

令和5年度（一社）隠岐ジオパーク推進機構 事業報告書

《令和5年度総括》

（一社）隠岐ユネスコ世界ジオパーク推進協議会と隠岐観光協会が合併し観光地域づくり法人「（一社）隠岐ジオパーク推進機構」を設立し2年目となり、また世界ジオパーク再認定審査を通じて課題も見えてきていることから、ジオパークを基盤とした観光振興を更に推進するとともにより効率的な組織運営を行うために、管理職を含めた職員研修や事務局体制の見直し、人事評価制度の構築に取り組み、次年度以降の事業実施の基盤が構築できた。

また、本年度9月9日は世界ジオパークに認定されてから10年となるため、10周年を記念したポスター制作やSNS発信などの誘客プロモーション並びに地域住民への更なる啓発活動としてシンポジウムを含めたイベントの開催と隠岐4島での巡回展を実施した。

加えて、地域版OTAの着手により機構のホームページ上で一括予約できるシステムが構築されてオンライン上でのシームレスな予約・決済への導線をつくることが可能となったほか、宿泊施設の高付加価値化改修を4島一体となって取り組んだことによって高単価な旅行者を次年度以降に獲得するための土壌ができた。

1. ブランディング事業 【決算額：14,596千円】

(1) サステナブルツーリズムの創出

＜目的＞

JSTS-D（日本版持続可能な観光ガイドライン）に基づくロゴマーク取得に取り組むことにより、日本における観光・ジオ・島づくりにおいてのポジションを確立し、隠岐DMOとして隠岐圏域での「持続可能な観光地域づくり※」を推進する。

※「持続可能な観光地域づくり」

「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくりを実現するため、観光客と地域住民の双方に配慮し、多面的に客観的なデータ計測と中長期的な計画に基づく総合的な観光地マネジメントを行うこと。

具体的には、観光客に向けた観光地の受入環境整備とあわせて、感染症対策や災害に備えた危機管理、地域の自然環境や文化遺産の保護を行うことで観光を地域の経済や社会の発展につなげ、地域住民が観光による恩恵を実感し、先人たちが守ってきた地域の価値を次世代に確実に受け継ぎ、持続可能な観光地マネジメントへの取組となることを目指す。

＜実施内容＞

JSTS-D（日本版持続可能な観光ガイドライン）に基づくロゴマークの取得に向けて、人材育成プログラム（動画授業、ステークホルダー14名も参加）を受講するとともに、導入研修（7月末）に参加した。また、JSTS-Dを活用した隠岐地域のアセスメントと優先課題の特定についての研修（10月～11月）に参加し、隠岐地域のアセスメントを実施した。さらに、理解度テストの実施を通じて自地域に必要な今後の取組の整理を行った。

＜成果＞

研修プログラムにおいてJSTS-Dを活用した隠岐地域のアセスメントを行うことにより、サステナブルツーリズムの創出に向けての隠岐地域が抱える課題等に対して、理解を深めることができた。

(2) ロゴ・グッズ・ツールの開発

＜目的＞

隠岐ジオパークとしてのオリジナルグッズを開発し、配布・販売することで、隠岐ジオパークの知名度を高めるとともに自主財源の一部とする。

＜実施内容＞

- ① 隠岐ジオパークのオリジナルエコバックを作成し、10周年記念イベント（講演会・ごみ拾いイベント等）で、計300枚のエコバックを配布した。
- ② 販売用の隠岐ジオパークのオリジナルエコバックについて、地元の事業者と協議を重ねて作成した。※令和6年4月から隠岐自然館で販売を開始

<成果>

- ①来場者や参加者の方々を通して**隠岐ジオパーク**について改めて認知いただいたとともに、**イベントへの集客の一助**となった。
- ②隠岐の事業者を利することができたとともに、**自主財源確保の取組みの一つ**として開始できた。

(3) **ファクトブックの作成**

<目的>

世界ジオパーク認定 10 周年を迎えたことを機として、2003 年から始まった「まちづくり」の活動がジオパーク活動へとつながった経緯とボトムアップによるジオパーク活動の経緯をまとめるとともに、隠岐の未来に向けた取り組みを紹介するための 10 年誌を作成し、その内容を周知することによって、**当機構の取組に対する地域住民の理解促進**を改めて図る。

また、日本ジオパークネットワークへ参画している地域に対して、10 年誌を通じて当機構の取組内容を周知することによって**誘客促進**につなげる。

<実施内容>

高校生を含めた約 30 人の関係者へのインタビューを行い、10 年誌用の原稿データの作成は完了したが、関係者へのインタビューと文書校正に時間を要し、当初の予定であった印刷・配布までには至らなかった。このため、推進機構の Web 上に 10 年誌用の内容を公開し、広く周知することとする。

<成果>

地域住民の理解促進と島外からの誘客促進につなげることに向けて、**当機構のこれまでの取組経過だけではなく、隠岐の未来に向けた内容のものを作成することができた。**

(4) **世界認定 10 周年記念事業**

<目的>

10 年を節目として、隠岐の魅力を地域住民が再確認する機会とするとともに、未来の隠岐・地球について考えることで、より一層、**地域一丸となって隠岐を盛り上げていくための機運醸成**を図る。また、さらなる隠岐圏域への誘客促進に向けて、より効果的な情報発信手法の検討等を行う。

<実施内容>

以下のイベント等を実施した。

- ①認定記念シンポジウム、e-スポーツ大会、各種ワークショップ 9 月 9 日(土)

来場者 約 400 名



- ② 4 町村一斉清掃活イベント 9 月 10 日

参加者 隠岐の島町：約 70 名、海士町：約 20 名、西ノ島町：約 25 名、知夫村：約 30 名
計 145 名



- ③ヤッホー森イベント 10 月 22 日：約 700 名

- ・講演会@大ホール
- ・林業事業者ワークショップ@屋外ブース(駐車場)
- ・出張！島大ミニ博物館@2 階大集会室
- ・隠岐の研究紹介コーナー

- ・自然体験イベント 11月18日 荒天により中止

④その他関連イベント(共催等)

- ・隠岐高校ビーチクリーン in 久見：約70名
- ・隠岐ジオパーク 10th+環境省60周年コラボ事業 登山道整備講習会：約20名
- ・隠岐自然館 隠岐地域(4町村)住民無料開放期間 308名(一般234名、小中74名)

⑤島外向け

- ・島外向け発信総合ディレクション
10周年であることを隠岐やジオパークを知らない人にも伝わる広報物とそのデザインについて、外部の専門家の助言を受けながら総合的にまとまりがでるように企画した。
- ・10周年プレスリリース
10周年のプレスリリース発信を行った。作成にあたってはPR代理店の協力を得てメディアの視点で10周年の発信内容を整理した。
- ・ポスター、LP(特設Webページ)、シール、チラシの作成
10周年の対外的な周知や記念イベントでのノベルティとしての配布を目的に、10周年を記念したポスター、シール、チラシの作成を行った。また観光ポータルサイト「隠岐の島旅」での発信を強化するために、LP(特設Webページ)を作成し、サイトを訪れたユーザーへの情報発信を行った。
- ・Instagram発信コンサル、投稿内容作成
ここ1-2年で急速にInstagramきっかけでの来島が増えていることもあり、また機構で保有しているアカウントの恒常的な発信も途絶えていたことから、10周年であることの周知を投稿、広告、リール動画を通じて行うとともに、今後の効果的かつ継続的な運用に対するコンサルティングを受けた。
- ・雑誌「島へ。」での隠岐特集の掲載
10周年を機に33ページに渡り隠岐を取り上げていただいた。
また、PRツールとしての抜き刷り冊子も作成した。



<成果>

認定記念シンポジウムをはじめ、海岸清掃イベント、その他関連イベントの実施したことで、地域住民に隠岐ジオパークとしての自然の豊かさだけでなく、隠岐地域内で取り組まれている教育活動や保全活動や地域づくりの活動について全国や世界から高い評価を得ていることを知っていただける機会となった。実施にあたり、連携いただいた関係団体の方々からは、単発ではなく次年度以降も継続して、清掃活動イベント等については、実施が重要という声もいただき、未来の隠岐や世界について考えるきっかけをつくることのできた。

また、島外の隠岐非認知層に対する情報発信について、より効果的な手法を確立することができた。特に、Instagramについては、効果的かつ継続的な運用に対するコンサルティングを受けたことで、約16%(約500人増)フォロワー数を増加させることができた。

2. ネットワーク事業 【決算額：6,343千円】

(1) モンベルとの連携

<目的>

モンベル会員向け情報誌に記事及びアウトドアアクティビティ情報を掲載し、モンベル会員への認知拡大を図ることで、モンベル会員ネットワークを活用した、隠岐圏域へのさらなる誘客促進を目指す。

<実施内容>

モンベルフレンドエリアとして、モンベル会員向けの広報誌に隠岐の情報を掲載した。

<成果>

モンベルとの連携体制を維持するとともに、会員ネットワークを活用した隠岐への誘客促進の一助となった。

(2) ICT活用

<目的>

SONY テレプレゼンシシステム「窓」を活用し、ジオパーク拠点施設間をつなぐことで、島前・島後どちらの拠点施設からでも、来訪者からのジオパークへの疑問・質問に対応できる体制を整えるとともに、拠点施設間のコミュニケーションツールとして活用し、業務の円滑化を図る。

また、「窓」を導入している島外のジオパーク地域・企業と当機構とをつないで遠隔交流を行い、互いの取り組みを共有することで、ジオパークネットワークへの貢献に努める。

<実施内容>

隠岐ジオゲートウェイ 1F 事務所と Entô ジオ事務所の 2 拠点を常時つなげ、職員間のコミュニケーションを継続して運用した。

また、北海道地図株式会社、北海道三笠市立三笠中学校と接続し、隠岐ジオパークについての遠隔授業を行った（7 月 14 日）

<成果>

本事業の実施により、島前島後 2 拠点の職員間のコミュニケーションが向上し、業務遂行が向上している。また、三笠中学校との遠隔授業を実施したことで、ジオパークネットワークへの貢献につながった。



(3) JGN・GGN大会等

GGN 国際会議（モロッコ）

<目的>

世界ジオパークネットワークの総会やアジア太平洋ジオパークネットワークのコーディネーター会議に参加し、ジオパークプログラムに関する最新の情報を得る。また、地域事例発表など情報交換等によるジオパークネットワークへの貢献を図る。

<実施内容>

隠岐からの事例紹介として、同行していた関係者 2 名からの事例（ジオパークの拠点施設について。高校におけるジオパーク教育について）を発表することができた。当機構の事務局員からの事例紹介は会議の最終日に予定されていたが、前日の大地震の影響によって発表できなかった。一方で、コロナ禍中にオンラインでつながりができた関係者（インドネシア、ルーマニア、フィンランド、フィリピン）と実際の協議を行い、今後の協力事業について話した。

また、会議中に開催された世界ジオパークネットワークの総会では、2013 年の 3 月に隠岐で開催された国際海洋シンポジウムについて紹介があり、当地域のネットワークへの貢献が評価された。会議の閉会式では隠岐ジオパークの再認定証明書を受け取った。

<成果>

帰国後に交流事業の候補となるインドネシアの Maros Pangkep ユネスコ世界ジオパークと複数回のオンライン会議を重ね、連携協定の締結に向かって調整を進めている。



地球惑星科学連合大会（幕張）

<目的>

地球惑星科学連合大会内で開催される日本ジオパークネットワークの公開プレゼンテーション及びジオパークセッションに参加し、最近の動向の情報収集を行うとともに、地質資源の保全保護についての考え方について学ぶ機会とする。

<実施内容>

事務局 3 名が公開プレゼンテーション及び地質遺産に関する保全保護セッションに参加し、地質遺産に関する取り組みについて学んだ。また、全国大会で隠岐ジオパークが受け持つ海洋ゴミ

に関する協議も行った。また、事務局の別な1名が、日本ジオパーク委員会（JGC）の委員として参加し、再認定審査地域との意見交換を行った。

<成果>

地質遺産の保護については、当ジオパークにおいても課題の一つであり、今回の地質遺産の保全・保護セッションに参加し、**発展途上国における地質資源発掘の労働状況など、国外における背景を知ることができたため、隠岐における事業者への説明にも活用することができるようになった。**

JGN 総会（東京）

<目的>

令和4年度の事業報告及び決算と令和5年度の事業計画及び予算についての議決を行うために参加する。また、同日午後から開催されるジオパークによる地域振興議員連盟に出席しジオパークに関する要望活動を行う。

<実施内容>

事務局1名が参加し、他ジオパークとの意見交換及び関係省庁への挨拶を行った。

<成果>

観光庁及び環境省など補助事業担当課との意見交換をすることができた。

JGN 全国大会

<目的>

ジオパークはネットワーク活動であり、それぞれの地域の成功事例や失敗事例などを共有することで、ネットワーク全体のレベル向上を目的として毎年持ち回りで全国大会が開催されている。**各地域の取組状況の情報を収集し隠岐での活動の参考とするとともに、隠岐での事例を発表することで他地域との交流事業の機会創出とジオパークによる視察誘致を目的として参加する。**

<実施内容>

10/26～27日に開催された全国大会・関東大会（銚子、秩父会場）に、隠岐高等学校（校長、高校生5人）、（株）海士（ホテルEntô支配人）、副理事長及び事務局4名が参加し、海岸漂着物に関する分科会、生態ワーキングにおける分科会の進行及び口頭発表、ポスター発表を行った。高校生の口頭発表では親子をターゲットにした歴史を学び実際に体を動かす体験型の原始人体験の発表を行った。ポスター発表では高校生の2組が参加し、変化に向き合い未来のために様々に行動する仲間を増やす学びのシェアについてと隠岐4島の高校生サークルWAIRA ACTについて発表を行った。

<成果>

今回の全国大会では日本ジオパークネットワークへの貢献として、**SDG s や高校生による活動を行っている隠岐高等学校とホテルEntôを運営する（株）海士が開会式において表彰を受け、隠岐の取組を広く周知することができた。**

また、海岸漂着物に関する分科会を隠岐ジオパークが受け持ち、国連海洋科学の10年（2021年～2030年）において、隠岐ジオパークで開催したキックオフミーティング、国際海洋ゴミシンポジウムの取組をきっかけとして、日本ジオパークネットワークとして**連携した取り組みができるようになった。**

高校生が行ったポスター発表（SDG s の取組、高校生サークルWAIRA・ACTに関する活動）については参加者からの評価も高く、隠岐の取組を周知するとともに**連携事業のきっかけを作ることができた。**



JGN 中四国近畿ブロック会議

<目的>

日本ジオパークネットワーク中四国近畿ブロック内のジオパーク地域が、合同研修を通して互いに学びあうとともに、人的ネットワークの構築を図る。

<実施内容>

2月13日、14日に徳島県三好市で開催された「2023年度 JGN 中四国近畿ブロック研修会」に事務局2名および海士町の観光関係者1名が参加した。

※2024年度は山陰海岸ジオパークで開催予定。※2026年度は隠岐地域が担当輪番

<成果>

気象災害をテーマとして中四国近畿ブロックの関係者との意見交換、懇親を深め、各地域の取組、課題等を共有でき、有意義な研修会となった。

景観を損ねない防災対策及び危機管理マニュアルを隠岐地域においても今後策定を行うことの必要性が分かった。

三地域交流事業

<目的>

近接する3つのジオパーク（隠岐、山陰海岸、島根半島・宍道湖中海）が、研修を通して互いに学びあうとともに、人的ネットワークの構築を図る。

<実施内容>

11月21日、22日に島根町で開催した「2023年度3ジオ地域合同研修会」に事務局1名及び観光関係者3名（西ノ島町2名、知夫村1名）が参加した。

※2024年度は山陰海岸ジオパークで開催予定。※2025年度は隠岐地域が担当輪番

<成果>

事務局だけでなく地域内の観光関係者も参加することで、他地域の観光関係者との人的ネットワークを構築することができた。

隠岐地域から参加した観光関係者からは、「同業者が集まる機会では、ガイドの知識や伝え方のノウハウをかなり吸収できるので、今後もこのような機会があれば積極的に参加したい」という声もあり、観光面におけるジオパークの活動推進につなげることができた。



JGN事務局長会議

<目的>

日本ジオパークネットワークに参画する正会員地域及び準会員地域の事務局長が一堂に会し、最近のユネスコ世界ジオパークに関する状況、JGNとしての事業方針、組織の法人化に関する考え方及び地質資源の保全・保護に関する考え方についての共有を行う。

<実施内容>

8月29～30日の日程で開催された事務局長会議に参加し、隠岐における法人化の取組や地質資源に関する取り組み事例の発表を行った。

<成果>

事務局長会議での事例発表を受けて、伊豆半島ユネスコ世界ジオパーク（4名）、桜島錦江湾ジオパーク（3名）、南紀熊野ジオパーク（2名）の視察受け入れにつながった。

3. 教育推進事業【決算額：9,989千円】

(1) 教育機関連携

① ジオパーク学習会

＜目的＞

隠岐地域内の未就学児を含む学校教育および社会教育活動においてジオパークの要素を取り入れた学習を実施することにより、**地域住民の隠岐ジオパークと地域の環境保全への関心を高める。**

＜実施内容＞

隠岐島内の学校及び地域内の地域団体が隠岐ジオパークを活用とした学校教育および生涯教育活動を円滑に取り組めるように、講師を派遣した。100件(島前：56件 島後：44件)

＜成果＞

今年度の依頼件数は昨年度より20件程度増加した。その大半は教育関係の依頼ではあるが、新たな事業所等からの依頼もあるため、**講師派遣制度が少しずつではあるが浸透しつつある。**

学校関係において教職員が入れ替わるため毎年講師派遣制度について説明する必要がある。教育関係だけでなく、公民館や事業所の件数も増やしていきたい。

② 高校魅力化事業との連携

＜目的＞

ジオパークを活用した各高等学校や養護学校の魅力化事業への支援および隠岐島内の高校生を対象にした4校交流事業等を実施し、関係機関と連携して、**次世代の担い手の育成**を図る。

＜実施内容＞

・隠岐島前高校歩こう会講師派遣 4月19日(水)

・WAIRA ACT(8名)

7/2 しまね未来共創チャレンジ合宿、9/9 ユメジマ、9/10 トークイベント oki island

2050にて展示、9/17.18 二ホンアシカ発掘調査、10/14 しまね未来共創チャレンジ中間発表、10/26～29 ジオパーク全国大会(銚子)、11/23 アマナ取材、

・バディアートプロジェクト(山陰パナソニック)

隠岐養護学校の生徒が隠岐をテーマに絵を書きそれをデザイナーとともに作品を制作

＜成果＞

本年度は、隠岐4島の高校生によるプロジェクトサークル「WAIRA ACT」を結成し、しまね未来共創チャレンジや隠岐ジオパーク10周年記念シンポジウムと合わせて実施した「ユメジマ」ワークショップ等で発表や企画実施を行うことで、サークルメンバーである**高校生自身が、地域未来を考え、主体的に地域を盛り上げていく姿勢をはぐくむ場を創出**することができた。

今後も「WAIRA ACT」を中心に高校生たちが主体的に取り組むことで、隠岐地域に貢献できる人材が育成されることが期待できる。

③ 地域連携事業

＜目的＞

4町村や地域住民が行っている地域活性化イベントや学習イベント等と連携し、ジオパークの視点や要素を取り入れて、**地域住民の持続可能な地域や環境保全への関心を向上**させる。

＜実施内容＞

関係機関と連携し、各地域のフィールドを活用して、社会教育的な研修会又は学習会を実施した。

・8/5 布施ビーチフェスタの実施

布施地区の地域活性と地域の宝である自然を知り守る目的で行われた。参加者は地域の住



民や部活の遠征で来島していた本土の高校生など 70 名ほどが集まり、ハマナス生育地周辺のビーチクリーンを行い地引網を体験した。

- ・ 11/22 隠岐空港ハマナス植栽活動の実施、10/31 隠岐教研理科部会研修会への対応
- ＜成果＞

布施ビーチフェスタにおいて、地域住民から「布施地区が賑わい、布施の良さを少しでも知ってもらえたと思う」という声をいただいた。

④英語キャンプ

＜目的＞

隠岐島内の中学生を対象に、島内の地域資源を活用したフィールドワーク等に取り組みながら、英語で会話する楽しさや地元、海外への興味関心を高め、英語で表現する力を身につける。

＜実施内容＞

8 月 11 日～12 日に海士町で開催。参加者 16 名（海士 1 名、西 2 名、島後 13 名）

フィールドワーク会場：明屋海岸

＜成果＞

「英語に対して自信がついた」「すこしずつだけど会話がつながるようになった」「英語の勉強もしたいし、もっと世界の子供たちと関わりたい」等のコメントが参加者アンケートにあった。

また、当日の協力者である ALT 職員からも「現実的な英語で何かを伝える目的で会話すると有意義な動力になるし、交流することで英語が楽しくなれば自分たちから勉強したくなることが見える」とのコメントをいただいた。

こうしたことから、隠岐の中学生が英語で表現する力を身につける機会として本事業を今後も実施することで、グローバルな人材の育成および確保に期待ができると考える。



(2) 広報誌の発行

＜目的＞

隠岐ジオパークの理念や取り組みを地域住民に広く知ってもらう。

＜実施内容＞

年 2 回、各回 11,000 部発行し、4 町村や高校に配布した。

- ・ 2023 年冬号：「世界認定 10 周年記念号」

高校生のジオパーク活動や、立ち上げ当時の活動、ジオパーク認定に係る地質について取り上げた。

- ・ 2024 年春号：「水若酢神社祭礼風流」

無形文化財の継承の重要性を伝えるため、5 年ぶりに行う水若酢神社例大祭について取り上げた。

＜成果＞

実際にジオパークに関わる方にインタビューを行い、わかりやすい言葉で語っていただくことで、「ジオパークは自分には関係ないと思っていたが、暮らしと関係あることだと感じた」「この活動に情熱をもって関わっている方がいると知って面白かった」等の感想が寄せられた。

(3) 隠岐体験事業

＜目的＞

「子供たちの隠岐ユネスコ世界ジオパーク体験事業」を実施し、本土の子供たちとも交流を行いながら自然のことや地域のことを考える機会とする。

また、子どもたちのふるさとを愛する心を育むことにより、海洋ゴミ問題をはじめとする社会問題を自分ごとと捉え、足元から実践していく人材の育成を図る。

＜実施内容＞

8/7～9 及び 8/22～24 の 2 回わたり、島前・島後各コースにて実施した。

小学 5・6 年生 66 名(本土 50 名、隠岐 16 名)が参加

＜成果＞

アンケート結果より、「生き物のこともごみのことも知れてよかった」「自然のことをまなべて楽しかった。」「もっとごみをへらすために努力したい」という参加した子どもたちの声があり、**自然のことや地域のことを考える機会とすることができた**。また、海洋ゴミ問題に対して「陸を守るためにはどうすればよいか」「海ごみを捨てないためにどうしたらいいか」「自然にやさしい素材は何か知りたい」などの回答もあり、**社会問題を自分ごとと捉え、足元から実践していく人材育成のきっかけになった**。

なお、本土の小学生については、参加費金額をこれまでの 4 倍にした上での募集であったが、想定を上回る申込数となった。逆に隠岐の小学生からの申込数は少なく想定を下回った。この結果から、本土の子どもたちについては、参加費金額を高くしても、隠岐での体験の需要が相当程度見込めることが確認できた。今後は本事業で得た教育プログラムを教育旅行商品として誘客促進事業に活用することとし、本事業は一旦終了する。



4. 誘客促進事業 【決算額：86,031 千円】

(1) 観光マーケティング

＜目的＞

隠岐の経済活動・観光活動の定量化測定が可能な体制づくりを進めることで、データに基づいた、より客観的・効果的な観光マーケティングを行い、さらなる誘客促進を目指す。

＜実施内容＞

顧客管理システム（ZohoCRM）や来島者満足度アンケート等を活用して、定期的な市場の観測を行い、誘客施策展開のための基礎データの分析を行った。

＜成果＞

来島者満足度アンケートは、継続して収集しており、観光部会等を通じて島内に随時共有している。

今年度の DX 実証事業の中で地域共創基盤というデータ格納サービスを導入できた。このことにより、来島者満足度アンケートをこの基盤に格納し、各種予約データ等と紐づけることで、より精度の高い動態データを可視化し、地域に還元する仕組みが整った。次年度以降、地域への還元を行っていく。

(2) シーズン毎の誘客対策

＜目的＞

春、夏、秋、冬ごとにメリハリのある誘客施策を展開することで、効率的・効果的な誘客促進を図る。→ より効率的・効果的な誘客促進のため、以下のとおり、事業内容を変更した

(2)' 自然館への誘導サイン設置@西郷港

＜目的＞

観光客が西郷港に到着した際に、隠岐自然館の存在を訴求できていない課題があった。このため、西郷港ターミナル内における自然館への誘導サインを改善することで、**自然館への来館者数の向上を図るとともに、来館したいが動線がわからない観光客に対し、道案内する隠岐汽船や機構の職員等の負担軽減を図る**。

＜実施内容＞

西郷港下船口や階段付近などの主要導線上に、自然館への誘導サインを設置し、併せてデザインがバラバラで雰囲気を阻害していたエレベーターや化粧室等の案内サインの改善を図るために、誘導サインと案内サインのデザインを改修した。

＜成果＞

時間と予算の制約により、本年度はデザインの作成に留まった。次年度においては、誘導・案内サインを設置し、自然館の来館者数の向上を目指す。

(2) “高付加価値改修イベントの実施

<目的>

「地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化事業（観光庁事業）」の成果発表を通じ、**隠岐の観光施設事業者同士の結束を深めると同時に、島外から隠岐への視察旅行等の誘致促進に向けたネットワークを構築する。**

<実施内容>

「高付加価値化事業」の成果発表の場として、東京でメディアイベント「隠岐島会議 in TOKYO」を開催。施設のリニューアルを行った隠岐諸島内の観光施設事業者自らが事業の成果を広く告知するとともに、有識者と事業者のパネルディスカッションを実施した。

2024年3月21日（木）15:30～18:00 東京コンベンションホール

- ・パネルディスカッション「ジオパークを活用した観光地域づくりの可能性」
國學院大學教授 井門 隆夫氏、隠岐ジオパーク推進機構事務局長 野邊 一寛
- ・プレゼンテーション（事業成果発表）「私たちが目指すジオツーリズムとは」
隠岐諸島内の事業者による当該事業の成果発表

<成果>

首都圏のメディア、観光関係者へ情報発信できたことはもちろんのこと、**隠岐の観光施設事業者同士の連携の必要性の意識が高まったのは大きな成果だった。**次年度以降、具体的に連携した取り組みを一つでも実施することを目指していく。

(3) 国内マーケットへの情報発信

① 情報発信強化

<目的>

国内や海外の方からの隠岐の認知度及び来島意欲を高めるための情報発信を行うことで、**隠岐への非認知層に対する誘客促進を図る。**

<実施内容>

- ・メディアツアーの実施、4媒体での記事作成、発信
世界ジオパーク認定10周年を機とした認知拡大を目的に、SDGsや高単価といった今後隠岐が目指す観光の方向性とも親和する読者を持つ媒体4社に対して、メディアツアーを実施した。
- ・インフルエンサー広海氏 Instagram アカウンドでの発信
数多くいるインフルエンサーの中でもフォロワーのエンゲージメントが高くコアなファンの多い広海氏に来島いただき、隠岐の宿泊施設、体験コンテンツ、観光スポット等の魅力発信をしつつ、合わせて世界ジオパーク認定10周年の告知をした。
- ・Instagram コンサル栗田氏の素材収集
世界ジオパーク認定10周年のInstagramでの発信のために、観光地のInstagram運用を実践されている栗田氏に伴走いただき、10周年に関する投稿（16個）およびリール動画（2個）の作成と一部投稿の広告掲載を行った。加えて、今後の機構内での恒常的な運用を見据えての運用ルールの明文化を行った。

<成果>

メディアツアー等の実施により、**島内での宿泊者数等を着実に稼ぐことができた。**

また、インフルエンサーによるInstagramでの発信を通じ、**隠岐認知層の着実な拡大が図れた（※機構のInstagramアカウントフォロワー数が増加）とともに、認知層に対する恒常的・効率的な情報発信手段としての役割を機構のInstagramアカウントに付与することができた。**

② ラッピングバス

<目的>

松江周辺住民・観光客に対して、**隠岐の認知度及び来島意欲の向上を図ることで、さらなる誘客促進に繋げる。**

<実施内容>

隠岐汽船連絡バス2台に隠岐ユネスコ世界ジオパークの広告する車体ラッピングを行い、松江駅～七類港、松江駅～境港の間を走らせた。

<成果>

松江駅～七類港、松江駅～境港を日常的に走るバスを使った情報発信を行うことで、ユネスコ世界ジオパークに認定されている隠岐について、松江駅周辺での観光客への訴求だけでなく、市街地の地域住民への訴求も図ることができた。

③誘客宣伝事業

<目的>

島外のメディア等の視察や情報発信によって、隠岐の認知度及び来島意欲をあげる。

<実施内容>

- ・島外のメディアの視察、研修アテンド
- ・島根ふるさとフェア 2024 出展（広島市）

<成果>

- ・島外のメディアや地方・地域に感度の高い起業家・経営者に隠岐の代表的な滞在を経験いただき、その魅力を体験いただくことができたことで、メディアからの送客や関係人口化による定期的な来訪と来島いただいた起業家・経営者の周囲の方の新規来島が見込めている。
- ・隠岐への来島者が多い広島県の方に隠岐の魅力を発信し、来訪を促すことができた。

(4) 企画乗船券造成事業

<目的>

本土～隠岐のフェリー復路運賃の無料をフックにして隠岐への誘客促進を図る。

また、企画乗船券の電子化により、航路利用者の簡便化及び島内関連事業者の事務処理効率化を図るとともに、効率的かつ効果的なデータ収集とその活用を行うことで、さらなる誘客促進につなげる。 ※目標枚数 8,000 枚（令和 4 年度実績 6,911 枚）

<実施内容>

①通常版

隠岐諸島の誘客施策の基礎として、前年度と同様のスキームにて継続して 4 月から実施した。さらに紙の企画乗船券（おき得乗船券）に加えて、秋季からは電子化に取り組み、条件を満たすと復路無料になることに加えて、島内の飲食店などで使える電子クーポンを付与した。

- ・販売期間：2023 年 4 月 1 日～2024 年 2 月 29 日
- ・実績：7,536 枚（うち電子版 697 枚）
- ・9/1～電子版の企画乗船券を、紙版と並行して試験的に始動。電子版で登録した方には 1,000 ポイント分のインセンティブをつけることで、電子版へ誘導した。

②春季版

国等からの交付金事業（特定有人国境離島地域社会維持推進交付金事業）では対象としていない年度末月（R6.3 月）における企画乗船券事業の実施と、年度初め（R6.4 月）における企画乗船券に係る企画開発及びプロモーションを行った。

<成果>

前年度に比べて実績枚数が増加し、誘客促進の一助となった。

(5) ジオパーク周遊コンテンツ開発事業

<目的>

ジオパークを活用した 4 島を周遊できるコンテンツの開発を行い、実際の販売までつなげることで、観光客が少なくなる秋～冬季（9月～2月）の観光客数の底上げを図る。

<実施内容>

5 月に企画提案公募を実施した結果、(株)タカラッシュに業務委託し事業を開始。6 月にロケハンを行って 4 島で行い、7 月～8 月でストーリー、メインビジュアル、謎コンテンツの開発を行い、8 月末からプロモーションを実施。各 4 島それぞれで謎解き宝探しを完結しつつ、4 島周遊した方にはエクストラ問題に挑戦できる設計にし、9 月 9 日に Web アプリケーションコンテンツを公開。

<成果>

すべてクリアしたとの報告者は 80 人程だったが、参加者満足度は「とても満足」が 57.3%と最も高く、「とても満足」と「満足」の結果を合わせると満足度 97.5%、逆に「不満」「とても不満」という回答は各 0 件であり、非常に好評であった。

また、参加者（アンケート回答者）の 83.8%の方がまた参加したいとしており、多くの観光客に次回への参加についても関心を高く持っていただける結果となり、再来訪につながるイベントになっていくことが期待される。

(6) 交流促進事業

①島の宝観光連盟

<目的>

全国5地域（隠岐、佐渡、壱岐、五島、天草）が加盟している観光団体（島の宝観光連盟）が連携して行う「島」をアピールポイントとした都市圏での共同イベントや情報発信を通じて、**隠岐の認知度及び来島意欲を向上させる。**

<実施内容>

4/23～26 島の宝観光連盟全体会議・研修@天草市

5/27 リアルイベント@離島キッチン日本橋店、1/26 第7回幹事会@福岡市

6 団体共同での情報発信（リアルイベント・WEB サイト改修）

<成果>

東京でのリアルイベントにおいて、「島ファン」及び各島の関係者と交流することにより、**実際に隠岐へ来島頂いた方も数名いた。**また、WEB サイトをリニューアルしたことにより、**隠岐の認知度及び来島意欲の向上に繋がっている。**

②松江・境港・隠岐観光振興協議会

<目的>

3 地域（隠岐4町村、松江市、境港市）の交流及び合同情報発信及びコンテンツ造成等実施することにより、**隠岐の認知度及び来島意欲を向上させる。**

<実施内容>

総会を海士町で開催する予定であったが、都合により**次年度に順延**となった。

(7) パンフレット作成

<目的>

一般観光客向けの情報やジオパークに特化した情報を伝えることで、隠岐への誘客を図る。

<実施内容>

観光パンフレット「隠岐楽」の作成（4万冊）及び旅行会社向けデジタルパンフレットの体験料金改定等の編集を行った。

「隠岐楽」については、観光名所にジオパーク公式サイトと連動したピクトグラムを追加し、ジオパーク公式サイトとの関連性をわかりやすく表記した。

<成果>

「隠岐楽」を筆頭に各種パンフレットのイベント等での需要は高いため、効果的な情報発信手法と言えるが、一方で、常に在庫不足の状況となっている。

効率的かつ効果的な情報発信のために、イベントにおける大量配布はパンフレットを用いず、代わりにより安価に増刷できるリーフレットに切替える予定。

(8) インバウンド対策

<目的>

外国人観光客の増加

<実施内容>

①BtoB プロモーション

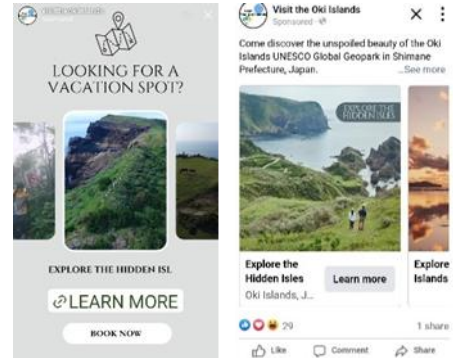
商品造成と認知度向上を目指し、旅行会社に対するPR活動として商談会や視察受け入れを行った。また、新規ツアー商品の造成に向けて引き続き旅行会社のサポート（行程作成の支援、アドバイスなど）を行った。具体には以下のとおり。

- ・商品造成のための旅費助成金制度を開始し、3社（ベルギー、イギリス、ドイツ）の受け入れをした。または、制度が始まる前に、個別で自然観察ツアーの開発促進のため、視察受け入れを行った。
- ・10月開催のVISIT JAPAN トラベル&MICE マート2023へ参加し、18社と商談した（ホテル事業者と英語ガイドも同行）。すべての会社にはフォローアップしており、数社とメールのやり取りを続けている。
- ・11月開催のJNTO主催“WONDER AROUND JAPAN”海外旅行会社との商談会に参加し、6社と商談した（英語ガイドと予約手配の事業者も同行）。この商談会は、日本の地方にあるデスティネーションに興味を持つ旅行会社を対象にしていた。
- ・次年度からBtoBのメール配信ができるように、隠岐に興味を持つ旅行会社のデータベースを準備した。



②多言語対応受け入れ整備

- ・ウェブサイト上での周遊性を向上する機能をウェブサイトに6月に追加した。また、新規記事4件をプロのライターに委託し、ウェブサイトにアップした。その他の新規コンテンツ作成や更新を行った。
- ・インバウンド対応研修を2月末に実施した。対応のコツや基礎的な英語フレーズだけでなく、実施に英語を使い、観光客の対応をしてみる練習を本業務で実施した。また、海外から観光客を受け入れている施設における必要な表記が不足している課題も去年のアンケートで分かったので、改善を図るためにインバウンド研修およびワークショップを実施した。
- ・英語版電子パンフレット一式の更新を実施。



③BtoC の広告配信

- ・英語ウェブサイトへの誘導を目的として、2回の広告キャンペーンを5～6月にかけて実施
- ・ウェブのリニューアルオープンに合わせて、2～3月に実施。

<成果>

- ・3社（Wild Women Expeditions社：カナダ、アメリカ、Bushido Travel Japan社：イギリス、Geoplan Touristik社：ドイツ）の2024年のツアー造成に成功した。Wild Women Expeditions社は、令和7年度からツアー本数を増やす方向で検討しているとのことである。
- ・11月開催の“WONDER AROUND JAPAN”の商談会で商談した6社のうち1社について次年度9月のFITツアーの行程に隠岐を追加することに成功した。
- ・インバウンド研修を行ったことで、英語を使った既存的な案内やコミュニケーションをとるコツを学び、または多言語表記ワークショップの対象となった事業者及びその他参加者に外国人観光客を受け入れに必要な整備や準備に気づいてもらった。また、参加者向けのアンケートを通して、現在事業者がインバウンド対応で困っていることについて把握できた。

(9) アドベンチャー体験創出事業

<目的>

隠岐ならではの効果的なコンテンツを造成することで、それに関わる観光事業者を支援し、隠岐への誘客を図る。

<実施内容>

「インバウンドの地方誘客や消費拡大に向けた観光コンテンツ造成支援事業（観光庁事業）」を活用して、隠岐アドベンチャーツーリズムの商品開発を行い、販売体制を構築した。

①サイクルツーリズムの環境整備（島前・島後）

サイクルスポットを7カ所新設し、e-bike 本体や充電器などの備品を追加設置した。

また、新しく企画したサイクルコースについて、モニターツアーによりブラッシュアップし造成した。同時に、専用Web ページを作成し、新設したサイクルスポットや今回開発したサイクルコースを掲載した。

②e-bike ストーリーツアー（島後）

イナカを巡る外国人向けプラットフォーム SATOYAMA EXPERIENCE を運営している（株）美ら地球のCEOの山田拓氏に来島いただき、コースの実走や飛驒の取組の紹介、地域事業者との意見交換会などを実施した。



旧道を活用した新ルート（都万地区～寺山林道～那久岬）を造成した。

③アドベンチャーシーカヤックツアー（島後）

当日の風向きや天候に柔軟な対応出来るよう、ミニバンを並走させタンデムを荷揚げ移動できる体制を構築した。新ルート（都万～那久～油井～久見～中村）の造成だけではなく、2本の代案コンテンツ（カヤックフィッシング・高田山トレッキング）も設定した。



④隠岐民謡体験ツアー（島後）

取りまとめをしている隠岐民謡協会の会長や民謡演者の理解を得るために、隠岐民謡が観光客からの満足度が高い等のデータを基に説明を繰り返し行った。

コンテンツ内容としては、隠岐らしい食事、隠岐の snacks 文化、隠岐民謡のショー鑑賞、隠岐民謡楽器や踊りの体験などとした。

また、本事業を通じて民謡冊子を作成し、体験用の民謡楽器を購入した。



⑤マリンアクティビティ（知夫）

島津島を舞台にしたシーカヤックツアーとサップツアーを造成した。また、本事業を通じてマリンアクティビティの備品を購入した。

備品等の保管場所について自治体と連携して整備を行い、点（事業者）ではなく面（地域）でのコンテンツ造成を進めた。

プロモーションにおいては知夫里島並びに島津島の認知度の低さから集客に苦戦すると予測し、観光協会と連携した SNS プロモーションを早期に実施した。



<成果>

①サイクルツーリズムの環境整備（島前・島後）

「ハーバーなぎ」と「ホテル海音里」にサイクルスポットを新設したことにより、島後1周コースが可能になるなど、利用者の利便性やコースの自由度を向上させることができた。

②e-bike ストーリーツアー（島後）

来年度販売に向けて料金を調整中。

③アドベンチャーシーカヤックツアー（島後）

代案コンテンツ（カヤックフィッシング・高田山トレッキング）も設定することで参加者の満足度を落とさない商品造成ができた。次年度販売に向けて料金を調整中。

④隠岐民謡体験ツアー（島後）

隠岐ならではの価値を打ち出すことができ、モニターツアーの満足度も高かった。次年度販売に向けて料金を調整中。

⑤マリンアクティビティ（知夫）

7月から販売を開始し、83名の参加、約63万円の売上をあげることができた。

5. 着地整備事業【決算額：64,452千円】

(1) ユーザー体験の整備

<目的>

最も重要な情報発信手段である当機構のウェブサイト进行管理・運営することにより、ユネスコ世界ジオパークの認定地域として隠岐の資源を地域内外の人に発信するとともに、隠岐への観光誘客を図る

<実施内容>

「隠岐での宿泊・体験に係る予約システム（当機構ウェブサイト「隠岐の島旅」内に搭載）」の維持運営及び管理。

「隠岐の島旅」のホームページの維持運営及び管理。

「隠岐ユネスコ世界ジオパーク」のホームページの維持運営及び管理。

＜成果＞

当機構ウェブサイト「隠岐の島旅」は、季節に合わせた記事や各観光協会の協力により頻繁な情報の更新等を行うことで、ページビュー数が年々増加しているが、本年度に地域版OTAも実装したことにより、「隠岐の島旅」の情報発信手段としての重要性はさらに増した。次年度以降も、ページビュー数の着実な増加に向け、定期的な情報の更新等を行っていく。

(2) 観光人材の確保・育成

①観光人材研修

＜目的＞

職員研修を行うことによって、職場の課題や改善すべきことに気付くとともに大切なことを意識化するきっかけ作りを行うことにより、組織内の業務効率化や職員同士の円滑なコミュニケーションの向上を図る。また、4町村観光協会職員に対しても研修の参加を促すことにより、当機構と各観光協会との連帯感を促進することを図る。

＜実施内容＞

一般職員を対象とした人材研修（島前地域3回、島後地域3回）と管理職を対象とした人材研修（3回）を、職員の経験年数や立場に応じて実施した。

①一般職員向け

- | | |
|------------------------|----------------------|
| 第1回：仕事で大切なことを意識化しよう | 7/11（島後）、7/12（西ノ島） |
| 第2回：コミュニケーション力を磨こう | 10/23（西ノ島）、7/24（島後） |
| 第3回：課題から考える、解決のための行動計画 | 11/27（西ノ島）、11/28（島後） |

②管理職向け

- | | |
|-------------------|------------|
| 第1回：組織の役割・リーダーの役割 | 7/18（西ノ島） |
| 第2回：コミュニケーションの大切さ | 11/13（西ノ島） |
| 第3回：持続可能な組織づくり | 12/4（西ノ島） |

＜成果＞

各町村観光協会と当機構が合同で初めて実施した研修であった。社会人として基礎的な研修ではあったが、今までこういった研修を受けたことがない職員が多かったため「勉強になった」と言う声が多かった。また、管理職対象の研修についても、「考えさせられることが多かった内容だったため継続して欲しい」という声が多かった。

②インバウンドビジネス構築実践講座

＜目的＞

隠岐へのインバウンド誘致のため、顧客対応等についてのスキルアップを図る。

＜実施内容＞

およそ3か月にわたってインバウンドにおける動向や顧客対応のポイント集客方法などについて学び、グループごとに旅行企画を造成して最終プレゼンにて発表した。

＜成果＞

訪日外国人のニーズを定量的、定性的な視点から包括的に学び、かつ隠岐の特徴をいかしたインバウンド商品の企画造成についてロールプレイングを行ったことで、訪日外国人視点での隠岐の強み・弱みの再確認ができた。

(3) ジオ拠点施設の魅力化

＜目的＞

隠岐4島各所にあるジオパーク拠点施設の活用と来訪の促進

＜実施内容＞

①海士町拠点施設管理運営業務

海士町教育委員会から業務委託を受けて、Entô地下1階にある海士町ジオ拠点施設の運営を行った。

②各拠点施設での企画展の開催

4 島巡回展を 2 回実施したことに加えて、隠岐自然館で 3 件、Entô ジョラウンジで 3 件の計 6 件のイベントを実施し、科学学習機会の提供を行った。

【隠岐自然館】

- ・昆虫観察会（夏季企画展） 7/30
- ・漂う水族館 9/29, 30 101 名入館
- ・オキサンショウウオの陶芸ワークショップ
造形作業 10/14 色塗り作業 11/23
作成者への受け渡し 11/30

【Entô】

- ・隠岐サーキュラーデザインミュージアム（持ち込み企画）
4/22～5/7
- ・漂う水族館 6/9～10
- ・季節来遊魚と「和歌」「短歌」「俳句」の世界
10/21～11/4

【巡回展】

- ・隠岐 4 島巡回展 隠岐の島々の鳥たち
海士町 Entô ジョラウンジ 8/14～8/31
隠岐の島町 隠岐自然館 9/2～9/26
知夫村 フェリーターミナル 2F 9/29～10/22
西ノ島町ふるさと館 10/25～11/19
- ・書道からのぞくジオパークの世界
西ノ島町コミュニティ図書館 11/26～12/9
海士町 Entô ジョラウンジ 12/11～12/27
知夫村 フェリーターミナル 2F 1/9～1/22
隠岐の島町 隠岐自然館 1/31～2/21

<成果>

巡回展を実施したことにより**地域住民が多く来館**し、また、各イベントへの参加者はすべて地域住民であった。このため、拠点施設の活用と来訪促進を図ることができたと考える。

(4) ガイド活用事業

① ジオガイド活用事業

<目的>

ガイドの新規養成と既存ガイドのスキルアップを図る。

<実施内容>

ガイド養成講座の実施

第 1 回ガイド研修：

危機管理に関する座学研修・アウトドアガイド向けトレーニング研修

講師 (株) キャニオンズ代表 マイク ハリス氏

9/28 危機管理座学研修(島後) 9 名

アウトドアシーカヤック実践研修(島後) 5 名

9/29 危機管理座学研修(島前) 6 名

アウトドア、ハイキング実践研修(島前) 9 名

9/30 アウトドアハイキング実践研修(島後) 5 名

第 2 回ガイド研修：

ガイドの価値を高める基礎研修、ホスピタリティ実践研修

講師 M&Company 白石 実果 氏

12/11 ガイドの価値を高める基礎座学研修(島後) 3 名

ホスピタリティ実践研修(島後) 4 名

12/12 ガイドの価値を高める基礎座学研修(島前) 10 名



ホスピタリティ実践研修(知夫) 9名
12/13 ホスピタリティ実践研修(海士・西ノ島) 8名

ガイドWEBの作成

「ガイドとめぐる豊かな隠岐」 (https://e-okineta.net/okinotabi_guide/) 上にガイド紹介記事を作成した。

- ・9月末に島後2名のジオ認定ガイド、10月末に知夫のガイド1名の記事作成に伴う取材を実施。※知夫のガイドはR6年1月にジオ認定ガイドに認定。

- ・R6年2月上旬より掲載。紹介WEBページトップに10名のガイドを追加。



<成果>

ガイド養成講座の実施

参加したガイドの満足度は、9月が3.75、12月が4.2と非常に高い数値であった。また、参加した方からは「普段は知る機会がないアウトドアガイドの国際基準に基づいた講習内容でとても参考になった。」という声をいただいた。テクニック面でのスキルアップ研修を実施したことで、実際にあり得るリスクマネジメントやホスピタリティなどをメインにすることで、**実際のガイドたちに役立つ養成を実施することができた。**

ガイドWEBの作成

WEBページを運用してからの**閲覧者数が3,500ページビューあり、WEBからの予約成立件数が3件あった。**

②ジオガイド交流事業

<目的>

隠岐4島のジオパークガイド同士が、互いのガイド状況などについての情報交換や意見交換を行うとともに、隠岐地域の観光状況や需要についての情報交換や意見交換を行うことで、ジオパークガイド同士並びに当機構職員とジオパークガイドとの人的ネットワークの構築を図る。

<実施内容>

- ・今後のガイド関連事業について、隠岐地域内のジオパークガイドとの意見交換・情報共有を5月と1月に島後地域と島前地域において行った。
5/25 島后会場 参加者7名 5/26 島前会場 参加者12名
1/25 島后会場 参加者5名 1/26 島前会場 参加者9名
- ・隠岐地域内のジオパークガイド用のメーリングリストの作成と運用を行い、ジオパークに関連したお知らせや当機構からの情報共有手段の拡充を図った。

<成果>

ガイド同士による情報共有や意見交換の場を設けたことで、**悩みを持っていたガイドの課題解決に繋がった。**また当機構職員とガイドとの情報共有や意見交換を行うことにより、当機構事業の方針や観光面に対してのガイド個人やガイド団体としての意見を聞き取ることができ、**隠岐地域内のガイド体制の課題等を把握することができた。**なお、参加者からは、「事務局との意見交換の場があってよかった」「メーリングリストでののお知らせがあるのは非常に良い」との意見もいただいた。

(5) 島内ネットワーク強化

<目的>

隠岐地域の旅マエの観光問合せや予約窓口（電話・メール）について、予約コントロールセンター（運営者：島ファクトリー）への一元化を進めることにより、**観光客の誘客促進、利便性向上及び隠岐4島各観光協会職員の負担軽減**につなげる。

<実施内容>

島前の体験商品に加え、島前の宿泊施設及び島後の一部体験商品の手配に着手した。

また、予約手配の集約にとどまらず、隠岐諸島の総合お問合わせ窓口としてパンフレット等で「予約コントロールセンター」を紹介することにより問合せの集約も図り、顧客の利便性向上と人手不足が顕著な観光協会業務の軽減を図った。

<成果>

パンフレット等で「予約コントロールセンター」への問合せの集約を図ることで、個人客を中心に徐々に問い合わせは集約化されていると体感しており、**各観光協会の業務負担軽減について一定程度の効果があったと認識している。**

「隠岐の島旅」への宿泊・体験に係る予約機能の実装に伴い、「予約コントロールセンター」の役割を次年度以降に向けて再定義する。宿泊・体験に係る予約が「隠岐の島旅」で完結させられるものはできる限りその方向で促進し、この枠組みに漏れてしまうものを補完しつつ、特に個人客からの隠岐の総合問い合わせ窓口としての機能へと発展させる。

(6) DX実証事業

<目的>

4島の観光サービス事業者の予約受付一元化を行うことで、**隠岐地域を周遊する上での利便性向上**を図るとともに、顧客情報の一元管理と分析した情報の有効活用により**顧客との継続的な関係構築を実現**することで、更なる誘客促進に繋げる。

<実施内容>

「事業者間・地域間におけるデータ連携等を活用した観光・地域経済活性化実証事業（観光庁事業）」を活用して、以下の事項を実施した。

①地域版OTA（オンライン上の旅行代理店機能）の構築

ホームページ「隠岐の島旅」に、宿泊および体験商品に係る予約エンジンを実装した。また、それに伴い「隠岐の島旅」を一部改修した。

本年度末現在で、宿泊施設は27施設、体験商品は36商品に参画していただいている。来年度以降さらにこの数を拡充していくことで予約サイトとしてのプレゼンスをより高める。

②CRM（顧客関係の管理）と会員システムの整備

顧客データ蓄積基盤（salesforce）を導入した。これまで別々のデータとして非連続な形でしか観測できていなかった「おき得乗船券」の顧客データ、宿泊予約データ、体験予約データ、来島者満足度アンケートデータ等を、この基盤内に個人に紐づけて格納できるようになることで、より精度の高い動態データの可視化が可能になる見込みである。

③「隠岐の島旅」のフルリニューアル

隠岐ジオパークの魅力を初めて隠岐に来る人にも分かりやすく訴求することと、アクセスや天候、持ち物など来島前に特に初めて来る方が不安に感じる点をサイト内でできる限り軽減できるような情報配置を行った。これらにより、サイトの見やすさ、分かりやすさを向上させるとともに、前述の予約機能も実装し、顧客を他のサイトに流出させずに「隠岐の島旅」内で予約まで完結できる導線設計を行った。

<成果>

観光庁の財源を活用し、「隠岐の島旅」へ地域版OTAを実装することができた。その結果、今後の観光マーケティングの柱となる「より精度の高い動態データ」の分析ができるようになった。今後、さらに効果的・効率的な誘客施策を展開するための基盤が整った。

一方、地域版OTAへの事業者の参画割合はまだ低いので、地域版OTAによる予約実績を着実に積み上げていくことによって未参画の事業者を地域版OTAに誘因するフックとしたい。

(7) 高付加価値化事業

①施設改修

<目的>

国内外の富裕層の誘客に向けて、隠岐4島独自の異なる自然・食材を堪能しつつ各島を周遊していただくために、4島それぞれの宿泊施設や観光施設の改修工事を実施する。

<実施内容>

「地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化事業（観光庁事業）」を活用して、次の事項を実施した。

5月末の第1回審査会にて採択され、以下の施設（宿泊施設7、飲食店1）の改修を実施。

隠岐プラザホテル（隠岐の島町）、Entô（海士町）、なかむら旅館（海士町）、国賀荘（西ノ島町）、リゾ隠岐ロザージュ（西ノ島町）、シーサイドホテル鶴丸（西ノ島町）、ホテル知夫の里、味蔵（海士町）



<成果>

国内外の富裕層誘客に向け訴求力のある宿泊施設等の整備ができた。

②面的DX

<目的>

移動時間が長いといった隠岐地域のウィークポイントを逆にとり、旅マエ〜旅ナカの移動やすきま時間の有効活用につながる観光アプリの導入を通して、滞在時間の延伸や回遊性の向上につなげ、合わせて滞在傾向やニーズを集積・分析することでマーケティングや観光地の磨き上げを行い、ひいては観光消費額の向上を目指す。

<実施内容>

隠岐への来島前の顧客に対して事前にアプリインストールを促し、島内を周遊・訪問する中で音声案内サービスを提供した。

<https://on-the-trip.com/guides/615/>

日本語版リリース 1/20

英語版リリース 2/2

<成果>

効率的に観光地を巡る手段を提供したことで、各ポイントでの滞在時間の延伸化による旅行者の消費行動促進、消費額の拡大に一定の効果があつたと認識している。

また、アプリにより今後に得られる閲覧データ（使用言語、訪問箇所履歴等）を集約・蓄積していくことで、来訪者の行動履歴を分析し、マーケティングに活用できるようになった。



6. 周辺産業への波及事業【決算額：946 千円】

(1) ジオ認定商品事業

<目的>

隠岐ユネスコ世界ジオパークとのストーリーを強調した隠岐産の商品について、情報発信を行うことにより、隠岐ジオパークの認知度向上と当該商品の販売促進につなげる。

<実施内容>

ジオ認定商品への新規認定への応募を募った。

なお、応募が近年低調であることから、認定商品に対する認知度アップを図ることで認定のメリットを事業者に感じていただけるよう、隠岐地域内の商店の方々に「認定商品コーナー」の設置を相談した。

<成果>

新規認定への応募者はなかった。また、相談した商店の方々の反応は前向きだったものの認定商品コーナーの設置実現までにはこぎつけられなかった。隠岐地域内の商店での設置実現に向けて引き続き調整していくとともに、ジオパークWEBにおいて認定商品の紹介を行う。

(2) ジオパッケージ作成助成

<目的>

隠岐ユネスコ世界ジオパークとのストーリーを強調した隠岐産の商品の開発やパッケージリニューアルを行う事業者に対して、補助金支援を行うことで、隠岐ジオパークの認知度向上と当該商品の販売促進につなげる。

<実施内容>

次の4つの商品（3事業者）を採択し、パッケージの作成支援を行った。

- ・「隠岐誉のクラッカーのパッケージ・ショップカード」「パウンドケーキのパッケージ・ショップカード」（西ノ島町 安藤本店）
- ・「リユースできるお弁当箱」（海士町 島食の寺子屋／海士町観光協会）
- ・「贈答用牡蠣のパッケージ・ポスター・パンフレット」（隠岐の島町 井関水産）

<成果>

採択事業者に対して面談によりアドバイスを行うことで、ジオパークの理念を取り入れたパッケージを作成できた。その結果、当該商品を購入された方や目に触れた方に隠岐ジオパークとの

ストーリーを伝えることができ、当該商品の付加価値向上が図れた。

7. 保全事業【決算額：1,339千円】

(1) 隠岐ジオパークサイトに係るカルテ様式の更新

<目的>

「ジオパークの運営機関はジオサイト（地質学的意義のある場所）を保全・保護しなければならない」とユネスコ世界ジオパークのガイドラインにはあるが、隠岐ジオパークでは、保全・保護の方針を明文化したジオパークサイト保全計画をこれまで策定できていなかった。

この保全計画を策定する上では各種サイトにおける価値、保全の状況及び活用方法が基礎となるが、サイトカルテにこれらの記載がなされていなかったことからまずはサイトカルテの様式の見直しを行い、**保全計画の策定に向けた基礎整備を行う。**

<実施内容>

ジオパークサイトのリスト整理を行うとともに、一部サイトの現地調査も関係機関と一緒にしながら、サイトカルテの様式を変更した。

また、次年度に行うジオパークサイト保全計画の策定作業に向けて、最新のジオパークサイトの定義を学ぶ勉強会を開催した。

<成果>

保全計画を策定する上で基礎となるサイトカルテ様式を新たに作成できた。

サイトカルテを活用しサイトの現地調査を行うことによって、関係者へ具体的な事業の内容が周知できた。

(2) サイト看板の追加および更新

<目的>

ジオパークのサイト看板を更新・作成し、**サイトの教育・観光的活用の促進及び保全の周知を図る。**

<実施内容>

劣化看板情報更新のための様式とサイト看板の位置が分かる Google Map の作成を行うとともに、当該 Map を共有し、劣化看板について情報共有の呼びかけを行った。

<成果>

呼びかけにより、**数件の劣化看板情報をいただいた。**劣化看板更新のための様式をさらにブラッシュアップし、次年度に関係機関に情報収集の協力を呼びかけて連携を図りたい。

8. 学術研究事業【決算額：3,001千円】

(1) 調査研究事業

<目的>

ジオパークにおいて重点的に解明を要する学術分野に対する調査研究を行うことにより、**ジオパーク活動の活性化及び持続可能な地域社会の形成に向けた成果を得る。**

<実施内容>

① ハマナス保全プロジェクト

遺伝子解析業務（島根大学委託）

隠岐で減少しているハマナスの保全方針を検討するために、山陰地域内でハマナスの遺伝多様性の比較とクローン構造の調査を行った。

遺伝子解析報告会の開催

ハマナスの自生する布施地区の住民を対象に、遺伝子解析結果を共有しこれからの春日の浦（ハマナスが自生する海岸）をどのように活用していくか話し合った。

<成果>

遺伝子解析によって、隠岐のハマナスは本土よりも遺伝的多様性が高く、春日の浦の個体は固有のジェネット（遺伝子型が完全一致した遺伝的に同一の株）を持つことが分かった。聞き



取り調査と遺伝子解析の結果から、自生が生育する春日の浦の隣の春日の浜に、島外から人間が持ち込んだ個体が生育することが分かった。これらのことから、春日の浦に春日の浜の個体を移植しないなど、いくつかの方針が立てることができた。

本事業の成果を踏まえ、住民とハマナスの保全について意見交換会を行ったところ、まずは春日の浦をビーチクリーンなどで継続的にきれいにしていきたい、イベントを開催してハマナスの存在を知ってもらいたいなど、活発な意見交換ができた。来年度も住民と連携し、本調査で明らかになったことをもとに、ハマナスの保全を進めていく。

②保全活動・周知活動

特定外来生物オオキンケイギク防除活動

- 6月 隠岐高校にて特定外来生物抜き取り開催
 - 6/24 隠岐の島町オオキンケイギク抜き取りイベント開催
 - 6月 三瓶自然館、隠岐の島町、環境省とともに分布調査を実施
 - 6月 隠岐島前高校にて特定外来生物授業
 - 7月 隠岐島前高校生と摩天崖でオオキンケイギク抜き取り活動
- ＜成果＞

オオキンケイギクの調査を三瓶自然館、隠岐の島町、環境省とともに行った。10年前と比較しオオキンケイギクの生育面積、分布地点数は減少していることが明らかとなった。これは10年間オオキンケイギクの防除を行ってきた関係機関、地域住民の努力の成果である。

成果報告：0299846ab47c55cda385720b60436811.pdf (nature-sanbe.jp)

サイエンスカフェ開催

7月の2日間に渡って地質・生物の島根大学の研究者を招聘し、ガイド、当機構職員、観光協会職員、高校生向けに勉強会を実施。

＜成果＞

30名ほど参加し、地質や生物の基礎的な内容や隠岐地域で行われている最新の研究情報を学ぶ機会となった。

ミズナラの分布環境の解明

島根大学と共同して、冷温帯樹種であるミズナラの分布環境を解明するため、隠岐4島に温湿度計を設置し（機器購入は島根大学）、4カ月に一度データ回収を行い、データを取りまとめる。

＜成果＞

継続的に温度と湿度の環境データの蓄積、解析を行っている。今後、環境データはミズナラの生育状況、立地環境と合わせて、解析を行っていく。

その他の調査研究活動

隠岐の島でヒダボタン（ユキノシタ科）を記録した。

(<https://doi.org/10.18942/chiribunrui.0712-13>)

隠岐諸島の樹木組成の特徴—対馬諸島と佐渡島との比較から—

(<https://doi.org/10.4005/jjfs.106.109>)

(2) 研究活動助成事業

＜目的＞

ジオパークにおいて重点的に解明を要する学術分野に対する調査研究を奨励することにより、ジオパーク活動の活性化及び持続可能な地域社会の形成に向けた成果を得る。

＜実施内容＞

- ①多様な分野に横断する、ジオパークにまつわる研究事例の収集。
- ②大学生、研究者への支援を通じた、隠岐を題材とした研究の活性促進。
 - 7件採択（継続2件、新規5件）
 - ・隠岐島後カルデラの形成史（陥没から隆起まで）：後藤芳彦（室蘭工業大学）
 - ・隠岐諸島におけるクロキツタの保全にむけた空間的遺伝構造の解明：羽生田岳昭（北里大学海洋科学部）
 - ・環境保全と外来種管理：MAJEWSKI Katherine Maria（京都大学野生動物研究センター犬山キャンパス）
 - ・隠岐諸島でみられるキリの遺伝的変異：長沢和（宇都宮大学）

- ・隠岐諸島における海浜性無脊椎動物相の調査：豊田賢治（金沢大学）
- ・隠岐島マントルの捕獲岩から探る“本当の”島弧下マントルの実態：秋澤紀克（東京大学大気海洋研究所）
- ・隠岐諸島西ノ島三度海岸における明治～大正年間のアシカ猟の復元：甲能直樹（国立科学博物館地学研究部）

<成果>

各採択者が研究をすすめ、**成果がまとまり次第論文などで公表を行っていただく予定**である。

既に、今年度採択者の公表されている短報などは、以下のとおり。

- ・隠岐諸島島後におけるホソアシチビイッカクの初記録. さやばねニューシリーズ, (51): 25. : 角田啓斗・豊田賢治・中屋直哉, 2023.
- ・隠岐島後に漂着したオットセイの記録. 山陰自然史研究, (19): 7-9. : 角田啓斗・一澤圭・豊田賢治, 2023.
- ・アカバツヤムネハネカクシの隠岐諸島初記録. さやばねニューシリーズ, (52): 49 : 角田啓斗・豊田賢治・中屋直哉・橋爪拓斗, 2023.

9. マネジメント事業【決算額：9,686 千円】

(1) 事務局の体制強化及びDMO業務の強化

<目的>

- ①次の事項について助言や指導を得て、**事務局体制の強化**を図る。
 - ・「環境」「観光」「教育」の垣根を超えた組織の構築やプロジェクトの創設
 - ・地域連携を促進するための事業運営に係る体制等
 - ・JTБ や外郭団体を活用した地域づくりのための連携体制
- ②次の事項について助言や指導を得て、**マーケティング業務の強化**を図る
 - ・マーケティングに係るデータの効率良い収集や分析システムの構築

<実施内容>

- ①DMO全体の戦略及びマーケティング戦略に関するアドバイザーの設置（丸岡直樹氏：バリューマネジメント株式会社）

事務局組織全体にわたるスキルアップとマーケティンググループに対する戦略戦術への伴走という2点で力添えをいただいた。

事務局組織全体にわたるスキルアップに関しては、本年度中に職員研修を3回行っていた。このうち2回は職員の仕事への向き合い方や意識すべき点への講義、もう1回は職員個々の強みを把握してチームビルディングに活かすための「ストレングスファインダー（職員の才能診断ツール）」の実施及び個々職員の才能診断結果について解説を行っていただいた。

- ②WEB戦略及びDX戦略に関するアドバイザーの設置（今西建太氏：株式会社ディアライブ）
デジタル領域全般のアドバイザーとして、DX事業全体の戦略設計から戦術実行まで幅広くその知見をマーケティンググループ職員に共有いただくとともに、隠岐OTAの戦略設計に伴走をいただいた。さらには、広くデジタルに関わる部分で、予約コントロールセンターと顧客との間の導線の在り方等にもアドバイスをいただいた。

<成果>

- ①DMO全体の戦略及びマーケティング戦略に関するアドバイザーの設置
職員個人としても事務局組織全体としても、**業務に対する姿勢に改善が起きている**。
DX事業や10周年事業等において、全体設計から当該専門人材の紹介、一部戦術レベルまでのアドバイスを含め、マーケティンググループが今年度果たすべき役割が確実に達成されるよう伴走を行っていただき、**次年度以降の目標達成に向けた業務がより明確になった**。
- ②WEB戦略及びDX戦略に関するアドバイザーの設置
隠岐地域の**観光DX化推進がさらに期待できる状態になった**。

(2) 事務局運営体制の強化

<目的>

ジオパークやDMOの運営に必要な特性や専門的経験を有する職員を有効活用するとともに、**職員のキャリア形成を支援し、ワークライフバランスの取れた職場環境の実現を目指す**。

<実施内容>

一般社団法人 Intellectual Innovations (II 社) に当該業務について委託し、以下を実施した。

①各種研修会等の実施

- ・全職員に対する個別ヒアリングの実施（6月～10月）
- ・コンピテンシー（行動特性）のチェック及び実施されたストレングスファインダー（職員の才能診断ツール）の活用による職員個々の強み弱みの把握

②次年度に予定する人事評価制度の導入及び給与規則の改定の検討

- ・給与テーブル案の検討（12月～）

＜成果＞

II 社により個別職員にヒアリングをしていただいたことで、事務局幹部による面談においては引き出せなかった個々職員が抱える課題や要望をより明確に把握できた。また、コンピテンシー（行動特性）のチェックの実施とストレングスファインダー（職員の才能診断ツール）によって職員が自身の強み弱みを把握できただけでなく、各職員の強み弱みを公開し互いに共有することができた。これらをもとに、職員の活かし方、チーム編成等に活用していく。

給与テーブル案の検討については、現在の年功制から能力性へ変革することから職員の納得感を始めとして相応の困難が予想されるが、より効果的・効率的な業務遂行に向けて職員のモチベーションが向上されるよう、職員への丁寧な説明を継続し、次年度での導入を目指す。

(3) 隠岐×JTB プロジェクト

＜目的＞

株式会社 J T B との連携により誘客施策を推進し、**隠岐地域への誘客を促進**する。

＜実施内容＞

①JTB からの企業版ふるさと納税を原資に、「インバウンドコンテンツ事業（観光庁事業）」を活用して以下を実施した。

サイクルツーリズムの環境整備、e-bike ガイドツアーの造成、アドベンチャーシーカヤック民謡体験ツアー造成、マリンアクティビティ事業の実施

※事業の詳細は「4. 誘客促進事業（9）アドベンチャー体験創出事業」を参照

②2024 年度 JTB 隠岐カタログ作成とセールス活動、JTB スタッフ向けの研修と販売コンテストを実施した。

首都圏、関西圏、広島、静岡地区、山陰地区の JTB 店舗へのセールス実施

③10 周年イベントとして「e スポーツ大会」を企画運営したほか、「雑誌 島へ。」に隠岐を提案し取材補助を行った。また、謎解き 4 島周遊事業を企画運営した。

※事業の詳細は「1. ブランディング事業（4）世界認定 10 周年記念事業」「4. 誘客促進事業（5）ジオパーク周遊コンテンツ開発事業」を参照

④JTB 静岡地区の店舗と連携して FDA を利用した募集ツアーを実施した。

募集期間中に、店頭で隠岐のディスプレイを投影、販売コンテストを実施。

⑤JTB 本社と連携した以下の P R 活動を実施した。

- ・朝日放送「朝だ！生です旅サラダ」毎週土曜 8:30～9:30 番組中に隠岐への誘客 CM を放送（4～9 月）
- ・山陰地方で 6 月 5 日（月）～18 日（日）に 180 本の隠岐への誘客スポット CM を放送
- ・メディアでの隠岐プロジェクトの紹介（YouTube, 専用 Web ページ, JTBeing, KTV よ～いドン！）
- ・内閣府と連携したインバウンド向け隠岐紹介動画の制作と公開（CJPF）
- ・大阪で開催されたツーリズム E X P O に出展し隠岐を P R
- ・JTB 社内向けの P R と認知拡大、JTB 役員の来島促進とアテンド、社内の Web マガジンに毎月投稿。社内イベントに参加。
- ・隠岐の観光関係者向けに中央省庁予算勉強会を実施し、分かりにくい中央省庁の予算を、ポイントを絞り分かりやすく隠岐の関係者に解説
- ・高付加価値事業の伴走とメディアイベント「隠岐島会議 in TOKYO」の企画運営伴走
※事業の詳細は「5. 着地整備事業（7）高付加価値化事業」を参照
- ・データ連携実証事業の伴走
※事業の詳細は「5. 着地整備事業（6）DX 実証事業」を参照
- ・声優カレンダー制作の撮影補助

⑥以下の各種ミーティングを継続実施した。

- ・プロジェクトメンバーとDMOマーケティンググループ職員との週1回 Web ミーティング
- ・プロジェクトメンバーとJTBとの週1回 Web ミーティングと月1回リアルミーティング
- ・隠岐への教育旅行誘致を目的とした連携ミーティングを立上げて適宜 Web ミーティング

<成果>

①「4. 観光促進事業 (9) アドベンチャー体験創出事業」を参照

②JTB スタッフが6月に12名が来島し現地研修を実施した。座学研修はアーカイブ化して拡散

③「1. ブランディング事業 (4) 世界認定10周年記念事業」「4. 誘客促進事業 (5) ジオパーク周遊コンテンツ開発事業」を参照

④3本中2本が催行となり、FDA利用が促進された。

⑤・ツーリズムEXPOで15社と商談し、隠岐視察1件、ツアー造成1件につながった。

- ・JTB 役員が続々来島し、隠岐への認識が深まった。
- ・「4. 誘客促進事業 (2) 高付加価値改修プレスイベントの実施」を参照
- ・「5. 着地整備事業 (6) DX 実証事業」を参照
- ・隠岐で撮影した声優カレンダーが発売された。

⑥JTB×隠岐DMOの関係者との連携体制が維持発展できた。

以上