

①施策の目的等

施策の名称	施策 I-3-2 情報発信等誘客宣伝活動の強化
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て国内外向け複合的に情報発信し、観光誘客を促進します

②成果参考指標の目標（実績）と施策の現状、及びその評価

数値目標	年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度	単位	数値目標	年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度	単位
都道府県魅力度ランキング	目標値	40.0	35.0	30.0	25.0	20.0	位	島根県への来訪意向割合	目標値	10.0	12.0	13.0	14.0	15.0	%
	取組目標値								取組目標値						
	実績値	40.0							実績値	11.5					
	達成率	100.0	-	-	-	-			達成率	115.0	-	-	-	-	
	目標値								目標値						
	取組目標値								取組目標値						
	実績値								実績値						
	達成率	-	-	-	-	-			達成率	-	-	-	-		
定性目標	平成28年度～平成31年度														
成果参考指標の実績等の補足説明（任意記載）															

③評価時点での施策目的に対する現状

評価時点で施策目的に対する現状 (客観的事実・データなどに基づいた施策の現状や取組状況)	<p>○萩・石見空港の東京2便化について、平成28年3月27日からの2年間の継続が決定。H27年度の利用者は、122,472人と増加（H26年度は110,199人）。旅行会社への商品造成支援により、約4,700人の集客につながった。</p> <p>○レンタカー助成は、約300名の利用。神楽めしクーポンの利用者は、約1,000人</p> <p>○観光情報説明会（13回）、旅行会社への訪問セールス（65件）、イベント出展・旅行会社店頭でのキャンペーン（5件）など、県外での誘客プロモーションを積極的に実施</p> <p>○教育旅行素材説明会（3回）、教育旅行モニターツアーやMICE等団体誘致企画・素材説明会（3回）などの新規市場開拓</p> <p>○メディア取材のアテンド（23件）等を通じ、テレビ・雑誌等へ観光情報の掲載促進</p> <p>○タレントを起用したプロモーションがメディアで取り上げられ、首都圏等で「島根＝ご縁」のイメージの訴求が図られ、島根への来訪意向が向上した</p>
---	--

④今年度末の施策目的の達成度予測

	判断	その理由
28年度の施策目的の達成度予測 A:達成できる B:概ね達成できる（見直す点がある） C:達成は困難	B	<p>○タレントを起用したプロモーション映像やポスターの制作、キャラクター素材を活用した情報発信などにより、首都圏における「ご縁の国しまね」の認知度や来訪意向が上昇している。</p> <p>○松江城天守の国宝指定、「津和野今昔」・「出雲國たたら風土記」の日本遺産認定など島根の「本物」の魅力が認められている。</p> <p>○都道府県魅力度ランキングは、平成26年度に出雲大社平成の大遷宮が多くのマスコミに取り上げられ、情報接触度が大幅に高まったことにより過去最高だったが、平成27年度は前年度からの反動や北陸新幹線開通もあり、低下した。</p>

⑤課題の認識

	判断	その理由（④の「判断」と異なる「判断」の場合のみ記載）
(1)平成31年度末の施策目的の達成状況（予測） A:達成できる B:概ね達成できる C:達成は困難	B	
(2)施策の目的達成に向けての課題		<p>○情報発信が首都圏に集中している現状を踏まえ、中京圏域を新たなターゲットとして捉え、観光調査を実施し効果ある誘客対策事業に反映させること</p> <p>○MICEや教育旅行の誘致など新たな市場開拓に合わせ、受け地整備を行うこと</p> <p>○石見地域の観光地としての魅力が首都圏や関西圏の旅行者にあまり認知されていないことから、これを改善するため、引き続き同地域における観光素材や旅行商品の造成に取り組みとともに情報発信を強化すること。また、空港からの二次交通を整備させることで、様々なニーズを持つ個人観光客の満足度をあげることも必要</p> <p>○「しまね観光ナビ」へのアクセスが減少。スマートフォン未対応のページ割合が高いためであり、これを改善する必要がある</p>

⑥今後の取組みの方向性

課題解決に向けての今後の取組みの方向性	<p>○「ご縁」や「神々の国」といった島根のイメージを様々なメディアを通じて力強く情報発信するとともに、あらゆる世代に向けた情報発信や誘客策を推進していく。</p> <p>○首都圏や関西、四国、九州など大都市圏からの誘客や海外からの誘客に向け、縁結びの地、石見神楽、温泉、ユネスコ世界ジオパークなど、その地でしか味わえない本物の魅力を積極的に情報発信し、全県への観光誘客につなげていく。</p> <p>○外国人旅行誘客にむけたプロモーション活動を積極的に行うとともに、団体向け旅行商品の充実、個人旅行者向け情報発信の強化に取り組んでいく。</p>
---------------------	---

施策評価シート別紙2(事務事業一覧)

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

(単位:千円)

	事務事業名	目的(意図)	前年度 事業費	今年度 事業費	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。	42,772	52,776	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。	61,057	61,537	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。	31,623	32,000	観光振興課
4	神々に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。	377,617	341,782	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					