

# 令和5年度事業計画について

## 事業計画

### I 令和5年度の基本方針

新型コロナウイルス感染症の位置付けが5類へ移行したことに伴い、国内外からの観光需要の高まりが期待される一方、観光分野における地域間競争はますます厳しくなることが予想される。

こうした中、令和5年度は、本県の観光需要をコロナ禍前の水準まで早期に回復できるよう、会員一丸となって、誘客プロモーションや受入環境整備にかかる効果的な施策を展開し、本県観光産業の発展に寄与する。

特に、「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」の世界遺産登録5周年をはじめ、西九州新幹線開業1周年、新長崎駅ビル開業などの機会を捉えながら、本県が有する歴史や文化、自然や食などの魅力を効果的に発信し、誘客及び消費拡大を図る。

- (1) 国内誘致に関する情報発信については、新型コロナウイルス感染症の影響による観光客の価値観や旅行形態の変化に対応した誘客及びリピーターの獲得を図るため、人流データ等を活用したマーケティング分析に基づき、ながさき旅ネットをはじめ、SNSやテレビ番組、「#ナガサキタビブ」のほか、佐賀県との連携事業などを活用した効果的なプロモーションを実施することで、一般消費者の来訪意欲を喚起する。また、本県を舞台とする映画・ドラマ・情報番組・CM等のロケ活動を支援するほか、制作会社やロケ地関係者と連携しながら、効果的な情報発信に努めていく。
- (2) 国内誘致対策については、首都圏・関西圏など大都市圏からの誘客をはじめ、九州域内を中心としたリピーター獲得を図るため、情報発信と連動したキャリアタイアップや旅行商品の造成・販売促進に向けた取組を積極的に進める。併せて、コロナ収束後の旅行需要を見据えた県内周遊促進及び着地型旅行商品の販売促進にも取り組んでいく。
- (3) 修学旅行については、コロナ禍における方面変更により新たに来県した学校の継続実施への働きかけをはじめ、市場ニーズを踏まえたうえでターゲットを明確にした戦略的な誘致活動を実施するとともに、関係機関と連携を図りながら、本県の強みを活かした体験プログラムや安全・安心な受入体制づくりに努めていく。

- (4) 「しま」への誘客については、内閣府の国境離島交付金を活用しながら、対馬・壱岐・五島列島への旅行商品や企画乗船券の販売促進に向けた取組を引き続き実施するとともに、しまの魅力を最大限に活かしたテーマ旅行等による誘客促進を図る。また、「行っ得！長崎のしまクーポン券」の発行により、島内での消費拡大につなげるほか、クーポン券の電子化により利便性の向上と効率化を図る。
- (5) 海外誘致対策については、九州の玄関口である福岡からの誘客やデジタルマーケティングのほか、アドベンチャーツーリズムなど富裕層・中間層向けコンテンツの開発と情報発信の強化、各市場の特性に応じたプロモーションなどを実施し、インバウンド需要の早期回復を図る。また、広域観光の周遊促進を図るため、九州各県と連携した観光展出展や旅行会社へのセールス活動を実施する。なお、台湾及び香港においては、令和4年度に引き続きレップ (representative) を活用し、情報発信や現地セールス活動等を実施する。
- (6) 観光客の受入環境整備については、選ばれる観光地として重要となる県民によるおもてなしの向上を推進するため、ワッペンを着用を通じて「おもてなしの心の醸成」を図るなど、会員と連携しながら継続した取組を展開していく。また、旅行ニーズが多様化する中、新たな観光需要を取り込み、誘客につなげていくため、令和4年度に引き続き、地域が主体的に行う観光コンテンツ造成の取組を積極的に後押しし、観光客の滞在時間の延長や消費額の拡大、満足度向上を図っていく。特に令和5年度は、他県と比較して競合優位となる「ひらかれた海」をコンセプトとする観光コンテンツ開発に重点的に取り組み、海ブランドを象徴する商品開発を目指す。

【参考】長崎県総合計画チェンジ&チャレンジ 2025 で設定する数値目標 (KPI)

	項目	基準値 (基準年)	R3 目標値	R4 目標値	R5 目標値	R6 目標値	R7 目標値
1	観光消費額 (総額)	3,778 億円 (H30 年)	3,944 億円	3,992 億円	4,040 億円	4,089 億円	4,137 億円
2	観光客 (宿泊) のリピーター率	58.6% (H30 年)	61.9%	63.0%	64.0%	65.0%	66.0%
3	延べ宿泊者数	836 万人 (H30 年)	842 万人	872 万人	878 万人	885 万人	891 万人
4	観光消費単価 (宿泊客)	31,921 円 (H30 年)	32,700 円	32,900 円	33,100 円	33,200 円	33,400 円
5	外国人延べ 宿泊者数	93 万人 (H30 年)	20 万人	56 万人	74 万人	99 万人	125 万人

## II 国内誘致対策

1. 長崎県フィルムコミッション事業	予算額： 6,225 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、長崎県の観光振興や地域振興を促進。	
映像等による長崎県の魅力発信	
①撮影に関する制作会社への支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> <li>・国内外の映画、テレビ（ドラマ・旅番組）、テレビ CM 等のアテンド業務</li> <li>・県内のロケーションデータ収集、情報発信</li> </ul>
②誘致活動	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ジャパンフィルムコミッション等との連携</li> <li>・全国ロケ地フェアなどの国際イベントへの出展</li> <li>・在京制作会社への訪問</li> </ul>
③広報活動	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> <li>・ロケ地マップの制作</li> <li>・SNS を活用した情報発信</li> <li>・エキストラの募集、手配業務</li> <li>・ロケ地素材データの収集及び登録業務</li> </ul>

2. 「長崎の宿」品質・おもてなし向上事業	予算額： 2,580 千円
宿泊施設における品質、おもてなしの向上を推進するため、「宿泊施設グレードアップネットワーク」の取組を支援（宿泊施設品質認証制度取得、人材育成等）するほか、観光関連産業事業者をはじめ、県民の“おもてなしの心”を醸成するため、おもてなしバッジの普及、「ながさき観光おもてなし体験箱」への投書を推進するための取組等を実施。	
(1) サクラクオリティの推進	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光品質認証制度「サクラクオリティ」の取得及び更新の推進 ※現在 25 施設認証取得</li> <li>・「サクラクオリティ」認証施設の情報発信</li> </ul>
(2) 地域別意見交換	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・県内観光関係事業者との意見交換の実施</li> </ul>
(3) 人材確保・育成	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・宿泊施設の人材確保に向けた取組</li> <li>・宿泊施設の人材育成に向けた研修事業の実施</li> </ul>
(4) おもてなしの推進	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・おもてなしワッペンを着用推進</li> <li>・県民や観光客による観光情報やおもてなし情報の発信</li> </ul>

<b>(5) 長崎県観光表彰</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・本県の観光振興に貢献している企業、団体、個人の取組や成功事例の掘り起こしを行い、受賞者及び県内における観光業の意義等を県民へ広く発信することにより、観光事業者のモチベーションの向上や県民意識の醸成につなげることを目的に、「長崎県ツーリズムアワード」を開催予定</li> </ul>

<b>3. みんなで磨く！観光まちづくり推進事業</b>		<b>予算額： 27,649千円</b>
<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、一気通貫した伴走支援を行い、観光消費額の増加や滞在時間の延長、満足度向上に直接資する観光コンテンツの開発支援を実施。</p>		
<b>(1) 観光コンテンツ開発支援体制等の整備</b>		
<b>支援体制強化（専門人材の雇用等）</b>	<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非常勤4名の専門人材の派遣を受け入れ、開発・販売支援体制を強化</li> <li>・今年度から常勤職員を1名増員して推進体制の強化を図るとともに、県の観光まちづくり班との連携を強化し、コンテンツ開発など、地域の実情に応じた市町・観光協会等の施策構築のための支援体制を強化</li> </ul>	
<b>(2) 「（ひらかれた）海」の活用</b>		
<b>①コンセプト商品開発</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大村湾をフィールドとして、沿岸の自治体や海運事業者等と連携し、「ひらかれた海」を象徴する商品の開発に取り組む。</li> </ul>	
<b>②「海業」の推進</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域の賑わいや所得向上、雇用創出に結びつけるため、本県の海や漁村の魅力など地域資源を活かした海業コンテンツを創出するためのサポート態勢づくりを進める。 ※県水産部補助事業</li> </ul>	
<b>(3) 観光動向モニタリングツールの活用</b>		
<b>観光動向モニタリングツールの活用</b>	<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」など各種マーケットデータ等を活用し、地域が取り組むコンテンツ開発等の各種施策の立案・推進に対してさらなる支援体制を構築</li> </ul>	
<b>(4) 地域の魅力発信</b>		
<b>地域の魅力発信</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・県内の観光まちづくりの取組など、地域の魅力の情報発信を実施</li> </ul>	

<b>4. 観光DX・プロモーション事業</b>		<b>予算額： 44,232千円</b>
<p>観光客の価値観や観光形態の変化に対応した誘客、リピーター客の獲得のため、データを活用したマーケティング分析に基づくプロモーションを実施する。</p>		
<b>(1) ながさき旅ネット</b>		
<b>観光サイト「ながさき旅ネット」の効果的運用</b>	<p>[ながさき旅ネットの運用]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ウェブマスターを1名配置し、「ながさき旅ネット」を機軸とした情報発信の実施</li> </ul>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>・季節毎に観光コンテンツの入れ替えを実施</li> <li>・季節やテーマに合わせた特集ページ及びキャンペーンページの作成及び公開</li> <li>・新着情報、スポット、イベント情報の日々更新</li> <li>・「#ナガサキタビブ」の記事を活用した情報発信〔メールマガジンの配信〕</li> <li>・MA（マーケティングオートメーション）により、年間に9回、トピックや季節に応じた情報をメルマガ形式で配信 ※メルマガ会員は約45,000名（R5.5.19現在）</li> </ul>
デジタルガイドブック	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光客の情報入手の利便性向上を高めるために、ながさき旅ネットやデジタルサイネージ等に観光パンフレットデータを活用し、展開</li> <li>・デジタル仕様にするためのコンテンツの整理等を実施</li> </ul>
<b>(2) プロモーション展開</b>	
①ICTを活用したデジタルプロモーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>・既存動画を活用した動画広告（YouTube、SNS等）の実施</li> <li>・Instagramフォロワー数の獲得強化（R5.5.24現在：6,710名）</li> <li>・観光サイト「ながさき旅ネット」のコンテンツ等を活用したデジタルプロモーションの実施（WEBディスプレイ広告・リスティング広告等）</li> <li>・観光コンテンツ開発支援室が開発した新規商品や観光事業者が販売している商品等について、「VISITながさき」の運営・活用等により、旅行者の満足度向上につながる着地型旅行商品等の販売促進を図る。</li> </ul>
②WEBメディア等活用プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>・WEBメディア・マガジンを活用した情報発信</li> <li>・SNSグループとのタイアップによる情報発信</li> <li>・全国ネット等のテレビ情報番組の誘致</li> <li>・新聞、雑誌等を活用した情報発信</li> <li>・媒体社向けニュースレターを年4回配信（約200社）</li> </ul>
<b>(3) #ナガサキタビブ</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・長崎県の旅の楽しみ方について、一般公募により選定したライター（9名）が旅のレポート記事を制作し、CtoCの目線で発信</li> <li>・ながさき旅ネットにて、年間80本の記事を公開</li> </ul>
<b>(4) 佐賀県との連携による観光情報発信</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「佐賀・長崎観光振興推進協議会」（事務局：佐賀県）において、これまで制作したフリーマガジン「SとN」の続編を制作。さらに、メディアやSNS等での情報発信を実施予定。</li> </ul> <p>&lt;「SとN」のこれまでのテーマ&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>第1弾「トコトコ列車で会いに行く」</li> <li>第2弾「山便り、海便り」</li> <li>第3弾「ひとと街、道でつながる」</li> <li>第4弾「坂の街、平野の街、おいしい街」</li> <li>第5弾「風になびいて岬めぐり」</li> <li>第6弾「鉄道でつながる」</li> </ul> <p>総集編版（第1弾～第6弾）「SとN pocket」</p>

<b>5. ながさきリピーター創出促進事業</b>		<b>予算額： 1,069 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>		
<b>(1) 教育旅行体験プログラム改訂</b>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「ながさき旅ネット」内の教育旅行専用ページの拡充を行い、学校関係者、旅行会社に対する県内素材の発信力を向上</li> <li>・体験プログラムの改訂</li> </ul>	
<b>(2) 教育旅行誘致活動</b>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> </ul>	

<b>6. Hello!KAMOME 新幹線開業効果拡大事業</b>		<b>予算額： 5,000 千円</b>
<p>昨年開業した西九州新幹線の効果を活かし、観光客の県内周遊につなげる。</p>		
<b>(1) 新幹線の周遊促進対策</b>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・西九州新幹線の県内沿線駅から県内各地へ二次交通を活用して周遊する旅行商品造成への支援を実施</li> </ul>	

<b>7. しま旅滞在促進事業</b>		<b>予算額： 672,043 千円</b>
<p>国境離島を対象とした宿泊・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>		
<b>(1) 離島滞在型旅行商品の造成販売支援</b>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・本土と離島間の交通費の一部（航路運賃と島民割引運賃の差額相当）及び商品開発費用の一部を助成することにより、「宿泊＋交通＋体験メニュー」の旅行商品造成を促進</li> <li>・対象期間：4月1日～2月29日</li> </ul>	
<b>(2) 企画乗船券・企画航空券の企画、開発、販売</b>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・本土と離島間の往復乗船券と「しま」ならではの体験メニューに利用できるクーポン券（航路運賃と島民割引運賃の差額相当）をセットにした企画乗船券「わくわく乗船券」を往復運賃＋100円で販売</li> <li>※企画航空券については現時点で実施予定なし</li> <li>・販売期間：4月1日～2月29日</li> </ul>	
<b>(3) コロナウイルス復興対策（特別対策）</b>		
<b>特別対策</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新型コロナウイルスの感染拡大により宿泊客が激減している対馬市、壱岐市、五島市、新上五島町、小値賀町、佐世保市宇久町を対象に特別対策を実施するもの</li> </ul>	

<p>①団体型旅行商品</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ エスコート</li> <li>・ 受注型企画旅行</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ しま旅エスコート商品の購入者及び受注型企画旅行参加者については、各島内に宿泊する毎に、1泊5,000円を助成</li> <li>5,000円の内4,000円を旅行代金の助成（値引）に利用し、1,000円は来島時にお渡しする島の特産品のお土産代に充当（最大3泊まで）</li> <li>・ 対象期間：4月1日～2月29日</li> </ul>
<p>②個人型旅行商品</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ フリープラン</li> <li>・ わくわく乗船券</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ しま旅商品（フリープラン）、企画乗船券「わくわく乗船券」を購入した観光客に対して、各島内での宿泊や飲食、交通に利用できる「行っ得!長崎のしまクーポン券」（一泊一人につき5,000円）を交付</li> <li>・ 交付期間：令和5年4月1日～令和6年2月29日</li> <li>・ 事業者（店舗）から観光連盟への直接請求、直接支払いなど精算業務の簡素化を図るため、令和5年6月26日からリージョンペイシステムを導入し、電子クーポン「行っ得PAY」に切り替える予定</li> </ul> <p>&lt;変更内容（案）&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①利用対象として、お土産などの物販も利用可能とする</li> <li>②利用可能地域を本県の国境離島であればどの島でも利用可能とする。</li> </ul>
<p>(4) プロモーション経費</p>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 上記旅行商品・企画乗船券等のPRのためのパンフレット作成や雑誌・新聞等による情報発信</li> </ul>

<p><b>8. しま旅グレードアップ事業</b></p>	<p><b>予算額： 15,000千円</b></p>
<p>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。</p>	
<p>(1) 情報発信ツールの作成</p>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ITを活用した観光客の利便性の向上や誘客促進を行う情報発信</li> <li>・ 修学旅行に関連した離島に特化したプログラムの作成、誘致活動、アンケート等の実施</li> </ul>
<p>(2) 修学旅行促進</p>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ しまへの修学旅行誘致を図るため、しまに特化したプログラム冊子の作成や、誘致活動を展開</li> </ul>
<p>(3) インバウンド対策事業</p>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 欧米豪の富裕層に訴求性のある情報媒体を活用したプロモーション</li> <li>・ 台湾マスメディアやウェブメディアなどと連携したプロモーション</li> <li>・ 韓国に向けた離島誘客プロモーション</li> </ul>

<p><b>9. R4 繰越) 戦略的情報発信推進事業</b></p>	<p><b>予算額： 5,500千円</b></p>
<p>冊子での発行が主流である観光パンフレット等の観光情報をデジタル化するとともに、当該情報を周知するため県内の主要な箇所にデジタルサイネージを整備し、タビナカでの観光客の利便性向上を図る。</p>	

<b>(1) デジタルサイネージ整備</b>	
<b>デジタルサイネージの設置</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・県内のJR駅（長崎・佐世保・諫早・新大村）や空港、港等の交通結節点（9箇所程度を想定）にデジタル化したパンフレットの閲覧や周遊促進させるチケット販売等のWEBサイトへ誘導し、県内周遊促進させるためのデジタルサイネージ等の設置を実施予定。</li> </ul>

<b>10. R4 繰越) 観光需要回復促進事業</b>	<b>予算額 : 5,753,896 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を実施。

<b>(1) 全国旅行支援事業</b>	
<b>ながさきで心呼吸の旅キャンペーン</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・宿泊割引（直割、旅行会社）</li> <li>・地域限定クーポン付与</li> <li>・実施期間：4月1日～6月30日</li> </ul>

### Ⅲ 海外誘致対策

<b>11. インバウンド需要創出拡大事業</b>	<b>予算額 : 39,819 千円</b>
---------------------------	------------------------

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行うことにより、本県へのインバウンド需要の創出・拡大を図る。

<b>(1) 海外観光展への出展等</b>	
<b>①台湾</b>	[商談会・旅展] <ul style="list-style-type: none"> <li>・九州観光機構及び各県と連携した台北国際旅行博（ITF）出展 [招聘（オンライン含む）]</li> <li>・ネットメディアエージェント等のメディア</li> <li>・小グループツアーを取り扱う旅行社</li> </ul>
<b>②香港</b>	[旅展] <ul style="list-style-type: none"> <li>・香港国際旅行展示会（ITE）及び香港ブックフェアへの出展 [招聘（オンライン含む）]</li> <li>・メディア、KOL（Key Opinion Leader）</li> <li>・教育旅行関係者</li> </ul>
<b>③中国</b>	[商談会・旅展] <ul style="list-style-type: none"> <li>・長崎県上海事務所と連携した各種商談会、旅展への出展</li> <li>・インセンティブ商談会への参加 [招聘（オンライン含む）]</li> <li>・教育旅行関係者、旅行コンサルタント</li> <li>・インセンティブツアーキーマン</li> </ul>
<b>④韓国</b>	[商談会・旅展] <ul style="list-style-type: none"> <li>・長崎県ソウル事務所と連携した各種商談会、旅展への出展</li> </ul>



	[ 招聘 (オンライン含む) ] ・ソウル特別市観光協会関連旅行社 ・大手旅行社
⑤タイ	[ 商談会、旅展等 ] ・インセンティブ商談会、FIT 向け旅行博等への出展
⑥ベトナム	[ 商談会、旅展等 ] ・インセンティブ商談会、FIT 向け旅行博等への出展
⑦フィリピン	[ 商談会、旅展等 ] ・インセンティブ商談会、FIT 向け旅行博等への出展
<b>(2) 国内での誘致活動</b>	
セールスコール	・在京、在阪、在福ランド社への定期的なセールスコール
<b>(3) 東京都・九州連携 (欧米豪)</b>	
	・東京都との連携による県内コンテンツプロモーション
<b>(4) 香港からの誘客促進</b>	
	・香港エクスプレスタイヤアッププロモーション

<b>12. インバウンドプロモーション強化事業</b>	<b>予算額： 113,823 千円</b>
<p>インバウンドにおいて、九州のゲートウェイである福岡からの誘客プロモーション、高付加価値旅行商品の造成支援などによる需要の早期回復など、新たな来訪需要を創出するための情報発信を強化するほか、デジタルマーケティングなどの観光DXを推進。</p>	
<b>(1) 富裕層・中間層向け情報発信</b>	
アドベンチャーーツーリズムの推進	・アドベンチャートラベルワールドサミット北海道でのセールス ・専門メディア、旅行会社等の招聘
スポーツツーリズムの推進	・サイクルツーリズムの台湾、香港向けプロモーション
<b>(2) メディア・旅行会社連携PR</b>	
① 中国	・メディアとのキャンペーンを含む情報発信タイアップ ・旅行会社との商品造成に資する広告タイアップ等
② 韓国	・メディアとのキャンペーンを含む情報発信タイアップ ・テーマ型ツアー造成に係る旅行会社とのプロモーション
③ 台湾	・メディアとのキャンペーンを含む情報発信タイアップ ・訪日観光情報サイトと連携した情報発信プロモーション
④ 香港	・メディアとのキャンペーンを含む情報発信タイアップ ・雑誌、SNS、WEB、アプリ等を活用した情報発信プロモーション
⑤ 東南アジア	・メディアとのキャンペーンを含む情報発信タイアップ ・テーマ型ツアー造成に係る旅行会社とのプロモーション
⑥ 欧米豪	・在留外国人向けのデジタルプロモーション ・テーマ型ツアー造成に係る旅行会社とのプロモーション

<b>(3) 食の魅力を活かしたプロモーション</b>	
	・長崎県が海外で開催する物産展等に合わせ、観光プロモーションを実施
<b>(4) 巡礼の道</b>	
	・韓国及びフィリピンからの巡礼ツアー誘致促進
<b>(5) 福岡からの誘客</b>	
	・航空会社等と連携したプロモーションの実施
<b>(6) デジタルマーケティング</b>	
	・動画や広告を活用したデジタルマーケティングによる訴求力あるコンテンツの検証、本県の認知度向上促進
<b>(7) レッパ業務</b>	
香港・台湾	・レッパ設置による現地情報収集、情報発信、旅行会社やメディア、航空会社へのアプローチ等

<b>13. 海外向け認知度向上推進事業</b>	<b>予算額： 18,899 千円</b>
海外における本県の認知度向上を図るため、SNS やウェブサイトの運営、メディア招聘等を通じた情報発信を実施。	
<b>(1) 多言語SNS運営費</b>	
①英語	・公式 Facebook、Instagram の運営及び SNS キャンペーンの実施
②中国語 (簡体字)	・公式 Weibo、WeChat の運営及び SNS キャンペーンの実施
③中国語 (繁体字)	・公式 Facebook の運営及び SNS キャンペーンの実施
④中国語 (広東語)	・公式 Facebook の運営及び SNS キャンペーンの実施
⑤韓国語	・公式 Instagram、NAVER ブログの運営及び SNS キャンペーンの実施
⑥タイ語	・公式 Facebook の運営及び SNS キャンペーンの実施
⑦ベトナム語	・公式 Facebook の運営及び SNS キャンペーンの実施
<b>(2) 多言語ウェブサイト活用プロモーション</b>	
	・英語、中国語（簡体字、繁体字）、韓国語に対応した多言語 WEB サイトの運営及び掲載コンテンツの拡充

<b>14. ディスカバーNAGASAKI 周遊促進事業</b>	<b>予算額： 12,037 千円</b>
価値観の変化と個人旅行化の進展を見据え、地域が取り組む滞在型コンテンツの外国人向けカスタマイズを支援するとともに、県内に点在する観光コンテンツを個人旅行者がスムーズに周遊できるよう推進。	

<b>(1) 観光コンテンツの外国人向けカスタマイズ</b>	
専門家招聘	・アドベンチャーツーリズムの磨き上げのため専門家を招聘
旅行会社招聘	・アドベンチャーツーリズム商品の販売促進のため専門旅行会社を招聘
<b>(2) 周遊促進対策</b>	
	・個人旅行者の二次交通対策として、交通手段をセットにした着地型旅行商品を造成、販売する交通事業者等を支援

<b>15. R4 繰越) インバウンド向け戦略的プロモーション強化事業</b>	<b>予算額： 29,261 千円</b>
本県の観光地としての認知度向上のため、メディア等と連携したプロモーションを実施、富裕層やスポーツツーリズムなど環境変化を踏まえた情報発信を強化し、誘客の多角化を図る。	
<b>(1) 福岡県からの誘客</b>	
	・福岡から長崎への二次交通手段の割引キャンペーン実施

#### 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>予算額： 35,757 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。	
<b>(1) 長崎県キャンペーン推進</b>	
① 宣伝資材作成	・旅行会社セールスや観光PRイベントなどで活用する販促ツールの作成
② ノベルティ・パンフ作成	・多言語での観光パンフレット等の作成・増刷 ・展示会・アンケート等で使用するノベルティの作成
③ グルメセレクション	・デジタルマップ保守管理 他 ・デジタルマップを活用した情報発信
④ 全国誘客イベント	・「ツーリズム EXPO ジャパン 2023 (10月：大阪)」の出展 ※九州7県合同 ・東海県人会まつり (名古屋) ・その他地域イベント参加 他
⑤ テーマ型観光研修・視察研修	・旅行会社企画担当者を招聘しての観光情報説明会、モニターツアーの実施 ・令和6年度上期、下期向けの旅行会社説明会やセールス等で配布する素材集を作成 ・「ながさき旅ネット」内に詳細な情報を掲載した専用ページを作成し、公開することにより、旅行商品の造成を促進

⑥AGT 招聘・会議 誘致	・旅行会社等の現地視察の誘致（支援）
⑦大型キャンペーン支援	・JR西日本との連携事業の実施 ・旅行会社、キャリアなどとのタイアップ ・「VISIT ながさき」販促 他
⑧旅費等	・九州観光機構主催の説明会やセールス等旅費
<b>（2）九州横断長崎・熊本・大分広域観光振興協議会</b>	
連携事業 【国内】	・3県の魅力を活かした3県周遊型旅行の誘致施策（旅行商品造成支援、情報発信等）の実施
【海外】	・台湾市場での旅行博共同出展及び個人旅行者等をターゲットとしたプロモーション、商品造成、販売の実施 ・東南アジア市場における3県の認知度向上を図るための情報発信の実施
<b>（3）日本観光振興協会連携事業</b>	
	・日本観光振興協会への拠出 ・イベント出展、セミナー等経費、旅費 他