

# 事務事業評価シート

評価実施年度：平成28年度

上位の施策名称	施策1-3-2 情報発信等誘客宣伝活動の強化
---------	---------------------------

## 1. 事務事業の目的・概要

事務事業担当課長	観光振興課長 堀江 隆典	電話番号	0852-22-6298
----------	--------------	------	--------------

事務事業の名称	神々のご縁観光総合対策事業
目的	(1) 対象 旅行ニーズを持つ県外在住者および県内の観光事業関係者 (2) 意図 「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
事業概要	【新たな手法を活用した観光情報の発信】島根県の認知度向上のため、自ら情報発信者となる層に対して「ご縁」をテーマにしたイメージキャンペーンや、キャラクター素材の活用、SNSを活用した情報発信を実施する。 【着地型観光の推進】着地型観光を推進するため、「神々」や「ご縁」といった島根のイメージを体感し、楽しめる観光商品の造成や地域資源を活用した観光地づくりを行う。 【観光人材の育成、基盤の強化】観光産業を担う人材の育成・基盤の強化を図るため、若手経営者向けのセミナーの開催や、市町村観光協会への観光コーディネーター設置を支援する。【伸びしろある市場の開拓】新たな市場を開拓するため、MICEや教育旅行等の誘致に向けた取り組みを実施する。

## 2. 成果参考指標

成果参考指標名等		年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度	単位
1	指標名 島根県への来訪意向割合	目標値		12.0	13.0	14.0	15.0	%
		取組目標値						
	式・定義 県が独自に実施する観光認知度調査において「行ってみたい都道府県（上位5県）」に島根県と回答した人の割合	実績値	11.5					%
		達成率	-	-	-	-	-	%
2	指標名 観光入り込み客延べ数	目標値	33,370.0	33,530.0	33,690.0	33,850.0	34,000.0	千人
		取組目標値						
	式・定義 毎年の観光動態調査結果	実績値	33,158.0					%
		達成率	99.4	-	-	-	-	%

## 3. 事業費

	前年度実績	今年度計画
事業費(b) (千円)	377,617	341,782
うち一般財源 (千円)	377,617	341,782

## 4. 改善策の実施状況

前年度の課題を踏まえた改善策の実施状況	③改善策を検討中
---------------------	----------

## 5. 評価時点での現状（客観的事実・データなどに基づいた現状）

【新たな手法を活用した観光情報の発信】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、交通広告の展開、キャラクター素材を活用した情報発信等により、首都圏における「ご縁の国しまね」の認知度や来訪意向がH26年度と比べて上昇した。一方、都道府県魅力度ランキングは大幅に低下しており、全国的な知名度、魅力度は低下している。【着地型観光の推進】「神々」や「ご縁」といった島根のイメージを体感できる観光商品の造成等につながる事業を支援。【観光人材の育成、基盤の強化】市町村観光協会への観光コーディネーター設置支援、宿泊施設職員向け研修を実施した。【伸びしろある市場の開拓】企業や旅行会社等を対象としたMICE誘致の企画・素材説明会の開催や企画・素材集の作成、MICE団体「おもてなしキャンペーン」の実施など、企業の会議や研修・報奨旅行の誘致に取り組んだ。また教育旅行の誘致を行うため、素材説明会や県内宿泊施設を対象とした受入研修会の開催、モニターツアーなどを実施した。

## 6. 成果があったこと（改善されたこと）

【新たな手法を活用した観光情報の発信】タレントやキャラクターがメディアで取り上げられることなどにより、首都圏等において「島根」＝「ご縁」など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。  
【着地型観光の推進】【観光人材の育成、基盤の強化】「神々」や「ご縁」といった島根のイメージを体感できる観光商品の造成や観光産業を担う人材育成が進み、誘客促進と、受入体制の充実に一定の効果があった。  
【伸びしろある市場の開拓】MICE団体「おもてなしキャンペーン」の実施や、教育旅行モニターツアーの実施等により誘致活動の強化を図ることができた。

## 7. まだ残っている課題（現状の何をどのように変更する必要があるのか）

- ①困っている「状況」  
【全体】松江城の国宝指定、津和野今昔の日本遺産認定など全国的な話題となる契機もあり、観光商品の造成や観光産業を担う人材の育成も進みつつあるものの、H27年の県全体の観光入込客数はH26年から微減した。また、首都圏での「島根」の認知度等は少しずつ高まってきているものの、全国的にみると魅力度が低い状況にある。
- ②困っている状況が発生している「原因」  
【情報発信】情報発信が首都圏に集中している。また、首都圏では「島根」＝「ご縁」といったイメージ先行型の情報発信を行っており、具体的に何が、どの程度の魅力があるのかなどが十分に伝えきれていない。
- ③原因を解消するための「課題」  
【情報の発信・着地型観光】新たな商品造成を県内全域で行い観光地としての魅力づくりを進めるとともに、引き続き「ご縁」のイメージを発信しつつ、タレントの情報発信力などを活かして、中京圏など首都圏以外の新たな地域に対する情報発信に取り組む必要がある。  
【市場の開拓】今後の需要の高まりが期待できるMICEや教育旅行など新たな分野での誘致活動も引き続き強化する必要がある。

## 8. 今後の方向性（課題にどのような方向性で取り組むかの考え方）

【新たな手法を活用した観光情報の発信】タレントを起用した観光キャンペーンを最大限に活用し、28年度は、タレントが感じた島根の魅力映像化したり、当該ロケ地をマップ化するなどして、島根の本物の魅力をより多くの人に伝える取組を重点的に行う。また中京圏を新たなターゲットとして捉え、観光調査を実施した上で、当該調査結果を基に28年度に実施する当面の対策と、29年度以降に行う取組を分けて検討するなど、中長期的な取組を進め、観光入込客の増加等につなげる。  
【着地型観光の推進】観光客の満足度を向上させるため、民間団体や企業等が取り組む、新たな観光客の誘致につながる観光商品の開発や、地域の魅力を活用した観光素材の造成等を支援し、民間主体の観光地づくりに取り組んでいく。  
【伸びしろある市場の開拓】招致活動や受け地整備を行い、引き続きMICEや教育旅行の誘致に積極的に取り組む。

・課(室)内で事務事業評価の議論を行うにあたっては、本評価シートのほか、必要に応じて、「予算執行の実績並びに主要施策の成果」や既存の事業説明資料などを活用し、効率的・効果的に行ってください。  
・上記「5. 評価時点での現状」、「6. 成果があったこと」、「7. まだ残っている課題」、及び「8. 今後の方向性」について、議論がしやすいように、「5. 評価時点での現状→6. 成果があったこと」、又は「5. 評価時点での現状→7. まだ残っている課題→8. 今後の方向性」が一連の流れとなるよう、わかりやすく、ストーリー性のあるシート作成に努めてください。

## 9. 追加評価（任意記載）