

## 令和3年度事業報告

# I 一般会計

## 1 旅行業連携誘客推進事業

新型コロナウイルス感染症の流行により旅行マーケットが大きく変化する中、従来の旅行会社や交通事業者を対象としたB to Bの事業とともに、B to Cの視点による誘客促進事業を実施した。

### (1) 旅行会社商品造成支援事業 39,612千円

県補助39,469千円

新型コロナウイルスの感染状況を注視しながら、旅行会社や交通事業者、OTA（オンライントラベルエージェント）等と連携し、旅行商品の造成や割引施策の実施、誘客プロモーションを行った。

【当初予算】：48,900千円

【変更予算】：8,000千円増額（7月会長決裁）

【変更内容】：・大手旅行会社を活用した山陽を中心とした近隣県からの誘客プロモーション

【変更予算】：28,000千円増額（10月会長決裁）

【変更内容】：・県内交通事業者等を活用した旅行商品造成支援  
・FDAを活用した誘客促進

【変更予算】：17,000千円増額（11月第3回理事会）

【変更内容】：・学生旅行の誘客促進

#### ①個人型旅行商品の造成支援を実施

旅行会社による個人型旅行商品の造成・販売を促進するため、旅行商品造成経費（パンフレットデザイン・印刷費）を助成。

##### ■令和3年度上期 島根県単独個人型旅行商品

	助成件数	目標販売数	送客実績
・中国四国発	1件	200人	5人（フジトラベルサービス）

■令和3年度下期 島根県単独個人型旅行商品

	助成件数	目標販売数	送客実績
・東北・東海発	2件	340人 (内訳) 300人 40人	4人 4人(ラド観光) 0人(オリオンツアー)
・近畿・中国四国発	1件	1200人	410人(日本旅行)
・中国四国発	1件	400人	98人(旅まちゲート)



日本旅行 関西



フジトラベル



ラド観光

■令和4年度上期 島根県単独個人型旅行商品

	助成件数	目標販売数
・近畿・中国四国発	1件	700人(日本旅行)
・広島発	1件	400人(たびまちゲート広島)

■令和4年度上期 隠岐地方単独個人型旅行商品

	助成件数	目標販売数
・全国発	1件	750人(JTB)

②OTAを活用した誘客プロモーションの実施

宿泊予約で大きなシェアを持つOTA（オンライントラベルエージェント）を活用したプロモーションを実施。「美肌県」のイメージを活用し、誘客を促進した。

■楽天トラベル

実施期間	令和3年4月26日～7月19日（特集ページ掲載期間）
実施内容	特集ページによる情報発信
掲載実績	16,526PV（掲載期間中のページビュー数）

■じゃらん

実施期間	令和3年4月1日～令和4年3月31日（特集ページ掲載期間）
実施内容	・特集ページによる情報発信 ・じゃらん本誌（関西中四国版）への記事掲載
販売目標	33.2万人泊（前年実績比100%）
販売実績	35.5万人泊（前年実績比107%）

### ③FDA 路線を活用した誘客促進

出雲空港発着のFDA路線（仙台、静岡、名古屋）を活用し、島根県に宿泊する旅行の促進を実施した。

#### ■ 4月～10月

実施内容 仙台線および静岡線を利用する旅行会社の造成する募集型企画旅行商品（個人型）に対し、座席あたりの助成を実施。

販売目標 4月～5月： 870席

6月～8月：2,000席

販売実績 4月～5月： 52席

6月～8月： 254席

#### ■ 11月～3月

実施内容 ・名古屋線、仙台線、静岡線を利用する旅行会社の造成する募集型企画旅行商品に対し、座席あたりのインセンティブ（割引）助成を実施  
・縁結びパーフェクトチケット付の旅行商品に対し、助成を実施

販売目標 3,890席

販売実績 1,054席

うちパーフェクトチケット付 106名（212席）

#### ■FDA とのタイアッププロモーション

実施期間 令和4年3月1日～令和4年3月31日（ラジオプロモーション展開期間）

実施内容 名古屋、静岡、仙台の各発地において、フジドリームエアラインズの航空会社としてのプロモーションを通じて、出雲3路線および、島根のデスティネーションを訴求する宣伝広告を実施した。

○名古屋、静岡、仙台でのFMラジオでのプロモーション

地域内で最も聴取率の高い放送局である、ZIP-FM（名古屋）、静岡エフエム放送（K-mix）エフエム仙台（Date fm）において、番組タイアップによるパブリシティ、スポットCMを放送し、島根県およびFDA出雲線のPRをおこなった。

○WEBプロモーション

FDAコーポレートサイト『イマソラ』出雲ページからアンケートに回答し、応募した方の中から抽選で10組20名様に、出雲線往復航空券プレゼントした。また、SNS広告にて本件プレゼント企画の告知をおこなった。

応募総数：4,957件



### ■仙台線を利用する旅行商品の販売促進

実施期間 令和3年7月1日～令和4年3月31日（委託期間）

実施内容 旅行会社の販売する旅行商品の新聞、新聞折り込み広告を実施  
・読売旅行、HISの新聞折込、新聞広告を実施

### ④中四国地方発の個人型旅行商品の販売促進

中四国地方から個人旅行の誘客を促進するため、JTBと連携し、個人型旅行商品の販売促進を実施。

実施期間 令和3年7月31日～令和4年3月31日（島根県内での宿泊日ベース）

実施内容 ・高速バスやマイカー利用者を対象とした交通費応援キャンペーンの実施  
・販売促進用のリーフレットの作成  
・広島県及び岡山県を主な対象とした新聞広告やWEB広告の実施

販売目標 28,000人泊（前年実績比102%）

販売実績 18,144人泊

### ⑤1次交通の割引企画による個人型旅行商品の販売促進

近畿地方及び中四国地方からの個人旅行の誘客を促進するため、1次交通（JR及び高速バス）の代金の割引と広告費の助成をセットにした補助制度を制定し、発地側の旅行会社による販売促進事業を実施。

実施期間 令和3年11月1日～令和4年3月18日

割引内容 ・JR利用の場合 2,000円／1名  
・高速バス利用の場合 往復利用運賃の半額／1名

提案先 JTB、近畿日本ツーリスト、日本旅行、HIS、たびまちゲート広島

販売目標 7,980名

販売実績 247名

### ⑥2次交通の割引企画による着地型旅行商品の販売促進

地元の旅行会社が企画・実施するタクシー付きの着地型旅行商品や現地交通が乗り放題となる縁結びパーフェクトチケットを割引販売することにより、県内で2次交通を利用して観光する客層を対象とした「らくらく島根めぐりキャンペーン」を実施。

#### ■タクシー付き着地型旅行の割引

誘客対象 全国

実施期間 令和3年11月1日～令和4年3月18日

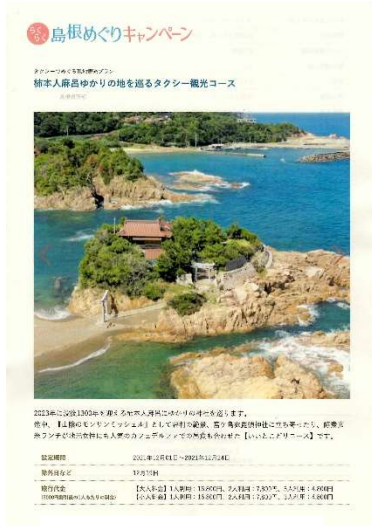
割引額 3,000円／1名

適用商品 出雲観光協会11商品、吉田ふるさと村3商品、益田市観光協会3商品

販売実績 96名



出雲周遊観光タクシー  
「うさぎ号」海の出雲



柿本人麻呂ゆかりの地



清風荘発 たたらの里コース

■縁結びパーフェクトチケットの割引

- 割引対象 ・ JRまたは高速バスを利用する近畿地方発の旅行商品
- ・ FDAの出雲便利用者

実施期間 令和3年11月1日～令和4年3月18日

割引額 3,000円／1名

販売実績 近畿地方発の旅行商品：2名、FDAの出雲便利用者：467名

⑦旅行会社の協定旅館ホテル連盟合同企画の支援

鳥取県観光連盟と連携し、JTB、近畿日本ツーリスト、日本旅行の3社の協定旅館ホテル連盟が合同で企画した山陰誘客事業のPR経費の一部を支援した。

■山陽新聞への広告掲載

掲載日 令和3年12月4日

広告仕様 全5段 モノクロ

広告内容 「らくらく島根めぐりキャンペーン」など

⑧学生旅行向けの旅行商品の造成・販売促進

閑散期対策として、関東地方及び近畿地方からの学生旅行の誘致を促進するため、学生を対象とした旅行商品の代金の割引と広告費の助成をセットにした補助制度を制定し、発地側の旅行会社による商品造成と販売促進を実施。

実施期間 令和3年12月1日～令和4年3月18日

割引内容 飛行機またはJR利用者 3,500円～10,000円  
高速バス利用者 2,500円～7,000円

実施先 オリオンツアー、HIS

販売目標 450名

販売実績 14名

### ⑨島根県の観光情報ページの制作支援を実施

旅行会社による個人型旅行商品の造成・販売を促進するため、旅行会社が自社のWEBサイト内に島根県の観光情報ページを制作する際の経費を助成。

助成件数 2件

助成先 ビッグホリデー、ラド観光



ラド観光制作ページ

## (2) 観光情報説明会開催事業 0千円 県補助 10/10

新型コロナウイルス感染症の拡大により、東京や大阪での開催は中止し、商品素材を取りまとめた資料を送付するとともに、県主催のオンラインの説明会に参加し、プレゼンテーションや商談を行った。

### 実施なし

※6月、および12月に旅行会社向けの素材情報を観光協会等より収集し、素材資料として旅行会社担当者に送付

※県の旅行会社向け観光情報説明会（オンライン・7月29日及び11月30日）に参加

## (3) 萩・石見空港を活用した誘客促進事業 41,084千円

県補助 10/10

萩・石見空港の東京路線2便化継続のため、同路線を活用した旅行商品の造成や販売支援を継続するとともに、旅行情報サイト等を活用した誘客プロモーションを実施した。

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

### ①個人型誘客施策の実施

※4月～9月および1月17日以降は1都3県において緊急事態宣言・まん延防止等重点措置・外出自粛要請が発出されたため、旅行会社に向けたインセンティブ・レンタカー助成、個札レンタカー助成等は断続的に停止。

■実績内訳

旅行会社8社、OTA3社

- ・リアルエージェント（WEB商品を含む） 218席（前年対比12.5%）
  - ・ダイナミックパッケージ（OTA等） 908席（前年対比73.3%）
  - ・航空券（個札） 129席（前年対比 - ）
- 合計 1,255席（前年対比40.3%）

■販売促進・誘客施策

- ・旅行会社へのレンタカー助成  
台数 34台（前年対比10.5%）
- ・旅行会社への販売インセンティブ提供  
対象席数 155席（前年対比12.1%）
- ・「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  
引換件数 228件（前年対比23.3%）  
石見の神楽めしクーポン 利用実績 129枚（前年対比20.8%）  
萩・石見ぶらり手形 利用実績 361枚（前年対比23.0%）
- ・島根・山口両県の観光素材を活用した個人型旅行商品の造成・販売促進  
「日本海絶景めぐりバス」を旅行情報サイト「ことりっぷweb」へ広告記事出稿  
露出強化期間：令和3年7月9日～7月15日



- ・福利厚生代行サービスを活用した販売促進  
期間：令和3年6月23日～令和4年3月31日  
(会員補助は10月4日～1月17日予約分に適用)

委託先：(株)リロクラブ  
内容：首都圏の会員向けに萩・石見便利用特典を提供  
販売実績：221席（前年対比83.0%）

- ・レンタカー割引キャンペーンを実施  
対象：萩・石見空港で貸出返却業務が可能なレンタカー会社5社  
内容：萩・石見便往復利用の方に、レンタカー2日間の料金を3,000円に割引  
※12月から2,000円に変更  
台数実績：36台（前年対比69.3%）  
(4月～9月と1月17日～は停止)



キャンペーンチラシ

## ②受注型団体誘客施策の実施

■萩・石見便を利用した法人旅行等の誘致促進を図るため、旅行会社に対し、販売実績に応じたインセンティブを付与する。

実施期間：令和3年4月1日～令和4年3月31日

実績：実績無し（去年同期実績もなし）

## ③次年度における萩・石見便を活用した誘客促進に向けての取り組み

■エンドユーザーに向けた情報発信（広告出稿）

旅行情報誌「まっぷる」山口・萩・下関・門司港・津和野（2022年度版）

令和3年12月13日発行（目次対向 1ページ分）、

■旅行情報サイトへの広告記事出稿およびマーケティング調査

㈱オールアウトに委託し、4メディアで広告記事出稿を実施。また、閲覧者データの提供・分析により、マーケティング調査を行った。

期間：令和3年10月～取材・記事制作

メディア：暮らし～の 11月30日公開

All About 12月17日公開

文春オンライン 1月11日公開

天然生活 web 1月11日公開



暮らし～の



All About



文春オンライン



天然生活



■旅行情報への広告記事出稿（上記以外）

令和2年度に出稿した媒体事業者のなかで、反響が良好であったものに限定し、新規記事制作および、既出稿記事のリバイス・再配信を行った。

メディア：コロカル 2月24日開始（R3年3月出稿分のリバイス配信）

※他、石見エリア関連記事の特集ページをコロカル内に制作

フォートラベル 3月1日開始（R3年3月出稿分のリバイス配信）

ことりっぷ 3月14日開始（R3年3月出稿分のリバイス配信）

キナリノ 3月14日公開（新規）

■ことりっぷマガジン抜き刷りフリーペーパーの制作

令和3年3月発行の「ことりっぷマガジン」に掲載した広告記事を抜き刷り印刷し、フリーペーパーとして活用。

規格：A4サイズ、8ページ、カラー

部数：5,000部

※東京の島根県関連事業所、福利厚生代行企業経由で首都圏企業へ配布予定



ことりっぷマガジン抜き刷り中面

■「石見の神楽めし」メニュー写真撮影

食の魅力を高めるため、誘客施策として活用している「石見の神楽めしクーポン」の対象である「石見の神楽めし」メニュー写真を新規で撮り下ろした。

撮影数：24店舗

（4）観光商品素材・情報提供事業 3,884千円

県補助3,204千円

WEBサイトにおける体験メニューの情報発信強化に取り組むとともに、団体旅行向けの情報に特化した観光素材集の作成や旅行商品で活用する誘客ツールの購入等を行った。

①しまね観光ナビ「オプションツアー」ページの改修

BtoCを意識して、体験メニュー等を閲覧後に予約までスムーズに行えるよう導線を工夫するなど、一般旅行者が見やすく使いやすいように改修。公開は令和4年5月16日。

- 改修内容
- ・ ネット予約への導線を工夫
  - ・ 掲載カテゴリを分かりやすく細分化
  - ・ インバウンド対応の表記

## ②「しまね旅の縁」の作成

団体旅行向けの情報に特化した媒体として内容を一新し、令和4年3月24日に発行。

- 掲載内容
- ・ 新規オープン、リニューアルオープン施設の情報
  - ・ 昼食施設&おすすめメニューの情報
  - ・ 令和4年度の助成制度の情報

作成部数 8,000部

配布先 団体旅行を取り扱う全国の旅行会社等

※次年度以降、旅行会社向けに島根県の観光に関する情報を発信するメルマガの会員登録を促すキャンペーンチラシも同封して配布

## ③旅行商品での誘客ツールの活用

■美肌県をPRするオリジナルデザインのペーパー加湿器を提供（製作は令和元年度）

活用数：旅行会社へ有償販売 220個  
旅行会社へ無償提供 407個

※いずれも旅行商品を通じてお客様へ提供

■美肌県をPRする新規ツールを購入し、次年度以降に活用

島根の美肌の要因である「うるおい」をイメージさせる「レインシュシュ」  
購入数：2,000個

## (5) 営業・宣伝活動事業 81千円

新型コロナウイルスの感染拡大により旅行会社への個別訪問営業は原則中止し、旅行会社が実施する店舗を活用したキャンペーンに協力した。

### ①旅行会社店舗での山陰キャンペーンの実施

近畿地方からの誘客を促進するため、鳥取県観光連盟と連携し、旅行会社の店舗を活用したキャンペーンを実施。

実施期日 令和3年10月26日～11月8日

実施場所 大阪市 JR大阪駅構内 T i S大阪

実施内容 観光パンフレットの配架、観光ポスターの掲出、成約者特典の提供、販売店スタッフに対するインセンティブの設定等

## 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特集記事等を作成した。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、テレビ番組等へのロケ支援を行った。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った。

### (1) WEBマーケティング事業 19,841千円 県補助 19,716千円

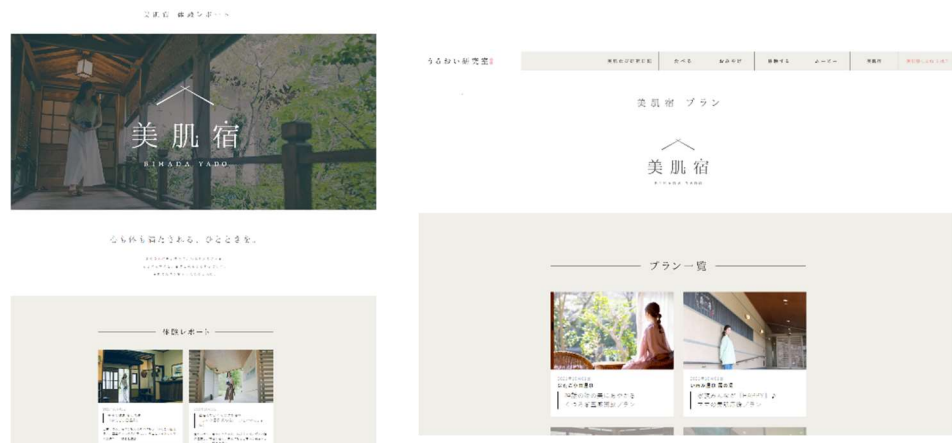
島根の観光ポータルサイト「しまね観光ナビ」内の「美肌県しまね」のコンテンツを拡充した。また、新しい特集記事やピックアップ記事等を制作し、アクセス数の向上に取り組んだ。

#### ①「美肌県しまね うるおい研究室」の美肌コンテンツを拡充

美肌県に関する島根県内の情報をまとめた美肌特設サイト「うるおい研究室」内に、美肌のおもてなしに取り組む宿を紹介する「美肌宿」の情報発信。

フード&トラベルライターの西村愛さんが調査員となって、宿泊施設の紹介と周辺のおすすめスポットを紹介。

- ・美肌宿 体験レポート／美肌宿 プラン



うるおい研究室「美肌宿」新規ページ

県内8種類からおすすめの泉質を提案する“あなたの肌悩みを解決する「美肌泉質」紹介ページ”を新設。ライフスタイルからみた肌悩みに対し、温泉ビューティ研究家 石井宏子さん監修のもと解消アドバイスやモデルコースを紹介。

- ・あなたの肌悩みを解決する8つの美肌温泉



うるおい研究室「美肌8温泉」新規ページ

## ②特集ページ製作・更新

### ■萩・石見空港（羽田線）往復利用者特典！レンタカー割引キャンペーン！（新規）

新着情報から特集ページとして新規作成。羽田 — 萩・石見空港便を利用して島根へお越しになるお客様へのレンタカー割引情報。

### ■癒されて美しくなる美肌県しまね温泉旅（更新）

美肌効果の観点から県内の温泉地情報をそれぞれ紹介。温泉地情報の更新。

### ■しまね観光大使紹介・派遣依頼特設サイト（新規）

しまね観光大使の観光PRイベントや撮影モデル、メディア出演などの活動紹介、ならびに派遣依頼の受付専用ページ

## ③ピックアップ記事の制作

高級魚ノドグロも！活気あふれる「はまだお魚市場」&港町・浜田のご当地グルメでお魚三昧！／島根のおすすめ郷土料理！日本三大そばの一つ「出雲そば」を食べに行こう／レトロ可愛いスポットから最新スポットまで！新旧を感じる「木綿街道」へ／職人の技とデザインの魅力を体感する、暮らしに溶け込む島根の手仕事／車で20分圏内！出雲大社周辺のおすすめ観光スポット・温泉情報／地元観光スタッフが教えます！島根で外せないおすすめご当地グルメ／【定番&おすすめ】地元観光スタッフ厳選！島根の美味しいお土産が大集合！／島根の冬の夜を彩るイルミネーション情報2021／冬のお楽しみ！子どもから大人まで楽しめる島根のゲレンデ&スケートリンク／島根の冬の味覚カニ！松江の「かに小屋」が期間限定でオープン！／必食！出雲大社周辺のおすすめグルメ～定番の出雲そばからローカル飯～／海・山の大自然に包まれて泊まる！今注目 島根の新スタイルステイ／まるで旅気分！美肌県しまねの「美活レシピ」をプロが伝授！／季節の花を楽しもう！島根の花名所・見頃情報／手ぶらでBBQ！島根のアウトドアスポット16選／夏本番！島根のおすすめビーチ・海水浴場2021／隠岐の島を満喫！現地ツアーでおすすめ観光地を巡ろう！／島根・鳥取県民必見！「#WeLove山陰キャンペーン」で、今注目の石見エリア・隠岐エリアへ

## 出かけよう／石見神楽を楽しもう！定期公演スポット&amp;スケジュール2021 計19本



石見・隠岐エリア pickup ページ



出雲大社周辺のグルメページ

## ④既存コンテンツの更新・改修

## ■既存コンテンツの情報更新

日本一の縁結びの聖地 出雲大社 行く前に知っておきたい参拝方法と周辺のおすすめスポット情報／石見銀山と周辺エリア（5分でわかる！島根の定番・人気観光スポットを8つのエリアでご紹介）／アクセス／冬のグルメ旅～島根にカニを食べに行こう！／石見銀山ぶらり／萩・石見空港利用者限定「オリジナルダムカード」配布スタート！／島根の紅葉情報／島根の味覚狩りに行こう！／島根の桜名所&お花見スポット情報／萩・石見空港キャンペーン／島根の夏祭り&花火特集／島根のアウトドアスポット・山・海・湖で遊ぶ！／神在祭特集／出雲大社 平成の大遷宮／秋の夜長を楽しむライトアップ情報／島根にほたるを観にいこう／萩・石見ぶらり手形など 計17本

## ■島根観光写真ギャラリーの拡充

石見エリアを中心に、新規撮影した写真データを島根県観光写真ギャラリーへ新規登録。

撮影数：124箇所

登録枚数：829枚

## ■下層ページのシステム改修

スマートフォンにおける閲覧性の向上や回遊性の向上を図るためデザインや一部機能を改修しシステム移行する。

- ・ イベント情報
- ・ お問い合わせフォーム
- ・ パンフレット請求フォーム
- ・ 観光スポット情報の各ページに修正提案フォームを新規設置
- ・ 特定の記事のみを一覧表示できるカスタマイズ型フォームを新規構築
- ・ 観光連盟（運営組織）サイト（島根県観光連盟会員一覧／寄付団体等一覧含む）



お問合せフォーム新デザイン



イベント情報新デザイン

## ⑤観光キャンペーン、イベント情報などを発信

### ■旅行商品の情報発信

- ・ JTB×島根県観光連盟による「2つのお楽しみ！JTBで今こそ島根に！」キャンペーンページの新規作成。
- ・ 旅行商品のバナー作成・掲載。
- ・ らくらく島根めぐりキャンペーンの新規観光コース情報登録（3件）

### ■新着情報（76件）

- ・ 新型コロナウイルス感染拡大防止に伴う施設の休館・再開、イベント中止・延期のお知らせは日々更新を行った。
- ・ #WeLove 山陰キャンペーン、再発見！あなたのしまねキャンペーンは適宜更新を行った。
- ・ 県内で開催中の各種キャンペーン情報をまとめ、日々更新を行った。

### ■イベント情報（175件 ※うち会員等からの情報登録30件）

## ⑥マスメディアへの取材協力

- ・ 東京のカルチャー・ライフスタイル情報を発信する「Harumari TOKYO」コロナ禍で奮闘する観光地の取り組みを紹介する企画の中で、サイト設計、コンテンツなどに魅力があり、かつアクセス数が比較的多い4県（島根・三重・新潟・岡山）のサイトが紹介された。
- ・ 文藝春秋が発行するライフスタイル誌「Crea」のWeb版47都道府県「いつか行きたい！日本にしかない風景」再発見の企画において、島根県の季節別おすすめスポットの情報提供を計4回行った。



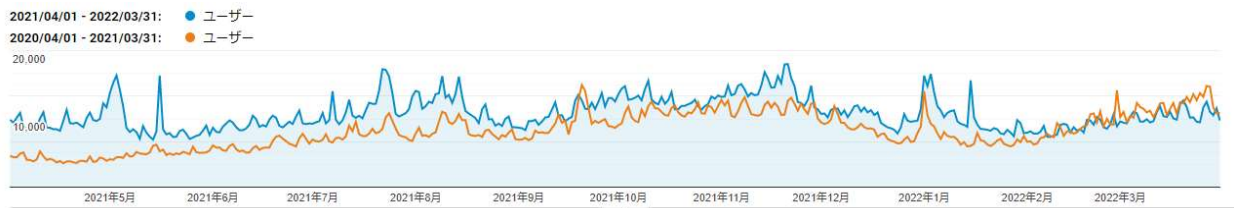
Harumari TOKYO



Crea

### ⑦閲覧実績

- 期間 令和3年4月1日～令和4年3月31日
- セッション数 4, 419, 870 (昨対比130%)
- 総ページビュー数 8, 479, 879 (昨対比118%)
- ユーザー数 3, 116, 751 (昨対比135%)



2021年都道府県別の公式観光情報サイト閲覧者数ランキング（日本観光振興協会・ヴァリューズ調査）で「しまね観光ナビ」がPC閲覧8位（昨年15位）、スマホ閲覧10位（昨年15位）にランクインしました。

[図3]都道府県公式観光情報サイトのPCからの閲覧者数

rank	観光情報サイト名	都道府県	URL	2021年 閲覧者数	2020年 閲覧者数	前年比	前年順位
1	OSAKA-INFO	大阪府	https://osaka-info.jp/	1,050,000	1,360,000	↓ 77.2%	1
2	観光三重	三重県	https://www.kankomie.or.jp/	908,000	947,000	⇒ 95.9%	2
3	富士の国やまなし観光ネット	山梨県	https://www.yamanashi-kankou.jp/	883,000	806,000	⇒ 109.6%	5
4	にいがた観光ナビ	新潟県	https://niigata-kankou.or.jp/	753,000	573,000	↑ 131.4%	12
5	岡山観光WEB	岡山県	https://www.okayama-kanko.jp/	712,000	636,000	↑ 111.9%	7
6	なら旅ネット	奈良県	http://yamatoji.nara-kankou.or.jp/	666,000	597,000	↑ 111.6%	9
7	ながさき旅ネット	長崎県	https://www.nagasaki-tabinet.com/	661,000	860,000	↓ 76.9%	4
8	しまね観光ナビ	島根県	https://www.kankou-shimane.com/	627,000	485,000	↑ 129.3%	15
9	滋賀・びわ湖観光情報	滋賀県	https://www.biwako-visitors.jp/	613,000	620,000	⇒ 98.9%	8
10	もっと、もっと！くまもっと	熊本県	https://kumamoto.guide/	612,000	477,000	↑ 128.3%	16
11	おきなわ物語	沖縄県	https://www.okinawastory.jp/	592,000	886,000	↓ 66.8%	3
12	Aichi Now	愛知県	https://www.aichi-now.jp/	592,000	513,000	↑ 115.4%	13
13	観光いばらき	茨城県	http://www.ibaraguide.jp/	574,000	594,000	⇒ 96.6%	10
14	Go Nagano	長野県	https://www.go-nagano.net/	563,000	396,000	↑ 142.2%	22
15	まるごと! ちば	千葉県	http://maruchiba.jp/	537,000	642,000	↓ 83.6%	6

※ ヴァリューズ保有モニタでの出現率を基に、国内ネット人口に則して20歳以上の人数を推測。

©VALUES, inc.

【図4】都道府県公式観光情報サイトのスマートフォンからの閲覧者数

rank	観光情報サイト名	都道府県	URL	2021年 閲覧者数	2020年 閲覧者数	前年比	前年順位
1	OSAKA-INFO	大阪府	https://osaka-info.jp/	938,000	1,300,000	↓ 72.2%	1
2	観光三重	三重県	https://www.kankomie.or.jp/	902,000	874,000	⇒ 103.2%	2
3	Aichi Now	愛知県	https://www.aichi-now.jp/	578,000	525,000	↑ 110.1%	9
4	岡山観光WEB	岡山県	https://www.okayama-kanko.jp/	576,000	532,000	⇒ 108.3%	7
5	にいがた観光ナビ	新潟県	https://niigata-kankou.or.jp/	532,000	347,000	↑ 153.3%	16
6	ながさき旅ネット	長崎県	https://www.nagasaki-tabinet.com/	509,000	688,000	↓ 74.0%	4
7	富士の国やまなし観光ネット	山梨県	https://www.yamanashi-kankou.jp/	487,000	638,000	↓ 76.3%	5
8	観光いばらき	茨城県	http://www.ibarakiguide.jp/	483,000	528,000	⇒ 91.5%	8
9	ひろしま観光ナビ	広島県	https://www.hiroshima-kankou.com/	451,000	497,000	⇒ 90.7%	10
10	しまね観光ナビ	島根県	https://www.kankou-shimane.com/	436,000	349,000	↑ 124.9%	15
11	まるごとe! ちば	千葉県	http://maruchiba.jp/	422,000	582,000	↓ 72.5%	6
12	もっと、もっと！くまもつ	熊本県	https://kumamoto.guide/	410,000	337,000	↑ 121.7%	17
13	GoodDay北海道	北海道	https://www.visit-hokkaido.jp/	402,000	230,000	↑ 174.8%	27
14	滋賀・びわ湖観光情報	滋賀県	https://www.biwako-visitors.jp/	392,000	383,000	⇒ 102.3%	12
15	ぎふの旅ガイド	岐阜県	https://www.kankou-gifu.jp/	378,000	361,000	⇒ 104.7%	13

※ ヴァリュース保有モニタでの出現率を基に、国内ネット人口に則して20歳以上の人数を推測。

©VALUES, inc.

## (2) ロケ&メディア取材誘致促進事業 9,826千円

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・テレビ番組などのロケ（撮影）誘致を行うとともに、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ロケ支援を実施した。さらに映画「神在月のこども」とタイアップしたロケ地ツーリズムの推進に取り組んだ。

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した。

### 【新型コロナウイルス感染拡大防止対策の実施】

＜取材・撮影等で来県される関係者へお願いしている遵守事項＞

- ・ 特定非営利活動法人ジャパン・フィルムコミッションが発表した「ロケ撮影支援における新型コロナウイルス感染予防対策ガイドライン」の内容を確認し、遵守する。
- ・ 「島根県での取材・撮影における新型コロナウイルス感染予防対策チェックリスト」を提出し、新型コロナウイルス感染予防対策を、責任をもって行うことを報告する。

### 【マスメディアへの情報掲載促進】

#### ①各種マスメディアへの取材協力

各種マスメディアの現地取材に係る費用を助成することにより、島根県の観光地等の情報掲載を促進。また、各制作会社への情報提供、取材先の調整、現地アテンド等の協力により、メディア露出における広告換算効果の増大を図った。

■協力件数：24件

内訳	・ 一般雑誌等	12件
	・ WEB記事	9件
	・ 新聞（一般紙）	1件
	・ フリーペーパー（その他不特定）	2件



※内、令和3年度島根県取材費用支援助成金の適用：14件

広告効果：46,300千円



雑誌『BikeJIN』2021年12月1日発売号  
(8ページ掲載)



雑誌『BRUTUS』2022年1月11日発売号  
(5ページ掲載)

## ②マスメディアへ提供用の物産等素材動画・写真撮影編集業務

■長期化するコロナ禍の影響を受け、島根県に来県しロケを実施する機会が減少している中、優良な動画・写真データをマスメディア等に提供して媒体露出を増やし、島根県の魅力発信と誘客につなげるため、島根県の特徴ある食や風景等、メディアからのニーズがある動画・写真の新規撮り下ろしを実施した。(20箇所)

物産動画・・・6点

風景動画・・・14点



物産：『島根のお米・おにぎり』動画



風景：『神門通り』動画

## 【ロケ誘致とロケ地ツーリズムの推進】

### ①ロケ支援

■制作者へロケ地情報等の紹介や撮影許認可の確認代行、撮影時の立会などのロケ支援を行った。

■協力件数：64件

内訳	・映画	5件
	・TV	43件
	・CM	5件
	・WEB	4件

- ・VOD 2件
- ・その他 5件

※内、令和3年度島根県取材費用支援助成金の適用：5件  
 広告効果：508,911千円

## ②映画「神在月のこども」を活用したロケツーリズム推進

映画「神在月のこども」と島根県のコラボ企画をたて、映画制作陣や宣伝部からの協力を得て、映画の宣伝とともに島根県の魅力をPRする企画や誘客企画を実施。

### ■ロケ地巡り特設WEBページ開設

2021年10月8日の全国ロードショーを記念して、しまね観光ナビ内へ『映画「神在月のこども」×島根県のロケ地巡り特設WEBサイト』をオープン。映画の見どころや映画内に登場したスポット、シールラリーや舞台めぐりなどの企画についてサイト内で紹介。



～映画「神在月のこども」×島根県のロケ地巡り特設WEBサイト～

©2021 映画「神在月のこども」製作御縁会

### ■しまね応縁動画メッセージ

主人公カナ役を演じる蒔田彩珠さんから、島根に向けた“応縁”メッセージをインタビュー形式で動画撮影し、その動画を「神在月のこども」ロケ地巡り特設WEBページに掲載した。

### ■島根県ロケ地MAPを制作

映画に登場した島根県のワンシーンやおすすめ情報など掲載したロケ地MAPを制作した。  
 制作数：5万部

配布先：映画が公開される映画館のうち全国23館、県内外の観光案内所、宿泊施設、道の駅等の計238箇所



### ■島根県ロケ地MAP第2弾を制作

当初制作したロケ地MAP内からシールラリーの内容を省き、今後通年で使用できる映ロケ地MAPを制作した。

制作数：2万部

配布先：日比谷しまね館など県外事務所をはじめ、県内の観光案内所、宿泊施設、道の駅等にて順次配布

### ■ロケ地を巡るシールラリーを実施

映画内に登場する島根県内のゆかりある場所をめぐる「神在月のこどもシールラリー」を期間限定で開催。映画ゆかりの地をめぐる、規定の個数のシールを集めた方に各シール配布場所の受付で記念品をプレゼント。

#### 【開催期間】

当初：2021年10月8日（金）～2022年2月28日（月）

変更後：2021年10月8日（金）～2022年1月26日（水）

※新型コロナウイルスの全国的な感染拡大により1月26日（水）をもって終了。

#### 【シール提供場所】

- 1：松江観光協会美保関町支部
- 2：玉造温泉観光案内所
- 3：神門通り観光案内所

#### 【記念品提供実績】

**参加賞**「特製オリジナルポストカード3種類1セット」（先着500名様）

- ・対象：シール提供場所2箇所を巡って2枚のシールを集めた参加者
- ・実績：243名

**コンプリート賞**「映画公式グッズ1点」（先着200名様）

- ・対象：シール提供場所3箇所すべてを巡って3枚のシールを集めた参加者
- ・実績：190名



参加賞「特製オリジナルポストカード3種類」



コンプリート賞「公式グッズ(メモリアルノート)」

### ■聖地巡礼スマートフォンアプリ「舞台めぐり」／デジタルスタンプラリー実施

スマートフォンアプリ「舞台めぐり」に映画「神在月のこども」×島根県を実装し、「期間限定デジタルスタンプラリー」を実施した。

## 【内容】

島根県のラリースポットを10箇所めぐり、スポットの近くでGPSを使ってチェックイン。チェックインするとカナナ（蒔田 彩珠）、シロ（坂本 真綾）、夜叉（入野 自由）の特典オリジナルボイス特製ボイスでそのスポットを紹介。規定の数のチェックインをしていく度にキャラクターと写真が撮れるARもプレゼント。

## 【開催期間】

当初：2021年10月8日（金）～2022年2月28日（月）

変更後：2021年10月8日（金）～2022年1月26日（水）

※新型コロナウイルスの全国的な感染拡大により1月26日（水）から休止

※新型コロナウイルスの全国的な感染拡大により1月26日（水）をもって終了

## 【参加者実績】

- ・総期間来場者数：65名
- ・スポットへのチェックイン数：253回
- ・アプリ内写真投稿数：108枚
- ・期間来場者数TOP3
  - ① 【作品登場スポット】宍道湖：35名
  - ② 【作品登場スポット】美保神社：27名
  - ③ 【作品登場スポット】出雲大社：22名
- ・参加者属性（任意で入力したユーザーのみを対象）

東京都：28%

北海道：11%

神奈川県：11%

兵庫県：11%

鳥取県：11%

島根県：6%

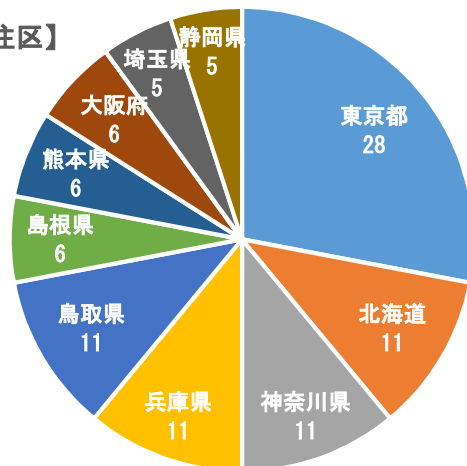
熊本県：6%

大阪府：6%

埼玉県：5%

静岡県：5%

【参加者居住区】



- ・チェックイン時の撮影写真（参考）



【観光スポット】日御碕灯台にてチェックイン



【作品登場スポット】宍道湖にてチェックイン

### ■山陰中央新報ラッピング広告

映画の公開日（10月8日）の山陰中央新報にて行われたのラッピング広告（表30段、裏30段）に協賛し、下記の内容を掲載した。

#### 【掲載内容】

- 1：しまね観光ナビ内「神在月のこども」ロケ地めぐり特設WEBページ開設
- 2：島根県ロケ地MAP・期間限定シールラリー
- 3：聖地巡礼アプリ「舞台めぐり」
- 4：しまね応縁動画メッセージ

### ■その他（県内外への情報発信など）

#### ・ニュース番組

9月16日（木）Tジョイ出雲にて開催された関係者試写会の際、TSKよりインタビュー取材を受け、映画の魅力とコラボ企画について紹介。

#### ・ラジオ番組

10月22日（金）、FM山陰フライデーフライデー内の「ふるさとステーション」にて電話出演。映画、シールラリーについて宣伝。

#### ・イベント協力

大阪の天王寺で開催された「ご縁に感謝！OSAKA キャンペーン」でのロケ地巡りブースの設置に協力（令和3年10月1日～10月28日）。



### ③各種会議・研修会等への参加

#### ■フィルムコミッション中国ブロック会議（オンライン）に参加

日 程：令和3年6月18日（金）

#### ■特定非営利活動法人ジャパン・フィルムコミッションが主催するオンラインセミナーに参加。

・内 容：2021効果測定オンライン研修

日 程：令和3年7月8日（木）

・内 容：撮影支援における感染症対策セミナー

日 程：令和3年10月19日（火）

#### ■一般社団法人ロケツーリズム協議会が主催する研修会（オンライン）に参加。

・内 容：2021年度ロケツーリズム協議会セミナー第1回～第5回

日 程：第1回 令和3年 5月28日（金）

- 第2回 令和3年 7月 9日（金）
- 第3回 令和3年 9月24日（金）
- 第4回 令和3年11月19日（金）
- 第5回 令和4年 1月20日（木）

#### ④島根フィルムコミッションネットワーク会議

- 構成員間で活動状況や課題等を共有し相互に連携を深めて、今後のロケ誘致・支援等の活動強化につなげるため、例年、年2回開催しているが、新型コロナウイルス感染予防のため、会議を行わず書面にて事業報告を行った。

#### ⑤ロケ支援マニュアル冊子への情報追加

- ロケ支援マニュアル内にある、特定非営利活動法人ジャパン・フィルムコミッションが発表した「ロケ撮影支援における新型コロナウイルス感染予防対策ガイドライン」が改訂されたため、ネットワークメンバーへ共有し、各自で追加更新を行った。（令和4年3月）

## （3）キャラクターマーケティング事業 2,236千円

県補助 1,311千円

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、公式ホームページ「しまねっこの部屋。」を全面リニューアルした。また、「しまねっこ」の新しいイラストを制作し、しまねっこデザインの利用拡大に向けて取り組んだ。

#### ①公式ホームページ「しまねっこの部屋。」の改修

デザイン等の刷新を行い、令和4年3月30日に公開。



新サイトトップ画面イメージ

新コンテンツ一例

- しまねっこの「今日の一言」を日替わりで表示
- ギャラリーで旬のしまねっこの写真&動画を表示
- PLAY ROOM でぬりえやクイズ等の公開

#### ②「しまねっこ」デザインの利用促進と利用許諾

■商標利用状況

無償使用	県内	310件
	県外	76件

有償使用 県内 113件 商標使用料 4,885,069円（免除）  
 県外 51件 商標使用料 237,365円

■ホームページ改修の公開に合わせて、商標使用内イラストの新作を感情表現豊かなデザインや観光を想起するもの、伝統芸能のデザイン等、62点と英語ロゴ2点を追加

新作イラスト・英語ロゴ例



ドア



安来節



英語ロゴ

### ③「しまねっこ」の商標登録更新

登録番号：第5422597号（4区分）

存続期間：2031年7月1日（10年間）

## （4）しまね観光大使活用事業 911千円

新しい「しまね観光大使」を選任し、観光PR事業等に派遣して島根のイメージ向上とPRを行った。

### ①新しい観光大使の選考、任用

令和3年5月15日に選考会を行い、新大使3名を選出した。

任命期間：令和3年6月1日～令和5年5月31日（2年間）

大使名：長廻 雅美（ながさこ まさみ）

藤松 春南（ふじまつ はるな）

森 カノン（もり かのん）

※すでに任期中の大使2名と合わせて5名体制となる。

### ②観光大使の派遣

7月6日 福岡放送の情報番組で日本全国県民グルメ紹介コーナーにリモート出演

7月14日 島根県知事表敬訪問（新大使3名）

7月22日 はまだお魚市場グランドオープン開所式イベントステージPR

7月29日 島根県観光情報説明会オンライン出演

9月22日 大田市観光協会ウェブサイト 旅のモデルコース撮影

11月1日 広島メディアキャラバン

11月11日 「美肌県グランプリ2021」プレス向け発表会

- 11月30日 島根県観光情報説明会オンライン出演
- 1月12日 出雲大社御祈念参拝
- 3月7～8日 しまね観光ナビ「Pick up 記事」撮影
- 3月15日 「&ご縁の聖地」県内関係者向け説明会



美肌県グランプリ2021



出雲大社御祈念参拝



知事表敬訪問

### ③観光大使のスキルアップ研修

7月13日 新大使3名が参加し、出雲大社周辺で現地研修を行った。



スキルアップ研修の様子

### ④観光大使の紹介・派遣依頼のWEBページを作成

観光大使の活動状況を紹介し、派遣依頼申込みができるよう整備した。



サイトイメージ



## (5) 観光PRイベント活用事業 0千円

新型コロナウイルス感染拡大により、観光PRイベントへの参加は行わなかった。

実施なし

## 3 新市場開拓推進事業

教育旅行やMICE、女性旅マーケットの分野についての取り組みを継続して実施した。

### (1) 教育旅行等誘致事業 20,776千円 県補助 10/10

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続く中、島根県修学旅行助成制度を大幅に拡充し、本県への修学旅行の誘致促進を図った。

【当初予算】：15,450千円

【変更予算】：5,000千円増額（7月会長決裁）

【変更内容】：・島根県修学旅行助成制度の予算を増額して誘客を促進

	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）	35校	3,398人泊
令和3年度	50校	5,000人泊
令和4年度	50校	5,000人泊

#### ①しまね観光ナビの教育旅行WEBページの改修

学校や旅行会社向けに教育旅行に適した観光施設や体験プログラム、宿泊施設等の情報を掲載したWEBページを改修

#### ②鳥取県・島根県教育旅行視察研修（延期）

鳥取県観光連盟と共催し、東海地方の旅行会社を対象にした現地視察研修を実施する予定だったが、新型コロナウイルス感染症拡大により2回延期した。

#### ③島根県修学旅行助成制度の周知、適用

■県内で1泊以上宿泊し、指定する体験メニューを1つ以上実施する小学校、中学校、高等学校、特別支援学校等の修学旅行等に、バス1台につき50,000円（島根県内で2泊する場合は1名あたり1,000円を追加）を助成。

※当初貸切バス1台あたり10万円で執行、予算に達したためその後改定し実施中

■適用実績

121校 11,280人泊

※上記以外に新型コロナウイルスの影響により、61校が修学旅行を中止、または方面変更で助成金を取り下げ。また1校が次年度に延期。

④修学旅行の受入可能な企業の調査

県外からの修学旅行で来県した学校の見学を受け入れてもらえる島根県内の企業について調査を行った。

調査箇所 35社 → 受入可能企業 3社

(2) MICE誘致事業 30千円 県補助 10/10

企業による報奨旅行や研修旅行等の誘致を図ったが、新型コロナウイルスの影響で落ち込んだ需要が回復しなかった。

①MICE団体「おもてなし」キャンペーンの実施

MICE団体おもてなしキャンペーンの適用実績

適用件数 1件

②島根県MICE等団体旅行企画&素材集のWEBページの修正

しまね観光ナビ内に設けている「島根県MICE等団体旅行企画&素材集」のWEBページを一部修正した。

(3) 女性旅マーケット開拓整備事業 84千円

島根県が推進する美肌観光の取り組みに協力するとともに、ファミリー旅行の受入に関する調査を行った。

①美肌県PRキャッチコピー「ご縁も、美肌も、しまねから。」の利用促進

利用件数：51件

②ポーラ・オルビスグループ、ANAホールディングス、島根県で実施している「美肌ウェルネスツーリズム」商品化に向けた協力

- ・県内の美肌コンテンツの情報提供
- ・しまね観光ナビでのPR

③ファミリー旅行の受入れ状況等の調査

ファミリー層（小学生未満のお子様連れの観光客）の受入サービスの状況やファミリー向けコンテンツについて、宿泊施設、観光協会へ現状調査（アンケート）を実施

回答 宿泊施設 56件、観光協会 13件

## 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誘客の取り組みを行った。

### (1) 誘客ネットワーク支援事業 800千円

組織的かつ継続的に誘客活動を行う民間事業者組織を支援した。

#### ①石見ツーリズムネットの活動を支援

石見ツーリズムネット、石見観光振興協議会と連携し、「石見の神楽めし」PRについて支援。

パンフレットの作成 32,000部

#### ②島根県観光施設協議会の活動を支援

島根県観光施設協議会と地元の旅行会社による「#We Love 山陰キャンペーン」を適用させたお得な個人型旅行商品の造成と販売を支援した。

適用商品 山陰中央新報社3商品、一畑トラベルサービス4商品、農協観光1商品

販売期間 令和3年7月～12月（9月は除く）

販売実績 3,698名

### (2) 地域観光開発支援事業 1,261千円

地域の観光資源を活かした誘客に取り組む観光協会等に対し、「しまね観光ナビ」を活用した情報発信への協力とアクセス解析のフィードバックを行った。また、次年度以降の事業に役立てるため、卒業旅行の実態調査を行った。

#### ①「しまね観光ナビ」記事広告の新規掲載

市町村・観光協会等を対象に、注目の観光スポットやイベントなど、PRしたい観光情報を「しまね観光ナビ」の記事としてまとめ、TOPページに1カ月間掲載。

広告期間終了後、アクセス数や地域別の閲覧状況をまとめたレポートを提供。

##### ■大田市観光協会

(令和3年7月公開)

- ・【PR】出雲大社参拝後に行きたい！車で1時間の「世界遺産・石見銀山」へ、移動中も楽しいフォトジェニックな旅

出雲大社の参拝後に石見銀山に立ち寄ってもらえるよう、出雲大社から石見銀山までのドライブ旅を紹介

(令和3年8月公開)

- ・【PR】シーズン到来！国立公園「三瓶山」の自然を遊び尽くすおすすめアクティビティ6選と温泉&グルメ情報

三瓶山で楽しめるアクティビティや周辺の温泉・グルメ情報を紹介

(令和4年2月公開)

- ・【PR】三吉彩花さん主演 Webドラマのロケ地をめぐる 日常を離れてほっと一息で  
きるスポット9選  
女優・三吉彩花さん主演のWebドラマのロケ地の中から、特に地元の空気を感じな  
がらゆったりと過ごせるスポットをピックアップし紹介

(令和4年2月公開)

- ・【PR】世界遺産「石見銀山」から車で10分！道の駅「ごいせ仁摩」オープン  
新オープンした道の駅「ごいせ仁摩」の魅力を食べる・観る遊ぶ・便利という切り口  
で近隣スポットと合わせて紹介

#### ■雲南広域連合

(令和3年10月公開)

- ・【PR】紅葉・グルメ・温泉をめぐる奥出雲1dayトリップ！「たたら製鉄」の物語を感  
じる大人のドライブ旅  
奥出雲エリアの秋の楽しみ方（紅葉、グルメ、温泉）をモデルコースで紹介

#### ■益田市観光交流課

(令和3年12月公開)

- ・【PR】津和野・太鼓谷稲成神社から車で1時間！益田のニュースな冬スポットヘド  
ライブ旅  
「唐音水仙公園」をはじめとした観光スポット、グルメ、お土産など益田市の冬の  
魅力をドライブ旅として紹介



しまね観光ナビ TOP ページ



PR 記事ページ

## ②卒業旅行の実態調査の実施

卒業旅行の誘致を促進させる施策の参考にするため、各発地の学生を対象に旅先の決め方  
や予算など卒業旅行に関する実態調査を実施した。

調査方法 インターネット調査

調査対象 全国

実施期間 令和3年12月17日～令和4年1月10日

回収数 511サンプル

### (3) 研修事業 444千円

観光関連事業者や観光協会に従事する職員等を対象とした研修を実施した。

#### ①「魅力的な体験メニューの造成とWEBサイトでの販売」セミナーを実施

「売れる」遊び・体験を造成するための工夫やWEBサイトを活用した販売について学ぶセミナーを実施。

講師：株式会社リクルート 尾身 倭斗 氏

対象：市町村、観光協会、観光施設、宿泊施設等の職員

日時：令和4年3月24日（木）

会場：くにびきメッセ 601大会議室（松江市）

オンラインでも同時配信

参加者：会場参加 20名

オンライン参加 71名

### (4) 情報提供事業 0千円

観光連盟の事業予定や研修情報、「しまね観光ナビ」へのアクセス状況などについて会員等へ情報提供を行った。

#### ①島根県観光連盟メールマガジン「島観連つうしん」を配信

4月～3月 計15回配信

## 5 その他

### (1) ガイドの派遣

#### ①「出雲神話語り部の会」所属ガイドの手配・派遣

##### ■派遣先

星野リゾート 界出雲 14人

クラブツーリズム 10人

ビッグホリデー 1人

その他 5人

## (2) 収入の状況

---

### ①観光キャラクター使用許諾料収入

- 有償使用 県内 113件 商標使用料 4,885,069円(免除)
- 県外 51件 商標使用料 237,365円

### ②キャラクターイベント等の出展に伴う「しまねっこグッズ」関連収入

- 物販実施イベント 0件

### ③観光支援自動販売機の設置

- 設置台数 59台
- 寄付金額 742,614円

### ④「しまね観光ナビ」広告収入

- 6件
- 396,000円



自動販売機(イメージ)

## (3) 理事会・通常総会の開催

---

### 【第1回理事会】

期日 令和3年5月24日

議事 審議事項

- ①令和2年度事業報告(案)について
- ②令和2年度決算(案)について
- ③令和3年度通常総会の開催(案)について
- ④会員の入会(案)について

報告事項

- ①会員の退会について

**【通常総会】**

期日 令和3年6月11日

議事 審議事項

第1号議案 令和2年度決算（案）について

第2号議案 役員を選任（案）について

報告事項

①令和2年度事業報告について

②令和3年度事業計画について

③令和3年度収支予算について

④会員の入会及び退会について

**【第2回理事会】**

期日 令和3年6月11日

議事 審議事項

①会長、副会長、専務理事の選定について

②専務理事の報酬等の額の決定（案）について

報告事項

①会長、副会長及び専務理事の職執行状況について

**【理事会決議の省略】**

期日 令和3年7月15日

議事 審議事項

第1号議案 理事の選任（案）について

**【総会決議の省略】**

期日 令和3年8月16日

議事 審議事項

第1号議案 理事の選任（案）について

**【理事会決議の省略】**

期日 令和3年8月20日

議事 審議事項

①副会長の選定（案）について

②会員の入会（案）について

## 【第3回理事会】

期日 令和3年11月18日

議事 報告事項

- ①会長、副会長及び専務理事の職務執行状況について
- ②令和3年度事業計画及び収支予算の変更〔第1次〕について
- ③令和3年度事業計画及び収支予算の変更〔第2次〕について
- ④令和3年度事業執行状況について

審議事項

- ①会員の入会（案）について
- ②令和3年度事業計画及び収支予算の変更〔第3次〕（案）について

協議事項

- ①令和4年度事業計画の検討について

## 【第4回理事会】

期日 令和4年3月23日

議事 報告事項

- ①会長、副会長及び専務理事の職務執行状況について
- ②専務理事の報酬等の額（期末手当）の変更について
- ③令和3年度事業執行状況について
- ④令和3年度決算見込みについて
- ⑤会員の退会について

審議事項

- ①令和4年度事業計画（案）について
- ②令和4年度収支予算（案）について
- ③令和4年度事業計画及び収支予算の変更の会長専決について
- ④会員の入会（案）について
- ⑤公益社団法人島根県観光連盟 事務処理規定の改定（案）について
- ⑥公益社団法人島根県観光連盟 就業規程の改定（案）について
- ⑦公益社団法人島根県観光連盟 嘱託職員就業規程の改定（案）について
- ⑧公益社団法人島根県観光連盟 育児・介護休業等に関する規程の改定（案）について
- ⑨公益社団法人島根県観光連盟 給与規程の改定（案）について
- ⑩公益社団法人島根県観光連盟 退職手当規程の改定（案）について



## Ⅱ 特別会計

### 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

旅行市場を取り巻く環境が大きく変化する中、「縁結び」をキーワードとしたこれまでの展開や圏域の普遍的な強みを踏まえ、出雲路圏域を「ご縁の聖地」として新たにブランディングしていく事業を進めた。

##### (1) マスメディア活用宣伝事業 0千円

PR ツール・WEB 制作事業の中で、マスメディアへのプレス発表や SNS キャンペーンを実施した。

##### (2) PR イベント出展事業 0千円

新型コロナウイルス感染拡大により、県外での PR イベント企画や参加は行わなかった。

##### (3) PR ツール・WEB 制作事業 13,621千円

新たなブランド「&ご縁の聖地」の企画・立ち上げを行い、関係者に向け新ブランドのコンセプト、ブランドロゴ、及び今後のプロモーション計画等についての説明会を開催した。また、SNS キャンペーンや各種メディアへの働きかけにより県外への周知を図った。

---

#### ①縁結びブランディング企画制作業務の提案競技を実施

##### 【業務の目的】

縁結びブランドのこれまでの展開や普遍的な圏域の強みを踏まえ、ターゲット層の思考や潜在欲求、行動意欲に訴求する「縁結びの聖地」として改めて地域ブランディングを行い、圏域への興味関心、及び来訪意欲を高め、圏域における様々な事業と連携して誘客につなげる効果をもたらすステップとする。

##### 【業務の内容】

- ブランド名の立案
- ブランドロゴの制作
- ブランドロゴ使用マニュアルの作成
- ブランディング施策の企画・実施（WEB ページ、コンセプト動画（PV）の制作、他）

##### 【提案競技の結果】

- 6事業者から提案があり、審査の結果、「株式会社 JR 西日本コミュニケーションズ」を委託候補者として採択。協議を経て委託契約を締結。（令和3年8月）

#### ②新たなブランディング企画

##### 【骨子】

■ブランド名、タグラインの決定

ブランド名「&ご縁の聖地」

タグライン「goodな、つながりを。」

■新シンボル「ご縁」

縁結び（男女縁の結び）も含めた全方位的、包括的な新しいシンボル

■新ブランドコアアイデア「&（つなぐ）」

「ご縁」とは自分を中心に、過去と現在と未来を「つなぐ」もの

⇒新しい「ご縁」の定義：ご縁とは毎日がよりよくなる、つながり。

■ブランドコンセプト

「ご縁」とは毎日がより良くなる、つながり。

ご縁、それは感謝。あの場所に行ったことやあの景色を見られたこと。

振り返ったとき、今までのつながりにありがとうって、思えること。

ご縁、それは気づき。いつも通りの毎日でも、巡り会いで今があると感じたりちょっとだけ認めてあげたり、ちょっとだけ褒めてあげたり 自分の日常は、ほんとは素敵なんだと気づくこと。

ご縁、それは、つなげること。これからの私に、嬉しいなにかがたくさん待っているように自分の気持ちで、つながっていくこと。

■ロゴデザイン

ブランドを象徴するロゴビジュアルが完成し、令和4年2月14日より展開。また、圏域3市をまとめたエリア「出雲路」や「松江」、「出雲」、「安来」のそれぞれの地域に合わせたロゴも展開。



左) 基本形：丸なし  
縁を意味する水引きをモチーフにし、なめらかで動きのある曲線を使いデザインすることでご縁を通じて柔軟に自分のセカイを広げていく様子を表現しています。

右) 基本形：丸あり  
グラデーションは多様性を意味し、生き方はひとつではないことを表現しています。



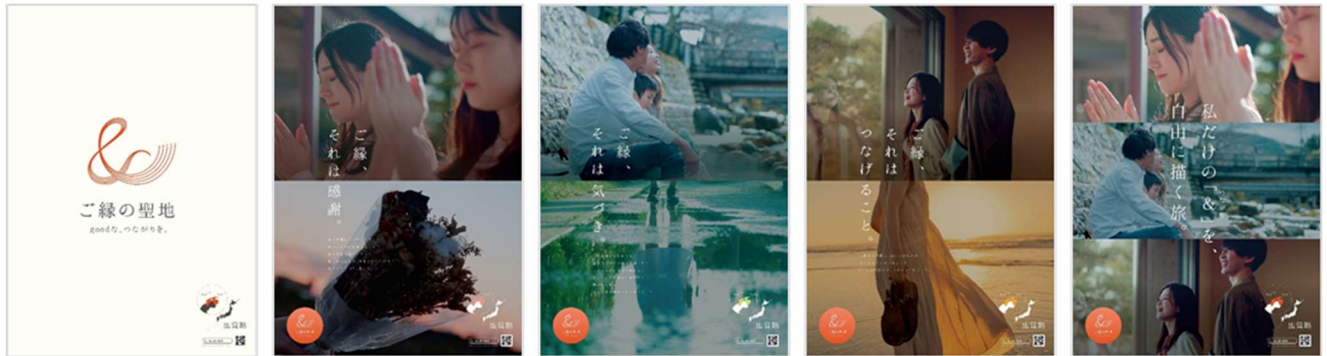
■ロゴ使用マニュアル ロゴバリエーション(「出雲路」、「松江」、「出雲」、「安来」)

「&ご縁の聖地」の県内での機運醸成や認知度向上を目的として、ロゴマークデザイン

の使用マニュアルを整備し、「&ご縁の聖地」特設サイト内に専用ページを設置。  
 ロゴマーク使用にあたっては、事前の申請が必要であり、申請の流れやロゴマーク使用  
 要領、ロゴマークデザイン使用マニュアル、使用申請書様式、ロゴマーク一覧を掲載。

■ポスター

ブランドコンセプトである「自分を中心に、過去と現在と未来をつなぐ。」を表現した  
 5種類のポスターを展開。3月以降、県内各所に掲出を予定。



■コンセプトブック

ブランドコンセプト、プロミス、メッセージ等をまとめたコンセプトブックを作成。令  
 和4年2月14日より展開。



コンセプトブック コンセプト紹介ページ

■WEBページ

ブランドイメージを表現した「&ご縁の聖地」特設サイトを令和4年2月14日に公  
 開。[https://www.kankou-shimane.com/and\\_goen/](https://www.kankou-shimane.com/and_goen/)



「&ご縁の聖地」特設サイトより 出雲路で見つける goodな、つながり 【過去】ページ

■コンセプト動画（PV）

女性旅、カップル、家族と3つのシチュエーションで出雲路の松江市、出雲市、安来市

を旅して、自分の大切なものとのつながりを感じている様子を描いた動画「ジブンとセカイをつなぐ」篇を制作。令和4年2月14日(月)午前4:00よりYouTubeで公開。(WEBサイトは同日の9時に公開)

動画URL：フルバージョン <https://youtu.be/OKfHuLPGFgE>

60秒ver <https://youtu.be/vx0wEL3SrXI>



C-5 自宅にて  
リモートワーク中に旅の思い出を振り返り  
心が和む女性



C-9 庭園ランキングの日本一に  
選ばれる足立美術館。  
庄巻の自然美を前に満足そうな2人



C-8 玉造温泉を流れる  
玉湯川のほとりで足湯を楽しむ家族。  
ゆったりと流れる時間に満足そうな母親の笑顔。

## ■ SNS キャンペーン

令和4年2月14日より1ヵ月間、Twitter・Instagramにて、「#わたしの縁ピソード」投稿キャンペーンを実施。出会いの縁、仕事の縁、食の縁、旅の縁など、身のまわりの「ご縁」にまつわるエピソードをSNSに投稿していただく企画で329件の参加投稿があり、抽選で20名様に「出雲路の詰め合わせギフト」をプレゼント。



「#わたしの縁ピソード」投稿キャンペーン告知

出雲路の詰め合わせギフト

## ■ PR ツール

「&ご縁の聖地」デザイン紙袋、ステッカー2種類、ポストカード5種類1セット、パネル（ポスター同様のデザイン5種類）を作成。



「&ご縁の聖地」デザイン紙袋



「&ご縁の聖地」ポストカード



「&ご縁の聖地」ステッカー

## ■プレス発表

「&ご縁の聖地」ブランド始動について、PR会社を通してメディアリリースを実施。

⇒PR会社によるメディア露出展開		広告換算効果
・TV	1件	388,000円
・ラジオ	1件	300,000円
・新聞	1件	417,972円
・WEB	148件	47,166,704円
・YouTube	1件	—
・アプリ	5件	—
(合計)	157件	48,272,676円



TSKさんいん中央テレビ  
テレビ番組 取材対応

⇒その他露出展開

- ・松江市報3月号 裏面にて情報掲載

## ■関係者向け説明会

出雲路圏域（松江市・出雲市・安来市）の観光関係者にブランドへの理解を深めてもらい、今後來県いただくお客様に提供する価値とともに創っていくため、説明会を開催。

⇒「&ご縁の聖地」ブランディング県内関係者向け説明会

日 時：令和4年3月15日（火）13：30～15：00

会 場：くにびきメッセ 3階 国際会議場

参加者：102名

内 容：①新ブランド「&ご縁の聖地」について

- ・経緯、ブランドコンセプト等の説明

②プロモーションについて

- ・プロモーション動画、webサイト、SNSキャンペーン等の中間報告

③ロゴマークの使用について

- ・よくあるご質問、ロゴマーク使用商品の紹介

④今後の展開について

⑤質疑応答

## ③ブランド名の商標登録申請

■商標 「ご縁の聖地（標準文字）」

■商標の呼称 ゴエンノセイチ

■対象区分 12区分

■出願日 令和3年9月29日

■商標 「&（図形商標登録）」

■対象区分 12区分

■出願日 令和4年2月15日

## ④ブランドロゴ利用促進

■県内 8件

■県外 3件

### ⑤「山陰遊悠絵図2021年度版」の作成に協力

大田市以東から鳥取県全域が網羅されている「山陰遊悠絵図2021年度版」の作成に協力。

発行元：山陰広域マップ制作協議会

発行部数：10万部

### ⑥縁結びグッズ販売実績

旧縁結び観光協会から引き継いだ縁結びグッズを地元の飲食店や宿泊施設等に提供した。

■有償販売	おみくじ風チラシ	55セット	110,000円
	ご縁袋（5円入り）	32,890袋	493,350円
	ご縁袋（袋のみ）	1,600枚	3,200円
	ご縁シール	62束	18,600円
■無償使用	ご縁袋（5円入り）	410袋	
	ご縁シール	12束	



おみくじ風チラシ    ご縁袋    ご縁シール

## 2 着地型観光商品企画事業

縁結びブランドを活かした着地メニューを提供するアイテムを作成し、旅行商品への組み込みを図る誘客ツールとして活用した。

### （1）着地メニュー企画運営事業 5,426千円

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った。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した。

#### ①改訂版の作成

##### ■縁結びパスポート2021下期版の作成

令和3年度下期版の情報を掲載した縁結びパスポートを作成。

- ・掲載店舗 134店舗（ランチ・スイーツ・ディナー・体験・お土産）
- ・製作部数 2,500部

##### ■ご縁パスポート2022年度版の作成

令和4年度の情報を掲載したご縁パスポートを作成。

- ・「縁結びパスポート」から「ご縁パスポート」へ名称変更
- ・利用期間を半期から1年間に変更
- ・新たなジャンル「ご縁人」を新設



- ・掲載店舗 130店舗（ランチ・スイーツ・ディナー・体験・お土産）
- ・製作部数 5,000部

■ご縁スイーツ・そば巡り2022年度版クーポンおよび冊子の作成

令和4年度の情報を掲載したご縁スイーツ・そば巡り2022年度版クーポンおよび冊子を作成。

- ・「縁結びスイーツ」から「ご縁スイーツ」へ名称変更
- ・掲載店舗 39店舗（ご縁スイーツ27/そば12）
- ・製作部数 冊子4,500部/食事券4000枚

②旅行会社以外への展開

旅行会社が造成する旅行商品の特典としての利用に加え、観光客の周遊を促すツールとして、地元の宿泊施設や道の駅等と連携した利用を促進。

■縁結びパスポート

宿泊施設の自社サイト等の宿泊プランへの組み込みを働きかけ

松江旅館ホテル組合

3施設採用（ホテル一畑/松江エクセルホテル東急/松江ニューアーバンホテル）

玉造温泉旅館協同組合

2施設採用（紺家/松乃湯）

その他（ホテルサンヌーベ/グリーンリッチホテル出雲）

計7施設

■縁結びスイーツ&そば巡りリーフレット

宿泊施設や道の駅への設置を依頼 道の駅 4か所

■ご縁トランプ

物産観光館での販売を実施（販売3月7日～/単価300円（税込））

3月販売数 10個

③「縁結びどこでもバスマップ2021年度版」の作成に協力

松江市、出雲市、安来市の主要観光地を結ぶ路線バス情報が掲載されている「縁結びどこでもバスマップ2021年度版」の作成に協力。

発行元：特定非営利活動法人プロジェクトゆうあい

発行部数：2万部

## （2）新しいコンテンツ開発事業 0千円

新たなブランド「&ご縁の聖地」の企画と県内への浸透に注力をするため、新しいコンテンツ開発は次年度に実施することとした。

### 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て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た。

#### (1) 旅行会社商品造成支援事業 670千円

大手旅行会社等の旅行商品において、各着地型企画の活用を働きかけた。

##### ■令和3年度上期の採用旅行会社

	上期	下期
縁結びパスポート	近畿日本ツーリスト・日本旅行・H I S・ジャルパック・オリオンツアー・日本空輸・阪急交通社・ホワイトベアファミリー・フジトラベルサービス	日本旅行・ジャルパック・オリオンツアー・日本空輸・ホワイトベアファミリー・ビッグホリデー・フジトラベルサービス
ご縁参り（ご朱印帳）	近畿日本ツーリスト・H I S・ジャルパック・フジトラベルサービス	ジャルパック・オリオンツアー・ビッグホリデー・フジトラベルサービス
縁たび	H I S・ホワイトベアファミリー	ホワイトベアファミリー・オリオンツアー・ビッグホリデー
縁結びスイーツ・そば巡りクーポン	日本旅行・H I S・ジャルパック・オリオンツアー・ホワイトベアファミリー	日本旅行・ジャルパック・オリオンツアー・ホワイトベアファミリー
ご縁トランプ	オリオンツアー	オリオンツアー

##### ■令和3年度の利用実績

- ・縁結びパスポート 394冊
- ・ご縁参り 296冊（事前送付利用10冊）
- ・縁たび 32冊（事前送付利用4冊）
- ・縁結びスイーツ・そば巡りクーポン 1,204枚
- ・ご縁トランプ 7冊※事前送付利用のみ

#### (2) 営業活動事業 0千円

新型コロナウイルス感染拡大により旅行会社等への訪問営業は中止し、電話、メール等で営業活動を実施した。