別途、専門家による個別伴走支援を企画・運営。対象は全体で2名以上とする。
- ⑥過去塾生等交流事業:観光による地域づくりに意欲を持つ者同士の交流と連携、また組織化を模索。実施は1回又は2回。

新規

② 通訳ガイド養成及びネットワーク構築事業

5,995千円（うち国庫補助金2,997千円）

管内DMOが実施するガイド育成事業との連携を図りつつ、山陰地域全般をカバーできる通訳ガイド(スルーガイド)の養成講座及びスキルアップのためのフィールドワークを開催する。また、養成したガイドの情報を旅行会社に提供してマッチングを支援するとともに、各ガイドがそれぞれの得意分野を活かし、相互に補い合えるようなネットワークを構築する。

【実施概要】

- ①通訳ガイド養成講座:山陰在住の通訳者や地域限定通訳案内士等を中心に参加者を募り、セミナーを開催する。1回以上。
- ②フィールドワーク:上記①と連動するプログラムとしてフィールドワークを開催する。2回以上。
- ③ネットワーク化:旅行会社への情報提供及び通訳ガイド間の情報共有を目的としたリストを本人了解のもと作成する。

(3) 地域関係者との合意形成事業

① 地域向け情報発信事業

2,400千円（うち国庫補助金900千円）

山陰内外のDMO、自治体、事業者等との連携・情報共有を積極的に行うことにより、インバウンドに対する気運醸成や更なる連携強化を図る。

	取組み	対象	目的	実施回数
1	山陰インバウンドセミナー	山陰内外の観光事業者、自治体、DMO、地域住民など	インバウンドに関する動向や先進事例紹介、地域の気運醸成	年4回程度
2	山陰地域DMO連絡会議	山陰地域のDMOなど	DMO間の情報共有、事業連携に向けた意見交換	年2回程度
3	山陰地域インバウンド情報交換会	山陰の観光事業者、自治体、DMO	山陰の観光事業者、自治体、DMO間の情報共有、事業連携に向けた意見交換	年3回程度
4	Eメールニュースレター「山陰インバウンドニュース」の配信	山陰内外の観光事業者、自治体、DMO、地域住民など	インバウンドに関するタイムリーな情報提供	年12回

新規

② サステナブルツーリズム機運醸成事業

1,000千円

サステナブルツーリズムに関する地域全体の理解醸成と地域内連携の仕組みづくりを推進するため、地域の事業者等を対象にフィールドワーク形式のセミナーを開催する。

【実施概要】

実施回数：年1～2回

実施場所候補：隠岐・海士町、鳥取砂丘、大山、石見銀山

プログラム例：①座学（サステナブルツーリズム概論、先進事例）

②フィールドワーク（ガイディングスキル、アクティビティ体験）

③アイデアソン・ディスカッション

③ コーポレートサイト管理運営費

1,000千円

4. DAJPの運用

予算額: 38,800千円

14

(1) DAJPの運用事業

① アプリ更新(開発・切替え対応)

15,000千円

② データ分析業務の構築・実施

1,500千円

③ 原価・販売手数料

11,000千円

④ システム保守管理

7,300千円

5. 管理費

予算額: 74,392千円

(1) 人件費 ・ プロパー職員の人件費等

44,702千円

(2) 管理費 ・ 事務所の管理運営に係る経費等

17,690千円

(3) 活動費 ・ 職員の出張旅費に係る経費等

12,000千円