

# 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 1-3-3 外国人観光客誘客の強化
施策の目的	アジア地域や欧米地域を対象に、訴求力の高いプロモーションや情報発信、受入環境整備などを実施することにより、今後、増加が見込まれる外国人観光客の誘客を促進します。
施策の現状 に対する評価	<p>(外国人観光客の誘客)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ H30は、島根県での宿泊を条件とした団体観光バス助成の対象拡大や、韓国での島根の観光商品のテレビショッピングの放送などの取組を実施した結果、県観光動態調査による外国人宿泊客延べ数は90,465人と、前年の67,773人から、33.5%の増と全国と比較しても大幅な伸びとなった。(全国+18.3%)</li><li>・ 特に、韓国やフランスは対前年比倍増(それぞれ+107.0%、+104.0%)と大幅な増加となった。</li><li>・ しかしながら、全国で比較すると、外国人延べ宿泊数は最下位となっており、さらなる増加に向けた取組が必要である。</li></ul> <p>(前年度評価後に見直した点)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ 重点的に誘致に取り組む国を5カ国(台湾、香港、韓国、フランス、タイ)に設定した。</li><li>・ 国際連続チャーター便誘致の取組を強化した。</li></ul>
今後の取組み の方向性	<p>(外国人観光客の誘客)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ 外国人観光客の直接的なゲートウェイ確保に向け、関係部署や市町村と連携し、国際定期便の就航を目指し、まずは県内空港への連続チャーター便の誘致を強力に進める。</li><li>・ 外国人観光客に対応する受入環境整備と意識の醸成を進める。</li><li>・ 重点5カ国の地域特性に応じた効果的なプロモーションを展開していく。</li><li>・ インバウンド機構や中国地域観光推進協議会など関係機関と連携し、SNSなど各種メディアを活用した海外に向けた情報発信を強化する。</li></ul>

## 施策に関連する指標の一覧

施策の名称	施策 1 - 3 - 3 外国人観光客誘客の強化
-------	--------------------------

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	○	主要観光施設の外国人利用者数	115,275.0	160,000 (143,000)	180,478.0	175,000 (160,000)	人
2	○	外国人宿泊客延べ数	51,899.0	87,000 (70,000)	90,465.0	110,000 (80,000)	人
3	○	消費税免税店舗数	52.0	86.0	84.0	100.0	店舗
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 1-3-3 外国人観光客誘客の強化
-------	----------------------

	事務事業の名称	目的 (誰(何)を対象として、どういう状態を目指すのか)	前年度 事業費 (千円)	今年度 事業費 (千円)	所管課名
1	外国人観光客誘致推進事業	島根県の観光の魅力を伝えることで、島根県に興味を持ってもらい、来訪してもらう。	143,268	305,732	観光振興課
2	山陰デスティネーションキャンペーン	島根県の魅力を鳥取県と連携して、国内外に広く情報発信し、当該地域のイメージアップを図るとともに、観光客の受入体制を整備し、多くの人に山陰を訪れてもらう。	45,000	11,000	観光振興課
3					
4					
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-3-3 外国人観光客誘客の強化
-------	-------------------------

担当課	観光振興課
-----	-------

1 事務事業の概要

名称	外国人観光客誘致推進事業				
目的	誰(何)を 対象として	外国人観光客	事業費 (千円)	前年度実績	今年度計画
	どうい う状態 を目指すか	島根県の観光の魅力を伝えることで、島根県へ興味を持ってもらい、来訪してもらう。		143,268	305,732
今年度の 取組内容	①受入環境整備加速事業 二次交通対策として周遊交通バスや団体ツアーバスに対する支援や受入意識醸成のためのセミナー等を開催 ②ゲートウェイ別誘客対策 県内空港への国際便の誘致、境港・浜田港へのクルーズ客船の誘致や受入環境の整備、レンタカー助成制度など ③市場別プロモーション強化事業 重点市場(台湾、韓国、香港、タイ、仏)を中心とした旅行会社やメディア等の招請、SNS等での情報発信など ④山陰インバウンド機構や中国地域観光推進協議会等の連携事業				
前年度に行った 評価を踏まえて 見直したこと	・情報発信強化のため動画共有サイトに英語版島根チャンネル「Discover Shimane」を開設し、動画を公開した。 ・外国人観光客の受入環境の整備を進めるため、外国人観光客誘致事業補助金と観光基盤整備補助金の内容を見直し、整理統合した。 ・個人旅行者対策として、レンタカー利用者に対する助成制度を創設した。				

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	外国人宿泊客延べ数	目標値	40.0	50.0	60.0	70.0	80.0	千人
			(取組目標値)				87.0	110.0	
	式・ 定義	毎年の観光動態調査結果	実績値	51.9	61.5	67.8	90.5		
			達成率	129.8	123.1	113.0	104.1		%
2	指標名	主要観光施設外国人利用者数	目標値	92.0	109.0	126.0	143.0	160.0	千人
			(取組目標値)				160.0	175.0	
	式・ 定義	窓口で旅券又は在留カードを提示することにより外国人割引を実施。その利用者数実績	実績値	115.3	123.5	157.9	180.5		
			達成率	125.3	113.4	125.4	112.8		%

「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

- ・宿泊旅行統計調査(観光庁)の推移 H27年 42,950人、H28年 58,310人、H29年 47,860人、H30年 62,090人
- ・境港及び浜田港へのクルーズ客船寄港数/乗船客数の推移  
 (境港) H27年度 23回、H28年度 33回、H29年度 61回、H30年度 37回  
 (浜田) H27年度 4回、H28年度 1回、H29年度 3回、H30年度 3回
- ・外国人割引を実施する観光施設の推移  
 H27年度 27施設、H28年度 28施設、H29年度 29施設、H30年度 31施設
- ・外国人向け観光情報発信としてウェブサイト、FacebookなどSNS、You tubeを活用  
 ウェブサイト(英、繁、簡、仏、タイ)、ブログ(韓)、Facebook(英、繁、仏、タイ)、微博(簡)、You tube(英)

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>・外国人宿泊客延べ数が増加 H29 67,773人 ⇒ H30 90,465人(+33.5%)                      (韓国) H29 6,000人 ⇒ H30 13,187人                      (フランス) H29 2,737人 ⇒ H30 5,580人</li> <li>・主要観光施設(外国人割引実施)への外国人入込客数 H29 157,936人 ⇒ H30 180,478人</li> <li>・新たに開設したフランス向けFacebookでは、半年間で9,000人を超えるフォロワーを獲得</li> <li>・新たに韓国を対象に加えた団体バスツアー助成では、全体で243台、6,394人の送客実績があった。</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	①近隣県の空港や他の主要空港など訪日外国人の直接的なゲートウェイから島根へのアクセスが不便。 ②キャッシュレス決済などの外国人観光客受入環境整備が整っていない。 ③海外での認知度が低い。
	② 上記①(課題)が発生している原因	①海外からの直接的なゲートウェイがなく、広島・岡山など近県に来訪している外国人観光客を取り込めていない。 ②平成の大選宮効果の継続等により国内の観光客数がほぼ維持されており、民間事業者等において外国人観光客誘致に意識が向きにくい。 ③観光素材への評価は高いものの、情報発信力が弱い。
	③ 上記②(原因)の解決・改善に向けた見直し等の方向性	①関係部署や市町村と連携し、県内空港への海外定期路線・連続チャーター便誘致を強力に進める。今年6月から運航が始まった韓国からの連続チャーター便を維持し、定期便化に繋がるよう県内ツアーの満足度を高めていく。個人旅行者(FIT)には広域周遊交通バスやレンタカー助成等、団体ツアー利用者には団体バス助成やインセンティブツアーの誘致を継続して実施する。 ②民間事業者等による受入意識醸成のため、専門家やデータを用いたセミナーを開催する。 ③JNTO(日本政府観光客)や山陰インバウンド機構、中国地域観光推進協議会などと連携し、デジタルマーケティングを活用した情報発信を強化していく。特に、動画の活用を促進する。

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-3-3 外国人観光客誘客の強化
-------	------------------------

1 事務事業の概要

担当課	商工労働部観光振興課
-----	------------

名称	山陰デスティネーションキャンペーン				
目的	誰(何)を対象として	さまざまな観光ニーズを持つ人々	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	島根県の魅力を鳥取県と連携して、国内外に広く情報発信し、当該地域のイメージアップを図るとともに、観光客の受入体制を整備し、多くの人に山陰を訪れてもらう。		うち一般財源	45,000
今年度の取組内容	平成30年度に全国展開した山陰デスティネーションキャンペーンの効果を継続させるため、JR西日本管内を中心としたアフターキャンペーンを実施 実施主体 山陰デスティネーションキャンペーン協議会 (JR、島根県、鳥取県、岡山県の市町村、観光関係団体、民間事業者等により組織) 対象者 JR6社及び全国の旅行会社、マスコミ及び観光客 内容 H28協議会設立、H29プレDC、H30DC本番、R1アフターDC				
前年度に行った評価を踏まえて見直したこと	プレDC、本番DCにより築いてきた鳥取県やJR西日本米子支社との連携を継続・強化した。 観光列車「あめつち」の運行区間を石見部まで延長してもらうため、「あめつち」を組み込んだ石見部の旅行商品の造成を目指し、地元やJR西日本米子支社と連携して旅行会社に働きかけた。				

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		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		33119.0	32303.0	31133.0		
			達成率	-	98.8	95.9	92.0	-	
2	指標名	全国宣伝販売促進会議参加者	目標値			500.0			人
	式・定義	会議の参加者	(取組目標値)						
			実績値			700.0			
			達成率	-	-	140.0	-	-	
「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 ・観光入り込み客延べ数 H29：32,303千人→H30：31,133千人) ・平成30年度のキャンペーン期間中の主な観光施設等の入込数は対前年比113%であった。 ・平成30年4月には島根県西部地震、同7月には西日本豪雨があった。									

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	OH29(プレ)、H30(DC本番) ・各市町村から挙げた観光素材を旅行会社へ提案し、旅行商品の造成に至った。 ・全国宣伝販売促進会議を開催し、全国から700人の参加があり山陰の観光素材のPRを行った。 ・新たな観光列車「あめつち」の運行が始まり、島根の観光素材の充実が図られた。また、「あめつち」を組み込んだ石見部の旅行商品を造成した。 OR1(アフター)プレ、DC本番で旅行会社に提案してきた観光素材の活用を引き続き働きかけ、旅行商品の造成に至った。
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	①山陽方面や関西方面からの観光客誘致に苦戦している。 ②DCの目玉企画として観光列車「あめつち」の運行が開始されたが、現状では県全体へ効果が及んでいない。
	② 上記①(課題)が発生している原因	①出雲大社や石見銀山など島根を代表する観光地以外の知名度が低い。旅行商品に組み込まれるような観光客を誘致できる新たな観光素材が少ない。H30年度に比較し、PR媒体が減少している。 ②観光列車「あめつち」は、運行区間が出雲以東となっており、石見部での運行に至っていない。
	③ 上記②(原因)の解決・改善に向けた見直し等の方向性	①県内市町村や観光事業者等と連携し、県内の観光資源の磨き上げや情報発信を行っていく。鳥取県やJR西日本米子支社と連携し、「山陰」として山陽方面や関西方面にアプローチしていく。山陰DCアフターキャンペーン終了後も、引き続き連携を継続・強化し、観光素材の発掘や磨き上げ、情報発信等に取り組んでいく。 ②継続して石見部の観光素材の発掘や磨き上げを行うとともに、昨年度に引き続き「あめつち」の西部運行については現実的な方法を地元、JR、旅行会社間で検討していく。