

①施策の目的等

施策の名称	施策 I-3-2 情報発信等誘客宣伝活動の強化
目的	「歴史」「自然」「文化」「伝統芸能」など島根県独自の魅力を、様々なメディアを活用し国内外に向け複合的に情報発信し、認知度の向上を図ります。

②成果参考指標の目標（実績）と施策の現状、及びその評価

数値目標	年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度	単位	数値目標	年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度	単位
都道府県魅力度ランキング	目標値	40.0	35.0	30.0	25.0	20.0	位	島根県への来訪意向割合	目標値	10.0	12.0	13.0	14.0	15.0	%
	取組目標値								取組目標値						
	実績値	40.0	27.0						実績値	11.5	11.0				
	達成率	100.0	122.9	-	-				達成率	115.0	91.7	-	-		
	目標値						%		目標値						%
	取組目標値								取組目標値						
	実績値								実績値						
	達成率	-	-	-	-				達成率	-	-	-	-		
定性目標	平成28年度～平成31年度														
成果参考指標の実績等の補足説明（任意記載）															

③評価時点での施策目的に対する現状

評価時点で施策目的に対する現状 (客観的事実・データなどに基づいた施策の現状や取組状況)	<ul style="list-style-type: none"> <li>平成28年度の萩・石見空港東京便の利用者は119,482人、利用率は49.9%であり、前年度を下回った。(平成27年度は122,472人、55.2%)</li> <li>レンタカー助成は、347台の利用あり。石見温泉手形・神楽めしクーポンについては、1,123件の引換があった。</li> <li>観光情報説明会(9回)、旅行会社などへの訪問セールス(88件)、イベント(6件)など、県外での誘客プロモーションを積極的に実施した。</li> <li>教育旅行素材説明会(3回)、教育旅行モニターツアーやMICEなど団体誘致企画・素材説明会(3回)などを通じ、新規市場開拓に取り組んだ。</li> <li>メディア取材のアテンド(23件)などを通じ、テレビ・雑誌などへの観光情報の掲載を促進した。</li> <li>「しまね観光ナビ」への総アクセス数は前年度に比べ減少したものの、スマートフォン未対応ページを順次改修したところ、アクセス数の改善が見られた。</li> <li>映画「たたら侍」と連動した観光プロモーションなどにより、首都圏での「ご縁の国しまね」の認知度や都道府県魅力度ランキングは上昇した。一方、島根県への来訪意向割合は微減した。</li> </ul>
---	--

④総合的な評価

評価時点での総合的な評価  A:順調に進んでいる B:概ね順調に進んでいる(見直す点がある) C:あまり順調に進んでいない	判断	その理由
	B	<ul style="list-style-type: none"> <li>「魅力度」ランキング(ブランド総合研究所)が前年の40位から27位へ上昇、「観光意欲度」も38位から26位へと上昇した。</li> <li>「出雲国たたら風土記」や「日が沈む聖地出雲」が新たに日本遺産に認定されるなど、島根の伝統文化や歴史の魅力などが認知されつつある。</li> <li>一方、首都圏在住者の島根県への「来訪意向割合」(県調査)は、前年比微減となった。</li> </ul>

⑤課題の認識

(1)平成31年度末の施策目的の達成状況(予測) A:達成できる B:概ね達成できる C:達成は困難	判断	その理由(④の「判断」と異なる「判断」の場合のみ記載)
(2)施策の目的達成に向けての課題	B	<ul style="list-style-type: none"> <li>島根の認知度などを高めるため、発信力のあるタレントを活用したイメージ先行型の情報発信を行っているが、今後は、旅行者の来訪意欲を更に高めるため、イメージと併行して、「島根の食」「自然」「温泉」といった具体的な観光素材の魅力を発信するとともに、両者のバランスを工夫する必要がある。</li> <li>石見地域、隠岐地域は、出雲地域に比べると首都圏や関西圏などからの認知度が低いと、引き続き同地域における観光素材や旅行商品の造成に取り組むとともに、当該圏域などに向けた情報発信を強化する必要がある。</li> <li>「しまね観光ナビ」へのアクセス数が減少しているが、この原因はキュレーションサイト(まとめサイト)を中心とした他媒体台頭による検索エンジンの検索順位低下にある。他の自治体でも同様な傾向が見られるが、検索順位を上げるための対策やスマートフォン未対応ページの改修などを今後どのように進めるべきか、予算の面も含め、引き続き検討を要する。</li> </ul>

⑥今後の取組みの方向性

課題解決に向けての今後の取組みの方向性	<ul style="list-style-type: none"> <li>「ご縁の国」のイメージを引き続き発信し、島根の認知度を更に向上させる一方で、旅行の動機付けとなる「本物」の観光素材、島根の具体的な魅力の発信を強化し、全県への観光誘客につなげる。</li> <li>発信する素材ごとにターゲットを絞り、効果的な広報手段を選択するとともに、「ご縁の国」などの認知度向上を、来訪意欲の向上、誘客促進につなげる。</li> <li>今後、「不昧公2000年祭」などの大規模イベントの開催や、「山陰デスティネーションキャンペーン」や「日本の旬」の送客キャンペーンなどが予定されており、こうした誘客増が期待できる好機を活用して、時機を逸さない情報発信、受入体制の整備に努める。</li> <li>「しまね観光ナビ」については、優先順位をつけてスマートフォン未対応ページの改修を順次進めていくが、「しまね観光ナビ」は島根の観光情報を提供する一つのツールであるため、島根の魅力国内外へ広く発信するという事業目的を念頭に、閲覧数の多い他の媒体の活用なども含めて、今後の情報発信の方策を検討していく。</li> </ul>
---------------------	---

施策評価シート別紙2(事務事業一覧)

施策の名称	施策 I-3-2 情報発信等誘客宣伝活動の強化				
-------	-------------------------	--	--	--	--

(単位:千円)

	事務事業名	目的(意図)	前年度 事業費	今年度 事業費	所管課名
1	観光情報発信事業	島根県の観光地の魅力を伝え、島根県への観光誘客の拡大を図る	49,364	48,908	観光振興課
2	島根県観光連盟支援事業	島根県への観光客誘致活動を積極的に行えるよう支援・連携する	57,733	54,138	観光振興課
3	県内航空路線利用促進(観光振興)事業	航空路線を利用して島根県を訪れてもらう	30,553	50,000	観光振興課
4	神々にご縁観光総合対策事業	「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、切れ目のない誘客を図る	339,174	299,996	観光振興課
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					
16					
17					
18					
19					
20					
21					
22					
23					
24					
25					
26					
27					
28					
29					
30					
31					
32					
33					
34					
35					
36					
37					
38					
39					
40					