

国際リゾートとっとりプラン(案)

～鳥取県国際観光アクションプログラム～

平成25年3月

鳥取県文化観光局

目次

第1章 総論

1	国際リゾートとっとりプラン策定の趣旨	1
2	従来のアクションプログラムの取組結果	2
3	見直しに当たっての背景	4
4	基本戦略	5
5	目指すべき姿	6
6	計画期間	7
7	目標数値	7
8	推進体制	8

第2章 「国際リゾートとっとり」実現に向けての取組

1	受入環境整備	10
	①県内関係者の機運醸成	
	②二次交通の充実	
	③国際観光案内体制の整備	
	④県内各観光施設・商業施設・宿泊施設・主要交通拠点の多言語化の充実	
	⑤県内各観光施設・商業施設・宿泊施設・主要交通拠点等における利便性の向上	
	⑥観光素材のブラッシュアップ	
2	プロモーション	14
	(1) 戦略	
	(2) 手法	
	(3) 各国別の戦略	

第1章 総論

1 国際リゾートとっとりプラン策定の趣旨

少子高齢化の進展や不況の影響などから、国内の旅行市場の大きな伸びが期待できない中、外国人旅行者の誘客促進が求められています。国においても、ビジット・ジャパン事業を展開し、訪日外国人の拡大を目標に掲げています。

本県は、地勢的に北東アジアに近く、西日本と北東アジアとの間における主要な拠点・ゲートウェイ（玄関口）となるポテンシャル（潜在的な力）を持っています。環日本海をはじめとする大交流新時代の拠点を目指す本県は、平成20年12月に策定した「鳥取県将来ビジョン」で人、物、情報の「大交流新時代」を切り拓く「北東アジアゲートウェイ構想」を打ち出し、北東アジア諸国との距離感など地理的優位性を背景に、国際経済交流を促進することとしています。

北東アジアゲートウェイ戦略の推進とともに、国際リゾートとしての観光地の魅力向上と世界への情報発信を図り、「国際リゾートとっとり」として外国人宿泊観光客の増加を目指しており、その実現に向けて、平成22年度に策定した「鳥取県国際観光アクションプログラム」に取り組んできました。

このたび3年間の事業年度が終了することから、「国際リゾートとっとりプラン」と名称を改めて、発展的に改定を行いました。

本プランは、県内観光関係者の国際観光振興の取組に係る共通の指針として、まとめました。

2 従来のアクションプログラムの取組結果

(1) 概要

ア 計画期間

平成22年度～24年度（3年間）

イ 基本方針

- ・ 策定目的に沿って実行可能な取組メニューのプログラムの策定
- ・ 県、市町村、観光等事業者、関連団体、県民が役割を認識し、参画・実践できるプログラムの策定
- ・ 各取組が相互に連鎖し、かつ取組の積み重ねが段階的に効果を発揮するプログラムの策定

ウ 数値目標

- ・ 米子ソウル便の外国人利用者数
H21年:9,940人 → H24年:18,000人
- ・ 環日本海貨客船の外国人利用者数
H21年:13,809人 (H21.6.30～) → H24年:30,000人
- ・ 県内の外国人延べ宿泊者数
H20年:14,890人 (全国46位) → H24年:30,000人 (マニフェスト)
42,000人 (将来目標)

エ 行動計画 (主なもの)

取組課題	平成22年度	平成23年度	平成24年度
国際観光推進の気運醸成、関係者の情報共有・連携・協働の推進	国際観光の実態把握、関係者等への情報提供、講演会の開催により国際観光推進の気運醸成	国際観光推進の情報の共有化と連携・協働に向けた取組	恒常的に関係者間の情報共有、意見交換ができる仕組みづくり
外国人観光客受入態勢整備の推進	・ 主要施設の案内表記等改善 ・ もてなし向上研修の開催 ・ 来訪客意識調査の実施	・ 各施設の案内表記等改善、もてなし向上 ・ ガイドの育成	国際観光地にふさわしい環境、基盤の整備
米子ソウル便、環日本海貨客船などを活用した海外からの誘客の推進	・ 韓国の新たな顧客 (FIT、MICE) の掘り起こし ・ 新たな観光素材の掘り起こし	韓国向け旅行商品、情報発信の充実	韓国の鳥取ファン、リピーターづくり
新規市場の開拓 (韓国以外)	・ 情報収集、市場調査の実施 ・ 観光素材の掘り起こし ・ 海外、市場への情報発信	・ 広域連携等による旅行商品の造成、販売促進 ・ 情報発信の充実	持続的に諸外国から観光客誘致を行うための仕組みづくり

(2) 各取組課題ごとの成果と課題

ア 国際観光推進の機運醸成、関係者の情報共有・連携・協働の推進

成果	鳥取市及び県中部ふるさと広域連合（梨の花温泉郷広域観光協議会）による国際観光サポートセンターの設置・外国人観光客誘致の取組
課題	温度差（中部・西部を中心とした一部の事業者に留まっている）

イ 外国人観光客受入体制整備の推進

成果	<ul style="list-style-type: none"> ・国の言語バリアフリー化事業を活用した外国語標記看板設置 ・リムジンバス・周遊バス等の二次交通整備 ・多言語コールセンター通訳サービス（英・中・韓）の開始 ・ジャパンレールパスの米子駅受取開始 ・西部地区におけるスマートフォンアプリ、スーツケースデリバリーサービスの開始
課題	<ul style="list-style-type: none"> ・個別施設内における外国語対応、カード決済システムの整備不十分 ・地域による偏り

ウ 米子ソウル便、環日本海貨客船などを活用した海外からの誘客の推進

(ア) 米子ソウル便、環日本海貨客船による誘客

成果	<ul style="list-style-type: none"> ・ドラマ「アテナ」放映による韓国国内での知名度の向上 ・スポーツツーリズム（サイクリング・登山・ウォーキング）といった新しいテーマ・観光素材による誘客
課題	<ul style="list-style-type: none"> ・米子ソウル便利用の伸び悩み ・旅行商品のマンネリ化 ・旅行目的地としてのブランド力不足

(イ) 新規市場の開拓

成果	<ul style="list-style-type: none"> ・春秋航空及び吉祥航空チャーター便就航等、中国インバウンドの本格的な取組開始 ・中国、台湾、香港からの観光客増加
課題	<ul style="list-style-type: none"> ・鳥取県の認知度不足 ・定期チャーター便の就航の実現

(3) 数値目標の状況

ア 米子ソウル便の外国人利用者数 目標：H24 18,000人

実績：H23 8,445人 H24（4～12月）6,258人

イ 環日本海貨客船の外国人利用者数 目標：H24 30,000人

実績：H23 22,897人 H24（4～11月）16,978人

ウ 県内の外国人延べ宿泊者数 目標：H24:30,000人（マニフェスト）

42,000人（将来目標）

実績：H23（暦年）25,160人（全国41位） H24（1～9月）21,130人

3 見直しに当たっての背景

従来のアクションプログラムを見直すに当たって、以下の国際観光を取り巻く環境を考慮した。

(1) 新規市場（中国、台湾等）の訪日旅行客の増加

全国的に中国、台湾をはじめとしたアジア各国からの観光客が増加しているが、鳥取県も同様の傾向にある。

平成21年に1,120人だった中国人観光客は平成23年には2,520人と2倍以上に増加するとともに、台湾も約4割の増加となっている。

(2) チャーター便、国際クルーズ客船等多様なアクセス手段の選択肢増加

平成24年3月に、中国・春秋航空のチャーター便（上海浦東空港～米子）が1往復就航するとともに、同年8月には吉祥航空の連続チャーター便が計5往復就航した。また、平成24年5月には韓国・ハーモニッククルーズ社の「クラブ・ハーモニー」（約25,000トン）、6月にはイタリア・コスタクルーズ社の「コスタ・ヴィクトリア」（約75,000トン）が相次いで境港に寄港し、大型クルーズ客船の寄港が相次いでいる。

(3) 鳥取自動車道の全線開通

平成25年3月に鳥取～佐用間の鳥取自動車道が全線開通し、関西圏からの利便性の大幅な向上が図られる。

※鳥取自動車道開通の効果

鳥取～大阪間 開通前 3時間30分→ 開通後 2時間30分

(4) 羽田空港への国際線乗り入れ

平成23年10月の羽田空港新滑走路供用開始に合わせ、新国際線ターミナルがオープンするとともに、欧米・アジア各国を中心に深夜早朝枠を利用した直行便が就航している。このことにより、羽田空港乗り継ぎにより、鳥取空港、米子鬼太郎空港への外国人観光客のアクセスが容易となっている。

4 基本的戦略

本県では、「北東アジアゲートウェイ構想」を掲げ、米子鬼太郎空港及び境港といった鳥取県を玄関口とした外国人観光客誘致を主に図ってきたところであるが、昨今の情勢変化を踏まえ、「北東アジアゲートウェイ第2ステージ+α」として、交通手段、アクセスポイント、対象市場の多様化を図っていくとともに、近隣空港からの誘客について、積極的に進めていく。

○北東アジアゲートウェイ第2ステージ

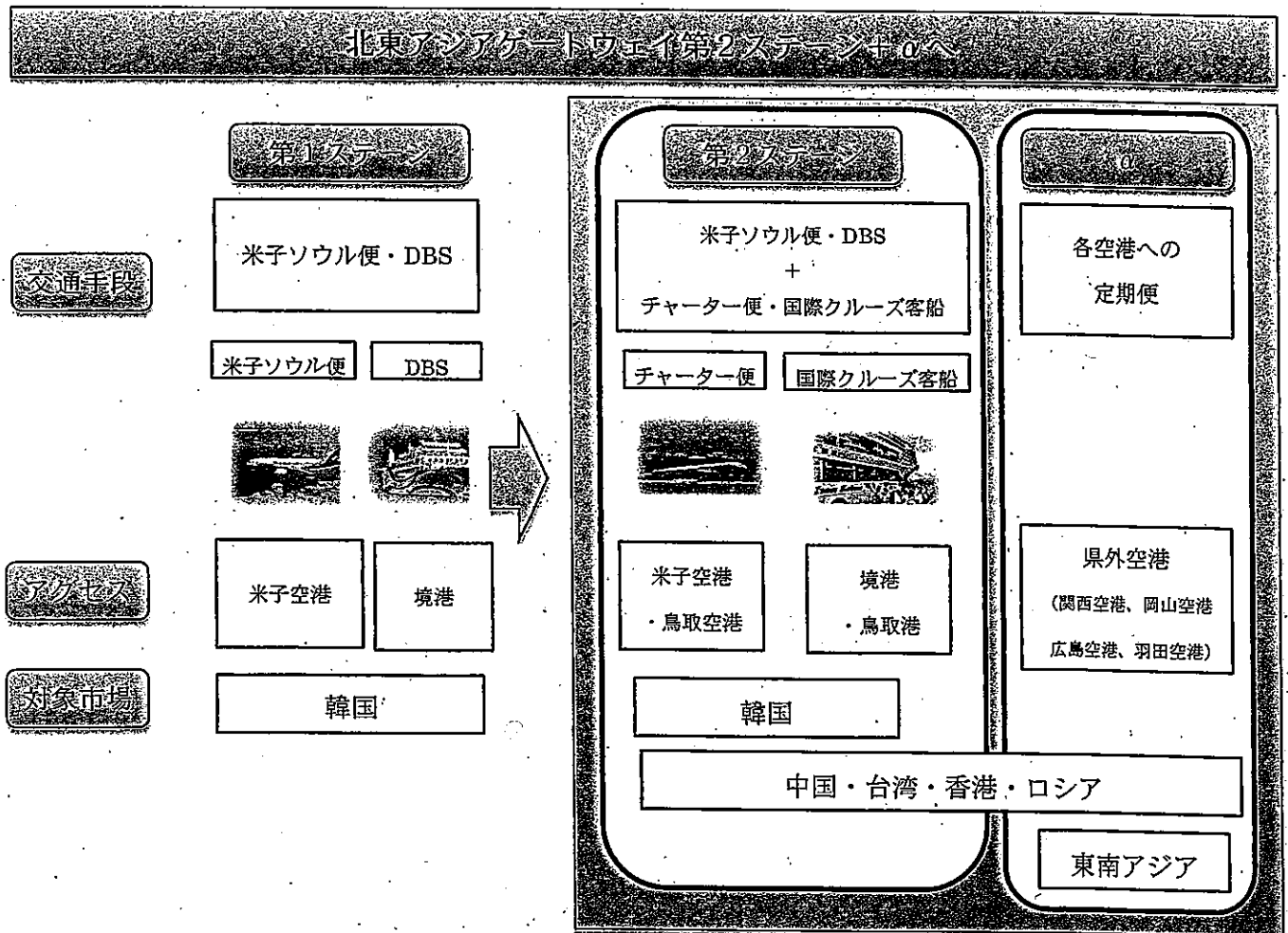
従来の米子ソウル便・環日本海定期貨客船に加えて、チャーター便や国際クルーズ客船による鳥取県へのダイレクトの誘客を図り、対象市場を拡充する。

また、環日本海定期貨客船で結ばれているロシア（沿海州）からの誘客も積極的に進める。

○+α

中国、台湾、香港等の観光客は主として、広域周遊による観光を行うことから、関西国際空港や岡山空港など、近隣空港からの誘客について、積極的に取り組むこととする。

また、東日本大震災後も全国的に観光客の伸びが大きい東南アジアも視野に入れる。



5 目指すべき姿

「国際リゾートとっとり」とよばれるにふさわしい地域づくりをめざすとともに、人と金の流れを作り、本県経済を活性化させるため、具体的に本プランで目指すべき姿は以下のとおりである。

○外国人観光客数及び観光消費額を増加させ、県内観光事業者等が経済効果を実感

○「国際リゾートとっとり」とよばれるにふさわしい受入環境の構築及び訪問観光地としての認知度の確立

【「国際リゾートとっとり」のイメージ像】

- 魅力的な観光資源、滞在プログラムを有し、観光客が満足して観光を楽しむことができる
- 海外において、訪問観光地としての十分な認知度が確保され、相当数の外国人観光客が鳥取県を訪れている
- 表記等の多言語化等により、外国人観光客であっても、言語の壁を感じることなく、不自由なく観光や買い物、宿泊ができる
- 二次交通や国際観光案内体制が整っており、ツアーに参加しない個人であっても不自由なく観光地を周遊できる

6 計画期間

前回計画と同様に、平成25～27年度の3年間の計画とする。

7 目標数値

外国人観光客数を目標数値とし、外国人観光客数の統計数値として一般的に利用されている「外国人延べ宿泊者数」を数値として設定する。

【目標数値】

県内の外国人延べ宿泊者数 30,000人超 (全国30位台) (平成27年)

(参考:平成23年 25,160人)

(各国別の内訳イメージ)

	韓国	台湾	中国	香港	ロシア	米国	その他	合計
H27	15,000	4,500	3,500	1,500	1,000	1,000	3,500	30,000
(参考) H23	13,460	2,820	2,520	560	520	1,020	4,260	25,160

【補完目標数値】

①米子ソウル便の外国人利用者数 18,000人 (平成27年度)

(参考:平成23年 8,445人)

②環日本海定期貨客船の外国人利用者数

25,000人 (平成27年度)

(参考:平成23年 22,897人)

③チャーター便による来県外国人数 2,800人 (平成27年度)

(参考:平成23年 491人)

④国際クルーズ客船による来県外国人数

17,000人 (平成27年度)

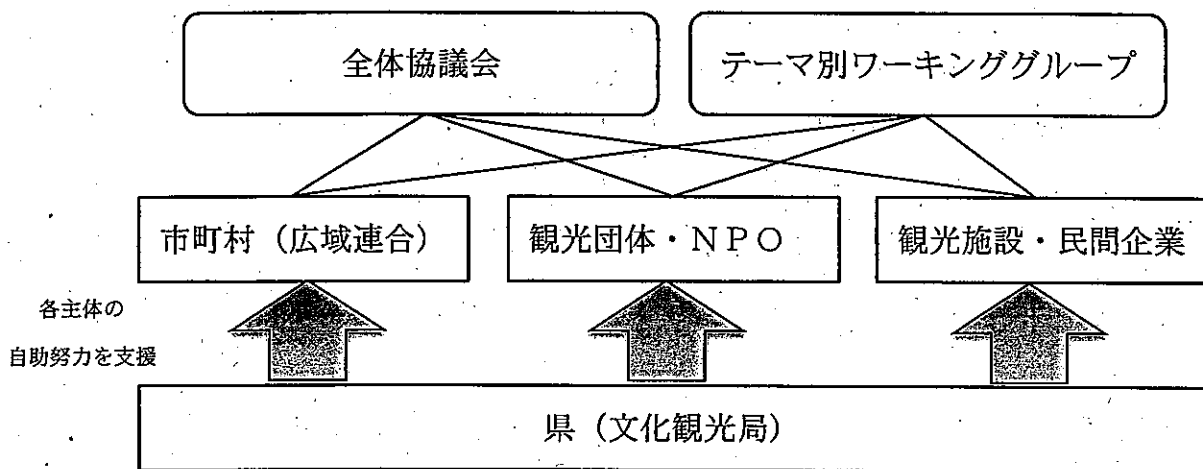
(参考:平成23年 61人)

8 推進体制

(1) 推進体制

- 県内関係者が同じベクトルで外国人観光客の誘致を推進するため、従来の「鳥取県国際観光アクションプログラム推進協議会」を改組した、「国際リゾートとっとり推進協議会」を設置し、定期的に意見交換を実施する。
- 協議会は、全体協議会及びテーマ別ワーキンググループを設け、県、市町村、民間企業等、関係団体で構成する。

【国際リゾートとっとり推進協議会構成イメージ】



(2) 役割分担

○受入環境整備は、広域的に実施すべきもの（空港等玄関口の観光案内、地域間二次交通、研修会開催等）は県（本庁）、各地域の事柄は県（地方機関）や市町村が実施。

○プロモーションは、広域的に実施した方が効率的であるため、主として県（本庁）が実施。

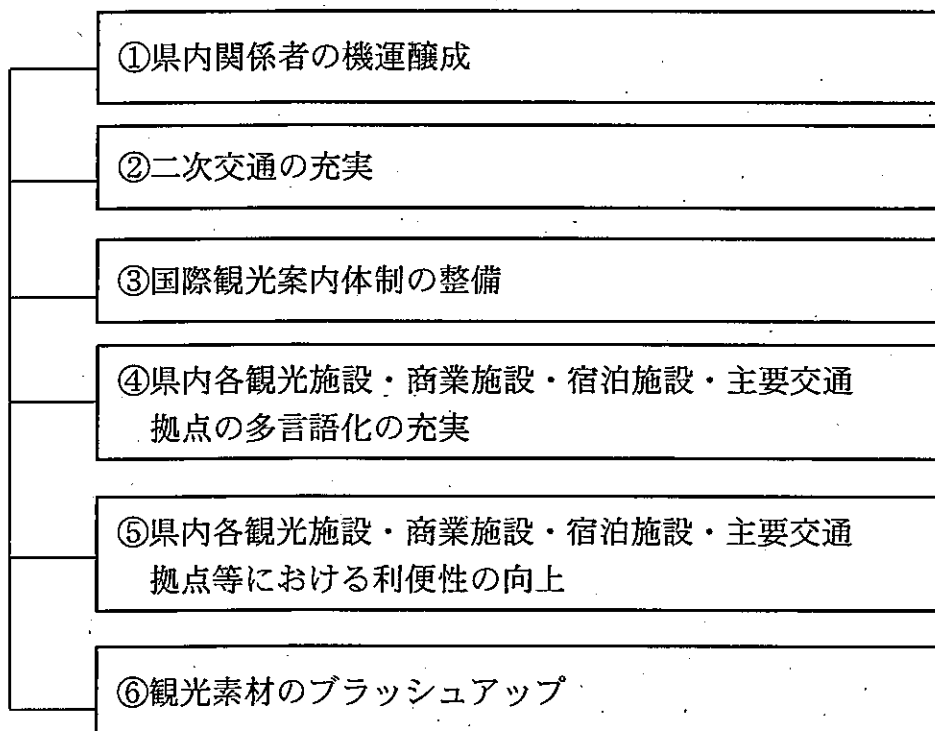
区分		受入環境整備	プロモーション	
			旅行会社向け	一般向け
県	本庁	<ul style="list-style-type: none"> ○民間の受入環境整備の取組の調整・支援 ○空港等における観光案内 ○外客誘致に係る各種研修会等の開催 	<ul style="list-style-type: none"> ○全県的な観光資源・情報のPR ○旅行会社への情報提供 ○旅行会社招致 	<ul style="list-style-type: none"> ○メディアを活用した全県的な観光資源・情報PR ○観光展出版 ○メディア招致
	地方機関	<ul style="list-style-type: none"> ○地域資源の掘り起こし、磨き上げ ○地域の受入環境整備の取組の調整・支援 ○地域内の二次交通整備の調整 	<p>（プロモーションは原則として本庁で実施）</p>	
		○広域連合、広域観光団体との連携		
市町村 （広域連合） 観光団体	<ul style="list-style-type: none"> ○各地域の観光案内 ○民間の受入環境整備の取組支援 ○地域資源の掘り起こし、磨き上げ 	<ul style="list-style-type: none"> ○地域の観光資源・情報のPR ○旅行会社への地域情報の提供 	<ul style="list-style-type: none"> ○メディアを活用した地域の観光資源・情報PR ○観光展出版 	
民間	<ul style="list-style-type: none"> ○外国語案内ツール、施設内の外国語表記、クレジット対応機器等の整備 	<ul style="list-style-type: none"> ○旅行商品造成の働きかけ ○商談実施 	<ul style="list-style-type: none"> ○HP等を活用した自社情報発信 	

第2章 「国際リゾートとっとり」実現に向けての取組

1 受入環境整備

「国際リゾート」と呼ばれるにふさわしい環境で来訪外国人の満足度を向上させるため、受入環境整備の充実を図る。

【受入環境整備の施策体系】



①県内関係者の機運醸成

(取組事例)

- 研修会の開催
- 関係者における意見交換会等の実施
- 先進地域の取組事例等の情報提供、先進地視察の実施
- 来訪客意識調査等の実施及び結果の情報提供

	平成25年度	平成26年度	平成27年度
研修会の開催	年に1～2回程度、インバウンド研修会を開催	→	インバウンド推進に取り組む事業者の増加
関係者における意見交換会等の実施	国際リゾートとっとり推進会議を含む意見交換会の場を設定	→	関係者の連携強化
先進地域の取組事例等の情報提供、先進地視察の実施	情報収集、先進地視察を実施	→	インバウンド推進に取り組む事業者の増加、先進事例を取り入れた取組増加
来訪客意識調査等の実施及び結果の情報提供	来訪客意識調査等の実施及び結果の情報提供	→	調査結果の活用による関係者の意識改革

②二次交通の充実

(取組事例)

ア 県内玄関口（米子鬼太郎空港・境港）からの二次交通

- 米子鬼太郎空港及び境港と県東部・中部を結ぶリムジンバスの運行
- 境港国際旅客ターミナルから境港駅までのリムジンバスの運行
- 国際クルーズ客船寄港時におけるシャトルバスの運行
- JRへの「山陰レールパス（仮称）」の創設の働きかけ

イ 各地域内の二次交通

- 県東部・中部・西部各地域内における周遊バスの運行
- 各地域における定額タクシーの運行

	平成25年度	平成26年度	平成27年度
米子鬼太郎空港及び境港と県東部・中部を結ぶリムジンバスの運行	運行実施	→	運行継続
境港国際旅客ターミナルから境港駅までのリムジンバスの運行	運行実施	→	運行継続
国際クルーズ客船寄港時におけるシャトルバスの運行	運行実施	→	運行継続
JRへの「山陰レールパス（仮称）」の創設の働きかけ	JR西日本との協議	→	「山陰レールパス（仮称）」創設

③国際観光案内体制の整備

(取組事例)

- 各地域（東部、中部、西部）における国際観光案内所の運営
- 米子鬼太郎空港、境港国際旅客ターミナルにおける観光案内所の運営
- 各案内所間の情報交換会等の実施

	平成25年度	平成26年度	平成27年度
各地域（東部、中部、西部）における国際観光案内所の運営	各地域による案内所の運営実施	→	運営の継続、機能向上
米子鬼太郎空港、境港国際旅客ターミナルにおける観光案内所の運営	県の委託による運営実施	→	運営の継続、機能向上
各案内所間の情報交換会等の実施	年1～2回程度の実施	→	各案内所間の連携による機能向上

④県内各観光施設・商業施設・宿泊施設・主要交通拠点の多言語化の充実

(取組事例)

- ・各観光施設・商業施設・宿泊施設・主要交通拠点の外国語表記整備
- ・道路サイン、案内サインにおける外国語表記
- ・多言語コールセンターの運営

	平成25年度	平成26年度	平成27年度
各観光施設・商業施設・宿泊施設・主要交通拠点の外国語表記整備	補助金により整備を支援	→	県内の主要観光施設（地域）等における外国語表記整備が増加
道路サイン、案内サインにおける外国語表記	整備促進を国、県関係部局に働きかけ	→	主要交通拠点における外国語表記整備が増加
多言語コールセンターの運営	委託により運営実施	→	観光施設等における利用の定着

⑤県内各観光施設・商業施設・宿泊施設・主要交通拠点等における利便性の向上
(取組事例)

- ・クレジットカード、デビットカード等の決済システム整備
- ・免税及び両替等の充実
- ・インターネット利用環境（無線LAN）の整備
- ・荷物、土産品等の配送システムの整備

	平成25年度	平成26年度	平成27年度
クレジットカード、デビットカード等の決済システム整備	補助金により整備を支援	→	県内の主要観光施設（地域）等において、決済システムがほぼ整備完了
免税及び両替等の充実	商業施設、金融機関等に働きかけ	→	免税サービス、両替サービス施設の増加
インターネット利用環境（無線LAN）の整備	観光施設、商業施設等に働きかけ	→	県内の主要観光施設（地域）等において、無線LANが利用できる環境
荷物、土産品等の配送システムの整備	荷物配送システムの継続実施	→	システムの利便性向上
	土産品配送システムについて検討	試行実施	システム開始・運営

⑥観光素材のブラッシュアップ
(取組事例)

- ・観光地、観光素材のブラッシュアップ
- ・ニューツーリズム（エコツーリズム、スポーツツーリズム、アグリツーリズム等）などの滞在型観光の商品造成、ブラッシュアップ

	平成25年度	平成26年度	平成27年度
観光地、観光素材のブラッシュアップ	在県外国人・外部有識者、旅行会社等からの意見聴取	→	継続的な改善
	関係団体等、観光関係者による意見交換	→	継続的な改善
ニューツーリズム（エコツーリズム、スポーツツーリズム、アグリツーリズム等）などの滞在型観光の商品造成、ブラッシュアップ	ニューツーリズム商品のブラッシュアップ、新商品の造成支援	→	ニューツーリズム観光による観光客増加

2 プロモーション

(1) 戦略

① ターゲット（国・地域）の明確化及びそれぞれのアプローチ深度に合わせたプロモーション

- 最大マーケット「韓国」及び今後、伸びが期待できる「台湾」及び「中国」の3市場を重点市場として特に誘客を促進。
- 旅行会社との関係が構築できつつあり、来県客数が増加している「香港」や、本県の認知度が高く、今後の誘客が期待できる「ロシア」についても、積極的に誘客を促進。
- 震災後も訪日外国人客数が高い伸びを示す「東南アジア」についても視野に入れて、市場調査等を実施。
- 各国ごとに過去のプロモーション実績も異なることから、市場別のアプローチ深度に合わせたプロモーションを展開。

② 近隣空港からの誘客

鳥取自動車道の全面開通や羽田空港への国際線の乗り入れ等、アクセスの環境が変化していることから、関西空港、岡山空港、広島空港といった近隣空港の他、羽田空港乗継による鳥取空港、米子空港利用による誘客にも積極的に取り組む。

③ 広域連携

「②他府県空港からの誘客」とも関連し、島根県（山陰国際観光協議会）の他、関西各府県（関西広域連合）、中国5県連携などの枠組みを活用し、広域的に周遊する観光客の誘客を促進。

④ 地域資源を活かしたPR

- 「まんが」（まんが王国とっとり）、「自然環境」（とっとりグリーンウェーブ、山陰海岸ジオパーク）、「食」（食のみやこ鳥取県）といった鳥取県が全国に誇る地域資源を前面に出し、他地域と差別化。
- エコツーリズムやスポーツツーリズムといった「ニューツーリズム」も鳥取県の“売り”としてPRし、具体的な誘客につなげる。

(2) 手法

①情報発信

ア 旅行会社向け

- ・旅行会社訪問等による情報提供
- ・旅行会社の招致 (FAMツアー)
- ・観光展出演

イ 一般向け

- ・メディアを活用した観光資源・情報PR
- ・メディア招致
- ・観光展出演 (再掲)
- ・インターネット (ホームページ、SNS等) の活用

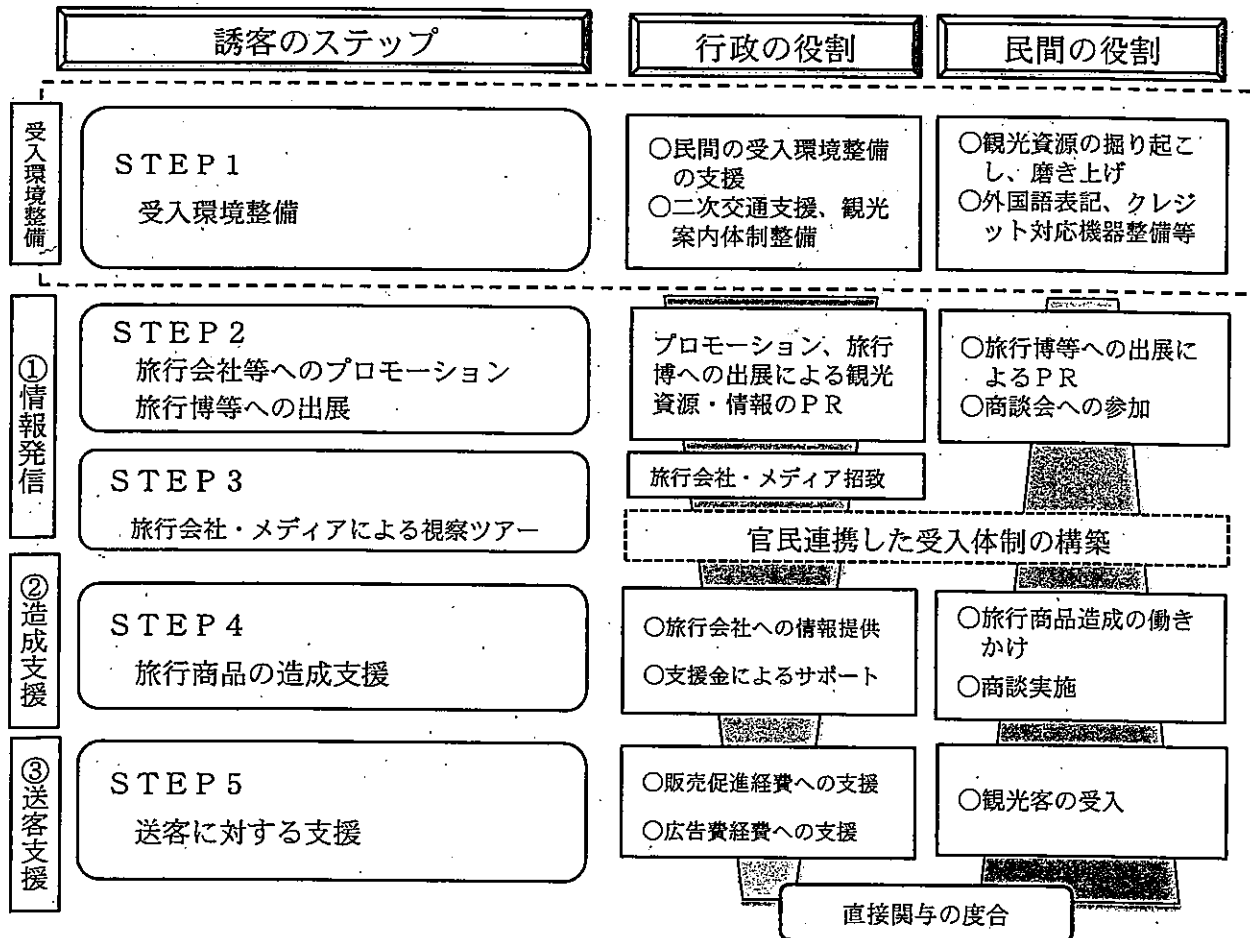
②旅行商品の造成支援

- ・旅行会社への情報提供
- ・旅行会社の招致 (FAMツアー)
- ・旅行商品造成への支援

③送客に対する支援

- ・販売促進経費への支援
- ・広告費経費への支援

【誘客のステップと行政・民間の役割】

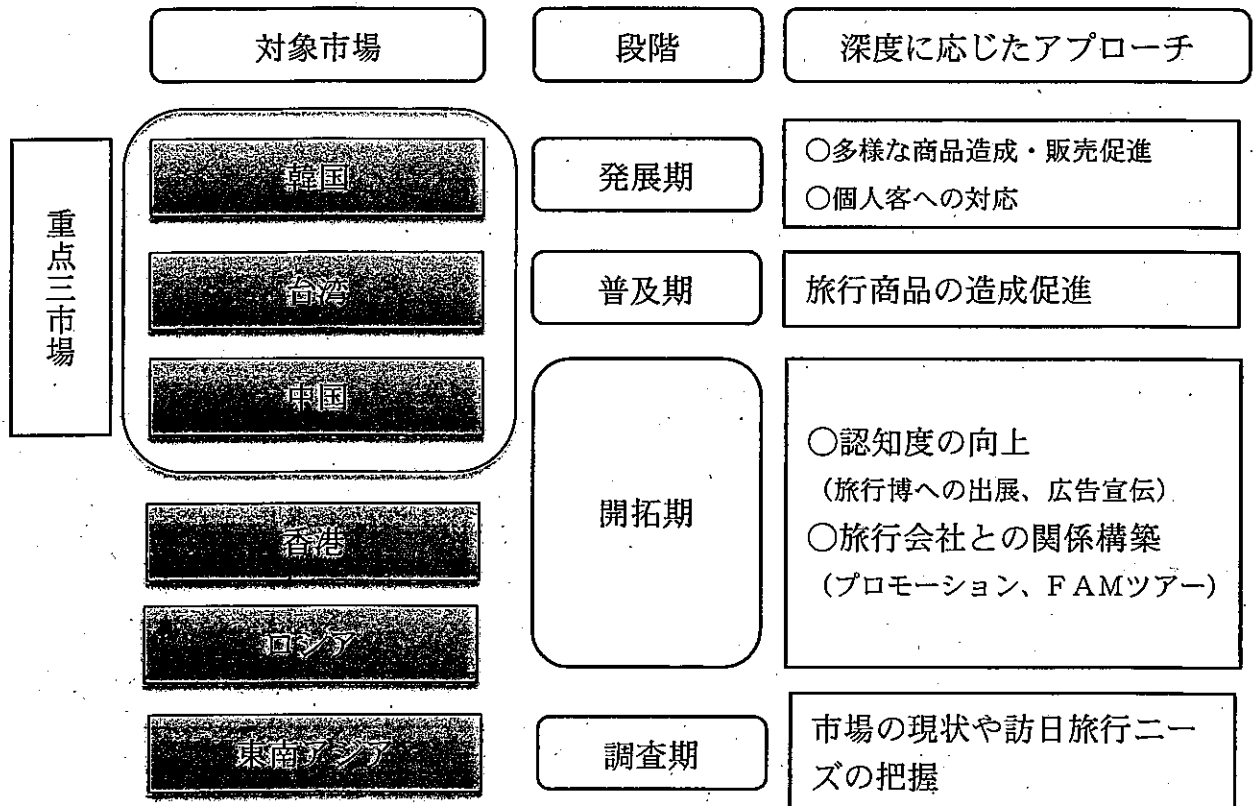


(3) 各国別の戦略

市場別のアプローチ深度に合わせたプロモーションを展開する。

- ①韓国
- ②台湾
- ③中国
- ④香港
- ⑤ロシア

【対象市場及びアプローチの概要】



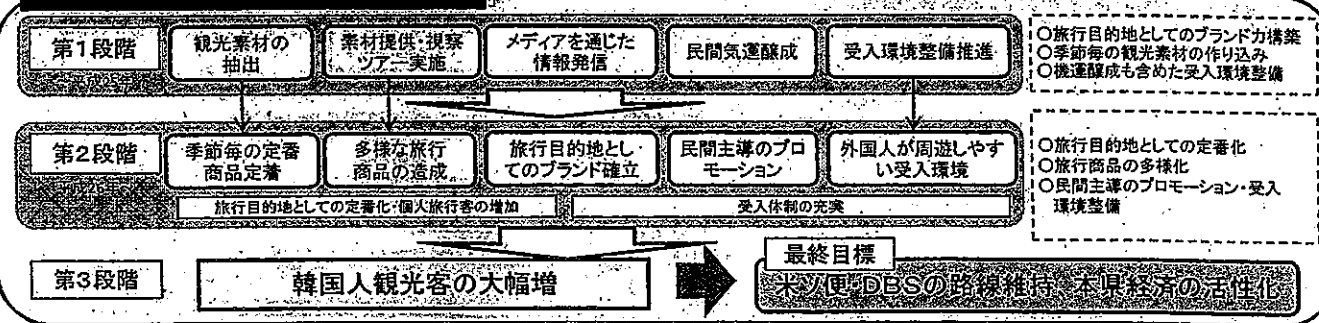
韓国からの誘客に向けた戦略

韓国人観光客誘致の必要性

- ・韓国人観光客受入による県内消費額増加による地域経済の活性化[韓国人観光客の1日あたり平均消費額10,067円 JNTO調査]
- ・米子ソウル便、環日本海定期貨客船の利用促進
- [平成23年 米子ソウル便8,051人(対前年比61.4%)、環日本海定期貨客船20,892人(対前年比94.8%)]

課題	<ul style="list-style-type: none"> ○アテナ等を契機に知名度が向上しつつあるが、旅行目的地としてのブランド力が不足 ○本県への旅行商品販売促進のための更なる情報発信の必要性 ○県内観光事業者の外国人観光客受入意欲の向上が必要 ○外国語表記、外国語案内所等の受入環境を整備しつつあるが、情報の周知が必要 ○観光地等を訪れる際の2次交通の充実 				鳥取県への韓国人旅行客数 13,470名 (H23宿泊統計 対前年比90.2%) (本県への外国人観光客に占める割合55.0%)
	対応	認知度の向上	旅行商品販売促進	受入環境整備	
取組内容	<ul style="list-style-type: none"> ■旅行博等での観光PR ■県内取材による広報宣伝 ■ブログ等での情報発信 	<ul style="list-style-type: none"> ■ホームショッピング等の旅行会社と連携した観光PRの実施 ■インセンティブ旅行、教育旅行の素材提供と誘客活動 	<ul style="list-style-type: none"> ■受入に向けた機運醸成(おもてなし講座等) ■館内案内看板等の設置 ■個人旅行者への周遊しやすい2次交通施策の整備 	<ul style="list-style-type: none"> ■季節毎の観光魅力の磨き上げ ■県内民間事業者とタイアップした新たな着地型の魅力作り ■観光魅力の旅行商品化のための海外プロモーション実施 	
対象エリア	ソウルを中心とした江原道や周辺地域での認知度の向上(但し旅行会社対策は、ソウル中心)				

韓国人観光客増加に向けたロードマップ



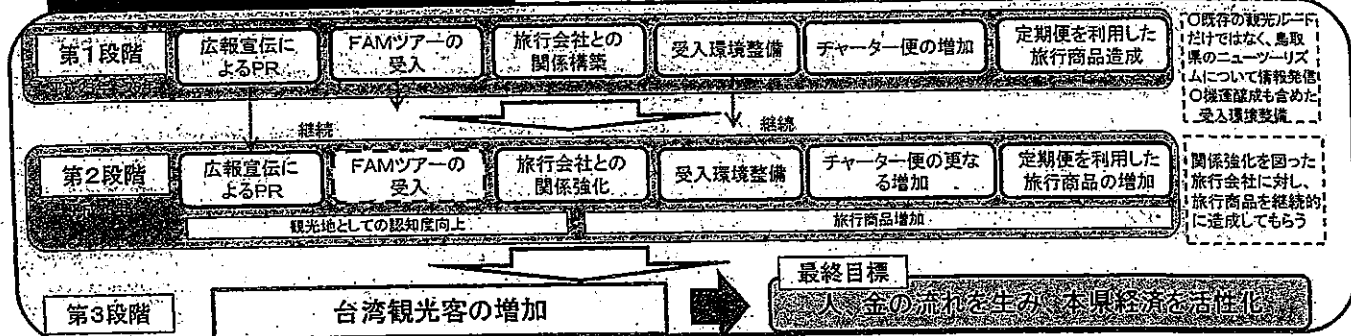
台湾からの誘客に向けた戦略

台湾観光客誘致の必要性

- ・訪日旅行市場で台湾旅行者数は世界第3位(アジア第3位)であり、鳥取県への誘客を望める有望市場である。
- ・昨年度より鳥取県観光プロモーション業務を現地広告代理店に委託し、広告代理店と連携した誘客、県内団体の積極的なプロモーションにより、今年度、鳥取県への台湾観光客が前年比3.4倍増加するなど非常に流れになっている。

課題現状	<ul style="list-style-type: none"> ○旅行会社・消費者共認知度が上昇してきているもののまだまだ低い状況 ○大出国のゲートとなる広島空港の既存ダイヤでは山陰への送客が不利な状況 ○台湾では物価上昇、不景気により平成24年夏期の観光客数が減少 ○ニューツーリズム(サイクリング)をテーマとした旅行商品造成を実現するため、積極的なプロモーションを実施中 				鳥取県への台湾旅行客数 2,820名(H23宿泊統計 対前年比141.7%) (本県への外国人観光客に占める割合11.2%) 4,850名(H24.1~9月期 対前年比341.5%)
	対応	認知度の向上	情報収集・マーケティング	受入環境整備	
取組内容	<ul style="list-style-type: none"> ■旅行博等への参加 ■広告媒体でのPR ■香港旅行会社による視察 	<ul style="list-style-type: none"> ■現地旅行会社からのニーズ等の情報収集 ■現地有力旅行会社、乗客旅行会社との関係構築 	<ul style="list-style-type: none"> ■受入に向けた機運醸成(研修会開催等) ■宿泊施設、観光地等における中国語表記 	<ul style="list-style-type: none"> ■県内空港を利用したチャーター便運航の働きかけ ■近隣空港の定期便利利用によるアクセス 	
	中国5県・関西広域で連携した誘客を実施				
	台湾旅行客は同遊ルート(中国5県・関西広域)の旅行がメインであることからの誘客を促進するには、中国5県、関西広域と連携した誘客を実施する必要がある。				

台湾観光客増加に向けたロードマップ



中国からの誘客に向けた戦略

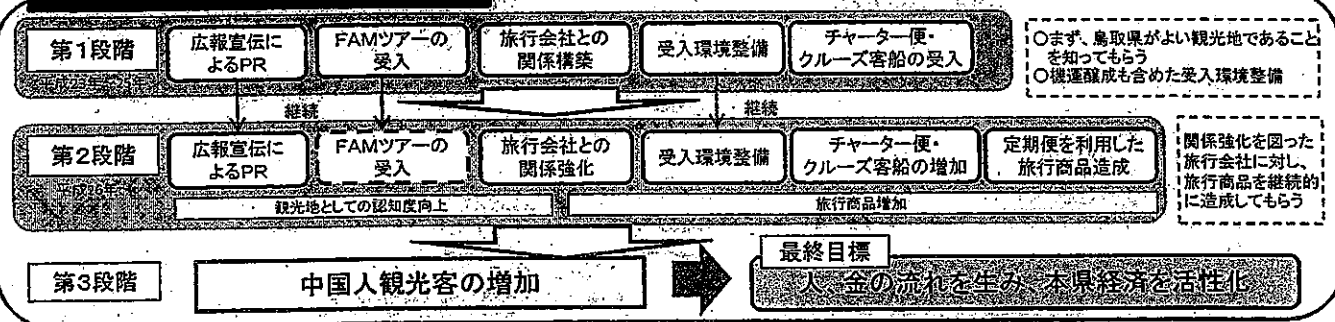
中国人観光客誘致の必要性

- ・経済発展や各国のビザ発給要件緩和により、中国からの出国者は増加中(2010年 5,739万人 前年比約20%増)
- ・訪日中国人客は一人当たりの消費額が多く、経済効果が期待できる。
(国内支出額(ツアー代含む)17.7万円 うち買物 8.7万円 ※全国籍平均13.3万円 うち買物4.1万円)

中国は今後ますます訪日旅行者の増加が期待できるなど非常に有望なマーケット

課題	○鳥取県の知名度が低く、観光地として認識されていない ○中国の旅行会社とのつながりが不十分で、旅行商品の造成状況が把握できていない ○県内観光事業者の受入に向けた意欲が不十分で、受入環境が整っていない ○県内の銀聯カード対応や中国語表記など、多言語化への対応が不十分 ○当県へのアクセスが近隣府県空港利用に限られており、距離があるためコストが高い			
	鳥取県への中国人旅行客数 2,520名 (H23宿泊統計 対前年比183.9%) (本県への外国人観光客に占める割合10.0%)			
対応	認知度の向上	情報収集マーケティング	受入環境整備	多様なアクセスの提案
取組内容	■旅行博等への参加 ■広告媒体でのPR ■中国旅行会社による視察	■現地旅行会社からのニーズ等の情報収集 ■現地有力旅行会社、糸島旅行会社との関係構築	■受入に向けた機運醸成(研修会開催等) ■宿泊施設、観光地等における中国語表記 ■銀聯カード対応施設増	■近隣空港の定期便利用や県内空港利用チャーター便によるアクセス ■境港へのクルーズ船誘致
対象エリア	上海にエリアを絞った認知度の向上・旅行会社との関係構築		中国は広大な人口も多いため、エリアを絞って資源を投入することが必要	

中国人観光客増加に向けたロードマップ



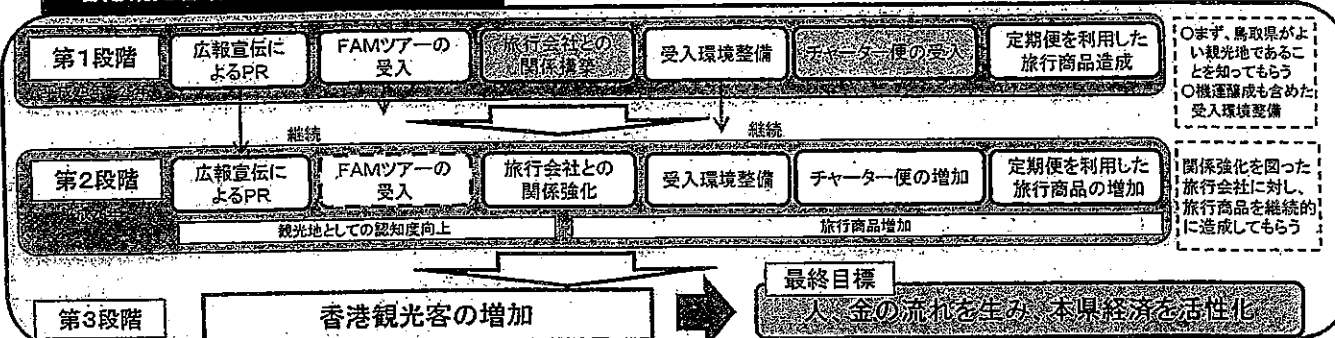
香港からの誘客に向けた戦略

香港観光客誘致の必要性

- ・訪日旅行市場で香港旅行者数は世界第5位(アジア第4位)であり、鳥取県への誘客を望める有望市場である。
- ・香港旅行者の特徴として美食・高級温泉など好む傾向にあり、鳥取県の売り込む観光素材と一致している。
- ・本年よりJTB西日本との連携により、香港EGL社による通年の旅行商品の造成が実現するとともに、夏期岡山チャーターにより、多くの香港観光客が鳥取県を訪れるなどよい流れになっている。

課題現状	○旅行会社・消費者共々極めて認知度が低い ○入出国のゲートとなる関空から遠いというイメージが先行している。 ○香港人観光客の受入体制について、実績が少ないため県内観光事業者の対応が不十分。 ○香港旅行業界で訪日旅行を取扱う旅行社の50%以上のシェアをEGL社が占める			
	鳥取県への香港旅行客数 510名 (H23宿泊統計 対前年比118.6%) (本県への外国人観光客に占める割合2.0%) 250名 (H24. 4~6月期 対前年比833.3%) ※H24.4以降、EGLによる旅行商品販売開始			
対応	認知度の向上	情報収集マーケティング	受入環境整備	多様なアクセスの提案
取組内容	■旅行博等への参加 ■広告媒体でのPR ■香港旅行会社による視察	■現地旅行会社からのニーズ等の情報収集 ■現地有力旅行会社、糸島旅行会社との関係構築	■受入に向けた機運醸成(研修会開催等) ■宿泊施設、観光地等における中国語表記	■県内空港を利用したチャーター便運航の働きかけ ■近隣空港の定期便利用によるアクセス
	当面、香港EGL社と連携した誘客を実施		訪日旅行で香港からの誘客を促進するには訪日旅行シェアが極めて高く、他社がEGLとの旅行商品の競合を避ける傾向にあるため、当面追従する旅行社が出てこないことが予測されるため	

香港観光客増加に向けたロードマップ



ロシアからの誘客に向けた戦略

ロシア観光客誘致の必要性

- ・ロシア(沿海地方)は定期航路により鳥取県と直接結ばれた地域であり、誘客を望める有望市場である。
- ・ロシア旅行者の特徴としてサブカルチャー・日本食・温泉など好む傾向にあり、鳥取県の売り込む観光素材と一致している。
- ・鳥取県への外国人延べ宿泊者数では6位であり、ウラジオストク市で開催された鳥取県の物産や観光を紹介する展示会や、二十世紀梨の輸出版売などで知名度も向上しつつあることから、これを活かし、「鳥取に行ってみよう」ところになるような仕掛けが急がれる。

課題状況	◎旅行会社・消費者とも旅行目的地としての「鳥取」は極めて認知度が低い。 ◎行ってみたいが、ウラジオストクから成田への航空路の競争により、DBS航路の価格優位性が崩れ始め、アジアのウラジオ仁川線就航により交通の選択肢が多様化。 ◎鳥取県への旅行商品を扱う旅行社が少なく、商品及び販売ルートが多様化されず、魅力的・効果的な集客につなげていない。				鳥取県へのロシア旅行客数 520名(H23宿泊統計 対前年比82.5%) (本県への外国人宿泊数に占める割合 2.1%)
	対応	認知度の向上	情報収集 マーケティング	受入環境整備	
取組内容	■旅行博等への参加 ■広告媒体でのPR ■旅行会社による視察 当面、複数旅行社と連携した誘客を実施	■現地旅行会社からのニーズ等の情報収集 ■現地有力旅行会社、求果旅行会社との関係構築	■受入に向けた機運醸成(研修会開催等) ■宿泊施設、観光地等における中国語表記	■DBSを基本としつつ、近隣空港の定期便利用によるアクセス ■県内空港を利用したチャーター便運航の働きかけ	

1社独占では送客に限界があるため、複数の旅行社に対して、DBS利用を基本としながらも、仁川・成田経由など多様な商品を複数の旅行社のチャンネルで扱うことで、訪日旅行に関心を持つロシア人に対して鳥取県の知名度を高めると共に、送客数の向上を目指す。

ロシア観光客増加に向けたロードマップ

