

---

---

## 令和2年度事業計画および収支予算

---

---

### 1. 観光を取り巻く状況

#### (1) 旅行形態などの変化

- ①団体旅行から個人旅行へ
- ②モノ消費からコト消費へ
- ③リアル店舗販売からWEB販売へ
- ④パソコン情報からスマートフォン情報へ
- ⑤航空運賃がダイナミック化へ

#### (2) 国内観光のトピックス

- ①インバウンド観光の推進
- ②東京オリンピック、パラリンピック（R2年7～9月）

#### (3) 県内観光のトピックス

- ①美肌観光の推進
  - ②新アンテナショップ「日比谷しまね館」オープン（R2年4月）
  - ③県内アクセスの拡充
    - ・FDA静岡便（H30年3月）・仙台便（H30年4月）・神戸便（R1年10月）
    - ・萩・石見空港東京路線の2便化継続（R5年3月25日まで※予定）
    - ・JR観光列車「あめつち」（H30年7月）
    - ・JR新たな長距離列車「WEST EXPRESS 銀河」（R2年5月～9月）
  - ④立ち寄り施設のリニューアル等
    - ・古代出雲歴史博物館リニューアルオープン（R2年4月）
    - ・三瓶自然館「サヒメル」リニューアルオープン（R2年4月）
    - ・足立美術館「魯山人館」オープン（R2年4月）
  - ⑤日本遺産の追加認定
    - ・石見神楽（R1年4月）
  - ⑥令和2～3年開催イベント・周年事業
    - ・全国植樹祭（R2年5月）
    - ・隠岐古典相撲（R2年9月）
    - ・松江城国宝指定5周年（R2年）
    - ・島根県観光キャラクター「しまねっこ」デビュー10周年（R2年）
    - ・後鳥羽院御来島800年（R3年）
- #### (4) 新型コロナウイルスの感染拡大
- ・政府からスポーツ、文化イベントの開催自粛要請（R2年2月26日）
  - ・政府から全国の小中学校・高校等に対する臨時休校の要請（R2年2月27日）

- ・政府の緊急対応策（第2弾）にて、事態終息後の官民一体となった観光キャンペーン等の検討（R2年3月10日）

## 2. 事業体系の見直し等

上記の状況のもと、これまでの取り組みの成果を踏まえつつ、事業体系を以下の4つに再構築し、各事業間の連携と相乗効果をもたらす取り組みを行う。

### (1) 旅行業連携誘客推進事業

旅行業者やOTA（オンライントラベルエージェント）と連携し、B to Bの手法で誘客を推進する。

### (2) 観光情報発信事業

観光消費を行う顧客に向けて直接島根の魅力を発信するとともに、メディア等を通じて島根の認知度向上を図り誘客を推進する。

### (3) 新市場開拓推進事業

今後の伸びしろがさらに見込める教育旅行、MICE、女性旅マーケットの開拓を継続して実施する。

### (4) 受地開発支援事業

会員や県内の観光関係者が行う受地づくりを伴走支援するとともに、観光人材の育成支援を行う。

## 3. 取組の視点

- (1) 島根県や広域観光推進組織との役割分担と連携のもと、専任職員を配置している強み（「専門性」・「継続性」）を最大限に活かして活動する。
- (2) 施策の推進にあたっては、ターゲット及び数値目標を定め、結果の検証を行うPDCAを進めていく。
- (3) 新型コロナウイルス感染拡大の影響と観光マーケットの状況について情報収集を行い、適宜、事業内容や実施時期の見直しを検討する。また、感染終息後を見越した政府の動きを注視し、島根県と連携しながら機動的に対応していく。

令和2年度 事業体系

単位:千円

令和2年度 予算総額 209,279 (225,423)	旅行業連携 誘客推進 79,930 (86,730)	旅行会社商品造成支援 観光情報説明会開催 萩・石見空港を活用した誘客促進 観光商品素材・情報提供 営業宣伝	19,700 (19,700) 3,000 (4,000) 51,230 (56,030) 5,500 (6,000) 500 (1,000)
	観光情報発信 30,840 (42,174)	WEBマーケティング ロケ&メディア取材誘致促進 キャラクターマーケティング しまね観光大使活用 観光PRイベント活用	18,000 (21,644) 8,940 (14,700) 1,500 (4,130) 1,700 (700) 700 (1,000)
	新市場開拓 推進 13,200 (14,750)	教育旅行等誘致 MICE誘致 女性旅マーケット開拓整備	7,750 (7,350) 3,450 (4,500) 2,000 (2,900)
	受地開発支援 3,200 (4,000)	誘客ネットワーク 地域観光開発支援【新規】 研修 情報提供	1,500 (700) 1,000 (0) 500 (500) 200 (200)
	〈廃止〉	ガイドツアーリズム促進 食を活用した観光促進 着地型旅行商品支援 部会・ブロック会議開催	0 (100) 0 (1,200) 0 (1,200) 0 (100)
	法人管理 82,109 (77,769)	法人の管理運営	82,109 (77,769)

※( )内は  
前年度予算  
【補正後】

【参考】

令和元年度 事業体系

単位:千円

		当初予算	変更後予算	増減				
※変更後予算	※変更後予算 県外誘客 プロモーション 107,960	営業・宣伝活動	2,000	2,000	0			
		ロケ地ツーリズム等推進	14,700	14,700	0			
		旅行会社商品造成支援	14,700	19,700	5,000			
		観光情報説明会開催	4,000	4,000	0			
		情報発信ツール作成	10,130	10,130	0			
		誘客ネットワーク支援	700	700	0			
		観光大使活用	700	700	0			
		萩・石見空港を活用した誘客促進	52,030	56,030	4,000			
		※変更後予算	令和元年度 予算総額 225,423	新市場開拓 推進 14,750	MICE誘致	4,500	4,500	0
					教育旅行等誘致	7,350	7,350	0
女性旅マーケット開拓整備	2,000				2,900	900		
※変更後予算	受地整備 推進 2,500	ガイドツーリズム促進 食を活用した観光促進 着地型旅行商品支援	ガイドツーリズム促進	100	100	0		
			食を活用した観光促進	1,200	1,200	0		
			着地型旅行商品支援	1,200	1,200	0		
※変更後予算	人材育成 500	研修事業	500	500	0			
※変更後予算	情報収集 ・提供 300	部会・ブロック会議開催 情報提供	部会・ブロック会議開催	100	100	0		
			情報提供	200	200	0		
※変更後予算	観光ウェブサイト 21,644	「しまね観光ナビ」運営 ※H30年度は県受託事業として実施	10,644	21,644	11,000			
※変更後予算	法人管理 77,769	法人の管理運営	77,769	77,769	0			

## ＜令和2年度事業計画＞※( )内は令和1年度の予算額

### 1 旅行業連携誘客推進事業

旅行業を行っている旅行会社やOTA（オンライントラベルエージェント）等へ観光素材の情報提供を行うとともに、旅行商品の造成・販売促進の支援を行って県外からの誘客を促進する。

#### (1) 旅行会社商品造成支援事業 19,700千円 (19,700千円)

県補助 10/10

旅行会社の旅行商品造成経費や販促経費に対する支援を行うとともに、商品造成・販売担当者の視察研修を行って誘客促進を図る。併せて、北海道、東北、東海、神戸など新しい市場の開拓を行う。

- ・ 個人型旅行商品（パンフレット・WEB）の造成経費または販促経費の一部を助成
- ・ 北海道、東北、神戸などターゲットを絞ったエリアにおける団体商品への助成
- ・ 旅行会社担当者の現地視察研修支援
- ・ 美肌をキーワードとした宿泊キャンペーンの実施

##### パンフレット商品・WEB商品の造成/送客実績と目標

【出雲地区商品】	商品数（パンフ・WEB）	送客人数
平成30年度	27件（パンフ商品のみ）	11,569人（実績）
令和1年度	25件（WEB商品3件）	8,000人（見込み）
令和2年度	28件（WEB商品6件）	11,200人（目標）
【隠岐地区商品】		
平成30年度	4件（パンフ商品のみ）	658人（実績）
令和1年度	4件（パンフ商品のみ）	864人（実績）
令和2年度	6件（WEB商品2件）	1,000人（目標）

#### (2) 観光情報説明会開催事業 3,000千円 (4,000千円)

県補助 10/10

県外の旅行会社を対象として、旅行商品素材や観光情報についての説明会・意見交換会を開催する。なお、県との役割分担を踏まえ、観光連盟は旅行商品向けの企画についての説明・意見交換を行うなど、より実務的な説明会を主として実施する。

- ・ 旅行会社を対象とした観光情報説明会、意見交換会、商談会を開催（東京、大阪等）

**(3) 萩・石見空港を活用した誘客促進事業 51,230千円**

(56,030千円) 県補助 10/10

萩・石見空港の東京路線2便化継続のため、受地整備を行いながら更なる利用促進を図る。特に個人型の観光客の誘客と受注型企画旅行団体による利用促進を図る。

- ・ 個人観光客の誘客促進に向けて、リアルエージェント、OTA等による販売促進
- ・ 「石見の神楽めし」、山口県と連携した「萩・石見ぶらり手形」の活用
- ・ 萩・石見空港で借りるレンタカーの料金割引によって個人客を誘致
- ・ 山口県と連携した個人型旅行商品の造成・販売促進
- ・ 大手旅行会社等が扱う受注型企画旅行団体による利用促進

令和2年度 羽田空港～萩・石見空港路線	販売目標
・ 東京地区販売 個人旅行、DP、WEB	9,000席
・ 東京地区販売 受注型企画旅行団体	2,250席

**(4) 観光商品素材・情報提供事業 5,500千円 (6,000千円)**

県補助 3,300円

旅行会社への営業・情報発信ツールとなる島根県観光素材集を作成する。また、旅行商品で活用する誘客ツールを作成する。

- ・ 旅行会社向け『島根県観光素材集「旅の縁」』の作成（令和2年度下期向け・令和3年度上期向け）
- ・ 旅行商品を通じてお客様に提供する誘客ツールの作成

**(5) 営業・宣伝活動事業 500千円 (1,000千円)**

県外の旅行会社や販促ビジネスを実施する会社等へ営業と情報収集活動を行う。

- ・ 県外の旅行会社へ旅行商品造成営業
- ・ 県外の旅行会社店頭での宣伝活動
- ・ 大型団体誘致に向けての営業
- ・ 営業キャラバンの実施

## 2 観光情報発信事業

観光消費を行う顧客に向けて、公式サイト「しまね観光ナビ」によって島根の旅行に対する興味喚起を図るとともに旅の過ごし方を提案する。また、テレビや雑誌、新聞、WEBサイトなどメディアへの観光情報掲載を促進するとともに、映画、テレビドラマ等のロケ誘致とロケ支援を行う。加えて、島根県観光キャラクター「しまねっこ」や「しまね観光大使」を活用して島根県の認知度アップと誘客を図る。

### (1) WEBマーケティング事業 18,000千円 (21,644千円)

県補助 10/10

島根の観光ポータルサイト「しまね観光ナビ」を活用して、最新の観光情報や顧客ニーズに沿った情報を届けるとともに、アクセス解析を行ってコンテンツづくりのPDCAを進める。

- ・「美肌県しまね」特設サイトを制作【新規】
- ・最新の観光情報を盛り込んだ特集記事を制作
- ・観光キャンペーン、イベント情報などを発信
- ・旅行商品やマスメディアによる情報発信との連動
- ・検索エンジンによる露出の最適化
- ・記事広告の掲載【新規】
- ・個別記事についてアクセス状況の把握・分析と関係者へのフィードバック【新規】

### (2) ロケ&メディア取材誘致促進事業 8,940円

(14,700千円)

県補助 10/10

島根フィルムコミッションネットワーク会議の事務局として、映画・テレビドラマなどのロケ（撮影）誘致活動を行うとともに、ロケに際し県内のFC（フィルムコミッション）や市町村等と連携しながら効率的かつ円滑なロケ支援を実施する。

また、県外メディアが島根県内で取材を行う場合に旅費等の助成を行い、島根の魅力ある観光情報の発信を促進する。

- ・島根フィルムコミッションネットワーク会議事務局としてロケ誘致、ロケ支援活動
- ・ロケ地を活用した誘客促進
- ・観光情報掲載促進のためのメディアへの取材費助成（首都圏、FDA 就航先等）
- ・東京オリンピック、パラリンピックを契機に来日する海外メディアへの取材対応【新規】

### (3) キャラクターマーケティング事業 1,500千円

(4,130千円)

島根県観光 PR キャラクター「しまねっこ」のキャラクター管理（イメージ管理）を適切に行いながら、デザインの利用促進や PR イベントでの活動を通じて「しまねっこ」及び「島根県」の認知度を高める。

---

- ・ 親しみ、好感度を維持するキャラクターイメージの管理
- ・ 「しまねっこ」デビュー10周年 PR 事業の実施【新規】
- ・ 「しまねっこ」デザインの利用促進と利用許諾
- ・ 観光 PR イベントへ「しまねっこ」とともに参加
- ・ 「しまねっこ」の商標登録更新

### (4) しまね観光大使活用事業 1,700千円 (700千円)

島根のイメージ発信に相応しい「しまね観光大使」を選任し、観光イベントやマスコミ訪問等に派遣し、島根のイメージ向上と PR を図る。

---

- ・ 新しい観光大使の選考、任用
- ・ 観光大使の派遣
- ・ 観光大使のスキルアップ研修

### (5) 観光 PR イベント活用事業 700千円 (1,000千円)

県外での観光 PR イベントに参加して、島根の観光を PR する。

---

- ・ 島根ふるさとフェア（広島）
- ・ 旅まつり名古屋、など

### 3 新市場開拓推進事業

教育旅行やMICE、女性旅マーケットなど、本県にとって今後の誘客が期待できる分野についての取組を継続して実施する。

#### (1) 教育旅行等誘致事業 7,750千円 (7,350千円) 県補助 10/10

事前学習ワークシートや旅行会社に対する助成制度をPRし、中学・高校を中心とした教育旅行の誘致を促進する。特に、近年増えつつある広島での平和学習と組み合わせたコースや鳥取県と連携したモデルコースを使って誘致を図る。

- ・ 学校関係者や旅行会社を対象とした教育旅行素材説明会の開催（東京、名古屋）
- ・ 学校関係者や旅行会社担当者を招致し、視察研修を実施
- ・ 島根県修学旅行助成制度の周知、適用
- ・ 島根県教育旅行素材集の改訂

島根県修学旅行助成制度の適用団体 誘致目標		
	学校数	宿泊人数
令和2年度	25校	5,250人泊
令和3年度	28校	5,880人泊
令和4年度	31校	6,510人泊

#### (2) MICE誘致事業 3,450千円 (4,500千円) 県補助 10/10

企業の報奨旅行や招待旅行、研修旅行、周年式典や会議を伴う旅行の他、島根のまちづくりの取り組みなどを対象とした視察旅行の誘致を促進する。

- ・ 旅行会社の法人営業部門への営業
- ・ ユニークメニューでのパーティープランや企業向け研修プラン、行政視察候補地等のPR
- ・ MICE団体「おもてなし」キャンペーンのPR及び実施
- ・ インバウンドのMICE団体への「おもてなし」対応

MICE団体「おもてなし」キャンペーン適用団体 誘致目標		
	件数	宿泊人数
令和2年度	16件	1,600人泊
令和3年度	20件	2,000人泊
令和4年度	24件	2,400人泊

### (3) 女性旅マーケット開拓整備事業 2,000千円 (2,900千円)

観光マーケットをリードする「女性」のニーズを把握し、女性の視点での魅力づくりと情報発信を進める。特に、島根県が推進する美肌観光の取り組みを県と連携しながら実施するとともに、ファミリー旅行などにおける女性の心を捉えて、観光マーケットの開拓を図る。

---

- ・ ロゴデザイン「ご縁も、美肌も、しまねから。」の利用促進
- ・ 美肌をテーマとした体験メニューの開発支援
- ・ 夜行バス利用者向け「快適美肌旅プラン」の企画実施
- ・ ファミリー旅行の開拓【新規】

## 4 受地開発支援事業

会員や県内の観光関係者とともに地域資源を活かした魅力的な受地づくりを行い、誘客につなげる。

### (1) 誘客ネットワーク支援事業 1,500千円 (700千円)

組織的かつ継続的に県外への誘客活動を行う民間事業者組織等の営業・情報発信力を最大限に活かすため、現場に入って支援・連携を強化する。

---

- ・ 石見ツーリズムネットが行う誘客活動の支援
- ・ その他の民間事業者組織と連携した誘客支援

### (2) 地域観光開発支援事業【新規】 1,000千円 (0千円)

ポテンシャルのある観光資源の商品化と販売に向けて、連盟が持つ旅行会社とのパイプや販促ノウハウ、情報発信力等を活かして地域の担い手と伴走しながら個別のニーズに応じた受地づくりと誘客を支援する。

---

- ・ 地域観光の担い手とともに伴走する受地づくり
- ・ 旅行会社が求める受地づくりを支援
- ・ WEBを使った地域観光商品のマーケティング
- ・ 「美肌県しまね」のイメージを活かした受地づくり支援

### (3) 研修事業 500千円 (500千円)

観光関連産業や観光協会に従事する職員等を対象とした研修を実施する。

---

- ・ 観光産業の専門家を講師に招いて研修を実施
- ・ 観光協会や連盟事務局職員のスキル向上研修

### (4) 情報提供事業 200千円 (200千円)

観光マーケットの動向、研修情報、観光連盟の事業予定などについて会員等へ情報提供を行う。

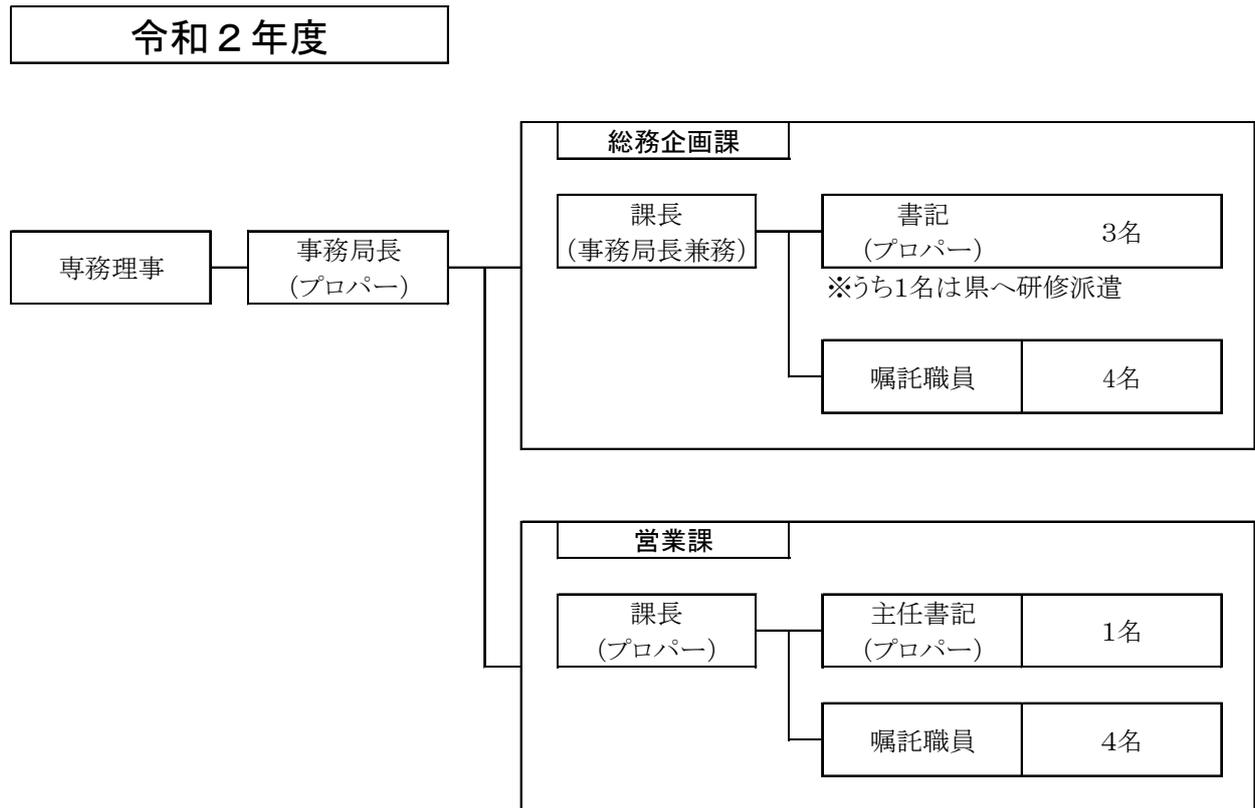
---

- ・ 島根県観光連盟メールマガジン「島観連つうしん」を配信
- ・ WEB を活用した観光マーケット分析と情報提供

## 5 その他

### (1) 事務局体制

近い将来にインバウンド事業を観光連盟で実施することを視野に入れ、正規職員1名を引き続き島根県観光振興課国際観光グループへ出向（研修派遣）させる。



### (2) 自主財源の確保

自主財源の増加を図るため、以下の取り組みを実施する。

- ・ 観光振興に資するための寄付型自動販売機を設置
- ・ しまねっこグッズの付随的な販売（キャラクターイベント等に出展時）
- ・ 新規会員の勧誘
- ・ 「しまね観光ナビ」への記事広告掲載を募集【新規】

## 令和2年度事業計画に関する付帯決議

新型コロナウイルスによって、観光業界をはじめ日本経済全体に深刻な影響が出てきており、感染終息の見通しが不明な中、さらなる影響の拡大が懸念される。

こうした中、令和2年度事業計画の推進に当たっては、以下の方針に沿って柔軟かつ機動的に取り組んでいく。

1. 県内観光業界における新型コロナウイルス対策を最優先に位置付ける。
2. 消費者マインドの推移を注視し、観光市場の回復の兆しが捉えられた際は機敏に対応できるよう準備に当たる。  
なお、当初の事業計画の中で中長期の視点で行う事業については計画どおり着実にすすめる。

### ①旅行業連携誘客推進事業

- ・これまで蓄積してきた旅行会社、航空事業者等とのネットワークを活用し、観光市場の動向など情報収集に努める。
- ・イベント自粛ムードが収まるなど、旅行マインドが上向いた際に機敏に対応できるよう、あらかじめ旅行会社や航空会社等と連携し、4月以降に出発する個人型商品への販促スキーム等を準備しておく。
- ・秋以降の誘客を確実に取り込むため、旅行会社において4月から始まるR2年度下期商品の造成に際し、着地の観光商品・素材の情報提供、商品造成経費の助成等、造成支援に取り組む。

### ②観光情報発信事業

- ・「しまね観光ナビ」において、イベント再開情報など、きめ細やかに発信していく。
- ・県内の観光情報を特集記事等により積極的に発信する一方、大型観光キャンペーンの実施が企画された場合、いち早く、かつ効果的な情報発信ができるよう速やかに取り組む。
- ・テレビ番組や雑誌など、マスメディアによる露出はロケや取材から2ヶ月以上のリードタイムがあり、終息を見越し、できるだけメディアへの露出を先取りするよう誘致活動や取材協力に可能な限り対応していく。

### ③新市場開拓推進事業

- ・教育旅行、MICE等は半年先、1年先、2年先の需要を確保するための事業であり、着実に取り組む。

### ④受地開発支援事業

- ・観光素材を観光消費のレベルまで到達させる「商品化」は、地元関係者による地道な取り組みの成果である。連盟の新規事業として、同一歩調のとれる地域に伴走し、マーケットニーズを地元フィードバックしながら中長期の視点で新たな地域商品づくりにともに取り組む。

3. 新型コロナ関連の取り組みについては、県と密接な連携を取りながら実行性のあ  
る対策となるよう微修正も含め柔軟に実行していく。  
なお、当初計画に盛り込んでいない事業であっても連盟主体で実施すべき案件に  
ついては、県から予算措置を受け積極的に取り組むものとする。この場合、案件  
の重要性に応じて会長専決や臨時理事会開催（書面決議を含む）により事業計画・  
収支予算の変更を行って起動的に対応していく。
  
4. 事業の取組状況や検討状況など、付帯決議に関する事項については、その都度、  
理事及び監事に情報提供、あるいは報告を行う。