

1. 事業概要

1.1 目的

鳥取県鳥取市には「鳥取砂丘」がキラーコンテンツとして存在しているものの、物見遊山の観光にとどまっているところがあり、観光消費が少なく、滞在時間が短いことが課題となっている。本事業では全国的に見ても希少なまちなかでのグランピングを中心とした、まちなかの自然、歴史、文化を活用したコンテンツの造成を行う。また、旅行商品として、2021年度に販売が見込まれる水準となるようコンテンツを造成することを目的とする。

1.2 業務概要

事業名：歴史・文化薫る鳥取まちなかアクティビティ造成事業
 事業対象：鳥取市
 期間：令和3年6月9日（水）から令和4年1月28日（金）
 商品造成のターゲット：Educated Traveler (Culture Hopper)
 活用する観光資源：仁風閣（重文）、お寺・神社、鳥取民藝
 高付加価値・地域ならではのコンテンツを造成するための方針

→ 鳥取の目指すべき将来像を規定した上で、「欧米豪市場向けインバウンド誘客戦略」を策定し、高付加価値型のコンテンツを造成していく事で滞在日数の延伸、観光消費額の向上など、経済波及効果を狙っていく。



図1 地図

1.3 業務内容

事業内容を以下に示す。

① 海外市場調査および現地調査

対象市場である、米国、英国、豪州、フランス、ドイツ、シンガポールの海外旅行に関心を持つ人に対してアンケートを実施。また、現地のユニークな観光資源を深掘と課題抽出を目的に現地を訪問し受入環境を調査するなど、欧米豪市場向けインバウンド誘客戦略を規定するためのデータを収集・分析・整理した。

② インバウンド誘客戦略の策定

旅行商品造成に向け、地域の指針となるインバウンド誘客戦略を策定。他地域との差別化となるUSP（仮説）を規定して高付加価値型となるコンテンツを企画・開発した。

③ モニター調査・専門家の招請

規定した仮説検証のため、専門家を招請してフィードバックによるPDCAを実施し、仮説の検証と旅行商品の磨き上げを行なった。また、受入環境を整備するため一般モニターを募集しモニター調査を実施した。

④ コンテンツの旅行商品化

インバウンド戦略と専門家のフィードバックやモニター調査の結果を踏まえてコンテンツの旅行商品化を行った。

⑤ 販売体制・受入体制の構築

コンテンツのきめ細やかなメンテナンスおよび鳥取地域へ還元する仕組みを構築するため受入体制の構築を行った。

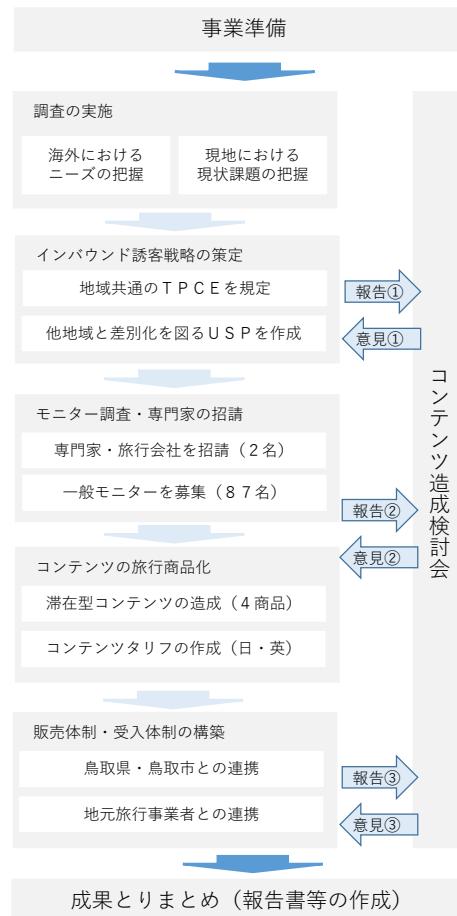


図2 フロー図

1.4 事業工程

本事業の工程を以下に示す。

表1 事業工程表

項目	令和3年												令和4年		備考	
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月					
1海外ニーズの調査（再委託：ANA総研）																TPCE戦略策定
2地域資源の再整理・実地調査																TPCE戦略策定
3戦略策定「TPCE/USP」																TPCE戦略策定
4コンテンツ造成検討会①																TPCE戦略策定
5滞在型コンテンツ造成（一部再委託：アドバル）																コンテンツ開発
6グランピングの設営・検証（再委託：アドバル）																コンテンツ開発
7モニターツアーの実施																コンテンツ開発
8コンテンツ造成検討会②																コンテンツ開発
9オペレーション体制の構築																プロセス・システム整備
10販売方法の検討・方針策定																プロセス・システム整備
11コンテンツ造成検討会③																プロセス・システム整備
12関係者進捗報告（中国運輸局+麒麟のまち観光局）																
13報告書作成																

1.5 体制図

本事業の体制図を以下に示す。

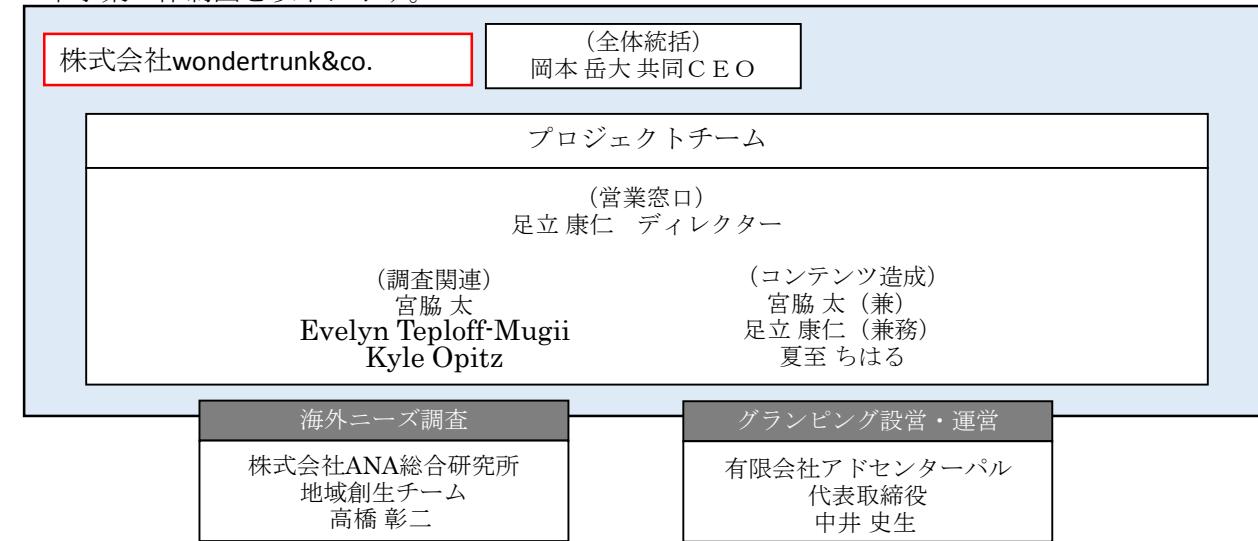


図3 体制図

1.6 コンテンツ造成にあたり協力を得た専門家

- Benjamin Lemar (カナダ出身/東京在住)、デスティネーションマーケティング
 - 夏至ちはる (旅行会社/金沢在住)、富裕層マーケティング
 - Bradley Paul Bennett (米国出身/東京在住)、アドベンチャートラベラー
 - Lucy Dayman (豪州出身/東京在住)、ジャーナリスト
- 他4名

1.7 費用

本事業にかかった経費を以下に示す。

表2 事業費用

項目	費目	単価	数量	単位	小計(税込)
調査および戦略策定	委託費	2,198千円	1	式	2,418千円
コンテンツ開発・商品化	委託費	5,111千円	1	式	5,622千円
プロセス及びシステム整備	委託費	798千円	1	式	878千円
全体運営管理費	人件費	791千円	1	式	870千円
合計					9,790千円

2. 海外調査および現地調査

<検討概要>

地域の指針となるインバウンド戦略を策定すべく、最新の海外旅行ニーズの把握や現地のユニークな観光資源の深堀および受入側のインバウンド対応の課題を把握するため調査を実施した。

<得られた成果>

- ・コロナを経験したことで変化があった海外市場の旅行ニーズを把握しコンテンツに反映させた。
- ・インバウンド戦略の起点となる「ターゲット」「ポジション」「コンセプト」「コアな体験」を明確化し、他地域との差別化となるコンテンツの強みとなるUSPを作成した。

2.1 調査概要

高付加価値型のコンテンツを造成するため、インバウンド戦略の策定を目的とした調査を実施した。インバウンド戦略の概要及び設計について以下に示す。



図4 戦略策定フレームと調査設計



図5 調査対象者、サンプル数

2.2 調査結果

調査を行った結果以下のことを把握することができた。

(1) 以下、表3に示す通り。

表3 調査結果概要

項目	内容
市場回復の見込	・インバウンド需要がコロナ以前に戻るの2024年頃の見込み ・市場回復のシミュレーションを踏まえて、コロナ前とは異なる市場変化を踏まえた需要変化を先取りしたアプローチが必要。
市場回復の優先度	・ワクチン接種率と購買意欲の因果関係が見られ、ワクチン優位な欧米市場からの需要回復が見込まれる。例えば、米国ではトラベルバブルによって水際対策が緩和された中南米への旅行が旺盛であり、旅行会社も積極的なプロモーションを展開している。
市場を牽引するターゲット	・キーワードは経済的/時間的にも余裕のある富裕層や特定の目的で旅をするSIT層が有力とされる。 ・日本政府としても重要視されるターゲットとして富裕層の取込みに注力している。
旅行の価値変化	・With/Afterコロナの時代では地方デスティネーションの旅の価値が向上しており「解放感・人との繋がり・持続可能性」が新たなニーズとして定着している。 ・コロナを経験する中で「物見遊山」から「自然×体験」を求めるニーズが増加。旅行にける予算も増えており、安全を求める声も多くなっている。
ターゲット	・訪日無関心層の誘客に向けて「旅行者のニーズ(パッション)」×「鳥取の魅力」でターゲットを明確化。欧州に多く見られる”Educated Traveler”の中でも「Culture Hopper」に旅行者像を規定した。(対象市場の潜在需要 約9,000万人)
コンセプト	・地名を出さずに観光資源を軸とした仮説となるデスティネーションコンセプト/テーマを調査した結果「雄大な砂丘と日本古来の城下町が広がる摩訶不思議なコースライン」が有効的であると判明したため、本コンセプトを体現するコンテンツに反映させた。
コアな体験	(市街地) 歴史探訪・鳥取民藝 (海岸線) 浦富海岸スロートレイル (自然) 砂丘と市街地を繋ぐサイクリング (自然) 三徳山・修験道
商品コンセプト (USP)	鳥取のまちなかに根付く観光資源を活用して3つの商品コンセプトを設定した。 ・歴史文化薫る「仁風閣グランピング」 ・お坊さん、神主さんと巡る鳥取歴史探訪 ・専門家から学ぶ鳥取民藝
受入整備	・鳥取のまちなかに点在する観光資源(歴史・伝統文化・伝統芸能など)はユニークなものが多い印象であるが、物見遊山となる施設や観光に活用されていないものが多く非常に勿体無いため、滞在型コンテンツとなるための開発や磨き上げが必要。

2.3 調査結果の反映

調査を行った結果、以下の対応を行った。

- ・インバウンド戦略に基づき、ターゲットセグメントとなる”Culture Hopper”を対象として、まちなかに点在する文化的な観光資源を体験型として提供するコンテンツの造成を行う。
- ・歴史文化薫るまちなかのコンテンツについては、鳥取が保有する重要文化財の仁風閣を起点に、鳥取城跡付近のお寺と連携した歴史探訪や、鳥取の伝統文化である民藝をテーマにしたコンテンツをインバウンド向けに開発していく。

3. コンテンツの情報収集および検証

＜検討概要＞
 現地調査によって深掘したコンテンツの情報を整理。インバウンド戦略に基づき4つのコンテンツを抽出した。①仁風閣グランピング ②お坊さんガイドリレー ③座禅体験と薬膳料理 ④学芸員に学ぶ民藝
 ＜得られた成果＞
 ・モニター調査およびモニターツアーを行った結果、②お坊さんガイドリレーによる歴史探訪と④学芸員に学ぶ民藝のコンテンツが人気を集めた。

3.1 コンテンツ造成検討会の実施概要

以下の日程においてコンテンツ造成検討会を実施した。

表 4 コンテンツ造成検討会一覧

コンテンツ造成検討会日程				
	時間	場所	参加人数	テーマ
第1回	令和3年10月20日 (水) 14時～15時	仁風閣 宝扇庵	10人	・ 調査結果の報告 ・ インバウンド戦略の共有と議論 ・ コンテンツ（仮説）の共有
第2回	令和3年12月23日 (木) 13時～14時半	鳥取市 役所	15人	・ 仮説検証結果およびモニター調査のフィードバックを共有 ・ コンテンツの方向性議論
第3回	令和4年1月27日 (木) 13時～14時半	仁風閣 宝扇庵	人	・ コンテンツおよび旅行商品内容の共有 ・ 販売体制、受入体制の検討 ・ 事業報告の共有

3.2 磨き上げの方針

訪日外国人向けの磨き上げの方針は、コンテンツ造成検討会を通して、以下の3点に留意して磨き上げを行うこととした。

- ① 調査結果を反映させたインバウンド戦略に基づき、鳥取のまちなかに点在する観光資源を活用した4つの仮説（コンテンツ）を設定し有識者と共有・議論すること

滞在型コンテンツ名	内容
仁風閣グランピング	国の重要文化財である仁風閣の敷地内に宿泊施設となるグランピングを設置して、訪日・国内の必要性を検証する。
お坊さん・神主さんと巡る鳥取歴史探訪	本物の住職や神主がガイドとしてリレーしながら街歩き（お寺めぐり）を行い商品として成立するか検証する。
座禅体験と薬膳料理	地元のお寺やレストランと連携して朝食と組み合わせたトリートな体験を提供。訪日・国内の必要性を検証する。
学芸員に学ぶ鳥取民藝	海外の美術館や博物館と同じように学芸員がガイドして地域の伝統文化を学ぶ体験に磨き上げる。

- ② モニター調査および専門家のフィードバックと有識者の意見を踏まえてコンテンツの内容を具体的に検討すること

- ③ コンテンツの商品化に向けて次年度以降の方向性と販売体制・受入体制を検討すること

3.3 意見抽出と対応表

コンテンツ造成会の結果を踏まえ、コンテンツの方向性について検討した。以下に参考となった意見及び造成コンテンツの方向性について示す。

表 5 抽出された意見及び造成コンテンツの方向性（抜粋）

	施設名称	抽出意見(問題提起)	打ち手（課題、手段）
①	グランピング 久松公園・二ノ丸	獣害や一般利用者が利用する場所であるため安全面での課題がある。	国の重要文化財である仁風閣を利用して実証を行う。
②	あおや和紙工房	鳥取市ではあるもののまちなかから距離がある。コンテンツとしてはユニークである。	グランピング施設のワークショップとして組入て検証。
③	製菓店と連携したお菓子作り	ワークショップができる場所確保の問題がある。	優先順位としては低く、来季以降で検討。
④	まちなかを巡るサイクリング	保管場所・管理責任者の問題。またコンテンツ造成時期が冬季となり寒い。	今期事業では見送り。
⑤	旧吉田医院	鳥取民藝プロデューサー吉田璋也の実家。普段は解放されていない。	民藝コンテンツに組み込み商品化を行う。
⑥	たくみ割烹	民藝と繋がり深いしゃぶしゃぶ発祥の店。ひとりしゃぶしゃぶは普段提供されていない。	民藝コンテンツに組込商品化を行う。
⑦	長田神社・興禅寺 観音院	お寺や神社はキラーコンテンツになり得るのか。	住職・神主ガイドにスポットを当てた商品とする。
⑧	ギャラリーを借りた陶芸体験	まちなかでギャラリー等を借りた陶芸体験よりは窯元を訪れての体験が満足度が高い。	市街地ではないが窯元を訪問する商品造成を検討。
⑨	住職・神主によるガイドリレー	体験時間が2時間では短い。	2時間30分のプログラムに変更する。
⑩	住職・神主によるガイドリレー	各スポットで説明する内容が国内市場向けとインバウンド向けで変更が必要。	英語の案内資料の整備。通訳ガイドの育成。
⑪	学芸員によるガイド	体験時間が2時間だと長い。	昼食を加えて2時間30分のプログラムに変更。
⑫	学芸員によるガイド	インバウンド市場の場合時間配分と説明が難しい。	英語の案内資料の整備。通訳ガイドの育成。
⑬	仁風閣グランピング（宿泊）	重文でのグランピングは魅力的であるが事業性の担保と使用許可に課題が残る。	デユースやイベントでの活用を検討。
⑭	仁風閣グランピング（櫓バー）	重要文化財を観光活用したコミュニティー作りは魅力的。	イベント的に商品化を目指して調整する。

4. モニターツアー等の実施

<検討概要>
 ・設定した仮説検証を目的として国内在住の外国人専門家、または海外と強いネットワークを持つ旅行会社を招請して彼らのフィードバックを元に改善策を検討する。
 <得られた成果>
 ・モニターツアーを行った結果、インバウンド戦略の仮説について有効性を確認することができ、今後コンテンツの磨き上げや旅行商品化に活用できる多くの意見を収集できた。

4.1 モニターツアー等の実施

仁風閣にグランピング施設を設置してそこを起点にした鳥取まちなか周遊のモニターツアーを実施した。モニターツアーにはそれぞれ有識者が参加し、専門的な観点より課題点を抽出した。また、仁風閣グランピングでは一般モニターの募集も行い、実際の宿泊を通して受入側の課題抽出とオペレーションの品質向上に努めた。

表 6 モニターツアー等の実施

	モニターツアー等日程			
	時間	場所	参加者	人数
モニターツアー	令和3年10月21日～24日	鳥取県鳥取市 ・仁風閣グランピング、櫓バー、座禅体験と薬膳料理 ・歴史探訪 ・鳥取民藝	・観光マーケットター ・富裕層旅行会社	2人
モニター調査	令和3年10月21日～11月14日	鳥取県鳥取市 ・仁風閣グランピング、座禅体験と薬膳料理	・アドベンチャートラベラー ・ジャーナリスト ・メディア ・旅行会社 ・通訳案内士 ・一般モニター	70人



図6 モニターツアーの様子

4.2 モニターツアー結果

モニターツアーより以下のような意見を収集し、各コンテンツの解決策を検討した。

表 7 抽出された意見及び造成コンテンツの解決策（一例）

コンテンツ名	モニター意見	解決策	改善実施有無 (2022年3月時点)
仁風閣 グランピング	<ul style="list-style-type: none"> ・重文敷地内に宿泊する体験は特別であるが水回りが不便である。 ・連泊は不要。 ・まちなかにある宿泊施設のサービスレベルに比べて劣る。 	<ul style="list-style-type: none"> ・重要文化財である仁風閣の建物内にあるトイレなどを使用しているため改善は不可能。 ・宿泊施設としてではなく、ディスプレイでのグランピングやイベントと連携した活用を模索する。 	実施済
仁風閣 櫓バー	<ul style="list-style-type: none"> ・普段入ることができない夜間の仁風閣に入れる特別感、「大正ロマン」を感じる演出は満足度が高かった。 ・運営オペレーション（メニューやシステムの案内）や、ドリンクメニューのバリエーションに課題を残した。 	<ul style="list-style-type: none"> ・運営マニュアルの改定、および運営回数を重ねることによる経験値向上。 ・お客様へのご案内するチラシ等に詳細の説明書きを加えるなど工夫を行う。 	実施済
住職神主と巡る 鳥取歴史探訪	<ul style="list-style-type: none"> ・お寺のお坊さんと神社の神主さんがリレーでガイドするのは他では経験できないコンテンツである。 ・各訪問先でのお手前も特別感があり満足度の高い内容。 ・もう少しゆっくりと時間を設定して欲しかった。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ツアーの時間を2時間で組んでいたが、意見を元に2時間30分に延長して設定する。 	実施済
学芸員に学ぶ 鳥取民藝	<ul style="list-style-type: none"> ・陶芸・木工・紡績・和紙などの手仕事の原点である民藝の考え方を学芸員の説明で深く知ることができるのは良い体験。 ・説明時間が長いのと専門的な用語が多く通訳の技術が問われる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・昼食を含めてツアーの時間を3時間（内2時間は民藝）で設定していたが、民藝の部分を1時間～最大1時間30分に修正して設定する。 	実施済
座禅体験と 薬膳料理	<ul style="list-style-type: none"> ・早朝座禅の体験であったため普段と異なる時間の流れや自分と向き合うことができ満足度の高い体験。但し、冬場の1時間は長く感じた。 ・薬膳料理もシェフから説明があり内容も素晴らしいが配膳のタイミングが遅い。 	<ul style="list-style-type: none"> ・商品の設定日を温かい季節（春～初秋まで）に実施する。 ・料理の配膳については、10名以上の予約がある場合、時間をズラすなど工夫をしてスムーズな対応ができるように調整する。 	実施済

5. 事業成果

<検討概要>
 ・造成されたコンテンツについて、設定していたアウトプットおよびアウトカムについて比較する。
 <得られた成果>
 ・アウトプットについては予定通り目標値と同様の商品を造成した。
 ・アウトカムについては、1月28日時点で販売されていない。

5.1 事業目標に対する成果

アウトプットコンテンツ4件の目標に対し4件となり達成した。
 アウトカムは現在販売体制構築中である。

	項目	目標	実績(1月28日時点)
アウトプット	造成コンテンツ数	4件	4件
アウトカム	販売数	335件	0件

5.2 コンテンツの造成方針

コンテンツの造成方針を以下の通りとし、商品造成を行った。

	当初	最終	変更理由
ターゲット	Educated Traveler	Educated Traveler	なし
観光資源	歴史と文化	歴史と文化	なし

5.3 造成したコンテンツの高付加価値・地域ならではのポイント

インバウンド戦略を定めたことで狙うべきターゲットを明確にしたことで、海外の趣味・嗜好を踏まえた観光資源に絞り込むことが可能となった。また、これまで観光の受入をしてこなかった地域のお寺や学芸員などに着目し、それぞれの本業と関連した観光コンテンツを作り上げ（または磨き上げ）特別な付加価値とすることで高単価且つ地域の観光事業者にも還元できるモデルとした。

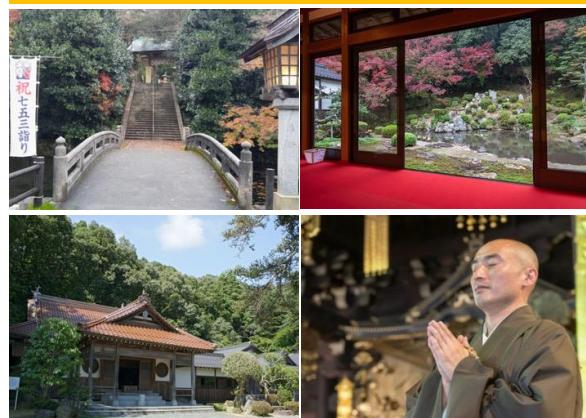
5.4 造成したコンテンツ

造成したコンテンツを以下に列挙する。

表 8 コンテンツ造成一覧

NO	エリア	地域名	新規	パッション	コンテンツの名称	概要	高付加価値・地域ならではのポイント
1	鳥取県	鳥取市	✓	Relaxation	グランピングガーデン仁風閣	国の重要文化財である仁風閣の敷地内にて期間限定のダイニングバーやグランピング（日帰り）を設置して大正ロマン溢れる演出の雰囲気を楽しむことができる。	国の重要文化財を観光に活用した特別な体験コンテンツ。旅行者と地域の肩を繋ぐコミュニティの役割を担う。
2	鳥取県	鳥取市	✓	Tradition	お坊さん・神主さんと巡る歴史探訪	お坊さん神主さんがガイドとなり、リレー形式で鳥取城跡付近の寺社仏閣を巡るコンテンツ。訪問先では抹茶体験や説法を聞きながらの庭園鑑賞、更にはご祈禱を体験できるなど盛りだくさんの内容	物見遊山での訪問または観光に使用されていなかった寺社仏閣を舞台に、住職神主がリレー形式で鳥取の歴史をガイドしひとつのストーリーで繋ぐ。
3	鳥取県	鳥取市	✓	Tradition	座禅体験と薬膳料理	本物のお坊さんから座禅を教わり自分の「ココロ」と「カラダ」と向き合う体験。座禅の後には薬膳料理をシェフの説明を聞きながらカラダの中からリフレッシュできる体験。	市街地の宿泊者を対象とした体験型コンテンツ。ビジネスホテルが多い市街地の環境を逆手に体験型の朝食として提供する。（滞在延伸）
4	鳥取県	鳥取市		Tradition	学芸員に学ぶ鳥取民藝	鳥取の伝統文化である民藝を民藝プロデューサー吉田璋也の歴史と共に学芸員から学ぶ。学びの後には民藝と関係性の深いたくみ割烹（じゃぶじゃぶ発祥の店）で昼食を楽しむことができる。	国内富裕層向けに提供されていたコンテンツをインバウンド向けに磨き上げ、本商品のみの特別メニューを組み入れた昼食を付加している。

お坊さん・神主さんと巡る鳥取歴史探訪



コンテンツ概要

お坊さん・神主さんと巡る歴史探訪は、お寺さんや神社のことをもっと深く知りたい方やご縁を結びたいと思っている方などに向けて提供する癒しの旅です。お坊さんや神主さんがガイドとなり、観音院・興禅寺・長田神社をリレー形式で巡りながら、その道中、お寺の歴史や鳥取の話、正しいお参りの仕方など、普段のまちなか散策では聞いたり知ることができないような特別な体験を提供します。

ニューノーマル時代の観光への工夫や強み

感染症対策の観点から少人数制の催行とし、地元のお坊さんならびに神主さんをガイドに起用。鳥取のまちなかコンテンツ全体のストーリー性を重視し、仁風閣グランピングと連動した内容としている。これにより、滞在日数を延伸する仕掛けを施すことになり、地域の飲食店や商店街など、経済的な波及効果を狙う。

事業番号	キーワード	インバウンド客,フレミズム化,教育系
歴史文化薫る鳥取まちなかアクティビティ造成事業	かたがひ	<input type="checkbox"/> 食 <input type="checkbox"/> 自然 <input checked="" type="checkbox"/> 伝統・文化 <input type="checkbox"/> その他
1番目/全3コンテンツ		<input type="checkbox"/> イベントツアー <input checked="" type="checkbox"/> アクティビティ <input type="checkbox"/> その他

鳥取県／鳥取市

【課題】
 これまでは鳥取砂丘を訪れる物見遊山の観光客が大半を占め、鳥取市街地（まちなか）に滞在する観光客は限定的であった。また、観音院などそれぞれのお寺には、インスタ映えを狙った庭園を撮影する人は訪れていたものの、鳥取市街地での滞在時間や滞在日数を増やすまでには至らなかった。

【打ち手】
 観音院など写真映えする庭園まで来客があることをヒントに、訪問するお寺のお坊さんなどがガイドして町歩きができるツアーを開発。複数のお寺や神社をストーリー性のある内容とすることで、半日ゆつりと町歩きができ、鳥取市街地での滞在時間や滞在日数を増やす仕掛けを施した。

実施している感染症対策

- 施設・スタッフの対策
検温 マスク着用 手指消毒 電子決済 室内換気
- 旅行者への対策
検温 マスク着用 手指消毒 連絡先控え
- その他：事前予約決済。各事業者への感染予防マニュアル配布・説明

対応可能な旅行形態 個人旅行

ターゲットとする顧客層 国内：ファミリー、カップル、女子旅
 訪日：Educated Traveler

販売価格（税抜） 1人あたり
 ※一般公示価格 国内 6,000円 訪日 +24,000円（G）

価格に含まれるもの 謝礼・拝観料/参拝料/ご祈禱・お抹茶

集合場所（代表住所） 長田神社
 鳥取県鳥取市東町2丁目121

アクセス 鳥取駅より車で15分

予約可能期間 発売～7日前まで

実施期間・実施回数 特定日（要調整）/リクエスト受け

所要時間・開始時間 午前 10:00 午後 14:00（2時間半）

催行人数 2人～10人（最小/最大）

貸切対応 可

言語対応 英 中 韓 その他：

専門家に学ぶ鳥取民藝



コンテンツ概要

鳥取民藝の父といわれる吉田璋也が収集した本物の民藝を展示する鳥取民藝美術館と、通常非公開の旧吉田医院を専門家（学芸員）の説明を聞きながら鳥取の伝統文化である民藝を学ぶコンテンツ。しゃぶしゃぶ発祥と言われる「たくみ割烹」では、特別メニューとして「すず鍋」を使用したひとりしゃぶしゃぶを堪能できる。

ニューノーマル時代の観光への工夫や強み

感染症対策の観点から少人数制の催行とし、専門家である学芸員の方をガイドに起用することで、単なる観光（物見遊山）ではなく、地域の伝統文化を深く学ぶことができる内容としている。また、民藝を軸にストーリー性を持たせたコンテンツと仕立て、民藝と関連した食事も提供することで、地域への観光消費額を高める取り組みとしている。

事業番号	キーワード	インバウンド客,フレミズム化,教育系
歴史文化薫る鳥取まちなかアクティビティ造成事業	かたがひ	<input type="checkbox"/> 食 <input type="checkbox"/> 自然 <input checked="" type="checkbox"/> 伝統・文化 <input type="checkbox"/> その他
1番目/全3コンテンツ		<input type="checkbox"/> イベントツアー <input checked="" type="checkbox"/> アクティビティ <input type="checkbox"/> その他

鳥取県／鳥取市

【課題】
 これまでは鳥取砂丘を訪れる物見遊山の観光客が大半を占め、鳥取市街地に滞在する観光客は限定的であった。また、国内市場では富裕層を対象とした「瑞風」の参加者に対してコンテンツとして提供していたが昼食は郊外であったり、訪日旅行者の対応としては不足を残していた。

【打ち手】
 国内富裕層向けに提供する内容をインバウンド向けに磨き上げ、通訳ガイド+特別メニューを組入れた昼食を付加価値として加えることで、販売価格を高め設定し、数よりの質を求めることで地元へ落ちる観光消費額向上を狙う設計とした。

実施している感染症対策

- 施設・スタッフの対策
検温 マスク着用 手指消毒 電子決済 室内換気
- 旅行者への対策
検温 マスク着用 手指消毒 連絡先控え
- その他：事前予約決済。各事業者への感染予防マニュアル配布・説明

対応可能な旅行形態 個人旅行

ターゲットとする顧客層 国内：富裕層、アート好き
 訪日：Educated Traveler

販売価格（税抜） 1人あたり
 ※一般公示価格 国内 10,800円 訪日 +24,000円（G）

価格に含まれるもの 謝礼・入館料・昼食代（たくみ割烹）

集合場所（代表住所） 鳥取民藝美術館
 鳥取県鳥取市栄町651

アクセス 鳥取駅より車で15分

予約可能期間 発売～7日前まで

実施期間・実施回数 特定日（要調整）/リクエスト受け

所要時間・開始時間 午前 10:00（2.5時間）

催行人数 2人～10人（最小/最大）

貸切対応 可

言語対応 英 中 韓 その他：