

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"> ・アフターコロナに向け、歴史・文化・自然といった地域ならではの観光資源を活かした体験コンテンツや新しい旅行のスタイルにあわせた施設等の整備が進んでおり、地域・民間主導による観光地域づくり(受入環境整備)を着実に進めていく必要がある。 <p>②(美肌観光の推進)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大手化粧品会社と連携して、化粧品研究の肌分析技術を用いた温泉の肌への効用を調査し、得られたエビデンスをプロモーションに活用した。 ・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により「美肌県しまね」の認知度を高めるとともに、民間事業者による「美肌観光」のモデルプラン・体験コンテンツの造成や施設整備の取組を支援し、アフターコロナに向けて受入環境整備を進める必要がある。 <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"> ・コロナ禍で現地取材が困難な状況にあって、訴求力の高いテレビ番組の誘致等各種メディアにおける観光情報の発信ができた。引き続きメディア等での情報発信とともに、しまねっこを活用したSNSによる情報発信など、若年層に向けた情報発信を強化していく必要がある。 <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"> ・渡航制限等の継続により外国人誘客が困難な状況にある。収束後に向け、更なる加速が見込まれるFIT(海外個人旅行)への対応として、外国人向け体験コンテンツの充実など、受入環境整備を着実に進めていく必要がある。 <p>(前年度の評価後に見直した点)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コロナ禍で疲弊する観光産業の下支えとして、県内での宿泊・旅行の需要喚起策を実施するとともに、民間事業者による施設の改修等受入環境整備の取組への支援を強化した。
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"> ・コロナ禍で変化する旅のスタイルに対応していく必要があり、地域における自然や歴史・文化などの資源を活かした観光商品の造成や、観光地域づくりを担う体制づくりを支援していく。 <p>②(美肌観光の推進)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・プロモーションや大手化粧品会社との連携により「美肌県しまね」の認知度向上とイメージ定着を図るとともに、民間事業者による「美肌観光」の取組を、伴走支援により売れる商品に繋げていく。 <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"> ・島根への観光意欲を喚起するため、PR専門会社を活用したパブリシティの獲得、SNS等の強化など、ターゲットに応じた戦略的な情報発信を展開する。 <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"> ・時機を捉えた外国人観光客の誘致が必要であり、訪日旅行の回復が見込まれる市場へのタイムリーな情報発信と、FIT向け体験コンテンツの充実など受入環境整備を進めるとともに、県内空港への海外定期路線等の誘致を推進する。

事務事業の一覧

施策の名称		I-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	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	64,722	142,739	自然環境課
2	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	109,926	136,205	自然環境課
3	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	5,330	40,000	商工政策課
4	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。	42,318	119,530	観光振興課
5	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 ・大学生、求職者等	・観光産業への就労支援により、人材不足の解消を目指す	13,992	10,000	観光振興課
6	「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による島根への興味関心の喚起及び誘客促進 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の創出及び受入体制の整備	185,395	229,728	観光振興課
7	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へと育成。	61,259	63,547	観光振興課
8	県内航空路線利用促進(観光振興)事業	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	航空路線(萩・石見空港)を利用して島根県に來訪する観光客の増加	57,573	80,184	観光振興課
9	「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、來訪してもらう。 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。	277,369	353,761	観光振興課
10	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、來訪してもらう。	175,442	234,419	観光振興課
11	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。	21,968	43,488	文化財課
12						
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

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)	令和3年度の実績額	令和4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		64,722	142,739
			うち一般財源 (千円)	56,624	46,089
令和4年度の取組内容		(一社)隠岐ジオパーク推進機構と連携し、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隠岐ジオパーク推進機構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ども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			
令和3年度に行った評価を踏まえて見直したこと		令和4年度からDMOとして(一社)隠岐ジオパーク推進機構が発足したことにあわせ、他自治体との連携事業や体験学習について、ジオパークの認知度向上や観光誘客の取組の強化のため、県が直接執行する事業から(一社)隠岐ジオパーク推進機構の事業として一体的に実施できるように支援を行うこととした。			
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	238,304.0					
		達成率	—	71.6	66.2	—	—	—		
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		<ul style="list-style-type: none"> 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年度がコロナウイルス感染症の影響で令和4年度に延期 隠岐地域の観光入り込み客数H30年度168千人→R元年度167千人→R2年度92千人→R3年度123千人(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→R3年度→72千人 隠岐を訪れる外国人観光客数H30年度911人→R元年度R元年度1133人→R2年度96人→R3年度38人(いずれも隠岐汽 								

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"> 令和4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)はいずれも対応中または対応済 隠岐DMO組織の立ち上げ支援を実施
課題分析	① 課題	<ul style="list-style-type: none"> ジオパークそのものの認知度向上が進まず、隠岐ユネスコ世界ジオパークの認知度もまだ低い 隠岐での滞在を延ばすような体験コンテンツやツアーなどが不足している (一社)隠岐ジオパーク推進機構(隠岐DMO)が立ち上がったところであり、新たな推進体制をベースとして具体的な事業に取り組むことが必要
	② 原因	<ul style="list-style-type: none"> 隠岐ユネスコジオパークの魅力ある自然景観や歴史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、インターネット、SNS等を利用した情報発信が不十分 (一社)隠岐ジオパーク推進機構基本構想にもとづく行動計画が未策定
	③ 方向性	<ul style="list-style-type: none"> (一社)隠岐ジオパーク推進機構が中心となり、4町村や県など関係機関と連携し、隠岐ユネスコジオパークの魅力向上のための環境教育・学術研究・ジオサイト整備や、来島者の満足度向上のための観光誘客の取り組みの強化、など具体的な事業に取り組む。

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)	令和3年度の実績額	令和4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		109,926	136,205
			うち一般財源 (千円)	35,804	28,547
令和4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、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、民間事業者等の取組を支援 ・国立公園などの県内自然公園への誘客を目的とした、デジタルマーケティングによる国内外へのプロモーション ・自然公園の魅力発信のため、県内自然公園の紹介動画の作成及びHPによる発信と、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、景観阻害する樹木の伐採 				
令和3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"> ・広域モニターツアーの対象を県内全域に拡大し、体験のメニュー化を推進 ・リマーケティングリストを活用したデジタルマーケティングにより、より自然に関心のある層へアフターコロナを見据えたプロモーションを展開 				
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	3,306.0					
		達成率	-	12.5	15.8	-	-	-		
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区域が含まれる市町村内の宿泊者数を環境省が推計 ・環境省の数値から関係市町村(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)の宿泊者数を推計(過去の推計数値 H28 35,761人、H29 37,043人、H30 47,470人、R元 64,997人、R2 7,589人) ・令和3年島根県観光動態調査結果の外国人宿泊客延べ数は、9,217人(前年と比べ36.8%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"> ・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、3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 ・自然公園の魅力ある情報を掲載するため、ホームページの改修を行った ・国立公園などの豊かな自然を活用した体験ツアーのPRと旅行商品造成により誘客促進を図るため、旅行事業者を対象としたモニターツアーを行い、ツアー実施などの成果がでている
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い ・一部の地域では回復が見られるものの、新型コロナウイルス感染症による影響で来訪者は伸び悩んでいる
	② 原因	<ul style="list-style-type: none"> ・取組を支援する補助金の情報が、対象となる事業者等に広く認識されていない ・魅力的な体験プログラム造成が進んでおらず、また来訪者が長期滞在して楽しめるメニューが少ない ・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"> ・ウィズコロナを前提とした、商品の磨き上げや販売促進等、民間団体の取組を誘客につなげていくため、関係機関と連携し、補助金による支援を推進する ・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

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)	令和3年度の実績額	令和4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		5,330	40,000
			うち一般財源 (千円)	5,330	40,000
令和4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				
令和3年度に行った評価を踏まえて見直したこと	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した。複数のコンベンション主催者の同時利用を可能にするため、更に回線を増強予定。				
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	(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	10,107.0					
		達成率	—	1.2	44.1	—	—	—		
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		・(一財)くにびきメッセが開催支援したコンベンション22件(うち国際会議2件)(R2年度:6件、うち国際会議0件) ・誘致活動件数 781件(R2年度:647件) ・くにびきメッセ稼働率実績42.3%(目標30%)								

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症の影響により、多くのコンベンションが中止もしくはオンライン開催に変更を余儀なくされており、(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は、目標の22,933人に対し10,107人(44.1%)にとどまった。 ・コロナ禍や他県との競争により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、事前予約・計画ベースでは令和4年度の学会・コンベンション開催件数はR3年度と比較して倍増の51件となる見込みであり、コロナ前のR元72件の水準に戻りつつある。
課題分析	① 課題	・令和2年度と比較すると回復傾向にあるものの、コンベンションの開催件数自体が新型コロナ以前と比べ大きく減少している。 ・Webを併用したハイブリット開催方式が主流となり、1回あたりの参加者数が大幅に減少している。従って、コンベンションの開催件数を増やすことで1回当たり参加者数の減を補う必要がある。 ・主力のコンベンション施設であるくにびきメッセの老朽化のため、他県施設と比較して魅力に劣り、競争力が落ちている。
	② 原因	・コンベンション補助金制度やコンベンションビューロー等による各種開催支援等の情報発信を行っているが、コンベンションの開催を検討している主催者に十分に情報が届いていない。 ・くにびきメッセのWeb回線について、帯域確保のため複数の主催者が回線を同時使用することを制限しており、複数者からの利用申し込みがあった場合に断っているケースがある。 ・くにびきメッセの老朽化が進んでいるが、これまで大規模修繕が行われていなかった。
	③ 方向性	・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、年間1,000件の訪問活動(オンラインを含む)を行うとともに、オンライン展示会を利用した誘致活動の強化を図る。 ・ハイブリット形式の開催が主流になっていることに対応して、くにびきメッセのWeb会議専用回線を増強する。 ・くにびきメッセにおいて照明LED化や空調設備更新等の大規模修繕を実施し、施設の魅力向上と長寿命化を図る。

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)	令和3年度の実績額	令和4年度の当初予算額
	どういった状態を目指すのか			42,318	119,530
			うち一般財源(千円)	12,286	34,702
令和4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、隠岐空港を利用する団体・個人旅行助成、隠岐ジオパークに精通したガイドの育成、隠岐4町村の滞在プログラム開発支援) ・観光施設での電子決済サービスの拡大に向け、観光事業者や土産物店・飲食店等を対象とした電子クーポンシステムを導入			
令和3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・販売する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	123.0					
		達成率	—	54.5	108.9	—	—	—		
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	61.0					
		達成率	—	61.2	84.8	—	—	—		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		・隠岐諸島入島客数(隠岐ジオパーク推進機構調べ) ・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) ・隠岐空港へのチャーター便運行数・乗客数 R2年度 23本運航 乗客数847名 R3年度 22本運航 乗客数1,001名								

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 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 R3:利用期間:4/1～R4.3/31(4/29～5/5,8/11～8/16,12/21～1/6除く)⇒販売枚数3,783枚 ※R3は4,000枚発行予定で利用期間を年間に拡大。 ・隠岐空港発着の定期便及びチャーター便を利用した旅行商品造成・販売への支援事業を実施。 参加人数:1,642人、延べ宿泊数:3,011人泊
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。 ・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。 ・荒天時の満足度が低い傾向にある。 ・外国人旅行者や個人客等の旅行者のニーズに合った受地整備が不足している。
	② 原因	・四季を通じて提供可能な、ジオパークを活用した魅力ある体験コンテンツや、全天候型の体験コンテンツ等の数が少ない。 ・観光プロモーションについて、各ターゲットへの最適な方法を分析できていなかった。 ・予約窓口(オンラインシステム)の一元化ができていないこと、専門人材の不足等により、観光客のニーズに沿わない。 ・島内観光事業者の高齢化等により、電子決済やオンラインシステム等が普及しにくい状況にある。 ・外国人を受入可能な施設や体験、外国語ガイドの不足など、島内ニーズの把握が不十分であった。 ・4島それぞれで情報発信をしており、「隠岐地域」としての訴求が不十分であった。
	③ 方向性	・企画乗船券・隠岐空港利用の旅行商品助成の積極的なプロモーションを行い、観光客数の底上げを図る。 ・隠岐ジオパークを活用したコンテンツ(ガイドツアー、アクティビティ)等、多様なニーズに合わせた観光コンテンツの造成を行い、消費拡大や滞在時間の延伸につなげる。 ・春季・秋季・冬季において季節毎の企画の実施と、企画に併せたプロモーションにより、夏季以外の誘客を図る。 ・観光客へのアンケート調査の分析結果からターゲット毎に効果的な手法で戦略的に情報発信を行い、観光客数の維持・向上につなげる。 ・電子クーポン事業を実施し、島内において電子決済やオンラインシステムの普及促進を図るほか、観光消費拡大につなげる。 ・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を開発し、島外の地域とも連携して情報発信を行う。

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 ・大学生、求職者等	事業費 (千円)	令和3年度の実績額	令和4年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	・観光産業への就労支援により、人材不足の解消を目指す		13,992	10,000
			うち一般財源 (千円)	13,992	2,000
令和4年度の取組内容		・観光産業の経営者や在職者等を対象に、スキルアップを目的としたe-ラーニングシステムを構築。 ・大学生や求職者等を対象に、座学と観光産業でのインターンシップを実施する講座を開催し、観光産業への理解、就業意欲の向上を図り、就職につなげる。			
令和3年度に行った評価を踏まえて見直したこと		・e-ラーニング講座のなかで、近年注目されるDXを用いた観光誘客戦略に関する講座を新設 ・大学生等が就職先として観光産業に興味関心を向けるため、観光産業を理解する機会の創出を図る			
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	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		—	—	703.0				
		達成率		—	—	140.6	—	—		
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	e-ラーニング講座による観光産業に従事する方のスキルアップを図る機会を継続し、これから就職活動を開始する大学生等を対象に、県内の観光産業について理解を深める機会を創出して、就職先の候補としてもらうことで、雇用者の増加を図る。
課題分析	① 課題	観光産業に従事する方がe-ラーニング講座によって、スキルアップは図られているが、新型コロナウイルス感染症の影響の長期化により、観光産業全体の雇用者数が減少していること。
	② 原因	上記①(課題)が発生している原因
	③ 方向性	観光産業全体の雇用数が減少しているため、取組が就職につながりづらい厳しい状況にあること。
		e-ラーニング講座の実施を継続しつつ、島根県立大学・島根大学の学生等を対象に、座学と実際の現場でのインターンシップを通じて実際に観光産業の現場を知る機会の創出を図る。

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		「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)	令和3年度の実績額	令和4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による島根への興味関心の喚起及び誘客促進 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の創出及び受入体制の整備		185,395	229,728
			うち一般財源 (千円)	145,196	161,296
令和4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 ・多様なメディアを活用し、首都圏をメインエリアターゲットとして「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 ・美肌観光に取組む民間事業者の研修会開催、専門家等による伴走支援 ・冬季対策として「美肌」をテーマに個人手配の旅行者をターゲットとした宿泊キャンペーンやSNSを活用したプレゼントキャンペーンを実施 ・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宿泊プランの造成 ・温泉と肌に関する調査研究を活用したエビデンスの発信によるPR、認知拡大			
令和3年度に行った評価を踏まえて見直したこと		・首都圏の30～40代女性をメインターゲットとしたプロモーションを実施 ・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 ・「美肌」をテーマとした冬期対策の見直し			
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	20,842.0					
		達成率	—	65.0	84.6	—	—	—		
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	2,628.0					
		達成率	—	65.0	88.3	—	—	—		
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) R3年度1回目:68.4% 2回目:66.1% ②美肌県しまね認知度(年2回調査) R3年度1回目:9.7% 2回目:9.5%								

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	・美容のプロ、温泉のプロを起用し、“プロが認める美肌県しまね”として、SNSを活用したライブ配信や、動画、特設サイト、女性誌によるプロモーションを展開 ・女性向け旅行雑誌「ことりっぷ」とタイアップし、小冊子「美肌旅しまね」をベルメゾン購入商品に同梱(山陽・関西圏:15,000部) ・「美肌県しまね」のコンセプトブックを制作(500部) ・民間企業(POLA)の知見による温泉の調査研究結果を活用した「温泉紹介WEBページ」での情報発信 ・美肌県しまね推進事業補助金により、美肌をテーマとした旅行商品造成・販売を行う事業者が増加 美肌観光の誘客モデルとなる旅行商品造成と施設整備に取り組む事業者(R2採択件数:6者、R3採択件数:5者) 旅行商品造成につながるコンテンツ造成に取り組む事業者(R2採択件数:1者、R3採択件数:10者)
課題分析	①課題	・「美肌県しまね」の認知度が不足 ・事業者による美肌観光の取組は進んできているが、売れる旅行商品をつくるための磨き上げが不足
	②原因	・テレビなど影響力の大きい媒体への露出が少ない ・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、販売手法のノウハウ、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 ・コロナの影響により、予定していた民間企業と連携したツーリズムの開発が遅延
	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 ・首都圏におけるPRイベントや記者発表会の実施などメディアへの露出強化 ・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並びに研修会の開催 ・コロナの影響により増加する個人手配の旅行者をターゲットとしたキャンペーンの実施 ・民間企業(POLA・ANA)と連携した、島根ならではのツーリズムの開発 ・温泉の調査研究結果を活かした、エビデンスの発信による認知拡大

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)	令和3年度の実績額	令和4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。		61,259	63,547
令和4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				
令和3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	20,842.0					
		達成率	—	65.0	84.6	—	—	—		
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	2,628.0					
		達成率	—	65.0	88.3	—	—	—		
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、教育旅行素材集のホームページ改訂、教育旅行助成制度により121校に助成(R2:35校) ・マイクロツーリズム(近隣県からの旅行)に対応するため、中四国や関西圏からの個人型旅行商品の販売促進支援(R3:637件) ・個人や小グループの旅行ニーズに対応するため、県内のタクシーやバス等を組み込んだ旅行商品造成支援(R3:565名) ・冬期対策として、大都市圏からの学生旅行をテーマとした商品造成支援(R3:14名) ・R4～縁結び観光協会事業を観光連盟が引継ぎ実施(「&ご縁の聖地」のブランディング等開始)
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
	② 原因	上記①(課題)が発生している原因 ・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)	令和3年度の実績額	令和4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		57,573	80,184
			うち一般財源 (千円)	47,236	78,684
令和4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観光地を巡る周遊バスの運行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広域での情報発信				
令和3年度に行った評価を踏まえて見直したこと	ウィズコロナ・アフターコロナ期の需要を鑑み、個人客への誘客促進及び情報発信を強化				
1	上位の施策	I-2-2(2) 観光の振興	3	上位の施策	III-2-2(1) 牽引力のある都市部の発展
2	上位の施策	III-4-2(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	3.7					
		達成率	—	16.6	35.0	—	—	—		
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		新型コロナウイルス感染症の影響による減便や団体旅行の中止等により、搭乗実績36,599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、前年度と同様に令和元年度に比べると低調 <観光分>個人客向けにレンタカー助成やインセンティブ助成などの対策を行い、団体客向けにも旅行会社への商品造成や販売活動を働きかけたが、新型コロナウイルス感染症の影響により、前年度と同様に令和元年度に比べると低調								

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 ・ウィズコロナ・アフターコロナ期の需要を鑑み、個人客に向けた観光地等を紹介する特集サイトを作成 ・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症の影響により、首都圏等の旅行会社と連携した個人客の集客が低調 ・出雲地域と比較して、石見地域の首都圏等に対する情報発信量が少ない ・各観光地を巡るための2次交通が脆弱
	② 原因	・個人客向けに石見地域の特性を活かした旅行商品が少ない ・メディアに取り上げられるような観光素材が乏しいことに加え、市町等との連携した素材の磨き上げや情報発信が不足している
	③ 方向性	・日本遺産等の石見地域の特性を活かした旅行商品造成支援を行い、旅行の行き先として選んでもらえる魅力的な旅行商品の拡充を図る ・市町等と連携し、石見地域の新規オープン施設やリニューアル施設の情報を特集サイト等に掲載することで情報発信を強化 ・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 ・日本海絶景めぐりバスの運行、レンタカー助成等の2次交通対策を継続して実施

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)	令和3年度の実績額	令和4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。		277,369	353,761
令和4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 歴史文化をテーマとしたセミナー等の実施 出雲、石見、隠岐の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 県内への教育旅行やワーケーションの誘致 世界遺産や日本遺産などの地域資源を活用した観光地域づくりの支援 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 				
令和3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"> 日比谷しまね館を活用した営業及びオンラインでの営業など、戦略的・積極的なメディア営業活動を強化 民間事業者等による観光地域づくりの支援を強化 コロナ禍で伸びている県内への教育旅行やワーケーションの取組を強化 				
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	20,842.0					
		達成率	—	65.0	84.6	—	—	—		
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	2,628.0					
		達成率	—	65.0	88.3	—	—	—		
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 R1:14件/R2:11件/R3:5件 周遊バス運行 R1:4コース/R2:4コース/R3:4コース 観光コーディネーター支援対象団体 R1:4団体/R2:1団体/R3:1団体(R3年度で事業終了) しまねの観光認知度調査①旅行意向割合 R3年度1回目:68.4% 2回目:66.1% ②ご縁の国しまね認知度 R3年度1回目:15.3% 2回目:14.9%								

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"> しまねっこの様々なSNS(ツイッター、インスタグラム等)を活用したキャンペーンの実施や動画作成、しまねっこのリニューアルなど、情報発信を強化 包括業務提携企業(佐川急便、ローソン)と連携し、しまねっこのコラボ企画を実施 パブリシティによる露出件数:287件(テレビ:13件、雑誌:5件、WEB:269件) 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 教育旅行の誘致(R3:121校)
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が少ない 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及び地方ロケの減少 観光地、観光商品をつくり、磨き上げ、販売に繋げるノウハウ、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次交通とも不便
	③ 方向性	<ul style="list-style-type: none"> 各メディアに対し、コロナ禍においても対応できる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 教育旅行、ワーケーション、サイクリングなど、今後の伸びが見込まれる分野の取組強化 石見・隠岐地域(世界遺産、日本遺産、隠岐ジオパークなど)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誘客プロモーションの実施

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)	令和3年度の実績額	令和4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。		うち一般財源 (千円)	175,442
令和4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、Googleマップ等を活用した外国人観光客の利便性の向上 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				
令和3年度に行った評価を踏まえて見直したこと	①デジタルを活用し、外国人観光客の利便性向上のため、Googleマップに路線バス情報を多言語で掲載する取組を実施 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パ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海外OTAの登録やGoogleマイビジネス登録経費を追加				
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	9.2					
		達成率	—	11.9	61.4	—	—	—		
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、R3年11,820人 ・境港及び浜田港へのクルーズ客船寄港数の推移 [境港]R3年度 2回 ⇒ R4年度20回(予定) [浜田港] R3年度実績なし ・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等の活用 ・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)、Instagram(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	・海外OTAと連携した体験コンテンツの開発・販売に向けた支援として、OTA登録に向けた商談のマッチングや、多言語ウェブサイトにて21のコンテンツを掲載 ・Facebook(英)で、在住外国人向けのライブ配信を2回実施し、約200人が参加、配信動画は合計約3.1万回再生。 ・台湾向けFacebookの運用や、しまねっこを活用した現地プロモーションを展開し、Facebookで約10,800人のフォロワーを獲得 ・香港向けFacebookや中国向けSNSの微博で情報発信のキャンペーンを実施し7,500人以上フォロワーが増加
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)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ートウェイもなく、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に推進するとともに、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。また計画的に制作する動画を活用した情報発信やライブ配信を実施する。 ・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 ・訪日観光再開に向け、観光事業者の受入意識の醸成や、受入準備を進めるためのセミナーを開催

事務事業評価シート

1 事務事業の概要

担当課

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)	令和3年度の実績額	令和4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。		うち一般財源 (千円)	21,968
令和4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 (2) 県外における情報発信 ①古代出雲文化シンポジウム ②日本遺産の魅力発信オンラインツアー (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):大阪歴史博物館での企画展開催				
令和3年度に行った評価を踏まえて見直したこと	・主催する講座を会場とオンライン併用のハイブリッド方式で行うことで、より幅広い人々に発信する。 ・県内外の人々に歴史文化への関心を高めるため、昨年度新規に開設したポータルサイトに多様で魅力あるコンテンツを制作、掲載し、継続的に発信する。				
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	6,643.0					
		達成率	—	116.0	110.8	—	—	—		
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		講座・シンポジウム参加者数内訳 R2 総数5,800名 うち会場1,181名(20%)、オンライン4,619名(80%) R3 総数6,643名 うち会場1,170名(18%)、オンライン5,473名(82%)								

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症の影響が長期間継続していることから、前年度に引き続きオンライン配信や会場とオンライン併用で講座を実施した。オンライン配信で開催した古代出雲文化シンポジウムについては、講演、研究報告やパネルディスカッションなど各コーナーを約15分間にまとめ、8本立て構成にしたことで、分かりやすく多くの視聴者に興味を持ってもらえ、視聴人数の増加につながった。 ・全ての講座を会場とオンライン併用にしたことで、講座参加へのハードルが下がり、より幅広い層の方々に参加、視聴して頂けるようになった。
課題分析	① 課題	・島根の歴史文化講座のオンライン配信受講者は、関東圏45%、中国地方43%(うち島根県30%)でほぼ9割を占める。古代出雲文化シンポジウムはアンケート回答者の傾向であるが関東圏が46%に及ぶ点は変わらない。 ・オンライン配信受講者の年齢層は、60・70代が60%を占め、50代は15%、40代は10%、それ以下は5%に満たない。会場での受講者数に比較すれば、オンライン受講者数は50代以下でも増えており、成果は上がりつつあるが、多いとはいえない。
	② 原因	・オンライン配信受講者が関東圏で多いのは、首都圏の新聞に広告を出していることが大きい。関西圏などその他の地域には十分な広報ができていない。 ・40代以下の若い層が歴史文化へ興味をもつような取り組みが、まだ十分でない。
	③ 方向性	・知事部局(観光振興課など)や島根県観光連盟、古代歴史文化協議会などと連携し、首都圏そして、それ以外の地域に対してシンポジウムなどの情報が広くいわたるようにする。 ・新ポータルサイトを活用して、歴史に詳しくない方でも楽しんでいただけるような話題など、様々な情報を発信することで、40代以下の方の歴史文化に対する興味関心を喚起する。