

## (2) 世界に誇る地域資源の活用

### 【施策の目的】

日本を代表し、世界に誇ることのできる数々の地域資源を活用した地域振興を進めます。

### 【評価】

#### <前年度から評価実施年度上期までの成果と課題>

- ・石見銀山遺跡や隠岐ユネスコ世界ジオパークなどの歴史的遺産、大山隠岐国立公園、ラムサール条約湿地に登録された宍道湖・中海の自然環境など、世界に誇る地域資源については、その魅力や価値を発信することで、県内外からの興味・関心を喚起し、観光誘客やレジャーの振興などに寄与しており、引き続き、国内外における認知度を向上させ、更なる地域の活性化につなげていく必要がある。
- ・情報発信については、動画配信（自然体験動画、宍道湖・中海の水鳥、島根の歴史文化講座等）を引き続き実施したことに加え、講演会における一般向けに訴求しやすいテーマ設定やタレントを起用した動画公開などにより、取組を強化している。一方で、興味・関心を持たれるテーマの偏りやわかりやすい情報発信が課題となっている。
- ・地域資源を活用した観光地域づくりについては、国の補助事業を活用した観光地の魅力向上の取組を市町村と協調して進めたほか、観光コンテンツ造成や二次交通等を支援した。これらの取組などの結果、観光消費額は、1,243億円（対前年比+8.7%、+100億円）となった。今後、県内観光地の魅力や旬な観光情報について、歴史文化や自然環境に興味がある国内外の人に向け、効果的に発信していく必要がある。

#### <第2期島根創生計画初年度から評価実施年度上期までの複数年度にわたる成果と課題>

#### ※上記で重複しない成果・課題を記載

この欄は複数年度にわたる成果と課題を記載するため令和9年度から記載

### 【今後の方向性】

#### ① 歴史文化遺産及び自然環境の活用

認知度向上の取組については、歴史的遺産や自然環境それぞれが持つ魅力や価値を更に高めることを基本としながら、引き続き、ふるさと教育など教育現場で活用してもらえるような素材の提供、PR動画の配信、SNSによる情報発信、講座等のオンライン配信などによる情報へのアクセスポイントの確保のほか、これまで興味・関心の喚起が不十分であったテーマでの講座開催、研究成果に基づく一般向けパンフレットの刊行などによる更なる興味・関心の掘り起こし及び分かりやすい情報発信を進めることで、県内外での認知度を高めていく。

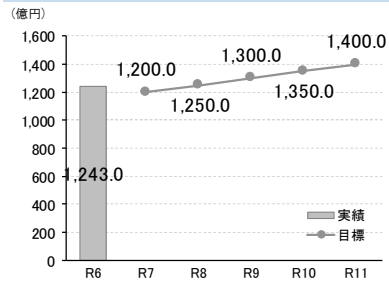
誘客の取組については、引き続き、首都圏のPR会社と連携しテレビや雑誌など各種メディアでの露出を高め島根への来訪意欲の喚起を図るとともに、地域資源を活かした体験コンテンツや旅行商品造成の取組を支援し受入環境の充実を着実に進める。

令和9年の石見銀山発見500年に向けては、大田市等と連携して石見銀山の魅力化の取組を進めるとともに、その魅力を国内外に発信し、島根県への誘客を促進する。

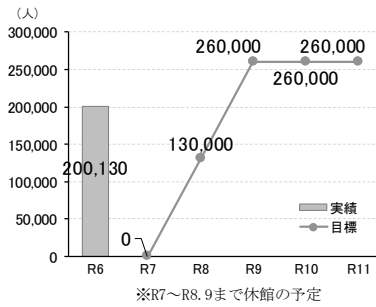
こうした取組を進めることで、交流人口の拡大による地域の活性化につなげていく。

## 【施策の主なKPIの状況】

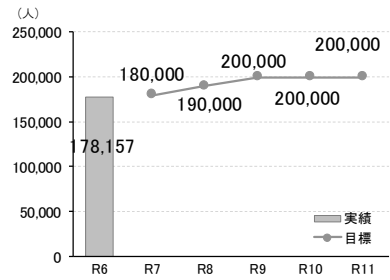
1) 観光消費額【前年度1月～当該年度12月】



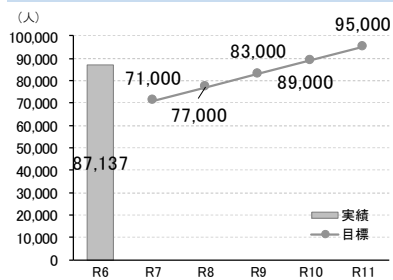
2) 古代出雲歴史博物館入館者数【当該年度4月～3月】※R7年4月～R8年9月は施設整備を実施



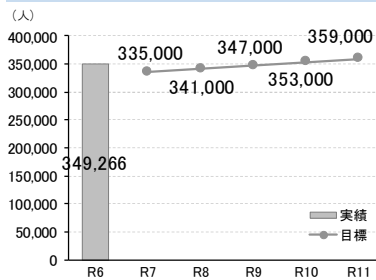
3) 石見銀山資料館、龍源寺間歩及び石見銀山世界遺産センターの入込客延べ数【前年度1月～当該年度12月】



4) 県内自然公園関係市町村の外国人宿泊客延べ数【前年度1月～当該年度12月】



5) 宍道湖・中海賢明利用スポット来訪者数【前年度1月～当該年度12月】



## 施策の主なK P I

施策の名称	Ⅲ－２－(2) 世界に誇る地域資源の活用
-------	----------------------

番号	K P I の名称	上段は目標値、下段は実績値					単位	計上分類	備考	
		令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度				令和11年度
1	観光消費額【前年度1月～当該年度12月】		1,200.0	1,250.0	1,300.0	1,350.0	1,400.0	億円	単年度値	
		1,243.0								
2	古代出雲歴史博物館入館者数【当該年度4月～3月】※R7年4月～R8年9月は施設整備を実施		0.0	130,000.0	260,000.0	260,000.0	260,000.0	人	単年度値	
		200,130.0								
3	石見銀山資料館、龍源寺間歩及び石見銀山世界遺産センターの入込客延べ数【前年度1月～当該年度12月】		180,000.0	190,000.0	200,000.0	200,000.0	200,000.0	人	単年度値	
		178,157.0								
4	県内自然公園関係市町村の外国人宿泊客延べ数【前年度1月～当該年度12月】		71,000.0	77,000.0	83,000.0	89,000.0	95,000.0	人	単年度値	
		87,137.0								
5	宍道湖・中海賢明利用スポット来訪者数【前年度1月～当該年度12月】		355,000.0	361,000.0	367,000.0	373,000.0	379,000.0	人	単年度値	R8.2 上方修正
		349,266.0								

（第2期島根創生計画に掲げる施策の【取組の方向】）

①歴史文化遺産の活用

世界遺産石見銀山や隠岐ユネスコ世界ジオパークなど、世界的にも価値を認められた貴重な歴史文化遺産を活用し、地域の活性化につなげます。

②自然環境の活用

島根半島東部地域・西部地域、三瓶山地域、隠岐地域の自然環境を大切に守りながら、産業や観光の振興に活用し、地域の活性化につなげます。

事務事業の一覧

施策の名称		Ⅲ-2-(2) 世界に誇る地域資源の活用				
	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。	197,143	270,977	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。	95,399	215,604	自然環境課
3	穴道湖・中海賢明利用推進事業	県民、民間団体等	ラムサール条約湿地である穴道湖・中海の環境を保全し、賢明利用により地域の活性化を図るとともに、両湖の認知度向上を図り地域の誇る財産として次世代へ引き継いでいく。	8,412	22,768	環境政策課
4	“ご縁も、美肌も、しまねから。”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：島根の強みを表現した“ご縁も、美肌も、しまねから”をキャッチフレーズに観光素材を戦略的に発信することで、島根への興味関心を高め、来訪へとつなげる。高い訴求力を有するテレビ番組や全国誌とのタイアップ企画により、島根県の魅力を情報発信し、観光誘客を促す。 観光事業者：キャッチフレーズに合致するものなど島根の魅力ある観光資源を活用した商品造成が進み、DMOを中心にデータに基づいた観光地経営が行われる。	503,063	515,833	観光振興課
5	石見銀山世界遺産登録周年記念に係る魅力発信・誘客促進事業	県内外の観光客	令和9年に、石見銀山遺跡が世界遺産登録20周年及び発見500年を迎えることから、石見銀山の魅力や価値を県内外へ情報発信し、誘客を推進する。	-	10,000	観光振興課
6	古代出雲歴史博物館管理運営事業	古代出雲歴史博物館の利用者及び県内外の人々	島根の歴史文化に関する研究成果の発信、学習・交流機会の提供により、県内外の方々に島根の歴史文化の魅力を発信し、理解してもらう。	534,318	690,700	文化財課
7	未来に引き継ぐ石見銀山保全事業	県内外の人々	世界遺産「石見銀山遺跡とその文化的景観」の価値を高め、その価値や魅力についての情報発信による認知度の向上や、適切な保存整備を図ることで、確実に未来へ継承する。	73,851	96,397	文化財課
8	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、県民の郷土への愛着を養う。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。	33,815	33,027	文化財課

# 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6年度の実績額	令和7年度の当初予算額
	どうい状態を目指すのか	しまねの豊かな歴史・文化の魅力を広く伝え、県民の郷土への愛着を養う。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)	33,815
令和7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(松江) 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(オンライン) ②しまねの古代文化連続講座(オンライン)+しまねの古代文化探訪バスツアー ③島根の日本遺産に関する情報発信 (3)他県との連携事業 ①古代歴史文化に関する共同調査研究(古代歴史文化にゆかりの深い県との連携)				
令和6年度に行った評価を踏まえて見直したこと	・県民参加型事業(講座)は、講座に加え、町歩きや展示解説を行い、多様な形態で開催 ・シンポジウムや講座、バスツアーで「島根の山城」を取り上げ、来訪動機を喚起 ・歴史文化に関心のある新たなファン層を獲得するため、動画やSNSを定期的に配信				
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5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	単位	計上分類
1	講座等での参加者アンケートにおいて島根の歴史・文化への興味・関心が高まったと感じた人の割合【当該年度4月～3月】	目標値			88.0	88.5	89.0	89.5	90.0	%	単年度値
		実績値	-	-							
		達成率	-	-	-	-	-	-	-		
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 R5 総数319,917名 うち会場1,747名(0.5%)、オンライン318,170名(99.5%) R6 総数 27,076名 うち会場1,879名(6.9%)、オンライン 25,197名(93.1%)									

## 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	・講座やシンポジウムについては「しまこだチャンネル」で動画配信し、会場参加の10倍以上にあたる約25,000名がオンラインで視聴した。 ・首都圏で開催した講座では、開始前に石見地域の歴史・文化を紹介する映像や講座内容と関連する「しまこだチャンネル」をスクリーンで上映し、参加者が島根県の歴史・文化に一層興味をもってもらえるようにした。 ・首都圏で開催したシンポジウムでは、島根県内の古墳を講師が案内する映像を流し、アンケート回答者の95.8%が満足と評価し、「島根県に行ってみよう」という回答も92.2%を占め、島根県への来訪希望者を増やすことができた。 ・首都圏在住者を対象としたバスツアーを万葉集編1回、古墳編2回の計3回実施し、いずれも15名以上が参加した。さらに参加者にアンケートを実施し、島根の歴史・文化に対するニーズの把握を行った。	
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	・青銅器や古墳、出雲神話や出雲国風土記、それらとかがわかる出雲大社に対する興味関心は高い一方、それ以外の島根県の歴史・文化については、あまり興味関心がもたれていない。
	②原因	上記①(課題)が発生している原因	・島根県の歴史・文化の魅力を伝えるために、講座やシンポジウムを開催しているが、参加者が一定程度見込めるのは青銅器や古墳、風土記や神話、神社といったテーマで偏りがみられる。
	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	・参加者アンケートの回答内容を精査し、上記以外のテーマでも興味関心があるものを抽出し、それにかかわる講座などを開催することで、島根県の歴史・文化の魅力を広く発信する。 ・また、出雲だけでなく、石見や隠岐の歴史・文化を取り上げた講座も行い、島根県全域の歴史・文化の魅力を県内外に発信する。 ・講座やシンポジウムのオンライン配信の継続に加え、調査研究成果に基づく一般向けパンフレットなどを刊行することで、県内外を問わず、島根の歴史・文化の情報発信を行う。



# 事務事業評価シート

## 1 事務事業の概要

担当課	文化財課
-----	------

事務事業の名称		未来に引き継ぐ石見銀山保全事業			
目的	誰(何)を対象として	県内外の人々	事業費 (千円)	令和6年度の実績額	令和7年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	世界遺産「石見銀山遺跡とその文化的景観」の価値を高め、その価値や魅力についての情報発信による認知度の向上や、適切な保存整備を図ることで、確実に未来へ継承する		うち一般財源 (千円)	73,851
令和7年度の取組内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>石見銀山の価値を高める基礎調査研究(考古学・歴史民俗学・自然科学)、及び石見銀山が世界経済や国内鉱山開発に与えた影響に関するテーマ別研究を実施する。</li> <li>大田市や関係機関と連携し、史跡等の保存整備や安全対策事業への支援を行う。</li> <li>報告書の刊行や講演会等の開催により、調査研究成果の県内外への発信を行う。</li> <li>令和9年の石見銀山発見500年に向けて、石見銀山の「魅力化」「持続化」に向けた取組を進める。</li> </ul>				
令和6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"> <li>史跡等の保存整備が進むよう、大田市や文化庁等との協議を定期的に行った。</li> <li>調査研究の成果を発信する企画展や講座等について、多くの人の興味関心を引くよう、戦国武将を絡めた内容にするなど工夫した。</li> <li>若者世代を含め、多くの人に石見銀山を知ってもらうため、タレントを起用した石見銀山の紹介動画を作成し、県のHPで公開した。</li> </ul>				
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	
2	上位の施策	Ⅲ-2-(2) 世界に誇る地域資源の活用	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5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	単位	計上分類
1	石見銀山資料館、龍源寺間歩及び石見銀山世界遺産センターの入込客延べ数【前年度1月～当該年度12月】	目標値			180,000.0	190,000.0	200,000.0	200,000.0	200,000.0	人	単年度値
		実績値	161,360.0	178,157.0							
		達成率	-	-	-	-	-	-	-		
2	講座等での参加者アンケートにおいて石見銀山遺跡への興味・関心が高まったと感じた人の割合【当該年度4月～3月】	目標値			96.0	96.5	97.0	97.5	98.0	%	単年度値
		実績値	96.0	88.9							
		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"> <li>世界遺産石見銀山の首都圏での認知度(しまねの観光認知度調査)は、R3年度32.1%、R4年度33.2%、R5年度33.4%、R6年度29.1%と推移</li> <li>令和6年度世界遺産講演会参加者421人</li> </ul>									

## 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"> <li>調査研究により、石見銀山最盛期の石造物群の詳細を把握できた。</li> <li>史跡地内(5カ所)、伝統的建造物群保存地区内(7カ所)の保存整備や安全対策が進んだ。</li> <li>石見銀山と接点のある戦国武将を絡めた講演会を5年ぶりに県外で開催し、多くの人の関心を集めた。</li> </ul>
課題分析	① 課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>「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</li> </ul>
	② 原因	<ul style="list-style-type: none"> <li>上記①(課題)が発生している原因</li> </ul>
	③ 方向性	<ul style="list-style-type: none"> <li>登録時の世界遺産委員会の要請に対応するよう、学術的な調査研究を継続して行う必要がある。</li> <li>史跡等の保存整備に際して、所有者や関係機関等との調整に時間を要する。</li> <li>学術的な調査研究を推進しつつ、その成果について、引き続き幅広い世代の関心を引くような親しみやすい情報発信に努める。</li> <li>史跡等の保存整備について、今後の計画を共有するなど所有者や関係機関等との連携を進め、支援を継続していく。</li> <li>令和9年の石見銀山発見500年に向けて、石見銀山の「魅力化」や「持続化」の取組を大田市等と連携して進める。</li> </ul>



# 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		古代出雲歴史博物館管理運営事業				
目的	誰(何)を対象として	古代出雲歴史博物館の利用者及び県内外の人々		事業費 (千円)	令和6年度の実績額	令和7年度の当初予算額
	どうい状態を目指すのか	島根の歴史文化に関する研究成果の発信、学習・交流機会の提供により、県内外の方々に島根の歴史文化の魅力を発信し、理解してもらう。			534,318	690,700
令和7年度の取組内容		<ul style="list-style-type: none"> <li>令和7年度は、耐震改修工事等のため全期間休館。(休館期間:R7. 4~R8. 9(予定))</li> <li>令和8年10月(予定)のリニューアルオープンに向け、円滑に工事を実施するとともに、展示施設のリニューアルを効果的に実施し、リニューアルオープン後の入館者の満足度向上につなげる。</li> <li>休館中も講義室や体験学習棟などの一部施設は利用可能なため、学芸員による講座やアテンダントによるミニイベント、夏祭りなど各種イベント等を実施。また、県内の学校に向けて「ミュージアム・スクール」の情報発信を行い、休館中の利用促進やリニューアルオープン後の継続利用につなげる。</li> <li>県内外での情報発信を活発に実施し、当館の認知度を高め、リニューアルオープン後の入館者数の増につなげる。</li> <li>休館中に当館の国宝青銅器実物展示を行う出雲市の荒神谷博物館と連携し当館の認知度を高めリニューアルオープン後の入館者数の増につなげる。</li> </ul>				
令和6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"> <li>出雲大社を訪れる個人客・マイカー客を取り込むため、引き続きInstagram、フェイスブック等のSNSでの広報・宣伝活動を実施。</li> <li>休館中に実施する魅力アップ事業の内容を検討した。また、新たなSNSの活用など、リニューアルオープン後の入館者数を増やすため、情報発信等を検討した。</li> </ul>				
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	Ⅲ-2-(1) 牽引力のある都市部の発展	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5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	単位	計上分類
1	古代出雲歴史博物館入館者数【当該年度4月~3月】※R7年4月~R8年9月は施設整備を実施	目標値			0.0	130,000.0	260,000.0	260,000.0	260,000.0	人	単年度値
		実績値	179,036.0	200,130.0							
		達成率	-	-	-	-	-	-	-		
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"> <li>出雲大社の入込客:(コロナ禍前)600万人程度、(令和2年度)約400万人、(令和5年度)約711万人と大きく回復</li> <li>入館者数:(平成30年度)24万人、(令和2年度)約9万人と大きく落ち込むも(令和6年度)20万人台に回復</li> <li>修学旅行等の学校団体利用:(平成30年度)86校、4,466人、(令和3年度)266校、14,896人、(令和4年度)170校、10,099人、(令和5年度)81校、5,275人、(令和6年度)73校、4,381人</li> <li>観覧料収入は(平成30年度)72,936千円、(令和6年度)77,010千円とコロナ禍前以上に増収。増収の要因は、団体客の減少・個人客の増加による客単価の上昇によるものと考えられる。</li> </ul>									

## 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"> <li>企画展の内容により、当時の人々の具体的な生活の様子が分かるように作品選択や展示手法を工夫した。また、弥生青銅器、城、甲冑、刀剣など注目されやすい関連作品を展示することにより、企画展観覧者の増加に努めた。</li> <li>令和7年4月から令和8年9月(予定)まで長期休館に入ることを踏まえ、入館者数を増やすための誘客営業とあわせ、休館を周知することにより、リニューアルオープン後の来館につなげていく取組を行った。</li> <li>展示関連講座を9回(779人聴講)、その他の講座を2回(84人聴講)、展示関連イベントを3回(59人参加)、実施した。</li> </ul>
課題分析	① 課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>出雲大社入込客数は大きく回復したが、当館の入館者数は令和6年度においてもコロナ禍前(H30)の8割程度であり、引き続き出雲大社の入込客の取り込みが課題である。</li> <li>これは募集型団体旅行客の減少が大きい、一方個人有料の来館者は(平成30年度)122,028人に対し、(令和6年度)136,897人と大きく上回っており、観覧料収入もコロナ禍前の水準となっている。</li> <li>常設展の展示が、児童生徒の社会科学習で利用しづらい内容となっている。</li> </ul>
	② 原因	<ul style="list-style-type: none"> <li>出雲大社の入込客は、団体客が減少し、マイカー・レンタカー等の車利用の個人客が増加するなど、コロナ禍を経て客層が変化している。</li> <li>展示室の展示が、社会科学習に沿った通史方式になっていない。</li> </ul>
	③ 方向性	<ul style="list-style-type: none"> <li>出雲大社を訪れる個人客に対し、X(旧ツイッター)の特徴を利用した情報発信を強化する。</li> <li>マイカー客の割合が高くなったことから、道の駅、主要SA・PA等交通拠点での誘客、出雲大社入込客を取り込むための誘客を積極的に実施する。</li> <li>長期休館中の展示内容の魅力アップ事業の中で、社会科学習に沿った通史方式に展示内容を改修する。</li> <li>リニューアルオープン後の入館者数の増加に向けた働きかけを各方面で続けていく。</li> </ul>



# 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		石見銀山世界遺産登録周年記念に係る魅力発信・誘客促進事業			
目的	誰(何)を対象として	県内外の観光客	事業費 (千円)	令和6年度の実績額	令和7年度の当初予算額
	どうい状態を目指すのか	令和9年に、石見銀山遺跡が世界遺産登録20周年及び発見500年を迎えることから、石見銀山の魅力や価値を県内外へ情報発信し、誘客を推進する。		うち一般財源 (千円)	-
令和7年度の取組内容		(1)機運醸成に向けた情報発信 ・ 駅や空港での広告掲出等 やWEBでの特集ページの作成、テレビ・雑誌での情報発信による県内外へのプロモーションを展開 (2)調査業務 ・ 石見銀山エリアを起点とした広域での観光動向の調査等を実施			
令和6年度に行った評価を踏まえて見直した点		-			
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5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	単位	計上分類
1	観光入込客延べ数(石見銀山・温泉津温泉・三瓶山)【前年度1月～当該年度12月】	目標値			996.0	1,014.0	1,032.0	1,032.0	1,032.0	千人	単年度値
		実績値	978.4	979.7							
		達成率	-	-	-	-	-	-	-		
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											

## 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	・ 出雲縁結び空港の到着ロビー及び出発ロビーに石見銀山のPR広告を掲出(R6.10～) ・ 山陰道が3月2日に延伸し、県東部から行きやすくなったことを新聞広告でPR(R7.2)
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 ・ 石見銀山の一定の認知度はありながらも、エリアとして目的地、宿泊先には選ばれていない ・ 個人旅行者のニーズに合った石見銀山エリアの観光地域づくりが不十分
	② 原因	上記①(課題)が発生している原因 ・ 石見銀山を含める形での周辺エリアの魅力が認知されていない ・ 旅行者のニーズ、トレンドに対応する石見銀山エリアでの観光コンテンツの提供ができていない
	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 ・ 目的地、宿泊先としても選ばれる観光地となるよう石見銀山を含めた周辺エリアの魅力を丁寧に発信 ・ 旅行者のコンテンツ訴求軸の把握、訪問障壁(訪れない理由)の把握(県内でのヒアリングなどを想定)



# 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		“ご縁も、美肌も、しまねから。”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		令和6年度の実績額	令和7年度の当初予算額
	どのような状態を目指すのか	県外在住者：島根の強みを表現した“ご縁も、美肌も、しまねから”をキャッチフレーズに観光素材を戦略的に発信することで、島根への興味関心を高め、来訪へとつなげる。高い訴求力を有するテレビ番組や全国誌とのタイアップ企画により、島根県の魅力を情報発信し、観光誘客を促す。 観光事業者：キャッチフレーズに合致するものなど島根の魅力ある観光資源を活用した商品造成が進み、DMOを中心にデータに基づいた観光地経営が行われる。		503,063	515,833
		事業費(千円)			
		うち一般財源(千円)		405,840	363,683
令和7年度の取組内容	・冬季の観光客の減少が顕著であることを踏まえ、昨年度に引き続き、島根の冬旅イメージ定着のため、冬季の誘客対策を強化（具体的取組：OTAと連携した冬季キャンペーンを実施し、宿泊プランの造成支援を通じた観光誘客を図る。） ・山陰道延伸(出雲ー多伎間 R7.3開通)に伴う東部地域からの広域的な誘客促進、県外旅行者への情報発信の強化（具体的取組：周遊を促す着地型旅行商品の造成などを通じて、県東部の観光客に対し、県西部への周遊を促す。） ・島根県への来訪意欲の向上のため、テレビ、雑誌など発信力のあるメディアや公式SNS等を活用した情報発信の強化				
令和6年度に行った評価を踏まえて見直したこと	「ご縁しまね」と「美肌しまね」それぞれのイメージ戦略による観光誘客を図るべく別事業として実施してきたが、1つの事業に統合し、「ご縁も、美肌も、しまねから。」のキャッチフレーズのもと、島根の魅力ある観光資源を一体的かつ効率的に発信することで誘客へ結び付ける事業構成へと見直しを図った。また、貸切バスによる旅行商品造成支援事業について、上期で宿泊客数が落ち込む6、7、9月を新たに対象期間に加えた。				
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5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	単位	計上分類
1	観光消費額【前年度1月～当該年度12月】	目標値			1,200.0	1,250.0	1,300.0	1,350.0	1,400.0	億円	単年度値
		実績値	1,143.0	1,243.0							
		達成率	-	-	-	-	-	-	-	-	%
2	観光入込客延べ数【前年度1月～当該年度12月】	目標値			30,800.0	31,300.0	31,800.0	32,400.0	33,000.0	千人	単年度値
		実績値	30,194.0	29,860.0							
		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	・「ご縁」や「美肌」などに関連した島根の魅力ある観光素材を活用した着地型商品の造成（魅力ある観光地域づくり支援事業補助金(旅行商品造成)のR6年度採択件数：4件） ・旅行会社による旅行商品造成を促す目的で、島根県内の周遊観光を目的とした旅行で使用使用する貸切バス経費を補助（R6年度実績：163台/4,782人泊） ・旅行会社が募集型企画旅行商品の造成を前提に島根県へ下見や仕入れに訪れる場合の経費を支援（R6年度実績：助成件数5件、販売実績246名） ・パブリシティによる各種媒体への露出拡大（R6年度実績：572件（テレビ18件、雑誌新聞15件、WEB539件）） ・しまねっこの公式SNSを活用した情報発信や、リアルイベントの開催による誘客促進（イベント来場者：1.2万人） ・歴史文化をテーマとしたセミナーの実施（参加者：東京60名、大阪58名、オンライン469名）
課題	① 「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	・観光素材を活用した商品造成は進んでいるが、売れる商品となっていない。 ・団体旅行の実施には貸切バスが必要。 ・従来の旅行会社に加えて、OTAによる集客も重要となってきている。 ・旅行会社の担当者が島根県のことをよく知らない。 ・島根県への来訪意欲が6割程度で横ばいに推移している。 ・歴史文化は島根の大きな魅力であるがまだまだ、それを趣味とする人に十分に届いていない
課題分析	② 上記①(課題)が発生している原因	・商品のブラッシュアップが足りない、または商品のプロモーションが不十分。 ・鉄道網や二次交通の便が悪い。 ・観光ニーズが多様化している。 ・経営の効率化等により旅行会社において地方の店舗や職員の削減が見られ、旅行商品の仕入・造成担当が東京などの大都市圏に集中している。 ・テレビなどの訴求力の高い媒体への露出が少ない。 ・歴史文化セミナーをリアル開催するだけでは参加できない方がいる。
方向性	③ 上記②(原因)の解決・改善に向けた見直し等の方向性	・商品のブラッシュアップを通じて価値を高めるとともに、十分なプロモーションを実施する。 ・貸切バスによる旅行商品造成を促すため、旅行会社との商談会等の機会も活用し、引き続き支援制度の周知を図る。 ・観光客の減少が顕著となる冬季に、OTAと連携して行う島根県の「温泉」や「食」をテーマとした冬季キャンペーンを強化。 ・旅行会社向け商談会の開催などを通じて、旅行会社の仕入・造成担当に島根県について知ってもらい(見てもらう)機会を意図的に作り出し、多くの旅行会社の担当者に島根県のことを知ってもらい、商品造成につなげることで、誘客を図っていく。 ・首都圏におけるPRイベントやメディア向け説明会など、メディアへの露出に向けた取り組みの強化を図る。 ・ターゲットに応じた効果的な媒体を組み合わせた多角的なプロモーションを展開する。 ・歴史文化セミナーをリアル開催だけでなくオンライン参加も可能とし、周知を図る。



## 事務事業評価シート

## 1 事務事業の概要

担当課

環境政策課

事務事業の名称		宍道湖・中海賢明利用推進事業				
目的	誰(何)を対象として	県民、民間団体等		事業費 (千円)	令和6年度の実績額	令和7年度の当初予算額
	どのような状態を目指すのか	ラムサール条約湿地である宍道湖・中海の環境を保全し、賢明利用により地域の活性化を図るとともに、両湖の認知度向上を図り地域の誇る財産として次世代へ引き継いでいく。			8,412	22,768
				うち一般財源 (千円)	2,905	4,001
令和7年度の取組内容		<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域住民が参加する人の五感による湖沼環境評価や小中学生を対象とした流入河川調査を実施し、宍道湖・中海への興味関心と環境保全意識の向上を図る。</li> <li>・ラムサール条約の理念である「保全再生」「賢明な利用」、これらを促進する「交流学習」を推進するため、沿岸市での一斉清掃や子どもラムサール交流会、パネル展示等を実施するとともに、ラムサール条約登録20周年記念イベントや世界湖沼の日記念イベント等の啓発事業を実施する。</li> <li>・コウノトリ、トキをはじめとして多様な生物が生息する環境の保全再生及び地域活性化に取り組むことを目的に、民間団体や関係自治体を構成員とする協議会を設置し、協議会の取組を支援する。</li> </ul>				
令和6年度に行った評価を踏まえて見直した点		<ul style="list-style-type: none"> <li>・ラムサール条約登録20周年記念イベントや世界湖沼の日記念イベント等の啓発イベントを実施する。</li> <li>・イベント周知等にはSNSを活用した情報発信を行う。</li> </ul>				
1	上位の施策	Ⅲ-2-(2) 世界に誇る地域資源の活用	3	上位の施策		
2	上位の施策	Ⅵ-4-(1) 豊かな自然環境の保全と活用	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5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	単位	計上分類
1	宍道湖・中海賢明利用スポット来訪者数【前年度1月～当該年度12月】	目標値			355,000.0	361,000.0	367,000.0	373,000.0	379,000.0	人	単年度値
		実績値	329,093.0	349,266.0							
		達成率	-	-	-	-	-	-	-		
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"> <li>①五感による湖沼環境調査 モニター数(人・団体) R4:95 R5:93 R6:82 と推移</li> <li>②小中学生等による流入河川調査 実施団体数(団体) R4:35 R5:33 R6:29 と推移</li> <li>③中海宍道湖一斉清掃 参加人数(人) R4:6,048 R5:7,033 R6:4,606 と推移</li> <li>④ラムサール関連イベント 実施イベント数(回) R4:2 R5:2 R6:2 と推移</li> <li>⑤大型水鳥関連イベント 実施イベント数(回) R4:4 R5:9 R6:16 と推移</li> <li>⑥賢明利用関連普及啓発 広報数(回) R4:13 R5:9 R6:12 と推移</li> </ul>									

## 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	・中海・宍道湖一斉清掃など島根・鳥取両県連携事業や、宍道湖・中海の魅力を伝えるパネル展示会による情報発信などにより、スポット来場者数は増加傾向にある。
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
	②原因	上記①(課題)が発生している原因
	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
		・流入河川調査の参加校は限定的であり、宍道湖・中海の魅力価値が次世代を担う若年層に広く十分に理解されているとはいえない。
		・宍道湖・中海の環境や賢明利用に関する発信が少なく、発信先が限定的で地域住民に宍道湖・中海の価値や魅力が十分に伝わっていない。
		・国や鳥取県、関係市及び民間等の関係機関と連携して、イベントやパネル展示等の内容充実を図るとともに、動画配信等により情報発信を強化し、宍道湖・中海の認知度向上を図る。



# 事務事業評価シート

## 1 事務事業の概要

担当課

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6年度の実績額	令和7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		うち一般財源 (千円)	95,399
令和7年度の取組内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>自然公園を活用した誘客促進補助金により、自然体験プログラムの造成や拡充、ガイド養成などの民間事業者等の取組を支援</li> <li>県内の自然公園の魅力発信のため、自然体験動画をを用いた国内外へのプロモーションを実施</li> <li>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、景観を阻害する樹木の伐採等を実施</li> <li>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</li> </ul>				
令和6年度に行った評価を踏まえて見直した点	県内の自然公園の認知度向上のため、しまねの自然公園満喫プロジェクトホームページの内容拡充に取り組む。				
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5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	単位	計上分類
1	県内自然公園関係市町村の外国人宿泊客延べ数 【前年度1月～当該年度12月】	目標値			71,000.0	77,000.0	83,000.0	89,000.0	95,000.0	人	単年度値
		実績値	59,321.0	87,137.0							
		達成率	-	-	-	-	-	-	-		
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											

## 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"> <li>自然公園を活用した体験プログラムの造成などの取組を行う10事業者を支援し、県内自然公園への誘客促進を図った。</li> <li>自然公園等の遊歩道の整備等を実施し、受入環境の向上が進んだ。</li> <li>トレッキング、マリンアクティビティ、サイクリングを中心とした自然体験動画を作成し、YouTube広告を用いて国内外に発信することで、県内の自然公園の認知度向上につなげた。</li> <li>しまねの自然公園満喫プロジェクトホームページのリニューアルを行い、国内外からの来訪者への情報提供の充実を図った。</li> </ul>
課題分析	① 課題	県内自然公園で行われる自然体験プログラム等が来訪者に十分に活用されていない。
	② 原因	<ul style="list-style-type: none"> <li>補助金の制度が、対象となる事業者等に十分に認知されていない。</li> <li>来訪者が地域を周遊・長期滞在して楽しめる自然体験プログラムが不足している。</li> <li>自然体験に興味を持っている人に対して県内自然公園を楽しむための具体的な情報が十分に届いていない。</li> </ul>
	③ 方向性	<ul style="list-style-type: none"> <li>自然体験プログラムの造成、磨き上げや利用促進等、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。</li> <li>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。</li> <li>自然公園の魅力及び利便性向上並びに来訪者の安全確保のため、施設修繕等の受入環境の整備を行う。</li> </ul>



# 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6年度の実績額	令和7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			うち一般財源 (千円)	197,143
令和7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及び事業に係る経費の一部負担 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等 ③ジオパーク拠点施設・中核施設の整備を支援(隠岐の島町、海士町)					
令和6年度に行った評価を踏まえて見直した点	来島者の安全性の確保及び満足度向上のため、ジオサイトの誘導標識等を整備					
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5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	単位	計上分類
1	隠岐ユネスコ世界ジオパーク(隠岐4町村)の観光入込客延べ数【前年度1月～当該年度12月】	目標値			217,000.0	217,000.0	217,000.0	217,000.0	217,000.0	人	単年度値
		実績値	200,753.0	198,181.0							
		達成率	-	-	-	-	-	-	-		
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		・(一社)隠岐ジオパーク推進機構ホームページのPV数【当該年度4月～3月】:R5 135,807、R6 159,934 ・隠岐4町村の外国人宿泊客延べ数【前年度1月～当該年度12月】:R5 552人、R6 995人(県観光動態調査)									

## 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7年度のユネスコ世界ジオパークの再認定に向けて、令和4年度の再認定審査における指摘事項(地質遺産の保全活用計画の策定、ジオサイトの整備、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組織の運営支援を実施
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 ・隠岐ユネスコ世界ジオパークの認知度が不十分である。 ・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。 ・令和4年度に(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た業務の充実及び事務局運営体制の強化を図ることが必要
	②原因	上記①(課題)が発生している原因 ・隠岐ユネスコ世界ジオパークの魅力ある自然景観や歴史文化などが観光資源として活用できていない。 ・災害等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
	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 ・(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、隠岐ユネスコ世界ジオパークの魅力向上のための環境教育・ジオサイト整備や、来島者の増加及び満足度向上のための観光誘客の取組の強化など具体的な事業に取り組む。 ・隠岐ユネスコ世界ジオパークの認定継続に向けて、(一社)隠岐ジオパーク推進機構と連携し、必要な施設整備等を計画的に実施する。

