

# 施策評価シート

幹事部局

商工労働部

<b>施策の名称</b>	I-2-(2) 観光の振興
<b>施策の目的</b>	しまねの魅力を最大限に活かした観光地域づくりと積極的な情報発信により、国内外からの観光客の増加を通じて、観光産業の活性化を促進します。
<b>施策の現状 に対する評価</b>	<p>(地域資源を活用した魅力ある観光地域づくり)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>民間団体などが行う観光地づくりや旅行商品造成に対する支援を実施したが、観光プロモーションのテーマである「ご縁」等が体感できる観光地・観光商品がまだ少ない。</li> <li>新型コロナウイルスの影響により、感染が拡大する地域からの誘客が困難で、感染拡大の状況に応じたプロモーションが課題。</li> </ul> <p>(美肌観光の推進)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>首都圏をターゲットに「美肌県しまね」のプロモーションを展開し、SNS等による情報発信を実施するとともに、テーマ型企画旅行会社を活用し、商品の造成に取り組んでいるが、「美肌県」としてイメージの浸透はまだ不十分で、旅行商品として成立したものが少ないことが課題。</li> </ul> <p>(島根に行きたくなる観光情報の発信)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>「歴史文化」「自然」「伝統芸能」「美肌」の4つのテーマを設定し、島根の観光をより具体的にイメージできるよう情報発信を展開した結果、「ご縁の国」の認知度は向上しつつある。</li> </ul> <p>(ターゲット国を中心とした外国人の誘致)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>外国人宿泊客数は、98,094人(前年比+8.4%)と増加したが、新型コロナウイルスの影響により誘致が困難な状況。収束後に向けた受入環境整備と効果的な情報発信が課題。</li> </ul> <p>(前年度の評価後に見直した点)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>これまで取り組んでいた「ご縁の国」プロモーションに加え、島根の強みである「美肌」を新たなアピールポイントとして、幅広い年代の女性をターゲットに「美肌県しまね」のプロモーションを展開した。</li> </ul>
<b>今後の取組 の方向性</b>	<p>(地域資源を活用した魅力ある観光地域づくり)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>美肌観光として訴求できる温泉や食などの観光素材を掘り起こし、誘客に向けた伴走型の支援を行うとともに、感染症対策を講じた新しい旅行のスタイルにあわせた受入環境の整備、旅行商品の造成支援や効果的な情報発信を行う。</li> </ul> <p>(美肌観光の推進)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>「美肌県しまね」の認知度の向上、イメージ定着のため、各年代に訴求力のあるメディアを活用した情報発信を行う。また、美肌観光プランづくりを取り組む事業者を対象に、受け地づくりと旅行商品づくりを支援する。</li> </ul> <p>(島根に行きたくなる観光情報の発信)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>首都圏のPR専門会社を活用し、戦略的にメディア訪問等を実施することで、テレビや雑誌などでの露出を高め、旅行意欲の喚起を行う。</li> </ul> <p>(ターゲット国を中心とした外国人の誘致)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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引き続き強力に推進するとともに、収束後、早期に訪日旅行の回復が見込まれる市場に向けてSNS等による情報発信を実施する。また、体験コンテンツの充実や多言語表記などの受入環境の整備を進める。</li> </ul>



事務事業の一覧

施策の名称		I-2-(2) 観光の振興				
	事務事業の名称	目的		前年度の 事業費 (千円)	今年度の 事業費 (千円)	所管課名
		誰(何)を対象として	どういう状態を目指すのか			
1	隠岐ユネスコ世界ジオパーク活用推進事業	隠岐地域に住む人、隠岐地域を訪れる人	平成25年9月に世界認定となった隠岐ユネスコ世界ジオパークの取り組みで、持続可能な経済活動や文化活動を推進することにより、隠岐地域の活性化と振興を図る	72,656	67,646	自然環境課
2	しまねの自然公園満喫プロジェクト推進事業	外国人利用者をはじめとした県内自然公園の利用者	県内の自然公園の活用を図り、外国人利用者をはじめとした公園利用者の増加を目指す	377,794	388,644	自然環境課
3	コンベンション誘致推進事業	産業交流会館の利用者、コンベンション(会議、展示会、イベント等)の主催者	観光誘客、経済活動の活性化に繋がるコンベンションの開催を促す	43,747	50,000	商工政策課
4	特定有人国境離島地域滞在型観光推進事業	さまざまな観光ニーズを持つ人々(国境離島地域に興味を持つ人々)	特定有人国境離島の地域社会維持を目的とした国交付金を活用した隠岐4町村への補助事業により、滞在型観光を推進する。	15,576	36,645	観光振興課
5	観光産業人材育成事業	求職者、Uターン希望者、観光事業者	研修への参加者を募り、観光産業への就職者を確保することで、観光産業における人手不足の解消を図る。	45,208	20,000	観光振興課
6	しまね地域未来投資促進事業(観光)	観光事業者等	観光事業者の付加価値額増に繋がる取組を支援し、地域経済を牽引する事業者を増加する。	10,000	10,000	観光振興課
7	“美肌県しまね”観光総合対策事業	観光ニーズを持つ県外在住者および県内の観光事業者	県外在住者:「美肌県しまね」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:「美肌県しまね」のイメージに沿った観光商品や受入体制をつくる。	0	175,839	観光振興課
8	島根県観光連盟支援事業	公益社団法人島根県観光連盟	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	61,263	観光振興課
9	県内航空路線利用促進(観光振興)事業	様々な観光ニーズを持つ人々(特に首都圏在住者)	航空路線(萩・石見空港)を利用して島根県を訪れよう	74,734	81,605	観光振興課
10	“ご縁の国しまね”観光総合対策事業	観光ニーズを持つ県外在住者および県内の観光事業者	県外在住者:「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:「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。	0	333,332	観光振興課
11	外国人観光客誘致推進事業	外国人観光客	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。	274,166	318,239	観光振興課
12	島根の歴史文化活用推進事業	県民、国民等	しまねの豊かな歴史文化を、県民、国民に広め、県民には郷土への自信を培ってもらい、県外の方々にしまねの歴史文化の素晴らしさを知ってもらう。	286,194	62,588	文化財課
13						
14						
15						
16						
17						
18						
19						
20						
21						
22						
23						
24						
25						
26						
27						
28						
29						
30						

# 事務事業評価シート

## 1 事務事業の概要

担当課

商工政策課

事務事業の名称		コンベンション誘致推進事業			
目的	誰(何)を対象として	産業交流会会館の利用者、コンベンション(会議、展示会、イベント等)の主催者	事業費 (千円)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	観光誘客、経済活動の活性化に繋がるコンベンションの開催を促す		43,747	50,000
			うち一般財源 (千円)	43,747	50,000
今年度の取組内容		・コンベンション開催支援事業費補助金を活用した、(一財)くにびきメッセを主体とする誘致活動 ・更なるコンベンション誘致を推進するため、関係市町や関係団体で構成する情報交換及び情報共有並びに研修会の実施等を行うための連絡会議の開催			
昨年度に行った評価を踏まえて見直したこと		・コンベンション誘致に取り組む関係者の資質向上と情報交換を目的とした研修会の開催			
1	上位の施策	I-2-(2) 観光の振興	3	上位の施策	
2	上位の施策		4	上位の施策	

## 2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	単位	計上分類
1	(一財)くにびきメッセが開催支援したコンベンションの参加者数【当該年度4月～3月】	目標値		67,000.0	67,000.0	67,000.0	67,000.0	67,000.0	人	単年度値
		実績値	61,613.0							
		達成率	—	—	—	—	—	—		
2		目標値								
		実績値								
		達成率	—	—	—	—	—	—		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		大規模な会場や宿泊施設が少なく交通インフラが不便であり、また、コンベンションの開催に有利な他県との競争もあるなど、県内における誘致環境は厳しい状況にある。そんな中、くにびきメッセによる長期間継続した戦略的な誘致活動だけでなく、開催経費を軽減する助成制度が開催を決定するうえでの大きなインセンティブとなっている。 (県全体での開催件数)・平成29年度:172件 (うち石見・隠岐地域) ・平成29年度:10件、参加者数 13,424人 ・平成30年度:163件 ・平成30年度:12件、参加者数 12,318人 ・令和元年度:153件 ・令和元年度:12件、参加者数 7,869人								

## 3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	・他県との競争により島根県内におけるコンベンションの誘致環境は厳しい状況にあるなか、H29年度よりコンベンションの支援要件を緩和したことなどから、概ね前年度と同数の開催件数を維持する見込みであったが、新型コロナウイルス感染症の影響により2月以降はコンベンションの開催が難しい状況にあり、前年度と比較してやや減となった。
課題分析	① 課題 「目的」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	・島根県は、他県と比べ大規模な会場及び宿泊施設が不足しており、また、国際空港を始めとした県外からの交通アクセスが不便であることなどからコンベンション(会議、展示会、イベント等)の開催場所としては選定しづらい。県西部・隠岐地域は、この状況が顕著であることから特に選定しづらい状況である。
	② 原因 上記①(課題)が発生している原因	・国際空港を始めとした県外からの交通アクセスが不便であり、移動に要する経費も掛かることから敬遠されるため。 ・コンベンションの実施に伴う補助金制度やコンベンションビューロー等による会場の紹介等を行う各種開催支援等、島根県内でのコンベンション開催を促すための情報発信が不足しており、また、コンベンションの開催情報を収集する仕組みが確立されていないため。
	③ 方向性 上記②(原因)の解決・改善に向けた見直し等の方向性	誘致の際にインセンティブ効果を発揮する各種開催支援策を活用するほか、支援策の情報発信や開催情報を収集する仕組みを構築することにより、潜在的なニーズの掘り起こしを行う必要がある。 このため、コンベンション開催件数増加に向けて、開催に係る情報収集と有効なインセンティブ効果を発揮する開催支援策の情報発信を行う仕組みを、県庁内及びくにびきメッセ、観光連盟、山陰DMO、市町等の関係機関で構築した、しまねMICE誘致推進連絡会議において誘致活動の取り組みやノウハウの深化を図り潜在的なニーズの掘り起こしのための取り組みを行う。

## 事務事業評価シート

## 1 事務事業の概要

担当課

自然環境課

事務事業の名称		隠岐ユネスコ世界ジオパーク活用推進事業			
目的	誰(何)を対象として	隠岐地域に住む人、隠岐地域を訪れる人	事業費 (千円)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	平成25年9月に世界認定となった隠岐ユネスコ世界ジオパークの取り組みで、持続可能な経済活動や文化活動を推進することにより、隠岐地域の活性化と振興を図る		72,656	67,646
今年度の取組内容	地域振興、観光振興、保全保護、調査研究、教育・人材育成のため、隠岐ユネスコ世界ジオパーク推進協議会と連携した取組を実施 ①隠岐ユネスコ世界ジオパークを運営する推進協議会の運営経費の一部負担 ②隠岐ユネスコ世界ジオパーク内のジオサイトの施設整備 ③県内外への情報発信、他のジオパークやそれを有する自治体や運営組織などと連携した認知度向上の取組 ④拠点施設・中核施設の整備を支援(隠岐の島町、海士町) ⑤隠岐ユネスコ世界ジオパークでの島根の子供を対象とした体験学習の実施				
昨年度に行った評価を踏まえて見直したこと	・国内外の認知度を更に向上させるため、情報発信手法を再検討、デジタルマーケティングやSNSを活用し、ターゲットを絞った情報発信を実施				
1	上位の施策	VI-4-(1) 豊かな自然環境の保全と活用	3	上位の施策	III-2-(2) 世界に誇る地域資源の活用
2	上位の施策	I-2-(2) 観光の振興	4	上位の施策	

## 2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	単位	計上分類
1	隠岐ユネスコ世界ジオパーク推進協議会ホームページのPV数【当該年度4月～3月】	目標値		280,000.0	360,000.0	440,000.0	520,000.0	600,000.0	PV	単年度値
		実績値	214,626.0							
		達成率	—	—	—	—	—	—		
2		目標値								
		実績値								
		達成率	—	—	—	—	—	—		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		○平成30年1月にユネスコ世界ジオパークとして再認定(次回再認定は令和3年度) ○隠岐地域の観光入込客延べ数:H30年168千人→R元年167千人(観光動態調査結果) ○交流人口数(推定入島客数):H30年度:124千人→R元年度:123千人 ○隠岐を訪れる外国人観光客:H30年度:911人→R元年度:1,133人(いずれも隠岐汽船利用者のみ)								

## 3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	○令和3年度のユネスコ世界ジオパークの再認定に向けて、平成29年7月の再認定審査における指摘事項(展示施設の整備、誘導標識・サイト看板の整備、地質遺産の教育促進等)の対応は進んでいる
課題分析	① 課題	○観光振興の面で観光入込客数や交流人口数などの具体的な数値に結果が表れていない ○隠岐ユネスコ世界ジオパークの認知度がまだ低い
	② 原因	○現在の情報発信手法では、届けたい相手に情報が届いていないため、隠岐ユネスコ世界ジオパークの魅力ある自然景観などが観光資源として活用できていない ○地元の住民・事業者・行政等が来島者に魅力を伝える仕組みや取組が十分でない
	③ 方向性	引き続き以下の分野を柱とする具体的な事業を隠岐4町村及びジオパーク推進協議会と連携して取組む ①情報発信手法の見直し及び強化…デジタルマーケティングの実施、SNSでの情報発信等 ②多言語対応の強化…HPの改修、HP、リフレット、ガイドブック等の5か国語対応、QRコードの活用等 ③来島者の満足度向上…認定ガイドの養成、ジオパーク関連商品の開発、ジオサイト看板の更新 ④地域への啓発向上…島民対象の学習会・講座・検定・シンポジウム等の実施、ジオパークサポーターの養成 ⑤学校教育との連携…児童・生徒へのジオパーク学習、高校の魅力化(3高校の連携事業) ⑥施設・設備の整備…センター、ガイドハウス、人材育成機能を持つ拠点施設・中核施設の整備



# 事務事業評価シート

## 1 事務事業の概要

担当課

自然環境課

事務事業の名称		しまねの自然公園満喫プロジェクト推進事業			
目的	誰(何)を対象として	外国人利用者をはじめとした県内自然公園の利用者	事業費 (千円)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	県内の自然公園の活用を図り、外国人利用者をはじめとした公園利用者の増加を目指す		377,794	388,644
			うち一般財源 (千円)	53,400	72,797
今年度の取組内容	平成28年度、環境省の「国立公園満喫プロジェクト」に大山隠岐国立公園が選定されたことを機に、国立公園をはじめとした県内自然公園(国立公園、県立自然公園等)の受入体制を整備し、国内外からの来訪者の誘致と増加を目指す「しまね自然の公園満喫プロジェクト」に取り組んでいる。 令和2年度は、三瓶山地域、半島東部・西部地域の登山道・遊歩道や看板整備などの施設整備を進めるとともに、平成28年度から整備した施設の利用促進を図るため、体験プログラムの充実、案内サインやパンフレット等の多言語化などソフト事業を強化する。また、環境省の満喫プロジェクトは、今年度末で終了するため、次年度以降のフォローアップを検討する。				
昨年度に行った評価を踏まえて見直したこと	国内外からの来訪者が安全安心・快適に利用できるよう、自然歩道等の施設整備や案内看板の整備・多言語化を進める。また、地元地域協議会への支援を行い、体験プログラム造成やガイド養成等を図る。 引き続き、海外旅行会社向けモニターツアーを実施する。				
1	上位の施策	VI-4-(1) 豊かな自然環境の保全と活用	3	上位の施策	III-2-(2) 世界に誇る地域資源の活用
2	上位の施策	I-2-(2) 観光の振興	4	上位の施策	III-3-(1) 稼げるまちづくり

## 2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	単位	計上分類
1	大山隠岐国立公園関係市町村及び周辺宿泊拠点の外国人宿泊者推計【前年度1月～当該年度12月】	目標値		61,000.0	67,000.0	73,000.0	79,000.0	85,000.0	人	単年度値
		実績値	64,997.0							
		達成率	—	—	—	—	—	—		
2		目標値								
		実績値								
		達成率	—	—	—	—	—	—		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		・大山隠岐国立公園の関係市町村(松江市、出雲市、大田市、美郷町、飯南町、隠岐の島町、海士町、西ノ島町、知夫村)と島根県東部(安来市、雲南市、奥出雲町)を環境省が推計 (過去の推計数値 H28 35,761人、H29 37,043人、H30 47,470人) ・令和元年島根県観光動態調査結果の外国人宿泊客延べ数は、98,094人(前年と比べ8.4%増加)								

## 3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>・自然公園等の遊歩道の整備、案内看板の整備や多言語化を実施し、受け入れ体制が徐々に進んでいる</li> <li>・海外旅行会社向けのモニターツアーを実施し、PRを図った。国内外からの来訪者も増えてきている</li> <li>・自然を体験できるアクティビティの拠点施設として、三瓶自然館にフィールドセンターを整備した</li> <li>・満喫プロジェクトの中核施設である三瓶自然館の展示施設リニューアルや小豆原埋没林公園のガイド施設を整備した</li> </ul>
課題分析	① 課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「目的」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</li> <li>・自然公園等の標識、遊歩道、看板の多言語化をさらに進める必要がある</li> <li>・各地域協議会で造成されている体験プログラムなどなかなか誘客に結びつかない</li> <li>・国内外における認知度が低い</li> <li>・地元を紹介するガイドの不足</li> <li>・自然公園への交通アクセスが悪い</li> </ul>
	② 原因	<ul style="list-style-type: none"> <li>・国の交付金の配分が十分でなく計画的な整備ができない</li> <li>・ホームページやインターネットからの情報発信方法やターゲットに届いているか分析が不十分</li> <li>・ガイドの人材育成が不足している</li> <li>・自然公園への路線バスなどの公共交通機関の運行が不十分</li> </ul>
	③ 方向性	<ul style="list-style-type: none"> <li>・国への重点要望など強力な働きかけを行い、必要な交付金を十分に配分してもらう</li> <li>・国内外からの来訪者のために、案内看板やサインの整備、多言語化を進める</li> <li>・また、安全安心、快適に利用できる自然歩道等の施設整備と適切な維持管理を行う</li> <li>・地元地域協議会へ支援し、魅力的な体験プログラムの開発やガイド養成などソフト事業を促進する</li> <li>・地元協議会の今後のフォローアップを検討する</li> <li>・国立公園のプロモーションやマーケティングを行い、国内外への情報発信を強化する</li> <li>・自然公園への交通アクセスの手法を研究する</li> </ul>

# 事務事業評価シート

## 1 事務事業の概要

担当課 観光振興課

事務事業の名称		特定有人国境離島地域滞在型観光推進事業			
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(国境離島地域に興味を持つ人々)	事業費 (千円)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	特定有人国境離島の地域社会維持を目的とした国交付金を活用した隠岐4町村への補助事業により、滞在型観光を推進する。		15,576	36,645
今年度の取組内容	隠岐地域での滞在型旅行商品の開発や、人材の確保・育成の取組を支援 ※新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、スケジュール等の変更あり ・隠岐の魅力を高め滞在期間を延ばすための新たな体験メニューの作成・企画乗船券の造成・販売。電動マウンテンバイク(e-bike)による島内周遊プランの企画・実証、隠岐4町村の滞在プログラム開発支援 ・外国人旅行者等の誘致に向けた受入環境の整備等：外国人観光客向けの専門ガイド養成				
昨年度に行った評価を踏まえて見直したこと	・春・秋の観光客数の底上げとなるよう、企画乗船券の利用期間を夏季を除き拡大 →新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、春の販売を延期し、利用期間を7/20～12/20(8月繁忙期除く)に変更 ・外国人向けガイド養成、外国人をターゲットとした情報発信等により、外国人旅行者の誘致を促進				
1	上位の施策	I-2-(2) 観光の振興	3	上位の施策	
2	上位の施策		4	上位の施策	

## 2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	単位	計上分類
1	観光入込客延べ数(隠岐)【前年度1月～当該年度12月】	目標値		169.0	169.0	170.0	171.0	171.0	千人	単年度値
		実績値	167.0							
		達成率	—	—	—	—	—	—		
2	宿泊客延数(隠岐)【前年度1月～当該年度12月】	目標値		103.0	103.0	104.0	104.0	105.0	千人	単年度値
		実績値	97.0							
		達成率	—	—	—	—	—	—		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		・観光客入込数・宿泊客延数が減少傾向(島根県観光動態調査) 観光客入込数：H29年186千人、H30年168千人、R1年167千人[速報値] 宿泊客延べ数：H29年106千人、H30年102千人、R1年97千人[速報値] ・観光の形態が団体から個人へシフト ・宿泊施設の減少(H16年98施設→R1年56施設)								

## 3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	・企画乗船券の販売・利用期間及び販売枚数拡大、・高速船(往路)利用を組み合わせることによる滞在時間の延長及び利便性の向上 H30:利用期間9/1～10/31、販売枚数921枚→R1:利用期間5/10～10/31(7/13～8/31除く)、販売枚数1,307枚 利用期間中(5～6月、9～10月の4ヶ月間)の観光入込客数H30:72,539人→R1:73,764人、宿泊客数H30:41,864人→R1:42,177人 ・外国人観光客向けのガイド養成:研修修了者10名(英・仏・中・韓・独・波語)
課題分析	① 課題	ア)本土に比べ夏季以外の観光客数の落ち込みが激しい イ)観光地を見て回る通過型の観光が主流で、島の魅力を生かした体験型観光メニューが少なく、消費額の増加や滞在時間の延長につながっていない。また、荒天時に観光客の満足度が低い ウ)外国人旅行者や個人客を呼び込むための受入体制整備が進んでいない
	② 原因	ア)夏季に比べ他の時期に誘客につながる観光コンテンツが弱い イ)観光客のニーズに合った体験型観光メニューを提供できていない。また、利用促進を十分に図れていない ウ)体制整備を進めるための、専門人材の不足、受入窓口(オンラインシステム)や広報の情報不足
	③ 方向性	ア)R1年度に続き、企画乗船券の春・秋販売の実施、積極的な誘客プロモーションにより、夏季以外の観光客数の底上げを図る。 イ)荒天時にも利用できる体験メニューや周遊観光を促す観光素材の企画開発を促し、消費拡大や滞在時間の延伸につなげる。 ウ)観光客の調査・分析により、ターゲットを明確化し、効果的な広報・宣伝を実施することで、観光客数の維持・向上に取り組む。 ウ)外国人旅行者誘致のため、外国語ガイドを活用したインバウンド向けコンテンツの開発、外国人をターゲットとした情報発信を行う。

## 事務事業評価シート

## 1 事務事業の概要

担当課

観光振興課

事務事業の名称		観光産業人材育成事業			
目的	誰(何)を対象として	求職者、Uターン希望者、観光事業者	事業費 (千円)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	研修への参加者を募り、観光産業への就職者を確保することで、観光産業における人手不足の解消を図る。		45,208	20,000
			うち一般財源 (千円)	0	20,000
今年度の取組内容		地域創生人材育成事業終了に伴い、当該事業で構築したカリキュラム等を高等技術校の訓練等により継続しつつ、事業者における職場環境の改善、人材確保・育成の取組への支援することで、観光産業の人材不足解消を図る。 ※新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、スケジュール等の変更あり			
昨年度に行った評価を踏まえて見直したこと					
1	上位の施策	I-2-(2) 観光の振興	3	上位の施策	
2	上位の施策		4	上位の施策	

## 2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	単位	計上分類
1	観光産業就職者数【当該年度4月～3月】	目標値		20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	人	単年度値
		実績値	21.0							
		達成率	—	—	—	—	—	—		
2		目標値								
		実績値								
		達成率	—	—	—	—	—	—		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		県内宿泊施設・観光施設においては、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により求人は低迷している状況だが、観光需要が回復するときには人手不足の状況が想定される ・島根県の有効求人倍率(接客・給仕) H31. 4:5. 32倍 ・H30宿泊・観光施設雇用状況調査 従業員不足と回答した企業:51%								

## 3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	目標の対象に対して具体的にもたらされた成果 ・研修受講者数 24名 ・研修終了者の就職・企業 21名(就職率H30:80%⇒R1:88%) ・隠岐地域への就職者を3名確保
課題分析	① 課題	・新型コロナウイルス感染症拡大の影響により求人は低迷している状況だが、観光需要が回復するときには人手不足の状況に向けた、継続的な取組が必要 ・石見地区への就職者が確保できていない(R1:0名)
	② 原因	・全国的に比較すると研修終了者の離職率は低いものの、離職者が発生している ・座学研修を松江市で開催しているため、石見地区に居住したままでの参加が困難
	③ 方向性	・研修終了者への就職後のフォローアップ、受入企業側へのフォローアップ体制の確立 ・石見地区、隠岐地区で実施可能な研修方法を検討、確立する



## 事務事業評価シート

## 1 事務事業の概要

担当課 観光振興課

事務事業の名称		しまね地域未来投資促進事業(観光)			
目的	誰(何)を対象として	観光事業者等	事業費 (千円)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	観光事業者の付加価値額増に繋がる取組を支援し、地域経済を牽引する事業者を増加する。		10,000	10,000
			うち一般財源 (千円)	10,000	10,000
今年度の取組内容		・観光産業に関わる企業への地域経済牽引事業計画の策定を促し、計画に係る取組を支援する。 ※新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、スケジュール等の変更あり			
昨年度に行った評価を踏まえて見直したこと		・観光客への新たなサービスの創出等を検討する事業者へ、地域経済牽引事業計画の策定を働きかける。			
1	上位の施策	I-2-(2) 観光の振興	3	上位の施策	
2	上位の施策		4	上位の施策	

## 2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	単位	計上分類
1	認定企業数【当該年度4月～3月】	目標値		2.0	2.0	2.0			件	単年度値
		実績値	2.0							
		達成率	—	—	—	—	—	—		
2		目標値								
		実績値								
		達成率	—	—	—	—	—	—		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		県内観光消費額 R1 1,301億円 県内付加価値額 R1 626億円								

## 3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	・R1年度は、2社が地域経済牽引事業計画を策定し、事業を実施した ・R2年度は、2社が計画策定予定
課題分析	① 課題	「目的」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
	② 原因	上記①(課題)が発生している原因
	③ 方向性	上記②(原因)の解決・改善に向けた見直し等の方向性
		・計画の認定要件である付加価値額3,029万円増加が、観光関連事業者にとって高いハードルとなっている。 ・計画の認定要件を国が定めている。 ・要件をクリアするために産業振興財団等の関係団体と協力し、認定要件をクリアできるよう観光事業者の地域経済牽引事業計画の策定について助言する。

## 事務事業評価シート

## 1 事務事業の概要

担当課

観光振興課

事務事業の名称		“美肌県しまね”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)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	県外在住者:「美肌県しまね」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:「美肌県しまね」のイメージに沿うような観光商品や受入体制をつくる。		うち一般財源 (千円)	175,839
今年度の取組内容		【情報発信】「ご縁」に続く新たなアピールポイントとして、島根の強みである「美肌」をキーワードに、幅広い年代の女性をターゲットとした「美肌県しまね」プロモーションを新たな柱として重点的に展開する。 【誘客促進】「美肌県しまね」のモデルプラン造成、旅行会社と連携した旅行商品の造成を行い、美肌観光の推進を図る。 ※新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、スケジュール等の変更あり			
昨年度に行った評価を踏まえて見直したこと		【情報発信】観光入込客数が増加するよう、「美肌」を切り口とし「温泉」「食」など島根の観光素材の具体的な情報発信に移行する。 【誘客促進】美肌観光モデルエリアを4エリアから7エリアに拡大し、「温泉」「食」を基本とする美肌観光モデルプランを創出する。			
1	上位の施策	I-2-(2) 観光の振興	3	上位の施策	
2	上位の施策		4	上位の施策	

## 2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	単位	計上分類
1	観光入込客延べ数【前年度1月～当該年度12月】	目標値		32,800.0	33,100.0	33,400.0	33,700.0	34,000.0	千人	単年度値
		実績値	32,990.0							
		達成率	—	—	—	—	—	—		
2	宿泊客延べ数【前年度1月～当該年度12月】	目標値		3,730.0	3,760.0	3,790.0	3,820.0	3,850.0	千人	単年度値
		実績値	3,782.0							
		達成率	—	—	—	—	—	—		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		・観光認知度調査:美肌県しまね認知度 R1年度1回目:5.6%								

## 3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	・「美肌県しまね」プロモーションの初年度であり、まずは「島根といえば美肌県」のイメージ定着を目的とし、主に首都圏の若い女性層をターゲットとしたプロモーションを展開し、SNS等による情報発信に取り組んだ。 ・福利厚生代行企業、テーマ型企画旅行会社を活用した旅行商品の造成に取り組んだ。
課題分析	① 課題	・「美肌県」として県のイメージの浸透が不十分。 ・温泉、食材など美肌の観光素材はあるが、旅行商品として成立したものが少ない。
	② 原因	・「美肌県しまね」の認知拡大及びメディアへの露出拡大のため、各年代に訴求力のあるメディアを活用したプロモーションが不十分。 ・象徴的なモデルプランがなく、旅行商品づくりのノウハウも県内に蓄積されていない。
	③ 方向性	・「美肌県しまね」の認知度向上、イメージ定着のため、全年代の女性に向け、それぞれの年代に訴求力のあるメディアを活用したプロモーションを展開していく。 ・冬旅キャンペーンを継続し、OTA、AGTの商品を通じた「美肌県」の定着を図る。 ・ソフト事業に加えハード整備も補助対象とし、受け地づくりと旅行商品づくりを切れ目なく支援する。



## 事務事業評価シート

## 1 事務事業の概要

担当課 観光振興課

事務事業の名称		島根県観光連盟支援事業			
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)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	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	61,263
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				
昨年度に行った評価を踏まえて見直したこと	H31年度からロケツアーリズムに従事する嘱託職員(1名)を採用し、体制を強化した。 R2年度は引き続き現体制を継続し、体制の強化、人材育成を図る。				
1	上位の施策	I-2-(2) 観光の振興	3	上位の施策	
2	上位の施策		4	上位の施策	

## 2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	単位	計上分類
1	観光入込客延べ数【前年度1月～当該年度12月】	目標値		32,800.0	33,100.0	33,400.0	33,700.0	34,000.0	千人	単年度値
		実績値	32,990.0							
		達成率	—	—	—	—	—	—		
2	宿泊客延べ数【前年度1月～当該年度12月】	目標値		3,730.0	3,760.0	3,790.0	3,820.0	3,850.0	千人	単年度値
		実績値	3,782.0							
		達成率	—	—	—	—	—	—		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実										

## 3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	・首都圏・関西圏の旅行会社を対象とした観光情報・素材説明会の開催(3回)、マスメディアの取材協力(30件)等、県外での誘客プロモーションを積極的に実施した。(H31実績) ・MICE団体「おもてなし」キャンペーンの実施(4件)、教育旅行素材説明会(1回)の実施、教育旅行助成制度の適用校20校等、新市場開拓にも積極的に取り組んだ。(H31実績) ・大手宿泊予約サイトと連携して「美肌県しまね」冬旅キャンペーンを実施し、新たに「美肌県しまね」のイメージを活かした誘客に取り組んだ。(H31販売実績4,405件)
課題分析	① 課題	・インバウンド対策や石見・隠岐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 原因	・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 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

## 1 事務事業の概要

担当課

観光振興課

事務事業の名称		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)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	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		74,734	81,605
			うち一般財源 (千円)	63,509	71,405
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、食などの観光素材をテレビやWeb等の媒体を用いて情報発信するとともに、石見地域を周遊する個人型商品の造成・販売。 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。福利厚生代行企業との連携再開や個人旅行者対象のレンタカー助成を見直し。 ③インバウンド対策として、観光素材の発掘から磨き上げ、プロモーションまでを一貫して実施。				
昨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。 ・石見地域を周遊する個人型商品の造成・販売を実施。 ・個人旅行者を対象としたレンタカー助成を見直し。(1泊2日2,000円でレンタル可能)				
1	上位の施策	I-2-(2) 観光の振興	3	上位の施策	III-2-(1) 牽引力のある都市部の発展
2	上位の施策	III-4-(2) 空港・港湾の機能拡充と利用促進	4	上位の施策	

## 2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	単位	計上分類
1	萩・石見空港の乗降客数(定期便の年間乗降客数) 【当該年度4月～3月】	目標値		15.1	15.1	15.2	15.3	15.4	万人	単年度値
		実績値	14.3							
		達成率	-	-	-	-	-	-		
2		目標値								
		実績値								
		達成率	-	-	-	-	-	-		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		東京線は、R2年2月までは過去最高の搭乗席数の推移であったが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、首都圏からの団体旅行のキャンセルなどにより、搭乗実績140,689席とR元年度の目標148,000席に到達しなかった。 <全体>アウト、インともに年度末の新型コロナウイルス感染症拡大の影響のため前年度比減となった。 <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とインセンティブ助成を期間限定で併用可とするなど対前年度比微減となった。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。								

## 3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	・エージェント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:10,146席、団体向け対策:観光連盟分1,817席、石見観光振興協議会分536席 計2,353席 とともにR1実績) ・絶景バスの運行やレンタカー助成(個人向けはH31年度～)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。
課題分析	①課題	・新型コロナウイルス感染症拡大による移動自粛等により、首都圏からの誘客が困難な状況。 ・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。 ・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。 ・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。
	②原因	・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。 ・的確な情報発信や旅行商品のPRが不足している。
	③方向性	・観光誘客は新型コロナウイルス感染症拡大の状況をみながら、徐々に県外からの呼び込みを実施、次年度以降の需要喚起に向けて、本年度は新たな媒体を活用した情報発信や写真素材等の整備を行う。 ・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。 ・情報発信については、SNSなど効果的なメディアを活用して、ぶらり手形や神楽めしクーポンなどの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ことが必要。



# 事務事業評価シート

## 1 事務事業の概要

担当課

観光振興課

事務事業の名称		“ご縁の国しまね”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)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	県外在住者:「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:「ご縁」といった島根のイメージに沿うような観光商品や受入体制をつくる。			333,332
今年度の取組内容	【情報発信】来訪意欲向上のため、「ご縁」「歴史文化」「しまねっこ」等を活用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。 【誘客促進】出雲、石見、隠岐圏域ごとの地域の観光素材を活用した着地型旅行商品の造成、周遊対策を行う。また、JR、NEXCO等の交通機関、他県等との広域連携による誘客促進を図る。 ※新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、スケジュール等の変更あり				
昨年度に行った評価を踏まえて見直したこと					
1	上位の施策	I-2-(2) 観光の振興	3	上位の施策	Ⅲ-2-(2) 世界に誇る地域資源の活用
2	上位の施策	Ⅲ-3-(1) 稼げるまちづくり	4	上位の施策	

## 2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	単位	計上分類
1	観光入込客延べ数【前年度1月～当該年度12月】	目標値		32,800.0	33,100.0	33,400.0	33,700.0	34,000.0	千人	単年度値
		実績値	32,990.0							
		達成率	—	—	—	—	—	—		
2	宿泊客延べ数【前年度1月～当該年度12月】	目標値		3,730.0	3,760.0	3,790.0	3,820.0	3,850.0	千人	単年度値
		実績値	3,782.0							
		達成率	—	—	—	—	—	—		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		しまね観光総合支援事業補助金 採択事業数 H30:25件/R1:14件 周遊バス運行 H30:4コース/R1:4コース 観光コーディネーター支援対象団体 H30:6団体/R1:4団体 しまねの観光認知度調査 ①旅行意向割合 R1年度1回目:60.4% ②ご縁の国しまね認知度 R1年度1回目:16.3%								

## 3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>しまね観光総合支援事業費補助金:民間主導の旅行商品づくりに繋がっている。</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> <li>観光コーディネーター支援:観光事業者連携による旅行商品造成の支援に繋がっている。</li> <li>継続したプロモーションにより認知度は向上しつつあるが、更なる観光誘客にむけて旅行意欲を喚起する必要がある、「歴史文化」「自然」「伝統芸能」「美肌」の4つのテーマを設定し、島根の観光をより具体的にイメージできるよう情報発信を展開した。</li> </ul>
課題分析	①課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光プロモーションのテーマである「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> <li>石見・隠岐地域への県外からの誘客や、県東部と繋がる周遊ルートが確立されていない。</li> <li>島根県の認知度向上及び来訪意欲の喚起を図るためのメディアでの周知が不足している。</li> </ul>
	②原因	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光地、観光商品をつくり、磨き上げるノウハウ、仕組みが不十分。</li> <li>旅行会社、個人旅行者のニーズの把握が不十分。</li> <li>来県する1次交通、観光地の周遊に利用する2次交通ともに限られている。</li> <li>首都圏におけるメディア営業の機能が弱い。</li> </ul>
	③方向性	<ul style="list-style-type: none"> <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>バリアフリー観光、サイクリング、教育旅行など、今後の伸びが見込まれる分野の取組強化。</li> <li>石見・隠岐地域独自の観光資源を活用した旅行商品づくりや情報発信の強化。</li> <li>1次交通、2次交通、それぞれを担う交通機関と連携したプロモーションの実施。</li> <li>ノウハウと実績のある首都圏のPR専門会社に委託し、メディア営業の機能を設置し、戦略的にメディア訪問等を実施する。</li> </ul>



## 事務事業評価シート

## 1 事務事業の概要

担当課

観光振興課

事務事業の名称		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)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	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。		うち一般財源 (千円)	274,166
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の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の開催 ②ゲートウェイ別誘客対策 県内空港への国際連続チャーター便の誘致、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、口コミサイトを活用した誘客促進など 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、中国(上海))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 ※新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、スケジュール等の変更あり				
昨年度に行った評価を踏まえて見直したこと	①本県への旅行形態の状況を踏まえた団体ツアーバスに対する支援の拡充 ②個人旅行者の利便性を向上させるため、山陰インバウンド機構等と連携した広域周遊交通バスのデジタル化(Maas) ③訪日外国人旅行者が参考とする割合の高いJNTOサイトを活用した情報発信の実施				
1	上位の施策	I-2-(2) 観光の振興	3	上位の施策	
2	上位の施策		4	上位の施策	

## 2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	単位	計上分類
1	外国人観光客宿泊者延べ数【前年度1月～当該年度12月】	目標値		123.0	135.0	147.0	158.0	170.0	千人	単年度値
		実績値	98.1							
		達成率	—	—	—	—	—	—		
2		目標値								
		実績値								
		達成率	—	—	—	—	—	—		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		・宿泊旅行統計調査(観光庁)の推移 H30年 72,740人、R1年 104,090人 ・境港及び浜田港へのクルーズ客船寄港数の推移 ※新型コロナウイルス感染症による [境港]R1年度 53回 ⇒ R2年度 60回(予定) [浜田]R1年度 2回 ⇒ R2年度 4回(予定) ・外国人向け観光情報発信としてウェブサイト、FacebookなどのSNS、YouTubeの活用 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)、Instagram(英)								

## 3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	・外国人宿泊客延べ数が増加 H30 90,465人 ⇒ R1 98,094人(+8.4%) (台湾) H30 18,985人 ⇒ R1 21,295人 (香港) H30 11,824人 ⇒ R1 15,075人 (韓国) H30 13,187人 ⇒ R1 15,075人 ・中国向けSNSの微博では、半年間で37,000人を超えるフォロワーを獲得 ・インバウンド受入意識醸成を目的としたセミナーを2回開催し、97名の参加
課題分析	① 課題	「目的」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関西・山陽に来訪している外国人観光客を十分に取り込めていない。 ②体験コンテンツや多言語表記などの外国人観光客受入環境整備が進んでいない。 ③海外での島根県の認知度が低い。
	② 原因	①県内に海外からの直接的なゲートウェイがなく、関西や山陽方面からのアクセスが不便である。 ②平成の大選官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、県単独での情報発信力が弱い。
	③ 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引き続き強力で推進する。 また、広域での周遊を促進させるため、個人旅行者(FIT)向けのレンタカー助成やワンコインバス(高速バス)、並びに団体ツアー向けのバス助成など二次交通対策を継続する。 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とともに、口コミサイト等の活用を推進していく。 ③県の公式HPやSNS等での情報発信に加え、JNTO(日本政府観光局)などが運営する各種媒体を活用した情報発信を実施する。

# 事務事業評価シート

## 1 事務事業の概要

担当課

文化財課

事務事業の名称		島根の歴史文化活用推進事業			
目的	誰(何)を対象として	県民、国民等	事業費 (千円)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	しまねの豊かな歴史文化を、県民、国民に広め、県民には郷土への自信を培ってもらい、県外の方々にしまねの歴史文化の素晴らしさを知ってもらう。		286,194	62,588
今年度の取組内容	(1) 展覧会開催 里帰り展「行列 雲州松平家と出雲国造家」 (2) 県民参加型事業(講座) ①出雲国風土記連続講座(松江) ②隠岐国巡回講座・ワークショップ ③石見国巡回講座・ワークショップ (3) 県外における情報発信(講座、シンポジウム) ①出雲国風土記シンポジウム(東京) ②東京連続講座 ③日本遺産講座(近畿圏、広島) (4) 他県との連携事業 ①古代歴史文化賞 ②古代歴史文化に関する共同調査研究(14県事業)				
昨年度に行った評価を踏まえて見直したこと	令和元年度に東京で開催した日本書紀成立1300年特別展「出雲と大和」により高められた島根への興味・関心を更に継続・発展させていくため、日本書紀と出雲をテーマとするシンポジウムを東京で開催するほか、出雲・石見・隠岐各地の多彩な歴史文化の魅力伝える講座を県内外で開催し、効果的な情報発信を図る。				
1	上位の施策	Ⅵ-4-(2) 文化財の保存・継承と活用	3	上位の施策	Ⅲ-2-(2) 世界に誇る地域資源の活用
2	上位の施策	I-2-(2) 観光の振興	4	上位の施策	

## 2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	単位	計上分類
1	島根の歴史・文化に関する講座・シンポジウム等参加人数【当該年度4月～3月】	目標値		5,000.0	5,000.0	5,000.0	5,000.0	5,000.0	人	単年度値
		実績値	4,967.0							
		達成率	—	—	—	—	—	—		
2		目標値								
		実績値								
		達成率	—	—	—	—	—	—		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		・新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止のため、松江市で開催を予定していた第7回古代歴史文化賞記念シンポジウムを中止したことなどが影響し、令和元年度の講座・シンポジウム等への参加人数は平成30年度(5,283名)よりも減少した。 ・日本書紀成立1300年の節目である令和2年の1月から、奈良県などと共同で東京国立博物館において特別展「出雲と大和」を開催し、島根県と奈良県の歴史文化の魅力を全国へ広く発信した。(来場者136,054名、関連講座等受講者計1,456名、関連イベント来場者計742名) ・観光振興課及び大阪事務所と連携し、大阪でしまねの歴史文化をテーマとした島根学講座を開催した。(2回 計494名参加)								

## 3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	新型コロナウイルス感染症の影響を受け、特別展「出雲と大和」の会期短縮をはじめイベントの一部中止などを余儀なくされたが、これまで同様、県内外における講座やイベント、他県との連携事業などを通じ、歴史文化の活用・情報発信に取り組んだ。特に、東京で実施した特別展では、13万6千人を超える来場者においていただき、多くの方々にしまねの古代歴史文化の魅力に触れていただいた。
課題分析	① 課題	「目的」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
	② 原因	県内外における講座、イベントなどには毎年大勢の方々に参加していただいているが、しまねの古代歴史文化の魅力の全国における認知度は、まだ十分とは言えない。 ・島根県単独の情報発信では、認知度向上に限界がある。 ・広報、情報発信の手法が限定的、固定化している。
	③ 方向性	・他県との連携の推進 14県共同調査研究の共同研究テーマである「古墳時代の刀剣類」に連携して取り組み、令和4年度の展覧会開催と成果図書の刊行を目指すとともに、中間研究発表会を毎年東京で開催するなど、今後も全国へ向けた情報発信を積極的に行う。 古代歴史文化賞の共同主催者である4県に対し、引き続き地元マスコミなどへの周知や広報を積極的に行うよう働きかける。 ・県内外での講座やイベントを継続して開催し、多くの方々に参加いただくことで、しまねの歴史文化の浸透を図る。 ・県内外を問わず多くの方々にしまねの歴史文化に触れ、楽しんでいただけるよう、ホームページやインターネットを活用した情報発信ツールの開発やデジタルコンテンツの充実を図る。