

# 施策評価シート

評価実施年度：令和元年度

幹事部局

商工労働部

施策の名称	施策 I - 3 - 2 情報発信等誘客宣伝活動の強化
施策の目的	「歴史」「自然」「文化」「伝統芸能」など島根県独自の魅力を、様々なメディアを活用し国内外に向け複合的に情報発信し、認知度の向上を図ります。
施策の現状 に対する評価	<p>(認知度の向上)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ H30は著名なタレントを起用したポスターや映像、グッズの作成などにより全国に向けた島根のイメージ発信を実施した。</li><li>・ ブランド総合研究所調査によるH30の都道府県の「魅力度ランキング」は32位、「行きたい上位5県」に島根県を選んだ人の割合は15.5%と、それぞれ、H27の40位、13.5%から大幅に上昇している。</li></ul> <p>(前年度の評価後に見直した点)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ 一定の認知度の向上が実現できているため、これまでのタレントを起用したイメージ重視の情報発信から、実際に島根への誘客につながる「美肌」「歴史文化」「自然」等をテーマとした島根の観光素材の具体的な情報発信に発展させ取り組むこととした。</li></ul>
今後の取組み の方向性	<p>(認知度の向上)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ 島根に行きたくくなるような具体的な観光素材の情報発信を展開していく。</li><li>・ 来県した際、観光客に楽しんでもらうための受地対策や、県内を広く周遊していただくための二次交通対策などに引き続き取り組む。</li></ul>

## 施策に関連する指標の一覧

施策の名称	施策 I - 3 - 2 情報発信等誘客宣伝活動の強化
-------	-----------------------------

施策の目的達成に向けて取り組む事務事業において設定している主な成果参考指標

項番	施策の成果参考指標	指標名	平成27年度	平成30年度		令和元年度	単位
			実績値	目標値	実績値	目標値	
1	○	都道府県魅力度ランキング	40.0	25.0	32.0	20.0	位
2	○	島根県への来訪意向割合	11.5	14.0	15.5	15.0	%
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
11							
12							
13							
14							
15							
16							
17							
18							
19							
20							

事務事業の一覧

施策の名称	施策 I - 3 - 2 情報発信等誘客宣伝活動の強化
-------	-----------------------------

	事務事業の名称	目的 (誰(何)を対象として、どのような状態を目指すのか)	前年度 事業費 (千円)	今年度 事業費 (千円)	所管課名
1	観光情報発信事業	島根県の観光地の魅力を伝え、島根県への観光誘客の拡大を図る	63,633	69,310	観光振興課
2	島根県観光連盟支援事業	島根県への観光客誘致活動を積極的に行えるよう支援・連携する	55,352	55,357	観光振興課
3	県内航空路線利用促進(観光振興)事業	航空路線を利用して島根県を訪れてもらう	85,036	85,354	観光振興課
4	神々のご縁観光総合対策事業	「神々」や「ご縁」など、島根のイメージを力強く発信することなどにより、切れ目のない誘客を図る	357,020	267,343	観光振興課
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					
16					
17					
18					
19					
20					
21					
22					
23					
24					
25					
26					
27					
28					
29					
30					
31					
32					
33					
34					
35					
36					
37					
38					
39					
40					

事務事業評価シート 評価実施年度： 令和元年度

上位の施策	施策 I-3-2 情報発信等誘客宣伝活動の強化
-------	----------------------------

1 事務事業の概要

担当課	観光振興課
-----	-------

名称	観光情報発信事業				
目的	誰(何)を対象として	観光ニーズを持つ県内外在住者	事業費 (千円)	前年度実績	今年度計画
	どういう状態を目指すのか	島根県内観光地の魅力を様々な媒体を用いて情報発信することにより、観光ニーズを持つ人々に訪問先として島根県を選択してもらい、県内観光地を訪れてもらう。		63,633	69,310
今年度の取組内容	【観光パンフ等作成事業】観光パンフレット等を作成。県外イベントでのブース出展により観光情報を発信する。 【しまね観光ナビゲーション事業】インターネット利用者に対し観光情報を提供するため、県の観光ホームページを管理する島根県観光連盟へ補助金を交付する。 【県外観光情報発信】県外事務所等を拠点に情報発信を強化し、広告宣伝活動を中心に島根の魅力を積極的にPRする。 【広告看板管理運営事業】県内及び中国地方に設置する観光案内板を観光PR媒体として活用するため、維持管理を行う。				
前年度に行った評価を踏まえて見直したこと	【しまね観光ナビゲーション事業】増加するスマートフォン閲覧者への対応として、スマートフォン向け改修を順次実施。 【広告看板管理運営事業】板面修正が必要な案内板をリスト化し、予定表をもとに順次修正を実施。				

2 成果参考指標等の状況

成果参考指標		年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	単位
1	指標名	観光情報提供数		880.0	920.0	960.0	1000.0	万PV
	式・定義	しまね観光ナビゲーションのページ全体の年間アクセス数						
		実績値	836.0	613.0	634.0	709.0		
		達成率	-	69.7	69.0	73.9	-	%
2	指標名							
	式・定義							
		実績値						
		達成率	-	-	-	-	-	%
「成果参考指標」の他に参考とすべきデータや客観的事実など								

3 「取組内容」に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組みによる改善状況	しまね観光ナビゲーションのページ全体の年間アクセス数は、平成30年度は対前年比11.8%増加するも、目標値に達していない。 広告看板については、当初の予定通り11基の板面修正を行った（H30年度実績）。
課題分析	① 「目的」の達成のため（又は達成した状態を維持するため）に支障となっている点	キュレーションサイト（まとめサイト）を中心とした他媒体の台頭により、しまね観光ナビゲーションの検索エンジンでの検索順位の低下。同サイト内の周遊性の低下。
	② 上記①（課題）が発生している原因	しまね観光ナビゲーションが魅力あるページ構成となっていない。また、ウェブサイト内にスマートフォン未対応の箇所があり、サイト周遊性が低下している。
	③ 上記②（原因）の解決・改善に向けた見直し等の方向性	ウェブサイトでのタイムリーな情報発信や、魅力あるコンテンツの作成を進めるとともに、「コンテンツマーケティング支援ツール」を導入したニーズ分析を引き続き実施し、閲覧者のニーズにあったページ作成を進める。また、スマートフォン向け改修を順次実施し、サイト周遊性を向上させる。

事務事業評価シート 評価実施年度： 令和元年度

上位の施策 施策I-3-2 情報発信等誘客宣伝活動の強化

1 事務事業の概要

担当課 観光振興課

名称		観光連盟支援事業				
目的	誰(何)を対象として	公益社団法人島根県観光連盟		事業費(千円)	前年度実績	今年度計画
	どういう状態を目指すのか	島根県への観光客誘致活動を積極的に行えるよう体制整備や事業費の支援を行い、行政と民間が一体となった観光振興を推進する。			55,352	55,357
今年度の取組内容	島根県観光連盟が観光客誘致活動を積極的に行えるよう補助・負担を行う ・観光連盟職員人件費 ・誘客プロモーション事業 ・民間事業者の取組支援・調整 ・観光産業人材育成・情報提供事業 ・観光資源の育成事業					
前年度に行った評価を踏まえて見直したこと	・新たに嘱託職員を1名増員し、組織体制の強化を図った。					

2 成果参考指標等の状況

成果参考指標		年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	単位	
1	指標名	観光入り込み客延べ数	目標値	33370.0	33530.0	33690.0	33850.0	34000.0	千人
	式・定義	毎年の観光動態調査結果	(取組目標値)						
			実績値	33171.0	33119.0	32303.0	31133.0		
			達成率	99.5	98.8	95.9	92.0	-	%
2	指標名		目標値						
	式・定義		(取組目標値)						
			実績値						
			達成率	-	-	-	-	-	%
「成果参考指標」の他に参考とすべきデータや客観的事実など									

3 「取組内容」に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	・県外旅行会社への旅行商品造成の営業活動(110件)、マスメディアの取材協力(24件)、マスメディアへの営業活動(16件)等、県外での誘客プロモーションを積極的実施した。(H30実績) ・H30年4月に「島根フィルムコミッションネットワーク会議」を設置し、24件のロケ支援を行った。(H30実績) ・MICE団体「おもてなし」キャンペーンの実施(16件)、教育旅行素材説明会(2回)の実施、教育旅行助成制度の適用校22校等、新市場開拓にも積極的に取り組んだ。(H30実績)
課題分析	① 「目的」の達成のため(又は達成した状態を維持するため)に支障となっている点	・インバウンド対策や石見地域の観光客の強化等、島根県観光連盟に求められる役割が増加している一方で、十分な対応ができていない。
	② 上記①(課題)が発生している原因	・島根県観光連盟として、求められる役割に的確に対応できる体制がまだ十分に整っていない。
	③ 上記②(原因)の解決・改善に向けた見直し等の方向性	・島根県観光連盟は、観光事業者等への専門的支援組織として、専門性の強化と継続性が必要である。求められる役割に的確に対応するための人員体制の確保や職員の専門性の向上に対して支援を継続していく。

事務事業評価シート 評価実施年度： 令和元年度

上位の施策	施策 I-3-2 情報発信等誘客宣伝活動の強化
-------	----------------------------

1 事務事業の概要

担当課	商工労働部観光振興課
-----	------------

名称	県内航空路線利用促進（観光振興）事業				
目的	誰（何）を 対象として	様々な観光ニーズを持つ人々（特に首都圏在住者）	事業費 （千円）	前年度実績	今年度計画
	どうい う状態 を 目指す のか	航空路線（萩・石見空港）を利用して島根県を訪れてもらう		85,036	85,354
今年度の 取組内容	萩・石見空港の東京線2便化を活用した観光誘客や石見地域の観光魅力づくりを推進する。 ①石見地域の伝統文化や自然などの観光素材をテレビやWeb等の媒体を用いた情報発信。 ②旅行会社等と連携し、個人向けの旅行商品造成支援や、受注型団体旅行の誘致に取り組む。山口県と連携して、萩・津和野のイメージアップのため都市部在住の女性をターゲットにしたモニターツアーや、ガイド付きのサイクリングモニターツアーを実施。 ③個人旅行者対象のレンタカー助成を実施。 ④ANAのWebサイトに訪日外国人向け石見特集ページを掲載。 ⑤スマートフォンの位置情報システム等を活用した空港利用者の動態調査・分析を実施。				
前年度に行った 評価を踏まえて 見直したこと	インセンティブに依存しない利用拡大を目的として、個人旅行者の上積みを図る。 ・山口県と連携して、萩・津和野のイメージアップのためのPRや、サイクリングモニターツアーを実施。 ・個人旅行者を対象としたレンタカー助成を実施。（24時間1,000円でレンタル可能） ・スマートフォンの位置情報システム等を活用した空港利用者の動態調査・分析を実施。				

2 成果参考指標等の状況

成果参考指標		年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	単位
1	指標名	萩・石見空港旅客数	目標値	13.5	13.8	14.1	14.5	万人
			(取組目標値)		14.4	14.9	15.0	
	式・ 定義	萩・石見空港利用実績調査（萩・石見空港利用 拡大促進協議会作成）	実績値	12.6	12.2	14.3	14.9	
			達成率	—	90.4	99.4	100.0	%
2	指標名		目標値					
			(取組目標値)					
	式・ 定義		実績値					
			達成率	—	—	—	—	%

「成果参考指標」の他に参考とすべきデータや客観的事実など

東京線は、天候不良等による欠航が例年になく多かったが、国のふっこう周遊割などの後押しもあり、搭乗実績146,833席とH30年度の目標147,000席に肉薄した。  
 <全体>アウトはH29年度の追い込みの反動のため前年度比減、インは個人利用を中心とした伸びにより前年度比増となった。  
 <観光分>旅行会社等と連携したイン対策について、個人客向け施策のレンタカー助成やインセンティブが奏功し目標を達成。団体客向け施策については目標達成できなかったが、債務負担行為に基づく早期の営業により、対前年度比増となった。  
 大阪線は、H23年度に定期便から期間限定便となっている。利用者数は例年横ばいであり、定期便の再開に向けて更なる利用促進策に取り組む必要がある。

3 「取組内容」に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組みによる改善状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>エージェンツ旅行商品へのパンフレット助成、インセンティブ助成、レンタカー助成、石見ぶらり手形・神楽めしクーポンなどの特典付与、受注型旅行商品の送客実績に応じたインセンティブ助成等旅行会社等と連携した取組により、多くの観光客が来県した。（個人向け対策：10,534席、団体向け対策：観光連盟分1,658席、石見観光振興協議会分374席 計2,032席 とともにH30実績）</li> <li>萩・石見エリアのフォトブックの作成・配布等の積極的な情報発信により、石見地域の認知度の向上が図られた。（3,000部作成し、首都圏の飲食店や宿泊施設に配置）</li> <li>絶景バスの運行やレンタカー助成を実施することにより、観光客の2次交通の利便性が向上した。</li> </ul>
課題分析	① 「目的」の達成のため（又は達成した状態を維持するため）に支障となっている点	<ul style="list-style-type: none"> <li>メディアに取り上げられるような観光地に乏しく、素材の掘り起こしと磨き上げが充分でない。</li> <li>出雲地域と比較して、石見地域の首都圏・全国への情報発信量が絶対的に少なく、魅力的な観光地としてPRが出来ていない。</li> <li>2次交通など実施している助成等の情報が旅行者に届いていない。</li> </ul>
	② 上記①（課題）が発生している原因	<ul style="list-style-type: none"> <li>隣県の山口県等と連携した広域の観光地として認識されていない。</li> <li>的確な情報発信や旅行商品のPRが不足している。</li> </ul>
	③ 上記②（原因）の解決・改善に向けた見直し等の方向性	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光地としての魅力や認知度の向上のため、山口県等と連携した魅力あるコンテンツづくりや絶景バスの運行、レンタカー助成等の2次交通対策の継続的な取組が必要。</li> <li>情報発信については、テレビやWebなど効果的なメディアにより、ぶらり手形や神楽めしクーポンなど施策を活用したサービス、魅力ある旅行商品などを通じて石見地域の魅力を最大限に発信し、認知度を上昇させる必要がある。</li> </ul>

事務事業評価シート 評価実施年度： 令和元年度

上位の施策	施策 I-3-2 情報発信等誘致宣伝活動の強化
-------	----------------------------

1 事務事業の概要

担当課	観光振興課
-----	-------

名称	神々とご縁観光総合対策事業				
目的	誰(何)を対象として	観光ニーズを持つ県外在住者および県内の観光事業者	事業費 (千円)	前年度実績	今年度計画
	どういう状態を目指すのか	県外在住者：「神々」や「ご縁」等の島根のイメージを発信することで、島根に興味を持ってもらい、来訪してもらう。 観光事業者：「神々」や「ご縁」といった島根のイメージに沿った観光商品や受入体制をつくる。		うち一般財源	357,020
今年度の取組内容	【ご縁の国しまねプロモ】来訪意欲向上のため、「美肌」「歴史文化」「自然」等をテーマとしたプロモーションを展開する。また、島根への誘客や再来訪につなげるため、観光客等の口コミを活用し、魅力を発信する。 【二次交通整備】広域エリアでの周遊バス事業への支援、県内宿泊を伴う貸切バスツアー造成への支援拡充を行う。 【着地型観光の推進】テーマ別プロモーションと連動した、オリジナリティのある着地型観光商品開発や観光地域づくりの支援、旅行会社による着地型旅行商品造成の支援を行う。 【観光人材の育成、基盤強化】観光産業を担う人材の育成・基盤の強化を図るため、市町村観光協会への観光コーディネート設置を支援する(5地域程度)。				
前年度に行った評価を踏まえて見直したこと	【ご縁の国しまねプロモ】来訪意欲の向上に伴い、観光入込客数が増加するよう、タレントを活用したイメージ中心の情報発信をやめ、「美肌」「歴史文化」「自然」「伝統芸能」など島根の観光素材をテーマとした具体的な情報発信に移行する。 【二次交通整備】より多くの観光客に来訪してもらうため、貸切バス助成の対象に募集型企画旅行を加えた。				

2 成果参考指標等の状況

成果参考指標		年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	単位	
1	指標名	島根県への来訪意向割合	目標値		12.0	13.0	14.0	15.0	%
			(取組目標値)						
	式・定義	県が独自に実施する観光認知度調査において、「行ってみたい都道府県(上位5県)」に島根県と回答した人の割合	実績値	11.5	11.0	13.5	15.5		
			達成率	-	91.7	103.9	110.8	-	
2	指標名	観光入り込み客延べ数	目標値	33370.0	33530.0	33690.0	33850.0	34000.0	千人
			(取組目標値)						
	式・定義	毎年の観光動態調査結果	実績値	33171.0	33119.0	32303.0	31133.0		
			達成率	99.5	98.8	95.9	92.0	-	

「成果参考指標」の他に参考とすべきデータや客観的事実など

しまね観光総合支援事業補助金 採択事業数 H29: 13件/H30: 25件  
 貸切バス旅行商品造成支援補助金 H29: 104台 3,092人/H30: 574台 21,059人(災害復興予算含む)  
 周遊バス運行 H29: 4コース/H30: 4コース  
 観光情報説明会参加者数(県外旅行会社) H29: 395人/H30: 553人  
 観光コーディネート支援対象団体 H29: 5団体/H30: 6団体

3 「取組内容」に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組みによる改善状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>来訪意向割合：順調に上昇し、平成30年度の調査において令和元年度の目標値を上回った。</li> <li>しまね観光総合支援事業費補助金：早期の旅行商品造成、事業者間の連携強化を目的とした要綱、運用の見直しを行った。</li> <li>貸切バス旅行商品造成支援補助金：募集型を対象とすることや、閑散期の支援を手厚くするなど、効率的な予算配分を行った。認知度の向上等により中京地域からの申請が増えている。</li> <li>周遊バス運行：県補助無しでの自走を始めたコースや新たな周遊バスコースの造成に繋がっている。</li> </ul>
課題分析	① 「目的」の達成のため(又は達成した状態を維持するため)に支障となっている点	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光プロモーションのテーマである「神々」「ご縁」等を体感できる観光地・観光商品が少なく、認知も低い。</li> <li>個人旅行者のアクセスが不便。</li> </ul>
	② 上記①(課題)が発生している原因	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光地、観光商品をつくり、磨き上げる仕組みがない。</li> <li>観光商品のPRの場が少なく、事業者が事業に取り組むメリットを感じにくい。</li> <li>観光地を周遊する際に利用できる交通機関が限られている。</li> </ul>
	③ 上記②(原因)の解決・改善に向けた見直し等の方向性	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光の新たなアピールポイントとして「美肌観光」を推進。</li> <li>旅行商品として成立、定着が見込まれる新しい取り組みについて、更なる掘り起こしと伴走型の支援を行う。</li> <li>観光商品のPR実施、旅行エージェントとのマッチング支援など販売を促進する。</li> <li>観光周遊バスや貸切バス助成等、利用者に広く知ってもらうためのPR方法や利用しやすい制度設計を検討する。</li> <li>観光客が減少する冬季などの閑散期対策についての検討を行う。</li> </ul>