様式１

観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年７月２９日

１．観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを○で囲むこと	広域連携ＤＭＯ・地域連携ＤＭＯ・地域ＤＭＯ	
観光地域づくり法人の名称	公益社団法人島根県観光連盟	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	島根県	
所在地	島根県松江市	
設立時期	平成４年４月１日	
事業年度	４月１日から翌年３月３１日までの１年間	
職員数	２８人【常勤２８人（正職員７人・嘱託職員１５人、県派遣４人、市派遣２人】	
代表者（トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者）	（氏名） 鷦鷯　順 （出身組織名） 一般社団法人島根県物産協会 一般社団法人松江観光協会	島根県物産協会、また、松江観光協会の会長として、観光産業等の分野に幅広い知見とネットワークを有し、令和元年６月より副会長（理事）として当連盟の運営に携わり、令和５年１１月より会長に就任している。
総括責任者	（氏名） 松本　修吉 （出身組織名） （公社）島根県観光連盟	島根県職員として観光振興行政等を経験し勤務後、令和２年６月より当連盟の専務理事として事業全般の業務を監督する。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（ＣＭＯ：チーフ・マーケティング・オフィサー）	（氏名） 三島　仰「専従」 （出身組織名） （公社）島根県観光連盟	当連盟職員として長年にわたる観光振興業務の経験を有し、現在は事務局長（営業課長兼務）として、旅行会社やメディア関係者とのネットワークを活かして事業を推進するとともに、マーケティング事業を担当している。
財務責任者（ＣＦＯ：チーフ・フィナンシャル・オフィサー）	（氏名） 広野　智志「専従」 （出身組織名） （公社）島根県観光連盟	当連盟職員として長年にわたる観光振興業務の経験を有し、現在は事務局次長（総務企画課長兼務）として、予算・決算等の財務関係の管理全般を担っている。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	○島根県商工労働部観光振興課 →国内外の観光振興施策全般 ○県内市町村観光担当課 →観光情報の共有、事業連携	

様式１

<table>
<tr><td>連携する事業者名及び役割</td><td>市町村観光協会、商工会議所連合会、商工会連合会、宿泊事業者、観光施設、交通事業者、メディア関係者　等
→観光情報の共有、事業連携</td></tr>
<tr><td>官民･産業間･地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み</td><td>【該当する登録要件】①
公益社団法人として、県、市町村、観光協会、民間団体・事業者の会員からなり、総会（６月）及び理事会（年４回：５月・６月・１１月・３月）に開催し、事業実施状況の報告を行うとともに、事業計画の審議等を通じて連携、合意形成を図っている。</td></tr>
<tr><td>地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組</td><td>当連盟が運営する島根県の観光情報総合サイト「しまね観光ナビ」及びメルマガ「島観連つうしん」により情報提供を行っている。
また、県観光振興課が行っている広報や「しまねwebモニター調査」等に協力し、県民に観光に関する話題を届けるとともに、県民の意識調査を活用している。</td></tr>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td>【活動の概要】
【令和６年度】
<table>
<tr><th>事業</th><th>実施概要</th></tr>
<tr><td>情報発信・プロモーション</td><td>〇旅行会社と連携した誘客推進事業
・旅行会社商品造成販売支援
・旅行会社向け観光情報発信
〇観光情報発信事業
・WEB等による情報発信・マーケティング
・ロケやメディア取材の誘致促進
・キャラクター（しまねっこ）の活用
・観光ＰＲイベントの活用
〇テーマ型マーケット開拓事業
・教育旅行の誘致
・ワーケーション・ＭＩＣＥによる誘客促進
・学生旅行の誘致促進
・ファミリー旅行の誘客促進
〇萩・石見空港を活用した誘客促進事業
・ＯＴＡ等と連携した誘客促進
・レンタカーを活用した誘客・周遊促進
〇インバウンド誘客促進事業
・外国人観光客受入基盤の整備
・インバウンドFIT向け高速バス割引</td></tr>
<tr><td>受入環境の整備</td><td>〇受地開発支援事業
・民間団体等への支援
・「＆ご縁の聖地」体感ポイントの創出
・研修による人材育成</td></tr>
<tr><td>観光資源の磨き上げ</td><td>〇マーケティング事業
・データ分析に基づいたマーケティング・情報提供
〇誘客促進事業
・石見神楽（日本遺産）の活用推進
・観光資源を活用したイベント・商品化支援</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

様式１

	【定量的な評価】　※出展：島根県観光動態調査 ○延べ観光客入込数 令和元年　３２，９９０千人　令和２年　２１，３１８千人 令和３年　２０，８４２千人　令和４年　２５，９５０千人 令和５年　３０，１９４千人　令和６年　２９，８６０千人 ○延べ宿泊者数 令和元年　３，７８２千人　令和２年　２，４２４千人 令和３年　２，６２８千人　令和４年　３，１１３千人 令和５年　３，５９１千人　令和６年　３，６１４千人 ○延べ外国人宿泊者数 令和元年　９８千人　令和２年　１５千人 令和３年　９千人　令和４年　１０千人 令和５年　５９千人　令和６年　８７千人
実施体制 ※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること。	【実施体制の概要】 （公社）公益社団法人島根県観光連盟が母体となり、総会（年１回）・理事会（年４回）において意思決定を行っている。会員は、行政、宿泊事業者、観光施設、飲食事業者、交通事業者、商工業、メディア関係者等、多様な関係者が参画する運営を行っている（会員数：１４７団体（令和７年７月現在）。 また、島根県内の各地域（出雲地域、雲南地域、石見地域、隠岐地域）の協議会等と連携を図っている。 【実施体制図】 ◇地域との連携 【（公社）島根県観光連盟】 総　会　理事会 会　長　副会長 専務理事 事 務 局 （本部）　（石見事務所） ［総務企画課］　［観光振興課］ ［営　業　課］ ⇔ ＆ご縁の聖地幹事会（松江市・出雲市・安来市） ⇔ うんなん観光ネットワーク協議会（雲南市・奥出雲町・飯南町） ⇔ 石見地域観光振興事業幹事会（浜田市・益田市・大田市・江津市・川本町・美郷町・邑南町・津和野町・吉賀町） ⇔一般社団法人隠岐ジオパーク推進機構（海士町・西ノ島町・知夫村・隠岐の島町） ◇総　会＝多様な関係者による協議、合意形成 ◇理事会＝役員による意思決定、合意形成

様式１

２．観光地域づくり法人がマーケティング･マネジメントする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】

島根県全域

【区域設定の考え方】

公益社団法人島根県観光連盟は、平成 4 年 4 月に公益社団法人として法人化してから、島根県や県内市町村・観光協会、民間団体・企業等と連携し、島根県全域の観光振興に取り組んできている。

県内は大きく分けて、出雲地域、雲南地域、石見地域、隠岐地域に分けられるが、それぞれ特色ある自然、歴史、文化等の観光資源があり、これらを有機的につなげた観光地域づくりを推進することにより国内外からの誘客に相乗効果が期待できることから、島根県全体を対象区域としている。

【観光客の実態等】

平成 25 年の「出雲大社の平成の大遷宮」により、観光入込客延べ数（3,682 万人）・宿泊客延べ数数（382 万人）と大幅に増加し、その後も観光入込客延べ数（約 3,300 万人）・宿泊客延べ数（約 370 万人）ともに遷宮前よりも高い水準で推移。その後、令和 2 年からのコロナ禍により大きく数が減少していたが、令和５年５月の「５類感染症」以降コロナ禍前と比較してほぼ同水準に回復している。

(1)観光入込客延べ数の推移

令和 6 年の島根県の観光入込客延べ数は 29,860 千人であり、前年と比べると、333 千人減少（－1.1%）した。コロナ前の令和元年（32,990 千人）と比較すると 9.5%の減少となっている。

地域別では、【出雲地域】では 23,966 千人（-0.8%)、【石見地域】では 5,696 千人（-2.2%)、【隠岐地域】では 198 千人（-1.3%）となった。(対前年比)

(2) 宿泊客延べ数の推移

令和 6 年の県内宿泊施設の宿泊客延べ数は、3,614 千人泊であり、前年と比べると、22 千人泊増加（＋0.6%）した。コロナ前の令和元年（3,782 千人）と比較すると 4.5%の減少となっている。

地域別では、【出雲地域】で 2,726 千人泊（-1.4%)、【石見地域】では 772 千人泊（＋6.0%)、【隠岐地域】では 116 千人泊（＋18.8%）となった。

(3) 観光消費額

観光地点アンケート調査で得られた観光消費額単価に、観光入込客実人数を乗じて推計した令和 6 年の全県の観光消費額は、約 1,243 億円であり、前年と比べると、約 100 億円増加（＋8.7%）した。この観光消費額が県内に及ぼす経済波及効果（直接効果、一次波及効果、二次波及効果の和）は、1.28 倍の約 1,597 億円と推計され、前年と比べると、約 143 億円増加（＋9.9%）した。

観光消費額は、コロナ前の令和元年（1,301 億円）と比較すると 4.5%の減少となっている。

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】
国宝、世界文化遺産、日本遺産、ユネスコ世界ジオパークなど、世界に誇る歴史文化、自然、食など恵まれた多彩な観光資源を活用し、“ご縁の国しまね”、“美肌県しまね”の魅力を国内外の観光客に的確に情報発信し、誘客を推進する。

(1) 歴史文化
①国宝
出雲大社本殿、松江城天守　等
②世界文化遺産
石見銀山遺跡とその文化的景観
③日本遺産
「津和野今昔～百景図を歩く～」、「出雲國たたら風土記～鉄づくり千年が生んだ物語～」、「日が沈む聖地出雲～神が創り出した地の夕日を巡る～」、「荒波を越えた男たちの夢が紡いだ異空間～北前船寄港地・船主集落～」、「神々や鬼たちが躍動する神話の世界～石見地域で伝承される神楽～」、「中世日本の傑作益田を味わう-地方の時代に輝き再び-」、「石見の火山が伝える悠久の歴史～”縄文の森”” 銀の山”と出逢える旅へ～」
④ユネスコ無形文化遺産
佐陀神能、石州半紙、鷺舞

(2) 自然
①隠岐ユネスコ世界ジオパーク
②大山隠岐国立公園
③島根半島・宍道湖中海ジオパーク（日本ジオパーク）

(3) 温泉
日本最古の美肌湯として知られる玉造温泉、日本三美人の湯「湯の川温泉」、日本三大美肌の湯「斐乃上温泉」、2024 年「温泉総選挙」美肌部門 1 位の美又温泉、歴史・文化部門 1 位の旭温泉など約 60 ヶ所の豊富な温泉地

(4) 食
①農産物
島根米、ぶどう、アムスメロン、西条柿、わさび、ぼたん、トルコギキョウ、薬用にんじん　等
②畜産物
2022 年全国の銘柄牛が肉質を競う 2 大大会で全国 1 位の「しまね和牛」　等
③水産物
ノドグロ、岩牡蠣、アジ、トビウオ、アナゴ、カレイ、岩のり、しじみ　等
④酒
日本酒、ワイン　等
⑤その他
蕎麦、和菓子、アゴ野焼き　等

(5) 伝統工芸品
石灯ろう、漆器、陶磁器、刃物、木竹品、染織物、和紙、めのう、神楽面、人形玩具　等

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】
（ホテル・旅館）

年月	令和元年度	令和２年度	令和３年度	令和４年度	令和５年度
施設数	３９１	３９９	３８６	３７８	３７１
客室数	１０，５３５	１０，７３４	１０，５６３	１１，０７４	１０，９５３

（衛生行政報告例）

様式１

【利便性：区域までの交通、域内交通】

○飛行機でのアクセス

【札幌】
出雲まで約 115 分　※8 月限定の季節運航

【東京】
出雲まで約 85 分　米子まで約 80 分
萩・石見まで約 90 分

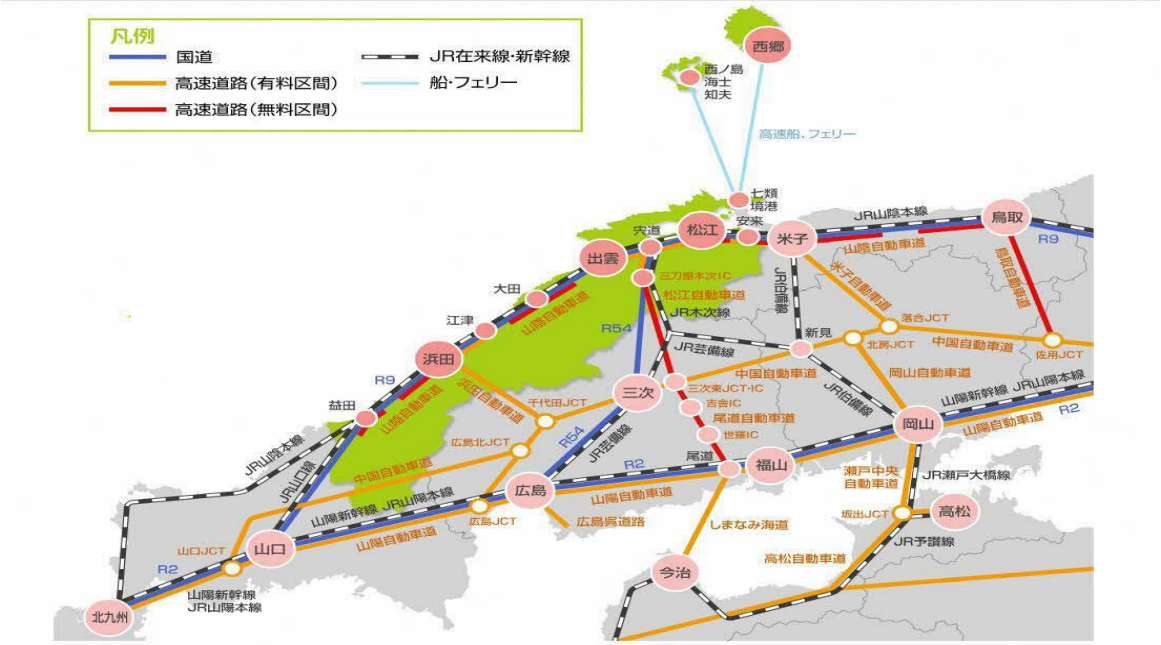
【静岡】
出雲まで約 80 分

【名古屋】
出雲まで約 60 分

【大阪】
出雲まで約 55 分　隠岐まで約 55 分

【福岡】
出雲まで約 65 分

○鉄道・バス・車・フェリーでのアクセス



様式１

○東京・大阪方面から

■鉄道で

JR 東京駅→（東海道新幹線・約 2 時間 35 分）→JR 新大阪駅→（約 45 分）→JR 岡山駅→（伯備線 - 山陰本線・約 2 時間 35 分）→JR 松江駅→（約 1 時間 35 分）→JR 浜田駅

■高速バスで

●JR 東京駅→（約 11 時間 15 分）→JR 松江駅→（約 1 時間）→JR 出雲市駅

●バスタ新宿（新宿駅南口）→（約 11 時間 40 分）→JR 松江駅→（約 1 時間）→JR 出雲市駅

●JR 名古屋駅→（約 9 時間）→JR 松江駅→（約 1 時間）→JR 出雲市駅

●JR 京都駅→（約 5 時間）→JR 松江駅→（約 1 時間）→JR 出雲市駅

●大阪梅田（阪急三番街）→（約 4 時間 40 分）→JR 松江駅→（約 1 時間）→JR 出雲市駅

●神戸三宮バスターミナル→（約 4 時間 20 分）→JR 松江駅→（約 1 時間）→JR 出雲市駅

●JR 大阪駅→（約 5 時間 50 分）→JR 浜田駅→（約 1 時間）→JR 益田駅

●JR 大阪駅→（約 5 時間 50 分）→JR 浜田駅→（約 30 分）→JR 江津駅

●大阪梅田（阪急三番街）→（約 7 時間）→JR 浜田駅→（約 1 時間）→JR 益田駅→（約 50 分）→JR 津和野駅前

■車で

●西宮北 IC→（中国道・約 1 時間 50 分）→落合 JCT→（米子道・約 1 時間 30 分）→松江中央 IC

●西宮北 IC→（中国道・約 3 時間）→三次東 JCT→（松江道 - 山陰道・約 1 時間 15 分）→出雲 IC

●西宮北 IC→（中国道・約 3 時間 20 分）→千代田 JCT→（浜田道・約 50 分）→浜田 IC

○広島・岡山方面から

■鉄道で

JR 広島駅→（山陽新幹線・約 35 分）→JR 岡山駅→（伯備線 - 山陰本線・約 2 時間 35 分）→JR 松江駅

■高速バスで

●JR 広島駅→（約 3 時間）→JR 松江駅

●JR 広島駅→（約 3 時間）→JR 出雲市駅

●JR 広島駅→（約 3 時間 20 分）→玉造温泉（姫神広場）　※週末のみ運行

●JR 岡山駅→（約 3 時間）→JR 松江駅→（約 55 分）→JR 出雲市駅

●JR 広島駅→（約 3 時間）→JR 大田市駅

●JR 広島駅→（約 1 時間 55 分）→JR 浜田駅

●JR 広島駅→（約 2 時間 50 分）→JR 益田駅

●JR 福山駅→（約 4 時間 25 分）→JR 松江駅

■車で

●広島 IC→（広島道 - 中国道・約 45 分）→三次東 JCT→（松江道・約 1 時間 15 分）→松江玉造 IC

●岡山 IC→（岡山道 - 中国道・約 1 時間）→落合 JCT→（米子道・約 1 時間 30 分）→松江中央 IC

●岡山 IC→（山陽道・約 1 時間 40 分）→広島 IC→（広島道 - 中国道・約 25 分）→千代田 JCT→（浜田道・約 50 分）→浜田 IC

○九州方面から

■鉄道で

●JR 博多駅→（山陽新幹線・約 1 時間 45 分）→JR 岡山駅→（伯備線 - 山陰本線・約 2 時間 35 分）→JR 松江駅

●JR 博多駅→（山陽新幹線・約 35 分）→JR 新山口駅→（山口線・約 1 時間 35 分）→JR 益田駅

■高速バスで

●JR 博多駅→（約 9 時間 10 分）→JR 出雲市駅→（約 1 時間）→JR 松江駅

■車で
●小倉南 IC→（九州道 - 中国道・約 4 時間）→三次東 JCT→（松江道・約 1 時間 15 分）→松江玉造 IC
●小倉南 IC→（九州道 - 中国道・約 2 時間 30 分）→千代田 JCT→（浜田道・約 50 分）→浜田 IC

【外国人観光客への対応】
・米子空港や広島空港、岡山空港など隣県の空港を利用して来日する外国人観光客に向けた、二次交通対策やプロモーション活動
・成田空港や関西空港、中部国際空港など主要空港を利用して来日する外国人観光客の周遊を促進するため、二次交通対策や国内滞在中の外国人に向けた情報発信を実施
・ベトナムなど県内への直接的なゲートウェイを確保するため、県内空港への国際定期便の就航に向けたチャーター便の誘致を推進
・境港や浜田港へのクルーズ客船誘致

３．各種データ等の継続的な収集･分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
旅行消費額	来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価の向上に繋げるため。	島根県観光動態調査を活用。
延べ宿泊者数	日帰り客に比べて消費単価の高い宿泊者数の推移を把握するため。	同上
来訪者満足度	来訪者の満足度を把握し、事業計画に活かすため。	同上
リピーター率	リピーター客の動向を把握し、事業計画に活かすため。	同上
ＷＥＢサイトのアクセス状況	顧客の関心度や施策の効果等を把握し、事業計画に活かすため。	「しまね観光ナビ」のアクセス解析により実施。
住民満足度	観光振興に対する県民の理解度を測るため。	しまねｗｅｂモニター調査を活用。

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

島根県は、全国の他の地域よりも早くから人口減少・少子高齢化という課題に直面し、長年この課題に向き合ってきた。島根の暮らしを守り、次の世代に引き継ぐために、人口減少に歯止めをかける必要がある。

このためには、県民にとって魅力のある雇用の場の維持・創出や質の向上が求められるが、島根県は豊かな自然、歴史文化など国内外に誇る観光資源に恵まれていることから、観光産業は大きな成長が期待できる主要な産業の１つである。

古から守られてきた豊かな自然や歴史・文化などを活かしたテーマ性のある観光商品の創出、暖かな人とのふれあいなど観光客が満足しリピートするための地域の受け皿づくり、ターゲットを明確にした誘客プロモーションなど、島根ならではの観光施策の展開を図ることで、観光産業の発展が期待できる。

島根を訪れる外国人観光客数は、県内に海外からの直接的なゲートウェイがないことなどから、全国に比べると低い水準となっているが、古き良き日本の原風景など本物の魅力を活かし、ターゲット国に合わせた効果的な情報発信、誘客活動、受入環境の整備などに取り組むことで、訪日外国人の増加が期待できる。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み（Strengths） ・世界遺産石見銀山、国宝の出雲大社や松江城、日本一の庭園で有名な足立美術館、小京都津和野など全国区の観光資源 ・７つの日本遺産、日本三大菓子処松江市の和菓子文化やユネスコ無形文化遺産に登録された佐陀神能や石州半紙などの文化遺産 ・ユネスコ世界ジオパークの隠岐やラムサール条約湿地の宍道湖、国立公園の島根半島や三瓶山など豊かな自然 ・連綿と受け継がれる安来節や石見神楽などの郷土芸能 ・全国の神々が集う神在祭などの神事や出雲神話ゆかりのスポット ・県内に６０近くある趣や効能の異なる豊富な温泉 ・ご縁や縁結びの聖地として浸透している県のイメージ ・美肌を育む自然環境、食 ・県内に３箇所ある空港	弱み（Weaknesses） ・人口集積地から距離 ・新幹線や高速道路など高速交通網をはじめ、公共交通による県内の二次交通網が弱い ・国際線が運航している空港、港湾施設が県内にない ・県土が広く、離島もあり、地域により観光資源や観光客の入込状況等により、観光振興に対する温度差がある ・インバウンドの受入への対応 ・県を象徴するような全国区のご当地グルメや土産品のイメージが弱い ・富裕層向けの施設やコンテンツ、子連れ旅行向けのアミューズメント施設が少ない ・デジタルマーケティングやキャッシュレス化への対応 ・バリアフリー化への対応
外部環境	機会（Opportunity） ・山陰自動車道のミッシングリンクの解消 ・伯備線の新型車両「やくも」の運行 ・近隣県の国際航路の復活 ・中部国際空港との新路線が就航 ・ベトナム航空チャーター便の就航 ・ウェルネスツーリズム、アドベンチャーツーリズムへの需要の高まり ・大阪万博の開催 ・ライドシェアの解禁 ・自動運転技術の発展 ・2025 年度後期 NHK 連続テレビ小説「ばけばけ」の放送	脅威（Threat） ・人口減少や少子高齢化による域内消費の縮小 ・団体旅行を牽引した団塊世代のリタイヤによる国内旅行市場の縮小 ・島根県内の公共交通の更なる縮小 ・観光客誘致の地域間競争の激化 ・観光産業の担い手の不足 ・ガソリンや電気代、食品原材料費、生活関連品等の物価上昇が継続

様式１

（３）ターゲット

〇第１ターゲット層

首都圏・近畿圏・中京圏の在住者（特に女性層）

〇選定の理由

本県の県外観光客（宿泊客）の約５割を占めており（島根県観光動態調査より）、マーケットの規模が大きく、国内航空便、ＪＲ、バスなど交通利便性が良く、観光消費額の増も期待できることから、誘客の重点地域とする。また、本県の強みでコンセプトにしている“ご縁”や“美肌”というキーワードに近親性の高い女性層をターゲットとする。なお、島根県観光動態調査によると４０代以降の割合が高くなっているが、中長期的に顧客層を獲得していくため、年代層のターゲット設定はしていない。

【日帰り・宿泊別入込客割合】　（令和６年島根県観光動態調査）

		東北 北海道	関東	北陸 東海	近畿	中国						四国	九州 沖縄	外国
							鳥取県	島根県	岡山県	広島県	山口県			
日帰り	R5	0.2%	3.4%	1.5%	5.2%	85.3%	7.9%	39.2%	6.0%	20.8%	11.3%	2.1%	2.2%	0.2%
	R6	0.2%	3.3%	1.5%	5.9%	84.1%	7.5%	40.5%	5.0%	20.6%	10.5%	2.3%	2.6%	0.2%
	対前年増減	+0.0%	−0.1%	+0.0%	+0.7%	−1.2%	−0.4%	+1.3%	−1.0%	−0.3%	−0.9%	+0.2%	+0.4%	−0.0%
宿泊	R5	2.7%	23.2%	10.5%	22.4%	30.4%	3.3%	4.1%	5.8%	12.5%	4.7%	4.0%	6.3%	0.5%
	R6	1.9%	23.6%	10.0%	21.9%	29.4%	2.5%	3.7%	6.0%	13.3%	4.0%	4.3%	8.1%	0.8%
	対前年増減	−0.9%	+0.4%	−0.5%	−0.5%	−1.0%	−0.9%	−0.4%	+0.2%	+0.8%	−0.7%	+0.3%	+1.8%	+0.3%

【女性年齢別割合】　（令和４年島根県観光動態調査）

女　性	年齢別					
	10 代以下	20 代	30 代	40 代	50 代	60 代以上
全体	2.3%	12.6%	19.5%	21.6%	20.2%	23.9%
3 大都市圏	0.9%	12.6%	14.7%	18.5%	26.1%	27.3%
首都圏	0.8%	12.9%	14.0%	18.4%	25.8%	28.2%
近畿圏	0.6%	13.7%	17.0%	19.0%	25.7%	24.0%
中京圏	1.9%	7.7%	9.6%	17.3%	28.8%	34.6%

〇取組方針

・国宝の出雲大社・松江城、世界遺産の石見銀山、隠岐ユネスコ世界ジオパーク、日本遺産や大山隠岐国立公園などの豊かな自然や歴史・文化など、島根の魅力ある観光資源を活かしながら、地域や民間事業者が主体となって行う地域資源の磨き上げや観光商品の造成、観光客へのおもてなしの取組を支援し、観光地域づくりを推進。

・神々の時代から続く歴史・文化、石見神楽などの伝統芸能、美肌を育む自然環境など、島根が誇る豊富な観光素材の情報発信を、素材毎の訴求先や宣伝方法を工夫しながら、国内外への戦略的なＰＲ活動を展開。

・島根県の観光情報総合サイト「しまね観光ナビ」により、しまねの魅力を集約した特集ページを開設し、幅広い層に向けたコンテンツを掲載。

・テレビ番組や映画などの撮影活動（ロケ）を市町村等と連携して県内各地に誘致し、ロケのＰＲ効果を活用して地域の魅力・情報を発信。

・旅行会社や交通事業者等と連携し、しまねの観光素材を活かした宿泊プランや体験コンテンツの販売を支援。

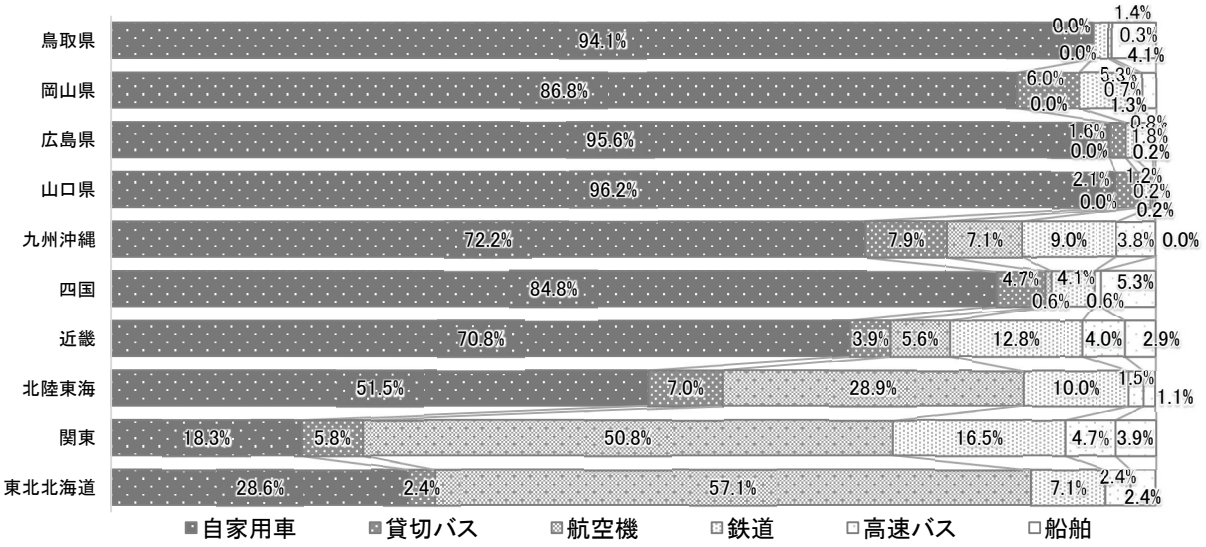
・ワーケーションなど新たな観光ニーズに対応した取組への支援や、教育旅行・企業等が実施する会議・研修、報奨旅行等（ＭＩＣＥ）を誘致。

様式１

〇ターゲット層
　山陽圏の在住者（特に個人客やファミリー層）

〇選定の理由
　本県の県外観光客（宿泊客）の約３割を占めており（島根県観光動態調査より）、コロナ禍以降増加している自家用車利用による（利用交通機関の９割超）、個人客やファミリー層の来県が多数を占め、ＪＲやバスなどの交通利便性も良く、リピーターの獲得に期待が持てることから、誘客の重点地域とする。

【県外地域別利用交通機関割合】　（令和６年島根県観光動態調査）



【メンバー構成】　（令和４年島根県観光動態調査）

	一人	家族				友人	団体	その他
			未成年含む	夫婦	その他			
山陽圏全体	7.0%	76.6%	35.8%	26.2%	14.6%	13.7%	1.1%	2.8%
広島県	5.4%	77.8%	42.3%	22.4%	13.2%	14.2%	1.3%	2.4%
山口県	10.8%	73.3%	22.5%	34.0%	16.8%	11.3%	1.3%	4.3%
岡山県	7.6%	77.0%	31.7%	29.0%	16.3%	14.8%	0.6%	2.4%

〇取組方針
- 地域の魅力ある観光資源を活用した体験メニューの開発など、個人客やファミリー層に対応した地域主体の観光地域づくりへの支援。
- 「しまね観光ナビ」において、ファミリー層向けプランなどを掲載したＷＥＢサイトを設けて情報発信。
- 冬季閑散期において、島根県の強みである温泉や食を組み込んだ旅行商品をＯＴＡ等と連携した販売促進施策等により、観光消費額の底上げや広域周遊を促進。

様式１

○ターゲット層
　台湾、香港、中国、韓国、東南アジア（タイ、ベトナム等）、フランス

○選定の理由
　島根県の外国人宿泊客延べ数の状況（島根県観光動態調査）、近隣県における国際路線の状況（※１）、市町村の取組等（※２）をふまえ、島根県が重点市場として設定している上記の国・地域等について、連携してインバウンドを推進。
　※１　米子空港：韓国（ソウル）・香港
　　岡山空港：韓国（ソウル）・台湾（台北・高雄）・中国（上海）・香港
　　広島空港：韓国（ソウル）・台湾（台北）・中国（上海・北京）・香港・ベトナム（ハノイ）
　　㊟令和７年２月末時点
　※２　フランスは複数の市町村がターゲットとして力を入れており、タイは県が経済交流を推進し、ベトナムは令和５年１２月に県が定期便化に向け連携協定を交わしたところである。

【外国人宿泊客延べ数】　（令和６年島根県観光動態調査）

国・地域	宿泊客延べ数		対前年
	人　泊	構 成 比	増減
台　　湾	17,569	20.2%	＋30.8%
中　　国	11,817	13.6%	＋53.3%
韓　　国	11,446	13.1%	＋100.4%
アメリカ	7,361	8.4%	＋32.2%
フランス	6,063	7.0%	＋38.6%
香　　港	4,869	5.6%	－0.3%
ｵｰｽﾄﾗﾘｱ	2,061	2.4%	＋31.0%
タ　　イ	1,983	2.3%	＋119.1%
ベトナム	1,650	1.9%	＋7.6%
ド イ ツ	1,533	1.8%	＋65.0%
イギリス	1,285	1.5%	－4.2%
ｼﾝｶﾞﾎﾟｰﾙ	1,256	1.4%	－5.9%

国・地域	宿泊客延べ数		対前年
	人　泊	構 成 比	増減
カ ナ ダ	1,005	1.2%	＋39.8%
イ ン ド	914	1.0%	－31.2%
ｲﾝﾄﾞﾈｼｱ	797	0.9%	＋3.8%
フィリピン	415	0.5%	－19.7%
マレーシア	324	0.4%	－17.1%
ロ シ ア	182	0.2%	＋83.8%
ｿﾉ他ﾖｰﾛｯﾊﾟ	3,343	3.8%	＋40.4%
その他アジア	1,457	1.7%	＋71.6%
中 南 米	673	0.8%	＋142.1%
ｿﾉ他ｵｾｱﾆｱ	381	0.4%	＋62.1%
アフリカ	106	0.1%	＋92.7%
そ の 他	8,670	9.9%	＋260.5%
合　　計	87,160	100.0%	＋46.9%

○取組方針（県が主体として実施）
・県観光動態調査をはじめ、観光庁や日本政府観光局、山陰インバウンド機構等が行う各種調査に基づいた市場分析やマーケティングにより、効果的な外国人誘客を推進。
・団体旅行客が多いベトナム、台湾等では、現地旅行会社に対して旅行商品の造成を支援。個人旅行客が多い香港、フランス等では、ＳＮＳ等を活用して観光情報を発信。
・大阪・関西万博を契機に国内外の関心が高まる関西圏から島根への来訪を誘導するためのプロモーション活動。
・ベトナムなど県内への直接的なゲートウェイを確保するため、県内空港への国際定期便の就航に向けたチャーター便の誘致を推進。
・観光関連事業者によるホームページや案内看板の多言語化等の支援により外国人観光客の受入環境を整備

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	観光振興で島根創生 ～ご縁も、美肌も、しまねから。～
②コンセプトの考え方	島根県の県政運営の指針となる「島根創生計画」の中で位置づけられている「観光の振興」に、島根県全体で取り組んでいくため“観光振興で島根創生”をコンセプトとし、島根県の観光振興のテーマ「ご縁も、美肌も、しまねから。」をサブコンセプトとして設定。 県と連携し観光施策を推進し、観光産業の持続的な発展を図るとともに、交流・関係人口の拡大、ひいては人口減少対策に寄与する。 「ご縁も、美肌も、しまねから。」 島根県には、縁結びで知られる出雲大社、国宝・松江城天守、世界遺産・石見銀山、伝統芸能・石見神楽、隠岐ユネスコ世界ジオパーク、日本遺産・津和野など、唯一無二の歴史・文化、自然といった観光資源が数多く存在する。 これらの島根の誇る「本物」の魅力を知ってもらい観光振興を図るため、2015 年度から『ご縁の国しまね』をテーマに観光プロモーションを進めてきた。 また、島根県は、湿度が高く日照時間が短いなど肌に優しい気象条件が整っており、また、「美肌の湯」「美人の湯」として知られる温泉をはじめ、そば、日本酒など、美容への効果が期待される食材が豊富にあり、「美肌」をはぐくむ環境が整っている。 このため、2019 年度からは「美肌」を加えたコンセプト「ご縁も、美肌も、しまねから。」をテーマに観光振興施策を展開している。

５．関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整･仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有	・当連盟の総会（年１回：６月開催）、理事会（年４回：５月・６月・１１月・３月開催）において、事業実施状況・計画の説明を行い、合意形成を図る。 ・当連盟会員等にホームページ、メール等により当連盟の活動状況を提供し、情報共有。 ・県内 4 地域（出雲地域、雲南地域、石見地域、隠岐地域）の市町村・観光協会等で構成される観光振興に関する協議会等に参加し（年１回以上）、連携を図る。
観光客に提供するサービスについて、維持･向上・評価する仕組みや体制の構築	県内市町村、観光協会、民間事業者の職員を対象に、旬なテーマを設定した研修会を実施し、参加者相互で観光動向など観光振興全般の意見交換を行う。（令和４年度は、「ワーケーション」をテーマに県東部・県西部でセミナーを開催し、あわせて市町村・観光協会との意見交換を実施。令和５年度は、通常総会にあわせて「地域消費額の増大」をテーマとした講演会、３月に「観光分野におけるＳＮＳ発信とデジタルマーケティング講座」を開催。）

観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信･プロモーション	・島根県の観光情報総合サイト「しまね観光ナビ」やＳＮＳを活用した情報発信、県外イベント等により一元的にプロモーションを実施。 ・イベント情報や体験メニューなど観光協会等の観光事業者が、島根県の観光情報総合サイト「しまね観光ナビ」に直接情報入力できるシステムを構築。

６．ＫＰＩ（実績・目標）

（１）必須ＫＰＩ

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2026（Ｒ９）年度
●旅行消費額（億円）	目標	1,223	1,420	1,450	1,200	1,250	1,300
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	949	1,143	1,243	―	―	―
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
●延べ宿泊者数（千人）	目標	3,399	3,820	3,850	3,650	3,700	3,750
		(50)	(100)	(170)	(120)	(140)	(160)
	実績	3,113	3,591	3,614	―	―	―
		(10)	(59)	(87)	(-)	(-)	(-)
●来訪者満足度（%）	目標	―	77.0	79.0	81.0	83.0	85.0
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	75.6	79.8	77.8	―	―	―
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
●リピーター率（%）	目標	―	50.0	52.0	54.0	56.0	58.0
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	47.7	47.4	44.6	―	―	―
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

島根県の観光施策と連動するため、旅行消費額及び延べ宿泊者数については「島根創生計画」の中で設定されているＫＰＩを参考に目標数値とした。

また、今後、ロイヤルカスタマーの誘客を図るため、来訪者満足度及びリピーター率を重要ＫＰＩとして設定。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

「島根創生計画　施策の主なＫＰＩ一覧（令和５年度改訂版及び第２期）」の数値を参考に、目標値を設定。

●延べ宿泊者数

「島根創生計画　施策の主なＫＰＩ一覧（令和５年度改訂版及び第２期）」の数値を参考に、目標値を設定。

●来訪者満足度
「島根県観光動態調査結果」のデータから宿泊客の「満足」の割合とし、Ｒ２年度からＲ３年度の伸び率等の実績をもとに毎年度 2%UP を目標値として設定。なお、令和 5 年第 2 四半期から選択肢を 11 段階に変更しており、8 点以上を「満足」とした。

●リピーター率
「島根県観光動態調査結果」のデータから県外客の島根県への訪問回数（宿泊）で「３回以上」の割合とし、Ｒ２年度からＲ３年度の伸び率等の実績をもとに毎年度 2%UP を目標値として設定。

（２）その他の目標

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2026（Ｒ９）年度
●ホームページアクセス数（千ＰＶ）	目標	―	10,500	11,000	13,500	14,000	14,500
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	10,107	10,805	13,200	―	―	―
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
●島根県への旅行意向割合	目標	64.6	66.0	67.3	62.0	63.0	64.0
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	64.3	61.4	61.3	―	―	―
		(-)	(-)	(-)	(―)	(―)	(―)
●推奨意向（県外客）（%）	目標	―	79.0	80.0	80.0	81.0	82.0
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	78.4	78.6	76.2	―	―	―
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
●推奨意向（県内客）（%）	目標	―	79.0	80.0	80.0	81.0	82.0
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	77.2	79.2	71.6	―	―	―
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】
デジタルマーケティングを強化するため、島根県の観光情報総合サイト「しまね観光ナビ」のアクセス数（総ページビュー）を、また、情報発信や誘客施策の効果を把握するため、第１ターゲット層の首都圏在住者の旅行意向、来県者の満足度を補足するために県外客の推奨意向、さらに、県民の島根県の観光の推奨意向を数値目標として設定。

【設定にあたっての考え方】
●ホームページアクセス数
GA4（Google Analytics4）を活用することで、「しまね観光ナビ」の閲覧者の状況を分析し、ターゲット設定や事業効果などに幅広く活用。実績をもとに 500 千ＰＶの伸びを目標値として設定。
●島根県への旅行意向割合
第１ターゲット層に設定している首都圏在住者（埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県の 20 代～60 代の男女）の旅行意向を把握することで（しまねの観光認知度調査）、プロモーション施策のＰＤＣＡに活用。令和 7 年度以降は、令和５年度の実績をもとに毎年度 1%UP を目標値として設定。）

●推奨意向（県外客）
満足度調査の補完資料として活用（令和４年島根県観光動態調査第２四半期からの調査のため、令和３年度までの数値は未記入）。令和４年度の実績をもとに毎年度1%UPを目標値として設定。なお、令和５年第２四半期から選択肢を11段階に変更しており、８点以上を集計した。
●推奨意向（県内客）
県内客の島根県での観光の推奨意向を調査することで、県民の観光に対する認識を把握（令和４年島根県観光動態調査第２四半期からの調査のため、令和３年度までの数値は未記入）。令和４年度の実績をもとに毎年度1%UPを目標値として設定。

７．活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

（１）収入

年（年度）	総収入（円）	内訳	
2022（Ｒ４）年度	258,653,134円 ※別途特別会計の収入（23,507,750円）あり	【県からの補助金】 【県負担金】 【市町村・観光協会会費】 【民間会員会費】 【寄付金】 【キャラクター使用許諾料など】 【前期繰越収入】	221,896,255円 9,000,000円 13,327,000円 2,940,000円 3,945,419円 1,599,678円 5,944,782円
2023（Ｒ５）年度	231,397,249円 ※別途特別会計の収入（22,102,418円）あり	【県からの補助金】 【県負担金】 【市町村・観光協会会費】 【民間会員会費】 【寄付金】 【キャラクター使用許諾料など】 【前期繰越収入】	193,571,828円 9,000,000円 13,327,000円 3,060,000円 5,098,552円 1,581,965円 5,757,904円
2024（Ｒ６）年度	402,051,614円	○一般会計 【県からの補助金】 【県負担金】 【市町村・観光協会会費】 【民間会員会費】 【寄付金】 【キャラクター使用許諾料など】 【前期繰越収入】 ○特別会計Ⅰ「＆ご縁の聖地」ブランド誘客促進事業 【国補助金】 【県負担金】 【市町村負担金】 【その他収入】 【前期繰越収入】 ○特別会計Ⅱ　石見地域観光振興事業 【県補助金】 【市町村等負担金】 【その他収入】	312,644,749円 277,728,504円 9,000,000円 13,327,000円 3,150,000円 5,089,526円 2,339,663円 2,010,056円 35,716,660円 12,187,500円 10,150,000円 11,059,000円 2,297,609円 22,551円 53,690,205円 51,648,137円 1,580,000円 462,068円

様式１

2025（Ｒ７） 年度	431,804,000 円	○一般会計 272,118,000 円 【県からの補助金】 234,942,000 円 【県負担金】 9,000,000 円 【市町村・観光協会会費】 13,327,000 円 【民間会員会費】 3,180,000 円 【寄付金】 5,100,000 円 【キャラクター使用許諾料など】 1,937,000 円 【前期繰越収入】 4,632,000 円 ○特別会計Ⅰ「＆ご縁の聖地」ブランド誘客促進事業 24,659,000 円 【県負担金】 10,150,000 円 【市町村負担金】 11,059,000 円 【その他収入】 3,350,000 円 【前期繰越収入】 100,000 円 ○特別会計Ⅱ　石見地域観光振興事業 135,027,000 円 【県補助金】 132,638,000 円 【市町村等負担金】 1,580,000 円 【その他収入】 0 円 【前期繰越収入】 809,000 円
2026（Ｒ８） 年度	431,804,000 円	○一般会計 272,118,000 円 【県からの補助金】 234,942,000 円 【県負担金】 9,000,000 円 【市町村・観光協会会費】 13,327,000 円 【民間会員会費】 3,180,000 円 【寄付金】 5,100,000 円 【キャラクター使用許諾料など】 1,937,000 円 【前期繰越収入】 4,632,000 円 ○特別会計Ⅰ「＆ご縁の聖地」ブランド誘客促進事業 24,659,000 円 【県負担金】 10,150,000 円 【市町村負担金】 11,059,000 円 【その他収入】 3,350,000 円 【前期繰越収入】 100,000 円 ○特別会計Ⅱ　石見地域観光振興事業 135,027,000 円 【県補助金】 132,638,000 円 【市町村等負担金】 1,580,000 円 【その他収入】 0 円 【前期繰越収入】 809,000 円
2027（Ｒ９） 年度	431,804,000 円	○一般会計 272,118,000 円 【県からの補助金】 234,942,000 円 【県負担金】 9,000,000 円 【市町村・観光協会会費】 13,327,000 円 【民間会員会費】 3,180,000 円 【寄付金】 5,100,000 円 【キャラクター使用許諾料など】 1,937,000 円 【前期繰越収入】 4,632,000 円 ○特別会計Ⅰ「＆ご縁の聖地」ブランド誘客促進事業 24,659,000 円 【県負担金】 10,150,000 円 【市町村負担金】 11,059,000 円

		【その他収入】 3,350,000 円 【前期繰越収入】 100,000 円 ○特別会計Ⅱ　石見地域観光振興事業 135,027,000 円 【県補助金】 132,638,000 円 【市町村等負担金】 1,580,000 円 【その他収入】 0 円 【前期繰越収入】 809,000 円

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳
2022（Ｒ４）年度	252,895,230 円 ※別途特別会計の支出（23,494,927 円）あり	【旅行業連携誘客推進事業】 115,518,002 円 【観光情報発信事業】 24,263,859 円 【テーマ型マーケット開拓事業】 20,717,695 円 【受地開発支援事業】 2,674,952 円 【管理費等】 89,720,722 円
2023（Ｒ５）年度	229,387,193 円 ※別途特別会計の支出（22,079,867 円）あり	【旅行業連携誘客推進事業】 90,283,872 円 【観光情報発信事業】 23,156,053 円 【テーマ型マーケット開拓事業】 16,445,533 円 【受地開発支援事業】 7,320,857 円 【管理費等】 92,180,878 円
2024（Ｒ６）年度	397,429,542 円	○一般会計 308,721,214 円 【旅行業連携誘客推進事業】 119,314,999 円 【観光情報発信事業】 29,955,690 円 【テーマ型マーケット開拓事業】 10,772,049 円 【受地開発支援事業】 1,733,460 円 【マーケティング事業】 6,815,379 円 【管理費等】 140,129,637 円 ○特別会計Ⅰ「＆ご縁の聖地」ブランド誘客促進事業 35,708,057 円 【誘客促進事業】 31,335,888 円 【管理費】 4,372,169 円 ○特別会計Ⅱ　石見地域観光振興事業 53,000,271 円 【誘客促進事業】 22,927,985 円 【情報発信事業】 14,891,000 円 【インバウンド誘客促進事業】 13,829,152 円 【管理費等】 1,352,134 円
2025（Ｒ７）年度	431,804,000 円	○一般会計 272,118,000 円 【旅行業連携誘客推進事業】 51,596,000 円 【観光情報発信事業】 34,431,000 円 【テーマ型マーケット開拓事業】 8,400,000 円 【受地開発支援事業】 16,000,000 円 【マーケティング事業】 8,370,000 円 【管理費等】 153,321,000 円 ○特別会計Ⅰ「＆ご縁の聖地」ブランド誘客促進事業 24,659,000 円 【誘客促進事業】 20,000,000 円 【管理費】 4,659,000 円

様式１

		○特別会計Ⅱ　石見地域観光振興事業　135,027,000 円 【旅行会社連盟誘客促進事業】　17,500,000 円 【情報発信事業】　14,891,000 円 【観光地域づくり推進事業】　9,655,000 円 【インバウンド誘客促進事業】　4,562,000 円 【萩・石見空港観光利用促進事業】　86,030,000 円 【管理費等】　2,389,000 円
2026（Ｒ８） 年度	431,804,000 円	○一般会計　272,118,000 円 【旅行業連携誘客推進事業】　51,596,000 円 【観光情報発信事業】　34,431,000 円 【テーマ型マーケット開拓事業】　8,400,000 円 【受地開発支援事業】　16,000,000 円 【マーケティング事業】　8,370,000 円 【管理費等】　153,321,000 円 ○特別会計Ⅰ「＆ご縁の聖地」ブランド誘客促進事業　24,659,000 円 【誘客促進事業】　20,000,000 円 【管理費】　4,659,000 円 ○特別会計Ⅱ　石見地域観光振興事業　135,027,000 円 【旅行会社連盟誘客促進事業】　17,500,000 円 【情報発信事業】　14,891,000 円 【観光地域づくり推進事業】　9,655,000 円 【インバウンド誘客促進事業】　4,562,000 円 【萩・石見空港観光利用促進事業】　86,030,000 円 【管理費等】　2,389,000 円
2027（Ｒ９） 年度	431,804,000 円	○一般会計　272,118,000 円 【旅行業連携誘客推進事業】　51,596,000 円 【観光情報発信事業】　34,431,000 円 【テーマ型マーケット開拓事業】　8,400,000 円 【受地開発支援事業】　16,000,000 円 【マーケティング事業】　8,370,000 円 【管理費等】　153,321,000 円 ○特別会計Ⅰ「＆ご縁の聖地」ブランド誘客促進事業　24,659,000 円 【誘客促進事業】　20,000,000 円 【管理費】　4,659,000 円 ○特別会計Ⅱ　石見地域観光振興事業　135,027,000 円 【旅行会社連盟誘客促進事業】　17,500,000 円 【情報発信事業】　14,891,000 円 【観光地域づくり推進事業】　9,655,000 円 【インバウンド誘客促進事業】　4,562,000 円 【萩・石見空港観光利用促進事業】　86,030,000 円 【管理費等】　2,389,000 円

（３）自律的･継続的な活動に向けた運営資金確保の取組･方針

・島根県や市町村等との役割分担により、当連盟の強み（専門性・継続性・機動性）を活かした事業へ島根県・市町村からの補助金等を継続的に確保する（継続的に県、市町村と協議を行っている）。
・経済状況の回復に伴い、民間会員からの会費、寄付金収入を確保する。
・島根県の観光情報総合サイト「しまね観光ナビ」の広告収入による増収を図る。
・島根県観光キャラクター「しまねっこ」使用許諾料・グッズ販売による収入を確保する。
・観光支援自動販売機の設置による手数料収入の増収を図る。

８．観光地域づくり法人形成･確立に対する関係都道府県･市町村の意見

島根県は、公益社団法人島根県観光連盟を本県における地域連携ＤＭＯとして登録したいので、公益社団法人島根県観光連盟とともに申請します。

９．マーケティング･マネジメント対象区域が他の地域連携ＤＭＯ（県単位以外）や地域ＤＭＯと重複する場合の役割分担について

【他の地域連携ＤＭＯや地域ＤＭＯとの間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った（行っている）か】

当連盟のマーケティング･マネジメント対象区域は島根県全域で、対象エリアが重複するＤＭＯは以下のとおりであるが、一般社団法人山陰インバウンド機構が開催される山陰地区ＤＭＯ連絡会議に出席するとともに、相互に総会・役員会・担当者会議に出席するなど情報共有を行い、事業計画・実施の連携を図っている。

［島根県に関係するＤＭＯ］

一般社団法人山陰インバウンド機構（広域連携ＤＭＯ）、一般社団法人中海・宍道湖・大山圏域観光局（地域連携ＤＭＯ）、一般社団法人隠岐ジオパーク推進機構（地域連携ＤＭＯ）、一般社団法人大田市観光協会（地域ＤＭＯ）、一般社団法人松江観光協会（地域ＤＭＯ）、一般社団法人ますだプライドクリエーション（地域ＤＭＯ（候補法人））

【区域が重複する背景】

当連盟は島根県全域を対象としているため、複数市町村を対象とする組織が地域連携ＤＭＯになっている場合や県内の市町村観光協会が地域ＤＭＯになっている場合に区域が重複することとなる。

【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】

島根県観光連盟は、島根県全域を対象とした地域単位では行えない広域的な事業（地域の枠を越えた情報発信（WEB マーケティング事業やロケ＆メディア取材誘致促進事業等）や誘客事業（旅行会社商品造成販売支援事業や教育旅行等誘致事業等））を展開している。

県内各ＤＭＯ（地域連携ＤＭＯ、地域ＤＭＯ）は、各対象地域におけるコンテンツ造成や受入体制の整備等の事業を展開している。

【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】
県内各ＤＭＯと事業計画や実施状況などを定期的に情報共有し、役割分担と連携を図ることで、効率的・効果的な事業展開を図ることができる。

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	松本修吉
担当部署名（役職）	専務理事
郵便番号	690-8501
所在地	島根県松江市殿町１番地
電話番号（直通）	0852-21-3969
ＦＡＸ番号	0852-22-5580
Ｅ－ｍａｉｌ	s-matsumot@shimakanren.or.jp

１１．関係する都道府県･市町村担当者連絡先

都道府県･市町村名	島根県
担当者氏名	横田智昭
担当部署名（役職）	商工労働部観光振興課誘客第二係 係長（島根県観光連盟との連絡・調整）
郵便番号	690-8501
所在地	島根県松江市殿町１番地
電話番号（直通）	0852-22-6323
ＦＡＸ番号	0852-22-5580
Ｅ－ｍａｉｌ	yokota-chiaki@pref.shimane.lg.jp

（登録）【地域連携DMO】公益社団法人島根県観光連盟

様式２

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】
島根県
【設立時期】 平成４年４月１日
【設立経緯】
①区域に観光協会があるが、役割分担等をした上でDMO新設
【代表者】 会長　鵜鶏　順
【統括責任者】 専務理事　松本修吉
【マーケティング責任者（CMO）】 事務局長（営業課長） 三島　仰
【財務責任者（CFO）】 事務局次長（総務企画課長） 広野　智志
【職員数】 28人（常勤28人（正職員7人・嘱託職員15人、県派遣4人、市派遣2人））
【主な収入】 （令和6年度決算）
会費・寄付金・負担金53百万円、県補助金329百万円
【総支出】
事業費252百万円、管理費等146百万円
【連携する主な事業者
島根県、市町村、観光協会、商工会議所連合会、商工会連合会、宿泊事業者、観光施設、交通事業者、メディア関係者　等

KPI（実績・目標）

記入日：　令和7年7月29日

※（　）内は外国人に関するもの。

項目		2022（R4）年	2023（R5）年	2024（R6）年	2025（R7）年	2026（R8）年	2027（R9）年
旅行消費額（億円）	目標	1,223（－）	1,420（－）	1,450（－）	1,200（－）	1,250（－）	1,300（－）
	実績	949（－）	1,143（－）	1,243（－）	―	―	―
延べ宿泊者数（千人）	目標	3.399（50）	3,820（100）	3,850（170）	3,650（120）	3,700（140）	3,750（160）
	実績	3,113（10）	3,591（59）	3,614（87）	―	―	―
来訪者満足度（%）	目標	―（－）	77.0（－）	79.0（－）	81.0（－）	83.0（－）	85.0（－）
	実績	75.6（－）	79.8（－）	77.8（－）	―	―	―
リピーター率（%）	目標	―（－）	50.0（－）	52.0（－）	54.0（－）	56.0（－）	58.0（－）
	実績	47.7（－）	47.4（－）	44..6（－）	―	―	―

戦略

【主なターゲット】
〇首都圏・近畿圏・中京圏及び山陽圏
〇台湾、香港、中国、韓国、東南アジア、フランス
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
・島根ならではの豊かな自然や歴史・文化など地域資源を活用した観光地域づくりを推進
・島根の持つ観光の魅力を戦略的に情報発信
・効果的な誘客推進のため、各種調査に基づいたデータ分析・マーケティング
【観光地域づくりのコンセプト】
観光振興で島根創生
～ご縁も、美肌も、しまねから。～

具体的な取組

【情報発信・プロモーション】
〇旅行会社と連携した誘客推進事業
・旅行会社商品造成販売支援ほか
〇観光情報発信事業
・WEB等による情報発信ほか
〇テーマ型マーケット開拓事業
・教育旅行の誘致ほか
〇萩・石見空港を活用した誘客促進事業
・OTA等と連携した誘客促進ほか
〇インバウンド誘客促進事業
・インバウンドFIT向け高速バス割引ほか

【受入環境の整備】
〇受地開発支援事業
・研修による人材育成ほか

【観光資源の磨き上げ】
〇マーケティング事業
・データ分析に基づいたマーケティング・情報提供
〇誘客促進事業
・観光資源を活用したイベント・商品化支援