

# 令和6年度事業報告について

## I 総括

令和6年の訪日外国人旅行者数は前年比47.1%増の約3,687万人、年間消費額は前年比53.4%増の約8.1兆円となり、いずれも過去最高を記録した。

国内市場では全国旅行支援の反動減などが一部見られたものの、本県においては、長崎スタジアムシティの開業や長崎～ソウル線の再開など、追い風となる複数の要因や官民を挙げた施策展開の効果なども相まって、年間の県内宿泊者数は、前年に続きコロナ禍前を超える水準まで回復した。

### 〔県内観光トピックス〕

- ・ 全国高等学校総合体育大会の開催
- ・ 日本スポーツマスターズ2024長崎大会の開催
- ・ 長崎スタジアムシティの開業
- ・ 大韓航空による「長崎～ソウル線」の再開
- ・ ホテルインディゴ長崎グラバーストリートの開業
- ・ グラバー園開園50周年記念イベントの開催
- ・ 島原城築城400年記念イベントの開催
- ・ 全国商工会議所観光振興大会2025in長崎の開催
- ・ ドラマ「海に眠るダイヤモンド」など本県を舞台にした映像作品の公開 など

(1) 令和6年度は、国内外からの旅行需要の高まりを背景に、地域間競争が一層激化することを踏まえ、県及び会員と連携しながら、次の4区分に掲げる17事業を有機的に展開することで、本県への誘客促進を図った。

- ◆ 「長崎の食」や「ロケツーリズム」を切り口とした観光プロモーションを重点的に展開することで、本県への誘客と県内周遊を促進する。
- ◆ 「長崎の海」をテーマとした広域周遊ルートを創出するなど受入環境の充実に取り組み、観光客の満足度向上につなげる。
- ◆ 国境離島交付金を活用した商品造成等の支援により、本県離島地域にもう1泊してもらうための持続可能な滞在型観光を促進する。
- ◆ 国際航空路線の誘致活動と連動したプロモーションのほか、観光客の受入環境の充実に取り組むことで、インバウンドの需要拡大と誘客促進につなげる。

### (2) 令和6年延べ宿泊者数

(単位：人泊／出典：観光庁宿泊旅行統計調査)

	令和6年	令和5年	R6/R5	令和元年	R6/R1
全 国	650,275,390	617,474,940	105.3%	595,921,480	109.1%
日本人	486,676,400	499,723,490	97.4%	480,265,130	101.3%
外国人	163,598,990	117,751,450	138.9%	115,656,350	141.5%
九 州	60,862,750	58,695,110	103.7%	58,693,530	103.7%
日本人	49,380,990	50,252,260	98.3%	50,011,090	98.7%
外国人	11,481,760	8,442,850	136.0%	8,682,440	132.2%
長崎県	7,431,870	7,588,930	97.9%	7,248,850	102.5%
日本人	6,830,470	7,125,460	95.9%	6,495,540	105.2%
外国人	601,400	463,470	129.8%	753,310	79.8%

## Ⅱ 事業報告（概要）

### ◆ 国内誘客プロモーション

#### 1. 広域周遊化誘客促進事業

関西圏を中心に首都圏や福岡など都市部からの誘客促進を図るため、旅行会社やキャリアとタイアップして「長崎の食」などをテーマとする観光プロモーションを実施するとともに、九州観光機構や各県等と連携して広域周遊を促進。

##### ■全国誘客イベント出展

- ・ ツーリズム EXPO ジャパン 2024（東京都 10/26～29）など県外イベント出展

##### ■旅行会社や交通事業者とのタイアップ

- ・ タイアップ件数：5 件
- ・ 送客実績：9,417 人（目標達成率 79%）

##### ■誘致活動

- ・ 旅行会社企画担当者を招聘し、観光情報説明会を実施（壱岐・対馬 11/28～30）
- ・ 九州観光機構主催説明会（東京・大阪・福岡）など県外商談会等参加

##### ■教育旅行誘致促進

- ・ 「長崎県教育旅行誘致促進協議会」の設立（6/24）
- ・ セールス実績：8 回、AGT195 箇所、学校 167 校      ・ 招聘実績：4 回、41 人

#### 2. 観光DX・プロモーション事業

個人の嗜好の多様化と個人旅行の増加など、観光の価値・形態の変化に対応した誘客促進を図るため、人流データや宿泊データ等の活用環境を整備し、マーケティング分析に基づく観光プロモーション等を実施。

##### ■観光 DMP「SCOPE NAGASAKI」の運用及びデジタルプロモーションの実施

##### ■公式観光サイト「ながさき旅ネット」の運用（PV数：11,623,681（前年比 96.3%））

##### ■公式ライター（#ナガサキタビブ）の活用（記事掲載：80 本）

##### ■生成AIの機能を活用した「AI長崎旅プラン」の始動

##### ■フリーマガジン「SとN」第 8 号（船でつながる港町）の制作

#### 3. 「長崎の食+（プラス）」魅力創出事業

本県への誘客及び広域周遊を促進するため、県内各地域の食のイベントや飲食店のおススメ料理など「長崎の食」を活かした旅の誘客プロモーションを実施。

##### ■OTAサイトを活用して飲食店の利用を促す宿泊キャンペーン（10/15～2/28）

- ・ 参加施設：じゃらんnet31 件、楽天トラベル 32 件
- ・ 延べ宿泊者数：6,674 人泊（目標達成率 148%）

##### ■地元回転寿司店を活用した「美味魚」フェア（10/1～11/30）

- ・ 長崎市内 2 店舗、提供メニュー 3 品（長崎白鉄火、長崎鮮魚三点盛り、長崎手巻きセット）
- ・ 販売実績：12,385 皿（目標達成率 142%）

#### **4. マニアが集う長崎プロジェクト事業**

長崎県を舞台とする映画やドラマなどを通じて本県の魅力を発信し、誘客促進を図るため、制作会社等によるロケーション活動への支援に加えて、作品やロケ地のファンなどを呼び込むロケツーリズムを展開。

##### **■ロケ支援**

- ・FCによる支援：86件（市町実施分を含む支援は326件）
- ・主な支援作品

映画『遠い山なみの光』、映画『夏の砂の上』、日曜劇場『海に眠るダイヤモンド』

##### **■ロケ誘致活動**

- ・ジャパンフィルムコミッションやロケツーリズム協議会が主催する商談会への出展等

##### **■広報・誘客活動**

- ・映画『きみの色』長崎県コラボキャンペーン（7月～10月）
- ・特集ページ「長崎のロケ地巡り旅」の開設

##### **■FCの活動などが評価され、2つの表彰を受賞**

- ・第10回JFCアワード：ドラマ『君が心をくれたから』優秀賞
- ・第15回ロケーションジャパン大賞：ドラマ『海に眠るダイヤモンド』準グランプリ

#### **5. 長崎県情報発信促進事業**

長崎県内の周遊促進及び消費拡大を図るため、株式会社ポケモンが地域と連携し、その地域の魅力を国内外に発信する「ポケモンローカルActs」の取り組みを活用して、デジタルスタンプラリーを実施。

##### **■ポケモンを活用したスタンプラリー（11/1～2/28）**

- ・スポット：71箇所（ポケふた5箇所＋県内21市町の観光施設等）
- ・エントリー数：8,285人（目標数4,500人）  
うち参加者数：4,413人

### **◆ 観光客の受入環境整備**

#### **1. 「みんなで磨く！観光まちづくり」推進事業**

マーケットインによる商品づくりを通じて観光消費額の増加や滞在時間の延長、満足度の向上を図るため、専門人材を活用し、滞在型観光コンテンツの開発から販売までの一貫通貫した支援を実施。

##### **■観光コンテンツ開発支援**

- ・専門人材による市町等アドバイス（新規：9市町11件、既存：1市2件）
- ・コンテンツ開発支援及び既存商品のブラッシュアップ

##### **■大村湾の活用**

- ・ながさき大村湾サイクルージング（実績：春季51人、秋季131人）
- ・周遊バス×大村湾クルーズ（実績：23人）

## ◆ 国境離島の滞在型観光促進

### 1. しま旅滞在促進事業

本県の国境離島地域における滞在型観光を推進するため、宿泊・交通に体験メニューを加えた「しま旅旅行商品」の造成・販売促進に対する支援を実施。

#### ■しま旅旅行商品の実績（延べ宿泊者数・補助金交付額）

	延べ宿泊者数（人泊）					補助金 （千円）
	計	募集型	教育旅行	受注型	訪日旅行	
対馬	6,252	5,386	316	550	0	34,700
壱岐	7,873	5,086	2,522	265	0	28,922
五島	11,561	7,842	1,891	1,122	706	56,217
上五島	2,458	1,818	18	94	528	13,861
小値賀	0	0	0	0	0	0
宇久	87	1	15	71	0	302
計	28,231	20,133	4,762	2,102	1,234	134,001

#### ■しま旅プロモーション

- ・新聞、TVCM、情報番組、雑誌などマスメディアの活用
- ・SNS やWEB メディアの活用
- ・ANTA 第19回国内観光活性化フォーラム in 東京（1/28）などイベント出展
- ・パンフレット製作（月刊「旅の手帖」4月掲載誌面を活用、10,000部）
- ・海外プロモーション（韓国：新聞・YouTube 広告、台湾：デジタルサイネージ広告）

### 2. しま旅受入体制整備事業

本県の国境離島地域にもう1泊してもらうための受入体制整備や離島の認知度向上を図るため、教育旅行プログラムの充実や誘客促進に取り組むとともに、インバウンド向けのプロモーションを実施。

#### ■国内誘致

- ・TVCM や動画広告を活用した離島の認知度向上（11/24～12/22）

#### ■教育旅行誘致促進

- ・離島商品の販売促進（各離島での教職員モニターツアー 延べ15人）

#### ■海外誘致

- ・メディア等を活用した情報発信（欧米豪・台湾）
- ・旅行会社等への情報発信（韓国・台湾・アドベンチャーツーリズム）

## ◆ 海外誘客プロモーション

### 1. インバウンド需要創出拡大事業

重点市場である東アジアをはじめ、東南アジアや欧米豪市場へ本県の魅力をPRし、インバウンド需要の創出・拡大を図るため、上海・ソウルの海外事務所や香港・台湾のレップを活用し九州各県等と連携した国際旅行博への出展、現地説明会・商談会を開催。

■市場毎の活動（海外観光展への出展等）

市場	実施内容
中国市場	<p>【商談会・旅展】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・長崎～上海定期航空路線開設 45 周年記念長崎県観光説明会（9/5）、中国東方航空西北分公司と連携した長崎県観光セミナー（1/24）など（5回）</li> <li>・旅行会社等セールス（4回、延べ35社）</li> <li>・実績：旅行商品造成15社、送客3,000人以上</li> </ul> <p>【招聘】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・海南省教育関係者（9人）、広東省教育関係者（6人）</li> </ul>
韓国市場	<p>【商談会・旅展】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・韓国現地商談会（10/28）、JTB旅ホ連連携現地商談会（1/9）など（6回）</li> <li>・旅行会社等セールス（8回、延べ55社）</li> </ul> <p>【招聘】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ゴルフ専門旅行会社（11社12人）</li> <li>・実績：旅行商品造成9社、送客77人泊（～1月）、160人泊（2月～）</li> </ul>
台湾市場	<p>【商談会・旅展】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・台北国際旅行博（ITF）（11/1～4）、JTB旅ホ連連携旅行会社招聘商談会（2/19）など（6回）</li> <li>・旅行会社等セールス（6回、延べ33社）</li> </ul> <p>【招聘】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・教育関係者（6校6人）、旅行会社（14社16人）</li> </ul>
香港市場	<ul style="list-style-type: none"> <li>・香港国際旅行展示会（ITE）（6/13～16）など（3回）</li> <li>・旅行会社等セールス（2回、延べ5社）</li> </ul>
東南アジア市場	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ベトナムの旅行会社等訪問（7/29～8/5、4社）</li> <li>・タイJapan Expo出展、商談会、現地セールス（2/7～10）</li> </ul>

## 2. インバウンドプロモーション強化事業

本県へのインバウンド誘客を図るため、欧米豪を中心とした富裕層をターゲットにアドベンチャーツーリズムを推進するほか、現地のメディアや旅行会社と連携し、SNSや旅行情報サイト等を活用した個人に直接訴求するプロモーションを実施。

■市場毎の活動（メディア・旅行会社連携PR等）

市場	実施内容
中国市場	<p>【招聘】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・上海ゴルフ協会関係者や旅行会社等（4回、14社18人）</li> <li>・実績：144人送客</li> </ul> <p>【販売促進】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・長崎～上海線利用旅行会社との連携プロモーション</li> <li>・実績：2社196人送客</li> </ul>
韓国市場	<p>【販売促進】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・旅行会社との連携プロモーション</li> <li>・実績：5社5商品1,994人送客</li> </ul>
台湾市場	<p>【販売促進】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・旅行会社との連携プロモーション</li> <li>・実績：4,404人送客</li> </ul> <p>【情報発信】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・訪日観光情報サイト（「楽吃購!日本」）の活用</li> <li>・テレビ番組取材放送タイアップ（番組名「食尚玩家」）</li> <li>・レップの活用（情報の収集発信、現地対応）</li> </ul>

香港市場	<b>【情報発信】</b> ・香港国際旅行展示会（ITE）での旅行セミナー開催（6/16） ・メディア、KOL を活用した離島プロモーション ・レップの活用（情報の収集発信、現地対応）
東南アジア市場	<b>【タイ】</b> ・NIB総務省事業とのタイアップ（現地放送番組制作、旅行会社招聘等） <b>【ベトナム】</b> ・旅行会社招聘（12社12人）
欧米豪市場	<b>【AT商品】</b> ・アドベンチャーツーリズムの先進地視察（愛媛県松山市6/2～4） ・旅行会社等招聘モニターツアー（4コース、延べ9社10人） <b>【情報発信】</b> ・英語版ガイドブック制作（11,000部） ・ハワイテレビ番組とのタイアップ（現地放送、ハワイアン航空機内放送）

### 3. 海外向け認知度向上推進事業

海外における本県の認知度向上を図り、旅行先として選んでもらえるよう、WEBやSNSを活用した多言語による情報発信の実施。

#### ■公式WEBサイト「Discover Nagasaki」の運用（PV数）

	令和6年度	令和5年度	前年比
英語	402,124	279,191	144.0%
繁体字	270,795	276,865	97.8%
韓国語	124,362	98,779	125.8%
簡体字	334,754	40,814	820.1%

\*県上海事務所WEBサイト(サーバー)の併用

#### ■多言語SNSの運用

アカウント		投稿回数	フォロワー R7.3月末	フォロワー R6.3月末	変動数
英語	FB	147	38,362	28,052	10,310
	IG	147	12,857	8,728	4,129
簡体字	Weibo	147	88,546	87,531	1,015
	WeChat	88	13,285	11,845	1,440
繁体字	FB	147	47,954	42,467	5,487
広東語	FB	147	22,101	19,021	3,080
韓国語	FB	147	5,532	5,520	12
	IG	147	10,068	7,575	2,493
	Naver	88	7,900	8,245	▲345
タイ語	FB	147	52,467	46,372	6,095
ベトナム語	FB	147	63,449	61,607	1,842

### 4. インバウンド受入環境ステップアップ事業

旅の満足度の向上を図り、インバウンドの誘客及びリピーター獲得を促進するため、県内飲食店の多言語メニュー化など受入環境の整備とともにWEBサイトによる情報発信を充実。

#### ■飲食店の多言語メニュー化等

- ・県内飲食店の多言語メニュー整備支援（200店舗の4言語メニュー）
- ・公式多言語WEBサイトでの個店情報発信（デジタルマップ）

### Ⅲ 事業別内訳

◆ 「長崎の食」や「ロケツーリズム」を切り口とした観光プロモーションを重点的に展開することで、本県への誘客と県内周遊を促進する。

<b>1. 広域周遊化誘客促進事業</b>	<b>決算額：37,997千円</b>
-----------------------	---------------------

関西圏を中心に首都圏や福岡など都市部からの誘客促進を図るため、交通事業者や旅行会社とタイアップして「長崎の食」などをテーマとする観光プロモーションを実施するとともに、九州観光機構や各県等と連携して広域周遊を促進。

**(1) 全国誘客イベント**

イベント出展	<p><b>① 主なイベント出展</b></p> <p>① 「ツーリズムEXPOジャパン 2024」出展（東京都：10/26～29） 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 *来場者数：約183,000人</p> <p>② 「ふるさと全国県人会まつり」出展（名古屋市：9/7～8） *来場者数：約55,000人</p> <p>③ 「旅博 2024in梅田」出展（大阪市：6/29） *来場者数：約3,900人</p> <p>④ 「JR西日本『旅ミルン』」出展（岡山市：7/27～28） *来場者数：約120,000人</p> <p>⑤ 「大相撲九州場所観光物産展」出展（福岡市：11/10～24） 共同出展者：佐世保観光コンベンション協会、西海市観光協会、 平戸観光協会、新上五島町観光物産協会、岩崎本舗</p> <p>⑥ 「神戸空港開港19周年サンクスFES」出展（神戸市：2/15～16） *来場者数：約13,100人</p>
--------	--

**(2) 旅行会社や交通事業者等とのタイアップ**

	<p><b>① JRグループとの連携事業</b></p> <p>(1) JR西日本</p> <p>① 旅行商品造成支援（個人型、団体型）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・西九州新幹線開業2周年キャンペーン（4/1～3/31）</li> <li>・個人旅行向け専用商品造成：JTB、日本旅行</li> <li>・団体旅行向け専用商品造成：阪急交通社、クラブツーリズム、読売旅行、日本旅行</li> </ul> <p>*送客実績：4,712人（目標達成率63%） （個人：3,103人、団体1,609人）</p> <p>② プロモーション（交通広告・WEB広告・月刊情報誌）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・県北エリアのプロモーションを実施（「ながさき旅ネット」内に特集ページ制作、交通広告、SNS広告）</li> <li>・日本旅行TiS大阪支店の壁面広告やJR西日本フリーペーパー「西Navi」、その他交通広告を利用したプロモーションを展開</li> </ul> <p>(2) JR九州</p> <p>① 映画『きみの色』のプロモーション</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・JR長崎駅のデジタルサイネージ広告をはじめ、長崎支社管内16駅にポスターを掲出</li> </ul>
--	--

		<p><b>②旅行会社等とのタイアップ（商品の造成・販売促進支援）</b></p> <p>①クラブツーリズムと長崎バス観光の共同事業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・発地型：クラブツーリズムによる関西・福岡発の募集企画</li> <li>・着地型：長崎バス観光による旅ナカ企画（定期観光バス） “長崎のさかな”をテーマとした定期観光バス新商品を造成（長崎戸石、茂木、佐世保、南島原）</li> </ul> <p><u>*送客実績：227名（目標達成率45%）</u></p> <p>②阪急交通社「長崎県観光誘客強化事業とランタンフェスティバル孔子廟貸切公演」（9/1～2/28）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・長崎県を対象としたトラピックス誕生35周年記念キャンペーン商品（9/1～12/31）</li> <li>・長崎県を対象とした誘客促進商品（9/1～2/28）</li> <li>・ランタンフェスティバル孔子廟貸切公演（2/9～12）</li> <li>・県内世界遺産などの観光地のほか、「長崎の魚」をテーマとした商品</li> </ul> <p><u>*送客実績：3,812人（目標達成率109%）</u></p> <p>③JAL「長崎県送客集中キャンペーン」（12/16～2/28）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・専用WEBページ、メルマガ、機内誌などで集客</li> <li>・DP「ハウステンボス」「行こう!九州」連動企画</li> </ul> <p><u>*送客実績：336人（目標達成率112%）</u></p> <p>④ANA「長崎県送客キャンペーン」（12/1～2/28）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・専用クーポンを設定し、WEBページにて集客</li> <li>・DP設定クーポンと世界遺産登録10周年「明治日本の産業遺産」「長崎ランタンフェスティバル」等への引込</li> </ul> <p><u>*送客実績：330人（目標達成率220%）</u></p> <p>⑤NEXCO西日本「ドライブキャンペーン『お国じまんデジタルラリー2024』」（4/28～1/31）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・22府県125スポットに設置している「GO!JIMANスタンプ」収集企画に参画</li> <li>・スポット設置箇所：長崎市恐竜博物館、九十九島遊覧船、 がまだすドーム</li> </ul> <p><u>*参加者総数：8,862人（前年比67.6%）</u></p> <p>⑥九州観光（株）情報誌「トラベルニュース」への協賛</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・元寇（蒙古襲来）をテーマに松浦市、壱岐市等の特集記事掲載</li> <li>・発行日：令和6年6月25日</li> <li>・発行部数：20,000部</li> <li>・A3タブロイド版、全4ページ</li> <li>・旅行会社、交通機関、ホテルなどに配布</li> <li>・トラベルニュースWEB版への記事掲載</li> <li>・全国の旅行会社に向けてのメール配信：6,682社（8/7）</li> </ul>
<b>（3）旅行商品素材集・観光情報説明会等</b>		
	<b>旅行商品素材集</b>	<p><b>①旅行会社セールス等の販促ツールとして旅行商品素材集を製作</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①令和7年度上期・下期向け長崎県旅行商品素材集：各1,000部</li> <li>②「ながさき旅ネット」内の専用WEBページに詳細情報を掲載</li> </ul>

観光情報説明会等	<p>②旅行会社企画担当者を招聘し、観光情報説明会を実施（11/28～30）</p> <p>①県内観光関係者と旅行会社との商談会（壱岐市：11/28）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 関東、関西、中部、九州の国内旅行会社 <u>15社29名参加</u></li> <li>・ 県内16市町関係者とのマッチング相談会の実施</li> </ul> <p>②壱岐市・対馬市でのエクスカージョン（11/29～30）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 壱岐市：猿岩、黒崎砲台跡、玄海酒造、バナナファーム壱岐</li> <li>・ 対馬市：万松院、対馬博物館、体験ツアー海遊記</li> </ul>
現地視察の誘致	<p>①旅行会社等が実施する現地視察を誘致し、費用の一部を支援</p> <p>①日本旅行：21名 ②JTB：13名 ③KNT：30名（2件）</p> <p>④全旅：20名</p> <p><u>*支援実績：4社（5件）84名</u></p>
（4）誘致活動	
旅行会社等 セールス	<p>①九州観光機構主催の説明会への参加</p> <p>①2025年度上期素材相談会</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 東京（8/21）・大阪（8/22）・福岡（8/28）</li> </ul> <p>②2025年度下期素材相談会</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 東京（2/26）・大阪（2/27）・福岡（3/4）</li> </ul> <p>②各種説明会、キャラバンへの参加</p> <p>①阪急交通社 国内推進協力会</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 福岡（5/15）・熊本（10/23）</li> </ul> <p>②JWCC（JR西日本）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 宮崎（7/12）・大阪（1/28）</li> </ul> <p>③旅ホ連キャラバン（12/2～4）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 4旅ホ連主催（JTB・KNT-CTホールディングス・日本旅行・東武トップツアーズ）で <u>102店舗を訪問</u></li> </ul>
（5）宣伝資材制作等	
国内誘致	<p>①旅行会社セールスや観光PRイベント等で活用する販促ツールを製作</p> <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>・ 「NAGASAKIビニール手提げ袋」製作：20,000枚</li> </ul> <p>②しま旅旅行商品利用者アンケート回答者プレゼント企画</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 各しまの特産品セットをプレゼント：88名</li> <li>・ アンケート有効回答者数：966名</li> </ul> <p style="margin-left: 20px;">居住地 福岡県 14.6%、大阪府 12.6%、愛知県 10.4%</p> <p style="margin-left: 20px;">年齢 60歳代 34.0%、70歳代 26.9%、50歳代 15.4%</p> <p style="margin-left: 20px;">訪問地 五島市 54.0%、壱岐市 42.8%、対馬市 37.0%、 新上五島町 30.9%、小値賀町 0.5%、宇久町 0.2%</p> <p style="margin-left: 20px;">目的 自然景観 70.0%、食 48.1%、歴史文化 46.1%</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ アンケート手法：WEB(Googleフォーム)を利用し回答収集</li> </ul>

(6) 九州横断長崎・熊本・大分広域観光振興協議会

<p><b>国内誘致</b></p>	<p>①長崎・熊本・大分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を実施</p> <p>①旅行商品造成：3県を周遊する旅行商品造成支援（関東発）</p> <p>(1)クラブツーリズム</p> <table border="1" data-bbox="587 398 1385 880"> <tr> <td>商品名</td> <td>(A)新幹線で行く!3泊とも温泉宿泊でのんびり周遊トレ付きバスで巡る九州5県12名所紀行4日間 (B)全室オーシャンビュー「界別府」と2022年11月開業・雲仙地獄が目の前の「界雲仙」3日間 (C)年末年始発限定九州の厳選観光地へご案内往復新幹線で行くハステンホス・高千穂峡3日間</td> </tr> <tr> <td>設定期間</td> <td>10月～3月</td> </tr> <tr> <td>立寄地</td> <td>長崎・熊本・大分</td> </tr> <tr> <td>送客実績</td> <td>(A)9本催行 / 211人 (B)8本催行 / 175人 (C)2本催行 / 26人</td> </tr> </table> <p>(2)エイチ・アイ・エス</p> <table border="1" data-bbox="587 925 1385 1126"> <tr> <td>商品名</td> <td>大分・宮崎・熊本・長崎九州4県大横断4日間</td> </tr> <tr> <td>設定期間</td> <td>1月～3月</td> </tr> <tr> <td>立寄地</td> <td>長崎・熊本・大分・宮崎</td> </tr> <tr> <td>送客実績</td> <td>1本催行 / 57人</td> </tr> </table> <p>②プロモーション</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・三井アウトレットパーク木更津（千葉県）にてイベントを開催（11/9～10）</li> <li>(1)3県周遊旅行商品と各県観光パンフレットを配布</li> <li>(2)SNSフォローキャンペーン等のブースイベントのほか、各県のキャラクターによるステージイベントや抽選会を実施</li> </ul>	商品名	(A)新幹線で行く!3泊とも温泉宿泊でのんびり周遊トレ付きバスで巡る九州5県12名所紀行4日間 (B)全室オーシャンビュー「界別府」と2022年11月開業・雲仙地獄が目の前の「界雲仙」3日間 (C)年末年始発限定九州の厳選観光地へご案内往復新幹線で行くハステンホス・高千穂峡3日間	設定期間	10月～3月	立寄地	長崎・熊本・大分	送客実績	(A)9本催行 / 211人 (B)8本催行 / 175人 (C)2本催行 / 26人	商品名	大分・宮崎・熊本・長崎九州4県大横断4日間	設定期間	1月～3月	立寄地	長崎・熊本・大分・宮崎	送客実績	1本催行 / 57人
商品名	(A)新幹線で行く!3泊とも温泉宿泊でのんびり周遊トレ付きバスで巡る九州5県12名所紀行4日間 (B)全室オーシャンビュー「界別府」と2022年11月開業・雲仙地獄が目の前の「界雲仙」3日間 (C)年末年始発限定九州の厳選観光地へご案内往復新幹線で行くハステンホス・高千穂峡3日間																
設定期間	10月～3月																
立寄地	長崎・熊本・大分																
送客実績	(A)9本催行 / 211人 (B)8本催行 / 175人 (C)2本催行 / 26人																
商品名	大分・宮崎・熊本・長崎九州4県大横断4日間																
設定期間	1月～3月																
立寄地	長崎・熊本・大分・宮崎																
送客実績	1本催行 / 57人																
<p><b>海外誘致</b></p>	<p>①ベトナム市場における誘致施策を実施</p> <p>①3県連携ベトナム現地セミナー（10/8、10）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・参加者数：ホーチミン18社29人、ハノイ24社35人</li> </ul> <p>②ハノイ、ホーチミンの旅行会社等訪問（10/7～12）：10社</p> <p><u>*実績：商品造成旅行会社数 6社</u></p> <p><u>造成した旅行商品数 7本、送客実績 220人</u></p>																

(7) 広域観光振興団体連携事業

<p><b>拠出金</b></p>	<p>①広域観光振興団体へ拠出し、各種事業を実施</p> <p>①日本観光振興協会へ拠出</p> <p>②九州観光機構へ拠出</p>
-------------------	--

(8) 教育旅行誘致促進

<p><b>推進体制の強化</b></p>	<p>①県内関係者の情報共有と連携を実践していく枠組みとして、「長崎県教育旅行誘致促進協議会」を設立</p> <p>①設立総会：参加57団体（6/24）</p> <p>②第1回幹事会（長崎市：10/24）</p>
-----------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>・セールス情報の共有、R7 年度事業の検討等</li> <li>③第 2 回幹事会（長崎市：12/19）</li> <li>・ R6 年度セールス計画共有、R7 年度事業計画等</li> </ul>
誘致活動等	<p>①「ながさき旅ネット」内の教育旅行専用ページを活用し、学校関係者や旅行会社へ県内素材を発信</p> <p>②リピーターの獲得や新規校の掘り起こしのため、学校や旅行会社、関係団体等へのセールスを実施</p> <p>①姫路市中学校：2 校、AGT：4 社、大阪市AGT：5 社（5/30～31）</p> <p>②佐世保観光コンベンション協会主催 大阪府高校：7 校、中学校：23 校、AGT：1 社（6/12～14）</p> <p>③京都府高校：4 校、中学校：21 校、AGT：5 社（7/5～7）</p> <p>④第 1 回誘致協議会AGTセールス 中部、北陸、関西、山陽エリアAGT：7 社 64 店舗（7/8～10）</p> <p>⑤東京都AGT：4 社（7/24）</p> <p>⑥熊本県との連携による 山梨・静岡エリア AGT：5 社 10 店舗（11/20～22）</p> <p>⑦4 社旅ホ連合同キャラバン 東京、名古屋、大阪：102 店舗（12/2～4）</p> <p>⑧第 2 回誘致協議会学校セールス 横浜市・首都圏中学校：110 校（12/23～25） *セールス実績：8 回、AGT195 箇所、学校 167 校</p> <p>③教職員や旅行会社の県内招聘を実施</p> <p>①近畿日本ツーリスト（株）教育旅行担当者 14 人 意見交換会及び現地研修：長崎市（9/10～11）</p> <p>②関東・関西高校教職員 3 人（私立） 五島市・新上五島町（11/15～17）</p> <p>③関東・関西高校教職員 12 人（私立 9 人・公立 3 人） 壱岐市・対馬市（12/23～25）</p> <p>④首都圏公立中学教職員 12 人：長崎市・島原市（2/15～16） *招聘実績：4 回、41 人</p>

2. 観光DX・プロモーション事業		決算額：55,957 千円
<p>個人の嗜好の多様化と個人旅行の増加など観光の価値・形態の変化に対応した誘客促進を図るため、人流データや宿泊データ等の活用環境を整備し、マーケティング分析に基づく観光プロモーション等を実施。</p>		
(1) マーケティング分析		
人流データ・宿泊データ等の整備	①令和 5 年度に開発した観光データマネジメントプラットフォーム「SCOPE NAGASAKI」の効果的な運用のほか機能を充実	
マーケティング分析・効果検証	①「SCOPE NAGASAKI」等を活用したマーケティング分析及び分析結果に基づく観光プロモーション等の効果検証を実施	

(2) デジタルプロモーション

デジタルプロモーション

- ①長崎県観光DMP「SCOPE NAGASAKI」を活用した分析による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）
- ①分析・ターゲットエリア
- ・愛知県、年代：男女30年代～40年代
  - ・「SCOPE NAGASAKI」を活用した分析（令和6年12月時点）により減少幅が大きい上記をセグメントするほか、来訪割合の高いエリア（首都圏、関西圏）も併せてターゲティング
- ②コンテンツ
- ・30代男女を中心に、20代、40代と参加の反響が高かったポケモンを活用したスタンプラリーと開催間近のランタンフェスティバルをプロモーションコンテンツに採用
- ③プロモーション（令和6年12月～令和7年2月）
- ・各種WEBメディア及びGoogleディスプレイ広告、Instagram広告を配信
  - ・結果：ポケモンスタンプラリーの参加シェアが変化  
プロモーション前：県内70%、県外30%  
プロモーション後：県内60%、県外40%

②公式Instagramによる情報発信

項目	令和6年度	令和5年度	前年比
投稿回数	223	101	220.8%
フォロワー数	13,521	9,337	144.8%

WEBメディア等活用プロモーション

- ①ワールドワンによる神戸の飲食店で長崎県の食のフェアを開催（4/24～5/19）  
\*実施店舗：4店舗 来店者数：13,431人
- ②長崎新聞タブロイド紙「とととってmotto!」を活用した情報発信（掲載日：8/23）
- ・内容：映画「きみの色」公開記念キャンペーンに関する広告掲載
  - ・サイズ：全面広告10段＋記事8段
- ③全国ネット等のテレビ情報番組の誘致
- ①情報番組「ヒルナンデス!」/日本テレビ系列  
女優の南野陽子氏と水野真紀氏による人気コーナー「わざわざ食べに行きたい美食旅」で、佐世保市と平戸市を紹介
- ・放送局：日本テレビ系列28局ネット
  - ・放送日：A)令和7年3月5日 B)3月16日 11:55～13:55
  - ・放送尺：60分程度×2日
  - ・ロケ地：A)平戸市 B)佐世保市
- ②博多大丸「九州探検隊プロジェクト」にて雲仙市の魅力を紹介  
A)ローカル情報番組「てんじんnow!」
- ・放送局：テレビ西日本（フジテレビ系列）
  - ・放送日：令和7年3月8日 12:00～13:00（生中継）
  - ・放送尺：50分程度

	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ロケ地：雲仙市（雲仙温泉街）</li> </ul> <p>B)WEBサイト「webてんじん」動画コンテンツロケ 上記A)と合わせ、動画配信用にロケを実施</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ロケ日：令和7年3月7日</li> <li>・ロケ地：雲仙市（小浜温泉街）</li> </ul> <p>※配信動画：3.4万回視聴（R7.5.7時点）</p> <p>④デジタルマップの維持・保守管理</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「ながさきグルメセレクション」認定店のほか、令和6年度公開の映画「きみの色」のモデル地やポケモンを活用したスタンプラリーのスポット、多言語メニューの提供飲食店等を登録</li> </ul> <p>※最大登録数：300か所⇒500か所に拡大変更</p> <p>⑤媒体社向けニュースレターを配信</p> <p>※配信実績：年4回/約200社</p>
--	---

(3) ながさき旅ネット

<p>観光サイト「ながさき旅ネット」の効果的運用</p>	<p>①ながさき旅ネットの運用</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・公式観光サイト「ながさき旅ネット」のアクセス数 1日当たり平均PV数：31,845（前年比96.2%）</li> <li>・ながさき旅ネット各指標推移</li> </ul> <table border="1"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>令和6年度</th> <th>令和5年度</th> <th>前年比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ユーザー数</td> <td>4,406,081</td> <td>4,778,154</td> <td>92.2%</td> </tr> <tr> <td>PV(ページビュー)数</td> <td>11,623,681</td> <td>12,071,184</td> <td>96.3%</td> </tr> <tr> <td>エンゲージメント率</td> <td>62.2%</td> <td>62.08%</td> <td>100.2%</td> </tr> <tr> <td>平均エンゲージメント時間</td> <td>1:25</td> <td>1:29</td> <td>96.9%</td> </tr> </tbody> </table> <p>※ユーザー数、PV数ともに前年度を下回ったが、令和5年度は9月までの全国旅行支援及びランタンフェスティバル関連ページへのアクセスが特出して多かったことが対比減の大きな要因</p> <p>①「ながさき旅ネット」を機軸とした情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> <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</li> </ul> <p>②季節毎に観光コンテンツを入れ替え</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・GW特集（4月）・花火特集（7月）・紅葉特集（10月）</li> <li>・イルミネーション・クリスマスイベント特集（11月）</li> <li>・長崎ランタンフェスティバル特集（11月）</li> <li>・お花見スポット特集（2月）</li> </ul> <p>③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新規作成及び更新作業（約50本）</p> <p>※令和6年度に新規作成した特集（一部）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・夏のお出かけ特集（5月）・元寇の遺産を巡る（6月）</li> <li>・海デビューにおすすめの海水浴場特集（7月）</li> <li>・秋祭り特集（9月）・彼岸花のスポット特集（9月）</li> <li>・長崎スタジアムシティ特集（10月）</li> <li>・はじめてのランタンフェスティバル特集（10月）</li> </ul>	項目	令和6年度	令和5年度	前年比	ユーザー数	4,406,081	4,778,154	92.2%	PV(ページビュー)数	11,623,681	12,071,184	96.3%	エンゲージメント率	62.2%	62.08%	100.2%	平均エンゲージメント時間	1:25	1:29	96.9%
項目	令和6年度	令和5年度	前年比																		
ユーザー数	4,406,081	4,778,154	92.2%																		
PV(ページビュー)数	11,623,681	12,071,184	96.3%																		
エンゲージメント率	62.2%	62.08%	100.2%																		
平均エンゲージメント時間	1:25	1:29	96.9%																		

		<p>・長崎新キリシタン紀行（12月）</p> <p>④新着情報、スポット、イベント情報の日々更新</p> <p>⑤「#ナガサキタビブ」の記事を活用した情報発信</p> <p>②メールマガジンの配信</p> <p>①MA（マーケティングオートメーション）により、セグメントを分けた内容のメルマガを配信</p> <p>②九州向けには県内イベントや花情報など季節に合わせたお出かけ情報、九州外向けには、長崎県へいつか行きたいと周遊やテーマ型旅行を想起させるよう、歴史がテーマの特集やモデルコース、「#ナガサキタビブ」の旅レポート等読み物系コンテンツを紹介</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・配信回数：4回（5月・7月・11月・1月）</li> <li>・セグメント：九州向け/九州外向け</li> <li>・メルマガ会員：約44,000名（令和7年3月末時点）</li> <li>・平均開封率：28.1%（前年比 ▲3.9ポイント）</li> </ul>
	デジタルガイドブックの展開	<p>①観光客の情報収集にかかる利便性向上のため、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展開</p> <p>*観光パンフレット32種類（県関係と18市町協会）を公開</p>
(4) 公式ライター記事		
	#ナガサキタビブの活用	<p>①公募ライター（8名）を起用したインターネット記事の作成・掲載</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*令和6年度実績：80本（※R5:86本）</li> <li>*令和3年9月（事業開始時）からの累計：323本</li> </ul> <p>②情報発信</p> <p>①長崎新聞を活用した情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・発行部数：約160,000部</li> <li>・発行日：令和7年1月1日（新春号）</li> <li>・サイズ：タテ226mm×ヨコ376mm×2ページ</li> <li>・内容：「ながさき旅診断」のテーマにより、診断形式でおすすめ記事を紹介</li> </ul> <p>②ながさきプレスを活用した情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・発行部数：30,000部</li> <li>・発売日：令和7年2月27日（ながさきプレス3月号）</li> <li>・内容：座談会を開催し、各ライターの取材話を基におすすめ記事を紹介</li> </ul> <p>③観光ポスターの製作</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「#ナガサキタビブ」のインターネット記事として納品された写真を選定し、「Relax」と「Active」のテーマで写真をコラージュしたデザインのポスターを製作（2種×200枚）</li> </ul>
(5) AI旅行計画案内機能		
	AI旅プランの効果的運用	<p>①生成AIの機能を活用し、具体的な日程と人数構成（大人、子ども）、訪問したい場所を選択後、AIに考慮してほしい希望を入力すると、瞬時に最適なおすすめ旅行プランを提供できる「AI長崎旅プラン」を「ながさき旅ネット」に実装</p>

<b>(6) デジタル観光案内板</b>	
デジタルサイネージの運用	<p>① 県内3か所(県庁、長崎空港、道の駅「彼杵の荘」)に設置しているデジタルサイネージの継続運用</p> <p>*長崎空港、道の駅「彼杵の荘」については3月末に撤去</p> <p>*サイネージ表示のQRを介したアクセス数(3台分計)</p> <p>長崎県観光連盟公式サイト(ながさき旅ネット):66</p> <p>長崎県観光パンフレットサイト:72</p>
<b>(7) 佐賀県との連携による観光情報発信</b>	
フリーマガジン「SとN」	<p>① 「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」第8号を制作するとともに、メディアやSNS等を活用して情報を発信</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・テーマ:「船でつながる港町」</li> <li>・内容:船をテーマに、佐賀・長崎をつなぐ地域で暮らす人々の日常や風景、スポット、おいしいものなどを紹介</li> <li>・発行部数:14,000部</li> <li>・掲載地域:長崎県 壱岐市、佐賀県 唐津市・玄海町</li> <li>・発行日:令和7年3月17日</li> <li>・設置箇所:関西圏97、首都圏31、九州圏111、その他全国13</li> </ul> <p>*Instagramフォロワー数:3,027人(4/11現在)</p> <p style="text-align: center;">&lt;「SとN」のこれまでのテーマ&gt;</p> <p>第1号「トコトコ列車で会いに行く」</p> <p>第2号「山便り、海便り」</p> <p>第3号「ひとと街、道でつながる」</p> <p>第4号「坂の街、平野の街、おいしい街」</p> <p>第5号「風になびいて岬めぐり」</p> <p>第6号「鉄道でつながる」</p> <p>総集編版(第1弾~第6弾)「SとN pocket」</p> <p>第7号「いい湯、いい水、わいてます」</p>
<b>(8) VISITながさき</b>	
着地型旅行商品の販売促進	<p>① 体験・観光予約サイト「VISITながさき」における着地型旅行商品の登録・販売</p> <p>*掲載商品数:67商品(令和6年度取扱い総数)</p> <p>*利用実績:552名(R5年度:385名)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・うみ星列車クルーズツアー:111名</li> <li>・長崎バス1日PASSプラス:109名</li> <li>・「ぶらりん」諫早神社開運詣小長井牡蠣焼き&amp;愛のきのこ:66名</li> </ul>

3. 「長崎の食+ (プラス)」 魅力創出事業	決算額 : 18,422 千円
<p>本県への誘客及び広域周遊を促進するため、県内各地域の食のイベントや飲食店のおススメ料理など「長崎の食」を活かした旅の誘客プロモーションを実施。</p>	
<p>(1) 「長崎の食」を活用した商品の造成及びプロモーション等</p>	
<p>商品造成 プロモーション</p>	<p>①OTAサイト (じゃらんnet・楽天トラベル) を活用した誘客プロモーション</p> <p>長崎市・佐世保市に多い素泊まりの観光客を対象に、宿泊地の飲食店へ誘客するキャンペーンを実施し、本県の食の魅力 (特に魚介 (長崎市「さしみシティ」佐世保市「ヒラマサタウン」等) の認知と興味・関心の醸成を図り、関連店舗の利用を促進</p> <p>①キャンペーン期間 : 令和6年10月15日～令和7年2月28日</p> <p>②参加施設</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・宿泊施設 <ul style="list-style-type: none"> <li>A) じゃらんnet : 31件 (長崎市 : 22件、佐世保市 : 9件)</li> <li>B) 楽天トラベル : 32件 (長崎市 : 23件、佐世保市 : 9件)</li> </ul> </li> <li>・飲食店 : 42件 (長崎市 : 28件、佐世保市 : 14件)</li> </ul> <p>③プロモーション期間</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>A) じゃらんnet : 令和6年10月15日～令和7年2月28日</li> <li>B) 楽天トラベル : 令和6年10月28日～11月24日</li> </ul> <p>④実績</p> <p>ア) 本プロモーションによる延べ宿泊者数 <u>*6,674人泊 (目標4,500人泊、達成率148%)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・媒体毎内訳 : A) 2,130人泊 B) 4,544人泊</li> <li>・エリア毎内訳 : 長崎市 4,090人泊 佐世保市 2,584人泊</li> </ul> <p>イ) 本プロモーションによる宿泊予約流通額 : 54,034,761円</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・媒体毎内訳 : A) 17,756,531円 B) 36,278,230円</li> <li>・エリア毎内訳 : 長崎市 34,876,097円 佐世保市 19,158,664円</li> </ul> <p>②地元回転寿司チェーン店「若竹丸」を活用したプロモーション</p> <p>観光客来店の多い店舗を有し、1年中新鮮な県産魚を活かした「寿司」を提供している『若竹丸』と連携し、長崎の魚介の魅力発信・向上に繋げるため「にゃがさき美味魚」フェアを実施</p> <p>①フェア期間 : 令和6年10月1日～11月30日</p> <p>②提供メニュー (全3品) :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>A) 長崎白鉄火 (ヒラマサ)</li> <li>B) 長崎鮮魚三点盛り (ヒラマサ、ヒラメ、タイ)</li> <li>C) 長崎手巻きセット (ヒラマサ、タイ)</li> </ul> <p>③提供店舗 : 長崎市内2店舗 (アミュプラザ長崎店・浜町店)</p> <p>④プロモーション</p> <p>旅ナカで、食事を検討されている観光客をターゲットに、駅や浜町のサイネージ広告やGPSによるWEB広告、Googleのマップやリスティング等を含めた広告を展開</p>

	<p>⑤販売実績：12,385 皿（目標 8,662 皿、達成率 142%）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・店舗内訳：アミュプラザ長崎店）5,183 皿 浜町店）7,202 皿</li> <li>・メニュー内訳：A)3,243 皿 B)6,097 皿 C)1,167 皿</li> <li>・特設ページアクセス：PV数：9,735 ユーザー数：7,844</li> </ul>
<b>(2) SNSによる話題の創出</b>	
<b>SNSキャンペーン等</b>	<p>①魚料理を中心とする「長崎の食」にまつわる情報を、SNSを活用し発信するとともに、投稿キャンペーンを実施</p> <p>「長崎グルメをもっと好きになる！Instagram投稿キャンペーン」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・実施期間：令和6年12月8日～令和7年1月31日</li> <li>・投稿数：517件</li> </ul>

<b>4. マニアが集う長崎プロジェクト事業</b>	<b>決算額：15,594 千円</b>
----------------------------	----------------------

長崎県を舞台とする映画やドラマなどを通じて本県の魅力を発信し、誘客促進を図るため、制作会社等によるロケーション活動への支援に加えて、作品やロケ地のファンなどを呼び込むロケツーリズムを展開。

**(1) 映像等による長崎県の魅力発信**

<b>撮影に関する制作会社への支援</b>	<p>①撮影等への情報提供、相談窓口、撮影許可等に関する対応</p> <p>*国内外の映画、テレビ（ドラマ、旅番組、バラエティ、ドキュメンタリー、）CM、アニメ等の現場対応の協力</p> <p>①ロケ支援作品（放送/公開決定作品）※令和7年3月末現在</p> <table border="1"> <tr><td>映画/ショートフィルム</td><td>5 件</td></tr> <tr><td>ドラマ/アニメ</td><td>2 件</td></tr> <tr><td>CM (TV/WEB) /MV</td><td>22 件</td></tr> <tr><td>バラエティ (TV/WEB)</td><td>17 件</td></tr> <tr><td>情報番組/旅番組</td><td>22 件</td></tr> <tr><td>書籍/写真集</td><td>4 件</td></tr> <tr><td>その他（取材・イベント協力など）</td><td>14 件</td></tr> <tr><td>計</td><td>86 件</td></tr> </table>	映画/ショートフィルム	5 件	ドラマ/アニメ	2 件	CM (TV/WEB) /MV	22 件	バラエティ (TV/WEB)	17 件	情報番組/旅番組	22 件	書籍/写真集	4 件	その他（取材・イベント協力など）	14 件	計	86 件
	映画/ショートフィルム	5 件															
ドラマ/アニメ	2 件																
CM (TV/WEB) /MV	22 件																
バラエティ (TV/WEB)	17 件																
情報番組/旅番組	22 件																
書籍/写真集	4 件																
その他（取材・イベント協力など）	14 件																
計	86 件																
<p>②主な支援作品</p> <p>(1)映画『遠い山なみの光』</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・撮影期間：県内撮影無し、取材協力のみ（令和4年～）</li> <li>・ロケ地：県内撮影無し（監督による長崎市の取材を対応）</li> <li>・公開日時：令和7年9月5日</li> <li>・出演：広瀬すず・二階堂ふみ</li> </ul> <p>(2)映画『夏の砂の上』</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・撮影期間：令和6年9月（約1ヶ月）</li> <li>・ロケ地：長崎市</li> <li>・公開日時：令和7年7月4日</li> <li>・出演：出演：オダギリジョー・高石あかり</li> </ul> <p>(3)TBS日曜劇場「海に眠るダイヤモンド」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・撮影期間：令和6年9月（約1週間）</li> </ul>																	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ロケ地：長崎市</li> <li>・放映日時：令和6年10月～12月</li> <li>・出演：神木隆之介</li> </ul> <p>(4)海外映画作品</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・撮影期間：令和6年4月(1日)</li> <li>・ロケ地：諫早市・島原市・南島原市</li> <li>・放映日時：未定</li> <li>・出演：未発表</li> </ul> <p>*この他の作品についても市町等と連携したロケ支援を実施</p>
ロケ誘致活動	<p>①ジャパンフィルムコミッション (JFC)、ロケツーリズム協議会 (LTC) と連携し、全国ロケ地フェアなどのイベントにおいてロケ地情報など本県の魅力を発信</p> <p>①商談会への参加</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ロケツーリズム協議会マッチングイベント (5月・11月)</li> <li>※県観光振興課・東京事務所と連携</li> <li>・JFCロケ地フェア (8月・1月)</li> <li>※五島市・佐世保市と連携</li> </ul> <p>②上記商談会にあわせて、在京制作会社等への訪問実施</p> <p>③JFC総会の実施協力 (6月：佐世保市)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・長崎ゆかりの映像監督を招聘したトークイベント</li> <li>・佐世保市内のロケ地ツアーへの協力</li> </ul> <p>④「LTC 認定※」の取得</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・長崎県 (団体認定)、FC 職員1名 (個人認定)</li> <li>※ロケツーリズム協議会が主催する「ロケ支援に関し、安心・安全に撮影できる地域・企業等に対する認定制度」</li> </ul>
広報・誘客活動	<p>①映画『きみの色』を活用したPR (7月～10月)</p> <p>①パネル展の実施</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・長崎空港、長崎市内商業施設、長崎市・佐世保市・五島市・新上五島町の交通拠点 (駅・港) などに設置</li> </ul> <p>②デジタルスタンプラリーの実施</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・長崎市、佐世保市、五島市、新上五島町にあるモデル地8か所などを巡るデジタルスタンプラリーを開催</li> <li>・モデル地周遊を促す企画として対象店舗 (長崎県内の飲食店・土産店等78店舗) で映画半券キャンペーンを同時開催</li> <li>・エントリー数 531名 (うち首都圏から91名)</li> </ul> <p>③ロケーションマップの制作 (30,000部)</p> <p>④「ながさき旅ネット」内に特集ページを公開</p> <p>⑤SNSキャンペーンの実施 (参加者数：3,310名)</p> <p>②県内ロケ作品の活用</p> <p>①「ながさき旅ネット」内特集ページの制作</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・長崎のロケ地巡り旅特集 (ロケツーリズム協議会監修)</li> <li>・映画『きみの色』コラボ特集 (モデル地紹介)</li> <li>・その他特集ページ3件 (写真集、TBS日曜劇場ほか)</li> </ul> <p>②直近5年間の作品情報を基にした『ながさきロケーションガイド』の制作 (1,500部)</p>

	<p><b>③その他</b></p> <p>①SNS (X、Instagram) を活用した情報発信  ②FM長崎での情報発信 (隔週月曜日・年間 20 回の出演)  ③セミナー等での講演 (民間団体卓話 2 件、公民館講座 1 件)  ④エキストラの募集、撮影関連スタッフ紹介  ⑤各市町と連携した支援体制の強化  ⑥FCの活動などが評価され、次の表彰を受賞  &lt;第 10 回JFCアワード&gt;  ドラマ『君が心をくれたから』優秀賞  &lt;第 15 回ロケーションジャパン大賞&gt;  ドラマ『海に眠るダイヤモンド』準グランプリ</p>
--	---

5. 長崎県情報発信促進事業	決算額：16,000 千円
<p>長崎県内の周遊促進及び消費拡大を図るため、株式会社ポケモンが地域と連携し、その地域の魅力を国内外に発信する「ポケモンローカルActs」の取り組みを活用して、デジタルスタンプラリーを実施。</p>	
<p>(1) 県内周遊促進</p>	
<p>ポケモンを活用したスタンプラリー</p>	<p><b>①</b>県内市町 5 か所 (長崎市・佐世保市・大村市・雲仙市・新上五島町) に設置されたポケモンのデザインが施されたマンホール (ポケふた) を基軸に、県内全 21 市町にデジタルスタンプの入手スポットを配置し、スタンプを集めながら、県内各地を楽しく観光客に巡ってもらふスタンプラリーを実施</p> <p>①開催期間：令和 6 年 11 月 1 日～令和 7 年 2 月 28 日  ②スタンプ入手箇所：ポケふた 5 か所+県内 21 市町の各スポット (全 71 か所)</p> <p><b>③実績</b></p> <p><u>*エントリー数：8,285 人 (目標：4,500 人)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・エントリー内訳：県内 57.9% (4,801 人)  県外 42.1% (3,484 人)</li> <li>・スタンプラリー参加者数：4,413 人</li> <li>※スタンプ 1 個以上獲得した人数</li> <li>・景品応募数：1,279 件</li> <li>・特設ページアクセス：237,639PV、  総ユーザー数：171,125 (ながさき旅ネット内)</li> </ul>

6. 世界遺産情報戦略・発信事業		決算額：2,189千円								
<p>潜伏キリシタン関連遺産への来訪意欲を高め、来訪者数の増加及び再来訪の意欲度向上のため、「ながさき旅ネット」内に潜伏キリシタン関連遺産の特集ページを作成し、関連情報を発信。</p>										
(1) ホームページ改修										
「ながさき旅ネット」内の特集ページ	<p>①季刊誌「楽」に掲載された「新キリシタン紀行」を再編集し、日本語7本、英語4本の特集ページを作成したほか、特集内に構成資産やモデルコース、関連スポットを組み込んで紹介          &lt;特集ページ&gt;</p> <p>vol. 1 キリスト教の伝来と繁栄          vol. 2 「島原・天草一揆」と原城跡          vol. 3 弾圧と日本人の信仰心          vol. 4 潜伏キリシタンの集落と信仰構造の実態（※英訳）          vol. 5 日本二十六聖人に捧げられた大浦天主堂と信徒発見（※英訳）          vol. 6 宣教師が直面したカクレ、復活の物語（※英訳）          vol. 7 明治宣教師の偉業と長崎の教会（※英訳）</p> <p>*令和6年11月より順次公開し、令和7年3月までのVol.1~7          全ページの閲覧状況は下表参照</p> <p>*特にエンゲージメント時間が長く、世界遺産の情報発信に関する良質なコンテンツとして高評価</p> <p>*ながさき旅ネット同期間平均エンゲージメント時間:1分25秒</p>									
	<table border="1"> <tr> <td>PV数</td> <td>15,128</td> <td>総ユーザー数</td> <td>9,126</td> </tr> <tr> <td>平均エンゲージメント時間</td> <td colspan="3">2分11秒</td> </tr> </table>			PV数	15,128	総ユーザー数	9,126	平均エンゲージメント時間	2分11秒	
PV数	15,128	総ユーザー数	9,126							
平均エンゲージメント時間	2分11秒									

◆「長崎の海」をテーマとした広域周遊ルートを創出するなど受入環境の充実に取り組むことで、観光客の満足度向上につなげる。	
7. 「みんなで磨く！観光まちづくり」推進事業	
決算額：27,019千円	
<p>マーケットインによる商品づくりを通じて観光消費額の増加や滞在時間の延長、満足度の向上を図るため、専門人材を活用し、滞在型観光コンテンツの開発から販売までの一気通貫した支援を実施。</p>	
(1) 観光コンテンツ開発支援	
専門人材の活用	<p>①株式会社リクルートへ専門人材（4名）の活用を含む支援業務を委託し、県や市町・観光協会等と連携を図りながら、地域が主体的に取り組む観光コンテンツの開発等を支援</p> <p>①市町等意見交換会でのアドバイス</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・新規：9市町11件</li> <li>・既存：1市2件</li> </ul> <p>②コンテンツ開発支援と既存商品のブラッシュアップ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・時津町：サイクリングコース造成</li> <li>・西海市：サイクリングコース提案</li> <li>・佐世保市：サイクリングコース提案</li> <li>・佐世保市：梅ヶ枝酒造における体験コンテンツ提案</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>・諫 早 市：杵の川酒造における体験コンテンツ提案</li> <li>・雲 仙 市：「ナイトストロベリー（夜のいちご狩り）」のブラッシュアップ</li> </ul>
<b>(2) 「ひらかれた海」の活用</b>		
コンセプト商品の開発	<b>①商品開発</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>①「ながさき大村湾サイクルーzing」 沿岸地域4市町において5コース展開 *令和6年春季(3/16~5/19)：利用実績51人 *令和6年秋季(9/7~11/24)：利用実績131人 *令和7年春季(3/29~6/1)：販売中</li> <li>②「萱瀬ダム内部探検！シュシュのバイキング&amp;映えスポット“千綿駅”（バス×大村湾クルーズ） ・連携先：長崎県交通局（長崎県営バス） *令和6年秋季(11/4・24)：利用実績23人</li> </ul>	
<b>(3) 地域の魅力発信</b>		
大村湾沿岸地域の魅力発信	<b>①</b> 「ながさき大村湾サイクルーzing」及び沿岸エリアの魅力発信 <ul style="list-style-type: none"> <li>①パンフレット、ステッカー、のぼり等、情報発信ツールの製作</li> <li>②マイクロインフルエンサーを活用した情報発信 *総インプレッション数：218,159imp（計測期間：約1か月）</li> <li>③インバナー広告を活用したテストマーケティングの実施 *総インプレッション数：7,814,745imp</li> </ul> <b>②</b> 大村湾沿岸エリアの魅力訴求（R7春準備） <ul style="list-style-type: none"> <li>①じゃらんnet特集ページ制作</li> <li>②沿岸エリア体験コンテンツ事業者の参画促進</li> <li>③沿岸エリア飲食店の利用を促進する「ワンコイングルメ」の展開</li> </ul>	

<b>8. 海業チャレンジ応援事業</b>	<b>決算額：4.116千円</b>
長崎県の海や漁村の魅力などの地域資源を活かした海業を推進するため、専門人材も活用しながら、漁協等に対してコンテンツの創出に向けた取り組みを支援。	
<b>(1) 海業コンテンツ開発支援</b>	
海業コンテンツ	<b>①</b> 既存商品のブラッシュアップと新規エリアのコンテンツ開発 <ul style="list-style-type: none"> <li>①館浦漁協（平戸市生月町）※令和5年度～ 「本格漁師体験」の商品ブラッシュアップとOTA販路設定を支援</li> <li>②浜串漁協（新上五島町奈良尾）※令和6年度～ 新規5商品提案し、宿泊施設と連携した「釣り体験&amp;ディナー」プランのモニターを実施</li> <li>③上五島漁協（新上五島町青方）※令和6年度～ 既存商品「沖防波堤釣り」や「漁師の朝めしツアー」「釣り堀体験」の現状と課題を整理</li> </ul>

9. 「長崎の宿」品質・おもてなし向上事業		決算額：850千円		
<p>来訪者の満足度向上を図るため、宿泊施設品質認証制度「サクラクオリティ」の推進や、おもてなしバッジの普及等に取り組むとともに、観光振興施策に関する県内関係者との連携強化を図るため、地域別意見交換会を実施。</p>				
(1) サクラクオリティの推進				
品質認証の更新等	<p>①宿泊施設品質認証制度「サクラクオリティ」の取得及び更新の推進 ※更新調査意向2施設の調査実施</p>			
(2) おもてなしの推進				
おもてなし意識の向上	①おもてなしワッペンの着用推進			
	①おもてなしワッペン等配布状況 ※令和7年3月末時点			
	令和6年度実績 (R7.3月末)	配布枚数 (配布箇所)	R5実績(通年)	累計配布枚数 (配布箇所)
	ワッペン(大)	15(2)	4,347(163)	4,362(165)
	ワッペン(小)	540(5)	29,848(364)	30,388(369)
ステッカー(両面)	20(2)	3,065(120)	3,085(122)	
②「長崎観光おもてなし体験箱」の投書数とリピーター増加を目的に、投書者へのプレゼントキャンペーンを実施 *R6投書数：124件				
②おもてなし力向上のためのセミナー開催				
①「インバウンド対応の接客・サービス講習会(3/21)」に協力 ・主催：長崎商工会議所、長崎国際観光コンベンション協会 ・参加者：77名				
(3) 地域別意見交換会				
ネットワークの強化	<p>①県内観光関係事業者との意見交換の実施</p> <p>①雲仙市開催：雲仙観光局、雲仙市(4/9)</p> <p>②大村市開催：大村市観光コンベンション協会、大村商工会議所、大村市(8/28)</p> <p>③長崎県旅館ホテル生活衛生同業組合：理事(各支部長)等(2/28)</p>			

◆国境離島交付金を活用して「長崎しま旅」の商品造成等を支援することで、本県離島地域にもう1泊してもらうための持続可能な滞在型観光を促進する。	
10. しま旅滞在促進事業	決算額：197,180千円
<p>本県の国境離島地域における滞在型観光を推進するため、宿泊・交通に体験メニューを加えた「しま旅旅行商品」の造成・販売促進に対する支援を実施。</p>	
(1) しま旅旅行商品の造成・販売促進支援	

<p>商品造成・販売促進</p>	<p><b>①しま旅旅行商品</b>          本土と国境離島間の交通費の一部（航空路・航路運賃と国境離島割引運賃の差額相当）を補助し旅行商品の実質的な価格の引下げを行うとともに、旅行会社における商品開発費用の一部を補助することにより、「宿泊＋交通費＋体験メニュー」がセットとなった「しま旅旅行商品」の造成、販売を促進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・対象期間：令和6年4月1日～令和7年2月28日</li> <li>・目標値：当初予算分 82,904人泊</li> <li>・実績値：交付決定分 28,231人泊</li> </ul> <p>&lt;令和6年度しま旅補助金による延べ宿泊者数 及び 補助金実績&gt;</p> <table border="1" data-bbox="517 600 1396 1077"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="5">延べ宿泊者数（人泊）</th> <th rowspan="2">補助金 （千円）</th> </tr> <tr> <th>計</th> <th>募集型</th> <th>教育</th> <th>受注</th> <th>訪日</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>対馬</td> <td>6,252</td> <td>5,386</td> <td>316</td> <td>550</td> <td>0</td> <td>34,700</td> </tr> <tr> <td>壱岐</td> <td>7,873</td> <td>5,086</td> <td>2,522</td> <td>265</td> <td>0</td> <td>28,922</td> </tr> <tr> <td>五島</td> <td>11,561</td> <td>7,842</td> <td>1,891</td> <td>1,122</td> <td>706</td> <td>56,217</td> </tr> <tr> <td>上五島</td> <td>2,458</td> <td>1,818</td> <td>18</td> <td>94</td> <td>528</td> <td>13,861</td> </tr> <tr> <td>小値賀</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>宇久</td> <td>87</td> <td>1</td> <td>15</td> <td>71</td> <td>0</td> <td>302</td> </tr> <tr> <td>計</td> <td>28,231</td> <td>20,133</td> <td>4,762</td> <td>2,102</td> <td>1,234</td> <td>134,001</td> </tr> </tbody> </table> <p><b>②体験メニュー</b>          離島で提供される多彩な体験メニュー（小規模経営体等が提供するものを含む）の利用拡大を図るため、体験の手配や精算業務を仲介する「VISITながさき（観光販売システムズ）」の導入に向けて、WEB構築に着手し、「ながさき旅ネット」に専用ランディングページを設置（現在公開準備中）</p> <p><b>③広告宣伝等補助金</b>          閑散期の集中的な誘客対策として、前年度送客実績が多かった主な旅行会社に対して、しま旅旅行商品販売促進のための広告宣伝経費を補助</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・補助対象旅行会社：15社</li> <li>・15社における広告宣伝期間中延べ宿泊者数：5,995人泊</li> <li>・広告期間：令和6年10月1日～令和7年2月28日</li> </ul>		延べ宿泊者数（人泊）					補助金 （千円）	計	募集型	教育	受注	訪日	対馬	6,252	5,386	316	550	0	34,700	壱岐	7,873	5,086	2,522	265	0	28,922	五島	11,561	7,842	1,891	1,122	706	56,217	上五島	2,458	1,818	18	94	528	13,861	小値賀	0	0	0	0	0	0	宇久	87	1	15	71	0	302	計	28,231	20,133	4,762	2,102	1,234	134,001
	延べ宿泊者数（人泊）					補助金 （千円）																																																								
	計	募集型	教育	受注	訪日																																																									
対馬	6,252	5,386	316	550	0	34,700																																																								
壱岐	7,873	5,086	2,522	265	0	28,922																																																								
五島	11,561	7,842	1,891	1,122	706	56,217																																																								
上五島	2,458	1,818	18	94	528	13,861																																																								
小値賀	0	0	0	0	0	0																																																								
宇久	87	1	15	71	0	302																																																								
計	28,231	20,133	4,762	2,102	1,234	134,001																																																								
<p>(2) しま旅プロモーション</p>																																																														
<p>宣伝・情報発信等</p>	<p><b>①しま旅の需要拡大</b>  <b>【1】マスメディア活用したプロモーション</b>  <b>①西日本新聞を活用した広告掲載</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・発行部数：373,376部              （九州通し版：福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県）</li> <li>・サイズ：フルカラー全15段（片面1ページ）</li> <li>・掲載日：令和7年1月3日</li> </ul>																																																													

②長崎しま旅CM放送

当連盟が保有する 30 秒CM素材を県内民放テレビ局 4 局で放送  
(1/6～2/28)

(1)長崎放送 (NBC)

- ・ 30 秒CM夕方ニュース枠：8 本 (Pint2 部)
- ・ 30 秒フリースポット：8 本
- ・ パブリシティ：「Pint1 部」(16：50～17：50) 30 秒程度  
放送日：令和 7 年 1 月 28 日

(2)テレビ長崎 (KTN)

- ・ 30 秒CM夕方ニュース枠：8 本 (Live News イット 2 部)
- ・ 30 秒フリースポット：11 本
- ・ パブリシティ：「マルっと！1 部」(16:10～40) 30 秒程度  
放送日：令和 7 年 2 月 6 日

(3)長崎文化放送 (NCC)

- ・ 30 秒CM夕方ニュース枠：8 本 (スーパーJチャンネル長崎)
- ・ 30 秒フリースポット：9 本
- ・ パブリシティ：「ひるドキ」(10：15～47) 60 秒程度  
放送日：令和 7 年 2 月 6 日

(4)長崎国際テレビ (NIB)

- ・ 30 秒CM夕方ニュース枠：8 本 (news every.)
- ・ 30 秒フリースポット：17 本
- ・ パブリシティ：「ひるじげドン」(11：35～13：00) 30 秒程度  
放送日：令和 7 年 2 月 8 日

③情報番組「アサデス. 7」(九州朝日放送)を活用した情報発信

- ・ 放送日：令和 7 年 2 月 12 日 (9：55～10：25) 15 分程度
- ・ 放送エリア：福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、  
宮崎県、鹿児島県、山口県
- ・ ロケ地：新上五島町

④情報番組「タダイマ！」(RKB毎日放送)を活用した情報発信

- ・ 放送日：令和 7 年 3 月 4 日 (15：40～19：00) 10 分程度
- ・ 放送エリア：福岡県・佐賀県
- ・ ロケ地：壱岐市

⑤月刊「サライ」を活用した広告掲載

- ・ 発行部数：80,000 部 (A4 変形判、毎月 10 日前後発売)
- ・ 掲載号：令和 7 年 3 月 9 日発売号 (サライ 4 月号)
- ・ 掲載サイズ：純広告 1 ページ

⑥月刊「旅の手帖」を活用した広告掲載

- ・ 発行部数：105,000 部 (A4 変型判、毎月 10 日発売)
- ・ 掲載号：令和 7 年 3 月 10 日発売号 (旅の手帖 4 月号)
- ・ 掲載サイズ：記事 7 ページ

【2】SNS・WEBメディアを活用したプロモーション

①WEBメディア「Ozma11」を活用した情報発信

		<p>(1) プロモーション前後のアンケート調査</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・Ozmall会員へのアンケート</li> <li>・インフルエンサー「オズレポーターズ」の離島訪問前後のアンケート</li> </ul> <p>(2) WEBメディア「Ozmall」への記事掲載と配信</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・記事公開日：令和7年3月11日</li> <li>・五島市、新上五島町、小値賀町、佐世保市宇久町のスポットやグルメ等の魅力を紹介</li> </ul> <p>(3) インフルエンサー「オズレポーターズ」によるSNSの情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・訪問地区「五島市・新上五島町」、「小値賀町・佐世保市宇久町」の2エリア</li> <li>※佐世保市宇久町は悪天候による欠航のため、訪問できず</li> <li>・インフルエンサー自身のSNSアカウントでの情報発信 <ul style="list-style-type: none"> <li>@222_mana (20,500 フォロワー)：2 投稿</li> <li>@noephoto888 (18,600 フォロワー)：3 投稿</li> <li>@megucua (3,800 フォロワー)：4 投稿</li> </ul> </li> <li>・オズレポーターズ公式SNSアカウントでの情報発信 <ul style="list-style-type: none"> <li>@oz_reporters (41,000 フォロワー)：1 投稿</li> </ul> </li> <li>※総インプレッション数：41,176imp (計測期間 2/26～3/14)</li> </ul> <p>② 福岡を拠点としたインフルエンサーを活用した情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・訪問地区「五島市」「壱岐市」の2エリア</li> <li>・インフルエンサー自身のSNSアカウントでの情報発信 <ul style="list-style-type: none"> <li>@mibuki_.39 (31,000 フォロワー)：2 投稿</li> <li>@urago.erika (50,000 フォロワー)：2 投稿</li> <li>@mizuho.04 (70,000 フォロワー)：2 投稿</li> <li>@renamobi30 (19,000 フォロワー)：3 投稿</li> </ul> </li> <li>※総インプレッション数：129,747imp</li> </ul> <p><b>【3】パンフレットの製作</b></p> <p>① 月刊「旅の手帖」4月号掲載誌面を活用（二次利用）して、「しま旅」の魅力を発信するパンフレットを製作</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・印刷部数：10,000部</li> <li>・規格、印刷サイズ：A4変型判中綴じ（縦285×横210mm）</li> <li>・ページ数：8ページ（フルカラー）</li> </ul> <p><b>【4】イベント出展</b></p> <p>① 「神戸マラソンEXP02024」（神戸市：11/15～16）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・PRブース出展：観光パンフレット配布</li> <li>・ステージイベント：がんばくん、変面ショー出演</li> </ul> <p>*来場者数：31,000人</p> <p>② 「全国旅行業協会（ANTA）第19回国内観光活性化フォーラム in 東京」出展（1/28）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・長崎県の観光及びしま旅をPRするため、「五島列島」、「壱岐・対馬」、「ANTA長崎・稲佐山観光ホテル」の3ブース出展</li> </ul> <p>③ 「宿フェス 2025Ryokan Festival in Tokyo」出展（2/5）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・長崎和牛の試食を実施し、しまをはじめとした県内の観光パンフ</li> </ul>
--	--	---

		<p>レットを配布</p> <p><b>【5】韓国向け離島認知度向上プロモーションの実施</b></p> <p>①毎日経済新聞による現地取材及び情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・現地取材：五島市、壱岐市（2/1～4）</li> <li>・記事掲載：オンライン記事（2/16） 紙面：10段サイズ、カラー（2/17）</li> </ul> <p>②Youtube広告を活用した情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・制作動画：1分6秒（横長）1本、59秒（縦長）1本</li> <li>・広告期間：令和7年2月18日～3月3日（計14日間）</li> <li>・動画再生回数：482,821回、露出数：4,209,299回</li> </ul> <p><b>【6】台湾向け離島認知度向上プロモーションの実施</b></p> <p>①台湾の人気商業施設のフードコートやエレベーターホールなどに設置されているデジタルサイネージでプロモーション動画を同時に露出</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・掲載期間：令和7年2月22日～3月7日（計14日間）</li> <li>・制作動画：30秒3本（五島市、壱岐市、新上五島町）</li> <li>・露出回数：44施設、51,629回</li> </ul>
--	--	---

<b>11. しま旅受入体制整備事業</b>		<b>決算額：14,193千円</b>
<p>本県の国境離島地域にもう1泊してもらうための受入体制整備や離島の認知度向上を図るため、教育旅行プログラムの充実や誘客促進に取り組むとともに、インバウンド向けのプロモーションを実施。</p>		
<b>(1) 国内誘致</b>		
<b>プロモーション</b>	<p><b>①</b>日曜劇場『海に眠るダイヤモンド』を活用した情報発信 本県離島観光の特設サイト「長崎しま旅 行こう」へ誘導し、誘客促進を図るため、上記ドラマ放映時に合わせて、離島のイメージテレビCM及び動画広告を実施</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・期間：令和6年11月24日～12月22日</li> <li>・CM放映数：6回（11/24、12/1、8、15、22）</li> <li>・動画広告：131,124回表示（最低保証表示121,212回表示）</li> </ul> <p><b>②</b>広告誌面データの購入 交通新聞社で制作した「しま旅」のイメージ広告を他の媒体でも幅広く活用できるよう広告誌面データを購入（データ修正可）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・買取誌面広告サイズ：A4、1ページ</li> </ul> <p>※活用媒体：月刊「サライ」4月号</p>	
<b>(2) 教育旅行誘致促進</b>		
<b>教育旅行プログラムの充実等</b>	<p><b>①</b>県内の離島における教育旅行商品の販売促進</p> <p>①離島における教職員のモニターツアーの実施（各2泊3日）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・五島市（11/15～17）：1名</li> <li>・新上五島町（11/15～17）：2名</li> <li>・壱岐市（12/23～25）：5名</li> <li>・対馬市（12/23～25）：7名</li> </ul> <p>・計15名参加</p>	

		<ul style="list-style-type: none"> <li>・参加校へのアンケートを実施</li> <li>②各地区プログラム作成（各地区1プログラム以上）</li> <li>②月刊教育旅行取材 <ul style="list-style-type: none"> <li>・取材期間：令和6年11月25日～29日</li> <li>・場所：五島市・新上五島町</li> <li>・月刊教育旅行3月号に掲載</li> </ul> </li> <li>③九州観光機構主催会議等 <ul style="list-style-type: none"> <li>①修学旅行担当者会議：福岡（5/16）</li> <li>②九州7県合同修学旅行説明会 <ul style="list-style-type: none"> <li>・名古屋（8/6）、大阪（8/7）、東京（8/20）</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
<b>（3）海外誘致</b>		
	<b>プロモーション</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>①メディア等を活用した情報発信 <ul style="list-style-type: none"> <li>①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 <ul 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)対馬・五島エリアでの外国人記者現地取材による記事作成（2本） <ul style="list-style-type: none"> <li>・アドベンチャーツアーのスポット紹介</li> <li>・WEB記事（英）：総PV数5,193</li> <li>・SNS発信（FB英）：総リーチ数45,550（2回投稿）</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>②台湾マスメディアやWEBメディア等と連携したプロモーション <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 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 <ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> </ul> </li> <li>(2) 観光フリーマガジン「att. Japan」への記事広告掲載 <ul style="list-style-type: none"> <li>・日本のお酒特集に合わせ、壱岐のお酒、食等を紹介</li> <li>・掲載ページ数：2ページ</li> <li>・発行部数：55,000部</li> <li>・配架場所：台湾・香港内の旅行代理店、日系飲食店、書店等約200か所</li> <li>・WEB記事（英・繁・簡・韓・日）：総PV数1,287（2本）</li> <li>・Facebook（英・繁・日併記）：総リーチ数23,079（2回投稿）</li> <li>・Instagram（英・日併記）：総リーチ数1,831（3回投稿）</li> <li>・Instagram（繁）：総リーチ数1,755（3回投稿）</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>②旅行会社等への情報発信 <ul style="list-style-type: none"> <li>①韓国での観光情報説明会及び商談会の開催（10/28） <ul style="list-style-type: none"> <li>・場所：ソウル特別市 コリアナホテル</li> <li>・参加者：長崎側25団体48名、韓国側51社75名</li> </ul> </li> <li>②台湾旅行会社招聘商談会（2/19） <ul style="list-style-type: none"> <li>・場所：長崎市内ホテル</li> <li>・参加者：長崎側26組47名、台湾側14社16名</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul> </li></ul>

	<p>③アドベンチャーツーリズム五島列島コース関係者事前視察研修</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・期間：令和7年1月7日～10日</li> <li>・内容：五島・上五島・小値賀の各エリア現地ガイドによるコンテンツの相互体験とスルーガイド候補による実地研修</li> </ul>
--	--

**◆国際航空路線の誘致活動と連動したプロモーションのほか、観光客の受入環境の充実に取り組むことで、インバウンドの需要拡大と誘客促進につなげる。**

<b>12. インバウンド需要創出拡大事業</b>	<b>決算額：21,947千円</b>
---------------------------	---------------------

重点市場である東アジアをはじめ、東南アジアや欧米豪市場へ本県の魅力をPRし、インバウンド需要の創出・拡大を図るため、上海・ソウルの海外事務所や香港・台湾のレップを活用し、九州各県等と連携した国際旅行博への出展、現地説明会・商談会を開催。

**(1) 海外観光展への出展等**

中国市場	<p><b>①商談会・旅展</b></p> <p>①日本駐広州総領事館及び九州観光機構主催 オンライン観光説明会（4/23） *実績：来場者数：50社65人</p> <p>②長崎～上海定期航空路線開設45周年記念長崎県観光説明会（9/5） *実績：来場者数：41社52人</p> <p>③中国国際投資貿易交易会（CIFIT）協賛（9/8～11） *実績：来場者数：約8万人</p> <p>④JNTO主催中国インセンティブ旅行オンラインセミナー（9/20） *実績：来場者数：64社64人</p> <p>⑤中国東方航空西北分公司と連携した長崎県観光セミナー（1/24） *実績：来場者数：14社29人</p> <p>⑥旅行会社等セールス</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・上海の旅行会社等訪問（6/3～7）：12社</li> <li>・上海の旅行会社等訪問（7/17～19）：2社</li> <li>・上海、廈門の旅行会社等訪問（9/2～11）：6社</li> <li>・上海、西安の旅行会社等訪問（1/20～27）：15社</li> </ul> <p>*実績：商品造成旅行会社数 15社 造成した旅行商品数 21本 <u>送客実績 3,000人以上</u></p> <p><b>②招聘</b></p> <p>①海南省教育関係者招聘（7/24～26）※佐賀県観光連盟と連携</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・場所：長崎市、佐世保市、島原半島</li> <li>・参加者：現地学校関係者9人</li> </ul> <p>②広東省教育関係者招聘（11/4～6）※佐賀県観光連盟と連携</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・場所：長崎市、佐世保市、島原半島</li> <li>・参加者：現地学校関係者6人</li> </ul>
韓国市場	<p><b>①商談会・旅展</b></p> <p>①第39回ソウル国際観光展出展（5/9～12） *実績：来場者数：42,152人（全体） アンケート回収数：459 SNSフォロワー：276人増加</p>

		<p>②JNTO主催インセンティブ旅行商談会 (8/28)  *実績：日本側 22 団体、韓国側 43 団体参加 商談 12 社</p> <p>③日韓交流おまつり (9/22)  *実績：来場者数：約 65,000 人 (全体) ※過去最多  ※事務局が実施したアンケート中、「日韓交流おまつりのブースの中で最も記憶に残っている 2 か所」の項目で「長崎県」が 2 位</p> <p>④釜山国際トラベルフェア出展 (9/26～29)  *実績：来場者数：25,568 人 (全体) アンケート回収数：240 人</p> <p>⑤長崎県観光連盟主催韓国現地説明会・商談会 (10/28)  *実績：参加者：長崎側 25 団体 48 人、韓国側 51 社 75 人  接触数：69 社 (長→韓)、41 社 (韓→長)  <u>送客数：7,044 人 (～1月)、4,064 人 (2月～)</u></p> <p>⑥JTB旅ホ連携現地商談会 (1/9)  *実績：長崎側 15 団体 25 人、韓国側 14 社 20 人参加</p> <p>⑦旅行会社等セールス  ・ソウルの旅行会社等訪問 (4/22～23)：6 社  ・ソウルの旅行会社等訪問 (5/13～14)：8 社  ・ソウルの旅行会社等訪問 (8/22～23)：3 社  ・ソウルの旅行会社等訪問 (8/27～30)：10 社  ・ソウル、釜山の旅行会社等訪問 (9/23～10/1)：18 社  ・釜山の旅行会社等訪問 (11/28)：2 社  ・光州の旅行会社等訪問 (12/12)：1 社  ・ソウルの旅行会社等訪問 (1/9)：7 社</p> <p>②招聘  ①ゴルフ専門旅行会社招聘 (11/14～16)  *実績：招聘数：11 社 12 人 商品造成：9 社 43 件  <u>送客数：延べ宿泊 77 泊 (～1月)、160 泊 (2月～)</u></p>
台湾市場		<p>①商談会・旅展  ① JNTO主催 教育旅行関係者との個別相談会  ・開催日：台北 (6/17)、高雄 (6/18)  *実績：個別相談 台北 13 校、高雄 10 校</p> <p>②九州観光機構主催 九州観光説明会・商談会 (8/6)  *実績：124 社参加、商談 13 社</p> <p>③JNTO主催 インセンティブ旅行商談会 (9/4)  *実績：31 社参加、商談 8 社  <u>来訪見込：約 160 人 (令和 7 年 10 月)</u></p> <p>④JNTO主催 教育旅行関係者との意見交換会 (10/22)  *実績：台湾側 76 人参加、意見交換 8 校</p> <p>⑤台北国際旅行博 (ITF) 出展 (11/1～4)  *実績：来場者約 36 万人、当県ブース参加者約 1,500 人</p>

		<p>⑥JTB旅ホ連携 旅行会社招聘商談会の実施 (2/19)  *実績：長崎側 26 団体 47 人、台湾側 14 社 16 人  &lt;長崎側アンケート結果&gt;  満足、とても満足 87% 次回参加意向 100%  &lt;台湾側アンケート結果&gt; 満足、とても満足 93%  <u>今後の送客検討 100% (14 社合わせて約 3,800 人)</u></p> <p>⑦旅行会社等セールス  ・旅行会社等訪問 (6/19～20)：10 社  ・旅行会社等訪問 (7/15～16)：3 社 *会長による直接セールス  ・旅行会社等訪問 (8/7～8)：8 社  ・旅行会社等訪問 (9/5)：5 社  ・旅行会社等訪問 (2/9～12)：5 社  ・旅行会社等訪問 (2/24)：2 社 *会長による直接セールス</p> <p>②招聘  ①JNTO主催訪日教育旅行関係者招聘 (10/22～24)  ・場所：長崎市、佐世保市、平戸市、西海市  *実績：6 校 6 人  ②旅行会社招聘 (2/17～20)  ・場所：長崎市、佐世保市、西海市  *実績：14 社 16 人</p>
香港市場		<p>①商談会・旅展  ①香港国際旅行展示会 (ITE) 出展 (6/13～16)  *実績：来場者数約 7 万人、情報接触者約 2 万人  ②香港ブックフェア・ノベルティ協賛 (7/19～25)  *実績：しおり 250 枚、パンフレット 250 枚  ③EGLツアーズ 39 周年記念祝賀会参加 (2/22)  *実績：総勢 1,700 人 (うち、日本関係者 700 人) 6 月に招聘予定  ④旅行会社等セールス  ・旅行会社、航空会社等訪問 (8/16)：3 社  ・旅行会社、航空会社等訪問 (1/10)：2 社</p>
東南アジア市場		<p>①商談会・旅展  ①ベトナムの旅行会社等訪問 (7/29～8/5)：4 社  ②タイ Japan Expo 出展、日本旅行主催商談会、現地セールス  ・出展 (2/7～9)、商談会 (2/7)、セールス (2/10)  *実績：当県ブース来訪数：800 人以上  商談旅行会社数：8 社 セールス数：4 社</p>
(2) 国内での誘致活動		
セールスコール		<p>①国内での商談会参加やランド社セールス等  ①九州観光機構主催インバウンド商談会 (7/30)  *実績：商談数 6 社  ②Visit Japan トラベルマート (VJTM) 2024 参加 (9/26～28)  *実績：商談数 24 社</p>

	<p>③国内ランド社等セールス</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・県内のランド社等訪問（4/19、22）：3社</li> <li>・福岡のランド社等訪問（5/13～14）：8社</li> <li>・東京のランド社等訪問（7/31）：3社</li> <li>・福岡のランド社等訪問（12/18～19）：7社</li> </ul>
<b>（3）他県等との連携事業</b>	
東京都連携	<p>①東京都との連携による県内コンテンツプロモーション（欧米豪）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・九州サイト：PV数 149,992（4～12月）</li> <li>・記事広告（九州）：PV数 1,081（12/16～1/16）</li> </ul>

<b>13. インバウンドプロモーション強化事業</b>	<b>決算額：94,109千円</b>
<p>本県へのインバウンド誘客を図るため、欧米豪を中心とした富裕層をターゲットにアドベンチャーツーリズムを推進するほか、現地のメディアや旅行会社と連携し、SNSや旅行情報サイト等を活用した個人に直接訴求するプロモーションを実施。</p>	
<b>（1）アドベンチャーツーリズムの推進</b>	
欧米豪市場	<p>①先進地視察</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・実施日：令和6年6月2日～4日</li> <li>・場所：愛媛県松山市</li> <li>・対応：愛媛県観光交流局、四国ツアーズ株式会社ほか</li> <li>・内容：各所意見交換、サイクリング体験ほか</li> </ul>
<b>（2）メディア・旅行会社連携PR</b>	
中国市場	<p>①プロモーション動画配信</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・長崎県国際観光ウェルカムアンバサダー石川綾子氏を活用した動画2本を配信</li> <li>・撮影場所：グラバー園、九十九島</li> </ul> <p>②九州各県及びJ R九州と連携した情報発信（7月～12月）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*実績：KOCによる情報発信 155本、うち本県分 39本</li> </ul> <p>③招聘</p> <p>①上海ゴルフ協会関係者招聘事業（10/14～16）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>※佐賀県観光連盟と連携</li> <li>・場所：長崎市、大村市</li> <li>・参加者：上海ゴルフ協会関係者 6社 6人</li> <li>*実績：R7年5月にゴルフツアーで9名来県 3泊3ラウンド</li> </ul> <p>②県農山村振興課連携旅行会社等招聘（11/11～15）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・場所：長崎市、西海市、雲仙市、南島原市、波佐見町</li> <li>・参加者：2社 1校 3人</li> </ul> <p>③富裕層取扱旅行会社招聘（10/16～18）※佐賀県観光連盟と連携</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・場所：長崎市、島原市、雲仙市、南島原市</li> <li>・参加者：1社 3人</li> <li>*実績：送客数：7本 32人</li> </ul>

		<p>④上海の旅行会社等招聘事業 (3/3～7)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・場所：長崎市、佐世保市、島原半島、大村市</li> <li>・参加者：上海の旅行会社 4社 6人</li> <li><u>*実績：送客数 7本 103人</u></li> </ul> <p>④長崎～上海線利用旅行会社との連携プロモーション</p> <p>①上海東航国際旅行社有限公司への販促支援 (3月)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・TVショッピングによる商品販売</li> <li><u>*実績：送客数 6本 191人 (3月～4月)</u></li> </ul> <p>②信旅 (上海) 国際旅行社有限公司への販促支援 (3月)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・中信銀行VIPユーザーに向けたオンラインイベントの開催</li> <li><u>*実績：送客数 1本 5人 (3月)</u></li> </ul>
韓国市場		<p>①TVホームショッピングを活用した旅行会社等連携プロモーション</p> <p>①韓進観光</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・放送日時：10月13日 18:30～19:30</li> <li>・内容：韓進観光ホームページ広告、KAKAO会員への広告</li> <li><u>*販売状況：1,346 Call (件) / 518人送客</u></li> </ul> <p>②ハンズトラベル (ロッテ観光商品)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・放送日時：11月24日 18:30～19:35</li> <li>・内容：ロッテ観光ホームページ広告、KAKAO会員への広告、同社Instagramへの記事掲載</li> <li><u>*販売状況：2,078Call (件) / 283人送客予定</u></li> </ul> <p>③カントラベル (モードツアー商品)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・放送日時：2月12日 22:55～23:55</li> <li>・内容：モードツアーホームページ広告、KAKAO会員への広告</li> <li><u>*販売状況：2,275Call (件) / 440人送客予定</u></li> </ul> <p>④カントラベル (黄色い風船商品)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・放送日時：2月15日 18:40～19:30</li> <li>・内容：黄色い風船ホームページ広告、KAKAO会員への広告</li> <li><u>*販売状況：2,832Call (件) / 252人送客予定</u></li> </ul> <p>⑤ハンズトラベル (ハナツアー商品)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・放送日時：3月14日 22:31～23:31 3月16日 23:31～00:31</li> <li>・内容：ハナツアーホームページ広告、KAKAO会員への広告</li> <li><u>*販売状況：3,760Call (件) / 501人送客予定</u></li> </ul>
台湾市場		<p>①旅行会社との連携プロモーション</p> <p>①ライオントラベル (10～2月)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・内容：情報発信、広告配信、旅行博での宣伝等</li> <li><u>*実績：送客 (見込み含む) 2,758人</u></li> </ul> <p>②コーラツアー (10～3月)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・内容：情報発信、広告配信、旅行博での宣伝等</li> <li><u>*実績：送客 (見込み含む) 810人</u></li> </ul> <p>③東南旅行社 (9～1月)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・内容：情報発信、広告配信、旅行博での宣伝等</li> <li><u>*実績：送客 (見込み含む) 836人</u></li> </ul>

	<p>②訪日観光情報サイト（「樂吃購!日本」）での情報発信（4～3月）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・内容：西九州特集ページ等の運営、TOPページにバナー掲出等</li> </ul> <p>*実績：西九州特集ページ全体PV数 20 万～ 長崎県特集ページ全体PV数 28 万～</p> <p>③テレビ番組取材放送タイアップ（4月～11月）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・番組名：「食尚玩家」</li> <li>・内容：7月番組収録（平戸）、8月放送、動画配信</li> </ul> <p>*実績：YouTube再生回数 8,557 回、Facebook再生回数 28,595 回</p>
香港市場	<p>①香港国際旅行展示会（ITE）での旅行セミナー開催（6/16）</p> <p>*実績：参加者約 200 人</p> <p>②メディア、KOLを活用した離島プロモーション</p> <p>①GO! JAPAN（現地取材：1/24～27）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・Facebook、Instagram写真記事：各 18 本</li> <li>・YouTube動画：2 本</li> </ul> <p>②風信子與旦那・日本生活及旅行（現地取材：1/29～2/2）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・Facebook、Instagram 写真記事：各 1 本、リール各 2 本</li> <li>・YouTube動画：2 本</li> </ul>
東南アジア市場	<p>①NIB総務省事業とのタイアップ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・タイ現地放送番組制作 ※推定延べ視聴者数：308,000 人</li> <li>・バンコク日本博出展：総来場者数 118,104 人</li> <li>・トラベル商談会参加：商談数 8 社 10 人</li> <li>・タイ旅行会社ファムツアー：招聘数 4 社 4 人</li> </ul> <p>②ベトナム旅行会社招聘（11/20～22）※佐賀県観光連盟と連携</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・場所：佐世保市、長崎市、大村市</li> <li>・招聘数：12 社 12 人</li> </ul> <p>*実績：商品造成本数 1 本</p>
欧米豪市場	<p>①英語版ガイドブック制作（11,000 部）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・内容：A5 判、68 ページ、フルカラー</li> </ul> <p>②ハワイテレビ番組とのタイアップ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・番組名：「DokoGa TV～ALOHA九州～」</li> <li>・撮影時期：12 月</li> <li>・場所：長崎市、西海市、佐世保市</li> <li>・現地TV放送：2 月 ・その他：ハワイアン航空機内番組放送</li> </ul>
その他のプロモーション	<p>①海外において訴求力の高い映像制作と海外の映画等制作会社に対する情報発信及びセールスの実施</p> <p>①映像制作</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ロケーションPR映像 4 種類×2 言語（日、英、白データ）</li> <li>・短編映画 1 本、ミニシーン映像 3 本、アニメーション映像 1 本、アクション映像 1 本（全種類英語、白データ）</li> </ul> <p>②国際映画祭「Global Stage Hollywood 2024」でのプロモーション</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・レッドカーペットイベント及びVIPレセプションパーティー参加</li> <li>・九州ロケーションフォーラム（パネルディスカッション）開催</li> </ul> <p>③ウェブサイト「Japan Film Location.com」への情報掲載</p>

<b>(3) 食の魅力を活かした受入拡大</b>	
食と観光の魅力発信	<b>①海外イベントでのパンフレット及びノベルティ協賛</b> ①台湾における長崎県産品プロモーション (9/27～10/13) ・場所：台北市 遠東SOGO忠孝店 12階催事場 ②韓国における飲食店フェア (3/7～21) ・場所：ソウル特別市 陣川本店 仁川広域市 陣川パラダイスシティ店
<b>(4) 巡礼ツアーの推進</b>	
韓国市場	<b>①韓国からの巡礼ツアーに対する広告支援</b> ・行程：4月15日～18日、4月16日～19日 ・訪問地：長崎市、佐世保市、大村市、平戸市 ・送客数：489人、3泊4日、合計1,467人泊
<b>(5) レップの設置</b>	
台湾・香港市場	<b>①レップを活用した取組</b> ①ニュースレター配信 (4回/年) ・台湾) メディア等：39社、旅行会社：39社に配信済 ・香港) メディア等：51社、旅行会社：13社に配信済 ②旅行展等の現地対応 ・台湾) 台北国際旅行博 (ITF2024) (11/1～4) ・香港) 香港国際旅行展示会 (ITE2024) (6/13～16) ③航空会社との連絡調整にかかるサポート ④日本への旅行商品など現地情報収集 ⑤旅行会社への情報提供や現地営業活動のサポート

<b>14. 海外向け認知度向上推進事業</b>	<b>決算額：18,786千円</b>																				
海外における本県の認知度向上を図り、旅行先として選んでもらえるよう、WEBやSNSを活用した多言語による情報発信の実施。																					
<b>(1) 多言語WEBサイトでの情報発信</b>																					
多言語WEBサイトの効果的運用	<b>①公式WEBサイト「Discover Nagasaki」の運営管理</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、情報更新 ・問い合わせ対応 (英語のみ)：78件 <実績>PV数 ※令和7年3月末時点 <table border="1" style="margin-left: 20px;"> <thead> <tr> <th></th> <th>令和6年度</th> <th>令和5年度</th> <th>前年比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>英語</td> <td>402,124</td> <td>279,191</td> <td>144.0%</td> </tr> <tr> <td>繁体字</td> <td>270,795</td> <td>276,865</td> <td>97.8%</td> </tr> <tr> <td>韓国語</td> <td>124,362</td> <td>98,779</td> <td>125.8%</td> </tr> <tr> <td>簡体字</td> <td>334,754</td> <td>40,814</td> <td>820.1%</td> </tr> </tbody> </table> ※県上海事務所保有WEBサイト (中国サーバー) 内観光情報ページの併用を開始したことで簡体字WEBサイトPV数が大幅増加 (R6～)		令和6年度	令和5年度	前年比	英語	402,124	279,191	144.0%	繁体字	270,795	276,865	97.8%	韓国語	124,362	98,779	125.8%	簡体字	334,754	40,814	820.1%
	令和6年度	令和5年度	前年比																		
英語	402,124	279,191	144.0%																		
繁体字	270,795	276,865	97.8%																		
韓国語	124,362	98,779	125.8%																		
簡体字	334,754	40,814	820.1%																		

	<p><b>②市町等との連携による掲載コンテンツの拡充</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・希望市町に対して「Discover Nagasaki」の管理権限を付与することで、地域の情報を拡充する取組を実施</li> <li>・管理権限を付与する地域（長崎市、佐世保市、壱岐市、新上五島町、平戸市）の観光スポットを計24件追加</li> <li>・五島市多言語公式観光サイト「Visit GOTO City」のリニューアルを受け、五島市サイトに掲載の特集記事（5本）やモデルコース（5本）を掲載（英語・繁体字）</li> </ul>
--	---

**(2) 多言語SNSでの情報発信**

<p><b>フォロワー数推移</b></p>	<p><b>①公式Facebook、Instagramを活用した情報発信</b></p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th colspan="2">アカウント</th> <th>投稿回数</th> <th>フォロワー R7.3月末</th> <th>フォロワー R6.3月末</th> <th>変動数</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">英語</td> <td>FB</td> <td>147</td> <td>38,362</td> <td>28,052</td> <td>10,310</td> </tr> <tr> <td>IG</td> <td>147</td> <td>12,857</td> <td>8,728</td> <td>4,129</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">簡体字</td> <td>Weibo</td> <td>147</td> <td>88,546</td> <td>87,531</td> <td>1,015</td> </tr> <tr> <td>WeChat</td> <td>88</td> <td>13,285</td> <td>11,845</td> <td>1,440</td> </tr> <tr> <td>繁体字</td> <td>FB</td> <td>147</td> <td>47,954</td> <td>42,467</td> <td>5,487</td> </tr> <tr> <td>広東語</td> <td>FB</td> <td>147</td> <td>22,101</td> <td>19,021</td> <td>3,080</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">韓国語</td> <td>FB</td> <td>147</td> <td>5,532</td> <td>5,520</td> <td>12</td> </tr> <tr> <td>IG</td> <td>147</td> <td>10,068</td> <td>7,575</td> <td>2,493</td> </tr> <tr> <td>Naver</td> <td>88</td> <td>7,900</td> <td>8,245</td> <td>▲345</td> </tr> <tr> <td>タイ語</td> <td>FB</td> <td>147</td> <td>52,467</td> <td>46,372</td> <td>6,095</td> </tr> <tr> <td>ベトナム語</td> <td>FB</td> <td>147</td> <td>63,449</td> <td>61,607</td> <td>1,842</td> </tr> </tbody> </table> <p>※韓国語Facebookは委託外</p>	アカウント		投稿回数	フォロワー R7.3月末	フォロワー R6.3月末	変動数	英語	FB	147	38,362	28,052	10,310	IG	147	12,857	8,728	4,129	簡体字	Weibo	147	88,546	87,531	1,015	WeChat	88	13,285	11,845	1,440	繁体字	FB	147	47,954	42,467	5,487	広東語	FB	147	22,101	19,021	3,080	韓国語	FB	147	5,532	5,520	12	IG	147	10,068	7,575	2,493	Naver	88	7,900	8,245	▲345	タイ語	FB	147	52,467	46,372	6,095	ベトナム語	FB	147	63,449	61,607	1,842
アカウント		投稿回数	フォロワー R7.3月末	フォロワー R6.3月末	変動数																																																																
英語	FB	147	38,362	28,052	10,310																																																																
	IG	147	12,857	8,728	4,129																																																																
簡体字	Weibo	147	88,546	87,531	1,015																																																																
	WeChat	88	13,285	11,845	1,440																																																																
繁体字	FB	147	47,954	42,467	5,487																																																																
広東語	FB	147	22,101	19,021	3,080																																																																
韓国語	FB	147	5,532	5,520	12																																																																
	IG	147	10,068	7,575	2,493																																																																
	Naver	88	7,900	8,245	▲345																																																																
タイ語	FB	147	52,467	46,372	6,095																																																																
ベトナム語	FB	147	63,449	61,607	1,842																																																																

<p><b>市場別施策</b></p>	<p><b>①効果的な運用のための広告配信やキャンペーンを実施</b></p> <table border="1" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th>言語</th> <th>内容</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>簡体字</td> <td>○SITE2024（中国国際旅游博覧会）でのPR ○CITIE2024（広東国際旅游産業博覧会）でのPR ○CIFIT2024（中国国際投資貿易博覧会）でのPR ○上海ジャパンプランドフェア(6月・1月)でのPR ○CITM2024（中国国際旅游交易会）でのPR</td> </tr> <tr> <td>繁体字</td> <td>○ITF2024（台北国際旅行博）でのPR</td> </tr> <tr> <td>広東語</td> <td>○ITE2024（香港国際旅行展示会）でのPR</td> </tr> <tr> <td>韓国語</td> <td>○Travel Show 2024でのPR</td> </tr> <tr> <td>タイ語</td> <td>○Japan Expo Thailand 2025でのPR</td> </tr> </tbody> </table>	言語	内容	簡体字	○SITE2024（中国国際旅游博覧会）でのPR ○CITIE2024（広東国際旅游産業博覧会）でのPR ○CIFIT2024（中国国際投資貿易博覧会）でのPR ○上海ジャパンプランドフェア(6月・1月)でのPR ○CITM2024（中国国際旅游交易会）でのPR	繁体字	○ITF2024（台北国際旅行博）でのPR	広東語	○ITE2024（香港国際旅行展示会）でのPR	韓国語	○Travel Show 2024でのPR	タイ語	○Japan Expo Thailand 2025でのPR
言語	内容												
簡体字	○SITE2024（中国国際旅游博覧会）でのPR ○CITIE2024（広東国際旅游産業博覧会）でのPR ○CIFIT2024（中国国際投資貿易博覧会）でのPR ○上海ジャパンプランドフェア(6月・1月)でのPR ○CITM2024（中国国際旅游交易会）でのPR												
繁体字	○ITF2024（台北国際旅行博）でのPR												
広東語	○ITE2024（香港国際旅行展示会）でのPR												
韓国語	○Travel Show 2024でのPR												
タイ語	○Japan Expo Thailand 2025でのPR												

<b>15. ディスカバーNAGASAKI・周遊促進事業</b>	<b>決算額 1,607 千円</b>
旅の価値観の変化や個人旅行化の進展を見据え、アドベンチャーツーリズムなど地域が取り組む滞在型コンテンツの磨き上げを支援。	
<b>(1) 観光コンテンツの外国人向けカスタマイズ</b>	
高付加価値化等	<b>① 専門家等招聘</b> ① 招聘者：リッツカールトン福岡コンシェルジュほか ・ 壱岐 (8/5～6)：3人 ・ 平戸 (10/21～22)：4人 (うち2人はテンプレ大学生) ② 招聘者：四国ツアーズ株式会社 ・ 雲仙 (3/17～19)：3名 ・ 併せて、県主催によるインバウンド受入セミナーを開催

<b>16. インバウンド受入環境ステップアップ事業</b>	<b>決算額：14,025 千円</b>
旅の満足度の向上を図り、インバウンドの誘客及びリピーター獲得を促進するため、県内飲食店の多言語メニュー化など受入環境の整備とともにWEBサイトによる情報発信を充実。	
<b>(1) 食の受入環境整備</b>	
飲食店の多言語メニュー化等	<b>① 受入環境整備</b> ① インバウンド受入に前向きな県内飲食店の調査、洗い出し ・ 県内全域 (市町等協力あり) ② 県内飲食店の多言語メニュー整備支援 (1) 県内 200 店舗の 4 言語メニュー (英、韓、簡、繁) 制作 (2) 店頭ステッカー制作 (3) キャッシュレス決済導入促進 (4) 食の多様性 (ベジタリアン等) 対応店舗調査 ③ 公式多言語WEBサイトでの個店情報発信 (デジタルマップ)

<b>17. アドベンチャーツーリズム事業</b>	<b>決算額：15,720 千円</b>
アドベンチャーツーリズムを取り扱う旅行会社等の専門家を招聘してモニターツアーを実施し、高付加価値商品の造成や受入体制の整備を促進。	
<b>(1) 旅行会社等招聘モニターツアー</b>	
欧米豪市場	<b>① 旅行会社招聘</b> ① 雲仙 (12/5～8)            招聘数：2社2人 ② 対馬 (12/10～13)       招聘数：2社2人 ③ 平戸 (1/27～30)        招聘数：3社3人 ④ 五島列島 (2/12～17)   招聘数：2社3人