

事務事業評価シート

評価実施年度：平成30年度

上位の施策名称 施策I-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 木次 淳 電話番号 0852-22-5625

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、切れ目ない誘客を図る	
事業概要	【ご縁の国しまね観光情報発信】島根県の認知度向上と「ご縁」のイメージ定着、来訪意欲向上のため、発信力のあるタレントや観光キャラクター「しまねっこ」を活用した広告や誘客イベントなどプロモーションを展開する。また、メディア向けの観光情報説明会や取材費助成、テレビ・CM・映画等のロケ地誘致・ロケ支援などによるロケ地ツーリズムの推進、SNSによる情報発信を実施。 【着地型観光の推進】「神々」や「ご縁」といった島根県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。 【観光人材育成、基盤強化】観光産業を担う人材の育成・基盤の強化を図るため、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。		

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	11.0	13.5			
		達成率	-	91.7	103.9	-	-	%
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	33,171.0	33,119.0	32,303.0			
		達成率	99.5	98.8	95.9	-	-	%

3. 事業費

	前年度実績	今年度計画
事業費 (b) (千円)	286,691	286,373
うち一般財源 (千円)	248,647	256,226

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）

- 島根県観光認知度調査「ご縁の国しまね」認知度(H25)10.3%→(H26)9.1%→(H27)12.6%→(H28)15.5%→(H29)13.4%
- 地域ブランド調査 魅力度(H25)33位→(H26)26位→(H27)40位→(H28)27位→(H29)27位
- 交通アクセスが悪い、観光客の訪問先として選ばれない観光地が県内に点在
- 着地型、体験型の観光商品が少ない

6. 成果があったこと（改善されたこと）

- 「ご縁の国しまね」や「しまねっこ」の認知度及び島根県の魅力度が以前に比べ上昇
- H29年度観光総合支援補助事業採択数16事業
- H29年度周遊バス運行 4コース

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」

- 島根県への来訪意欲が長期的には横ばい傾向
- 観光プロモーションのイメージである「神々」・「ご縁」を実際に体感できる観光地・観光商品が少ない。
- 交通アクセスが悪い。

②困っている状況が発生している「原因」

- 認知度を向上させるためのイメージ発信を先行させたため、旅行の動機付けとなるような「縁結び」「自然」「伝統芸能」などの具体的な観光素材の情報発信が不十分。
- 観光プロモーションと連動した観光地、観光商品づくりへの誘導の仕組みがない。観光商品のPRの場が少なく、事業者が事業に取り組むメリットを感じにくい。
- 観光周遊バスの出発地側でのPR不足。

③原因を解消するための「課題」

- 認知度を向上させるためのイメージ発信と来訪意向を向上させ、来県につながる具体的な観光素材を連動させた情報発信をバランス良く行う必要がある。また、「しまねっこ」に会いに行くことが来県の目的となるような仕掛けづくりが必要。
- 観光プロモーションと連動した観光素材の優先採択。観光プロモーションでの観光商品のPR実施、旅行AGTとのマッチング支援など販売促進。
- 観光周遊バスのPR強化と利用者にも広く知ってもらうためのチャンネル選定や頻度など精査が必要。

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）

- ご縁の国しまねプロモーションはタレントの発信力を活用し、「神々」「ご縁」といった島根のイメージの定着・認知度の向上を図りながら、旅行の動機付けとなる「縁結び」「自然」「伝統芸能」等の観光素材と連動させた展開を行う。
- しまねっこは新たにカフェイベントを開催することで話題づくりと「しまねっこ」に会える場の創出により新たなファンの獲得と観光誘客につなげる。
- メディアプロモートは、観光情報説明会、プレスツアーなど誘客につながる各地域の観光素材をしっかりと意識して内容やコースを設定する。取材費助成は、誘客につながる情報発信になるよう、素材とターゲットに適した媒体を重点的に支援できるよう工夫する。
- ロケ地を新たな素材として観光誘客につなげていくため、ロケ誘致等及びロケ地活用によるツーリズムを推進する。
- 観光プロモーションとテーマ連動した観光商品づくり等新たな取り組みを促すとともに、SNSの活用など各地域の観光情報を細やかに伝えられる仕組みを構築する。
- 観光周遊バスは対AGTには観光情報説明会や商談会でのPR強化、対利用者向けにはSNSでの情報発信など県の媒体を活用したPR強化を行う。