

## 令和6年度 施策評価シート

| 施策の名称       | I-2-(2) 観光の振興  | 幹事<br>部局 | 商工労働部 |
|-------------|--|----------|-------|
| 施策の目的       | 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。  |          |       |
| 施策の現状に対する評価 | <p><u>①(地域資源を活用した魅力ある観光地域づくり)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 宿泊施設等の魅力向上のためのハード整備について、県内12市町村で取組が進んだ。</li> <li>・ 観光客数はコロナ禍前の水準にほぼ回復したが、人手不足や旅行形態の変化に対応するためには、引き続き、観光客に選ばれる魅力的な体験コンテンツの造成等を進めていく必要がある。</li> </ul> <p><u>②(美肌観光の推進)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「美肌」をキーワードとした温泉、食などの観光素材と「ご縁」をキーワードとした歴史・文化、自然を活かした観光素材を組み合わせ、「ご縁も、美肌も、しまねから。」のキャッチフレーズを用いて情報発信を行っているが、認知度向上には至っていない。引き続き、幅広い層へ向けて美肌県としての認知度向上、イメージ定着を図っていく必要がある。</li> </ul> <p><u>③(島根に行きたくなる観光情報の発信)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 首都圏などの都市部においてテレビ番組での露出を大幅に増やし、幅広い層に向けて観光PRを行った(R4年度:7本、R5年度:15本)ものの、島根県への旅行意向割合は伸び悩んでいる。引き続き、観光素材やターゲットに応じてメディアを組み合わせ、効果的な情報発信を実施していく必要がある。</li> </ul> <p><u>④(ターゲット国を中心とした外国人の誘致)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 外国人観光客数はコロナ禍前の水準に回復しておらず、島根県の認知度も低いことから、ターゲット国の特徴や訪日前・日本滞在中など外国人観光客の状況に合わせた取組を行う必要がある。</li> <li>・ ベトナム航空と国際定期便就航を目指した覚書を締結し、第1弾チャーター便を高い搭乗率で運航した。</li> </ul> |          |       |
| 今後の取組の方向性   | <p><u>①(地域資源を活用した魅力ある観光地域づくり)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 歴史・文化・自然といった地域ならではの観光資源を活かした体験コンテンツの造成など、観光地域づくりを引き続き支援していく。</li> </ul> <p><u>②(美肌観光の推進)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「ご縁も、美肌も、しまねから。」のキャッチフレーズのもと、更なる認知度向上とイメージ定着を図る。</li> <li>・ 首都圏など都市部の幅広い層をターゲットとし、島根県の特色である、冬季でもうるおいのある気象環境、温泉、食等を活かし、冬季閑散期対策として、「温泉」や「食」を活用した宿泊プラン造成などによる誘客を図る。</li> </ul> <p><u>③(島根に行きたくなる観光情報の発信)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 島根への観光意欲を喚起するため、PR専門会社を活用した広報、SNSや「しまねっこ」等による発信の強化など、ターゲットに応じた戦略的な情報発信を展開する。</li> </ul> <p><u>④(ターゲット国を中心とした外国人の誘致)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 訪日前に目的地として選ばれるよう、多言語ウェブサイトやSNS等による情報発信、現地旅行会社に対する旅行商品造成の働きかけを行う。</li> <li>・ 日本滞在中に島根県を知ってもらい、更に来訪につなげるため、令和7年に万博を控える関西での情報発信や、関西・広島との高速バス外国人割引等による誘客に取り組む。</li> <li>・ ベトナムとの国際定期便就航に向け、現地旅行会社の視察ツアー等の実施により、チャーター便の実績を積み重ねる。</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                      | 隠岐ユネスコ世界ジオパークの取組を通じて、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。                                  | 85,776      | 326,441     | 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。   | 98,226      | 177,140     | 自然環境課      |
| 3     | コンベンション誘致推進事業              | コンベンション(会議、展示会、イベント等)の主催者・参加者           | 地域の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。  | 52,460      | 52,000      | 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。                                       | 93,621      | 122,140     | 観光振興課      |
| 5     | 観光産業人材育成事業                 | ・島根県内の観光産業の経営者や在職者等<br>・大学生、求職者等        | 観光産業への就労支援により、人材不足の解消を目指す。   | 19,989      | 20,000      | 観光振興課      |
| 6     | 「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による島根への興味関心の喚起及び誘客促進<br>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の創出及び受入体制の整備    | 168,212     | 187,502     | 観光振興課      |
| 7     | 島根県観光連盟支援事業                | 公益社団法人島根県観光連盟                           | 各種業務の遂行を通じて、(公社)島根県観光連盟が県内全域を対象とした観光振興の推進を主体に担う組織へと育成  | 63,697      | 108,935     | 観光振興課      |
| 8     | 県内航空路線利用促進(観光振興)事業         | 首都圏在住者を中心とした、様々な観光ニーズを持つ人々              | 航空路線(萩・石見空港)を利用して島根県に来訪する観光客の増加  | 74,921      | 92,530      | 観光振興課      |
| 9     | 「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。<br>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。 | 321,749     | 353,377     | 観光振興課      |
| 10    | 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。  | 205,689     | 281,667     | 観光振興課      |
| 11    | 2025大阪・関西万博を契機とした島根の魅力発信事業 | ・大阪・関西万博来場者<br>・大阪・関西地域来訪者(訪日外国人観光客を含む) | 大阪・関西地域を来訪する外国人観光客の県内への誘客  | 0           | 64,000      | 観光振興課      |
| 12    | 石見銀山遺跡を活用した島根の魅力発信事業       | 観光ニーズを持つ県外在住者                           | 県外在住者:世界遺産石見銀山のプロモーションを行うことで、島根に興味を持ってもらい、来訪してもらう。   | 0           | 20,288      | しまねブランド推進課 |
| 13    | 島根の歴史文化活用推進事業              | 県内外の人々                                  | しまねの豊かな歴史文化の魅力を広く伝え、県民の郷土への自信を培う。県外の方々には、しまねの歴史文化に関心をもってもらうことで、人々の交流を促進する。                     | 32,058      | 36,816      | 文化財課       |
| 14    |                            |   |  |             |             |            |
| 15    |                            |   |  |             |             |            |
| 16    |                            |   |  |             |             |            |
| 17    |                            |   |  |             |             |            |
| 18    |                            |   |  |             |             |            |
| 19    |                            |   |  |             |             |            |
| 20    |                            |   |  |             |             |            |
| 21    |                            |   |  |             |             |            |
| 22    |                            |   |  |             |             |            |
| 23    |                            |   |  |             |             |            |
| 24    |                            |   |  |             |             |            |
| 25    |                            |   |  |             |             |            |

# 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<br>(千円)    | 令和5年度の実績額 | 令和6年度の当初予算額          |
|                        | どういう状態を目指すのか | 隠岐ユネスコ世界ジオパークの取組を通じて、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  |                | 85,776    | 326,441              |
|                        |              |   | うち一般財源<br>(千円) | 50,537    | 118,841              |
| 令和6年度の取組内容             |              | (一社)隠岐ジオパーク推進機構と連携し、地域振興、観光振興、保全保護、調査研究、教育・人材育成のための取組を実施<br>①隠岐ジオパーク推進機構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認定審査に向けた対応 |                |           |                      |
| 令和5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        | 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<br>分類 |
|-----------------------|--------------------------------------|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----|----------|
| 1                     | (一社)隠岐ジオパーク推進機構ホームページの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数 | 単年度<br>値 |
|                       |                                      | 実績値   | 214,626.0 | 200,437.0 | 238,304.0 | 236,357.0 | 135,807.0 |           |     |          |
|                       |                                      | 達成率   | —         | 71.6      | 66.2      | 53.8      | 26.2      | —         |     |          |
| 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 |                                      | ・隠岐DMO化に伴い、機構においてR5にWebサイトのリニューアルを実施。「ジオパーク」、「観光」の2サイトを整備し、情報等の整理を行った。隠岐ジオパークへの興味関心度を測るためジオパークサイトPV数を計上(参考:観光サイトPV数:R5 2,465,369)<br>・隠岐地域の観光入込客延べ数:R元 167千人→R2 92千人→R3 123千人→R4 186千人→R5 201千人(県観光動態調査結果)<br>・交流人口数(推定入島客数):R元 123千人→R2 66千人→R3 72千人→R4 96千人→R5 111千人<br>・隠岐を訪れる外国人観光客数:R元 1,133人→R2 96人→R3 38人→R4 138人→R5 1,044人(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 | ・隠岐ユネスコ世界ジオパークの認定継続に向けて必要な展示施設の整備、誘導標識・サイト看板の整備、地質遺産の教育促進等はいずれも対応中または対応済。<br>・隠岐DMO組織の運営支援を実施。<br>・令和4年12月にユネスコ世界ジオパークとして再認定。次回再認定審査は令和7年度の予定。  |
| 課題分析 | ① 課題                 | ・ジオパークそのものの認知度向上が進まず、隠岐ユネスコ世界ジオパークの認知度もまだ低い。<br>・隠岐での滞在を延ばすような体験コンテンツやツアーなどが不足している。<br>・令和4年度に(一社)隠岐ジオパーク推進機構(隠岐DMO)が立ち上がったところであり、新たな推進体制をベースとした業務の充実及び事務局運営体制の強化を図ることが必要。                  |
|      | ② 原因                 | ・隠岐ユネスコ世界ジオパークの魅力ある自然景観や歴史などが観光資源として活用できていない。<br>・災害等により施設の利用に支障があるため、活用できないジオサイトがある。<br>・ホームページ、インターネット、SNS等を利用した情報発信が不十分。   |
|      | ③ 方向性                | ・(一社)隠岐ジオパーク推進機構が中心となり、4町村や県など関係機関で連携し、隠岐ユネスコ世界ジオパークの魅力向上のための環境教育・学術研究・ジオサイト整備や、来島者の増加及び満足度向上のための観光誘客の取組の強化など具体的な事業に取り組む。<br>・隠岐ユネスコ世界ジオパークの認定継続に向けて、(一社)隠岐ジオパーク推進機構と連携し、必要な施設整備等を計画的に実施する。 |

# 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<br>(千円)    | 令和5年度の実績額 | 令和6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 |                | 98,226    | 177,140              |  |
|                        |   |   | うち一般財源<br>(千円) | 48,838    | 61,750               |  |
| 令和6年度の取組内容             | <ul style="list-style-type: none"> <li>県内の自然公園への誘客促進に向け、自然公園を活用した体験プログラムの開発やガイド養成など、民間事業者等の取組を支援</li> <li>自然公園の魅力発信のため、県内自然公園を活用した自然体験動画の作成及び国内外へのプロモーションを実施</li> <li>受入環境の向上のため、国立公園内の遊歩道や標識等の再整備、景観阻害する樹木の伐採</li> <li>満喫プロジェクト推進事業の連携強化とレベル向上のため、活動団体等を対象とした研修会の開催</li> </ul> |   |                |           |                      |  |
| 令和5年度に行った評価を踏まえて見直したこと | <ul style="list-style-type: none"> <li>自然体験動画を用いたプロモーションを行うことで、来訪意欲の向上を図る</li> </ul>  |   |                |           |                      |  |
| 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<br>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 | 21,000.0 | 40,000.0 | 65,000.0  | 85,000.0 | 人  | 単年度<br>値 |
|                       |   | 実績値  | 64,997.0 | 7,589.0  | 3,306.0  | 4,412.0  | (R6.10予定) |          |    |          |
|                       |   | 達成率  | —        | 12.5     | 15.8     | 11.1     | —         | —        |    |          |
| 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 |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>大山隠岐国立公園の区域が含まれる市町村内の宿泊者数を環境省が推計</li> <li>環境省の数値から関係市町村(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)の宿泊者数を推計(過去の推計数値 H28 35,761人、H29 37,043人、H30 47,470人、R元 64,997人、R2 7,589人、R3 3,306人、R4 4,412人)</li> <li>令和5年島根県観光動態調査結果の外国人宿泊客延べ数は、59,321人(前年(9,883人)と比べ500.2%増加)</li> </ul> |          |          |          |          |           |          |    |          |

## 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>自然公園を活用した体験プログラムの開発やガイド養成などの取組を支援する補助金の公募を実施し、12事業を採択した。</li> <li>自然公園等の遊歩道の整備等を実施し、受入環境の向上が進んでいる。</li> <li>自然公園の魅力ある情報を発信するため、YouTube広告を用いて国内外に発信し、島根の自然公園の認知度向上につなげた。</li> </ul> |
| 課題分析 | ① 課題                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>地域で行われる自然体験プログラムが誘客になかなか結びついていない。</li> <li>県内の自然公園の認知度が低い。</li> <li>回復傾向が見られるものの、国内外の来訪者は伸び悩んでいる。</li> </ul>   |
|      | ② 原因                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>取組を支援する補助金の情報が、対象となる事業者等に広く認識されていない。</li> <li>魅力的な体験プログラムの造成が進んでおらず、また来訪者が長期滞在して楽しめるメニューが少ない。</li> <li>自然体験に興味があるターゲットに情報が届いていない。</li> </ul>                                       |
|      | ③ 方向性                | <ul style="list-style-type: none"> <li>自然体験プログラムの造成、磨き上げや販売促進等、民間団体の取組を誘客につなげていくため、関係機関と連携し、補助金による支援を推進する。</li> <li>自然公園の効果的なPRや広報を行い、国内外への情報発信を強化する。</li> <li>自然公園の魅力及び利便性向上並びに来訪者の安全確保のため、施設修繕等の受入環境の整備を行う。</li> </ul>  |

# 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  | コンベンション(会議、展示会、イベント等)の主催者・参加者 | 事業費<br>(千円)    | 令和5年度の実績額 | 令和6年度の当初予算額 |  |
|                        | どういう状態を目指すのか  | 地域の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  |                | 52,460    | 52,000      |  |
|                        |   |                               | うち一般財源<br>(千円) | 52,460    | 52,000      |  |
| 令和6年度の取組内容             | (一財)くにびきメッセ誘致支援課(松江コンベンションビューロー)を主体とするコンベンション誘致活動<br>①コンベンション開催支援事業費補助金の活用<br>②年間を通じて誘致活動(オンラインを含む)を行い、サポート体制や補助金をPR<br>③コンベンション関係者を対象とする誘致イベントの開催、各種商談会・展示会等への参加               |                               |                |           |             |  |
| 令和5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人材育成のため、市町村職員向けにコンベンション勉強会を4年ぶりに開催し、県内8市町が参加した。<br>・コロナの影響から回復する時期の誘致活動の強化策として、昨年に続き「くにびきメッセファンクラブ」(これまで当地で国際会議を開催していただいた主催者等を対象)を首都圏で開催し、複数の誘致情報が入手でき、そのうち数件が開催決定した。 |                               |                |           |             |  |
| 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 | 22,933.0 | 44,966.0 | 67,000.0 | 67,000.0 | 人  | 単年度値 |
|                       |   | 実績値   | 61,613.0 | 793.0    | 10,107.0 | 18,400.0 | 30,769.0 |          |    |      |
|                       |   | 達成率   | —        | 1.2      | 44.1     | 41.0     | 46.0     | —        |    |      |
| 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 |   | ・(一財)くにびきメッセが開催を支援したコンベンション 115件(うち国際会議23件) (R4年度:69件、うち国際会議14件)<br>・誘致活動件数 817件(R4年度:783件)<br>・くにびきメッセ稼働率実績 37.3%(目標36%) |          |          |          |          |          |          |    |      |

## 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5年度、(一財)くにびきメッセが開催支援したコンベンションは115件となり、令和4年度の69件から大幅に増えた。一方、その参加者数は、目標の67,000人に対し、30,769人(45.9%)にとどまった。<br>令和4年度の下半期から、令和5年度にかけては、国際会議をはじめとして、コンベンションの開催の意向は増えてきている。これを踏まえ、地域経済の活性化に繋がるコンベンションの開催を促すため、関係者へのアプローチを強化しているところである。令和6年度のコンベンション開催件数は、コロナ禍前の開催件数の水準に近づき、130件程度となる見込みである。 |
| 課題分析 | ①課題                  | コンベンションを誘致する上で、不利な条件が多い(交通アクセスの悪さ、宿泊施設や食事場所の不足、これら施設での労働力の不足など)中、これらを克服し、積極的な誘致の拡大を図るためには、誘致に携わる人材の不足が課題。島根県内には、(一財)くにびきメッセがコンベンションビューロー機能を持っており、一定の人材と知見を有しているが、県域全体への波及効果は十分ではない。また、県内の関係者・組織のネットワーク化が進んでいない。   |
|      | ②原因                  | (一財)くにびきメッセは、都会地(東京、大阪等)の関係者に直接交渉してコンベンションを誘致するスタイルをとっており、これを強みとして継続していくとともに、将来的なコンベンション誘致の拡大のためには、県内の行政機関等が開催地として手をあげる形で誘致するなど、様々な形での積極的な誘致を進め、トータルの誘致件数を増やすことが求められる。<br>これらの取組を進めるためには、県内関係者の誘致活動に対する関心や知識を高め、また、誘致にかかる知見を蓄積・共有していくことが引き続き必要である。                                    |
|      | ③方向性                 | 県内行政機関等に働きかけ、行政職員及び関連団体職員においてコンベンション誘致に関わる人材が育成されるような環境整備に取り組む。県内市町村・関連団体や会議施設、宿泊施設が参加する連絡会議や勉強会を開催し、課題や取組事例などを共有しつつ、ノウハウの習得を図る。また、先進的な取組を行う市町村が現れた際には、積極的な支援を行う。このような取組を通じ、行政職員及び関連団体職員の中から、島根のコンベンション誘致活動に携わる人材が輩出されること、あわせて、彼らのネットワーク化を図られることを目指す。                                 |

# 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)    | 令和5年度の実績額 | 令和6年度の当初予算額 |
|                        | どういう状態を目指すのか |  |            | 93,621    | 122,140     |
|                        |              |  | うち一般財源(千円) | 27,181    | 35,462      |
| 令和6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、地域が連携した宿泊環境の整備への取組を支援<br>・島内宿泊及び観光体験メニューの利用により、復路運賃が無料となる電子版企画乗船券の販売、広告宣伝の実施<br>・新規認定ガイドの養成、スキルアップ研修および新たなマーケットの開拓<br>・隠岐空港の航空路線(出雲便、伊丹便、チャーター便)利用の団体ツアーへの助成、個人旅行商品の造成支援<br>・4島周遊コンテンツの企画・開発および電子版の導入による顧客データ蓄積、隠岐4町村の滞在プログラム開発<br>・分散型ホテル事業の計画策定 |            |           |             |
| 令和5年度に行った評価を踏まえて見直したこと |              | ・企画乗船券は電子版を基本とし、顧客の利便性の向上を図り、観光客データを収集しマーケティングのための分析に利用<br>・新規認定ガイドの育成と閑散期におけるガイド活用の新たなマーケットの開発への取組<br>・分散型ホテル事業への取組準備   |            |           |             |
| 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 | 113.0 | 142.0 | 171.0 | 171.0 | 千人 | 単年度値 |
|                       |                             | 実績値  | 167.0 | 92.0  | 123.0 | 186.0 | 201.0 |       |    |      |
|                       |                             | 達成率  | —     | 54.5  | 108.9 | 131.0 | 117.6 | —     |    |      |
| 2                     | 宿泊客延数(隠岐)【前年度1月～当該年度12月】    | 目標値  |       | 103.0 | 72.0  | 88.0  | 104.0 | 105.0 | 千人 | 単年度値 |
|                       |                             | 実績値  | 97.0  | 63.0  | 61.0  | 87.0  | 97.0  |       |    |      |
|                       |                             | 達成率  | —     | 61.2  | 84.8  | 98.9  | 93.3  | —     |    |      |
| KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実 |                             | ・隠岐諸島入島客数(隠岐ジオパーク推進機構調べ)<br>・観光の形態が団体から個人へシフト<br>・宿泊施設の減少(H16年98施設→R5年81施設)<br>・隠岐空港へのチャーター便運行数・乗客数 R4年度 36本運航 乗客数1,759名<br>R5年度 33本運航 乗客数1,956名 |       |       |       |       |       |       |    |      |

## 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<br>1,000円の電子クーポンを付与した電子版の販売開始、高速船での利用継続や認知度向上により利用者数が増加<br>販売枚数R5年度 7,536枚(紙版:6,839枚 電子版:697枚) R4年度 6,911枚<br>・隠岐空港発着の定期便及びチャーター便を利用した旅行商品造成・販売への支援事業を実施<br>(R4年度 参加人数 4,133人 延べ宿泊数 7,244人泊)<br>(R5年度 参加人数 4,143人 延べ宿泊数 7,542人泊)<br>・ガイド紹介専用WEBサイトへの掲載ガイドの追加 掲載ガイド 11名 WEBサイトからの予約成立件数 3件 |
| 課題分析 | ① 課題                 | ・観光客のニーズに合った受地整備が不足している<br>・ジオパークへの関心が低い層は、観光地を見て回る通過型観光が主流となり、滞在期間が短い傾向にある<br>・夏季以外の観光客の落ち込みが激しい<br>・荒天時の満足度が低い傾向にある<br>・担い手の不足や高齢化、後継者の不足   |
|      | ② 原因                 | ・観光客のターゲットやニーズ等を明らかにするためのデータ収集及び分析が不足している<br>・ガイドは「ジオパーク」には精通しているが、観光面でのガイドスキル(接遇、話法等)に乏しい<br>・四季を通じて提供可能な、ジオパークを活用した魅力ある体験コンテンツや、全天候型の体験コンテンツ等の数が少ない<br>・地域で宿泊施設や観光関連サービスの業務連携ができていない  |
|      | ③ 方向性                | ・企画乗船券のデジタル化を継続し、リアルタイムで観光客の属性、ニーズ等の把握につなげる<br>・ガイドスキル向上のため「稼げるガイド」養成を継続して行う<br>・ジオパークに関心が低い層に向けたコンテンツ開発を行い滞在時間延伸や消費拡大につなげる<br>・分散型ホテル事業の推進を行い、地域が連携・協働して取り組み、エリアの周遊性や収益性の向上を図る   |

## 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                |              | 観光産業人材育成事業   |                |           |             |
| 目的                     | 誰(何)を対象として   | ・島根県内の観光産業の経営者や在職者等<br>・大学生、求職者等   | 事業費<br>(千円)    | 令和5年度の実績額 | 令和6年度の当初予算額 |
|                        | どういう状態を目指すのか | ・観光産業への就労支援により、人材不足の解消を目指す   |                | 19,989    | 20,000      |
|                        |              |  | うち一般財源<br>(千円) | 11,990    | 12,000      |
| 令和6年度の取組内容             |              | <ul style="list-style-type: none"> <li>・大学生と県内観光事業者との車座トークと中期インターンシップを実施。</li> <li>・県内大学や地域と連携し、学生が地域で観光産業を学び、活用策を探るフィールドワークを実施。</li> <li>・県内観光業従事者(若手従業員から管理職まで)を対象とした、キャリアや目的に応じたe-ラーニング講座を配信。</li> <li>・県内観光業従事者間の横の繋がりを図る、交流会を開催。</li> </ul> |                |           |             |
| 令和5年度に行った評価を踏まえて見直したこと |              | <ul style="list-style-type: none"> <li>・e-ラーニング講座に、ハラスメント関連のコンテンツを追加</li> <li>・フィールドワーク、企業交流会・職場体験では、西部の学生参加を促すためシャトルバスを用意</li> <li>・企業交流会・職場体験は大学と協議の上、より学生が参加しやすい時期を設定。</li> </ul>   |                |           |             |
| 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  | 15.0  | 20.0  | 20.0  | 20.0  | 人  | 単年度値 |
|                       |                                  | 実績値                                      | 21.0  | 0.0   | 0.0   | 0.0   | 1.0   |       |    |      |
|                       |                                  | 達成率                                      | —     | —     | —     | —     | 5.0   | —     | %  |      |
| 2                     | e-ラーニングシステムによる研修の受講者数【当該年度4月～3月】 | 目標値                                      |       | —     | 500.0 | 500.0 | 500.0 | 500.0 | 人  | 単年度値 |
|                       |                                  | 実績値                                      | —     | —     | 703.0 | 857.0 | 923.0 |       |    |      |
|                       |                                  | 達成率                                      | —     | —     | 140.6 | 171.4 | 184.6 | —     | %  |      |
| KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実 |                                  | ・e-ラーニングシステム新規導入企業数 R3:57社、R4:48社、R5:24社 |       |       |       |       |       |       |    |      |

## 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>・観光業を知る機会の創出のため、大学と連携したフィールドワークを実施</li> <li>・オンデマンドセミナーに、世界的に関心の高い、SDGsコンテンツを追加</li> <li>・若手社員の横の繋がりを創出を目的とし、交流会を開催</li> <li>・イベントの周知方法に、広く求職者に情報が届くよう「ジョブカフェしまね」に情報を掲載</li> </ul>           |
| 課題分析 | ① 課題                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・「宿泊業・飲食サービス業」は非正規雇用者の多さ、労働環境の厳しさなどにより離職率が高い</li> <li>・観光需要の回復に伴い必要となる雇用者数に達していない</li> <li>・学生向けイベントの集客</li> </ul>   |
|      | ② 原因                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・コロナの5類移行による、観光需要の回復に追いついていない</li> <li>・インターンフェアの開催時期が、学生のニーズに合っていない</li> <li>・観光産業に対する興味関心層(学生)の掘り起こしが不十分</li> </ul>  |
|      | ③ 方向性                | <ul style="list-style-type: none"> <li>・大学と協議のうえ、インターンフェア開催時期を例年より早め、より多くの学生が参加しやすい時期を設定する</li> <li>・西部の学生が参加しやすいよう、シャトルバス等を用意するなど、環境の整備を行う</li> <li>・フィールドワークでは、県内観光地を知ることに加えて、職場体験・職場見学の機会を増やし、観光産業に就くことをイメージしやすい内容にする</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                |              | 「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<br>(千円)    | 令和5年度の実績額 | 令和6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による島根への興味関心の喚起及び誘客促進<br>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の創出及び受入体制の整備  |                | 168,212   | 187,502     |
|                        |              |  | うち一般財源<br>(千円) | 165,212   | 133,694     |
| 令和6年度の取組内容             |              | <ul style="list-style-type: none"> <li>・民間企業と連携したご縁・美肌を訴求するプロモーション、日比谷しまね館を活用した情報発信</li> <li>・テレビ、雑誌などの各種メディアや、観光ガイドブック、観光ポータルサイト及びSNS等を活用した情報発信</li> <li>・「ご縁も、美肌も、しまねから。」をテーマにした体験コンテンツの造成支援</li> <li>・「温泉」と「食」を中心とする「美肌観光」のモデルプランを創出</li> <li>・美肌観光に取り組む事業者等の販売力を強化するため、専門家による伴走支援</li> <li>・閑散期対策として「温泉」「しまね和牛」をテーマに総合的なキャンペーンを実施</li> </ul> |                |           |             |
| 令和5年度に行った評価を踏まえて見直したこと |              | <ul style="list-style-type: none"> <li>・「温泉」と「食」を「美肌観光」の中心テーマとして設定し、冬季閑散期に集中して取り組む</li> <li>・事業者の販売力向上の取り組みを強化</li> </ul>  |                |           |             |
| 1                      | 上位の施策        | I-2-2(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 | 24,664.0 | 29,182.0 | 33,700.0 | 34,000.0 | 千人 | 単年度値 |
|                       |                         | 実績値   | 32,990.0 | 21,318.0 | 20,842.0 | 25,950.0 | 30,194.0 |          |    |      |
|                       |                         | 達成率   | —        | 65.0     | 84.6     | 89.0     | 89.6     | —        | %  |      |
| 2                     | 宿泊客延べ数【前年度1月～当該年度12月】   | 目標値   |          | 3,730.0  | 2,978.0  | 3,399.0  | 3,820.0  | 3,850.0  | 千人 | 単年度値 |
|                       |                         | 実績値   | 3,782.0  | 2,424.0  | 2,628.0  | 3,113.0  | 3,591.0  |          |    |      |
|                       |                         | 達成率   | —        | 65.0     | 88.3     | 91.6     | 94.1     | —        | %  |      |
| KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実 |                         | しまねの観光認知度調査:①旅行意向割合 R6年3月61.4% R5年3月64.3%<br>②美肌県しまね認知度 R6年3月7.8% R5年3月8.4% |          |          |          |          |          |          |    |      |

## 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>・メディアタイアップ、観光説明会による各種媒体への露出拡大</li> <li>・美肌県しまね推進事業補助金により、美肌をテーマとした体験コンテンツの造成・販売を行う事業者が増加(R3採択件数:10者、R4採択件数:8者、R5採択件数:6者)</li> <li>・民間企業(三越伊勢丹ニコウトラベル、日本橋三越)と連携し、美肌をテーマとしたツアーを造成・催行</li> <li>・「ウェルネスツーリズム」を切り口としたプロモーションを展開(特設サイトの設置、ブランディング動画の制作、配信)</li> <li>・羽田エアポートガーデンにて、「SHIMANE WELLNESS TRIP」をテーマにした集客イベントを開催(日比谷しまね館)</li> </ul> |
| 課題分析 | ① 課題                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・「美肌県しまね」の認知度が不足</li> <li>・美肌をテーマにした体験コンテンツの造成は進んでいるが、売れる観光商品となるに到っていない</li> </ul>   |
|      | ② 原因                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・テレビなど影響力の大きい媒体への露出が少ない</li> <li>・事業者の受入体制が不十分であること、販売手法に関するノウハウ不足の他、メディア等への情報発信が不足している</li> </ul>   |
|      | ③ 方向性                | <ul style="list-style-type: none"> <li>・首都圏におけるPRイベントやメディア向け説明会の実施などメディアへの露出に向けた取組の強化</li> <li>・造成された体験コンテンツの売れる観光商品への磨き上げ支援と事業者の販売力向上の支援</li> <li>・日比谷しまね館を活用した首都圏での情報発信の強化</li> <li>・ターゲットに応じた訴求力の高い各メディアを組合せた効果的なプロモーションの展開</li> <li>・冬季の乾燥を避けたい大都市圏の女性に向けて「美肌」を訴求したプロモーションを冬季閑散期に展開</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                |   | 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<br>(千円)    | 令和5年度の実績額 | 令和6年度の当初予算額 |
|                        | どういう状態を目指すのか  | 各種業務の遂行を通じて、(公社)島根県観光連盟が県内全域を対象とした観光振興の推進を主体に担う組織へと育成。 |                | 63,697    | 108,935     |
|                        |   |  | うち一般財源<br>(千円) | 63,697    | 108,935     |
| 令和6年度の取組内容             | 積極的に各種事業が実施できるよう補助・負担を行う<br>・観光連盟職員人件費<br>・誘客プロモーション事業<br>・民間事業者の取組支援・調整<br>・観光産業人材育成・情報提供事業<br>・観光資源の育成事業                            |  |                |           |             |
| 令和5年度に行った評価を踏まえて見直したこと | 県、石見地域の市町等で組織していた「石見観光振興協議会」が令和6年3月をもって解散され、4月からDMO登録された(公社)島根県観光連盟が新たに設置した石見事務所へ県から職員を派遣し、職員人件費に対する補助を行う。さらなる石見地域全体の魅力アップと集客力向上を目指す。 |  |                |           |             |
| 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 | 24,664.0 | 29,182.0 | 33,700.0 | 34,000.0 | 千人 | 単年度値 |
|                       |                         | 実績値 | 32,990.0 | 21,318.0 | 20,842.0 | 25,950.0 | 30,194.0 |          |    |      |
|                       |                         | 達成率 | —        | 65.0     | 84.6     | 89.0     | 89.6     | —        |    |      |
| 2                     | 宿泊客延べ数【前年度1月～当該年度12月】   | 目標値 |          | 3,730.0  | 2,978.0  | 3,399.0  | 3,820.0  | 3,850.0  | 千人 | 単年度値 |
|                       |                         | 実績値 | 3,782.0  | 2,424.0  | 2,628.0  | 3,113.0  | 3,591.0  |          |    |      |
|                       |                         | 達成率 | —        | 65.0     | 88.3     | 91.6     | 94.1     | —        |    |      |
| 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 | 以下の業務遂行を通じてノウハウ・専門知識を蓄積した。<br>・首都圏から萩・石見空港を活用する個人型観光客の利用促進のため、OTA等への販売促進支援<br>・県外からの教育旅行誘致のため、教育旅行助成制度により助成(R5:38件、うち全国旅行支援等:26件)<br>・首都圏の企業における福利厚生を目的とした旅行需要の創出のため、旅行会社への旅行商品造成支援<br>・R3以降、縁結び観光協会事業を観光連盟が継承。「&ご縁の聖地」のブランディング事業として、継続実施 |
| 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<br>・石見・隠岐地域への観光誘客強化やインバウンド対策が求められているが、観光連盟が主体となって行う事業が少ない。   |
|      | ② 原因                 | 上記①(課題)が発生している原因<br>・観光連盟内において、石見・隠岐地域に係る事業ノウハウの蓄積が少ない。<br>・隠岐ジオパーク推進機構や山陰インバウンド機構との役割分担の整理が十分になされていない。<br>・インバウンド対策に係るノウハウや専門的知識・経験が不足している。  |
|      | 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<br>・業務遂行を通じて、各種ノウハウの蓄積・専門的知識等を獲得を促すとともに、事業の計画、評価、改善を十分に行うよう促す。<br>・引き続き観光連盟職員3名を観光振興課国際観光推進室へ研修派遣し、現場でのノウハウ蓄積等を図る。<br>・観光連盟の地域連携DMOへの登録による、県内観光振興の推進を中核的に担う組織へと育成を図る。   |

# 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                |   | 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  | 首都圏在住者を中心とした、様々な観光ニーズを持つ人々     | 事業費<br>(千円)    | 令和5年度の実績額 | 令和6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)を利用して島根県に訪れる観光客の増加 |                | 74,921    | 92,530                 |  |
|                        |   |                                | うち一般財源<br>(千円) | 74,921    | 92,530                 |  |
| 令和6年度の取組内容             | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ネット系旅行会社(OTA)と連携した旅行商品の造成及び販売支援</li> <li>・首都圏企業の福利厚生代行事業者を活用した従業員向け旅行商品造成の支援</li> <li>・旅行会社と連携した販売促進</li> <li>・旅行商品の特典(ぶらり手形・神楽めしクーポン)の提供、レンタカー助成</li> <li>・外国人観光客向け旅行商品の造成、販売</li> <li>・首都圏向け情報発信</li> </ul> |                                |                |           |                        |  |
| 令和5年度に行った評価を踏まえて見直したこと | ・旅行形態が個人化、小グループ化の中で利用が増加しているネット系旅行会社(OTA)向けの施策を強化   |                                |                |           |                        |  |
| 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<br>分類 |
|-----------------------|--|--|-------|-------|-------|-------|-------|-------|----|----------|
| 1                     | 萩・石見空港の乗降客数(定期便の年間乗降客数)<br>【当該年度4月～3月】 | 目標値  |       | 15.1  | 10.6  | 13.7  | 15.3  | 15.4  | 万人 | 単年度<br>値 |
|                       |  | 実績値  | 14.3  | 2.5   | 3.7   | 10.6  | 13.0  |       |    |          |
|                       |  | 達成率  | —     | 16.6  | 35.0  | 77.4  | 85.0  | —     |    |          |
| 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 |  | 萩・石見空港の利用実績<br>R元:142,614人 R2:24,585人 R3:36,599人 R4:106,074人 R5:130,447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 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・個人向けの旅行商品造成支援や首都圏企業の福利厚生代行事業者を活用した従業員向け旅行商品造成の支援</li> <li>・個人客対象のレンタカー助成による石見地域における周遊の促進</li> <li>・WEBマガジン等の媒体による「石見地域の伝統文化や自然、食」等の観光素材についての情報発信</li> </ul>  |
| 課題分析 | ① 課題                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・首都圏の旅行会社等と連携した集客が低調</li> <li>・旅行会社、ネット系旅行会社(OTA)が販売するダイナミックパッケージ(航空券と宿泊のセット商品)の実績が低調</li> <li>・出雲地域と比較して、石見地域の首都圏等に向けた情報発信量が少ない</li> <li>・各観光地を巡るための2次交通が脆弱</li> </ul>   |
|      | ② 原因                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・コロナ禍において旅行会社の店舗が大幅に減少し、旅行会社の送客実績にもとづくインセンティブ契約が成立しづらい、また交通や宿泊の手配について、ネットを利用した個人手配が増加している</li> <li>・航空会社の取組により、ダイナミックパッケージへのクーポン等の施策効果が薄くなっている</li> <li>・メディアに取り上げられるような石見地域の観光素材が乏しいことに加え、市町等との連携した観光素材の磨き上げや情報発信が不足している</li> </ul>  |
|      | ③ 方向性                | <ul style="list-style-type: none"> <li>・旧来の旅行会社へのアプローチを見直し、福利厚生代行会社等を活用し、首都圏企業の従業員向け旅行商品の造成を支援</li> <li>・旅行形態の変化に対応し、個人旅行商品造成に対する支援を大手旅行会社から個人利用の多いネット系旅行会社(OTA)へシフト。発地を首都圏に限定した宿泊クーポンを実施。</li> <li>・首都圏個人客向け情報発信を強化(従来の観光スポットではなく、首都圏からの視点で地域の魅力を発信)</li> <li>・地域の歴史文化等を素材とする観光コンテンツの造成支援、市町等と共同した情報発信</li> <li>・レンタカーキャンペーンの実施による周遊促進</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                |              | 「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<br>(千円) | 令和5年度の実績額      | 令和6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。<br>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。  |             | うち一般財源<br>(千円) | 321,749              |
| 令和6年度の取組内容             |              | <ul style="list-style-type: none"> <li>・メディアリレーションによる各種メディアでの露出拡大</li> <li>・観光キャラクター「しまねっこ」を活用した情報発信</li> <li>・歴史文化をテーマとしたセミナー等の開催</li> <li>・出雲、石見、隠岐の地域ごとの観光資源を活用した旅行商品の造成支援</li> <li>・教育旅行、ワーケーション、ユニバーサルツーリズムなどテーマ型旅行の推進による誘客促進</li> <li>・交通機関や他県等との広域連携による誘客促進</li> </ul> |             |                |                      |
| 令和5年度に行った評価を踏まえて見直したこと |              | <ul style="list-style-type: none"> <li>・JR観光列車の発着時に行われる地元おもてなし事業への補助メニューを新設</li> <li>・地域の特性に合わせた誘客・周遊促進事業の強化</li> </ul>   |             |                |                      |
| 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 | 24,664.0 | 29,182.0 | 33,700.0 | 34,000.0 | 千人 | 単年度値 |
|                       |                         | 実績値  | 32,990.0 | 21,318.0 | 20,842.0 | 25,950.0 | 30,194.0 |          |    |      |
|                       |                         | 達成率  | —        | 65.0     | 84.6     | 89.0     | 89.6     | —        |    |      |
| 2                     | 宿泊客延べ数【前年度1月～当該年度12月】   | 目標値  |          | 3,730.0  | 2,978.0  | 3,399.0  | 3,820.0  | 3,850.0  | 千人 | 単年度値 |
|                       |                         | 実績値  | 3,782.0  | 2,424.0  | 2,628.0  | 3,113.0  | 3,591.0  |          |    |      |
|                       |                         | 達成率  | —        | 65.0     | 88.3     | 91.6     | 94.1     | —        |    |      |
| KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実 |                         | しまねの観光認知度調査 ①旅行意向割合 R6年3月:61.4% R5年3月:64.3%<br>②ご縁の国しまね認知度 R6年3月:12.2% R5年3月:14.1%<br>観光総合支援事業補助金 採択事業数 R2:11件/R3:5件/R4:3件<br>魅力ある観光地域づくり支援事業補助金 採択事業数 R5:4件<br>周遊バス運行 R2:4コース/R3:4コース/R4:2コース/R5:1コース |          |          |          |          |          |          |    |      |

## 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>・パブリシティによる露出件数:R5年度 460件(テレビ:15件、雑誌:8件、WEB:437件) ※R4年度 746件</li> <li>・しまねっこの公式SNSを活用した情報発信や、リアルイベントの開催による誘客促進(イベント来場者:1.1万人)</li> <li>・歴史文化をテーマとしたセミナーの実施(参加者:東京60名、大阪50名、オンライン387名)</li> <li>・魅力ある観光地域づくり支援事業補助金により、地域ごとの観光資源を活用した旅行商品の造成を支援</li> <li>・貸切バス旅行商品造成販売支援:338台、10,685人泊</li> <li>・教育旅行の誘致:38件(うち全国旅行支援等26件)</li> </ul> |
| 課題分析 | ①課題                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・「ご縁の国しまね」の認知度と来訪意欲の低下</li> <li>・個人旅行者の交通アクセスが不便</li> <li>・石見、隠岐地域への県外からの誘客ルートや県東部と繋がる観光周遊ルートが確立されていない</li> <li>・個人旅行者のニーズに合った観光地域づくりが不十分</li> </ul>  |
|      | ②原因                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・認知度向上に効果的であるテレビへの露出が少ない</li> <li>・来県する一次交通、観光地の周遊に利用する二次交通がともに不便</li> <li>・観光資源の旅行商品としての成立や販売に繋げるノウハウや仕組みの定着が不十分</li> <li>・多様で移り変わりの早い旅行者のニーズ、トレンドに対応する観光コンテンツの提供ができていない</li> </ul>  |
|      | ③方向性                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・テレビの露出獲得に向けて、日比谷しまね館を活用し、各メディアへの戦略的な営業活動を展開</li> <li>・一次交通、二次交通を担う事業者等の旅行商品の造成・販売支援</li> <li>・地域の特色ある観光資源を活用した旅行商品づくりや販売強化の支援</li> <li>・旅行者のニーズ・トレンドの把握</li> </ul>   |

## 事務事業評価シートの別紙

|         |                   |
|---------|-------------------|
| 事務事業の名称 | 「ご縁の国しまね」観光総合対策事業 |
|---------|-------------------|

### 「上位の施策」が5以上ある場合のみ記載

|   |       |  |
|---|-------|--|
| 5 | 上位の施策 |  |
| 6 | 上位の施策 |  |
| 7 | 上位の施策 |  |
| 8 | 上位の施策 |  |

### 「KPI」が3以上ある場合のみ記載

|    | 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<br>分類 |
|----|-----------------------|-----|---------|---------|---------|---------|---------|---------|----|----------|
|    |                       |     | 目標値     | 実績値     | 達成率     | 目標値     | 実績値     | 達成率     |    |          |
| 3  | 観光消費額【前年度1月～当該年度12月】  | 目標値 |         | 1,330.0 | 1,026.0 | 1,223.0 | 1,420.0 | 1,450.0 | 億円 | 単年度<br>値 |
|    |                       | 実績値 | 1,301.0 | 752.0   | 698.0   | 949.0   | 1,143.0 |         |    |          |
|    |                       | 達成率 | —       | 56.6    | 68.1    | 77.6    | 80.5    | —       |    |          |
| 4  | 島根県への旅行意向割合【当該年度3月時点】 | 目標値 |         | 61.8    | 63.2    | 64.6    | 66.0    | 67.3    | %  | 単年度<br>値 |
|    |                       | 実績値 | 59.9    | 67.5    | 66.1    | 64.3    | 61.4    |         |    |          |
|    |                       | 達成率 | —       | 109.3   | 104.6   | 99.6    | 93.1    | —       |    |          |
| 5  | ご縁の国しまね認知度【当該年度3月時点】  | 目標値 |         | 16.5    | 16.7    | 16.9    | 17.2    | 17.5    | %  | 単年度<br>値 |
|    |                       | 実績値 | 15.9    | 13.5    | 14.9    | 14.1    | 12.2    |         |    |          |
|    |                       | 達成率 | —       | 81.9    | 89.3    | 83.5    | 71.0    | —       |    |          |
| 6  |                       | 目標値 |         |         |         |         |         |         |    |          |
|    |                       | 実績値 |         |         |         |         |         |         |    |          |
|    |                       | 達成率 | —       | —       | —       | —       | —       | —       |    |          |
| 7  |                       | 目標値 |         |         |         |         |         |         |    |          |
|    |                       | 実績値 |         |         |         |         |         |         |    |          |
|    |                       | 達成率 | —       | —       | —       | —       | —       | —       |    |          |
| 8  |                       | 目標値 |         |         |         |         |         |         |    |          |
|    |                       | 実績値 |         |         |         |         |         |         |    |          |
|    |                       | 達成率 | —       | —       | —       | —       | —       | —       |    |          |
| 9  |                       | 目標値 |         |         |         |         |         |         |    |          |
|    |                       | 実績値 |         |         |         |         |         |         |    |          |
|    |                       | 達成率 | —       | —       | —       | —       | —       | —       |    |          |
| 10 |                       | 目標値 |         |         |         |         |         |         |    |          |
|    |                       | 実績値 |         |         |         |         |         |         |    |          |
|    |                       | 達成率 | —       | —       | —       | —       | —       | —       |    |          |

# 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<br>(千円)    | 令和5年度の実績額 | 令和6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。   |                | 205,689   | 281,667     |
|                        |              |   | うち一般財源<br>(千円) | 205,689   | 281,667     |
| 令和6年度の取組内容             |              | <ul style="list-style-type: none"> <li>重点市場(台湾、韓国、香港、中国、東南アジア(タイ、ベトナム等)、フランス)を中心とした旅行会社やメディア等の招請、ウェブサイトやSNS等での情報発信などのプロモーション強化</li> <li>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</li> <li>外国人向け体験コンテンツの販売支援やGoogleマップ等の活用による、外国人観光客の利便性向上や受入環境整備</li> <li>山陰インバウンド機構や中国地域観光推進協議会等との連携</li> </ul> |                |           |             |
| 令和5年度に行った評価を踏まえて見直したこと |              | <ul style="list-style-type: none"> <li>国際連続チャーター便、定期便の就航を目指し、ベトナムを重点市場に追加</li> <li>外国人が多数訪れる地域からの誘客を促進するため、広島・島根間の高速バス割引の路線を拡充</li> </ul>   |                |           |             |
| 1                      | 上位の施策        | I-2-2(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 | 15.0  | 50.0  | 100.0 | 170.0 | 千人 | 単年度値 |
|                       |                             | 実績値  | 98.1  | 14.6  | 9.2   | 9.9   | 59.3  |       |    |      |
|                       |                             | 達成率  | —     | 11.9  | 61.4  | 19.8  | 59.3  | —     |    |      |
| 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 |                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>宿泊旅行統計調査(観光庁)の推移 R3年11,260人泊、R4年10,920人泊、R5年51,940人泊</li> <li>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等の活用</li> <li>ウェブサイト(英、繁、簡、韓、仏、タイ、ベトナム)、ブログ(韓)、facebook(英、繁(香、台)、仏、タイ、ベトナム)、微博(簡)、Youtube(英)、Instagram(英)</li> <li>境港及び浜田港へのクルーズ客船寄港数の推移<br/>〔境港〕R5年度27回 ⇒ R6年度30回(予定) 〔浜田港〕R5年度実績なし ⇒ R6年度1回(予定)</li> </ul> |       |       |       |       |       |       |    |      |

## 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>各重点市場で旅行会社やインフルエンサー等を招請した視察ツアーを実施し、旅行商品の造成や情報発信を実施(9回開催)</li> <li>台湾向けfacebookの運用や、しまねっこを活用した現地プロモーションを展開し、facebookで約8,100人のフォローを獲得(R4年度末:フォロー30,205人)</li> <li>ベトナムとの国際定期便就航を目指し、ベトナム航空等との覚書を締結。現地旅行会社等を対象としたセミナーを実施。</li> <li>外国人向け体験コンテンツの開発・販売に向けた支援として、セミナーを3回開催(R4年度:0回)</li> </ul> |
| 課題分析 | ① 課題                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>全国的にインバウンドが回復するなか、外国人観光客が十分に取込めていない</li> <li>外国人観光客を受け入れるための環境整備が進んでいない</li> </ul>  |
|      | ② 原因                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>県内に海外からの直接的なルートが少なく、また、関西や山陽方面からのアクセスが不便</li> <li>海外における島根県の認知度の低さ</li> <li>これまで県内事業者は国内観光客の誘致に注力しており、外国人観光客誘致に対する意識が低い</li> </ul>  |
|      | ③ 方向性                | <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で推進するとともに、高速バス外国人割引や団体バス助成などの二次交通対策を継続</li> <li>県の公式HPやSNS等での情報発信に加え、JNTO、山陰インバウンド機構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。また、それぞれの市場に合わせた情報発信を実施する</li> <li>外国人向け体験コンテンツの造成・販売促進等、個人旅行者(FIT)を迎える観光地域づくりの推進</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                |              | 2025大阪・関西万博を契機とした島根の魅力発信事業  |                |           |             |
| 目的                     | 誰(何)を対象として   | ・大阪・関西万博来場者<br>・大阪・関西地域来訪者(訪日外国人観光客を含む)   | 事業費<br>(千円)    | 令和5年度の実績額 | 令和6年度の当初予算額 |
|                        | どういう状態を目指すのか | ・大阪・関西地域を来訪する外国人観光客の県内への誘客  |                | 0         | 64,000      |
|                        |              |   | うち一般財源<br>(千円) | 0         | 47,000      |
| 令和6年度の取組内容             |              | ・外国人観光客を対象に、関西地域ー島根県間の高速バス料金を片道2,000円とし、乗り換えなしで県内に到着できる利便性、お得に国内周遊できるメリットを宣伝し、県内誘客につなげる。<br>・大阪・関西地域に滞在中の外国人観光客が立寄る可能性が高い観光案内所、宿泊施設等でセールスキット等を活用しリアルプロモーションを実施する。また、来訪意欲を促す観光情報(旬な情報、2,000円バス等の交通、おすすめの行程等)を提供する。<br>・大阪・関西地域に滞在中の外国人観光客を対象に来訪意欲を促すWeb広告やSNSプロモーションを実施する。 |                |           |             |
| 令和5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                     | 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 | 15.0  | 50.0  | 100.0 | 170.0 | 千人 | 単年度値 |
|                       |                             | 実績値  | 98.1  | 14.6  | 9.2   | 9.9   | 59.3  |       |    |      |
|                       |                             | 達成率  | —     | 11.9  | 61.4  | 19.8  | 59.3  | —     | %  |      |
| 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 R3年11,260人、R4年10,920人、R5年51,940人<br>・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等の活用<br>・Webサイト(英、繁、簡、韓、仏、タイ、ベトナム)、ブログ(韓)、Facebook(英、繁(香、台)、仏、タイ、ベトナム)、微博(簡)、Youtube(英)、Instagram(英)<br>・境港及び浜田港へのクルーズ客船寄港数の推移<br>[境港]R5年度 27回 ⇒R6年度 30回(予定) [浜田港]R5年度 実施なし ⇒ R6年度1回(予定) |       |       |       |       |       |       |    |      |

## 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 | ・各重点市場で旅行会社やインフルエンサー等を招請した視察ツアーを実施し、旅行商品の造成や情報発信を実施(9回開催)<br>・台湾向けFacebookの運用や、しまねっこを活用した現地プロモーションを展開し、Facebookで約8,100人のフォロワーを獲得(R4年度末:フォロワー30,205人)<br>・ベトナムとの国際定期便就航を目指し、ベトナム航空等との覚書を締結。現地旅行社等を対象としたセミナーを実施。<br>・外国人向け体験コンテンツの開発・販売に向けた支援として、セミナーを3回開催(R4年度:0回)         |
| 課題分析 | ① 課題                 | ・関西国際空港はコロナ前の令和元年に838万人の外国人が利用しており、県内への誘客を進める上で、重要なゲートウェイ。令和4年10月以降の水際措置の緩和により、関西国際空港を利用する外国人観光客は増加しているが、島根県を訪れる外国人観光客数の回復は全国と比べて遅れている。   |
|      | ② 原因                 | ・島根県を訪れるための具体的な観光情報(交通、宿泊、モデルルート)が外国人観光客に十分に伝わっておらず、来訪意欲につながっていない。<br>・大阪・関西圏を来訪中の外国人観光客が、タビナカに島根県を訪れるきっかけづくりが十分ではない。   |
|      | ③ 方向性                | ・外国人観光客を対象に、関西地域ー島根県間の高速バス料金を片道2,000円とし、乗り換えなしで県内に到着できる利便性、お得に国内周遊できるメリットを宣伝し、県内誘客につなげる。<br>・大阪・関西地域に滞在中の外国人観光客が立寄る可能性が高い観光案内所、宿泊施設等でセールスキット等を活用しリアルプロモーションを実施する。また、来訪意欲を促す観光情報(旬な情報、2,000円バス等の交通、おすすめの行程等)を提供する。<br>・大阪・関西地域に滞在中の外国人観光客を対象に来訪意欲を促すWeb広告やSNSプロモーションを実施する。 |



# 事務事業評価シート

|                  |  |
|------------------|--|
| <b>1 事務事業の概要</b> | 担当課 <span style="margin-left: 20px;">しまねブランド推進課</span> |
|------------------|--|

|                        |  |  |                |           |             |
|------------------------|--|--|----------------|-----------|-------------|
| 事務事業の名称                |  | 石見銀山遺跡を活用した島根の魅力発信事業                               |                |           |             |
| 目的                     | 誰(何)を対象として   | 観光ニーズを持つ県外在住者                                      | 事業費<br>(千円)    | 令和5年度の実績額 | 令和6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：世界遺産石見銀山のプロモーションを行うことで、島根に興味を持ってもらい、来訪してもらう。 |                | 0         | 20,288      |
|                        |  |  | うち一般財源<br>(千円) | 0         | 20,288      |
| 令和6年度の取組内容             | 2025年大阪・関西万博の開催を契機に、国内外の注目が集まる関西地域において、情報発信拠点を設置し、石見銀山遺跡を核とした情報(石見銀山遺跡や大田市大森町に関する情報、石見地方を中心とした食品や伝統工芸品等の県産品や観光情報等に関する情報)発信を行う。<br>① 石見銀山遺跡を核とした情報発信・・・石見地方を中心とした情報について、受託者のブランド力を活用し、情報発信を行う。<br>② 島根県の魅力が伝わる情報発信拠点整備・・・石見地方を中心とした県産品を資材に活用し、島根の魅力が広く伝わる情報発信拠点の店舗装飾を実施 |  |                |           |             |
| 令和5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                     | 石見銀山への観光入込客延べ数【前年度1月～当該年度12月】 | 目標値   |       | -       | -       | -       | -       | 254.1 | 千人 | 単年度値 |
|                       |                               | 実績値   | 265.3 | 171.0   | 165.4   | 220.1   | 246.1   |       |    |      |
|                       |                               | 達成率   | -     | #VALUE! | #VALUE! | #VALUE! | #VALUE! | -     | %  |      |
| 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年度から令和4年度まで実施した島根の観光認知度調査によると、首都圏での認知度は30%を推移している。<br>・平成18年から令和4年まで実施した観光動態調査によると、石見銀山エリア入込客数は、平成20年の81.3万人を最多であり、それ以降右肩下がりに推移し、令和4年度は22.0万人と、観光客が約4分の1まで減少している状況である。 |       |         |         |         |         |       |    |      |

## 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 |   |
| 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   |
|      |                      | ・石見銀山の特に首都圏での認知度及び石見銀山への入込客数が伸び悩んでいる<br><br>・石見銀山が世界遺産に登録されたのは、平成19年であり、平成20年の入込客数が最大であったが、以降目玉となるイベントなどが無く、首都圏等での認知度が低いことが原因と考えられる。<br><br>令和9年に開山500年及び世界遺産登録20周年を迎える節目に向けて認知度向上、誘客促進を図る「石見銀山」の情報発信を、例年になく国内外から多くの集客を見込む大阪市内において、大田市大森に本社を置き、石見銀山に精通した群言堂に委託して実施することで、より多くの人々に、群言堂のブランドイメージの活用による効果的な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  | 県内外の人々   | 事業費<br>(千円) | 令和5年度の実績額 | 令和6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の魅力を広く伝え、県民の郷土への自信を培う。県外の方々には、しまねの歴史文化に関心をもってもらうことで、人々の交流を促進する。 |             | 32,058    | 36,816                 |
| 令和6年度の取組内容             | (1) 県民参加型事業(講座) ①島根の歴史文化講座(松江) ②隠岐国巡回講座 ③石見国巡回講座<br>(2) 県外における情報発信 ①古代出雲文化シンポジウム(東京)<br>②しまねの古代文化連続講座(東京)+しまねの古代文化探訪バスツアー(島根)<br>③島根の日本遺産に関する情報発信<br>(3) 他県との連携事業 ①古代歴史文化に関する共同調査研究(古代歴史文化にゆかりの深い県との連携) |  |             |           |                        |
| 令和5年度に行った評価を踏まえて見直したこと | ・古代出雲文化シンポジウム会場で講師が案内する現地映像を流すなど、来訪者増加への工夫を継続<br>・シンポジウム・講座・バスツアーで「島根の特色ある古墳」を繰り返し取り上げ、来訪動機を喚起<br>・歴史文化に関心のある新たなファン層を獲得するため、引き続き動画やSNSを定期配信   |  |             |           |                        |
| 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 | 6,000.0 | 6,000.0 | 9,000.0   | 9,000.0 | 人  | 単年度値 |
|                       |                                       | 実績値  | 4,967.0 | 5,800.0 | 6,643.0 | 8,960.0 | 154,218.0 |         |    |      |
|                       |                                       | 達成率  | —       | 116.0   | 110.8   | 149.4   | 1,713.6   | —       |    |      |
| 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 |                                       | 講座・シンポジウム参加者数内訳<br>R2 総数5,800名 うち会場1,181名(20%)、オンライン4,619名(80%)<br>R3 総数6,643名 うち会場1,170名(18%)、オンライン5,473名(82%)<br>R4 総数8,960名 うち会場2,256名(25%)、オンライン6,704名(75%)<br>R5 総数154,218名 うち会場1,950名(1.2%)、オンライン152,268名(98.8%) |         |         |         |         |           |         |    |      |

## 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 | ・講座・シンポジウムについては「しまこだチャンネル」での動画配信を実施し、オンライン視聴者数は23倍に増えた。<br>・シンポジウム会場で上映した、講師が「出雲国風土記」現地在案内する映像は、アンケート回答者の87%が満足と評価し、「島根県に行ってみよう」という回答も96%を占め、島根県への来訪希望者を着実に増やすことができた。<br>・首都圏在住者を対象としたバスツアーの参加者は満員となった。さらに参加者に詳細なアンケートを実施することで、島根の古代文化に対するニーズの把握にもつながった。 |
| 課題分析 | ① 課題                 | ・講座・シンポジウムにおいて、会場参加者数が減少する一方で、オンライン視聴者数の大幅増という偏った状況となっている。<br>・オンライン配信動画の視聴者数は極めて増加したものの、それを維持するためにはリピーターを確保する必要がある。   |
|      | ② 原因                 | ・県内講座での会場参加者数が減少している。<br>・リピーターを確保するための取組が十分とはいえない。  |
|      | ③ 方向性                | ・県内講座はワークショップや会場での展示などを含めた多様な形態で開催し、会場参加者の増加につなげる。<br>・視聴者のニーズに即した良質な動画を提供することに加え、メーリングリストを用いて新規動画の公開について情報提供する。また、リピーターの確保と新たな歴史ファン層の獲得に向けた、動画の配信方法を工夫する。   |