

(5) 利用交通機関別観光入込客数(実人数)

(単位:千人)

交通機関	令和2年				令和元年				増減数	
	県外		県内		県外		県内		県外	県内
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比		
貸切バス	144	4.4	37	1.5	325	5.3	50	1.2	▲181	▲13
路線バス	166	5.0	27	1.1	314	5.1	36	0.9	▲148	▲9
列車	295	8.9	17	0.7	582	9.5	23	0.6	▲287	▲6
飛行機	173	5.2	-	-	318	5.2	-	-	▲145	-
自家用車	2,263	68.5	2,259	92.8	4,078	66.9	3,771	93.6	▲1,815	▲1,512
タクシー	21	0.6	1	0.0	37	0.6	0	0.0	▲16	1
その他	240	7.3	92	3.8	446	7.3	148	3.7	▲206	▲56
小計	3,302	100.0	2,433	100.0	6,100	100.0	4,028	100.0	▲2,798	▲1,595

※構成比は交通機関ごとに四捨五入しているため、合計と内訳の計は一致しません。

(6) 温泉地入湯客数

(単位:人、%)

温泉地名	令和2年		令和元年		前年(令和元年) との比較	
	人数	構成比	人数	構成比	増減数	増減率
鳥取温泉	48,434	7.1	89,746	8.5	▲41,312	▲46.0
吉岡温泉	11,619	1.7	24,059	2.3	▲12,440	▲51.7
岩井温泉	8,527	1.2	10,421	1.0	▲1,894	▲18.2
浜村温泉	9,402	1.4	14,614	1.4	▲5,212	▲35.7
鹿野温泉	9,147	1.3	14,335	1.4	▲5,188	▲36.2
はわい温泉	62,704	9.1	100,914	9.6	▲38,210	▲37.9
東郷温泉	13,112	1.9	21,445	2.0	▲8,333	▲38.9
三朝温泉	246,244	35.8	347,330	33.0	▲101,086	▲29.1
関金温泉	13,413	2.0	26,957	2.5	▲13,544	▲50.2
皆生温泉	264,284	38.5	404,085	38.3	▲139,801	▲34.6
合計	686,886	100.0	1,053,906	100.0	▲367,020	▲34.8

※入湯税から算出

(7) 外国人宿泊者数 [再掲]

(単位:人泊、%)

年度	令和2年	令和元年	増減数	増減割合
人数	34,350	184,600	▲150,250	▲81.4

観光庁宿泊旅行統計調査(確定値)外国人延べ宿泊者数(宿泊施設従業者数10人未満の施設を含む。)

(8) 国籍別外国人延べ宿泊者数(確定値)(宿泊施設従業者数10人以上の施設のみ)[一部再掲]

(単位:人泊、%)

国籍	令和2年		令和元年		前年(令和元年) との比較	
	人数	構成比	人数	構成比	増減数	増減率
香港	6,270	25.4	48,050	31.2	▲ 41,780	▲ 87.0
中国	5,440	22.1	18,400	11.9	▲ 12,960	▲ 70.4
台湾	3,310	13.4	19,490	12.7	▲ 16,180	▲ 83.0
ベトナム	2,090	8.5	530	0.3	▲ 1,560	▲ 294.3
アメリカ	780	3.2	4,090	2.7	▲ 3,310	▲ 80.9
韓国	590	2.4	38,820	25.2	▲ 38,230	▲ 98.5
タイ	530	2.2	2,390	1.6	▲ 1,860	▲ 77.8
イギリス	400	1.6	1,530	1.0	▲ 1,130	▲ 73.9
シンガポール	350	1.4	3,160	2.1	▲ 2,810	▲ 88.9
フィリピン	270	1.1	330	0.2	▲ 60	▲ 18.2
ドイツ	260	1.1	1,160	0.8	▲ 900	▲ 77.6
カナダ	220	0.9	1,460	0.9	▲ 1,240	▲ 84.9
オーストラリア	210	0.9	1,110	0.7	▲ 900	▲ 81.1
フランス	160	0.6	1,250	0.8	▲ 1,090	▲ 87.2
インドネシア	160	0.6	300	0.2	▲ 140	▲ 46.7
スペイン	140	0.6	190	0.1	▲ 50	▲ 26.3
マレーシア	120	0.5	1,000	0.6	▲ 880	▲ 88.0
ロシア	90	0.4	930	0.6	▲ 840	▲ 90.3
インド	80	0.3	270	0.2	▲ 190	▲ 70.4
イタリア	50	0.2	660	0.4	▲ 610	▲ 92.4
その他	3,080	12.5	8,340	5.4	▲ 5,260	▲ 63.1
不明	40	0.2	610	0.4	▲ 570	▲ 93.4
合計	24,640	100.0	154,070	100.0	▲ 129,430	▲ 84.0

※構成比は国籍ごとに四捨五入しているため、合計と内訳の計は一致しません。

#WeLove 山陰キャンペーンの停止について

令和3年8月20日
観光戦略課

新型コロナウイルス感染症の感染拡大を受け、8月3日（火）から#WeLove 山陰キャンペーンを停止しました。
なお、感染状況が落ち着けば、同キャンペーンを再開します。

1 #WeLove 山陰キャンペーン停止の概要

- (1) 停止期間 8月3日（火）午前0時から当分の間
- (2) 停止対象 鳥取県民→山陰両県施設の全ての割引利用（既予約分を含む）
島根県民→鳥取県内施設の全ての割引利用（既予約分を含む）
※島根県民の島根県内施設利用は引き続きキャンペーン対象
※新規宿泊予約・観光施設利用等は7月26日（月）午前0時から停止
- (3) 既予約の取扱い 8月3日（火）午前0時以降は、全ての割引及びクーポン配布の対象外とする。
※宿泊については8月3日（チェックアウト）分まで対象とする。
- (4) 鳥取県プレミアムクーポンの取扱い
8月3日（火）午前0時からクーポン利用を当分の間、停止。キャンペーン再開後は利用可能。
- (5) キャンセル料の取扱い
8月6日（金）までにキャンセルされた場合、キャンセル料の全額（実費）を県が負担する。

2 支出済実績（7月30日現在）

区分	支出額（千円）	利用人数（延べ）（人）
宿泊施設	368,722	95,223
日帰り温泉	89,975	237,232
観光施設・体験事業等	333,037	116,009
旅行会社	12,616	1,185
クーポン	46,831	—
計	851,181	449,649

<参考>#WeLove 山陰キャンペーン概要

- (1) 期間 令和3年8月31日まで
- (2) 内容
 - ①ホテル・旅館等の宿泊料の割引（補助率：1/2、上限：5,000円/1人/1泊）
 - ②観光施設、体験事業等の利用料の割引（補助率：1/2、上限：3,000円/1人/1回）
 - ③県内旅行会社が実施する県内日帰り旅行代金の割引（補助率：1/2、上限：5,000円/1人/1回）
 - ④県内宿泊者・日帰り旅行者に対し、県内の飲食店、土産物店、交通機関、宿泊施設の売店で利用できるクーポンを配布

<配布額>

1人1泊あたり上限2,000円分（1,000円券×2枚）

※5,000円以上の宿泊料金・日帰り旅行代金 → 1,000円券を1枚配布

※10,000円以上の宿泊料金・日帰り旅行代金 → 1,000円券を2枚配布

※③、④は鳥取県民のみが対象

アウトドアツーリズム推進に向けた取組状況について

令和3年8月20日
観光戦略課

令和3年度新規事業の「密を避けて楽しめる鳥取のアウトドアツーリズム事業」において、キャンプを切り口とした新たな客層の誘客、キャンプ滞在に留まらない県内観光地の周遊促進などに取り組んでいるところであり、その取組状況について報告します。

1 アウトドアツーリズム事業の実施

(1) 【新】鳥取でのキャンプ「とりキャン」おすすめ事業

①鳥取県キャンプ場情報サイト「とりキャン」の公開

○全国に鳥取県キャンプ場情報を発信するサイト「とりキャン」(<https://tottori-camp.jp>)を7月20日に公開した。

<鳥取県キャンプ場情報サイト「とりキャン」概要>

- ・県内36施設（希望されたところ）を掲載。
- ・キャンプ場を、経験年数や楽しみ方に応じて検索できるよう4つに分類。「初心者・ファミリーでも安心」「バンガロー・コテージ・ログハウスがある」「上級者向け」「観光地に近い」
- ・サイトの制作・運営は、国内最大級のキャンプ場検索予約サイト「なっぷ」を運営する(株)スペースキー（東京）が実施。

○県内のキャンプ場やキャンプ前後に立ち寄れる県内観光地や施設等の周辺スポットを掲載した「とりキャンMAP」を制作し、キャンプ場のほか、道の駅、観光案内所等に配布した。

②キャンプでの来県者向けのSNS フォトラリーの実施

県内のキャンプ場を訪れた方を対象に、利用したキャンプ場や立ち寄った県内の観光地や土産物店等で撮影した写真をSNSに投稿していただくフォトラリーを今後実施する。キャンプ滞在のみに留まらない県内の観光地周遊を促進していく。

(2) 【新】アウトドアツーリズム県・鳥取の発信

①「鳥取県全域」でのモンベルクラブ・フレンドエリア登録

- ・8月8日（山の日）に、「鳥取県全域」をモンベルクラブ・フレンドエリアへ登録した。
- ・「フレンドエリア鳥取県」として、全国101万人のモンベルクラブ会員へモンベルのウェブサイトやメルマガ等で本県の観光やアウトドア情報などを発信する。

②モンベルクラブ会報誌を活用した情報発信

年4回発行されるモンベルクラブ会員向け会報誌に、「フレンドエリア鳥取県」の魅力を紹介する広告を掲載する。（今年度は8月末発行分に掲載）

※「フレンドエリア鳥取県」専用ウェブページイメージ

●フレンドエリア 鳥取県



鳥取砂丘

地域 中国（鳥取県）

雄大な自然と情緒豊かな風景が広がる画になる舞台

日本最大級の鳥取砂丘や透明度25mの瀬戸内海、中国地方最高峰の大山など、鳥取県は豊かな自然に恵まれ、登山、カヌー、キャンプ、バーベキュー、フィッシングなどアウトドア活動を楽しめる環境が豊富に存在しています。県内あちこちにある温泉と海の幸、山の幸も一緒に楽しんでください。

○エリア案内



鳥取から東側に進む巨大なリア、山陰海岸ジオパーク
山陰海岸ジオパークは、リアフィヨルドの日本最大級といわれ、東西約120km、南北最大30kmの広大なエリアを擁し、それぞれの自然を凝縮した自然と人々の歴史のメロドラマ、文化、歴史が楽しめることができます。第一期から、観光客が安全に山陰海岸ジオパークを中心とした数多くの観光地を自然と歴史の宝庫で、ジオパークの魅力を体験してください。

日本一長い「聖玉成親と磨師跡トレッキング」
鳥取県では、約900年の歴史に由来した「西国参詣の道」が、今も残っています。西国参詣の道は、西国参詣の道の中でも、最も長い「聖玉成親と磨師跡トレッキング」です。この道は、西国参詣の道の中でも、最も長い「聖玉成親と磨師跡トレッキング」です。この道は、西国参詣の道の中でも、最も長い「聖玉成親と磨師跡トレッキング」です。

【おすすめのコース】
① 西国参詣の道 聖玉成親と磨師跡トレッキング 半日体験コース
鳥取県鳥取市 山守トンネルの跡は、かつての参詣道、西国参詣の道。参詣道の中を歩くと、歴史を感じることができます。参詣道の中を歩くと、歴史を感じることができます。参詣道の中を歩くと、歴史を感じることができます。

2 キャンプ推進に向けた県内市町村・事業者連携

県全体でのキャンプ推進体制を強化することを目的に、キャンプ場を運営管理する市町村や民間事業者との連携会議を開催し、キャンプ場へのクレームに係る改善、利用者のマナーアップ及び受け皿の質向上などについて、意見交換を行った。今後も、キャンプ場の抱える課題やニーズを共有するための各市町村間の連携、民間事業者間の横断的なネットワーク・情報網の構築に取り組んでいく。

(1) 開催状況

- ① キャンプ誘客に向けた県・市町村連携会議
5月21日開催、18市町村 参加
- ② 県内キャンプ場民間事業者との意見交換会
6月10日開催、6民間事業者 参加
- ③ キャンプ誘客に向けた県内キャンプ場事業者連携会議
7月29・30日開催、各市町村、指定管理事業者及び民間事業者を対象に2日間で22者 参加

(2) 意見交換で出た主な意見

① 質の高いキャンプ地を目指すために(クレーム対応への取組)	<ul style="list-style-type: none"> ・管理者のレベルアップのための仕組みが必要。(指導者養成など人材育成) ・料金に見合うサービスやしっかり管理してもらっている所の方が、圧倒的に評判が良い。 ・直営キャンプ場を指定管理とする方法も含めて有人・有料化を検討している。
② 利用者のマナーアップ	<ul style="list-style-type: none"> ・県全体では利用者マナーに問題はないとの声が一般的。管理者がいないキャンプ場の一部で課題がある。(夜中まで騒ぐなど) ・利用者には住所、氏名、携帯番号を必ず記入してもらおうようにしているからか、マナーは比較的良い。 ・重要なのはしっかりとしたルールを決めること。夜間の管理者を置くこともこれからは重要なのでは。
③ 施設改修への要望	<ul style="list-style-type: none"> ・トイレ洋式化、Wi-Fi環境の整備、シャワーの整備へ補助できないか。 ・機能向上ではなく、老朽化した遊具や古い設備など通常の修繕に対する補助ができないか。 ・狭小化したキャンプサイトの拡張へ補助できないか。 ・キャンプサイトの増設へ補助できないか。
④ 任意団体設立	<ul style="list-style-type: none"> ・全県でレベルアップを図るための任意団体のような組織があってもいいと思う。参加団体はこの指止まれ式でできないか。 ・特定の施設の評判が悪いと県内全体の評判が落ちるので、最低限のサービスのガイドラインを作成してはどうか。 ・1つのキャンプ場が予約で埋まっていた時に、他のキャンプ場の空き状況が調べられたり、案内できるような仕組みが作れないか。
⑤ 県施策に期待すること	<ul style="list-style-type: none"> ・民間事業者の方は利用者を伸ばしていかないといけないので非常に高い意識を持って運営している。これから鳥取のキャンプ誘客には、民間事業者の意見をもっと吸い上げることが重要だ。

海外向け情報発信の最近の主な取組について

令和3年8月20日
国際観光誘客課

将来的なインバウンドの復調を見据え、本県へのリピーターや新たな鳥取ファンの獲得のため継続的に行っている海外向け情報発信の最近の主な取組について報告します。

1 WeChat での中国向け観光情報サイトの開設

現在、中国最大のコミュニケーションアプリ WeChat (ウィーチャット) で、鳥取県の旬な情報を定期的に発信しているが、7月2日に鳥取県の観光情報を集約したサイトを WeChat 上に新設した。同日にサイトを開設した島根県と連携して、米子上海便による誘客促進の新たな情報発信ツールとして活用していく。

(1) サイトの主な内容

鳥取県の概要、鳥取県内観光モデルコース、テーマ(四季、体験、食、温泉、お祭り)ごとの魅力紹介等

(2) 今後の展開

観光分野に限らず、中国向け越境 EC サイト「全日空海淘(ハイタオ)」へのリンクにより、本年度は越境 EC (インターネット通販サイトを通じた国際的な電子商取引) の試行販売としても活用予定。



サイトイメージ

2 香港ブックフェア 2021 における鳥取県観光施設オンライン中継の実施

例年 100 万人以上が訪れ、香港で最も来場者数の多い一般消費者向けイベントの一つである香港ブックフェアが7月18日に開催され、現地と鳥取県の観光地を結んだオンライン中継を実施した。

(1) 主な内容

- ・日本政府観光局(JNTO)が設置するブース内でオンライン会議ツール(Zoom)を活用して鳥取県側の映像配信
- ・円形劇場くらしフィギュアミュージアムの展示内容や円形校舎の歴史など施設紹介
- ・香港側来場者を対象としたクイズ大会(正解者には鳥取県のオリジナルグッズを贈呈)

(2) 参加者のコメント

「コロナ収束後、まんが王国とっとりで有名な鳥取県を訪問するのが楽しみ。」「鳥取県のオリジナルグッズを貰えてうれしかった。」など



オンライン中継の様子

3 イギリス人向け日本博「HYPER JAPAN ONLINE 2021」でのプロモーションの実施

ロンドンにある出版社主催のオンライン実施のバーチャル日本博に、7月9日から8月8日まで観光PRブースを出展し、本県の魅力をPRした。

(1) 主な内容

鳥取砂丘や三徳山などを紹介する本県の観光プロモーション動画を上映したほか、大山のダウンヒルサイクリングや浦富海岸のシーカヤックといったアクティビティを紹介

(2) 今後の展開

コロナ収束後、イギリスを含めた欧米豪からの誘客を促進していくため、引き続き旅行社各社と連携した情報発信を継続実施していく。



ブースイメージ

4 山陰両県内在住外国人による鳥取県の魅力や安心安全情報の発信

7月17日、18日に留学生等山陰在住外国人を対象とした鳥取県内モニターツアーを実施し、鳥取の魅力や安心安全(新型コロナ対策)の取組をSNS(Facebook、Instagram、WeChat等)で発信した。

(1) 主な内容

- ・参加者:中国、ベトナム、韓国等出身の在住外国人計11名
- ・ツアー内容:赤瓦・白壁土蔵群、三徳山三佛寺、鳥取砂丘、山陰海岸(シーカヤック体験)、円形劇場くらしフィギュアミュージアム等

(2) 参加者のコメント

「県内の自然・観光・文化・歴史などを体験・再発見することができた。」「景色が美しいだけでなく、鳥取県の人々も素晴らしい。」など



フィギュアミュージアム視察

5 食の多様化対応！オンラインによるヴィーガン研修の実施

倫理・宗教上理由等から様々な食の制限のある観光客の需要に応え、リピーターや新たな鳥取ファンを獲得するため、7月15日にヴィーガン対応の意義と基本を学ぶセミナーを開催した。

※ヴィーガンとは、完全菜食主義者と訳され、卵・乳製品・蜂蜜・ゼラチン等動物由来の食品を避けるもの

(1) 主な内容

食の多様化についてアドバイスを行っているフードダイバーシティ株式会社の守護氏による多様化対応の意義、元公邸料理人・工藤シェフによるメニュー紹介などを行い、宿泊・飲食事業者45名が参加。

(2) 参加者のコメント

「食の多様化対応が収益につながる事が分かった。」「おもてなしとしての対応という料理目線が良かった。」「アジア・日本人にも需要がある事が分かった。」など



らっきょうドレッシング