

---

---

## 令和3年度事業計画について

---

---

### 1. 観光を取り巻く状況

#### (1) 旅行形態などの変化

- ①団体旅行から個人型旅行への流れが加速
- ②マイクロツーリズムが拡大
- ③インバウンド観光（訪日旅行）が激減
- ④日本人のアウトバウンド観光（海外旅行）が激減
- ⑤航空運賃がダイナミック化
- ⑥パッケージ旅行商品がダイナミック化
- ⑦リアル店舗販売からWEB販売へ
- ⑧パソコン情報からスマートフォン情報へ

#### (2) 国内観光のトピックス

- ①GoTo トラベルキャンペーンの再開が未定
- ②東京オリンピック、パラリンピック（R3年7～9月）

#### (3) 県内観光のトピックス

- ①美肌観光の推進
- ②教育旅行団体の来県が増加
- ③令和3年開催イベント・周年事業
  - ・全国植樹祭（R3年5月）
  - ・後鳥羽院御遷幸800年（R3年）

#### (4) 新型コロナウイルス感染状況

- ①全国で緊急事態宣言が解除（R3年3月21日）
- ②ワクチン接種がスタート（R3年2月）

### 2. 事業体系

#### 《一般会計》

令和2年度に再編した4つの事業体系を継続し、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。併せてB to Cの観点を取り入れた取り組みを行う。

#### (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。

《特別会計》

神話の国縁結び観光協会が令和3年3月31日をもって解散する事を受け、当連盟に「縁結びブランド誘客促進事業」特別会計を設置して同観光協会の事業を引き継いで実施する。

(1) 縁結びブランド発信事業

縁結びブランドを活かした誘客を促進するため、マスメディアや観光PRイベント等を通じて縁結び観光の魅力や観光情報を発信する。

(2) 着地型観光商品企画事業

縁結びブランドを感じ取れる着地メニューやアイテムを企画し、旅行商品への組み込みを図る。

(3) 旅行会社商品造成促進事業

縁結びをテーマとした着地メニューを活用する旅行商品の造成と販売促進を発地の旅行会社へ働きかける

3. 取組の視点

- (1) 島根県や広域観光推進組織等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」・「機動性」）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症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、感染状況を注視し、島根県と連携しながら機動的に対応していく。
- (4) B to Bの事業を行う際にも、B to Cの観点を取り入れた取り組みを強化する。
- (5) 誘客ツールのデジタル化に向けた研究を進める。

令和3年度 事業体系

一般会計

単位:千円

令和3年度 予算総額 253,054 (303,639)	旅行業連携 誘客推進 110,990 (182,430)	旅行会社商品造成支援 48,900 (124,700) <19,700> 観光情報説明会開催 3,000 (3,000) <3,000> 萩・石見空港を活用した誘客促進 54,090 (51,230) <51,230> 観光商品素材・情報提供 4,500 (3,300) <5,500> 営業・宣伝活動 500 (200) <500>
	観光情報発信 37,066 (28,040)	WEBマーケティング 19,716 (18,000) <18,000> ロケ&メディア取材誘致促進 12,808 (8,940) <8,940> キャラクターマーケティング 2,142 (500) <1,500> しまね観光大使活用 1,400 (500) <1,700> 観光PRイベント活用 1,000 (100) <700>
	新市場開拓 推進 17,300 (11,700)	教育旅行等誘致 15,450 (7,750) <7,750> MICE誘致 1,050 (3,450) <3,450> 女性旅マーケット開拓整備 800 (500) <2,000>
	受地開発支援 3,000 (860)	誘客ネットワーク支援 800 (310) <1,500> 地域観光開発支援 1,200 (400) <1,000> 研修 900 (150) <500> 情報提供 100 0 <200>
	法人管理 84,698 (80,609)	法人の管理運営 84,698 (80,609) 82,109

※( )内は  
前年度予算  
【補正後】

※< >内は  
前年度予算  
【当初】

特別会計

単位:千円

令和3年度 予算総額 22,609	縁結びブランド 発信 8,000	マスメディア活用宣伝 2,500 PRイベント出展 2,000 PRツール・WEB制作 3,500
	着地型観光 商品企画 7,800	着地メニュー企画運営 4,000 新しいコンテンツ開発 3,800
	旅行会社商品 造成促進 1,914	旅行会社商品造成支援 1,700 営業活動 214
	法人管理 4,895	法人の管理運営 4,895

# I 一般会計

※（ ）内は令和2年度の第4次補正後の予算額

※〈 〉内は令和2年度の当初予算額

## 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・販売促進の支援により県外からの誘客を促進する。また、航空会社等の交通機関と連携した誘客促進事業を行う。

### (1) 旅行会社商品造成支援事業 48,900千円 県補助 10/10

(124,700千円)

〈19,700千円〉

旅行会社と連携し、「美肌県しまね」の誘客プロモーションを行う。また、OTAを活用し、美肌をキーワードにした特別企画宿泊キャンペーンを実施する。

加えて、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実施し、誘客促進を図る。

- ・美肌をキーワードとした宿泊プランを造成し、OTAを活用した誘客プロモーションを実施
- ・FDA就航地（仙台、静岡、名古屋）での美肌県しまね誘客プロモーションを実施
- ・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
- ・旅行会社担当者の現地視察研修経費の一部を助成
- ・事業毎に誘客目標を設定
- ・B to Bの事業に加え、B to Cの情報発信による相乗効果を図る

### (2) 観光情報説明会開催事業 3,000千円 県補助 10/10

(3,000千円)

〈3,000千円〉

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 54,090千円**

県補助 10/10

(51,230千円)

〈51,230千円〉

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
- ・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3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	10,300席
・東京地区販売 受注型企画旅行団体	900席

**(4) 観光商品素材・情報提供事業 4,500千円** 県補助 3,000千円

(3,300千円)

〈5,500千円〉

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4年度版）
- ・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**

(200千円)

〈500千円〉

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
- ・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」により「美肌県しまね」へ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 19,716千円

県補助 10/10

(18,000千円)

<18,000千円>

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。

- ・美肌県しまねポータルサイト「美肌県しまねうるおい研究室」の美肌コンテンツを拡充
- ・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
- ・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

### (2) ロケ&メディア取材誘致促進事業 12,808千円

県補助 10/10

(8,940千円)

<8,940千円>

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
- ・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就航地等）

**(3) キャラクターマーケティング事業 2, 142千円**

県補助 1,342 千円

(500千円)

〈1, 500千円〉

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
- ・ 公式ホームページ「しまねっこの部屋。」の改修
- ・ 「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, 400千円**

(500千円)

〈1, 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 1, 000千円**

(100千円)

〈700千円〉

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）
- ・ FDA 就航地でのイベント（仙台等）

### 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 15,450千円

県補助 10/10

(7,750千円)

〈7,750千円〉

新型コロナウイルスの影響で海外や都会地への修学旅行を見直す動きがある中、島根県修学旅行助成制度を拡充し、本県への修学旅行の誘致をさらに促進する。

- ・ 島根県修学旅行助成制度の拡充、周知、適用
- ・ 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
- ・ 島根県教育旅行素材集及びウェブページの改訂など情報発信を強化

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（実績見込み）	36校	3,703人泊
令和3年度	50校	5,000人泊
令和4年度	50校	5,000人泊

#### (2) MICE誘致事業 1,050千円

県補助 10/10

(3,450千円)

〈3,450千円〉

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、島根創生の取り組みなどを対象とした視察旅行の誘致を推進する。

- ・ ユニークベ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
- ・ 島根県 MICE 等団体旅行企画&素材集の活用

### (3) 女性旅マーケット開拓整備事業 800千円

(500千円)

〈2,000千円〉

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
- ・ファミリー旅行の開拓

## 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 800千円

(310千円)

〈1,500千円〉

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促進

### (2) 地域観光開発支援事業 1,200千円

(400千円)

〈1,000千円〉

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
- ・「しまね観光ナビ」の記事広告作成支援とアクセス分析のフィードバック

### (3) 研修事業 900千円

(150千円)

〈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
- ・ 連盟事業のWEB化に向けて研究

### (4) 情報提供事業 100千円

(0千円)

〈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。

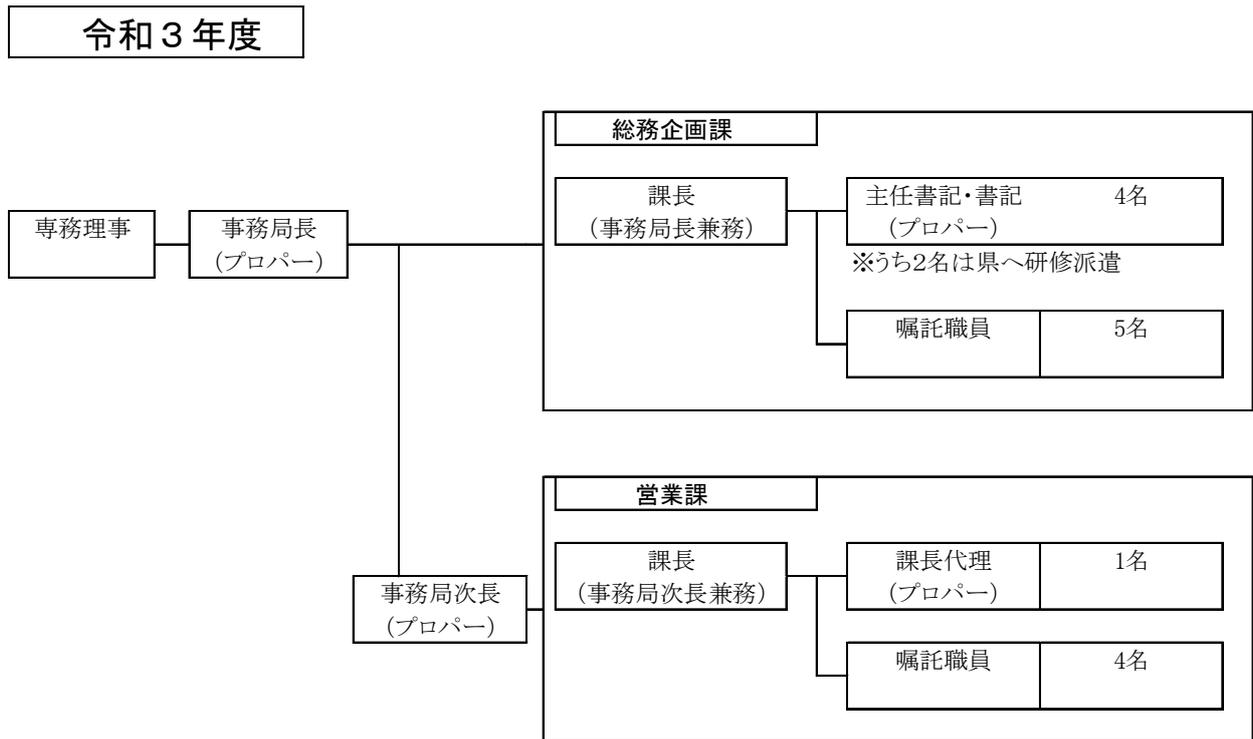
---

- ・ 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2名を島根県観光振興課国際観光推進室へ出向（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設置を推進
- ・ 観光 PR イベントへの出展時等で、しまねっこグッズを付随的に販売
- ・ 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

## Ⅱ 特別会計

### 特別会計の設置について

名 称：縁結びブランド誘客促進事業 特別会計

趣 旨：平成17年度に発足した神話の国 縁結び観光協会が令和3年3月31日をもって解散する事を受け、当連盟に特別会計を設置して同観光協会の事業を引継いで実施する。

目 的：神話の国 縁結び観光協会による広域観光の取り組みによって島根県における有力な観光ブランドとなった「縁結び」ブランドを活用し、島根県が推進する「ご縁」と「美肌」観光の取り組みと連携しつつ、出雲路圏域への誘客を促進する。

期 間：特別会計の設置期間は、令和3年度から令和5年度までとする。

収 入：市負担金（松江市・出雲市・安来市） 令和2年度の7割相当  
 県負担金 令和2年度の7割相当

事業計画：令和3年度事業計画 別添

幹事会：特別会計の事業費を負担する団体（松江市、出雲市、安来市及び島根県）が進める事業との連携・調整を図るため、特別会計幹事会を設置する。

〈構成〉

団体名	幹事
松江市 観光文化課	課長
出雲市 観光課	課長
安来市 商工観光課	課長
島根県 観光振興課	課長
島根県観光連盟	専務理事

〈幹事会の議事〉

- ①特別会計の事業計画・収支予算（案）について . . . 3月
- ②特別会計の事業報告・決算（案）について . . . 6月
- ③その他、特別会計事業の実施にあたって必要な事項 . . . 適宜

# 令和3年度 縁結びブランド誘客促進事業

## 1 縁結びブランド発信事業

縁結びブランドを活かした誘客を促進するため、マスメディアや観光 PR イベント等を通じて縁結び観光の魅力や観光情報を発信する。

### (1) マスメディア活用宣伝事業 2,500千円

テレビ、雑誌、WEB メディア、フリーペーパー等の媒体企画・運営者に働きかけて、パブリシティによる縁結び観光の魅力発信を行う。また、縁結び観光を中心とした PR 企画や誘客企画を作り、その広告宣伝を実施する。

- ・一般会計のロケ&メディア取材誘致促進事業と連携した取り組み
- ・マスメディアを使った縁結びブランドの発信

### (2) PR イベント出展事業 2,000千円

誘客ターゲットとする女性層に対して効果的に訴求する PR イベントに出展し、縁結び観光の魅力発信を行うとともに、消費者ニーズの調査を行う。

- ・鏡の池（レプリカ）を使った PR
- ・ターゲット層に訴求する PR イベントに出展

### (3) PR ツール・WEB 制作事業 3,500千円

縁結びブランドを活用して縁結び観光の魅力を発信するパンフレットや PR グッズを制作、配布する。併せて、神話の国 縁結び観光協会のホームページを引き継いで運営し、エリアの観光情報を発信する。

- ・縁結び観光の魅力を発信するパンフレット作成
- ・ロゴ入りグッズ等の制作
- ・ホームページ運営

## 2 着地型観光商品企画事業

縁結びブランドを感じ取れる着地メニューやアイテムを企画し、旅行商品への組み込みを図る。また、誘客ツールとして活用する。

## (1) 着地メニュー企画運営事業 4,000千円

神話の国 縁結び観光協会の取り組みにより定着している「縁結びパスポート」「縁結びスイーツ」などの企画を継承し、旅行会社商品への組み込みを図る。また、出雲圏域内の観光案内所等の協力を得て、それらの旅行商品を購入して来県されるお客様へ各企画や特典を提供する。

- ・ 縁結びパスポート、縁結びスイーツ、出雲路そば巡り、ご縁参り御朱印帳
- ・ 観光案内所窓口と連携

## (2) 新しいコンテンツ開発事業 3,800千円

「縁結び」をコンセプトとした新しい着地型旅行商品や体験型コンテンツを企画し、ホームページ等でPRするとともに、旅行会社やマスメディアへ紹介する。

- ・ 新しい着地型旅行商品の開発支援
- ・ 新しい体験型コンテンツの企画

## 3 旅行会社商品造成促進事業

縁結びをテーマとした着地メニューを活用した出雲圏域に宿泊する旅行商品の造成を発地の旅行会社へ働きかけるとともに、旅行商品における縁結び観光の露出を高める。また、旅行会社と連携した販売プロモーションを行う。

### (1) 旅行会社商品造成支援事業 1,700千円

大手旅行会社の旅行商品における「縁結び出雲路」の露出強化を図る。また、一般会計事業と連携し、発地の旅行会社に対して各着地型企画の活用を働きかける。

- ・ ファーストブランド及びセカンドブランド旅行商品へのコンテンツ提供～旅行商品化
- ・ WEB版旅行商品へのアプローチ

### (2) 営業活動事業 214千円

大手旅行会社等へ訪問営業を行うとともに、県や連盟で主催する旅行会社向け観光情報説明会において営業を行う。

- ・ 旅行会社への訪問営業
- ・ 各種観光情報説明会に参加