

# 事務事業評価シート

評価実施年度：平成29年度

上位の施策名称	施策I-3-3 外国人観光客誘客の強化
---------	------------------------

## 1. 事務事業の目的・概要

事務事業担当課長	観光振興課長 木次 淳	電話番号	0852-22-5625
----------	-------------	------	--------------

事務事業の名称	山陰デスティネーションキャンペーン		
目的	(1) 対象	さまざまな観光ニーズを持つ人々	
	(2) 意図	鳥取県や広島県など中国地域各県と連携して、国内・海外の観光客へ向けた情報発信や誘客対策などを実施し、広域周遊観光を促進するとともに、更なる観光誘客を図る。	
事業概要	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、両県の市町村、観光関連団体、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 山陰デスティネーションキャンペーン協議会を設立 H29 プレDC 基本計画を策定、全国宣伝販売促進会議の開催（8月）、受入体制の整備 H30 デスティネーションキャンペーン本番（7月～9月）全国で各種媒体での広告宣伝事業、イベント開催等 H31 アフターDC		

## 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 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	33,171.0	33,082.0				
		達成率	99.5	98.7	-	-	-	%
2	指標名 全国宣伝販売促進会議参加者 ※H29年度で終了	目標値			500.0			人
		取組目標値						
	式・定義 会議の参加者	実績値						
		達成率	-	-	-	-	-	%

## 3. 事業費

	前年度実績	今年度計画
事業費 (b) (千円)	-	56,000
うち一般財源 (千円)	-	56,000

## 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	⑤今年度新規
---------------------	--------

## 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）

デスティネーションキャンペーン協議会をH28.8月に設立し、事業の推進体制が確立した。事業推進にかかる具体的な協議を行う事務局連絡会議を40回開催した。（H29.6月時点）  
 H29.6.17～18に京都駅ビル駅前広場で行われたイベントにおいて、山陰デスティネーションキャンペーンのPRを行った。  
 H29.6.30～7.1にJR大阪駅においてプレキャンペーンのオープニングイベントを開催。  
 H29.8全国宣伝販売促進会議を開催。

## 6. 成果があったこと（改善されたこと）

OH29 プレキャンペーン  
 ・プレキャンペーン中の誘客対策として、各市町村から観光素材の提案を受け、旅行会社へ提案した。結果として、4社により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。  
 OH30 キャンペーン当該年度  
 OH31 アフターキャンペーン

## 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」  
 来年のデスティネーションキャンペーンを一過性のものとせず、将来の安定的な観光誘客につなげる必要がある。  
 また、デスティネーションキャンペーンの目玉企画として観光列車「あめつち」の運行が開始されるが、運行区間が出雲以东となっており、石見部は外れている。

②困っている状況が発生している「原因」  
 来年のデスティネーション本番を契機としながらも、それ以降も、数ある観光地の中から観光客に鳥根県を選択してもらうためには、JR等の送客力頼みではなく、観光地としてのポテンシャルの一層の向上が必要である。  
 観光列車「あめつち」については、運行区間が出雲以东となっており、何らかの対策を講じない限り、広告塔となる折角の観光列車でありながら、石見部を含めた鳥根全域の魅力を伝えることができない可能性がある。

③原因を解消するための「課題」  
 県内観光資源の磨き上げや、全国宣伝販売会議等を通じたPR展開を進めてきたが、観光立県としてのポテンシャルを更に高め、持続的な観光誘客を図るためには、県内市町村や観光事業者とより連携し、観光素材の更なる磨き上げ、魅力的な観光商品づくりを進めなければならない。  
 観光列車「あめつち」の運行区間については、JR西日本も問題意識を持っており、石見を含めた鳥根全域、山陰全体の魅力を伝えるための仕掛けづくりや、石見部での運行について、関係者を交えた検討が必要である。

## 8. 今後の方向性（課題にどのような方向性で取り組むのかの考え方）

来年は、山陰デスティネーションキャンペーンに加え、JTBによる「日本の旬」も予定されており、その送客力に対する県内市町村や観光業界の期待は大きい。一定の送客は間違いなく見込めることから、市町村や意欲のある観光事業者との連携を更に強め、H31年度以降にもつながる観光商品づくりなどを勢力的に進める。  
 「あめつち」については、「瑞風」でも石見部の「海」の魅力などが高く評価されているところであり、今後、石見部での運行が実現するよう、まずは石見部を含めた鳥根全域の魅力を感じていただける車内装飾や車内PRの仕組み、それに必要な費用負担のあり方について、引き続きJR西日本及び鳥取県と検討を進める。