

施策評価シート

幹事部局

商工労働部

施策の名称	I-2-(2) 観光の振興
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>①(地域資源を活用した魅力ある観光地域づくり)</p> <ul style="list-style-type: none"> 地域・民間主導の観光地域づくりや旅行商品造成に対する支援を実施したが、コロナ禍により感染拡大地域からの誘客が低迷している。収束後に向け、「ご縁」等を体感できる観光商品の造成を引き続き実施するとともに、感染状況に応じた効果的なプロモーションが必要である。 <p>②(美肌観光の推進)</p> <ul style="list-style-type: none"> 幅広い年代の女性をターゲットとしたプロモーションの展開や、民間企業との「美肌ウェルネスリズム」の推進に向けた連携協定を締結した。「美肌県」としてイメージの定着と、美肌観光のコンテンツ造成や旅行商品の具現化が必要である。 <p>③(島根に行きたくなる観光情報の発信)</p> <ul style="list-style-type: none"> しまねっこを活用し、観光スポット等をInstagramやTikTok等で紹介するなど、若年層への情報発信を強化した。一方で、新型コロナの影響により、メディアによる現地取材の機会が減少するなど、観光情報の露出が伸び悩んでいる。 <p>④(ターゲット国を中心とした外国人の誘致)</p> <ul style="list-style-type: none"> 渡航制限等により外国人誘客は困難な状況にある。収束後に向け、更に加速すると見込まれるFIT(海外個人旅行)化に向けた受入環境整備と持続的・効果的な情報発信が必要。 <p>(前年度の評価後に見直した点)</p> <ul style="list-style-type: none"> 感染状況が落ち着いている隣県と連携しながら、主に県民を対象とした県内での宿泊、旅行の需要喚起策を実施した。 コロナ禍によるマイクロツーリズムの需要に応じ、中四国などの近隣県からの誘客対策を強化した。
今後の取組 の方向性	<p>①(地域資源を活用した魅力ある観光地域づくり)</p> <ul style="list-style-type: none"> アフターコロナに向けて需要の増加が見込まれる、安心・安全な旅行やマイクロツーリズムなど、新しい旅行のスタイルにあわせた受入環境の整備や旅行商品の造成、効果的な情報発信を行う。 <p>②(美肌観光の推進)</p> <ul style="list-style-type: none"> 「美肌県しまね」のプロモーションによる認知度の向上とイメージ定着、民間事業者による美肌観光のモデルプランやコンテンツ造成の支援、民間企業のブランド力等を活かした島根ならではのツーリズムの確立に取り組む。 <p>③(島根に行きたくなる観光情報の発信)</p> <ul style="list-style-type: none"> PR専門会社を活用した戦略的なメディアリレーションを通じて、テレビや雑誌など各種媒体での露出を高め、旅行意欲の喚起を行う。 <p>④(ターゲット国を中心とした外国人の誘致)</p> <ul style="list-style-type: none"> 台湾等早期に訪日旅行の回復が見込まれる市場に向けて、適時に効果的な情報発信を行うとともに、FIT化に向けた体験コンテンツの充実や多言語表記などの受入環境の整備を進める。また、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推進する。

事務事業の一覧

施策の名称		I-2-2(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	コンベンション誘致推進事業	産業交流会会館の利用者、コンベンション(会議、展示会、イベント等)の主催者	観光誘客、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	900	53000	商工政策課
2	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。	27405	120955	観光振興課
3	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	受講者のスキルに合わせたWEB研修メニューを作成し、県内観光産業に従事する方に受講いただき、観光産業人材を育成することで、宿泊・観光施設の魅力向上を図る。	3498	16500	観光振興課
4	しまね地域未来投資促進事業(観光)	文化施設、宿泊施設等の観光事業者等	観光事業者の付加価値額増に繋がる取組を行う事業者を支援し、地域経済の活性化を図る。	3290	5000	観光振興課
5	「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で、島根に興味を持ってもらい、来訪してもらう。 観光事業者:「美肌県しまね」のイメージに沿った観光商品や受入体制をつくる。	230,686	341,044	観光振興課
6	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となるよう育成を図る。	61258	61263	観光振興課
7	県内航空路線利用促進(観光振興)事業	様々な観光ニーズを持つ人々(特に首都圏在住者)	航空路線(萩・石見空港)を利用して島根県を訪れてもらう	58062	80196	観光振興課
8	「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。 観光事業者:「ご縁」といった島根のイメージに沿った観光商品や受入体制をつくる。	287490	328210	観光振興課
9	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。	265492	234927	観光振興課
10	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	51681	89257	自然環境課
11	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	186865	188908	自然環境課
12	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。	30574	44027	文化財課
13						
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 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	産業交流会会館の利用者、コンベンション(会議、展示会、イベント等)の主催者	事業費 (千円)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	観光誘客、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		900	53,000
			うち一般財源 (千円)	900	53,000
今年度の取組内容		・コンベンション開催支援事業費補助金を活用した、(一財)くにびきメッセを主体とする誘致活動			
昨年度に行った評価を踏まえて見直した点		・新型コロナウイルス感染症の影響を受け、直接主催者を訪問する活動から、主にオンラインによるアプローチへの切り替えを行った。 ・オンライン会議やハイブリット形式でのコンベンション開催が増加傾向にあることから、くにびきメッセにWeb会議専用回線を整備			
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	(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						
		達成率	—	1.2	—	—	—	—		
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		<p>・新型コロナウイルス感染症の影響により、予定されていたコンベンションがほぼ全てキャンセル・中止となった。 (予定)2020年度3月末時点における主なコンベンションの開催予定件数 82件(うち国際会議8件) 58,310人 (実績)6件(うち国際会議0件) 793人</p> <p>・オンラインによる誘致活動件数 647件(R元訪問件数の1,047件)</p>								

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	・他県との競争により島根県内におけるコンベンションの誘致環境は厳しい状況にあるなか、(一財)くにびきメッセによる長期間継続した誘致活動や県の学会等開催経費に対する助成制度の効果などにより、予約段階では令和元年度とほぼ同程度のコンベンション参加者数が見込まれていたが、新型コロナウイルス感染症の影響を受けて大幅に実績値は下回った。	
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)	・他県と比べ大規模な会場及び宿泊施設が不足しており、また、国際空港をはじめとした県外からの交通アクセスが不便であることなどから特に選定しづらい状況である。 ・新型コロナウイルス感染症の影響により、コンベンションの開催件数が減少している。開催された場合であっても、Webを併用したハイブリット開催方式が主流となり、参加者数が大幅に絞られている。
	② 原因	上記①(課題)が発生している原因	・国際空港をはじめとした県外からの交通アクセスが不便であり、移動に要する経費も掛かることから敬遠されるため。 ・コンベンションの実施に伴う補助金制度やコンベンションビューロー等による会場の紹介等を行う各種開催支援等、島根県内でのコンベンション開催を促すための情報発信を行っているが、全国には行き渡っていない。
	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	・誘致の際にインセンティブ効果を発揮する各種開催支援策を活用するほか、支援策の情報発信や開催情報を収集する仕組みを構築することにより、潜在的なニーズの掘り起こしを行う。 ・全国と比較しても手厚い補助金制度やコンベンションビューローのサポート体制をPRするため、コロナ禍のもとオンラインによる訪問活動を拡大するとともに、オンライン展示会での誘致活動の強化を図る。

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		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)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	どういった状態を目指すのか			27,405	120,955
			うち一般財源(千円)	7,957	35,116
今年度の取組内容	隠岐地域での滞在型旅行商品の開発や、人材の確保・育成の取組を支援 ・隠岐の魅力を高め滞在期間を延ばすための新たな体験メニューの造成 (企画乗船券の造成・販売、隠岐空港利用団体ツアー助成、電動マウンテンバイク(e-bike)を活用した4島の島内周遊プランの企画、隠岐4町村の滞在プログラム開発支援)				
昨年度に行った評価を踏まえて見直したこと	・企画乗船券は高速船にも適用し、利用期間を通年に拡大(5月、8月、年末年始の一部繁忙期を除く) ・隠岐発着の航空機(定期便・チャーター便)と島内での宿泊及び体験メニューを組み合わせた団体ツアーを造成・販売し、旅行会社向けの支援を実施				
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(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						
		達成率	—	54.5	—	—	—	—		
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						
		達成率	—	61.2	—	—	—	—		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		・観光客入込数・宿泊客延数が減少傾向(島根県観光動態調査) 観光客入込数:H30年168千人、R1年167千人、R2年92千人 宿泊客延べ数:H30年102千人、R1年97千人、R2年63千人 ・観光の形態が団体から個人へシフト ・宿泊施設の減少(H16年98施設→R2年64施設)								

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・利用期間の延長及び販売枚数拡大、高速船での(往路)利用を開始したことにより、利用者数が増加 R1:利用期間5/10～10/31(7/13～8/31除く)⇒販売枚数1,307枚 R2:利用期間7/20～2/28(8/8～17・12/21～1/7除く)⇒販売枚数3,067枚 ※R2は当初1,500枚発行予定で利用期間を12月20日までとしていたが、好評により増刷し、利用期間を延長 ・販売・利用期間中のWebプロモーションの強化を行い、専用予約ページを設けたことにより利便性が向上(R1は電話予約のみ受付)
課題分析	① 課題	・本土と比べて夏季以外の観光客の落ち込みが激しい ・島の魅力を生かした体験型観光メニューが不足し、観光地を見て回る通過型観光が主流となっており、消費額や滞在時間が少ない傾向にある ・外国人旅行者や個人客を呼び込むための受入体制の整備が進んでいない
	② 原因	・夏季以外は、誘客につながる観光コンテンツが弱い ・観光客のニーズに合った体験型観光メニューの提供や情報発信が不十分 ・受入体制整備を進めるための、専門人材の不足、受入窓口(オンラインシステム)や広報の不足
	③ 方向性	・企画乗船券等の利用期間拡大、積極的な誘客プロモーションにより、夏季以外の観光客数の底上げを図る ・隠岐ユネスコ世界ジオパークの特色を活かしたアウトドアメニュー、荒天時にも利用可能な体験メニュー等、多様なニーズに合わせた周遊観光メニューの企画や観光素材の開発を行い、消費拡大や滞在時間の延伸につなげる ・観光客のニーズ調査・分析結果からターゲットを明確化し、効果的な情報発信を行うことで、観光客数の維持・向上に努める ・アフターコロナ後の外国人観光客誘致のため、外国語ガイドを活用したインバウンド向けコンテンツの開発、外国人をターゲットとした情報発信を行う

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 ・求職者	事業費 (千円)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	・観光施設等の魅力向上 ・観光産業への就労支援により、人材不足の解消		3,498	16,500
			うち一般財源 (千円)	3,498	16,500
今年度の取組内容		・マナーアップ講座や情報発信の手法等といった従業員向けメニューから、マネジメントや危機管理などの管理職向けメニューなど幅広い講座内容を組み込んだeラーニングシステムを構築 ※新型コロナウイルス感染症の影響により、これまでメインで行ってきた就職支援から、在職者向け研修にシフト			
昨年度に行った評価を踏まえて見直したこと		・地理的ハンディを抱える石見、隠岐地域からの受講の促進及び新型コロナウイルス感染症対策のため、WEBによる研修とすることで、それぞれの職場で研修を受けることができる環境を整備した。			
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						
		達成率	—	—	—	—	—	—		
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								
		達成率	—	—	—	—	—	—		
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	・関連団体に対しヒアリングを行い、現場のニーズに合った研修メニューを導入 ・各自都合の良い時間帯に受講することができるよう、WEB形式の研修システムを構築
課題分析	① 課題	観光に携わる従業員が、研修に取り組まない可能性がある
	② 原因	上記①(課題)が発生している原因 通常の業務を優先しがちであり、研修は後回しとなる傾向にあるため
	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 経営者に人材育成の重要性について説明及び理解を求め、経営者自らが従業員に対し研修の受講を積極的に促すよう取組を進める

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		しまね地域未来投資促進事業(観光)			
目的	誰(何)を対象として	文化施設、宿泊施設等の観光事業者等	事業費 (千円)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	観光事業者の付加価値額増に繋がる取組を行う事業者を支援し、地域経済の活性化を図る。		3,290	5,000
			うち一般財源 (千円)	3,290	5,000
今年度の取組内容		・観光産業に関わる企業への地域経済牽引事業計画の策定を促し、計画に係る取組を支援			
昨年度に行った評価を踏まえて見直したこと		・観光客への新たなサービスの創出等を検討する事業者へ、地域経済牽引事業計画策定の働きかけを実施			
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	地域経済牽引事業計画の認定企業数【当該年度4月～3月】	目標値		2.0	1.0	2.0	0.0	0.0	件	単年度 値
		実績値	2.0	1.0						
		達成率	—	50.0	—	—	—	—		
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		県内観光消費額 R2 752億円 県内付加価値額 R2 839億円(R元年度補助事業者の付加価値増分。)								

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	・R2年度は、1社が地域経済牽引事業計画を策定し、事業を実施した ・R3年度は、1社が計画策定予定
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 計画の認定要件が、観光事業者にとって非常に高いハードルとなっている ・付加価値額3,029万円増加する見込みがあること。 ・売上額が3%以上又は付加価値額が9%以上増加する見込みであること。
	② 原因	上記①(課題)が発生している原因 国が計画の認定要件を定めているため
	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 ・要件をクリアするために、産業振興財団等の関係団体と協力し、認定をクリアできるよう観光事業者の地域経済牽引事業計画の策定について助言を行う

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 (千円)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	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で、島根に興味を持ってもらい、来訪してもらう。 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や受入体制をつくる。		420,980	341,044
今年度の取組内容	島根の強みである「美肌」をキーワードに、幅広い年代の女性をターゲットとした「美肌観光」を推進 ・各種メディアを活用し、首都圏及び関西圏や山陽圏へ「美肌県しまね」プロモーションを展開 ・新たな美肌モデルプランや美肌コンテンツの造成、美肌をテーマにした旅行商品の販売促進 ・民間企業(POLA・ANA)と連携した「美肌ウェルネスツーリズム」の開発及びブランド力を活かした情報を発信 ※新型コロナウイルス感染症拡大の状況に応じて実施				
昨年度に行った評価を踏まえて見直したこと	・ターゲットに訴求力のあるメディア(テレビ、雑誌等)を活用したプロモーションを実施 ・OTAを活用した宿泊キャンペーンを冬季から通年に拡大 ・美肌観光のモデルプランとなる商品造成や施設整備への補助など、事業者支援を強化				
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						
		達成率	—	65.0	—	—	—	—		
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						
		達成率	—	65.0	—	—	—	—		
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(年2回調査) R2年度1回目:68.4% 2回目:67.5% ②美肌県しまね認知度(年2回調査) R2年度1回目:10.0%、R2年度2回目:7.4%								

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	・若年層の女性をターゲットとした「女性向け旅行雑誌」とタイアップし、プロモーションを展開 美肌に関連するスポットを紹介する小冊子を作成し、1万部配布(通販に同梱) WEBにより美肌旅を3本紹介:各1万PV獲得 ・美肌県しまね誘客推進モデル事業補助金を創設し、美肌観光のモデルとなる事業者を合計6者採択 R2年度(1次募集)応募件数:15件、採択件数:3件(2次募集)応募件数:12件、採択件数:3件 ・福利厚生代行企業、旅行会社等を活用した旅行商品の造成
課題分析	① 課題	・「美肌県しまね」のイメージ定着が不十分 ・販売に向けた美肌のコンセプトやストーリーの磨き上げが不足している ・美肌観光に取り組む事業者がまだ少ない状況にある
	② 原因	・コロナの影響による現地ロケや取材困難のため、テレビ番組や雑誌など各メディアにおける露出の機会が減少している ・販売に向けた旅行商品づくりのノウハウ、メディア向けの効果的な情報発信方法など、事業者向けのサポートが不足している
	③ 方向性	・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 ・女性に特に訴求力の高いテレビや雑誌等を活用したプロモーションの実施 ・冬季のみ実施していた「美肌県しまね宿泊キャンペーン」の通年展開により、OTA、AGTの商品を通じた「美肌県しまね」の定着促進 ・商品販売やコンセプトメイクの専門家を活用した、伴走型の事業者支援の実施 ・民間企業(POLA・ANA)のブランド力や販売力を活かし、島根ならではのツーリズムの確立による、「美肌県しまね」の認知度拡大と誘客促進

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 (千円)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	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。		61,258	61,263
今年度の取組内容	積極的に各種事業が実施できるよう補助・負担を行う ・観光連盟職員人件費 ・誘客プロモーション事業 ・民間事業者の取組支援・調整 ・観光産業人材育成・情報提供事業 ・観光資源の育成事業				
昨年度に行った評価を踏まえて見直したこと	・観光連盟プロパー職員から県観光振興課への派遣職員を1名増員し、インバウンド業務に従事させることで、将来的に島根県観光連盟でインバウンド事業を実施するための人材を育成				
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						
		達成率	—	65.0	—	—	—	—		
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						
		達成率	—	65.0	—	—	—	—		
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	・コロナ禍における県外からの教育旅行誘致のため、教育旅行素材説明会の実施(1回)、教育旅行助成制度により35校に助成(R2実績) ・「美肌県しまね」のイメージを活かした誘客を図るため、大手宿泊予約サイトと連携して「美肌県しまね」冬旅キャンペーンを実施(R2販売実績2,981件) ・コロナ禍の影響により、近隣県からの旅行(マイクロツーリズム)の需要が高まっていることから、山陽圏の旅行会社を対象とした観光情報・素材説明会の開催(1回)し、県外での誘客プロモーションを積極的に実施(R2実績)
課題分析	① 課題	インバウンド対策や石見・隠岐地域への観光誘客強化が求められている一方で、島根県観光連盟が主体となって観光振興を推進できていない
	② 原因	・旅行会社への営業ノウハウや民間事業者への支援に必要な専門的知識・経験が不足している ・観光連盟内で、課題の精査・改善に向けての検討が十分になされていない
	③ 方向性	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するための支援を引き続き行うとともに、事業の計画、評価、改善を十分に行うよう促し、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 (千円)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	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		うち一般財源 (千円)	58,062
今年度の取組内容	萩・石見空港の東京線2便化を活用した観光誘客や、石見地域の観光魅力づくりの推進 ・ウィズコロナ・アフターコロナ期の需要に応じた、個人向けの旅行商品造成支援や、企業等による受注型団体旅行の誘致 ・個人客対象のレンタカー助成や、空港利用者への特典提供による、石見地域における周遊の促進 ・石見地域の伝統文化や自然、食等の観光素材について、Webやパンフレット等の媒体を用いた情報発信				
昨年度に行った評価を踏まえて見直したこと	新型コロナウイルス感染状況に鑑み、個人客の誘客促進及び情報発信の強化による需要喚起				
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 分類
1	萩・石見空港の乗降客数(定期便の年間乗降客数) 【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 値
		実績値	14.3	2.5						
		達成率	—	16.6	—	—	—	—		
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		新型コロナウイルス感染拡大の影響による減便や団体旅行の中止等により、搭乗実績24,585席 <全体>アウト・インともに、新型コロナウイルス感染拡大の影響により前年度比減 <観光分>個人客向けのレンタカー助成とインセンティブ助成を期間限定で併用可とするなどの対策を行うとともに、団体客向け施策も新型コロナウイルス感染拡大状況を見ながら実施したが、対前年度比減								

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	・新型コロナウイルス感染収束後に向けて、旅行会社やメディア向けのPR素材をリバイスし、より効果的なプロモーションを実施 ・日本海絶景めぐりバスの運行やレンタカー助成を実施し、観光客の2次交通の利便性を向上
課題分析	① 課題	・新型コロナウイルス感染拡大による減便や移動自粛等により、首都圏からの誘客が困難 ・出雲地域と比較して、石見地域の首都圏・全国への情報発信量が絶対的に少ない ・2次交通対策など、実施している助成等の情報が旅行者に届いていない
	② 原因	・隣県の山口県等と連携した広域の観光地として認識されていない ・メディアに取り上げられるような観光素材に乏しいことに加え、素材の掘り起こしや磨き上げが不足している
	③ 方向性	・新型コロナウイルス感染拡大状況を見ながら、徐々に広域からの誘客施策を実施する ・美肌や日本遺産等を絡めた旅行商品造成支援を行うとともに、西部エリアの新規オープン施設やリニューアル施設の情報発信を強化 ・観光地としての魅力や認知度の向上のため、山口県等と連携した魅力あるコンテンツづくりや、日本海絶景めぐりバスの運行、レンタカー助成等の2次交通対策を継続 ・石見ぶらり手形や神楽めしクーポンといったサービスや魅力的な旅行商品等を、SNSなど効果的なメディアを活用して情報発信を行い、認知度の向上を図る

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		「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 (千円)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	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。 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。		287,490	328,210
今年度の取組内容	<ul style="list-style-type: none"> PR会社等を活用したメディアへの営業活動の強化 観光キャラクターしまねっこを活用した情報発信 歴史文化、自然、伝統芸能など、各テーマごとに訴求力のある効果的なメディアを活用したプロモーションの展開 出雲、石見、隠岐圏域ごとの観光素材を活用した着地型旅行商品の造成、マイクロツーリズムを意識した誘客対策の実施 JR、NEXCO等の交通機関、他県等との広域連携による誘客促進 ※新型コロナウイルス感染症拡大の状況に応じて実施 				
昨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"> 各メディアのニーズをリサーチし、スケジューリング及び情報収集を徹底し、戦略的・積極的な営業活動を強化 新型コロナウイルス感染症の影響により、誘客施策の重点地域を首都圏から、マイクロツーリズムを意識し中四国、関西など近隣県、及びFDA就航地へシフト 				
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						
		達成率	—	65.0	—	—	—	—		
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						
		達成率	—	65.0	—	—	—	—		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		しまね観光総合支援事業補助金 採択事業数 H30:25件/R1:14件/R2:11件 周遊バス運行 H30:4コース/R1:4コース/R2:4コース 観光コーディネーター支援対象団体 H30:6団体/R1:4団体/R2:1団体 しまねの観光認知度調査①旅行意向割合 R2年度1回目:68.4% 2回目:67.5% ②ご縁の国しまね認知度 R2年度1回目:16.0% 2回目:13.5%								

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"> 観光スポットや自然、伝統芸能等を、しまねっこのSNSを活用して紹介し、若年層への情報発信を強化 しまねっこの新たなファンを増やし、島根県への関心を持ってもらうため、Instagramの開設やTikTokによる投稿を開始 観光コーディネーターの配置など、地域DMO体制移行に向けた支援を実施 パブリシティによる露出件数:368件(テレビ:7件、雑誌:6件、WEB:305件、新聞:22件、インスタ:25件、YouTube:3件)
課題分析	① 課題	<ul style="list-style-type: none"> 認知度向上に効果的であるテレビへの露出減少 観光プロモーションのテーマである「ご縁」等を体感できる観光地・観光商品が少なく、認知も低い 個人旅行者の交通アクセスが不便 石見・隠岐地域への県外からの誘客ルートや、県東部と繋がる周遊ルートが未整備
	② 原因	<ul style="list-style-type: none"> コロナ感染拡大による、メディアへの営業活動の減少 メディアのニーズに応じた魅力的な観光素材の掘り起こし、情報収集が不十分 観光地、観光商品をつくり、磨き上げるノウハウ、仕組みが不十分 旅行会社、個人旅行者のニーズの把握が不十分 来県する1次交通、観光地の周遊に利用する2次交通ともに不便
	③ 方向性	<ul style="list-style-type: none"> 各メディアに対し、戦略的な営業活動を展開 自然、文化歴史、伝統芸能、食、温泉などメディアのニーズに応じた観光素材の掘り起こし、情報収集の強化 旅行商品として成立、定着が見込まれる新しい取り組みについて、更なる掘り起こしと伴走型支援の強化 バリアフリー観光、サイクリング、教育旅行など、今後の伸びが見込まれる分野の取組強化 石見・隠岐地域の特色ある観光資源を活用した旅行商品づくりや情報発信の強化 1次交通、2次交通を担う交通機関と連携したプロモーションの実施

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 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】	令和元年度	1,330.0	1,026.0	1,223.0	1,420.0	1,450.0	億円	単年度 値	
		令和2年度	1,301.0	752.0						
		令和3年度	—	56.6	—	—	—			
4	島根県への旅行意向割合【当該年度8月時点】	令和元年度	61.8	63.2	64.6	66.0	67.3	%	単年度 値	
		令和2年度	60.4	68.4						
		令和3年度	—	110.7	—	—	—			
5	ご縁の国しまね認知度【当該年度8月時点】	令和元年度	16.5	16.7	16.9	17.2	17.5	%	単年度 値	
		令和2年度	16.3	16.0						
		令和3年度	—	97.0	—	—	—			
6		令和元年度						%		
		令和2年度								
		令和3年度	—	—	—	—	—			
7		令和元年度						%		
		令和2年度								
		令和3年度	—	—	—	—	—			
8		令和元年度						%		
		令和2年度								
		令和3年度	—	—	—	—	—			
9		令和元年度						%		
		令和2年度								
		令和3年度	—	—	—	—	—			
10		令和元年度						%		
		令和2年度								
		令和3年度	—	—	—	—	—			

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 (千円)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	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。		265,492	234,927
今年度の取組内容	①海外OTAと連携したコンテンツの販売支援、デジタルプラットフォームを活用した観光スポット等の登録や情報発信等の実施 ②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や受入環境の整備 ③重点市場(台湾、韓国、香港、タイ、仏、中国(上海))を中心とした旅行会社やメディア等の招請、SNS等での情報発信などのプロモーション強化 ④山陰インバウンド機構や中国地域観光推進協議会等の連携				
昨年度に行った評価を踏まえて見直したこと	①アフターコロナに増加が予想される個人旅行者に向けて、海外OTAと連携した体験コンテンツ整備や販売支援を新たに実施 ②個人旅行者の利便性を向上させるため、山陰インバウンド機構等と連携した広域周遊バスのコンテンツ拡充・機能の追加 ③外国人観光客誘致事業補助金のメニューに新型コロナウイルス感染防止対策環境整備メニューを追加				
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						
		達成率	—	11.9	—	—	—	—		
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 R1年 104,090人、R2年13,870人 ・境港及び浜田港へのクルーズ客船寄港数の推移 ※新型コロナウイルス感染症により、R2年度は寄港実績なし。R3年度のスケジュールの変更あり [境港]R2年度 0回 ⇒ R3年度53回(予定) ・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の活用 ・ウェブサイト(英、繁、簡、韓、仏、タイ)、ブログ(韓)、Facebook(英、繁(香、台)、仏、タイ)、微博(簡)、You tube(英)、								

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	・Facebook(英)は、初めてライブ配信を実施し90人が参加、配信動画も2.4万回再生した結果、半年間で10,000人超のフォロワーを獲得 ・インバウンド受入意識醸成を目的としたセミナーを2回開催し、89名が参加(ゲ-グルマイビジネスへの登録を推進)
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) ①海外に居住する外国人観光客、既に来訪している外国人観光客、在留の外国人観光客のいずれも、十分に取組みしていない ②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
	② 原因	①-1 コロナ禍で国内外の観光客が動いていないことに加えて、県内に海外からの直接的なゲ-トウェイもなく、また、関西や山陽方面からのアクセスが不便であるため ①-2 島根県の認知度の低さ(PR不足) ②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、コロナ禍で激減した外国人観光客誘致に対する意識が低い
	③ 方向性	①-1 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、ワンコインバス(高速バス)やバス助成などの二次交通対策を継続 ①-2 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とともに、在留外国人に向けたオンラインツアーを開催し、移動自粛等解除後の観光客の取り込を図る。 ②アフターコロナを見据えたFITを迎える観光地域づくりを推進 ・民間事業者や市町村と連携して、観光コンテンツの造成、海外OTAや口コミサイト等を活用した販売を促進 ・外国人観光客の受入意識醸成のため、専門家やデータを用いたセミナーを開催

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 (千円)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	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		51,682	89,257
今年度の取組内容	(一社)隠岐ユネスコ世界ジオパーク推進協議会と連携し、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 ①隠岐ユネスコ世界ジオパークを運営する推進協議会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での島根の子供を対象とした体験学習の実施 ⑥隠岐ユネスコ世界ジオパーク再認定審査に向けた対応				
昨年度に行った評価を踏まえて見直したこと	前回認定時の指摘事項である展示施設や解説看板・誘導標識、ジオサイトの再整備等の計画を検討し、再認定支援事業として事業化				
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	計上分類
1	隠岐ユネスコ世界ジオパーク推進協議会ホームページの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	単年度値
		実績値	214,626.0	200,437.0						
		達成率	—	71.6	—	—	—	—		
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		○平成30年1月にユネスコ世界ジオパークとして再認定(次回再認定は令和3年度) ○隠岐地域の観光入込客延べ数:H30年168千人→R元年167千人→R2年度:92千人(観光動態調査結果) ○交流人口数(推定入島客数):H30年度:124千人→R元年度:123千人→R2年度:66千人 ○隠岐を訪れる外国人観光客:H30年度:911人→R元年度:1,133人→R2年度:96人(いずれも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	○令和3年度のユネスコ世界ジオパークの再認定に向けて、平成29年7月の再認定審査における指摘事項(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)について対応中または対応済
課題分析	① 課題	○隠岐ユネスコ世界ジオパークの認知度がまだ低い ○隠岐での滞在を延ばすような体験コンテンツやトレッキングツアーなどが不足している
	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などが観光資源として活用できていない ○災害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 ○ホームページやインターネットを利用した情報発信方法が不十分
	③ 方向性	引き続き以下の分野を柱とする具体的な事業を隠岐4町村及びジオパーク推進協議会と連携して取組む ・認定ガイドの養成やジオパーク関連商品の開発による来島者の満足度向上 ・DMO化による観光誘客の取組を強化 ・再認定支援事業としてジオサイトを整備

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 (千円)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	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		333,560	188,908
			うち一般財源 (千円)	31,288	33,546
今年度の取組内容	<ul style="list-style-type: none"> ・県内の自然公園への誘客促進に向け、地元協議会や市町村、民間事業者が連携して取り組む、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への支援 ・自然公園の魅力発信のため、満喫プロジェクトHPのコンテンツ作成と広域モニターツアーによる体験メニュー化の支援 ・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 ・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 				
昨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"> ・自然公園を活用した誘客の取組に支援する補助制度を創設 				
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	単年度値
		実績値	64,997.0	7,589.0						
		達成率	—	12.5	—	—	—	—		
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"> ・大山隠岐国立公園の関係市町村(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)を環境省が推計(過去の推計数値 H28 35,761人、H29 37,043人、H30 47,470人、R元 64,997人) ・令和2年島根県観光動態調査結果の外国人宿泊客延べ数は、14,574人(前年と比べ85.1%減少) 								

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"> ・アフターコロナを見据え、認知度向上のための島根の自然の魅力動画を国内外へ配信したデジタルマーケティング業務では、YouTubeの再生回数430万回を記録した ・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、10事業を採択した ・自然公園等の遊歩道や案内看板の整備を実施し、受入環境の向上が進んでいる。
課題分析	① 課題	<ul style="list-style-type: none"> ・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 ・県内の自然公園の認知度が低く、新型コロナの影響もあり来訪者は伸び悩んでいる
	② 原因	<ul style="list-style-type: none"> ・魅力的な体験プログラム造成が不足しており、来訪者が長期滞在して楽しめるメニューが少ない ・地元を紹介するガイドの不足 ・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
	③ 方向性	<ul style="list-style-type: none"> ・体験プログラム造成やガイド養成の取組をさらに進めるため、関係機関と連携し、補助金による支援を推進する ・案内看板や自然歩道の整備と維持管理を行い、来訪者に安全・安心、快適に利用してもらえるように環境を整える ・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

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 (千円)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	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。		30,574	44,027
今年度の取組内容	(1) 県民参加型事業(講座) ①島根の歴史文化講座+オンライン ②隠岐国巡回講座 ③石見国巡回講座(シンポジウム) (2) 県外における情報発信(講座、シンポジウム) ①古代出雲文化シンポジウム ②日本遺産講座 (3) 他県との連携事業 ①古代歴史文化賞 ②古代歴史文化に関する共同調査研究(14県事業)				
昨年度に行った評価を踏まえて見直した点	全ての講座・シンポジウムについてオンライン配信を行う。ホームページの構成・体裁をリニューアルする。親しみやすいコンテンツを新たに加える。				
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	6,000.0	6,000.0	人	単年度値
		実績値	4,967.0	5,800.0						
		達成率	—	116.0	—	—	—	—		
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		<ul style="list-style-type: none"> 新型コロナウイルス感染症の国内における状況を考慮し、古代歴史文化賞をはじめ古代出雲文化シンポジウムや東京講座の開催が中止となったが、松江講座や隠岐講座等にオンライン配信を導入したことで、令和2年度の講座・シンポジウム等への参加人数は目標値を超え800名増となった。 観光振興課及び大阪事務所と連携し、大阪でしまねの歴史文化をテーマとした島根学講座を開催した。(2回 計131名参加) 								

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"> 新型コロナウイルス感染症の影響を受けて、東京開催の大規模イベント等の一部中止などを余儀なくされている。県内で開催する講座については、感染対策に万全を期すため定員を50%に制限したが、オンライン配信を積極的に導入した。 講座のオンライン導入によって、全国どこからでも受講していただけるようになり、また、年齢的にも、より若い世代に広がるなど、あらたな受講者を獲得できた。その結果として年度当初に設定した目標数以上の参加者、視聴者を獲得した。あわせて、イベント情報をお届けするメールアドレス登録者数も、オンライン配信を始める前の約400から、約1,300に拡大した。
課題分析	① 課題	現在の情報の受け手は、高齢者層が中心である。今後、人々の交流を促進するためには、若年層の取り込むなど、島根の歴史ファンを新規開拓する必要がある。
	② 原因	<ul style="list-style-type: none"> 上記①(課題)が発生している原因 若年層の主な情報入手手段はWEBであるが、現在のホームページには魅力がなく、検索が容易でない。 歴史に詳しくはないが、興味があるという初心者向けのコンテンツが不足している。
	③ 方向性	<ul style="list-style-type: none"> 島根の歴史文化に関する様々な情報について、一覧できるポータルサイトを作成する。 気軽に閲覧できるような短編動画を制作・配信し、FacebookなどSNSとも連動させ、効果的な発信となるよう工夫する。 オンラインシンポジウムについては、来訪動機に繋がるような現地映像を組み込み、幅広い層に受け入れられる内容に作り込んで配信する。