令和６年度　事業報告

Ⅰ　総　括

○令和６年度は、宿泊旅行統計（観光庁）で鳥取県の日本人延べ宿泊者数がコロナ禍前（令和元年）の水準を超え、対前年比でも３割前後上回るなど、大きな回復傾向が見られた年となった。その一方、物価高騰や人手不足などの観光産業にまつわる諸課題は引き続き顕在化しており、回復基調の中であっても引き続き注視が必要と考えられる。

○旅行会社に対する観光情報説明会・商談会を春季・秋季に開催し、商品造成の働きかけの強化に取り組んだ。特に県からの要請に協力し、大阪・関西万博対策として秋季分を県内で実施し、商談会等とあわせて県内視察を実施することで本県への理解を深め商品造成に繋げていただく好機となった。また観光プロモーターが旅行会社への働きかけを年間を通じて継続的に行うとともに、旅行会社等と連携した誘客キャンペーンイベントを各市場圏域で開催し、本県の認知度向上並びに誘客促進を図った。特に、新県立美術館開館に向けた誘客プロモーションのため、旅行会社向けの現地視察や情報提供を積極的に展開した。

○前年度限りで「観光需要回復加速化緊急対策バス旅行商品支援事業」が終了したことに伴い、通常の「バス旅行商品支援事業」を再開した。緊急対策の終了により予算規模・支援単価をコロナ禍前の水準に戻したが、各旅行会社には当該制度を引き続き積極的に活用いただき送客による関連産業への経済波及効果が見られる。なお貸切バス 2024 年問題の影響で、日帰り旅行の催行が減少傾向という特徴が見られた。

○デジタル情報による旅行先の選定など旅行ニーズの多様化が進むなか、デジタルツールを活用した観光ＤＸにも積極的に取り組んだ。公式サイトでのテーマを設けた特集ページの作成やＳＮＳでの情報発信、トラベルインフルエンサーの活用など情報発信に力を入れるとともに、公式サイト閲覧者の属性分析やＡＩが最適な周遊コースを提案する機能の導入など、情報発信ツールの刷新にも引き続き取り組んだ。

○教育旅行誘致を推進するため、探究学習プログラムの開発や県外旅行会社への働きかけを引き続き行った。プログラム開発にあたっては、誘致促進協議会を通じて専門アドバイザーを招聘し県内視察や関係団体との意見交換を実施した。また台湾からの教育旅行誘致に繋げるため、台湾関係者の来県視察を受け入れるとともに、ＪＮＴＯ主催の台湾での現地セミナー等に初参加し、本県への教育旅行の実施に向けた情報発信を行うことができた。

○新たな旅の楽しみ方として注目されている「映画やドラマのロケ地を巡る旅（ロケツーリズム）」を所管するフィルムコミッションの取組みが拡大した年でもあった。前年度撮影の映画「ルート29」の公開にあわせた様々なプロモーションをはじめ、映像制作を手掛けるプロデューサーの招聘や映像ロケの魅力や支援への理解促進を図るイベントの開催など、将来のロケツーリズム推進に繋がる様々な事業を展開することができた。

○「因幡伯耆國神社巡り」の充実や「観光パスポート（トリパス）」のＤＸ化や通年展開など、県内周遊促進策をさらに充実させるとともに、「優良観光みやげ品」を通じた誘客の取組み、「蟹取県ウェルカニキャンペーン」などの取組も情報発信手法の工夫を行いながら観光客の周遊及び滞在の促進に繋げる展開を図った。

○これまでの事業の成果や課題をふまえつつ、公益社団法人としての本県の観光を通じた活性化という公益目的と、観光に関わる会員組織としてのメリット還元という両使命の実現に向けて、今後も会員各位としっかり連携協力を図りながら観光誘客を推進してまいりたい。

Ⅲ　各事業の実施報告　　（　　）内は最終予算額

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　　決算額 7,533,046 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、本県への誘客を行った。

ア　開運神社巡り事業

干支所縁十二神社及び開運八神社の計二十社を巡る「因幡伯耆國開運神社巡り」を実施し、開運祈願の旅を楽しめるよう、対象神社二十社にオリジナル御朱印スタンプを設置、二十社を巡る「旅印手帖」などのグッズを販売した。その他、広報、旅行商品化を行った。



旅行商品パンフレット

① 広報事例

・旅行読売（雑誌）　など
・とりネット、とっとり旅（ホームページ）

② 旅行商品化

・山陽新聞旅行社
　夏のとっとり開運八神社を巡る　2 日間の旅（催行人数 14 名）

③ イベント

・瀬戸内ＴＲＩＰ（アウトレットモール）（広島市、12/28～29）

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＞

県内・地域内を観光周遊する着地型商品の販売を推進し、ポテンシャルのある観光素材の発掘・磨き上げを図るための支援制度を設定するとともに、地元観光協会等との意見交換を通した観光素材の発掘や磨き上げ・助言・提言、モニターツアー等を実施した。

制度支援の実績は下記のとおり。また県からの受託事業として、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」の商品化に向けてモニターツアーを実施するとともに、鳥取県立美術館と連携しＰＲ画像の撮影や旅行会社招致や旅行会社向けの情報発信等を活発に行った。

① 支援制度の概要

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）


若桜町モニターツアー

② 制度支援した主な取組

事業者名	事業名	事業期間	設定人員等	実績
鳥取砂丘アクティビティ協会	教育旅行雨天時プログラム造成	8/1～2/28	15 校	プログラム作成・納品
岩美町観光協会	近畿大学岩美町モニターツアー	12/1～12/1	38 名	37 名
若桜町	近畿大学若桜町モニターツアー	12/1～12/15	40 名	37 名
鳥取県観光事業団青谷かみじち史跡公園	青谷かみじち史跡公園ＰＲ動画制作	2/10～3/16	―	データ納品

ウ　広域観光推進事業

①　鳥取・岡山広域観光協議会との連携

鳥取・岡山広域観光協議会（両県の県、観光連盟で構成）でドライブマップを改訂・増刷し、主な高速道路ＳＡのパンフレットラックに同マップを掲出し、誘客を図った。

鳥取・岡山ドライブマップの改定・増刷	（作成部数）33,000 部 （印刷は協議会予算で負担） （配布場所）兵庫・大阪・京都及び中国四国の道の駅、鳥取岡山両県内の観光案内所、旅館組合等
サービスエリアでの情報発信	両県のアートを巡るモデルコースを作成し、高速道路ＳＡでＰＲし集客促進に繋げた。 （実施場所）新名神高速道路　宝塚北ＳＡ （実施期間）令和７年３月８日



②　中国５県グルっとグルメ！デジタルスタンプラリー

中国地域への誘客及び域内周遊を図るため、中国地方５県の観光連盟で連携し、グルメをテーマにした周遊キャンペーン（デジタル）を実施した。

キャンペーン名	中国５県グルっとグルメ！デジタルスタンプラリー
実施期間	令和６年 10 月１日～令和７年１月 13 日
概要	○ＬＩＮＥを活用したデジタルスタンプラリー： 各県からイチオシグルメと対象店舗（2～3 か所）を設定し、2 県かつ 2 店舗以上のスタンプ数に応じて特典に応募。



スタンプラリーチラシ

エ　観光ＤＸ推進事業

キャンペーン応募者やホームページ閲覧者の属性、人流把握などの分析実施やＡＩを活用したモデルコースの提案など、誘客促進のためのＤＸ化を推進した。

① 位置情報を活用した旅行者の来訪状況の把握（蟹取県ウェルカニキャンペーン事業）
② ホームページ「とっとり旅」の「Google アナリティクス」での分析（情報発信ツール刷新事業）
③ 「とっとり旅」でモデルコース生成プラットフォームの導入（情報発信ツール刷新事業）

（２）観光周遊等滞在延長促進事業　　決算額 13,142,925 円（13,583 千円）

リピーターや個人旅行の増を図り、観光周遊やまちなか観光など滞在時間の延長を促進するため、県内の多様な体験プログラムに関する情報発信や、特典付き観光パスポートの発行を行った。

ア　体験プログラム情報発信事業　＜県補助＞

旅行者ニーズが高い体験型観光について、日本最大級のレジャー予約サイト「アソビュー！（asoview!）」と連携して、旅マエ・旅ナカの旅行者に対し、同サイトでの情報発信、リスティング広告（広告掲載）及びアソビュー会員へのメルマガ広告を実施した。

また、登録されている事業者数の増と体験メニューの拡充を図るため、5 事業者 8 プランのメニューの掘り起こしを行った。

①　「アソビュー！（asoview!）」の令和６年度利用実績等

メニュー数：247 件、予約数 2,296 人

②　Ｗｅｂ媒体を活用した本県ブランドページへの誘導結果

Google によるリスティング広告を７月～10 月の間に実施。
広告表示回数：150,060 回　広告表示による予約件数：224 件



アソビュー！ホームページ

イ　観光パスポート発行事業　＜県補助＞

県内宿泊・周遊・再来訪等を促進するよう、観光パスポート「トリパス」（冊子版・デジタル版）を発行した。本県を周遊する楽しみ方の紹介ページ、スタンプラリー、観光施設をお得に利用できる割引特典クーポン（デジタル版のみ）で構成している。

旅行者の参加意欲を高めるよう、スタンプラリー期間や優待施設利用期間を通年実施に見直すとともに、当連盟ホームページのモデルコースや季節特集へ誘導する記事ページを設置するなど、旬な観光情報の提供、周遊促進を図った。



令和６年度トリパス

＜トリパスの概要＞

名　　称	とっとり観光パスポート「トリパス」2024-2025 版 ※令和６年度から通年発行に移行
実施期間	令和６年４月１日～令和７年３月 31 日
発行部数	冊子：146,000 部（A6 サイズ・20 頁）　ＰＲチラシ：37,300 部（A4 両面）
優待特典	参画施設：192 施設
応募状況	スタンプラリー（4/1～1/31）応募数：4,184 件（うち 2,627 件はデジタル）

（３）教育旅行誘致促進事業　　決算額 16,769,892 円（21,750 千円）

教育旅行誘致コーディネーター・連盟会員・観光プロモーターが連携し、地元受け入れ態勢・県外へのプロモーションなど、教育旅行の誘致に取り組んだ。また、日本政府観光局（ＪＮＴＯ）と連携し、台湾からの教育旅行誘致に取り組んだ。

ア　教育旅行誘致促進事業　＜県補助＞

連盟会員と連携し、宿泊施設の情報や受け入れ態勢、教育プログラムの開発を進め、各観光プロモーターとともに県外旅行会社へのプロモーションを行った。また、来県された学校に対して現地でのアテンド等により受け入れ態勢をアピールし、再訪につながるよう取り組んだ。

なお今後の課題として、修学旅行を受け入れる宿泊施設の減少や高齢化による民泊受け入れ施設の減少があり、地域とともに対策に取り組んでいく必要がある。また、首都圏・関西圏の宿泊料金の高騰の影響で修学旅行の行先見直しを検討する動きがあり、観光プロモーターと連携して県外旅行会社に働きかける必要がある。

① 令和６年度教育旅行関連会議・キャラバン実施状況

鳥取県教育旅行誘致促進協議会（７月）、鳥取県教育旅行誘致キャラバン（８月　中部・関西）、民泊受け入れ会議（11 月、３月）、鳥取県教育旅行受入検討会議（12 月）

② 令和６年度探究学習プログラムへの取り組み

探究プログラム開発の為、アドバイザーによる講演及び県内視察を実施（７月）
視察先の砂丘プログラムについてはアドバイスを基に、パンフレットを改定した。

③ 支援制度の概要

・視察経費の半額補助　上限 30 万円
・教育旅行宿泊補助制度(1 千円/人･泊、上限１校 30 万円)

④ 令和６年度教育旅行県内視察支援

２件申請（実績１件）

⑤ 令和６年度旅行会社県内現地研修

３件実施（阪急交通社、ＪＴＢ、ＨＩＳ、東武ﾄｯﾌﾟﾂｱｰｽﾞ 他）

⑥ 教育旅行宿泊補助実績

申請：31 校　人数：4,448 名　補助額：6,382 千円


高校修学旅行受入の様子

⑦ 令和６年度県外教育旅行受入実績　　数値は学校数、（　　）は生徒数

区分	合計	関西	中四国	中部	首都圏等
R6 年度	50(6,037)	29(3,916)	16(1,214)	3(604)	2(303)
R5 年度	44(5,390)	25(3,040)	11(760)	6(1,515)	2(75)
対前年比	113.6%(112.2%)	116.0%(129.2%)	145.5%(160.2%)	50.0%(40.2%)	100.0%(404.2%)

イ　台湾訪日教育旅行促進事業　＜県委託＞

政府観光局（ＪＮＴＯ）主催の現地セミナーに参加するとともに、台湾教育旅行関係者の県内視察を受け入れ、台湾教育旅行関係者に対して鳥取県の教育旅行情報を発信することができた。


6 月個別相談会(台湾)

① 台湾訪日教育旅行促進事業現地セミナーへの参加

期間　令和６年６月 17 日～18 日
場所　台湾台北市　シェラトングランド台北ホテル
　　台湾高雄市　高雄展覧館
内容　観光連盟から２名参加し、個別相談会を実施。台湾で鳥取県の教育旅行情報を発信することができた。

② 日台教育旅行関係者意見交換会への参加・台湾教育旅行関係者の視察（鳥取・岡山）受入れ

期間　令和６年 10 月 22 日～26 日
場所　意見交換会：東京都内（東武レバント東京）
　　地方視察：鳥取県内（鳥取敬愛高校、鳥取西高校、倉吉関金地区 他）及び岡山県内（岡山県観光連盟が対応）
内容　教育旅行誘致コーディネーター意見交換会に参加し意見交換を行った。また台湾から教育旅行関係者を招致し交流会や県内視察を実施、県内高校や民泊、県内観光施設で鳥取県の教育旅行情報を発信することができた。

（４）観光人材育成・顕彰事業　　決算額 360,417 円（2,400 千円）

観光業界の現状や課題をふまえ、誘客や滞在周遊に繋げるため、現地視察研修を開催した。また、関係団体が自主的に実施する人材育成事業を支援するとともに、顕彰事業として、関係団体から推薦された者に対して観光事業功労者の表彰を行った。

ア　観光まちづくり人材育成研修事業

実施方法　現地視察研修
開 催 日　令和６年 11 月 15 日
参加者数　21 名
実施内容　新規オープンまたはオープン予定施設など県内の新たな観光素材や注目スポットの視察を実施。
（視察先）
　青谷かみじち史跡公園、関金温泉湯命館 白金食堂（昼食）、
　せきがね廃線跡観光案内所、旧国鉄倉吉線廃線跡、鳥取県立美術館


県立美術館視察

イ　観光人材育成支援事業

実施概要　第２種会員向け支援１件
支援団体　倉吉観光ＭＩＣＥ協会
支援内容　同協会が実施した観光ガイド先進地視察研修の経費の一部を支援した。

ウ　観光事業功労者及び優良従業員表彰

表彰者数　観光事業功労者１名、観光事業優良従業員 15 名

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　　決算額 22,827,751 円（24,500 千円）

首都圏、中部圏、関西圏の観光プロモーターと誘致事業課長（中四国・九州担当）による県外旅行会社への誘致活動により、旅行商品の企画造成促進、販売支援に取り組んだ。

ア　販売促進活動事業

観光プロモーターが各担当地域の旅行会社の企画造成・販売個所に訪問し、新たな情報・観光素材・各支援制度等の情報を提供、商品造成・販売促進を働きかけ、その情報ツールとして、観光素材やイベント情報等を掲載した『観光素材集』、グルメ情報や予約の可否等を掲載した『観光素材集別冊　とっとりグルメ・お食事ナビ』を作成した。

また、会員の事業活動や観光地づくりへの支援として、観光プロモーターが各担当地域で取集した情報・旅行会社の動向・トレンド情報等を、定期的に会員に情報提供し、要請のあった会員と同行セールスを行った。

※観光プロモーターの詳細な活動内容は別途一般報告を参照

①　商品造成販売支援の主な実績

阪急交通社『山陰 10 景ベストハイライト 3 日間』
クラブツーリズム『ひのとりで行く山陰 2 日間』
ＪＴＢ旅物語『2 つの名湯に泊まる山陰旅情』
名阪近鉄バス『ハワイと砂丘クルーズ 2 日間』ほか
名鉄バス、広交観光、ＨＩＳ、神姫バスなど



阪急交通社パンフレット

②　観光素材集等の作成・配布

観光素材集　　2,500 部印刷
観光素材集　別冊とっとりグルメ・お食事ナビ　　1,500 部印刷
（説明会及びセールス等で旅行会社に配布）

イ　観光情報説明会開催事業

関西地区・中部地区・中国地区の旅行会社を対象に、旅行商品の造成支援及び販売促進のための観光情報説明会・商談会を、春は各地区１回、秋は次年度の大阪・関西万博を念頭に鳥取県内に旅行会社を招き、県内視察とあわせて開催した。

＜開催実績＞

春季 3 回（4・5 月　名古屋・大阪・広島）
　参加旅行会社 60 社 114 名　地元事業者 116 社　会員 141 名
秋季 1 回（9 月）県内視察と合わせ鳥取県内で開催
　参加旅行会社 19 社 55 名　　地元事業者 48 社　会員 72 名


鳥取県内開催（9 月）

ウ　旅行会社等招致事業

各地区の観光プロモーターの働きかけにより、県外の旅行会社を鳥取県に招致し、研修・視察を実施した。また、ＪＲ西日本ディスカバーウエスト連絡協議会主催の研修旅行に同行し、県内観光施設の案内を行った。

＜実施旅行会社＞

ＨＩＳ、三越伊勢丹ニッコウトラベル、岐阜バス
近畿日本ツーリスト、日本旅行、兵庫県旅行業協会
ＨＩＳ（東京個人）、ＪＴＢ（東京多摩支店店頭担当者）
ロイヤルロード銀座、神姫バス、日本旅行業協会中部支部 他
合計 11 件


県立美術館視察

（２）旅行商品支援事業　　決算額 32,145,000 円（45,500 千円）

県外からの誘客を促進するため、旅行会社が企画するバスツアー、パンフレット作成、ＷＥＢ発信等に対して支援を行った。

ア　バス旅行商品支援事業　＜県補助＞

バス旅行を造成・催行する旅行会社に対して支援を行うことにより、本県への誘客の促進を図った。コロナ禍対策の「観光需要回復加速化緊急対策バス旅行商品支援事業」が令和５年度限りで廃止されたことに伴いコロナ禍前の水準の補助単価に戻して実施、貸切バス 2024 年問題の影響から日帰り旅行に減少傾向が見られたが、各社とも積極的に活用され本県への送客が促進された。

① 支援制度の概要

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

② 令和６年度実績

区　分	実施件数	バス台数	利用実績（人数）	支出実績
宿泊旅行	370 件	676 台	18,927 人	19,320 千円
日帰り旅行	271 件	466 台	14,896 人	5,050 千円
合　計	641 件	1,142 台	33,823 人	24,370 千円

イ　旅行商品造成支援事業　＜県補助＞

本県の旅行商品や観光素材の露出を高めるため、県外の旅行会社が造成する団体向け旅行商品に対して、パンフレット作成、広告宣伝、ＷＥＢサイト構築経費、店頭販売促進活動等に要する経費の一部を支援した。



阪急交通社パンフレット

① 支援制度の概要

パンフレット等作成経費の２分の１以内（上限 500 千円）

② 令和６年度の主な実績

阪急交通社　　「鳥取冬の味覚 蟹フルコースを食す山陰山陽３日間」
大丸松坂屋百貨店「オリジナルツアー鳥取秋の味覚と温泉３日間」
ＨＩＳ　　「鳥取かにツアー」
広交観光　　「奇跡のホタルツアー」他
　　合計 15 ツアー　集客実績 4,537 名

ウ　旅行会社広告宣伝支援事業　＜県補助＞

旅行の形態が団体旅行から個人旅行へのシフトし、旅行会社の販売形態も紙からＷＥＢにシフトしていることから、旅行会社のホームページにおいて鳥取県の観光情報の特集ページを掲載し情報発信すること対し支援を行った。



ＨＩＳホームページ

① 支援制度の概要

鳥取県の情報を掲載しサイズ「A4×4 ページ相当」以上
公開が１ケ月以上　１件 100 千円
　　３ケ月以上　１件 200 千円（1 事業所上限 500 千円）

② 令和６年度実績

ＨＩＳ、東武トップツアーズ、阪急交通社、ＪＴＢ 他
　　合計７件

エ　特定会員組織連携誘客促進事業

業界大手の福利厚生代行会社「リロクラブ」と連携し、組織会員に向けて夏季集中誘客キャンペーンを実施した。

＜実施概要・実績＞

実施期間　令和６年６月 20 日～9 月 30 日
利用人数　2,589 人
実施内容　鳥取県特集ページを会員専用ページに掲載し、鳥取県への誘客を行った。
宿泊代金総額　27,002,376 円（前年比 134%）　宿泊単価 10,429 円（前年 10,215 円）
期間中の特集ページＰＶ数　1,568,670ＰＶ

オ　旅行会社パンフレット作成支援　＜県委託＞

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旅行商品パンフレットへの掲載について支援を行った。

関西万博を見据えた個人旅行の誘客拡大につなげるための新規の取組で、旅行の申込形態がＷＥＢにシフトしつつもパンフレットも一定の効果があり、旅行会社に対し本県観光情報の掲載を働きかけた。

①　支援制度の概要

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

②　令和６年度実績

ＪＴＢガイアレック（かに旅×温泉）
東武トップツアーズ（ＦＥＥＬ　かにうまし）
日本旅行（旅コレクション　山陽・山陰・四国）他
合計 10 件



日本旅行パンフレット

（３）緊急時観光振興対策措置事業　　決算額０円（5,000 千円）

対象となる天災等の緊急事態が発生しなかったため、実績なし。

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　　決算額 19,736,850 円（20,425 千円）

グルメ等をテーマにしたキャンペーン、県外旅行会社等と連携した誘客活動のほか、県が実施する観光需要喚起策の情報発信などを実施した。

ア　蟹取県ウェルカニキャンペーン事業　＜県委託＞

秋冬シーズンの観光誘客を図るため、県内宿泊施設に宿泊した方に「鳥取のカニ」をプレゼントするキャンペーンの応募受付業務及び賞品（カニ）の発送業務を行った。

①　実施期間　令和６年９月１日～令和７年２月 28 日（6 ケ月間）
②　応　募　数　13,571 件（対前年比 102%）
※応募の多い県（本県を除く）
兵庫県 1,724 件、大阪府 1,717 件、岡山県 1,610 件、広島県 1,171 件



キャンペーンホームページ

③ 情報発信　・同キャンペーンパンフレットを県内外で配布
・観光ガイドマップに同キャンペーンの広告掲載
・応募フォーム「宿泊でチャンス！」の作成（応募者の中から毎月 100 名に鳥取県の旬のカニを進呈）

④観光ＤＸの活用：位置情報 DSP「D-meets」を活用した WEB バナー広告
・広告配信プラットフォーム「D-meets」を活用し、「蟹取県ウェルカニキャンペーン」のＷＥＢ広告バナーの配信を実施。
・スマートフォンユーザーの位置情報から、県内への誘客が見込める層をターゲット化し、広告配信後の対象者の鳥取県への来訪状況を追跡し、広告効果を把握するとともに今後のマーケティングに活用するためのデータ蓄積を試行した。
・令和 6 年 10 月 1 日～12 月 31 日の間に表示回数 3,271,462 回配信、クリック数 23,199 回、クリック率 0.70%、来店計測結果 6,864 名、ターゲット約 300 万人

イ　イベント活用誘客キャンペーン事業　＜一部県委託＞

旅行会社や旅行業者団体等と連携・協力して、旅行商品の販売時期に合わせて店舗や集客施設等で観光ＰＲやプレゼントキャンペーンなど誘客キャンペーンを実施した。また、本県へのアクセスポイントである中国自動車道や米子自動車道のサービスエリアでのＰＲイベント等により、県内観光地への誘客、周遊促進を図った。

① 旅行会社・関係団体等との連携による誘客キャンペーンの主な実績

日本観光社（4 月 1 日～5 月 26 日　夏旅を目的とした宿泊商品をＰＲ）
阪急交通社梅田支店（4 月 20 日～5 月 19 日　鳥取県の観光情報をＰＲ）
ＪＴＢ広島地区（10 月 1 日～31 日　広島地区 3 店舗で鳥取県の観光情報をＰＲ）
ＪＴＢ名古屋地区（7 月 1 日、11 月 1 日　名古屋地区 14 店舗で夏旅とカニ商品をＰＲ）
日本旅行（天王寺）（9 月 1 日～30 日　万博とウェルカニキャンペーンをＰＲ）
広島シャレオ観光ＰＲ（10 月 12 日～13 日　鳥取県観光情報、物産をＰＲ）
東京シティアイ（ＫＩＴＴＥ）情報発信（11 月 7 日～8 日　鳥取県観光素材をＰＲ）
ツーリズムＥＸＰＯジャパン 2024 出展（9 月 26 日～29 日　鳥取県の観光素材をＰＲ）
合計　18 件



広島シャレオ観光ＰＲ


東京シティアイ（ＫＩＴＴＥ）情報発信


ツーリズムＥＸＰＯジャパン 2024 出展

②中国道等のサービスエリアでのＰＲイベント等実績

○ＰＲイベント（パンフレット・ノベルティの配布、ＳＮＳキャンペーン等）
加西ＳＡ（下り）：4 月 27 日、GW向け及び春季イベントを中心にＰＲ
〃　：7 月 6 日、夏休み向け及び夏季イベントを中心にＰＲ
〃　：9 月 14 日、蟹取県及び秋季イベントを中心にＰＲ
〃　：11 月 9 日、冬季イベントを中心にＰＲ（NEXCO 西日本米子高速道路事務所との共催）
蒜山ＳＡ（下り）：11 月 2 日、実施予定も荒天のため中止

○施設内パンフレット通年配架
加西：下り 4 枠、上り 2 枠、宝塚北：2 枠、大津：下り 2 枠、西宮名塩：下り 2 枠

（２）緊急時観光振興対策措置事業　　決算額０円（5,000 千円）

対象となる天災等の緊急事態が発生しなかったため、実績なし。

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　　決算額 21,044,198 円（24,129 千円）

公式ホームページ、ＳＮＳ、マスメディア、タウン誌等を活用した広報宣伝を通じて、本県の観光情報を県内外に発信した。

ア　情報発信ツール刷新事業

連盟公式ホームページ「とっとり旅」サイト訪問者の属性データを分析し、効果的な情報発信に繋げるため、アクセス解析ツール「Google アナリティクス（ＧＡ4）」の本格的な活用方法を開始した。また、ＡＩを活用した周遊モデルコースの作成機能やユーザーの好みを取得できるツールを導入した。

① Google アナリティクスによるホームページの分析

当連盟ホームページサイト「とっとり旅」のサイト流入者等の属性を把握することにより、県内の観光情報を的確に発信するよう連盟職員にマーケティング（データ分析）の知見・ノウハウの習得を図った。

② ＡＩを活用した観光サイト「とっとり旅」の機能強化

「とっとり旅」において、ユーザーの好みや旅のスタイル、所要時間などの条件に合わせて、ＡＩが一人ひとりに最適な周遊コース作る機能を導入した。

イ　観光ＰＲ事業　＜一部県委託＞

印刷物・ホームページ・ＳＮＳ等を活用し、本県の観光魅力を県内外にアピールした。

① 連盟ホームページでの情報発信

県内の観光情報を「イベント情報」「参加者募集」「おすすめ情報」として随時掲出した。また、四季に応じた特集や、県内の注目を集めるイベントの特集ページを作成・掲載した。

〔新設分のみ〕

時期	テーマ	内容	ホームページ
６月	鳥取へ来ぅ～る！？	“「涼」を求めに鳥取へ”をテーマに夏のアクティビティやスイーツなどを紹介	
10 月 11 月 ３月	インフルエンサーを活用したモデルコース	映画「ルート 29」の公開に合わせ、八頭エリア、“大自然で心のデトックス”をテーマに日野エリア、新たにオープンした鳥取県立美術館と周辺の観光スポットを紹介	
10 月	映画「ルート 29」特集ページ	映画のロケ地やロケの様子、監督メッセージなどを紹介	

3月	「とっとり満喫ドライブパス」を利用したモデルコース	鳥取県とNEXCOが実施する高速道路割引キャンペーンに合わせモデルコースを紹介	

（※）上記のほか、四季に応じた特集ページを作成（計18件）

② 連盟ホームページ内の広告枠の設置

当連盟の会員向けに、連盟ホームページの膨大なページビューを活かした広告枠をホームページ内に設けた。（(株)ビザビ（11か月出稿、掲載枠：縦 50×横320pix））

③ ＳＮＳでの情報発信

Facebook、X、Instagramによる日常的な投稿（情報発信）を実施。ホームページの特集記事と連携したＳＮＳ広告やＳＮＳプレゼントキャンペーンを実施した。

また、専門家によるＳＮＳの運用・分析を実施し、新規フォロワーの獲得に努めた。

［ＳＮＳの状況］

媒　体	フォロワー数（R7.3.31日時点　対前年比）
フェイスブック（Facebook）	8,942人（ 329人増、103.8%）
エックス（X）	25,832人（3,112人増、113.6%）
インスタグラム（Instagram）	17,905人（1,456人増、108.8%）

［ＳＮＳ広告］

実施期間	配信内容	媒体
R6.4.26～5.2	2024ゴールデンウィーク特集ページ	Facebook、Instagram、X
R6.6.10～7.9	鳥取へ来ぅ～る！？キャンペーン	Instagram
R6.11.11～11.24	かに特集ページ	Facebook、X
R6.11.8～12.27	映画「ルート29」特集ページ	Google
R6.12.20～R7.1.10	因幡伯耆國開運神社巡り特集ページ	Google
R7.1.31～2.13	足立紳監督トークイベント	Google
R7.3.12～3.31	花特集ページ	Google
R7.3.26～3.31	ドライブパス特集ページ	Google、Facebook、Instagram、X

［ＳＮＳキャンペーン］

○「“涼”を求めて、鳥取へ来ぅ～る！？Instagramキャンペーン」

連盟のInstagramをフォローし、鳥取県内の「涼」を感じられるスポット・グルメ・体験などを撮影し、指定する3つのハッシュタグ「#涼を求めて鳥取へ」「#鳥取へ来ぅ～る」と「#撮影場所(スポット名)」を付けて投稿をした方に対し、抽選で10名にとっとりの旬の梨をプレゼント。（6/10～8/31、Instagram）

○「鳥取の日本遺産キャンペーン」

連盟のＸをフォローし、ハッシュタグ「#鳥取の日本遺産」と「各日本遺産のキーワード」を付けてキャンペーン投稿をリポストした方に対し、抽選で40名に日本遺産認定4地域に関連する賞品をプレゼント。（10/31～11/12、Ｘ）

［ＳＮＳ運用・分析］

ＷＥＢ媒体を活用した情報発信が重要度を増していることから、Instagram及びFacebookの投稿内容の充実と新規フォロワーの獲得を狙い、投稿、運用及び分析の一括したサポート提供を受けた。

④メディアやインフルエンサー等を活用した発信

〇メディア出稿

水木しげる記念館リニューアルオープン（日本海新聞）

〇トラベルインフルエンサーの活用

鳥取県の「自然」「癒し」「食」などを活かした観光素材を、トラベルインフルエンサーならではの視点で取り上げ、県内を周遊するモデルコースを作成し「とっとり旅」に掲載した。同インフルエンサーがインスタグラム上で投稿を行い、県内の観光情報を広くＰＲした。

［インフルエンサーによる投稿］

インフルエンサー	AYUMI @ooooooayumiooooooo	RINA @rinatag_817_funf	うがちゃん @nana.media0330
フォロワー数	13.6 万人	10.4 万人	2 万人
投稿実績 (R7.3.31 時点)	総インプレッション数 182,700 総リーチ数　94,500	総インプレッション数 194,200 総リーチ数　103,200	総インプレッション数 79,600 総リーチ数　45,300
投稿			

〇広島経済大学若旅プロジェクト

広島経済大学と連携し、鳥取県の一般的な観光地だけでなく、学生ならではの視点で県内観光資源を発掘した。令和６年度は２か年計画のうち初年度となり、地域の関係者との関係構築を目指した。

⑤観光ガイドマップの作成

〇作成部数：４回増刷、２０万部（うち簡易版　増刷１回、５万部）

〇広告枠に開運神社巡り、トリパス、観光デジタルマップ、蟹取県ウェルカニキャンペーン、ねんりんピック、大阪・関西万博及び県立美術館等、時宜を得た広告を掲載した。

〇県内を中心とした観光施設、宿泊施設や道の駅などに配架した。

（２）とっとり観光親善大使活動事業　　決算額 213,836 円（500 千円）

県内外の各種観光ＰＲイベント、テレビやラジオ番組出演等による観光ＰＲ活動に「とっとり観光親善大使」を派遣し、本県への誘客を図った。大使は令和６年 12 月 31 日に任期が満了した。

＜派遣実績＞　派遣回数 11 回（前年度 11 回）

（３）優良観光みやげ品ＰＲ事業　　決算額 1,211,989 円（1,500 千円）

本県の観光みやげ品の内容・評価を高めるために「優良観光みやげ品」の認定を行うとともに、認定制度自体の活性化のための活動や、みやげ品に関心が高まることが本県への観客促進につながるよう、広く観光みやげ品をＰＲする取組を行った。

ア　審査会の開催

日　時　令和 6 年 10 月 25 日
会　場　ホテルセントパレス倉吉
審査員　鳥取県旅館ホテル生活衛生同業組合
　　小谷理事長 他　計 7 名
指　定　19 品目、30 商品（昨年度：19 品目、26 商品）
　　※認定期間は 2 年間
その他　新たな関係先へ声掛けするなど、新規出品者と商品数を増やす工夫をした。


審査会の様子

イ　優良観光みやげ品のＰＲ・情報収集

・連盟ホームページ（主に専用ページ「とっとりお土産ガイド」）による広報
・当連盟が実施するプレゼントキャンペーン等での当選商品、他団体が会合等での景品提供

ウ　本県の観光みやげ品全般のＰＲ

・県外の観光ＰＲイベント等でのＰＲ（イオンモール熱田・愛知（7/6）、イオンモール東浦・愛知（7/20）、ツーリズム EXPO ジャパン・東京（9/28～29）、紙屋町シャレオ・広島（10/12～13）、KITTE 東京・東京（11/7～8））
・旅行会社向け「観光素材集別冊 とっとりグルメ・お食事ナビ」にてみやげ品掲載
・連盟ホームページ内専用ページ「とっとりお土産ガイド」内で、みやげ品及び特集記事の情報更新
・ノベルティの作成（観光情報、ホームページ「とっとりお土産ガイド」の紹介）

（４）フィルムコミッション事業　＜県補助＞　　決算額 19,024.500 円（23,247 千円）

鳥取県フィルムコミッションの専任職員を 2 名配置し、映画、テレビドラマ、テレビ番組、ＣＭ、プロモーションビデオ、広告写真などのロケーション撮影が円滑に行われるよう、支援業務や誘致活動を行った。

ア　主な取組内容

・ロケ候補地の情報収集と制作会社等への情報提供、ロケハンや撮影の動向
・国、県、市町村、警察など関係機関への必要な許可申請手続の案内、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
・撮影ボランティアエキストラなどの募集、手配の協力
・ホームページやとっとり映像ライブラリーの運営、ＳＮＳによる支援作品の情報発信
・全国ロケ地フェアへの参加、ジャパンＦＣを通じたロケーション撮影の誘致
・首都圏等の制作プロダクションに所属する監督やプロデューサーの県内招聘

イ　ロケ支援等の件数

	R6 年度	R5 年度	R4 年度	R3 年度	R2 年度	R 元年度
問い合わせ対応件数	159	126	198	210	140	107
放送・公開等された件数	81	72	99	125	97	58

ウ　主な支援作品

・映画「ルート 29」（令和６年１１月６日公開、綾瀬はるか主演）
・ＷＥＢＣＭ　ＳＵＢＡＲＵインプレッサ搭載アプリ what3words（令和６年７月～）
・ＴＢＳ「モニタリング 透明カラオケボックス（境港市）」（令和６年８月放送）
・映画「侍タイムスリッパー【デラックス版】」（令和６年８月公開）
・ＭＶ 韓国出身ダンス＆ボーカル TRIGER（トリガー）「ハリケーン」（令和６年９月公開）
・ＭＶ 鳥取県出身・在住のシンガーソングライター Jo0ji「ＢＡＥ」（令和６年 10 月公開）
・YouTube・tiktok　Another Side of Japan【TOTTORI】（令和７年３月公開）


TRIGER（トリガー）MV「ハリケーン」（岩美町）


TBS モニタリング透明カラオケボックス（境港市）

エ　催事等の取組み

時期	内容
7 月	県内のロケーション撮影誘致への協力体制を強化するため、「とっとりロケツーリズム官民連携推進会議」（事務局：鳥取県観光戦略課）を設立した。
11 月	映画『ルート 29』の公開に合わせて、映画ロケ地マップ２万部を作成。 連盟ホームページに特別ページを掲載し、ロケ地およびそれにまつわる県内観光地に関する情報発信を行った。  ロケ地マップ
12 月 1 月	ロケツーリズム協議会のネットワークを活用し、映像制作会社関係者を対象にした県内ロケハンツアーを実施。映画やドラマを手掛けるプロデューサー4 名を招聘し、県内各所の視察を行った。
2 月	ジャパン・フィルムコミッション（ＪＦＣ）と連携し、フィルムコミッション活動の理解促進のためのイベントを開催した。 〇行政･観光団体職員向け「フィルム・コミッションを知るセミナー」 2 月 21 日、県立倉吉未来中心にて 講師：西崎智子ＪＦＣエリアマネージャー 〇一般県民向けトークイベント「足立紳監督と語る「フィルムコミッションの世界」～地域と作る映像制作～」 2 月 22 日、県立美術館にて 登壇者：足立紳監督・坂井正徳プロデューサー・西崎智子マネージャー、観覧者 140 名  トークイベントチラシ

オ　とっとり映像ライブラリー

県外の旅行会社やマスコミ等を対象とした県内の観光映像素材（動画・静止画）の閲覧及び利用申請サイト「とっとり映像ライブラリー」を設置し、素材提供を行った。

収録動画　163 本（R7.3.31 現在）



とっとり映像ライブラリー

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　　決算額 200,000 円（3,500 千円）

会員等の県内の他団体と連携・協力して、東京都内で開催された大規模イベントに出展し、本県の観光地の魅力をＰＲした。

連携団体　鳥取県旅館ホテル生活衛生同業組合
催 事 名　第３回宿フェス 2025（令和７年２月５日～6 日、東京ビッグサイト）
連携内容　ブースの出展料に係る経費を支援

（２）地域別連携推進事業　　決算額 300 円（200 千円）

各地域のＤＭＯ・観光協会・行政関係者を個別訪問し、各地域が抱える課題等について幅広く議論し、課題解決に向けた意見交換や情報共有を行った。併せて、各圏域ＤＭＯ・各観光協会及び当連盟の令和６年度の事業計画、今後の展開等の情報共有を行った。

６　収益事業　（収益事業）

（１）観光関連商品作成事業　　決算額 1,272,215 円（1,600 千円）

本県の観光ＰＲに資する商品として、観光名刺（台紙）を作成し販売した。
また、開運神社巡り事業の周遊ツールとして開運手ぬぐいを作成した。

７　その他

ア　監査の実施
期日場所　令和６年５月 22 日、観光連盟事務所内
事　　項　令和５年度事業実施状況及び収支決算状況

イ　通常理事会（第１回）の開催
期日場所　令和６年６月４日、エキパル倉吉
議　　事　令和５年度事業報告・収支決算、令和６年度補正予算、会員の入退会、令和６年度観光事業功労者及び優良従業員表彰、過去の貸借対照表内訳表の内閣府への提出、通常総会の招集
協　　議　役員の選任、役員の報酬及び費用に関する規程の改正

ウ　通常総会の開催
期日場所　令和６年６月 24 日、はわい温泉望湖楼
議　　事　令和５年度事業報告・収支決算、役員の選任、役員の報酬及び費用に関する規程の改正
報　　告　令和６年度補正予算、令和６年度観光事業功労者及び優良従業員表彰、過去の貸借対照表内訳表の内閣府への提出

エ　臨時理事会の開催
期日場所　令和６年９月 24 日、鳥取県立美術館
議 事 等　令和６年度補正予算、会員の入退会、職務執行状況報告
報　　告　情報発信事業の実施状況、「蟹取県ウェルカニキャンペーン」の実施、観光誘客促進活動の実施状況、鳥取県監査委員事務局による事務監査の結果、韓国江原自治道観光財団との協力協定

オ　通常理事会（第２回）の開催
期日場所　令和７年３月４日、エキパル倉吉
議 事 等　令和７年度事業計画･収支予算、会員の入退会、臨時総会の招集、職務執行状況報告
協　　議　役員の報酬及び費用に関する規程の改正、役員の選任

カ　臨時総会の開催
期日場所　令和７年３月 25 日、ホテルセントパレス倉吉
議　　事　役員の選任、役員の報酬及び費用に関する規程の改正
報　　告　令和６年度補正予算、令和７年度事業計画・収支予算