

# 令和4年度 事業報告について

## I 総括

令和4年度は、長引く新型コロナウイルス感染症の影響を受けつつも、西九州新幹線の開業や佐賀・長崎デスティネーションキャンペーンの実施、宿泊割引キャンペーンの全国拡大等を契機とした国内旅行需要の増大が図られるとともに、水際対策の緩和などによりインバウンド需要も回復の兆しを見せてきたところである。こうした機会を捉え、WEBやマスメディア、インフルエンサーなど様々な媒体を活用した複合的なプロモーションをはじめ、旅行会社や大手キャリア等との連携事業など、国内外への情報発信や誘客活動に積極的に取り組むとともに、選ばれる観光地として受入態勢を強化するため、観光消費額の増加や滞在時間の延長に資する観光コンテンツの開発支援、おもてなし向上などの取組を実施した。

- (1) 観光需要を喚起し、県内観光産業の回復を図るため、国の支援策を活用し、10月上旬までは九州在住者を対象に、それ以降は全国に拡大して県内旅行に対する割引支援を実施するとともに、併せて、地域内の土産物店、飲食店等で利用できるクーポン券を付与する誘客促進対策を実施した。
- (2) 情報発信については、西九州新幹線開業を契機とする旅行需要を捉えて、首都圏及び関西以西をターゲットにデジタルプロモーションを実施。WEB広告やWEBメディア、SNSグループとのタイアップなどを複合的に展開し、誘客促進に努めた。また、情報感度の高い一般の方を部員として起用している「#ナガサキタビブ」について、体制を強化し記事のさらなる充実を図った。加えて、雑誌・新聞等を活用した情報発信、全国ネットのテレビ情報番組の誘致、さらに映画やテレビ番組などの映像作品の制作やロケーション活動の支援を通じて、旅行需要の喚起を図った。
- (3) 国内誘致については、西九州新幹線開業や佐賀・長崎デスティネーションキャンペーンとの相乗効果を高めるため、鉄道会社に加え、航空会社や旅行会社と連携したキャンペーンを実施し、本県への誘客促進を図った。また、滞在型観光促進のため、着地型旅行商品販売プラットフォーム「VISITながさき」における販売強化、割引キャンペーン等を実施し、旅行満足度の向上を図った。
- (4) 修学旅行誘致については、新学習指導要領の重点テーマに沿った「長崎県探究プログラム」を新たに制作し、旅行会社等へのセールス及び情報収集を実

施。また、新型コロナウイルス感染症の影響を受けた教育旅行について、本県への方面変更に対する助成を実施し、206校、40,981名を受け入れた。

- (5) 「しま」への誘客については、地域の魅力を活かし「もう一泊」していただくことによる滞在型観光のさらなる促進を目指し、国の特定有人国境離島地域社会維持推進交付金を活用して、「宿泊＋交通＋体験」が一体となった旅行商品の造成支援を令和4年4月1日から令和5年2月28日まで実施した。また、新型コロナウイルス感染症に伴う経済対策として、団体旅行商品（エスコート）へ助成するとともに、個人旅行商品（フリープラン）購入者に対して「行っ得！長崎のしまクーポン券」を交付した。ただし、対象について年度当初は本県住民のみとし、新型コロナウイルス感染症の状況をみながら順次拡大、最終的に全国を対象とするに至った。また、個人客向けの体験クーポン券付き企画乗船券「わくわく乗船券」については、全国旅行支援の開始に合わせて令和4年10月11日から販売を開始した。
- (6) 海外誘致については、令和4年6月10日からの段階的な水際対策緩和に伴い、観光説明会や商談会等、海外現地での活動を再開するとともに、海外からのファムツアー、旅行社や一般向けの観光地ライブ中継、インフルエンサープロモーションなど様々なジャンルでの複合的なプロモーションを実施。また、デジタルマーケティングの手法を取り入れ、観光資源の興味関心などを分析するとともに、多言語公式ホームページや多言語公式 SNS を活用し、きめ細かな情報発信を実施した。
- (7) 観光コンテンツの開発支援については、観光消費額の増加や滞在時間の延長、観光客満足度の向上に直接資する観光コンテンツを地域とともに開発することを目的として、昨年度から引き続き、4名の専門人材（非常勤）を配置。地域の戦略や課題等について、市町や観光協会その他各種事業者等との協議等を踏まえて計22地域の開発に関与し、13地域18商品を開発した。

	令和4年 (速報値)	令和3年 (確定値)	R4/R3 対比	令和元年 (確定値)	R4/R1 対比
長崎県延べ宿泊者数	6,355,600	4,669,540	136.1%	7,248,850	87.7%
日本人	6,261,070	4,557,920	137.4%	6,495,570	96.4%
外国人	94,530	111,620	84.7%	753,280	12.6%
九州延べ宿泊者数	44,852,230	32,833,220	136.6%	58,693,510	76.4%
日本人	43,800,870	32,523,580	134.7%	50,011,060	87.6%
外国人	1,051,360	309,640	339.5%	8,682,450	12.1%

※出典：観光庁宿泊旅行統計調査第2表

(暦年) 単位：人泊

## II 国内誘致対策

1. 21世紀まちづくり推進総合支援事業		決算額：23,151千円
<p>地域が主体的に行う観光コンテンツの企画立案から造成、提供・販売に至るまで、一気通貫して伴走支援を行い、観光消費額の増加や滞在時間の延長、満足度向上に直接的に資する観光コンテンツの開発支援を実施。</p>		
<p>➡ 市町や観光協会その他各種事業者へヒアリングを行うとともに、それらの結果を踏まえ、計22地域の開発（支援）に関与。13地域において計18商品を開発した。</p>		
<p>(1) 観光コンテンツ開発支援体制の整備</p>		
<p>支援体制強化 (専門人材の雇用等)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・昨年度に引き続き、株式会社リクルートから4名の専門人材（非常勤）を配置し、開発・販売支援体制を強化</li> <li>・加えて、令和4年度は国内誘致部1名及び海外誘致部1名を兼務職員として配置し支援体制を強化</li> </ul>	
<p>地域が主体的に行う観光コンテンツ開発支援</p>	<p>○「ひらかれた海」「新たな人流」「広域エリアブランディング」の3つのテーマに基づき、13地域において合計18商品を開発 ※一部商品はモニター等を経て令和5年度より順次、販売開始</p> <p>&lt;ひらかれた海&gt;</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 佐世保市宇久：ドローン撮影付きカヤック 他</li> <li>(2) 松浦市福島：マイクロモンスターハンティング&amp;レジンアート体験</li> <li>(3) 対馬市比田勝：釣った魚でイタリアンランチ</li> <li>(4) 雲仙市小浜：釣った魚でイタリアンランチ</li> <li>(5) 小値賀町納島：島暮らし体験</li> <li>(6) 新上五島町ロクロ島：無人島×アクティビティ体験</li> </ol> <p>&lt;新たな人流（新幹線開業、西九州道延伸、IR誘致など）&gt;</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>(7) 長崎市蚊焼：蚊焼包丁づくり体験 3種</li> <li>(8) 佐世保市三川内：三川内焼&amp;三川内米体験</li> <li>(9) 平戸市：謎解きまち歩き 2地域（まちなか・川内）</li> </ol> <p>&lt;広域エリアブランディング&gt;</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>(10) 雲仙市国見町神代：夜のイチゴ狩り</li> <li>(11) 雲仙市国見町多比良：旅館の女将と自転車で野菜収穫体験</li> <li>(12) 雲仙市：宿から畑へ直行の宿泊者向け収穫体験</li> <li>(13) 南島原市南有馬：天空の棚田キャンプ</li> </ol>	
<p>(2) 観光動向モニタリングツールの活用</p>		
<p>観光動向モニタリングツールの活用</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光動向モニタリングツール「おでかけウォッチャー」を導入し、市町別の月次観光カルテを作成。観光振興課（観光まちづくり班）経由で市町等への情報提供</li> <li>・地域の実情に応じて、同ツール及び株式会社リクルートが保有する各種データを複合的に活用し、地域が取り組むコンテンツ開発等の各種施策の立案・推進に対する支援を実施</li> </ul>	

## 2. 戦略的情報発信推進事業

決算額：63,409千円

新幹線開業を契機とする旅行需要をとらえて、マスメディアやデジタルメディアを効率的、効果的に活用し本県への旅行需要の喚起を促進。

➡ テレビ番組（全国ネット）の誘致や雑誌等の記事タイアップ、「#ナガサキタビブ」による情報発信、インスタグラムやデジタルプロモーションを実施し、一定度の旅行需要を喚起するとともに、コロナ後の需要を見据えて県内外の観光客の来訪意欲向上に努めた。

【効果】観光ポータルサイト「ながさき旅ネット」のアクセス数などを需要喚起の指標にした。コロナ禍にあり移動制限もあった中、対前年比129%程度となっており一定の効果があつた。

○ながさき旅ネットログ解析：令和4年4月1日～令和5年3月31日

	令和4年度	令和3年度	前年比
訪問数（セッション）	8,280,034	6,043,709	137.0%
ページビュー数	15,245,215	11,815,427	129.0%
1日平均人数	22,685	16,588	137.0%
1日平均PV数	41,767	32,341	129.0%

### （1）ながさき旅ネット

長崎観光/旅行ポータルサイト「ながさき旅ネット」の効果的運用

- 季節ごとに観光コンテンツの入れ替えを実施
  - 1) 自由研究（7月）※夏休み・家族旅行需要
  - 2) 花火大会特集（7月）
  - 3) 紅葉特集（10月）
  - 4) お花見スポット特集（2月）
- 時機を捉えターゲットを明確にした特集ページ及びキャンペーンページを作成、公開
  - 1) 西九州新幹線「かもめ」に乗って長崎へ行こう！（9月）
  - 2) [全国旅行支援]ながさきで心呼吸の旅キャンペーンページ公開（10月）
  - 3) 長崎しま旅わくわく乗船券ページリニューアル公開（10月）
  - 4) 2023長崎ランタンフェスティバル特集ページ公開（11月）
- 旬な情報・イベント情報を日々更新
- フリーライターを起用したインターネット記事の作成を実施
  - 1) 「#ナガサキタビブ」ライター4名を新たに一般公募で採用（10月）し、昨年度からの継続メンバーと合わせて10名の一般公募ライターによる旅のレポート記事を掲載中  
【令和4年度実績】105本 ※令和3年9月からの累計：157本
  - 2) 「#ナガサキタビブ」記事まとめ特集（ドライブ、カフェ、隠れ絶景）を3本公開
  - 3) 「#ナガサキタビブ」を活用し、他事業と連携した新聞、雑誌、WEB広告を展開

	<p>○メールマガジンの配信</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 主に「九州向け / 九州外向け」に区分し、異なる内容で配信。九州向けには県内イベントやおでかけ情報、九州外向けには、長崎県へいつか行きたい、また周遊型旅行を想像・喚起させるよう、歴史・文化、モデルコース等の情報を中心に、読み物系コンテンツ（「#ナガサキタビブ」記事等）にて配信。</li> <li>2) 開封率向上のため、新たに読者向けプレゼント企画を7回実施。プレゼント商品は長崎らしさをPRできる商品を購入したほか、県文化観光国際部内各課、市町（長崎国際観光CV協会、五島市）の関連記事に合わせて商品提供を依頼 / 5回</li> <li>3) 非アクティブ会員（開封が3年以上ない会員）約3,500名を削除のうえ、新規会員獲得のためプレゼント付きアンケートを2回実施し、計4,900名の新規会員を獲得した。  <b>【削除後】</b> 41,249名（令和4年5月） / 目標：45,000名  <b>【会員数】</b> 45,340名（令和5年3月末時点）</li> </ol> <p>◆プレゼント付きアンケート</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1回目）6月27日～7月31日 4,936名（うち、新規登録：811名）  内容：長崎旅行における観光・おもてなしアンケート</li> <li>2回目）12月1日～1月31日 8,703名（うち、新規登録：4,108名）  内容：長崎旅行に関する調査（経験・頻度等）</li> </ol>
<p><b>（2）戦略的プロモーション展開</b></p>	
<p>①マスメディアを活用した情報発信</p>	<p>○全国ネット等テレビ情報番組の誘致</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 情報番組「冒険する長崎プロジェクト」 / テレビ長崎  *番組内で昨年度より作成した新規の観光コンテンツを紹介  <u>放送回数：3回 放送尺：各回5分程度</u> <ol style="list-style-type: none"> <li>①サイクリングと農家集客体験宿泊プラン（雲仙市）  放送日：8月3日</li> <li>②蚊焼包丁づくり体験（長崎市）  放送日：9月14日</li> <li>③ちりもんハンティングレジンアート体験（松浦市）  放送日：1月11日</li> </ol> </li> <li>2) 情報番組「朝だ！生です旅サラダ！」 / テレビ朝日系列  *西九州新幹線車内、長崎駅から長崎市内の他、佐世保とハウステンボスを紹介（長崎市・佐世保市）  放送日：12月3日 放送尺：20分程度</li> <li>3) 情報番組「朝生ワイド す・またん&amp;ZIP」 / 読売テレビ  *元サッカー日本代表の大久保嘉人氏と元プロ野球選手の鳥谷敬氏が長崎市内のほか、大久保氏の母校がある島原半島を訪れ、本県を紹介（長崎市・雲仙市）  放送日：12月20日、21日 放送尺：8分程度×2回</li> <li>4) 情報番組「土曜はナニする!？」 / フジテレビ系列  *芸能人の黒沢かずこ氏と椿鬼奴氏がランタンフェスティバル開催直前に長崎市内のグルメや観光スポットを紹介（長崎市）  放送日：1月21日 放送尺：25分程度</li> </ol>

5) 特別旅番組「マジラブの長崎 乗り物制覇の旅！」  
/ JNN九州・沖縄ブロックネット（九州内TBS系列）  
\* 芸能人のマジカルラブリー野田クリスタル氏と村上氏が西九州新幹線のほか、県内の2次交通を広く利用し、県内各地の観光コンテンツを紹介

（長崎市・佐世保市・諫早市・大村市・平戸市・雲仙市）

放送日：2月18日 放送尺：55分程度

6) 情報番組「ヒルナンデス！」/ 日本テレビ系列

\* 芸能人のHey!Say!JUMP 有岡大貴氏、八乙女光氏、チョコレートプラネット長田庄平氏、松尾駿氏が旅行コーナーを展開し、佐世保市内の観光コンテンツを紹介（佐世保市）

放送日：3月7日 放送尺：50分程度

3月15日 放送尺：27分程度

※2)～6)は事業効果を高めるため、(3)新幹線開業にかかるプロモーション事業と一体で実施

○媒体社向けニュースレターを配信（約200社）

【配信日】 ①10月12日 ②12月6日 ③1月31日

④3月14日（4回/年）

○長崎県東京・大阪事務所と共催したプレストアの実施

【実施日】 10月26日～28日

【参加者】 デジタルメディアを保有する10媒体：9名

【取材箇所】 五島市、新上五島町

【実績】 WEB媒体：12記事 紙媒体：6記事

○新聞・雑誌を活用した情報発信

1) 長崎新聞

新春号（カラー、タテ226×ヨコ376mm×2箇所 見開き2ページ）

【掲載内容】

「#ナガサキタビブ」がおススメする県内観光スポットやしま旅、わくわく乗船券等を紹介

【掲載日】1月1日 【発行部数】164,000部

2) クレアトラベラー

クレアトラベラー2023 vol.1号（全1 + 1/3ページ）

【掲載内容】

九州新幹線及び西九州新幹線開業を基軸とした九州特集にて本県の観光情報を紹介（松浦市、平戸市、新上五島町）

【発売日】1月14日 【発行部数】32,000部

3) 旅の手帖

月刊旅の手帖3月号（全5ページ）

【掲載内容】

ゆるりと歩く町の旅（イラストでの紹介）にて雲仙市（雲仙・小浜地区）を4ページ、純広告にて雲仙市神代地区等を1ページで紹介 ※純広告ページは、雲仙観光局制作

【発売日】2月10日 【発行部数】105,000部

4) ながさきプレス

月刊ながさきプレス4月号（全4ページ）

	<p><b>【掲載内容】</b>          県内における新観光コンテンツの認定度向上を目的に、昨年3月に提供を開始した新ご当地グルメ（平戸市・西海市）と、今年度造成した新規観光コンテンツ（松浦市、雲仙市）を春のオススメ日帰り旅行として紹介</p> <p>①平戸南蛮ジビエカレー（平戸市）          ②西海シマアジ旨造り膳（西海市）          ③ちりもんハンティングレジンアート体験（松浦市）          ④海のサカナを釣り収穫！★100%釣れます★うまいランチのライブキッチン体験♪（雲仙市）</p> <p><b>【発売日】</b> 3月27日 <b>【発行部数】</b> 30,000部</p>
<p><b>②ICTを活用した情報発信</b></p>	<p>○既存動画を活用した動画広告（YouTube、SNS等）の実施          ＊12月よりデジタルプロモーションを実施</p> <p>&lt;ターゲット&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・関西圏・中国圏（西九州新幹線を活用した旅行の訴求と旅行商品等の購入）</li> <li>・九州圏（マイクロツーリズムの促進）</li> </ul> <p><b>【内容】</b>          YouTube 動画広告、リスティング広告、SNS（Facebook / Instagram）、スマートニュース、SNSとのグループタイアップ及び東京カメラ部によるLP制作、WEBメディア・マガジンの活用等</p> <p>○Instagramの運用</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 情報拡散及び長崎ファン創出のためフォロワー増を目指し、県内外の在住者向けに長崎県全域の旬の観光情報を魅力ある写真で定期的に発信するとともに、インサイトを活用しフォロワーの推移や人気コンテンツの分析を実施</li> </ol> <p><b>【フォロワー数】</b> 3,720名（令和4年4月1日時点）  <u>6,583名（令和5年3月31日時点）</u></p> <p><b>【投稿数】</b> フィード投稿62回、リール動画3回</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2) 県外の観光PRイベントでフォロワー獲得キャンペーンを実施（9月・2月に6日間実施）</li> <li>3) 長崎コンシェルジュ受検者・認定者向け会議で、投稿・運用について、ポイントを講演（7月・1月）</li> </ol>
<p><b>③宣伝資材の製作</b></p>	<p>○既存パンフレットの増刷等</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 「ながさき感動たび」 15,000部（7月）</li> <li>2) 「ながさき教会めぐり」 5,000部（10月）</li> </ol>
<p><b>(3) 新幹線開業にかかるプロモーション</b></p>	
	<p>○「ながさき旅ネット」の特集ページ等による情報発信          ＊西九州新幹線「かもめ」に乗って長崎へ行こう！（9月）</p> <p>○テーマ・エリア別モデルコースの設定と情報発信          ＊長崎ビギナーにおすすめ 長崎市内半日観光モデルコース（9月）          ＊諫早発「しまてつカフェトレイン」で行く島原半島のんびり列車の旅（9月）</p>

○全国及び関西以西テレビ番組誘致

※2 (2) ① [○全国ネット等テレビ情報番組の誘致] 2)～6)再掲

- 1) 情報番組「朝だ！生です旅サラダ！（テレビ朝日系列）
- 2) 情報番組「朝生ワイド す・またん&ZIP」（読売テレビ）
- 3) 情報番組「土曜はナニする！？」（フジテレビ系列）
- 4) 特別旅番組「マヂラブの長崎 乗り物制覇の旅！」  
（JNN九州・沖縄ブロックネット（九州内TBS系列））
- 5) 情報番組「ヒルナンデス！」（日本テレビ系列）

○「ながさき旅ネット」を活用したデジタルプロモーションの実施

※2 (2) ② [○既存動画を活用した動画広告の実施] 再掲

\*12月よりデジタルプロモーションを実施

**【内容】**

YouTube 動画広告、リスティング広告、SNS（Facebook / Instagram）、スマートニュース、SNSとのグループタイアップ及び東京カメラ部によるLP制作、WEBメディア・マガジンの活用等

○長崎県観光・物産フェアの実施

1) 観光プロモーションイベント

**【内容】**

- ① 県内各市町（長崎市・佐世保市・諫早市・壱岐市・五島市・雲仙市）の観光・物産のブース出展等によるPR、離島VR体験、ミニかもめ試乗体験や駅長制服のフォトセッション、鉄道グッズ販売等による西九州新幹線のPR、変面ショー、抽選会等を実施
- ② JR大阪駅構内にて本イベントに関連し交通広告や装飾、デジタルサイネージ等によるプロモーションを実施
- ③ 時空の広場カフェデルソーレとタイアップし、店内外を長崎色に装飾するとともに本県の名物料理や飲み物を販売
- ④ 当該イベントの情報発信（SNS・WEB・フリーペーパー）

**【場所】** JR大阪駅5F「時空の広場」

**【日時】** 3月18日、19日

**【総来場者数】** 11,404名（延べ）

2) 長崎県グルメフェア

**【内容】** 本県食材を利用した料理を販売提供  
対象料理を注文の方に対し、抽選会を実施

**【場所】** キッチン&マーケットルクア大阪店

**【期間】** 3月6日～19日

3) 長崎特産品抽選会

**【内容】** 長崎県産品を含む買い物をされた方を対象に  
抽選会を実施

**【場所】** 阪急オアシス SST、阪急オアシス吹田片山店、  
イズミヤ千里丘店、阪急オアシス神戸三宮店

**【日時】** 3月18日、19日

※阪急オアシス神戸三宮店のみ、3月6日～19日

3. 長崎県フィルムコミッション事業	決算額：6,941千円																
映画やテレビ番組などの映像作品の制作やロケーション活動に対し支援を行い、本県の観光振興や地域振興を促進。																	
<p>➡ 2023年全国公開のアニメーション映画「きみの色」、全編長崎ロケで撮影された映画「こん、こん。」、レッドブルレーシングチームなどの海外からの取材対応を含む年間94件のロケ支援を実施したほか、オンラインを含む商談会への参加及び制作会社等への訪問を行い、映像制作者向けのPRを行った。</p>																	
映像等による長崎県の魅力発信																	
<p>①撮影に関する制作会社への支援</p>	<p>○撮影等への情報提供、相談窓口、撮影許可等に関するワンストップ窓口業務</p> <p>○国内外の映画、テレビ（ドラマ、旅番組、ドキュメンタリー）、テレビCM等のアテンド業務</p> <p>○ロケ支援作品（放送/公開決定作品） ※3月31日時点</p> <table border="1" data-bbox="550 728 1252 1220"> <tbody> <tr> <td>映画/ショートフィルム</td> <td>6件</td> </tr> <tr> <td>ドラマ/アニメ</td> <td>5件</td> </tr> <tr> <td>CM (TV/WEB)</td> <td>21件</td> </tr> <tr> <td>バラエティ/旅番組</td> <td>35件</td> </tr> <tr> <td>情報番組</td> <td>12件</td> </tr> <tr> <td>書籍/写真集</td> <td>9件</td> </tr> <tr> <td>その他（取材・イベント協力など）</td> <td>6件</td> </tr> <tr> <td>計</td> <td>94件</td> </tr> </tbody> </table> <p>[主な支援作品]</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>マクドナルド TVCM（放送：6月-8月） 5月撮影：<u>諫早市・島原市</u> 【出演】<u>蒔田彩珠</u></li> <li>映画「こん、こん。」（公開：2023年6月長崎先行公開） 7～9月撮影：<u>大村市・長崎市・西海市</u> 【監督】<u>横尾初喜</u>（佐世保市出身） 【出演】<u>遠藤健慎・塩田みう</u></li> <li>レッドブルレーシングチーム特別映像撮影 （2023年2月：特集記事公開） ※映像作品としての公開時期・方法等は未定 <u>12月撮影：大村市・東彼杵町</u></li> <li>アニメーション映画「きみの色」（2023年秋公開予定） <u>12月取材：長崎市・佐世保市・五島市・新上五島町</u> ※出演者未定</li> <li>WOWOW ドラマ（2023年6月情報解禁予定 / 放送：2023年予定） <u>2月撮影：長崎市・大村市・東彼杵町</u></li> </ol>	映画/ショートフィルム	6件	ドラマ/アニメ	5件	CM (TV/WEB)	21件	バラエティ/旅番組	35件	情報番組	12件	書籍/写真集	9件	その他（取材・イベント協力など）	6件	計	94件
映画/ショートフィルム	6件																
ドラマ/アニメ	5件																
CM (TV/WEB)	21件																
バラエティ/旅番組	35件																
情報番組	12件																
書籍/写真集	9件																
その他（取材・イベント協力など）	6件																
計	94件																

②誘致活動	<p>○ジャパンフィルムコミッション等との連携・全国ロケ地フェアなどの国際イベントへの出展</p> <p>1) オンライン商談会への参加</p> <p>①DMM アニメゲームサミット【オンライン】 8月</p> <p>②TIFCOM（東京国際映画祭）【オンライン】 10月</p> <p>③DMM アニメゲームサミット winter【オンライン】 1月</p> <p>④全国ロケ地フェア【現地開催】 1月</p> <p>2) 在京制作会社への訪問（7月、1月）</p>									
③広報活動	<p>○観光ポータルサイト「ながさき旅ネット」を活用したロケ地特集ページの制作</p> <p>1) NHK ドラマ「17才の帝国」（5月）</p> <p>2) 映画「サバカン SABAKAN」（8月）</p> <p>○ロケ地素材データの収集及び登録業務：<u>新規登録 25 件</u></p> <p>○SNS を活用した情報発信</p> <p>&lt;実績&gt; ※3月31日時点</p> <table border="1" data-bbox="550 779 1235 943"> <thead> <tr> <th></th> <th>件数</th> <th>フォロワー数(人)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Facebook</td> <td>113件</td> <td>3,470人</td> </tr> <tr> <td>Twitter</td> <td>130件</td> <td>6,259人</td> </tr> </tbody> </table> <p>※Instagramは今年度より観光連盟のアカウント内で投稿（ロケ関連の投稿を21件）</p>		件数	フォロワー数(人)	Facebook	113件	3,470人	Twitter	130件	6,259人
	件数	フォロワー数(人)								
Facebook	113件	3,470人								
Twitter	130件	6,259人								

4. 「長崎の宿」品質・おもてなし向上事業	決算額：1,770千円
<p>観光客受入の中心的存在である宿泊施設について、「観光の産業化」を図るうえで品質、おもてなしの向上は不可欠であるため、やる気のある宿泊施設の取組を集中的に支援することにより、付加価値を高め、宿泊単価及び宿泊者数の増加につなげるとともに、その成功事例を他事業者にも波及させ、県全体の宿泊施設の底上げを推進。</p>	
<p>➡ サクラクオリティ認証施設の情報発信のため、海外誘致部事業と共同で香港・台湾向けの特集ページにてサクラクオリティ認証施設を観光情報とあわせて紹介したほか、宿泊施設の人材育成を目的にインターンシップ研修事業を実施した。また、おもてなし推進のためワッペン着用の働きかけ、「おもてなし体験箱」への投稿促進のための取組を実施するとともに、「長崎県ツーリズムアワード」で4件を表彰した。</p>	
(1) サクラクオリティの推進	
	<p>○<b>観光宿泊施設</b>品質認証制度「サクラクオリティ」の取得促進</p> <p>* 認証取得施設数：<u>25 施設</u></p> <p>○「サクラクオリティ」取得施設の情報発信</p> <p>* 香港・台湾向けサイト「ラーチャーゴー」において、海外誘致部が新たに制作した長崎・五島を巡るモデルコース記事の中で認証施設2施設を紹介（3月）</p>
(2) グレードアップネットワーク	
	<p>○宿泊施設の人材育成に向けた研修事業、インターンシップ研修の実施</p> <p>* 人材育成の取組：インターンシップ研修等を実施（3月）</p> <p>【派遣施設】2施設 【受入施設】3施設</p> <p>【施設訪問による意見交換】1施設</p>

(3) おもてなしの推進

○おもてなしワッペンの着用推進

- 1) ながさき旅ネット内に「おもてなしワッペン・ステッカー・ロゴデータ」申請フォーム設置 ⇒ 申請 15 件
- 2) 事業者の活用事例とおもてなしの取組を県観光連盟レポートで配信 ⇒ 4 回
- 3) 参画事業者のワッペン着用画像の紹介 (ながさき旅ネット) ⇒ 7 件
- 4) おもてなしワッペンの増刷 ⇒ (小) 3,000 枚増刷 (3 月)

◆おもてなしワッペン・ステッカー・ロゴデータ配布状況

種 類	送付先	配布数 (枚)
おもてなしワッペン (小)	32 か所	2,285
おもてなしワッペン (大)	15 か所	70
おもてなしステッカー (内貼り)	1 か所	3
〃 (両面)	28 か所	171
おもてなしロゴデータ	6 か所	6

○ブックマーカーの製作

- 1) 「ながさき観光おもてなし体験箱」への投書を促すため、ブックマーカーを 90,000 枚製作し、宿泊施設からお客様へ配布 (9 月～) ⇒ 年間投書数：148 件
- 2) 「ながさき観光おもてなし体験箱」投書キャンペーン実施 ⇒ 2 月抽選・景品発送
- 3) ながさき旅ネット特集ページ「みんなのおもてなし体験談」を新設し、体験箱に投書されたご意見を公開 (3 月)

(4) 長崎県観光表彰

○「長崎県ツーリズム・アワード 2022」の開催

【募集期間】10 月 1 日～11 月 11 日 ※ 応募数 15 件

【選考会議】12 月 16 日

【表彰式】2 月 6 日 (長崎県庁特別応接室) ※表彰数：4 件

◆グランプリ (県知事賞) …ラッキー自動車株式会社

着地型旅行商品の造成・販売とおもてなしの取組

◆準グランプリ (県知事賞) …有限会社丸徳水産

海で遊び、学び、記憶する体験ツアー「海遊記」の実施

◆特別賞 (県知事賞) …トイレ探索士 豊福 和範

屋外トイレ (公衆トイレ、公園トイレ等) 内の設備調査と

ホームページ「長崎・トイレ案内板」による情報発信

◆長崎県観光連盟会長賞…IKI PARK MANAGEMENT 株式会社

「島のまなび舎」キッズキャンプの実施

- 1) 表彰式の様子・取組概要はテレビ局 4 社で放送、新聞 2 社で掲載 (2 月)

- 2) ながさき旅ネット特集ページや広報番組「みじかなナガサキ」、FMラジオ「Saturday Chat Box」、長崎新聞「大江戸瓦版」で受賞者の取組を紹介 (2 月)

5. 周遊観光スマート化推進事業	決算額：13,651千円																																														
<p>着地型旅行商品販売プラットフォーム「VISITながさき」において、着地型旅行商品を販売するとともに、旅行会社と連携して、県内周遊型旅行商品の造成を促進。</p>																																															
<p>➡ 県内着地型旅行商品販売プラットフォーム「VISITながさき」において、63商品の販売を行った。また、旅行会社の商品企画・造成担当者を佐世保市に招聘し、県内市町観光関係者とのマッチングの機会を設けることで、県内の観光素材について幅広く紹介することができた。</p>																																															
<p>(1) パンフレット増刷</p>																																															
	<p>○「ぶらり長崎」の増刷 80,000部増刷 ※20,000部×4回（8月、10月、2月、3月）</p>																																														
<p>(2) 着地型旅行商品等の造成及び販売促進</p>																																															
<p>VISITながさきによる展開</p>	<p>○令和4年度、販売取扱商品数拡充へ向けて市町関係者、民間事業者との協議の結果、以下41商品を追加し、最大63商品を販売</p> <p>◆VISITながさき 取扱商品一覧</p> <table border="1" data-bbox="515 772 1385 2065"> <tbody> <tr><td>1</td><td>ながさきストーリーズ～出島さんぼ～</td></tr> <tr><td>2</td><td>ながさきストーリーズ～唐人町と中華街さんぼ～</td></tr> <tr><td>3</td><td>ながさきストーリーズ～グラバー園さんぼ～</td></tr> <tr><td>4</td><td>ながさきストーリーズ～坂本龍馬の足跡さんぼ～</td></tr> <tr><td>5</td><td>ながさきストーリーズ～平和さんぼ～</td></tr> <tr><td>6</td><td>ながさきストーリーズ～居留地路地裏さんぼ（南山手）～</td></tr> <tr><td>7</td><td>ながさきストーリーズ～居留地路地裏さんぼ（東山手）～</td></tr> <tr><td>8</td><td>ながさきストーリーズ～寺町と町家さんぼ～</td></tr> <tr><td>9</td><td>ながさきストーリーズ～下町レトロさんぼ～</td></tr> <tr><td>10</td><td>ながさきストーリーズ～神社さんぼ～</td></tr> <tr><td>11</td><td>諫早・雲仙・熊本横断きっぷ</td></tr> <tr><td>12</td><td>長崎バス1日PASSプラス</td></tr> <tr><td>13</td><td>午前発〔定期観光バス〕長崎よかところコース</td></tr> <tr><td>14</td><td>午後発〔定期観光バス〕長崎よかところコース</td></tr> <tr><td>15</td><td>蚊焼包丁「刃物作り体験」</td></tr> <tr><td>16</td><td>海のサカナを釣り体験！うまいランチのライブキッチン体験</td></tr> <tr><td>17</td><td>ちりもんハンティングレジアート体験</td></tr> <tr><td>18</td><td>穏やかな海で釣り体験&amp;イタリアンランチ</td></tr> <tr><td>19</td><td>料亭・二見お食事プラン&lt;タクシー送迎付き&gt;</td></tr> <tr><td>20</td><td>ナガサキ・カステラタクシー</td></tr> <tr><td>21</td><td>【長崎駅発】 長崎銘菓・一口香をつくってお寿司をいただくタクシープラン</td></tr> <tr><td>22</td><td>【稲佐山近隣ホテル発】 長崎銘菓・一口香をつくってお寿司をいただくタクシープラン</td></tr> <tr><td>23</td><td>変面ショー&amp;鍋冠山からの夜景</td></tr> </tbody> </table>	1	ながさきストーリーズ～出島さんぼ～	2	ながさきストーリーズ～唐人町と中華街さんぼ～	3	ながさきストーリーズ～グラバー園さんぼ～	4	ながさきストーリーズ～坂本龍馬の足跡さんぼ～	5	ながさきストーリーズ～平和さんぼ～	6	ながさきストーリーズ～居留地路地裏さんぼ（南山手）～	7	ながさきストーリーズ～居留地路地裏さんぼ（東山手）～	8	ながさきストーリーズ～寺町と町家さんぼ～	9	ながさきストーリーズ～下町レトロさんぼ～	10	ながさきストーリーズ～神社さんぼ～	11	諫早・雲仙・熊本横断きっぷ	12	長崎バス1日PASSプラス	13	午前発〔定期観光バス〕長崎よかところコース	14	午後発〔定期観光バス〕長崎よかところコース	15	蚊焼包丁「刃物作り体験」	16	海のサカナを釣り体験！うまいランチのライブキッチン体験	17	ちりもんハンティングレジアート体験	18	穏やかな海で釣り体験&イタリアンランチ	19	料亭・二見お食事プラン<タクシー送迎付き>	20	ナガサキ・カステラタクシー	21	【長崎駅発】 長崎銘菓・一口香をつくってお寿司をいただくタクシープラン	22	【稲佐山近隣ホテル発】 長崎銘菓・一口香をつくってお寿司をいただくタクシープラン	23	変面ショー&鍋冠山からの夜景
1	ながさきストーリーズ～出島さんぼ～																																														
2	ながさきストーリーズ～唐人町と中華街さんぼ～																																														
3	ながさきストーリーズ～グラバー園さんぼ～																																														
4	ながさきストーリーズ～坂本龍馬の足跡さんぼ～																																														
5	ながさきストーリーズ～平和さんぼ～																																														
6	ながさきストーリーズ～居留地路地裏さんぼ（南山手）～																																														
7	ながさきストーリーズ～居留地路地裏さんぼ（東山手）～																																														
8	ながさきストーリーズ～寺町と町家さんぼ～																																														
9	ながさきストーリーズ～下町レトロさんぼ～																																														
10	ながさきストーリーズ～神社さんぼ～																																														
11	諫早・雲仙・熊本横断きっぷ																																														
12	長崎バス1日PASSプラス																																														
13	午前発〔定期観光バス〕長崎よかところコース																																														
14	午後発〔定期観光バス〕長崎よかところコース																																														
15	蚊焼包丁「刃物作り体験」																																														
16	海のサカナを釣り体験！うまいランチのライブキッチン体験																																														
17	ちりもんハンティングレジアート体験																																														
18	穏やかな海で釣り体験&イタリアンランチ																																														
19	料亭・二見お食事プラン<タクシー送迎付き>																																														
20	ナガサキ・カステラタクシー																																														
21	【長崎駅発】 長崎銘菓・一口香をつくってお寿司をいただくタクシープラン																																														
22	【稲佐山近隣ホテル発】 長崎銘菓・一口香をつくってお寿司をいただくタクシープラン																																														
23	変面ショー&鍋冠山からの夜景																																														

24	ななパス
25	湯にも地獄の物語
26	ぶらり雲仙地獄ガイド
27	UNZEN 旅チャリ
28	雲仙・早朝ノルディックウォーク
29	雲仙ビードロ美術館 フォトフレーム作り体験
30	湯けむりスーパーライナー
31	<特別秘宝見学>平戸の秘宝と美食に酔いしれる旅
32	<手作り体験>平戸の秘宝と美食に酔いしれる旅
33	平戸周遊定期観光バス「生月島一周コース」
34	長崎・平戸 タクシープラン
35	長崎・平戸 世界遺産・中江の島プライベートクルーズ
36	佐世保 de 美味しいアメリカ満喫ツアー
37	万津6区佐世保のカウンターカルチャー
38	佐世保スイーツまち歩き
39	遊郭浪漫旅
40	キタさんといく 坂道、脇道、佐世保道
41	佐世保観光マイスターがご案内！旧石器人のたび

○割引キャンペーン「体験も！ながさきで心呼吸の旅キャンペーン」の実施

【内容】販売価格の半額（最大 5,000 円）キャンペーンを実施

【期間】1月10日～3月19日

【販売商品実績】35 商品

【販売実績】2,300 人

(1月：223人、2月：983人、3月：1,094人)

○オンライン広告（Google、Yahoo!）及び長崎新聞等を活用したプロモーションを実施

※「VISITながさき」の認知度向上も併行して実施

【販売実績】3,457 件（4,185 人）

(VISITながさき：2,364 件 旅行会社：1,093 件)

### (3) 「SとN」佐賀県連携観光情報発信

佐賀県との連携による観光情報発信

○「佐賀・長崎観光振興推進協議会」（事務局：佐賀県）において、フリーマガジン「SとN pocket」（第1号～第6号のダイジェスト版総集編）の作成及び発信

【内容】第1号～第6号に掲載した情報を抜粋し、お店やモノ、人にスポットを当て、佐賀・長崎をつなぐ地域で暮らす人々の日常や風景を紹介

【発行】10月1日発行（70,000部）

	<p>【掲載地域】長崎市、佐世保市、諫早市、大村市、平戸市、松浦市、西海市</p> <p>【設置箇所】九州圏：117 首都圏：37 関西圏：102          その他全国：24 JR関係：18 空港関係：3          県内宿泊施設：616 図書館：37 県内銀行等：187</p> <p>○本誌「SとN」バックナンバー（第1号～第5号）の増刷          1号：400部 2号：400部 3号：300部 4号：300部          5号：300部</p>
--	--

**(4) 周遊を促進する旅行商品の造成促進**

旅行会社助成	<p>○南九州発着旅行商品造成支援</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・旅行会社に対して、南九州（熊本、宮崎、鹿児島）発着で、西九州新幹線や島原半島航路を活用した募集型企画旅行商品（団体・宿泊）を対象とした造成支援事業を実施</li> </ul> <p>【決定】12商品（熊本5、宮崎2、鹿児島5）          【実績】3社4事業所 5商品（熊本、鹿児島）送客数：512人</p>
--------	---

**(5) 誘致強化対策**

①旬の観光情報説明会	<p>○観光情報説明会開催（7/27～28：佐世保市）</p> <p>【参加者】関東、関西、九州地区の国内旅行会社：19社29名          【内容】①県内16市町関係者とのマッチング相談会を実施          ②世界遺産（黒島の集落）、日本遺産（鎮守府）関連のエクスカージョンを実施</p>
②観光商品素材集の作成	<p>○旅行商品素材集冊子、WEBページ作成</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・九州観光機構主催商談会等のセールス活動にて活用</li> <li>・令和5年度上期・下期向け長崎県旅行商品素材集作成（2,000部）</li> <li>・「ながさき旅ネット」内の専用WEBページに、令和5年度上期・下期向け長崎県旅行商品素材を掲載</li> </ul>

<b>6. ながさきリピーター創出促進事業</b>	<b>決算額：48,844千円</b>
<p>将来、リピーターになる可能性の高い法人・団体旅行の誘致を強化するため、新学習指導要領やSDGsの内容を盛り込んだ新しい体験プログラム等の提供により、回遊性や再訪性の高い団体の誘客に取り組むほか、長崎ならではの観光素材開発や人脈を活かし、戦略性の高い誘致活動を実施。</p>	
<p>➡ 修学旅行誘致について、九州観光機構や県内市町観光協会等と連携して、旅行会社セールスを行った。また、新型コロナウイルスの感染拡大により影響を受けた教育旅行について、本県での円滑な受け入れのため、受託旅行会社に対して支援金を交付した。</p>	
<b>(1) 体験プログラム作成等</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新学習指導要領導入後、重点テーマとなっている探究学習やSDGsに則った県内の教育旅行向けプログラムを集約し、新たなPRツールとして冊子「長崎県探究プログラム」を制作（1,500部）</li> </ul>

<b>(2) 修学旅行誘致活動</b>	
	<p>○誘致が期待できる地域の学校や旅行会社及び関係団体等への訪問、教員や旅行会社の県内招聘などを実施</p> <p>1) AGT セールス</p> <p>① 5/12～13：山口市・岩国市の AGT 3 社</p> <p>② 7/11～13：兵庫県の中学校 29 校・AGT 8 社 (佐世保観光コンベンション協会と連携)</p> <p>③ 11/16～18：上信越地域の AGT 19 事業所 (熊本県合同セールス)</p> <p>④ 2/13～15：長崎市宿泊施設協議会主催キャラバン参加</p> <p>2) 九州観光機構主催 教育旅行説明会・相談会へ参加</p> <p>① 学校関係：26 名 AGT：78 名 (8/3：名古屋 8/4：大阪 8/18：東京)</p> <p>② AGT 3 社 14 事業所 14 名 (12/23：広島)</p> <p>③ AGT 招聘ツアー (長崎：1/18) 3 社 14 事業所 14 名参加 ※全体行程：1/17～19 熊本・長崎・佐賀</p> <p>④ 九州 7 県合同キャラバン 全修協、J R 西日本、AGT 4 社 (3/22～23：大阪)</p> <p>3) 修学旅行研究会現地研修会受入れ (2/18～19) *全修協が事務局を務める修学旅行研究会と連携し、東京・神奈川の中学校校長や教育委員会関係者 10 名を招聘し長崎市を視察</p> <p>4) 関係団体訪問</p> <p>① 日本修学旅行協会 (8/18)</p> <p>② 全国修学旅行研究協会 (7/22)</p> <p>③ 日本カトリック学校連合会 (7/22)</p>
<b>(3) 【コロナ対策】教育旅行特別対策支援金</b>	
	<p>○新型コロナウイルスの感染拡大により影響を受けた教育旅行について、本県での円滑な受け入れのため、海外や他県から本県への方面変更に対して受託旅行会社に支援金を交付</p> <p>1) 5 月から県内の学校を対象に実施 交付決定：107 校 (小 67 校、中 33 校、高 7 校) 7,401 人泊</p> <p>2) 10/11 から支援対象を全国の学校に拡大し実施 交付決定：99 校 (中 28 校、高 71 校) 33,580 人泊</p>
<b>(4) コンベンション誘致活動</b>	
	●令和 4 年度活動実績なし

<b>7. しま旅滞在促進事業【R4.3 月経済対策】</b>	<b>決算額</b>
	R3： 2,626 千円
	R4： 584,542 千円
<p>宿泊・交通のパッケージ商品に、しまの魅力を活かした体験メニューを加えた旅行商品等の販売促進を通じて、「しま」における滞在型観光を推進。</p>	

➡ 旅行会社による対馬市、壱岐市、佐世保市宇久町、小値賀町、新上五島町、五島市への「宿泊＋交通＋体験メニュー」の旅行商品の造成販売支援を行うとともに、新型コロナウイルス感染症に伴う経済対策として、団体旅行商品（エスコート）へ助成した。

ただし、新型コロナウイルス感染症の影響により、当初は本県住民を対象として発行、対象地域を順次拡大し、最終的に全国を対象とするに至った。また、個人客向けの体験クーポン券付き企画乗船券「わくわく乗船券」は全国旅行支援の開始に合わせて令和4年10月11日から販売を開始した。さらに個人旅行商品（フリープラン）及び「わくわく乗船券」購入者等に対しては、島内で利用できる「行っ得！長崎のしまクーポン券」を交付した。

(1) 離島滞在型旅行商品の造成販売支援

①旅行商品助成

○全国的なコロナ感染状況を踏まえて、しま旅旅行商品の助成対象を3/14から長崎県民、4/4から佐賀県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県、4/11から福岡県も含む九州居住者を対象にして実施。また、10/11からは全国を対象を拡大して実施。

- ・対馬、壱岐、五島列島（下五島、上五島、宇久、小値賀）を対象とした旅行商品造成支援（教育旅行含む）
- ・アンケート（意見・要望）の該当機関へのフィードバック、改善
- ・体験メニュー、着地型旅行商品への充実点検

◆当該旅行商品の延べ宿泊客数

エリア	延べ泊数
対馬市	9,416人泊
壱岐市	7,527人泊
五島市	14,483人泊
新上五島町	1,493人泊
小値賀町	2人泊
佐世保市宇久町	0人泊
計	32,921人泊

(2) 企画乗船券・企画航空券の企画、開発、販売

○本土と離島間の往復乗船券としまでの体験プログラムに利用できるクーポン券をセットにした企画乗船券「わくわく乗船券」を販売

【販売期間】10月11日～2月28日

※全国的なコロナの感染状況を踏まえて、年度当初から販売中止していたが、全国旅行支援の開始にあわせて、10/11から実施

【対象航路】

各船会社（九州郵船(株)、九州商船(株)、野母商船(株)、五島産業汽船(株)）が運行する本土と本県の国境離島を往復する全19航路において販売。

◆わくわく乗船券販売冊数

エリア	冊数
対馬市	956 冊
壱岐市	6,579 冊
五島市	3,505 冊
新上五島町	2,069 冊
小値賀町	518 冊
佐世保市宇久町	423 冊
計	14,050 冊

(3) コロナウイルス復興対策（特別対策）

○「しま旅旅行商品フリープラン」及び「わくわく乗船券」購入者に対して、各島内での宿泊や飲食、交通に使える「行っ得！長崎のしまクーポン券」を交付。また、団体旅行商品を造成する旅行会社に対して、特別対策助成を実施し、購入者に還元。

<行っ得！長崎のしまクーポン券>

\*額面1千円の5枚綴り（5千円分）の冊子を1人1泊につき1冊交付 ただし最大3冊(3泊)まで

<特別対策助成>

\*延べ宿泊客数に5,000円を乗じた額を助成  
(助成4,000円+お土産1,000円)

◆交付冊数延べ宿泊客数

エリア	行っ得クーポン券（交付冊数）		特別対策 (延べ宿泊者数)
	旅行商品	わくわく乗船券	
対馬市	2,654 冊	1,959 冊	6,464 人泊
壱岐市	2,837 冊	10,569 冊	2,896 人泊
五島市	8,400 冊	5,191 冊	5,766 人泊
新上五島町	500 冊	3,669 冊	992 人泊
小値賀町	2 冊	922 冊	0 人泊
佐世保市宇久町	0 冊	682 冊	0 人泊
計	14,393 冊	22,992 冊	16,118 人泊

(4) プロモーション経費

○「わくわく乗船券」宣伝資材の製作

1)パンフレット 15,000 枚

(初回版：3,000部、更新版：10,000部、更新版増刷：2,000部)

2)ポスター 150 枚 (初回版：100 枚、更新版：50 枚)

3)WEB 広告用バナー制作

4)テレビ及び動画広告用 15 秒 CM の制作

○マスメディアを活用した情報発信

1) 「わくわく乗船券」テレビ 15 秒 CM の放送

長崎県内民放 4 局に 430 本放送

(NBC : 100 本、KTN : 100 本、NCC : 130 本、NIB : 100 本)

【期間】 10 月 17 日～11 月 30 日

2) 長崎県内民放 4 局のパブリシティ : 14 本

3) 長崎新聞を活用した情報発信

※ 2 ( 2 ) ① [○新聞・雑誌を活用した情報発信] 1) 再掲

4) NHK ドラマ・ガイドを活用した情報発信

「NHK ドラマ・ガイド連続テレビ小説 舞いあがれ! Part 2」

(カラー 1 ページ)

【内容】 「わくわく乗船券」の PR

【発行部数】 40,000 部 【発売日】 1 月 25 日

5) 県内テレビ局を活用した情報発信

<長崎放送 (NBC) >

① 情報番組「Pint 1 部」

放送日	市町	放送尺
令和 4 年 10 月 31 日	新上五島町	各回 8 分程度
11 月 7 日	五島市	
11 月 18 日	小値賀町	
12 月 5 日	佐世保市宇久町	
12 月 20 日	対馬市	
令和 5 年 1 月 10 日	壱岐市	

② 情報番組「Pint 2 部」

【放送日】 11 月 16 日 【放送尺】 6 分程度×1 回放送

③ TVer による広告配信

表示回数 : 310,029 (クリック数 766)

④ NBC 公式アプリにバナーの掲出

<長崎国際テレビ (NIB) >

① 情報番組「よる〜じげ トゥギャザーしようぜ!!」 (五島市)

【放送日】 i) 10 月 9 日 ii) 10 月 22 日

【放送尺】 i) 6 分程度 ii) 20 分程度

② 情報番組「遠く〜行きたい」 (対馬市)

【放送日】 10 月 9 日、22 日 【放送尺】 30 分程度×2 回放送

③ 情報番組「ひるじげドン」 (新上五島町)

【放送日】 10 月 22 日 【放送尺】 10 分程度

④ オリジナルミニ番組「しまたび」 (佐世保市宇久町、小値賀町)

【放送日】 11 月 3 日、10 日 (佐世保市宇久町)

11 月 17 日、24 日 (小値賀町)

【放送尺】 各日 2 分 30 秒程度

⑤ 情報番組「あさじげ Z」 (壱岐市)

【放送日】 i) 11 月 19 日 ii) 11 月 26 日 iii) 12 月 3 日

【放送尺】 i) 9 分程度 ii) 20 分程度 iii) 9 分程度

⑥ オリジナル 30 秒 CM の制作・放送

【期間】 10 月 18 日～11 月 22 日

	<p>【本数】朝の情報番組「ZIP」にて25本、F3層向けの番組にて25本、Aタイム番組10本放送（全60本）</p> <p>⑦NIB公式Twitterを活用したオリジナルキャンペーン</p> <p>⑧各種映像プラットフォームへ動画掲出</p> <p>⑨NIB公式WEBサイトにて、バナー掲出</p> <p>⑩メールマガジンの配信（2回）</p> <p>○WEB・SNS広告等を活用した情報発信（福岡都市圏、佐賀県・熊本県）</p> <p>①YouTube：動画再生数305,674回（クリック数245）</p> <p>②Facebook/Instagram：表示回数101,446回（クリック数393）</p> <p>③Twitter：表示回数460,027回（動画再生数228,913）</p> <p>④Yahoo!検索型広告：表示回数35,307回（クリック数2,727）</p> <p>⑤Google検索型広告：表示回数3,329回（クリック数572）</p> <p>⑥LINE：表示回数1,060,824回（クリック数9,547）</p> <p>⑦ファンファン福岡オンラインメディア：1回掲載</p> <p>⑧SmartNews：表示回数5,818,136回（クリック数11,285）</p> <p>⑨Yahoo!JAPANディスプレイ広告：表示回数23,139,097回（クリック数19,742）</p>
--	--

<b>8. しま旅グレードアップ事業</b>	<b>決算額：17,009千円</b>
離島でもう1泊してもらうための仕掛け作りや島ごとのイメージの構築と認知度向上を図るため各種プロモーションを実施。	
➡ 県外イベントでのブース出展や旅行雑誌、旅行新聞、旅番組、WEBサイトなどを通じて積極的な情報発信に努めた。	
<b>(1) 情報発信</b>	
	<p>○「ひろしま発！旅行ナビ2022」への出展</p> <p>【内容】ブース出展のほか、新聞やタブレット紙にて本県の壱岐・対馬・五島列島の情報発信</p> <p>【日時】9月3日、4日 10:00～17:00</p> <p>【場所】イオンモール広島府中</p> <p>【イベント総来場者数】6,440名</p> <p>○旅行雑誌 月刊「旅の手帖」を活用した情報発信</p> <p>【発行部数】105,000部</p> <p>①【発売日】1月10日</p> <p>【掲載内容】壱岐市の魅力を4ページで紹介</p> <p>②【発売日】3月10日</p> <p>【掲載内容】長崎県内離島へ誘う広告を1ページ掲載</p> <p>○旅行新聞 「旬刊旅行新聞 九州特別号」を活用した情報発信</p> <p>【発行部数】32,000部</p> <p>【発売日】3月11日</p> <p>【内容】対馬、小値賀、宇久の魅力を1ページカラーで紹介</p> <p>○九州旅行博覧会への出展</p> <p>*本県の離島エリア（対馬市・壱岐市・五島市）を中心にブース出展</p>

	<p>【日時】 2月25日、26日 10:00~17:00</p> <p>【場所】 福岡国際センター</p> <p>【総来場者数】 11,389名</p> <p>○Google ビジネスプロフィールの活用セミナーの実施  <u>セミナー参加者：39名（36事業者）※事業者の複数参加含む</u></p> <p>【日時】 3月1日</p> <p>【場所】 Zoomと県内離島6箇所によるハイブリッド開催  （対馬市、壱岐市、五島市、新上五島町、小値賀町、佐世保市宇久町）</p> <p>【内容】 県内離島6か所を対象に、GoogleやGoogleマップを活用して、上記離島の情報充実度を図るため情報登録や管理サービスを学ぶ無料のGoogleビジネスプロフィール活用セミナーを開催</p> <p>○旅番組「わがまま！きまま！旅気分」を活用した情報発信  （BSフジテレビ長崎）</p> <p>【放送日】 ①3月18日 5:00~5:55（BSフジ）  ②3月21日 19:00~20:00（テレビ長崎）</p> <p>【内容】 芸能人の塩田みう氏が、五島市のご当地グルメ・釣り体験・観光スポット等の観光コンテンツの魅力を紹介</p> <p>○長崎県観光・物産フェア  ※観光プロモーションイベントのコンテンツの1つとして、2（3）再掲</p> <p>【内容】 五島市の観光、グルメを紹介するVR素材を制作し、体験ブースを設置</p> <p>【場所】 JR大阪駅5F「時空の広場」</p> <p>【日時】 3月18日、19日</p>
<p><b>（2）インバウンド市場誘客推進</b></p>	
<p>プロモーション  （海外）</p>	<p>○英語圏向けSNSを活用した情報発信  *JNTOのSNSライブ配信「Fun from home」の実施（8/7）  <u>閲覧数：8,088</u></p> <p>【内容】  連盟が運営する英語圏向けFacebookで五島の観光情報等をLIVE配信するとともに、JNTO海外事務所の公式Facebookにおいて同時にシェア配信を実施</p> <p>○英語圏向けメディアを活用した情報発信</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 「Tokyo Weekender」公式ウェブサイト内の特集ページ継続掲載及びバナー設置</li> <li>2) 同サイト内に小値賀の持続可能な観光に向けた取組に関する記事を追加</li> <li>3) 「Tokyo Weekender」別冊「Islands Travel Guide」に壱岐、対馬、五島の記事掲載  ※大使館、外資系企業、空港等、在留外国人向けに20,000部を無料配布</li> <li>4) 会員、海外旅行会社、海外メディア 合計3,600か所にオンラインマガジン配信</li> </ol>

	<p>5) 「Tokyo Weekender」読者会員を集めたイベントで壱岐、対馬、五島をPR</p> <p>【参加人数】10/29：13名、10/30：14名</p> <p>【内容】「Tokyo Weekender」オンラインメディアを活用した事前告知で集客し、壱岐、対馬、五島の観光地としての魅力の特産品も使用してPR</p> <p>○樂吃購（ラーチーゴー）と連携した繁体字圏向けインバウンドプロモーション</p> <p>1) 繁体字圏向け日本旅行情報サイト「樂吃購」内に設置している長崎県特集ページにおいて、離島5地区（壱岐、対馬、五島、上五島、小値賀）の記事を継続掲載</p> <p>2) 福岡空港を起点とした五島モデルコースを取材のうえ、紹介記事を掲載</p> <p>3) 動画格納LPの制作及び閲覧誘導のためのバナー設置</p> <p>4) 長崎県特集ページ、モデルコース記事、動画LPへのリターゲティング広告の実施 ⇒ 合計ページビュー数：84,365</p>
--	---

<p><b>9. R3 繰越）観光需要回復促進事業（第2弾心呼吸の旅CP）</b></p>	<p><b>決算額：1,124,196千円</b></p>												
<p>GoTo トラベルキャンペーンの一時停止により大きな影響を受けている長崎県内観光業界の回復に向け、国の支援策を活用し、県民限定の県内宿泊に対する緊急的な誘客促進対策を実施。</p>													
<p>➡ 4月10日より利用対象者を沖縄県を除く九州各県に拡大して実施し、一定の旅行需要を喚起した。</p>													
<p><b>（1）第2弾心呼吸の旅キャンペーン（～令和4年10月）</b></p>													
<p>県民割、九州ブロッック割</p>	<p>○助成制度</p> <p>【内容】旅行代金割引及び地域限定クーポン付与</p> <p>【支援対象】九州在住者の県内旅行（日帰り旅行含む）</p> <p>【支援内容】①旅行代金の50%を支援（上限5,000円/人（泊）） ②地域限定クーポンの付与（2,000円/人（泊））</p> <p>【実施期間】令和3年4月15日～令和4年10月9日 ※4/23～6/30、8/9～9/24、1/24～3/14 一旦停止のため期間延長</p> <p>【利用方法】宿泊施設における直接割引、OTAでの割引券配布による割引及び県内旅行会社による割引商品販売</p> <p>【令和4年度（R4.4.1～10.9）実績】</p> <p>①直接割引</p> <table border="1" data-bbox="550 1668 1278 1765"> <thead> <tr> <th>参加施設数</th> <th>延べ宿泊人数</th> <th>割引支援額</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>516施設</td> <td>568,486人</td> <td>2,371,702,333円</td> </tr> </tbody> </table> <p>②OTA割引実績（じゃらんnet、楽天） ※令和4年8月1日～10月9日実績</p> <table border="1" data-bbox="550 1848 1278 1944"> <thead> <tr> <th>参加施設数</th> <th>延べ宿泊人数</th> <th>割引支援額</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>391施設</td> <td>152,742人</td> <td>614,812,744円</td> </tr> </tbody> </table>	参加施設数	延べ宿泊人数	割引支援額	516施設	568,486人	2,371,702,333円	参加施設数	延べ宿泊人数	割引支援額	391施設	152,742人	614,812,744円
参加施設数	延べ宿泊人数	割引支援額											
516施設	568,486人	2,371,702,333円											
参加施設数	延べ宿泊人数	割引支援額											
391施設	152,742人	614,812,744円											

	③旅行会社実績	
	参加旅行会社数	159 社
	利用者数	76,623 人
	内 延べ宿泊人数	45,113 人
	日帰り人数	31,510 人
	割引支援額	364,729,988 円
	④地域限定クーポン	
	加盟店数	クーポン利用額
	2,839 施設	1,624,801,000 円

<b>10. 観光需要回復促進事業</b>		<b>決算額：14,778,067 千円</b>
新型コロナウイルス感染症の影響によって落ち込んだ旅行需要を喚起し、県内観光産業の回復を図るため、国の補助金を活用した観光キャンペーン（県版 GoTo キャンペーン）を実施。		
➡ 10月10日より、全国を対象に宿泊料金助成と地域限定クーポンの付与を行い、一定の旅行需要を喚起した。（令和5年6月30日まで実施予定）		
<b>(1) キャンペーン</b>		
	<p>○全国旅行支援 ながさきで心呼吸の旅キャンペーン</p> <p>*第2弾ふるさとで心呼吸の旅キャンペーンに代わり全国旅行者を対象としたキャンペーン</p> <p><b>【支援内容】</b></p> <p>①旅行代金の40%を支援（20%）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・宿泊のみ、日帰り旅行商品：上限5,000円（3,000円）/人泊</li> <li>・交通+宿泊の旅行商品：上限8,000円（5,000円）/人泊</li> </ul> <p>②旅行期間中に使用可能な地域限定クーポンの付与</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・平日：3,000円（2,000円）・休日：1,000円</li> </ul> <p>③県内高校生以下同伴につき子育て世代への上乗せクーポン付与</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・土曜日2,000円（～12/24まで）</li> </ul> <p>※（ ）内は、1/10からの支援内容</p> <p><b>【期間】</b>10月11日～3月31日（継続中）</p> <p><b>【宿泊割引（直割、旅行会社）】</b>対象人数：延べ約183万人</p> <p><b>【直割】</b>約550施設参画 実績：574,534人泊（※3/31時点）</p> <p><b>【旅行会社（OTA含）】</b>約3,100社参画 実績：1,252,783人泊（※3/31時点）</p> <p><b>【地域限定クーポン】</b>約3,400店舗参画 実績：約407,000万円</p> <p><b>【子育てクーポン】</b> 実績：406万円（約2,032人分）</p>	
<b>(2) プロモーション</b>		
	<p>○マスメディアを活用した情報発信</p> <p>1)全国ネットのテレビ番組を活用した情報発信</p> <p>①情報番組「ノンストップ」（フジテレビ系列）</p> <p><b>【放送日】</b>12月7日 <b>【放送尺】</b>20分程度</p> <p><b>【内容】</b>芸能人の虻川美穂子氏が長崎市とハウステンボスを紹介</p> <p>②情報番組「昼めし旅」（テレビ東京系列）</p>	

	<p>【放送日】12月9日、23日 【放送尺】15分程度×2回</p> <p>【内容】一般人（五島市・ハウステンボス）にインタビューし、ご当地の昼食を紹介</p> <p>2)WEB・SNS等を活用したプロモーション</p> <p>【期間】12月～2月</p> <p>【内容】Googleディスプレイ広告、Instagram・Facebook、YouTube、リスティング広告を展開</p> <p>○長崎県観光・物産フェアの実施（観光プロモーションイベント）</p> <p>※2（3）再掲</p> <p>【場所】JR大阪駅5F「時空の広場」</p> <p>【日時】3月18日、19日</p>
--	--

11. 「みんなで磨く！観光まちづくり」推進事業		決算額：3,812千円
<p>交流人口・関係人口・移住人口の拡大に向け、市町や観光関係団体等による観光まちづくりの取組を支援するとともに、県民と一体になった情報発信を実施。</p>		
<p>➡ 県民自らが行う交流人口、定住人口の拡大に向けた観光まちづくりの事例やおもてなしの取組事例の認知度向上、さらなる推進を目的に、長崎新聞を活用し広く県内外へ周知した。次年度以降の施策展開についての検討を行うため、県及び連携する事業者とともに先進地視察を行った。</p>		
<p>(1) 地域の魅力発信</p>		
	<p>○長崎新聞を活用した情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「ととって motto」（隔週金曜日発行）及び大江戸瓦版（2月発行）を活用し、地域でまちづくりやおもてなし活動を行っている団体、スポットを紹介</li> </ul> <p>【期間】9月～3月 ※2月は大江戸瓦版にて紹介</p>	
<p>(2) 地域の魅力の磨き上げ</p>		
先進地視察の実施	<p>○先進地視察（3/10～13）</p> <p>【場所】①広島県尾道市 ②東京都中央区 ③茨城県土浦市</p> <p>【視察概要】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①尾道のまちづくり及び「しまなみ海道」におけるサイクルツーリズムの現状視察</li> <li>②地魚を使ったグルメコンテンツ視察</li> <li>③「つくば霞ヶ浦りんりんロード」におけるサイクルツーリズムの現状及び星野リゾート「BEB5土浦」（自転車と泊まれる宿）視察</li> </ul>	

### Ⅲ 海外誘致対策

12. インバウンド需要創出拡大事業	決算額：17,486千円
<p>本県へのインバウンド需要創出拡大を図るため、新型コロナウイルス感染症の流行による旅行者のマインドの変化を踏まえ、収束後の新たな旅行ニーズを汲み取り、九州各県等と連携した重点市場への適切な働きかけを実施。</p>	
<p>➡ 海外現地での観光説明会、旅行博、商談会等を開催するとともに、個人旅行化・ニーズの多様化に対応したレプレゼンタティブ事業による情報発信の強化を行った。</p>	
<p>(1) 海外観光展への出展等</p>	
<p>①台湾</p>	<p>○台湾における北部九州連携プロモーション事業 ※13(2)③に詳細記載 ○台湾現地セールス 1)佐世保観光コンベンション協会及び雲仙観光局との共同セールス 【実施日】12月12日～15日 【訪問数】1団体(日本台湾交流協会)9社 2)長崎国際観光コンベンション協会及びハウステンボスとの共同セールス 【実施日】3月23日～25日 【訪問数】1団体(日本台湾交流協会)8社</p>
<p>②香港</p>	<p>○「香港ブックフェア2022」への出展 *北部九州及び山口県と共同出展 【開催日】7月20日～27日 ①ブース運営(ノベルティ制作・配布、パンフレット配布など) ②来場者向けクイズ大会 ③SNSフォロワーを増加するためのキャンペーン 【実績】全体来場者数：約85万人 JNTOブース来場者数：約5.1万人 本県情報接触 延べ数2,310名以上 Facebookフォロワー数：1,093名増加 総情報接触数：83,130、総エンゲージメント：5,898 ○「香港ITE2022」への出展 ※13(2)④に詳細記載 【開催日】8月18日～21日</p>
<p>③中国</p>	<p>・6/22～23：大阪在住のランド社等訪問 3社 ・6/24：福岡在住のランド社等訪問 4社</p>
<p>④韓国</p>	<p>○長崎県観光説明会の開催 *韓国の旅行会社等を参集し、海外渡航が停止していた期間の新たな観光情報を中心に説明 【日程】ソウル：8月17日 釜山：8月19日 【参加】ソウル：32社50名 釜山：31社42名 ○釜山国際観光展への出展 *姉妹協定を結んでいる釜山広域市観光協会主催の同観光展に出展(長崎市、対馬市、県ソウル事務所との共同ブース出展・運営) 【期間】10月13日～16日 【場所】BEXCO第1展示場3ホール</p>

	【実績】来場者数:37,546名(全体) / アンケート回収数:370名
⑤東南アジア	<p>○東南アジア現地セールス等</p> <p>1) タイセールス 【実施期間】8月29日～9月3日 【実績】現地旅行業関係団体・旅行会社 計13社</p> <p>2) マレーシアセールス 【実施期間】10月13日～17日 【実績】現地旅行業関係団体・旅行会社 計13社</p> <p>3) シンガポール商談会(九州観光機構主催)参加 【開催期間】10月18日～19日 【実績】現地旅行業関係団体・旅行会社 計10社</p>
(2) 国内での誘致活動	
セールスコール	<p>○国内ランド社等セールス</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・6/8～10 : 東京在住のランド社等訪問 8社</li> <li>・6/16～17 : 東京在住のランド社等訪問 3社</li> <li>・6/22～23 : 大阪在住のランド社等訪問 3社</li> <li>・6/24 : 福岡在住のランド社等訪問 4社</li> </ul> <p>○九州インバウンド観光商談会(九州観光機構主催)への参加 【開催日】7月28日 【場所】FUKURACIA 品川クリスタルスクエア 2階(東京都) 【内容】バイヤー固定式のリアル商談(事前マッチング) 【実績】合計団体:96団体 (国内ランド:44団体、九州事業者:53団体) 長崎県内参加団体:12団体 連盟の商談社数:4社 (農協観光、平成エンタープライズ、ウェンディー・ジャパン、ミキツアーリスト)</p> <p>○「Visit Japan トラベルマート(VJTM)2022」への参加 【主催】日本政府観光局(JNTO) 【開催日】9月22日～24日 【場所】東京ビッグサイト(東展示棟 東6ホール) 【形式】オンライン商談とリアル商談を併催するハイブリッド形式 【実績】商談社数:39社</p>
(3) 他県等との連携事業	
	<p>○オーストラリアにおける九州7県合同プロモーション</p> <p>1)九州を周遊するモデルコースの造成:5コース造成</p> <p>2)現地セミナーの開催</p> <p>①シドニー 【開催日】10月11日 【実績】22名</p> <p>②メルボルン 【開催日】10月13日 【実績】19名</p> <p>○「イギリス旅行見本市(WTM)」共同出展 *佐賀県、福岡県、大分県と連携し、ヨーロッパ最大級のB to B観光見本市に出展 【開催日】11月7日～9日 【来場者】35,826名</p>

13. インバウンド向け戦略的プロモーション強化事業	決算額：78,822千円
<p>旅行者の行動に応じたプロモーションを段階的に展開し、認知度向上から口コミに至るまで、旅行者の行動に影響を及ぼすよう戦略的に実施。</p>	
<p>➡ メディア・旅行社等と連携したライブ配信やKOL (key Opinion Leader) 招聘による記事掲載などの情報発信タイアッププロモーションや海外旅行社等の招聘を行うとともに、併せて各市場のコンテンツ訴求分析を、WEB上で動画等を活用して行った。</p>	
<p>(1) 食の魅力を活かした受入拡大</p>	
	<p>○香港イオンにおける食の魅力を活用した観光プロモーション  *長崎県産品フェア（2月9日～15日に開催）に合わせ、KOLによるライブ配信等を実施  【実施日】2月10日  【実施結果】ライブリーチ数：25,346 ライブビュー：14,000</p> <p>○台湾SOGOにおける食の魅力を活用した観光プロモーション  *長崎県産品総合フェア（3月21日～4月5日）開催に合わせ、B to C向け観光セミナーを実施  【開催日】3月26日  【開催結果】当日来場者98名  Facebookでの事前告知、ネットニュースの配信9件</p>
<p>(2) メディア・旅行会社連携PR</p>	
<p>①中国市場</p>	<p>○西九州デジタル旅程販促企画事業  1)福岡、長崎、佐賀 4泊5日のデジタル旅程の作成  2)長崎 3泊4日のデジタル旅程の作成  3)九州への送客実績ある主要旅行会社向け提案、意向調査  4)作成した動画を中国の動画配信アプリ、動画配信サイトへのアップロード</p> <p>○FIAC タイアップ中国旅行会社向けウェビナー開催事業  1)FIACによる長崎県の観光資源の取材及び関連紹介動画の作成（2本）  2)中国既存路線および新規就航見込み都市の旅行会社を対象としたウェビナーの開催  【開催日】10月28日 【参加社数】106社164名</p> <p>○在日中国人富裕層向けイベント開催事業  *在日中国人富裕層に向けた長崎県観光資源の情報発信及び関連企業からのインセンティブツアー誘致  ※佐賀県観光連盟とのタイアップ  【イベント名】  日中国交正常化50周年記念佐賀・長崎観光文化交流会  【会場】みのる食堂（銀座三越9階の地産地消レストラン）  【開催日】10月20日  【参加者】中国国営企業（世界TOP500企業）の日本代表者40名</p>
<p>②韓国市場</p>	<p>○HANA ツアー招聘  *韓国最大手旅行社のHANA ツアーを招聘し、長崎県の視察を実施することにより、今後の商品造成を促すとともに、本格的な旅行再開後の長崎県への送客を目指す。</p>

	<p>【実施期間・場所】 8月25日～28日 佐賀・長崎・熊本を視察 ※長崎は8月26日～27日</p> <p>【参加者】 HANA ツアー6名、HANA ツアー・ジャパン4名 <u>計10名</u></p> <p>○ソウル特別市観光協会招聘 *ゴルフツアー商品造成のため、県内2コースのラウンドと1コースの視察とともに、長崎市内、小浜、雲仙、ハウステンボス等の観光地を視察</p> <p>【実施期間】 3月9日～12日</p> <p>【参加者】 7名（理事、国外旅行業委員長、加盟旅行社、メディア等）</p> <p>○佐賀県連携：HANA ツアー招聘 *佐賀県と連携し、韓国最大手旅行社 HANA ツアーの営業本部長や全国代理店の代表等20名を招聘し、波佐見町、佐世保市を視察</p> <p>【実施期間・場所】 3月23日～26日 佐賀・長崎を視察 ※長崎は3月25日～26日</p> <p>【参加者】 HANA ツアー本社4名、全国代理店12名 ランド社4名 <u>計20名</u></p> <p>○インフルエンサー招聘 *インフルエンサー5名を招聘し、長崎県内を3泊4日で取材し、各インフルエンサーのNAVERブログ及びInstagramで情報発信</p> <p>【実施期間】 2月27日～3月2日</p> <p>【実績】 投稿：44回 いいね数：23,546 コメント数：427</p>
<p>③台湾市場</p>	<p>○台湾在住日本人インフルエンサー招聘 *長崎市出身のインフルエンサー（るんず潤子氏）が出演する台湾バラエティ番組及び同インフルエンサーのYouTubeチャンネル等において本県の観光情報を紹介</p> <p>【招聘期間】 7月25日～26日 ※放送時期：10月中旬</p> <p>【内容】 島原半島・長崎市の観光スポット等の取材及び動画撮影</p> <p>【実績】</p> <p>①台湾CATV番組「びっくり台湾」での放送及び同番組YouTubeチャンネル掲載 <u>YouTube 視聴回数：3,049回 いいね数：153（3/31時点）</u></p> <p>②台湾TV番組「WTO 姐妹會」での放送及び番組YouTubeチャンネル掲載 <u>YouTube 再生回数：39,897回 いいね数：766（3/31時点）</u></p> <p>○訪日観光フリーマガジン「att. JAPAN」を活用した観光情報発信</p> <p>1) 佐賀県観光連盟及びJR九州とタイアップし、西九州新幹線をフックとした観光記事等を訪日観光フリーマガジン「att. JAPAN」に掲載（発行時期：9月）</p> <p>2) 繁体字版記事広告</p> <p>3) 繁体字版別冊を作成：抜き刷り印刷1,500部</p> <p>4) WEB版への掲載（繁体字・日本語）</p> <p>5) Facebook、Instagramでの投稿（通常投稿、リール投稿各1回）</p> <p>6) 台北国際旅行博（ITF ※11月4日～7日開催）にて1,400部を配布</p>

	<p>○台湾における北部九州連携プロモーション</p> <p>1) 台北国際旅行博（※11月4日～7日開催）への北部九州5県、九州観光機構、JR九州、西鉄バスとの共同出展・運営</p> <p>2) 台湾最大級の訪日観光情報サイト「樂吃購日本！」での北部九州特集ページ作成及びグルメ記事掲載（11/1）</p> <p>【実績】11月～1月の表示回数：554,043 クリック数：13,791</p> <p>3) 雄獅旅行社とのタイアップ商品造成・販売</p> <p>【実績】長崎県が含まれる旅行商品の造成：3商品</p> <p>※事業全体では4商品造成</p> <p>※催行人数310名、事業終了後も一部は販売継続中</p> <p>○「樂吃購日本！」と連携したプロモーション</p> <p>1) 長崎県特集ページの継続及び樂吃購全国版・九州版トップページでの情報発信</p> <p>※全国版、九州版での誘導バナー設置、4本の記事追加</p> <p>記事格納数：31本</p> <p>2) モデルコース記事の掲載</p> <p>① サクラクオリティ認証施設を利用した五島のモデルコースを取材し、記事掲載</p> <p>② 九州版に誘導バナーを設置するとともに、Facebookで情報発信</p> <p>③ 動画格納LP及びバナー設置</p> <p>④ 広告配信（配信メディア：Googleディスプレイ）</p> <p>特集ページクリック数：21,633 動画LPクリック数：12,000</p> <p>○教育旅行関係者FAMツアー</p> <p>*JNTOが主催する台湾教育旅行関係者向け説明会のあと、参加者5名が県内を視察</p> <p>【実施期間】2月14日～18日</p> <p>【参加者】台湾の高校の校長等 5校5名</p> <p>○テレビ番組「食尚玩家」招聘</p> <p>*台湾の国民的人気番組を招聘し、長崎市及び佐世保市の観光地や飲食店を取材</p> <p>【収録期間】3月20日～24日</p> <p>【放送予定】4月11日、18日、25日</p> <p>※各放送翌日にYouTubeでも配信</p> <p>※台湾以外に香港、マカオ、フィリピン、タイ、インドネシア、シンガポール、マレーシア、オーストラリアでも放送</p>
④香港市場	<p>○「香港ITE 2022」への出展（8月18日～21日開催）</p> <p>1) 長崎県ブース装飾及び撮影スポット設置</p> <p>2) 観光ポストカードの作成・配布</p> <p>3) 旅行セミナーの開催</p> <p>4) Facebook上でのキャンペーンの実施</p>

	<p><b>【実績】</b></p> <p>①ノベルティ配布数：2,860 パンフレット配布数：800</p> <p>②広東語 Facebook フォロワー増加数：831</p> <p>③旅行セミナー参加数：80 人以上</p> <p>④現地マスメディアでの露出：新聞・TV など計4社</p> <p>○動画を活用した香港向けインバウンドプロモーション</p> <p>1)観光プロモーション動画の作成：6本</p> <p><u>YouTube</u> での合計再生回数：21,965回</p> <p>2)観光スポット等の画像撮影・納品：67枚（3枚以上 / 箇所）</p> <p>3)WOW！メディアでの Facebook 投稿：リンクポスト投稿、広告配信</p> <p>Facebook 合計リーチ数：620,535</p>
<p><b>⑤東南アジア市場</b></p>	<p>○タイ旅行業関係団体等招聘</p> <p>*佐賀県と連携し、タイ旅行業協会（TTAA）及びメディア等を招聘</p> <p><b>【招聘日程】</b> 11月28日～12月3日 ※長崎県は11/29～30対応</p> <p><b>【参加者】</b> タイ旅行業協会、航空会社、メディア等 44社51名</p> <p>○「タイ国際旅行博（TITF）」出展</p> <p>*佐賀県と連携し、タイにおける最大級規模の国際旅行博に出展</p> <p><b>【実施日】</b> 2月16日～19日</p> <p><b>【来場者】</b> 20万人（主催者発表）</p> <p>○マレーシア旅行会社招聘</p> <p>*福岡県及び佐賀県と連携し、九州へのツアー造成実績がある旅行会社を招聘</p> <p><b>【招聘日程】</b> 11月17日～24日 ※長崎県は11/21～24対応</p> <p><b>【参加者】</b> マレーシア旅行会社 4社4名</p> <p>○「マレーシア旅行博（MATTA）」出展</p> <p>*福岡県及び佐賀県と連携し、ICE HOLIDAYS 社のブースに共同出展</p> <p><b>【実施日】</b> 3月17日～19日</p> <p><b>【来場者】</b> 18万人（主催者発表）</p> <p>○ベトナム旅行会社招聘</p> <p>*大分県及び熊本県と連携し、旅行会社及び航空会社を招聘</p> <p><b>【招聘日程】</b> 2月14日～18日 ※長崎県は2/16～17対応</p> <p><b>【参加者】</b> ベトナム旅行会社及び航空会社 6社6名</p> <p>○ベトナムにおける観光情報説明会</p> <p>*佐賀県と連携し、旅行会社及びメディア向け観光情報説明会を実施</p> <p><b>【実施日】</b> ハノイ：2月20日    ホーチミン：2月22日</p> <p><b>【参加者】</b> ハノイ：15社24名    ホーチミン：11社16名</p> <p>○フィリピン「JAPAN FIESTA」出展</p> <p>*JNTO マニラ事務所主催の B to C 向けイベントに出展</p> <p><b>【実施日】</b> 2月18日～19日    <b>【来場者】</b> 80,450名</p> <p>○フィリピン旅行会社等招聘</p> <p>*旅行会社及び航空会社等を招聘</p> <p><b>【招聘日程】</b> 3月8日～10日</p> <p><b>【参加者】</b> フィリピン旅行会社、航空会社、メディア：13社14名</p>

<p>⑥欧米豪市場</p>	<p>○在日外国人向けメディア主催イベント「Feel Japan Event」関連  1) 「Feel Japan Event」への出展  ※佐賀県観光連盟、島原半島観光連盟と共同出展  【開催日】6月17日～19日 【場所】東京都  【実績】参加旅行会社：15社 / 在留外国人：35名  2) 在日外国人向けメディア「Made in Japan」への記事掲載  ○「フィンランド旅行博（MATKA）」出展  ※福岡県及び佐賀県、大分県と連携し、フィンランド旅行博に出展  【実施日】1月20日～22日 【来場者】53,268名</p>
<p>(3) デジタルマーケティング</p>	
	<p>○ターゲット層への訴求及び本県の地域資源とターゲット層のニーズとの親和性の検証のため、アウトドアアクティビティを中心とした情報発信から効果検証・分析までを実施  【ターゲット層】  富裕層（モダンラグジュアリー層）やテーマ意識をもった中間層  【対象市場】  台湾、香港、韓国、アメリカ、イギリス、オーストラリア、シンガポール  【業務内容】  ①動画制作 ②特集ページ制作 ③広告配信  ④事業の効果検証および戦略提案  【広告配信実績】  動画視聴数：3,470,386 / 広告表示回数：32,627,289  クリック数：304,549 / CTR：0.93%</p>
<p>(4) レップの設置</p>	
<p>台湾・香港</p>	<p>○中国語繁体字（台湾）・広東語 Facebook（香港）運営  ※14に詳細記載  ○認知度向上のための情報提供・情報発信  ・ニュースレター配信：6回 / 年  【台湾】メディア等：38社、旅行社：30社に配信済  【香港】メディア等：59社、旅行社：11社に配信済  ○旅行展等の現地対応  【台湾】台北国際旅行博（ITF2022）：11月4日～7日  【香港】香港ブックフェア2022：7月20日～27日  ○航空会社との連絡調整にかかるサポート（随時対応）  ○日本への旅行商品など現地情報収集（随時対応）  ○旅行会社への情報提供や現地営業活動のサポート  【台湾】12月及び3月セールスのアテンド・調整、AGTセールス  【香港】3月セールスのアテンド・調整、AGTセールス</p>

<b>(5) アウトドア・アドベンチャーツーリズム</b>	
	<p>○英国向けメディア「Wanderlust」誌&amp;オンラインを活用した情報発信</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) ジャーナリストによる雲仙、島原の現地取材</li> <li>2) 「Wanderlust UK」への記事掲載：65,000部発行</li> <li>3) 公式WEBサイトへの記事掲載：ページビュー数13,681</li> </ol>
<b>(6) スポーツツーリズムの推進</b>	
	<p>○台湾・香港向けサイクルツーリズム情報発信</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 台湾サイクル系インフルエンサー招聘</li> <li>2) 試走（ファムトリップ）中におけるSNSを活用した情報発信（14回）</li> <li>3) 長崎県公式Facebookでの録画配信（1回）</li> </ol>
<b>(7) 富裕層向け情報発信</b>	
	<p>○Tokyo Weekender 公式サイトを活用した情報発信</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 大使館や外資企業、東京都内高級ホテル等に設置しているガイド本「Tokyo Weekender」の公式サイト内での長崎県特集ページの継続設置</li> <li>2) Tokyo Weekender 公式WEBサイト内の特集ページ継続中</li> <li>3) 特集ページへの誘導バナー掲出（トラベルページ内、誘導バナーデザイン制作3回）</li> <li>4) 外国人編集者による記事制作（3本） ※「Discover Nagasaki」での2次利用可</li> <li>5) Tokyo Weekenderでの本誌掲載（WEB記事活用あり）</li> </ol>
<b>(8) 世界遺産巡礼の道</b>	
	<p>○「世界遺産巡礼の道」を活かしたキリシタン聖地巡礼ファムツアーの実施</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 韓国2大カトリック新聞社の記者、報道局、日本への聖地巡礼を扱う旅行社等11名を招き、平戸市、大村市、長崎市、島原半島の巡礼地を視察 【実施期間】11月22日～25日 【参加者】カトリック新聞社の記者、報道局、日本への聖地巡礼を扱う旅行社等11名</li> <li>2) フィリピンの神父など5名を招き、「世界遺産巡礼の道」とフィリピン最初の聖人「ロレンソ・ルイス」の縁のある地を視察 【実施期間】3月13日～16日 【参加者】フィリピンの神父、大学教授等5名</li> </ol>

<b>14. 海外向け認知度向上推進事業</b>	<b>決算額：17,427千円</b>
--------------------------	---------------------

海外における本県の認知度向上を図るため、SNSと公式WEBサイトを活用した連動的な情報発信を実施。

➡ 海外における本県の認知度向上を図るため、SNS 及び公式 WEB サイトを通じた情報発信を行った。

(1) SNS 多言語情報発信

①英語

○公式 Facebook、Instagram を活用した情報発信  
○効果的な運用のための広告配信やキャンペーン実施

【実績】

	投稿回数	フォロワー	リーチ	エンゲージメント
Facebook	158	19,747	2,149,103	252,686
Instagram	157	5,823	374,136	36,089

②中国語  
(簡体字)

○公式 Weibo、Wechat を活用した情報発信  
○効果的な運用のための広告配信、キャンペーンやライブ配信実施、多媒体での情報発信

【実績】

	投稿、記事数	フォロワー	リーチ	エンゲージメント
Weibo	208	86,656	7,152,329	127,998
WeChat	101	7,197	21,693	—

③中国語  
(繁体字)

○公式 Facebook を活用した情報発信  
○効果的な運用のための広告配信やキャンペーン実施

【実績】

	投稿回数	フォロワー	リーチ	エンゲージメント
Facebook	117	36,664	2,248,425	84,968

④中国語  
(広東語)

○公式 Facebook を活用した情報発信  
○効果的な運用のための広告配信やキャンペーン実施

【実績】

	投稿回数	フォロワー	リーチ	エンゲージメント
Facebook	114	15,424	651,759	71,476

⑤韓国語

○公式 Naver ブログ、Instagram を活用した情報発信  
○効果的な運用のための広告配信やキャンペーン実施

【実績】

	投稿回数	フォロワー	リーチ	エンゲージメント
Naver	111	7,191	131,785	6,295
Instagram	151	6,298	301,149	28,568

<p>⑥タイ語</p>	<p>○公式 Facebook を活用した情報発信 ○効果的な運用のための広告配信やキャンペーン実施、多媒体での情報発信</p> <p><b>【実績】</b></p> <table border="1" data-bbox="512 297 1386 423"> <thead> <tr> <th></th> <th>投稿回数</th> <th>フォロワー</th> <th>リーチ</th> <th>エンゲージメント</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Facebook</td> <td>158</td> <td>40,712</td> <td>1,204,354</td> <td>123,591</td> </tr> </tbody> </table>		投稿回数	フォロワー	リーチ	エンゲージメント	Facebook	158	40,712	1,204,354	123,591
	投稿回数	フォロワー	リーチ	エンゲージメント							
Facebook	158	40,712	1,204,354	123,591							
<p>⑦ベトナム語</p>	<p>○公式 Facebook を活用した情報発信 ○効果的な運用のための広告配信やキャンペーン実施</p> <p><b>【実績】</b></p> <table border="1" data-bbox="512 577 1386 703"> <thead> <tr> <th></th> <th>投稿回数</th> <th>フォロワー</th> <th>リーチ</th> <th>エンゲージメント</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Facebook</td> <td>158</td> <td>52,553</td> <td>660,009</td> <td>109,904</td> </tr> </tbody> </table>		投稿回数	フォロワー	リーチ	エンゲージメント	Facebook	158	52,553	660,009	109,904
	投稿回数	フォロワー	リーチ	エンゲージメント							
Facebook	158	52,553	660,009	109,904							

**(2) 公式ウェブサイト運営管理**

	<p>○英語、中国語（簡体字、繁体字）、韓国語に対応した多言語 WEB サイトの運営</p> <p>1) 掲載コンテンツの拡充・情報更新 2) 問い合わせ対応</p> <p><b>【実績】 PV 数（令和 5 年 3 月末時点）</b></p> <table border="1" data-bbox="504 1021 1315 1299"> <thead> <tr> <th></th> <th>令和 4 年度</th> <th>令和 3 年度</th> <th>前年比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>英語</td> <td>134,906</td> <td>51,827</td> <td>260.3%</td> </tr> <tr> <td>繁体字</td> <td>239,877</td> <td>136,108</td> <td>176.2%</td> </tr> <tr> <td>韓国語</td> <td>68,577</td> <td>37,951</td> <td>180.6%</td> </tr> <tr> <td>簡体字</td> <td>11,207</td> <td>4,543</td> <td>246.6%</td> </tr> </tbody> </table>		令和 4 年度	令和 3 年度	前年比	英語	134,906	51,827	260.3%	繁体字	239,877	136,108	176.2%	韓国語	68,577	37,951	180.6%	簡体字	11,207	4,543	246.6%
	令和 4 年度	令和 3 年度	前年比																		
英語	134,906	51,827	260.3%																		
繁体字	239,877	136,108	176.2%																		
韓国語	68,577	37,951	180.6%																		
簡体字	11,207	4,543	246.6%																		

<p><b>15. ディスカバーNAGASAKI・周遊促進事業</b></p>	<p><b>決算額：5,984 千円</b></p>
<p>インバウンドの受入再開を見据え、観光コンテンツの磨き上げ、公共交通機関やレンタカーを活用した周遊促進対策を実施。</p>	
<p>➡ 県、地域と連携しながら、コンテンツの磨き上げや情報発信等を行った。また、交通事業者による着地型旅行商品の造成・販売を支援した。</p>	
<p><b>(1) 観光コンテンツの外国人向けカスタマイズ</b></p>	
	<p>○アドベンチャーツーリズム商品造成にかかる調査及びモニターツアー</p> <p>1) 現地視察を実施 【五島】10月24日～25日 【小値賀】10月20日～21日 他</p> <p>2) アドベンチャートラベルの専門家を招請したモニターツアー実施 【実施日】3月12日～17日 【招請者】国内在住専門家 2名 【コース】雲仙市コース、小値賀町コース</p>
<p><b>(2) 周遊促進対策</b></p>	
	<p>○海外個人旅行者（FIT）周遊促進対策事業として、公共交通機関等を活用した旅行商品等を造成・販売する交通・観光関連事業者に対し、</p>

	補助金を交付 【実績】 交付件数：2件 合計交付金額：400万円
--	-------------------------------------

#### IV キャンペーン事業

<b>1. 広域観光共同宣伝事業（キャンペーン）</b>		<b>決算額：43,309千円</b>
九州観光機構、関係各県等との共同宣伝事業の実施、キャリア・旅行エージェントとのタイアップやプロモーション事業等を実施。		
➡九州ブロック割や全国旅行支援が動き出す中、国内旅行需要の高まりと併行した企画タイアップをJRや航空会社、旅行エージェントと実施する事で長崎県への送客数拡大を図った。		
<b>(1) 長崎県キャンペーン推進事業</b>		
①宣伝資材作成	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光パンフレット「ながさき感動たび」増刷：15,000部</li> <li>・ビニール手提げ袋：20,000枚</li> <li>・県版SDGsロゴマークを活用した新規ノベルティを製作 <ul style="list-style-type: none"> <li>①ウェットティッシュ：10,000個</li> <li>②エコバッグ（2種類）：1,200個</li> </ul> </li> </ul>	
②ノベルティ・パンフ作成（海外）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・タイ語パンフレット：3,000部</li> <li>・繁体字パンフレット：2,000部</li> <li>・展示会・セールス等で使用するノベルティの購入 <ul style="list-style-type: none"> <li>①しおり：10,000枚</li> <li>②USBメモリ：200個</li> <li>③エコバッグ：600枚</li> </ul> </li> <li>・B to B / B to Cに向けアプローチ可能なデジタルパンフレット運営 *対応言語：英語、中国繁体字、韓国語</li> </ul>	
③グルメセレクション	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ながさきグルメセレクション認定店デジタルマップ保守・管理を実施</li> </ul>	
④全国誘客イベント	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「ツーリズム EXPO ジャパン 2022」出展 *九州 TEJ 運営協議会として7県+九州観光機構の合同で出展 【開催日】9/22～25（東京都） 【来場者数】約124,000人</li> <li>・ふるさと全国県人会まつり出展 【開催日】9/3～4（名古屋市） 【来場者数】約15,000人</li> </ul>	
⑤テーマ型観光研修・視察研修	<ul style="list-style-type: none"> <li>・旅行会社企画担当者6社9名を招聘し、西海市、佐世保市、波佐見町、川棚町、東彼杵町でモニターツアーを実施（3/14～16）</li> </ul>	
⑥AGT 招聘・会議誘致	<ul style="list-style-type: none"> <li>・旅行会社等の現地視察の誘致（支援） ⇒ <u>支援実績：3社 36名</u> 日本旅行、東武トップツアーズ、T-LIFE ホールディングス</li> </ul>	
⑦大型キャンペーン支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>○JR西日本：佐賀・長崎キャンペーン（10/1～3/31） 【内容】JT B、KNT、日本旅行、阪急交通社、クラブツーリズム、読売旅行等にキャンペーン専用商品造成を促進したほか、京阪神地区主要駅のデジタルサイネージ等を活用したプロモーションを展開 【専用商品送客実績】11,889人泊 内訳：個人型 6,686人泊、団体型 5,203人泊 ※3月末時点</li> </ul>	

	<p>○JR九州：佐賀・長崎送客キャンペーン（9/23～3/31）  <b>【内容】</b>西九州新幹線開業等を活用した情報発信、イベント等やプロモーションによる送客  <b>【送客実績等】</b>27,184席</p> <p>○日本旅行赤い風船：長崎県送客キャンペーン（10/1～3/31）  <b>【内容】</b>西九州新幹線開業記念商品やWEB販促等による各地区からの集中送客キャンペーンを展開  <b>【送客実績】</b>26,716人泊 ※2019年比80%</p> <p>○JTB：九州冬の長崎増売キャンペーン（12/1～2/28）  <b>【内容】</b>・福岡県内の直営店舗（28店舗）、提携販売店を活用したインセンティブ型増売キャンペーンを実施  ・JR利用を条件とし、「西九州新幹線かもめ」や「ふたつ星4047」の利用促進に貢献  <b>【送客実績】</b>1,855人 ※2019年比約112%</p> <p>○NEXCO西日本：「お国じまんカードラリー」（4/28～1/31）  <b>【内容】</b>24府県156スポットに設置している「GO!JIMANスタンプ」収集企画に参画  <b>【スポット設置箇所】</b>県内6か所  長崎市、大村市、島原市、東彼杵町、西海市、松浦市  <b>【参加者総数】</b>10,361人</p> <p>○楽天グループ：「佐賀・長崎連携OTAサイト誘客プロモーション」  ①佐賀・長崎の見どころを紹介するLPを設置  ②楽天トラベル参画施設による新幹線開業記念特別プランの造成・販売（11/28～2/20）  <b>【送客実績】</b>14,664人泊（佐賀県・長崎県あわせて）</p> <p>○リクルート：「佐賀・長崎連携OTAサイト誘客プロモーション」  ①佐賀・長崎の見どころを紹介するLPを設置  ②じゃらんnet参画施設による新幹線開業記念特別プランの造成・販売（12/1～2/28）  <b>【送客実績】</b>12,087人泊（佐賀県・長崎県あわせて）</p>								
<p>⑧冬季閑散期対策</p>	<p>○長崎ランタン店頭装飾キャンペーン  <b>【内容】</b>首都圏、中部、関西地区等の旅行会社店頭102店舗で実施  <b>【参画旅行会社】</b>  ①JTB（79店舗）      ②日本旅行（10店舗）  ③阪急交通社（8店舗）      ④HIS（5店舗）</p>								
<p>(2)九州横断長崎・熊本・大分広域観光振興協議会</p>									
<p>連携事業  <b>【国内】</b></p>	<p>○長崎・熊本・大分3県の共通素材を活用した募集型企画旅行主体の誘致施策の実施  1)旅行商品造成：3県を周遊する旅行商品造成支援（関西発）  ①読売旅行</p> <table border="1" data-bbox="555 1892 1305 2105"> <tr> <td>商品名</td> <td>『西九州新幹線かもめで行く！秋深し九州すぐろくの旅4日間』</td> </tr> <tr> <td>設定期間</td> <td>11月～12月</td> </tr> <tr> <td>立寄地</td> <td>長崎・熊本・大分県</td> </tr> <tr> <td>送客実績</td> <td>5本催行 / 延べ474人泊</td> </tr> </table>	商品名	『西九州新幹線かもめで行く！秋深し九州すぐろくの旅4日間』	設定期間	11月～12月	立寄地	長崎・熊本・大分県	送客実績	5本催行 / 延べ474人泊
商品名	『西九州新幹線かもめで行く！秋深し九州すぐろくの旅4日間』								
設定期間	11月～12月								
立寄地	長崎・熊本・大分県								
送客実績	5本催行 / 延べ474人泊								

②阪急交通社

商品名	『九州七色の秘湯・名湯とご当地食材を 愉しむ4日間』
設定期間	9月～3月
立寄地	熊本・大分県
送客実績	7本催行 / 延べ411人泊

③JTBメディアリターリング

商品名	『長崎ランタンフェスティバルと雲仙・ 山鹿』
設定期間	1月～2月
立寄地	長崎・熊本県
送客実績	2本催行 / 延べ94人泊

2)国内旅行会社視察助成

- ①クラブツーリズム：3/12～15実施（2名参加）
- ②阪急交通社：3/14～16実施（2名参加）

3)プロモーション

- ①SNS 広告：Instagram を活用したプロモーションを実施  
  - 【目標】 3 県の認知度向上及び各県の観光ポータルサイトへの誘導
  - 【ターゲット】 Y 世代（26～41 歳）
  - 【対象エリア】 関西圏（大阪府・兵庫県・京都府）
  - 【期間】 11 月 30 日～1 月 27 日
  - 【実績】 クリック数 5,413（内長崎：1,852）
- ②読売新聞折込：フリーペーパー「読売ファミリー」に特集記事を掲載し、約 64 万部を大阪、和歌山エリアの読売新聞朝刊折込にて配布

【海外】

- 3 県合同でのプロモーション（台湾市場）
  - 1) 「台湾国際旅行博 2022」での 3 県合同ブース設置  
    - ※九州観光機構、福岡県、佐賀県とも連携
    - 【実績】 総入場者数：195,366 人
  - 2) オンラインによる情報発信  
    - \* 「樂吃購」内にグルメ特集記事を掲載
    - 【実績】 PV 数：32,465 平均滞在時間数：125 秒以上
  - 3) 旅行会社による旅行商品の造成  
    - 【実績】 造成商品：4 商品 催行人数：310 人
  - 4) 2 次交通対策を想定した交通事業者との連携  
    - 【実績】 JR九州、西鉄バス、FIAC と連携したブースイベント実施
- 現地旅行会社招請事業（ベトナム市場）
  - 【日程】 2 月 14 日～18 日 4 泊 5 日
  - 【参加者数】 招請旅行会社 ÷ 5 社 5 名 + 航空会社同行 1 名

(3) 日本観光振興協会連携事業

- ・日本観光振興協会への拠出

2. R3 繰越) 広域観光共同宣伝事業 (キャンペーン)	決算額 : 10,345 千円
キャリア・旅行エージェントとのタイアップやプロモーション事業等を実施。	
➡ JALや九電グループとのタイアップ、また着地型商品「VISITながさき割引キャンペーン」を実施して市場の拡大を図った。	
(1) 長崎県キャンペーン推進	
①大型キャンペーン支援	<p>○JAL長崎県集中送客キャンペーン (10/7～3/31)</p> <p>【内容】西九州新幹線をフックとした旅行商品や情報発信、体験コンテンツ割引等による集中送客キャンペーンを展開</p> <p>【送客実績】予約件数 642 件 (約 1,000 名)</p> <p>キャンペーン期間中ダイナミックパッケージ商品 予約人数 : 8,855 名</p> <p>○九電グループ特別企画 長崎の旅キャンペーン (11/1～2/28)</p> <p>【内容】九電グループ社員等をターゲットとするしま旅商品の販売促進や神戸市との相互送客事業を実施</p> <p>【送客実績】 89 人</p>
②着地型旅行商品の取り組み	<p>○VISITながさき割引キャンペーン</p> <p>※5 (2) [○割引キャンペーン「体験も！ながさきで心呼吸の旅キャンペーン」の実施]再掲</p>