



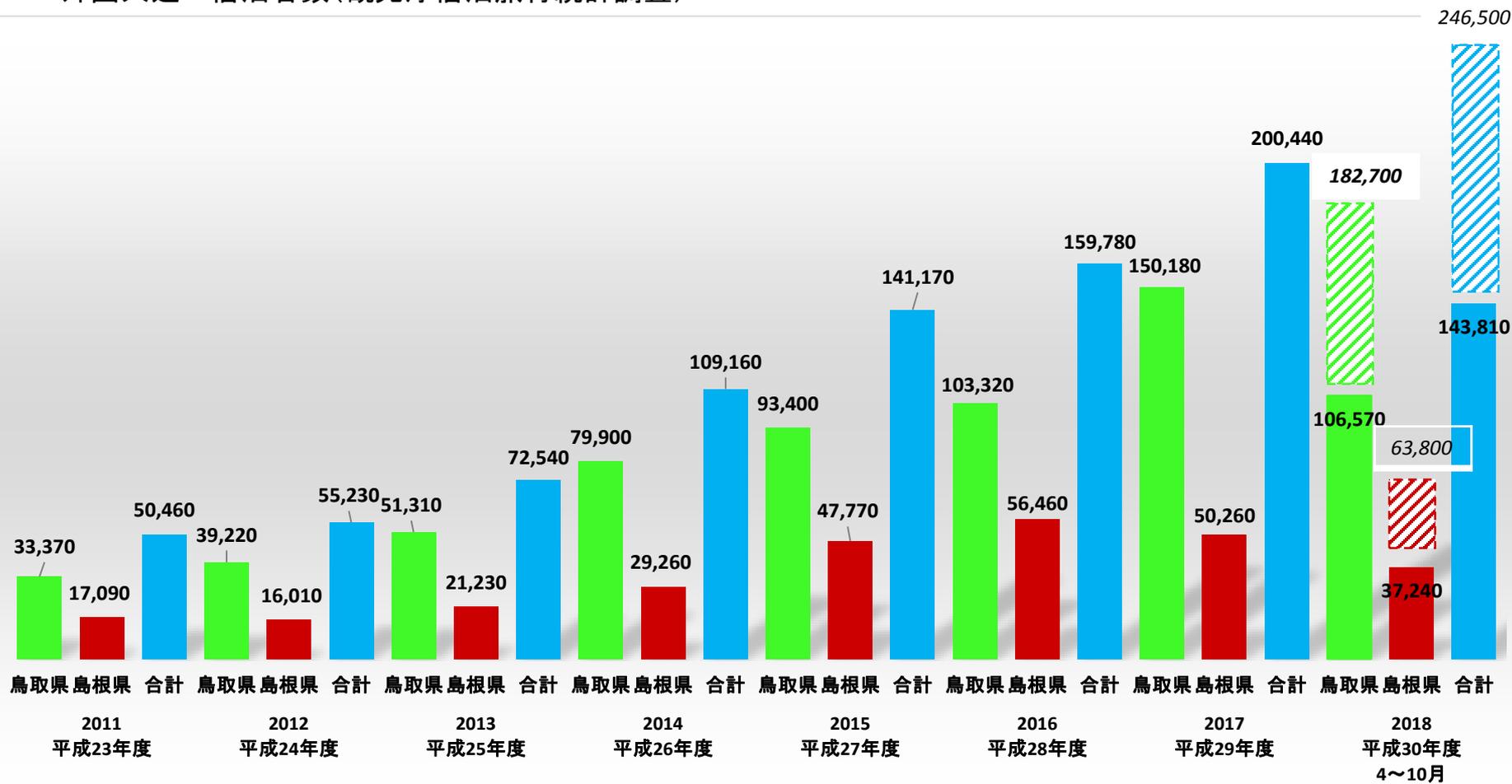
# 平成30年度の取組み状況

(一社)山陰インバウンド機構

福井 善朗

# 2020年40万人泊に向けて

外国人延べ宿泊者数(観光庁宿泊旅行統計調査)



※2011～2017年は年間実績数、2018年は4月～10月の速報値(斜線部分は見込み)

# 重点課題に対する取組み

「山陰」の認知度向上  
目標：外国人認知度7%⇒20%



首都圏等に比べて認知度の低い「山陰」を、マーケットを絞り効果的に世界に発信し、知名度の向上を図る。

- ・PR動画のWEB配信及びニーズ把握
- ・大手口コミサイト等を活用したPR、市場調査
- ・SNSを活用した外国人認知度調査
- ・外国人向け体験プラン発掘・WEB販売
- ・外国人向けアンケート調査及び地域毎分析の実施

主要市場からの誘客促進  
目標：2020年宿泊者数40万人



「縁の道～山陰～」を海外市場に売り込むため、市場ごとに効果的なプロモーション、山陰ブランドの向上施策を実施。

- ・重点ターゲット国に対するPR(FAM、観光展等)
- ・WEB、SNS等による情報発信
- ・山陰ブランド力の強化(ガイドブック等への掲載)
- ・国内主要アクセスポイントでの情報発信

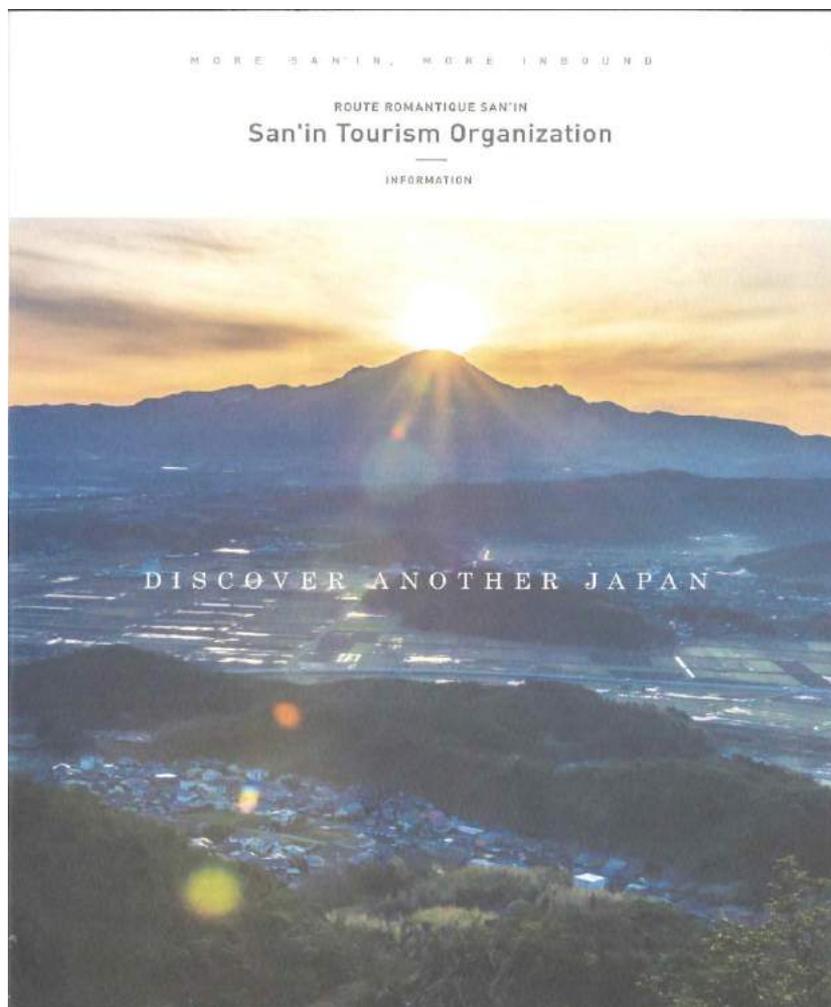
新たな事業創出  
目標：H29新規の事業化7件



外国人観光客を地域での消費に結び付けるため、事業創出に対する支援、人材育成、環境整備等を実施。

- ・クルーズ客向け観光消費向上事業(バス)
- ・通訳案内士等観光人材の育成
- ・観光ビジネス支援事業
- ・農山漁村型民泊の推進(事業者発掘・支援)
- ・外国人観光客のストレスオフ対策(2次交通、買物環境改善等)

# パートナーシップ（強い連携）



- 広域連携
- 地域外連携
- 地域内連携

# 平成30年度事業一覧

区分	事業名	主な内容
事業計画策定 マーケティング	デジタルマーケティングによる認知度向上とアクセス動向分析調査	<ul style="list-style-type: none"> <li>・動画の広告配信によるターゲット市場属性分析</li> <li>・ロコミ・予約サイトを活用したアクセス動向分析</li> <li>・SNS発信情報のマーケティング分析</li> </ul>
	訪日外国人認知度及び周遊動向等実態調査	<ul style="list-style-type: none"> <li>・空港、観光案内所、宿泊施設等での実態調査</li> <li>・「縁の道～山陰～」の認知度調査</li> <li>・GPSを活用した行動分析と観光情報配信実証調査</li> </ul>
	専門家派遣事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・外国人、旅行会社、航空会社のノウハウの活用</li> <li>・「売れるインバウンド商品」の開発</li> </ul>
受入環境整備・交通アクセスの円滑化	公共交通機関利用の外国人旅行客向けの「縁の道～山陰～」周遊滞在拡大事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「縁の道エリアパス」攻略本の作成</li> <li>・山陰DCと連動したFAMツアーの実施と商品開発</li> </ul>
	二次交通利用促進事業(路線バス)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・外国人観光客も利用しやすい路線バス等の交通情報提供</li> <li>・流入から流出までの周遊経路を示す方法の検討</li> <li>・観光目的地までの二次交通案内サービス導入</li> </ul>
	地域の実情に応じたFIT周遊促進のための効果的交通安全サービスの検証	<ul style="list-style-type: none"> <li>・デマンドタクシーを活用した周遊観光の促進</li> <li>・地方空港や港の利用客を対象にした実証実験</li> <li>・境港での持続可能な交通ビジネスモデルの検証</li> </ul>
	FITの周遊促進につながるモバイルツール提供 ※経産省事業との連携	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「Visit San'in Tourist Pass」の機能強化</li> <li>・観光・交通情報等の整備と多言語化</li> <li>・行動分析による滞在・周遊促進の戦略の構築</li> </ul>
	【縁の道～山陰～】12の周遊拠点の文化財などを巡るガイド研修事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・通訳案内士の活用</li> <li>・フォローアップ研修によるスキルの向上</li> <li>・活躍機会の増加のためのマッチング事業</li> </ul>

# 平成30年度事業一覧

区分	事業名	主な内容
	インバウンド観光人材の養成事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・インバウンドに強いビジネス人材の育成</li> <li>・アイデアの商品化の為のサポート</li> <li>・個別事業者に対するコンサルティング</li> </ul>
対象市場に向けた情報発信・プロモーション	「縁の道～山陰～」グローバルWebサイト構築事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・訪日有力サイトと連携した情報発信</li> <li>・地域事業者等と連携したコンテンツ制作</li> <li>・山陰地域限定通訳案内士を活用したSNS情報発信拡大</li> </ul>
	海外プロモーション事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・JNTOと連携した誘客</li> <li>・JNTOによる海外の現地旅行博・商談会等への出展</li> <li>・関西空港、広島駅等の拠点施設でのMAP等を活用したPR</li> </ul>
	JATA会と連携した招請事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・JATA(日本旅行業協会)と連携した誘客</li> <li>・訪日旅行エージェント・メディア等の招請</li> <li>・メディア向け情報発信</li> </ul>
	首都圏の観光案内所と連携した誘客・周遊促進事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・首都圏観光案内所でのPR</li> <li>・山陰の観光案内所の連携強化による周遊観光の促進</li> <li>・首都圏×山陰の新たなネットワークの構築</li> </ul>
	訪日旅行ランドオペレーター等への観光素材活用促進事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・首都圏及び関西の旅行会社・ランドオペレーター、在日外国人を対象にしたPRイベントの開催</li> <li>・在住外国人を活用した海外向けの情報発信</li> </ul>
	航空会社と連携した情報発信事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・欧米豪を意識した情報発信</li> <li>・東京等の都市圏からの誘客促進</li> <li>・航空会社の予約サイトを利用したプロモーション</li> </ul>
	航空会社と連携した首都圏空港からの誘客促進事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・首都圏からの誘客促進</li> <li>・航空会社の訪日サイトとのダイレクト連携</li> <li>・ターゲット国に絞り込んだ誘客展開</li> </ul>

# 平成30年度事業一覧

区分	事業名	主な内容
	現地旅行会社と連携した首都圏及び関西からの誘客促進事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・中国等の有力市場からの誘客</li> <li>・現地旅行会社と連携したプロモーション</li> </ul>
	関西地区からの誘客促進のための情報発信事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・関西空港及びJR大阪駅・京都駅などのTICで情報発信</li> <li>・関西からのアクセス情報のPRによる誘客</li> <li>・外国人にお薦めの交通手段の情報発信</li> </ul>
	せとうち(広島・岡山)地域からの誘客促進事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・広島空港・岡山空港への直行便を利用する外国人の誘客</li> <li>・JR等を利用して広島・岡山に来訪する外国人客の誘客</li> <li>・山陽+山陰の周遊観光の促進</li> </ul>
	山陰国際観光サポーターズによる情報発信事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・山陰在住外国人の住民目線による山陰魅力発信</li> <li>・サポーターの拡充</li> <li>・SNSによる山陰の認知度向上</li> </ul>
	地元企業と連携したインバウンド向け情報発信ツール開発事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・首都圏、大阪等で通用するPR媒体の開発</li> <li>・域内消費の向上</li> <li>・フリーペーパー、フリーマガジンのリニューアル</li> </ul>
滞在コンテンツの充実	コト消費を促すための体験プログラムの販売促進事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・体験観光の開発とプロモーション</li> <li>・売れ筋体験プログラムのブラッシュアップ</li> <li>・日中の観光消費拡大</li> </ul>
	農山漁村観光の高付加価値化による滞在促進事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・農山漁村滞在の情報発信</li> <li>・農山漁村滞在促進企画の計画・実行</li> <li>・上記プロモーション・企画による成果調査</li> </ul>
	「縁の道」ギフト商品(開発)による消費拡大推進事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・山陰の主要業者とタイアップによる新商品開発</li> <li>・見込みある商品のテストマーケティング</li> <li>・縁の道Webでのプロモーション</li> </ul>

# インバウンドビジネスの推進 事業者の育成

<これまでの動き>

【これからの動き】

インバウンド人材育成セミナー

インバウンドビジネス実践塾(仮称)

～地方銀行関与～

※インバウンドビジネスセミナー  
(平成30年10月～11月開講)

インバウンドビジネス  
を理解する

インバウンドビジネス  
を実践してみる

インバウンドビジ  
ネスで事業として  
確立する



# 平成30年度 インバウンドビジネス 中核人材育成セミナー

受講生  
募集

国を挙げてインバウンド誘致が行われ、日本を訪れるインバウンドが急増しており、今後もその傾向は続きます。当機構では、インバウンドビジネス人材育成事業を平成28年にスタートし、本年は3年目です。インバウンドビジネスの起業や事業展開には、ノウハウを身に付けた中核人材が必要であり、山陰においても、今後益々その重要度は高まってまいります。

よって、当機構は本年度も「インバウンドビジネス中核人材育成セミナー」を実施することとします。山陰で様々なインバウンドビジネスが展開され、地域が活性化し、その先の消費拡大、雇用拡大を目指します。

また、当機構は起業や事業展開される事業者様のサポートも行ってまいります。皆様のご参加お待ちしております。

【日程】 **第1クール** 平成30年10月24日(水)、25日(木)

計4日間

**第2クール** 平成30年11月20日(火)、21日(水)

■初日(10月24日)はオープン講座とし、インバウンドビジネス実行者数名による事例・手法等を含めた講演を行います。この日だけの聴講も可能です。

■2日目以降は講義・ワークショップなどの実践形式のセミナーになります。初日から、全日程受講可能な方だけの講座となります。

受講料：無料

【開催場所】 米子市 米子商工会議所

〒683-0823 鳥取県米子市加茂町2丁目204 TEL.0859-22-5131

## 【セミナー受講対象者】

- インバウンドビジネスの起業、展開を考えている事業者(個人・法人)の方。
- 現在、インバウンドビジネスを起業し展開している中、課題や問題を抱えている事業者(法人・個人)の方。
- セミナー全日参加可能な方。
- 初日(10月24日)のみオープン講座としておりますので、上記に拘らず幅広い方にご聴講いただけるようにしました。

【募集定員】 15名 (初日(10月24日)のオープン講座は、全日程受講生含め50名とします)

※裏面申込書へご記入いただいた内容をもとに、お申込みいただいた方の中から決定させていただきます。

奮ってのご応募お待ちしております。※お申込は、裏面をご参照ください。



セミナーコーディネーター  
兼ファシリテーター

山田 拓氏

【隼美ら地球：代表】

【略歴】

岐阜県飛騨市古川にて、複数のビジネスを展開し、インバウンドビジネスや人材育成に実績がある。2013年に地域づくり総務大臣表彰を受賞。

総務省地域力創出アドバイザー

(財)都市農山漁村交流活性化機構国際グリーンツーリズムアドバイザー

著書：外国人が熱狂するクールな田舎の作り方(新潮新書)

昨年の広域観光周遊ルート形成促進事業「インバウンドビジネスセミナー」のコーディネーターで、昨年に引き続き本年のファシリテーターを務める。

セミナーの  
お問い合わせ

主催 (一社)山陰インバウンド機構 担当：米村、雑賀

TEL.0859-21-1502 FAX.0859-21-1524 E-mail. sanindmo00@sage.ocn.ne.jp



# 農山漁村滞在の推進 域内の観光消費を循環させる





# インバウンドビジネスの推進 事業機会の創出

## Visit San'in Tourist Passの活用



地域事業者

地域住民

地域住民



山陰・観光ビジネスプラットフォーム

島根西部

鳥取東部

隠岐

鳥取中部

中海エリア

パートナー企業

山陰インバウンド機構

パートナー企業



# 信頼性の高い良質な情報発信

## Enlightenment, Naturally: Mount Daisen

Story & Photographs by Susan Rogers Chikuba

On roads, trails, and river crossings around Mt. Daisen you can't help but notice the presence of Jizo, much loved in Japan as a guardian of wayfarers. Statues of the bodhisattva once served as guideposts for worshippers making their way to the sacred slopes.

Yet Daisen, known to the ancients as Okaminotake, literally "Great God Mountain," has been venerated since the earliest mists of time, long before the arrival of Buddhism. Today its sanctuaries affiliated with the temple of Daisen-ji, completed in 718, and Ogamiyama Shrine, whose origins are still older, remain important spiritual centers, and the summit is one of the most popular climbs in the country.

The tallest mountain in the region, Daisen measures 1,729 meters at its highest accessible point. (That figure shifts—volcanic Daisen is alive!) As a destination, it offers all the grandeur of the Chugoku

mountain range as well as the scenic beauty of the Sea of Japan. Along with the Oki Islands, it's a central feature of Daisen-Oki National Park, enticing nature lovers with gorges, waterfalls, hot springs, highland plateaus, and plenty of cycling, rafting, and kayaking adventures in addition to hiking and skiing.

### Explorations in Town and Nature

The town of Daisen-cho in Tottori Prefecture, 45 minutes by car from Yonago Airport, is the main gateway to the mountain. Stop by the tourist office for maps and on-the-ground advice about conditions or to hire a guide—recommended, as expert knowledge of local flora and history will deepen your experience of the mountain. The friendly Komorebito Sunset Cafe upstairs is, true to its name, just the place to relax over refreshments as the sky turns

golden over the Sea of Japan.

Daisen Museum of Nature and History, right next door, brims with exhibits on the ecosystem of the mountain that are fun for all ages. A leisurely loop from here to the Okunomiya inner shrine of Ogamiyama, Daisen-ji and its Amida Hall, and back is two hours. At the latter, the oldest building in the temple complex and an Important Cultural Property, you can sit zazen. Trail-heads to the summit—allow five hours round-trip—lie at either end of the historic cobblestone way linking Daisen-ji and Okunomiya. Whether you make the ascent or not, the untouched beech forests are rich and fragrant and worthy of lingering.

Your explorations needn't stop at sundown—with its low light-pollut Tottori is one of the best places in Ja for stargazing. The tourist office organizes once-monthly night photo shoots with nature photographer Takashi Karaki. He'll lead you to a choice spot, give advice on capturing the best shots, and photograph you under Mt. Daisen's wide starlit sky.

Also in town, Mori no Kuni outfitters boast the largest athletic park in west Japan and offer outdoor activities for the entire family, from hunting rhinoceros beetle larvae (yes, it's a thing!) to canyoning, camping, and snowshoeing. On their half-day cycling tour, you can coast 22 kilometers downhill from the Daisen ski resort at 850 meters' elevation all the way to the Sea of Japan, moving through picturesque mountain country, farmland, apple orchards, a bamboo grove, and small villages, and stopping for breaks at a yogurt factory and an art space/cafe in a converted schoolhouse.



## Okuizumo is the last bastion of tamahagane steel production

ALICE GORDENKER  
CONTRIBUTING WRITER

For years I've heard that Japanese swords are special, but I couldn't have told you why. It was only on a recent trip to Shimane Prefecture that I learned that the legendary strength and beauty of the Japanese sword begins with an ancient steelmaking process called *tatara*. Shimane is the only place in Japan where the tradition is kept alive; one mountain town is now the exclusive source for the top-quality steel—called *tamahagane*—needed by craftsmen who make swords.

No one knows precisely when ironmaking began in Japan, but scholars believe people learned how to make iron during the Yayoi Period (200 B.C.-250 A.D.). While modern steelmaking relies on iron ore, processed in blast furnaces fired with coking coal, traditional Japanese steelmaking used *irao* sand as the main raw material. Plentiful in Shimane and other parts of western Japan, *irao* sand was collected from mountain areas and smelted in furnaces fueled by charcoal made from trees in nearby forests.

One production cycle required 13 to 15 tons of charcoal and as much *irao* sand, yielding 3 to 4 tons of pig iron and steel. The work was

dangerous, requiring three days and nights of round-the-clock labor. Air had to be pumped into the furnace continuously to keep it hot. This was accomplished with powerful bellows operated by as many as six men at once. The result was a huge slab of crude steel, which was broken up, sorted and



further processed. Only a small amount was good enough to be classified as *tamahagane*. The Chugoku mountain area that includes present-day Shimane was once the largest steel-producing area in the country, shipping it across the country. But when Japan ended centuries of isolation in the mid-19th century, new technologies were introduced from the West. The first Western-style blast furnace for steelmaking was built in 1857 and, by the turn of the century, *tatara* production faded in importance and soon disappeared completely. With it, the secrets of making *tamahagane* were forgotten.



Alice Gordenker

## Stoke the flames of tradition on Shimane's 'Iron Road'



Retired from the past:  
The Sagaya Tazama  
Takadono is the only  
surviving example  
of traditional  
iron forging.  
COURTESY OF  
URBANCITY

Decades later, this was recognized as a crisis for sword makers, as it became clear that swords made with Western-type steel, which is more consistent, did not have the distinctive forging patterns that are considered key to the beauty and value of a true Japanese sword. In the years either side of World War II, efforts were made to revive *tatara* production. Today, The Society for Preservation of Japanese Art Swords, in cooperation with Hitachi Metals Ltd., maintains a forge in the town of Okuizumo, making these traditional *tamahagane* every winter. They make enough *tamahagane* to supply sword makers while also training future craftsmen in *tamahagane* production.

To share this fascinating earlier technology, I've put together a self-guided tour that will work for a visitor with little or no Japanese. It's best done as a drive-yourself adventure because public transportation, particularly between locations, is limited. Shimane is one of the least-visited prefectures in Japan, still largely undiscovered by tourists, but the start point for this adventure is only about a two-hour drive from Hiroshima and four hours from Osaka. If you're flying, there are direct flights from Tokyo's Haneda Airport to Izumo and Yonago airports, and regular non-stop service to Yonago Airport from Hong Kong and Seoul.

# 2019年度の事業方針と課題

- 山陰全体の観光政策を更に強化する為に、機構に参画する両県と各企業、更には連携先団体のリソースを活用して、これまでに抽出した4つの課題解決を図っていく。
- <課題とソリューション>

課題	ソリューション	連携先
「縁の道」の魅力向上による滞在観光促進	<ul style="list-style-type: none"> <li>JNTOサイトとの連携による情報発信強化</li> <li>「日本ならではの」体験型観光の開発</li> <li>農山漁村滞在観光によるバカンス需要の開拓</li> <li>通訳案内士等を活用した文化財の情報発信</li> </ul>	JNTO 観光拠点 奥出雲町他 鳥取県、島根県
40万人泊達成に向けたゲートウェイ戦略の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>岡山・広島からの誘客施策の持続的な展開</li> <li>関西・関空からの誘客施策の持続的な展開</li> <li>首都圏(羽田・成田)からの誘客 ※萩石見空港等の利用促進</li> </ul>	JATA JATA ANA、JAL
民間力による域内消費の拡大	<ul style="list-style-type: none"> <li>インバウンドビジネスの育成</li> <li>Visit Sanin Tourist Passによる域内周遊促進</li> </ul>	パートナーシップ企業 市町村
持続可能な組織の構築	<ul style="list-style-type: none"> <li>DMO中核人材の育成(観光マーケター)</li> <li>地元雇用の促進 ※ツーリズムアカデミースクールの新設</li> </ul>	大学、銀行 地元新聞社

受入環境の整備(二次交通に関する情報発信、観光案内所の強化等)については地域のDMO、市町や民間事業者と協議

# 事業規模の推移

運営資金(単位:百万円)

事業数 要員数 管理費

