令和7年度事業計画について

事　業　計　画

Ⅰ　基本方針

令和7年度は、「ながさきピース文化祭2025」や「ツール・ド・九州2025」の開催をはじめ、被爆80年、長崎空港開港50周年など本県にとって大きな節目の年となる。

〔県内のトピックス〕

- 西海国立公園指定70周年
- 長崎県美術館／長崎歴史文化博物館 開館20周年
- 日本遺産「国境の島　壱岐・対馬・五島」 認定10周年
- 長崎空港開港50周年
- 中華人民共和国駐長崎総領事館開設40周年
- 日蘭交流425周年
- 世界遺産「明治日本の産業革命遺産」 登録10周年
- 被爆80年
- 長崎市とセントポール市の姉妹都市提携70周年
- ながさきピース文化祭2025（9/14～11/30）
- ツール・ド・九州2025（10/10佐世保クリテリウム）

当連盟では、これを機に、国内外から更なる誘客促進及び消費拡大を図ることで本県観光産業の発展に寄与するため、県や会員と連携の下、次の方針に基づき関連施策を展開する。

○　大阪・関西万博の開催を機に、関西エリアでの集中的な誘客プロモーションを展開し、本県への誘客と県内周遊を促進する。

○　人流データや宿泊データなどを活用したマーケティング分析に基づき、県内周遊を促す観光コンテンツの充実や効果的な誘客プロモーションを実施する。

○　国内市場においては、アニメや映画・ドラマ等の映像作品を活用したロケツーリズムを推進するとともに、長崎県教育旅行誘致促進協議会を中心として修学旅行の継続誘致に取り組む。また、しま旅旅行商品の造成支援等により国境離島地域の滞在型観光を促進する。

○　海外市場においては、県や関係機関による国際航空路線の充実に向けた取組みと連動し、重点市場である中国や韓国をはじめとする東アジア市場などを対象として効果的な誘客活動を展開する。特に、FIT向けの対策として、海外OTAサイト等を活用したプロモーションに取り組む。

実施にあたっては、次の3区分に掲げる17事業を有機的に展開することで効果の最大化を図る。

◆　「長崎の食」や「ロケツーリズム」など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。

◆　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、本県国境離島地域にもう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。

Ⅱ　長崎県総合計画チェンジ＆チャレンジ2025（令和3～7年度）において設定する数値目標

項　目		基準値（H30年）		R3	R4	R5	R6	R7
1	観光消費額（総額）		目標値	3,944億円	3,992億円	4,040億円	4,089億円	4,137億円
		3,778億円	実績値	1,859億円	2,731億円	3,535億円	—	—
2	観光客（宿泊）ﾘﾋﾟｰﾀｰ率		目標値	61.9%	63.0%	64.0%	65.0%	66.0%
		58.6%	実績値	65.0%	58.4%	62.8%	—	—
3	延べ宿泊者数		目標値	842万人	872万人	878万人	885万人	891万人
		836万人	実績値	445万人	632万人	732万人	—	—
4	外国人延べ宿泊者数		目標値	99万人	106万人	112万人	119万人	125万人
		93万人	実績値	7.4万人	11.4万人	54.5万人	—	—

Ⅲ　事業計画（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

大阪・関西万博の開催を機に、関西圏を中心とした誘客対策の充実を図るため、交通事業者や旅行会社とのタイアップによる誘客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た広域周遊の促進に取り組む。

■交通事業者や旅行会社等とのタイアップ

・JRグループ（佐賀・長崎キャンペーン）をはじめ、航空会社や旅行会社等との連携による誘客促進

目標値	活動指標	タイアップ件数	5件以上
	成果指標	商品販売数	10,000人

■全国誘客イベント出展

・ツーリズムEXPOジャパン2025（愛知 9/25～28）など県外イベント出展

目標値	活動指標	イベント出展件数	5件
	成果指標	EXPO来場者ｱﾝｹｰﾄ回収	500件

■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（松浦・佐世保 11/26～28）

・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

目標値	活動指標	商談件数	延べ100社
	成果指標	有効商談率	30%

■教育旅行誘致促進

・学校セールス（首都圏公立中学校・中部の高校：7/15～17、関西の中学校・高校：2月など）

・教育旅行プログラムの更新（県内周遊モデルコース、プログラム集「ダイジェスト版」の作成）

目標値	活動指標	学校セールス件数	110校
	成果指標	東京・横浜からの中学校来県数（R9年度）	90校

2．関西誘客プロモーション事業

大阪・関西万博の開催を機に、国内外から多くの集客が見込まれる関西圏において本県単独催事や交通拠点等でのプロモーションを集中的に実施するとともに、高付加価値商品や周遊商品の造成等を通じて関西を含む都市圏からの誘客を促進する。

■観光・物産イベントの開催

・期間：9/19～23（KITTE大阪2階イベントスペース）

・JR大阪駅構内のサイネージを活用した観光・物産情報の発信等

・関西発の商品造成を促し、イベントを絡めて販売促進

目標値	活動指標	イベント来場者数	5,000人
	成果指標	来訪意欲の向上	3%増加

3．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する。

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

目標値	活動指標	WEBサイト等広告閲覧数	404万PV
	成果指標	予約サイト等閲覧数	40.4万PV

■観光サイト「ながさき旅ネット」の運用

目標値	活動指標	特集/ﾓﾃﾞﾙｺｰｽ作成・更新	月1本	SNS投稿（委託含む）	月20本
	成果指標	PV数	1,200万PV		

■フリーマガジン「SとN」第9号の制作及びSNS等による情報発信

目標値	活動指標	Instagram投稿数	50件
	成果指標	フォロワー数	4,000人

4.「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の促進を図るため、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する。

■「長崎の食」を活用した商品の造成及びプロモーション等

目標値	活動指標	本事業のメディア掲載数	10件
	成果指標	商品販売数	6,000人泊

5. マニアが集う長崎プロジェクト事業

本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、アニメ作品を活用した聖地巡礼ツアーやファン交流イベントなどを開催する。

■映像等による長崎県の魅力発信（ロケ支援、ロケ誘致活動、広報・誘客活動）

目標値	活動指標	ロケ支援件数 （市町実施分を含む）	390件
	成果指標	特設WEBページのPV数	15,000PV

■県内各地におけるアニメの聖地創出による国内外のマニアの誘客促進（アニメツーリズムの推進）

目標値	活動指標	イベント来場者数	550人
	成果指標	商品販売数	100件

6. 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する。

■ポケモンデジタルスタンプラリー（スポット：ポケふた10箇所、観光施設等70箇所）

目標値	活動指標	特設ページのPV数	33万PV		
	成果指標	エントリー数	6,500人	参加者数	3,250人

7.「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、地域における観光コンテンツの開発から販売までを一気通貫で支援するとともに、大村湾を中心とした広域周遊ルートを創出する。

■観光コンテンツ開発支援（市町等へのアドバイス及び大村湾サイクルージングの支援）

目標値	活動指標	商品設定数	5コース
	成果指標	大村湾商品販売数	600人

■広域周遊ルートの創出（大村湾沿岸地域の観光活性化）

目標値	活動指標	大村湾の広告認知量	300万imp	旅行会社への展開数	15社
	成果指標	大村湾の認知度向上	前年比3%増	旅行商品造成数	3商品

◆ 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行う。

■しま旅旅行商品の造成・販売促進、広告宣伝、体験メニュー利用促進（「VISITながさき」登録）

・延べ宿泊者数　（人泊）

	R5実績	R6実績	R7目標
対馬市	12,216	6,252	11,040
壱岐市	11,654	7,873	12,880
五島市	15,812	11,561	16,560
新上五島町	2,950	2,458	4,600
小値賀町	38	0	460
宇久町	32	87	460
計	42,702	28,231	46,000
事業費(千円)	242,003	134,001	227,489

目標値	活動指標	募集型企画旅行の参画事業者数	62社	「VISITながさき」に掲載する体験メニュー数	60件
	成果指標	延べ宿泊者数	46,000人泊	体験メニューの利用率	50%

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、国内外へのプロモーションを実施する。

■国内誘致（WEBサイトのコンテンツ充実）

目標値	活動指標	記事拡充	3記事		
	成果指標	しま旅WEBサイトPV	45万PV	総ユーザー数	22万ﾕｰｻﾞｰ

■海外誘致（海外現地商談会における離島プロモーション）

目標値	活動指標	海外現地商談会回数	3回
	成果指標	離島からの延べ参加団体数	12団体

3. 日本遺産「国境の島」こだわりの旅・創出事業

国境の島「壱岐・対馬・五島 ～古代からの架け橋～」の日本遺産認定10周年を記念し、より満足度の高い旅行商品を造成し、国境離島地域への持続的な誘客促進を図る。

■旅行商品の造成（壱岐・対馬コース、五島列島コース）

目標値	活動指標	旅行商品造成数	4コース
	成果指標	商品販売数	240人泊

◆ 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・商談会を開催する。

■海外観光展への出展、商談、招聘、現地セールス等

・東アジア（中国・韓国・台湾・香港）、東南アジア（タイ・ベトナム）

■国内ランド社セールス、Visit Japan トラベルマート（VJTM）2025参加（9/25～27）等

目標値	活動指標	商談会主催回数	3回	商談件数	延べ180社
	成果指標	商品販売数	7,000人	有効商談率	30%

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する。

■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	・長崎～上海線利用旅行会社との連携プロモーション ・ゴルフ等テーマ型ツアー造成に係る旅行会社との連携プロモーション ・訪日教育旅行関係者招聘
韓国市場	・TVホームショッピングを活用した旅行会社等との連携プロモーション ・ゴルフや巡礼等テーマ型ツアー造成に係る旅行会社との連携プロモーション
台湾市場	・旅行会社との連携プロモーション ・訪日観光情報サイト「樂吃購！日本」での情報発信 ・訪日教育旅行関係者招聘 ・レップの活用
香港市場	・大手旅行会社等招聘 ・旅行会社との連携プロモーション ・レップの活用
東南アジア市場 （タイ・ベトナム等）	・旅行会社等招聘 ・テーマ型ツアー造成に係る旅行会社との連携プロモーション
欧米豪市場	・アドベンチャーツーリズムをフックとしたプロモーション（専門家招聘等） ・九州他県と連携したオーストラリア向けプロモーション

目標値	活動指標	旅行会社等タイアップ件数	20件	旅行会社等招聘数	50社
	成果指標	旅行会社等タイアップに係る販売目標達成率	100%		

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を行う。

■公式WEBサイト「Discover Nagasaki 」の運用

目標値	活動指標	特集/モデルコース作成	12本
	成果指標	PV数	120万PV

■多言語SNSの運用

目標値	活動指標	累計発信回数	1,400回
	成果指標	獲得フォロワー数（純増）	25,300人

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やWEBサイトによる情報発信の充実に取り組む。

■飲食店の多言語メニュー化等

目標値	活動指標	WEBサイト掲載件数	200件増
	成果指標	公式WEBサイトPV数	79.9万PV

５．長崎県FIT誘客インバウンド推進事業

本県の観光地としての認知度を高めるとともに、インバウンド誘客の増大を図るため、県内の宿泊施設、飲食店及び体験メニュー等について海外OTA等への登録を推進し、海外OTA・SNS等を活用して本県の観光施設や食、体験等の様々な観光コンテンツの情報発信を行う。

■OTA等登録推進及びインバウンド受入れ機運醸成のためのセミナー開催

■オンライン特集記事の制作

■OTA・SNSなどを活用したプロモーション

■多言語デジタルパンフレットの制作

目標値	活動指標	OTA等掲載・登録件数	500件
	成果指標	OTA等利用人数	5,000人

Ⅳ　事業別内訳

◆「長崎の食」や「ロケツーリズム」など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。

事業名・項目	事業概要・目標等				
1．広域周遊化誘客促進事業				予算額	32,935千円
大阪・関西万博の開催を機に、関西圏を中心とした誘客対策の充実を図るため、交通事業者や旅行会社とのタイアップによる誘客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た広域周遊の促進に取り組む。					
（1）交通事業者や旅行会社等とのタイアップ					
タイアップキャンペーン	❶JRグループとの連携（佐賀・長崎キャンペーン） ・商品造成支援（個人向け、団体向け） ・プロモーション（交通広告、WEB広告、イベント開催等） ❷旅行会社や航空会社等との連携 ・本県の魅力あるコンテンツを活用した商品造成支援 ・NEXCO西日本 ドライブパス・お国自慢スタンプラリー				
目標値	活動指標	タイアップ件数	5件以上		
	成果指標	商品販売数	10,000人		
（2）全国誘客イベント					
イベント出展	❶ふるさと全国県人会まつり（名古屋 9/6～7）出展 ❷ツーリズムEXPOジャパン2025（愛知 9/25～28）出展（九州7県合同） ❸その他、県外イベントへの参加等 ・セントレア20周年路線販促イベント（中部国際空港 6/22）出展				
目標値	活動指標	イベント出展件数	5件		
	成果指標	EXPO来場者ｱﾝｹｰﾄ回収	500件		
（3）旅行商品素材集・観光情報説明会等					
旅行商品素材集	❶旅行会社セールス等の販促ツールとして「令和8年度版 旅行商品素材集（上期・下期を一本化）」を製作（1,000部）するとともに、「ながさき旅ネット」内に詳細情報を掲載した専用ページを公開				
観光情報説明会等	❶旅行会社企画担当者を招聘して観光情報説明会を実施 ・県内観光関係者と旅行会社との商談会（松浦市 11/26） ・エクスカーション（松浦市・佐世保市 11/26～28） ❷旅行会社等が実施する現地視察の誘致 ・視察費用の一部支援（@4,000円）				
目標値	活動指標	募集案内件数・人数	16社/200人		
	成果指標	旅行会社参加者数	30人		
（4）誘致活動					
旅行会社等セールス	❶九州観光機構主催の説明会・商談会への参加 ・九州観光素材相談会 東京（8/20）、大阪（8/21）、福岡（8/22）、岡山（8/26） ・九州7県合同修学旅行説明会 名古屋（8/5）、大阪（8/6）、東京（8/19）、岡山（8/26） ❷各種説明会、キャラバンへの参加 ❸市町等との合同セールスや単独セールス等の実施				
目標値	活動指標	商談件数	延べ100社		
	成果指標	有効商談率	30%		
（5）宣伝資材製作等					
国内誘致/海外誘致	❶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の製作等				

事業名・項目			事業概要・目標等			
（6）九州横断長崎・熊本・大分広域観光振興協議会						
	国内誘致		❶3県の魅力を活かした3県周遊型旅行の誘致施策実施 ・航空会社とのタイアップによる旅行商品造成、情報発信等			
	海外誘致		❶ベトナム市場における3県周遊型旅行の誘致施策実施 ・現地旅行会社とのタイアップによる旅行商品造成、情報発信等			
	目標値	活動指標	（国内）商品造成数	2商品	（海外）商品造成数	1商品
		成果指標	（国内）販売目標達成率	100%	（海外）販売目標達成率	100%
（7）広域観光振興団体連携事業						
	拠出金		❶広域観光振興団体へ拠出し、各種事業を実施 ・日本観光振興協会へ拠出 ・九州観光機構へ拠出			
（8）長崎県教育旅行誘致促進協議会						
	協議会の運営		❶協議会活動に関する協議・情報共有 ・幹事会での協議：年3回（4月・9月・3月） ・会員への情報共有：連盟総会（6/17）のほかメールにて随時共有			
	学校セールスの実施		❶首都圏の公立中学校と中部エリアの高校を対象にセールス予定（7月） ❷関西エリアの中学校・高校を対象にセールス予定（2月）			
	教育旅行プログラムの更新		❶「県内周遊モデルコース」の作成 ❷「長崎県SDGs探究プログラム（ダイジェスト版）」の作成			
	目標値	活動指標	学校セールス件数	110校		
		成果指標	東京・横浜からの中学校来県数（R9年度）	90校		
2. 関西誘客プロモーション事業					予算額	29,365千円
大阪・関西万博の開催を機に、国内外から多くの集客が見込まれる関西圏において本県単独催事や交通拠点等でのプロモーションを集中的に実施するとともに、高付加価値商品や周遊商品の造成等を通じて関西を含む都市圏からの誘客を促進する。						
（1）関西誘客プロモーション						
	集中的なプロモーション		❶観光・物産イベントの開催 ・期間：9/19～23 ・場所：KITTE大阪2階イベントスペース ・内容：「ながおし ｜ 美食と絶景の街、長崎。」をテーマに、観光・物産情報を発信する各種ブースを構えたフェア開催のほか、集客や販売促進のためのイベント等を実施 ❷JR大阪駅構内での情報発信 ・JR大阪駅構内のサイネージを活用した観光・物産情報の発信等			
	目標値	活動指標	イベント来場者数	5,000人		
		成果指標	来訪意欲の向上	3%増加		
（2）旅行商品の造成						
	高付加価値商品		❶旅行会社とタイアップし、長崎の「食」をテーマとした付加価値の高い旅行商品の造成・販売促進を支援			
	県内周遊商品		❶県内交通事業者とタイアップし、着地型旅行商品（県内周遊バスツアー）の造成・販売促進を支援 ・既存コースのブラッシュアップと新規コースの設定			
	目標値	活動指標	高付加価値商品造成数	1コース	周遊商品造成数	4コース
		成果指標	販売設定数	2回以上	商品販売数	300人

事業名・項目	事業概要・目標等					
3. 観光DX・プロモーション事業					予算額	54,358千円
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する。						
（1）マーケティング分析						
人流データ・宿泊データ等の整備		❶観光データマネジメントプラットフォーム「SCOPE NAGASAKI」の運用及び機能充実 ❷観光データマネジメント人材の育成（市町向け研修会の開催等）				
マーケティング分析・効果検証		❶「SCOPE NAGASAKI」等を活用したマーケティング分析 ❷上記に基づく観光プロモーション等の効果検証				
目標値	活動指標	DMP研修会の実施	2地区以上			
	成果指標	DMP利用ユーザー増	400UU			
（2）デジタルプロモーション						
デジタルプロモーション		❶SNS、WEB広告を活用したプロモーション ❷旅行に関連したインフルエンサーの活用 ❸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）				
WEBメディア等活用プロモーション		❶WEBメディア及び新聞、雑誌を活用した情報発信 ❷テレビ番組誘致				
目標値	活動指標	WEBサイト等広告閲覧数	404万PV			
	成果指標	予約サイト等閲覧数	40.4万PV			
（3）ながさき旅ネット						
観光サイト「ながさき旅ネット」の効果的運用		❶新着情報、スポット、イベント情報を更新し、SEO対策を強化 ❷特集ページ、モデルコースの新規作成・更新 ❸SNS、メルマガからの流入強化				
デジタルガイドブックの展開		❶17市町32種類の観光パンフレットを公開（R7年4月現在） ❷パンフレットの追加・更新（全市町担当課・観光協会へ案内）				
目標値	活動指標	特集/ﾓﾃﾞﾙｺｰｽ作成・更新	月1本	SNS投稿（委託含む）		月20本
	成果指標	PV数	1,200万PV			
（4）公式ライター記事						
＃ナガサキタビブの活用		❶特集ページやスポット、イベントページに関連記事を掲載 ❷SNS、メルマガからの流入強化 ❸過去記事の更新、タイトル修正				
目標値	活動指標	記事数	80本			
	成果指標	タビブページのPV数	110万PV			
（5）AI旅行計画案内機能						
AI旅プランの効果的運用		❶AI旅プランの周知等にる利用促進 ❷AI旅プランの機能改修等による利便性改善				
目標値	活動指標	AI旅プランの案内ページPV数	21,600PV			
	成果指標	旅程作成回数	18,000回			
（6）デジタル観光案内板						
デジタルサイネージの運用		❶県庁1Fに設置しているデジタルサイネージを継続活用				

事業名・項目		事業概要・目標等			
（7）佐賀県との連携による観光情報発信					
フリーマガジン「SとN」		❶「佐賀・長崎観光振興推進協議会」（事務局：長崎県）において、フリーマガジン「SとN」の第9号を制作するとともに、「SとN」のファンとの交流イベントやWEB、SNS等を活用して効果的に情報を発信 ＜「SとN」のこれまでのテーマ＞ 第1号「トコトコ列車で会いに行く」 第2号「山便り、海便り」 第3号「ひとと街、道でつながる」 第4号「坂の街、平野の街、おいしい街」 第5号「風になびいて岬めぐり」 第6号「鉄道でつながる」 総集編版（第1号～第6号）「SとN pocket」 第7号「いい湯、いい水、わいてます」 第8号「船でつながる港町」			
目標値	活動指標	Instagram投稿数	50件		
	成果指標	フォロワー数	4,000人		
（8）VISITながさき					
着地型旅行商品の販売促進		❶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			
目標値	活動指標	掲載商品数（離島含む）	120件		
	成果指標	利用者数	600人		
4.「長崎の食＋（プラス）」魅力創出事業				予算額	17,000千円
本県への誘客及び広域周遊の促進を図るため、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する。					
（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					
商品造成		❶OTAや地元飲食店等と連携した商品の造成 ❷ガストロノミーツーリズム実施地域と連携した誘客企画の実施			
プロモーション		❶百貨店とのタイアップによる福岡向けグルメ情報の発信を強化し、来県につながる企画と連動した施策を展開			
目標値	活動指標	本事業のメディア掲載数	10件		
	成果指標	商品販売数	6,000人泊		
（2）SNSによる話題の創出					
Instagramの運営		❶公式SNSアカウントを活用し、イベントや絶景及び観光スポットとあわせて本県のグルメに関する情報を投稿			
キャンペーン等の実施		❶グルメに関するハッシュタグや投稿、プレゼント企画等のキャンペーン実施			
目標値	活動指標	投稿数	230件		
	成果指標	フォロワー数	16,500人		

事業名・項目	事業概要・目標等
5. マニアが集う長崎プロジェクト事業	予算額　25,000千円

本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、アニメ作品を活用した聖地巡礼ツアーやファン交流イベントなどを開催する。

（1）映像等による長崎県の魅力発信

撮影に関する制作会社への支援		❶撮影等への情報提供、撮影許可等に関する対応 ❷国内外の映画、ドラマ、アニメ等の現場対応の協力 ❸県内のロケーションデータ収集、情報発信 ❹エキストラの募集、撮影関連スタッフ紹介 ❺各市町と連携した支援体制の強化			
ロケ誘致活動		❶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）との連携 ・ジャパンフィルムコミッション 全国ロケ地フェアなどの誘致イベントへの出展 ・ロケツーリズム協議会 セミナー、誘致イベントへの出席 ❷在京制作会社等へのセールス			
広報・誘客活動		❶本県が舞台となった映像作品を活用したプロモーション ・ロケ地マップの制作 ・パネル・衣裳展等の開催 ・「ながさき旅ネット」内に作品ごとの「ロケ地巡り」特集ページを公開 ❷情報発信 ・SNS（X、Instagram）を活用した情報発信 ・FM長崎での情報発信（隔週・通年）			
目標値	活動指標	ロケ支援件数 （市町実施分を含む）	390件		
	成果指標	特設WEBページのPV数	15,000PV		

（2）県内各地におけるアニメの聖地創出による国内外のマニアの誘客促進

アニメツーリズムの推進		❶本県が舞台のモデルとなったアニメ作品を活用し、関係市町（長崎市・佐世保市・五島市・新上五島町）と連携したアニメツーリズムを推進 ・聖地巡礼ツアーの開催 ・ファン交流イベントの開催 ・デジタルスタンプラリーの実施 ・上記を網羅した着地型ツアー商品の造成・販売			
広報・誘致活動		❶アニメ＆まんが聖地EXPOへの出展 ❷監督・プロデューサーを招聘したロケハンツアーの実施 ❸「ながさき旅ネット」内に「アニメツーリズム」特集ページを開設			
目標値	活動指標	イベント来場者数	550人		
	成果指標	商品販売数	100件		

事業名・項目	事業概要・目標等

6. 長崎県情報発信促進事業　予算額　15,200千円

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する。

（1）ポケモンデジタルスタンプラリーの実施

周遊企画		❶県内に設置したポケモンが描かれたマンホールのふた『ポケふた』や県内全域に設定された観光施設などのスポットを巡り、スマートフォン等を使って県内周遊を促進するデジタルスタンプラリーを実施 ・期間：7月～2月 ・スポット：ポケふた10箇所、観光施設等70箇所 ・特典：獲得したスタンプ数に応じて抽選で景品をプレゼント			
プロモーション		❶「ながさき旅ネット」内に特集ページを公開 ・シーズナリティのLP構成、SEO対策 ❷SNS、WEB広告、パブリシティ ❸ノベルティを活用したロコミやSNSによるキャンペーン等			
目標値	活動指標	特設ページのPV数	33万PV		
	成果指標	エントリー数	6,500人	参加者数	3,250人

7.「みんなで磨く！観光まちづくり」推進事業　予算額　22,969千円

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、地域における観光コンテンツの開発から販売までを一気通貫で支援するとともに、大村湾を中心とした広域周遊ルートを創出する。

（1）観光コンテンツ開発支援

専門人材の活用		❶地域が主体的に取り組む観光コンテンツの開発支援等 ・事業計画の策定から観光コンテンツの開発・販売までを伴奏支援 ❷大村湾サイクルージングの支援 ・既存4コースとエリア内のグルメ・体験スポットの販売促進			
目標値	活動指標	商品設定数	5コース		
	成果指標	大村湾商品販売数	600人		

（2）広域周遊ルートの創出

大村湾沿岸地域の観光活性化		❶「ながさき旅ネット」内に大村湾エリアの特集ページを公開 ❷エリア内における観光コンテンツの掘り起こしと事業者連携 ❸クルージングとJR、バス等の交通事業者と連携した商品展開 ❹大村湾観光の魅力向上（ガイドの育成等） ❺大阪・関西万博関連のイベントを活用した情報展開			
目標値	活動指標	大村湾の広告認知量	300万imp	旅行会社への展開数	15社
	成果指標	大村湾の認知度向上（アンケート調査）	前年比3%増	旅行商品造成数	3商品

8. 海業チャレンジ応援事業　予算額　4,354千円

県内での海業を推進するため、専門人材も活用しながら、海業の取組に意欲のある漁協等に対してコンテンツの作り込みや磨き上げ等を支援する。

（1）海業コンテンツ開発支援

海業プラン作成サポート		❶支援地区の観光動向と地域資源の整理 ❷継続支援エリアの商品ブラッシュアップ（新上五島町奈良尾・青方）			
モニターツアーの実施		❶AGTや市町観光関係者、水産業に知見のある人物を招聘 ❷モニターツアー参加者にアンケート調査を実施 ❸アンケート結果をもとに商品内容ブラッシュアップ			
目標値	活動指標	エリア支援数	2地区以上		
	成果指標	モニターツアー実施	1地区以上		

事業名・項目	事業概要・目標等

9.「長崎の宿」品質・おもてなし向上事業　　予算額　1,554千円

来訪者の満足度向上を図るため、宿泊施設品質認証「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、業界や地域との意見交換会を実施する。

（1）サクラクオリティの推進

品質認証の更新等		❶品質認証の更新 ・認証未更新施設の意思確認及び更新調査の実施 ❷品質認証の効果調査 ・サクラクオリティの認知度、他地域の取組み状況を調査			
目標値	活動指標	効果調査	2地区以上		
	成果指標	認証更新件数	5件		

（2）おもてなしの推進

おもてなし意識の向上		❶おもてなしワッペンの着用推進 ❷おもてなし力向上のためのセミナー開催 ❸県民や観光客による観光情報やおもてなし情報の発信			
目標値	活動指標	おもてなしセミナー開催数	1回		
	成果指標	おもてなし体験箱投書数	136件		

（3）地域別意見交換会

ネットワークの強化	❶県内観光関係事業者との意見交換の実施（年3回程度）

◆ 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、本県国境離島地域にもう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　　予算額　250,289千円

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行う。

（1）しま旅旅行商品の造成・販売促進支援

商品造成・販売促進

❶「しま旅旅行商品」を造成する旅行会社に対して、国の基準に沿って交通費の割引相当額を助成し実質的な商品販売額の引き下げを行うとともに、旅行商品造成経費の一部を助成し、離島地域への誘客を促進

・割引例：	航空路	福岡～対馬	3,900円
	〃	長崎～福江	3,400円
	ｼﾞｪｯﾄﾌｫｲﾙ	博多～対馬	3,500円
	〃	長崎～福江	3,300円
	高速船	佐世保～有川	3,000円
	フェリー	唐津～印通寺	1,000円

・造成経費助成額：1,000円／人泊

❷より地域に根ざした滞在型観光を推進するため、市町が特に注力する分野の旅行商品を造成する旅行会社に対して、上記助成に加えて広告宣伝経費を追加助成

・広告宣伝費助成額：1,000円／人泊

【しま旅滞在促進事業　助成金配分計画】　（千円）

	合計	募集型	受注型	教育旅行	訪日
対馬市	64,253	60,453	2,050	1,350	400
壱岐市	47,914	38,564	1,200	7,500	650
五島市	85,284	67,584	4,300	9,600	3,800
新上五島町	26,496	21,576	520	150	4,250
小値賀町	1,932	1,872	0	0	60
宇久町	1,610	1,345	205	0	60
計	227,489	191,394	8,275	18,600	9,220

事業名・項目	事業概要・目標等

【しま旅滞在促進事業による延べ宿泊者数】　（人泊）

	R5実績	R6実績	R7目標
対馬市	12,216	6,252	11,040
壱岐市	11,654	7,873	12,880
五島市	15,812	11,561	16,560
新上五島町	2,950	2,458	4,600
小値賀町	38	0	460
宇久町	32	87	460
計	42,702	28,231	46,000
事業費(千円)	242,003	134,001	227,489

（2）しま旅プロモーション

宣伝・情報発信等	❶旅行商品販売促進に向けて「しま旅」のプロモーションを実施 ・旅行会社セールス、広告宣伝等 ❷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)」への登録を促進 ・令和6年度実績 全メニュー180件 → 旅行商品に組み込まれたメニュー63件 （利用率35%）				
目標値	活動指標	募集型企画旅行の参画事業者数	62社	「VISITながさき」に掲載する体験メニュー数	60件
	成果指標	延べ宿泊者数	46,000人泊	体験メニューの利用率	50%

11. しま旅受入体制整備事業　予算額　13,500千円

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、国内外へのプロモーションを実施する。

（1）国内誘致

プロモーション	❶長崎しま旅WEBサイトのコンテンツ（特集記事）の拡充 ❷長崎しま旅WEBサイトの修正・改修等				
目標値	活動指標	記事拡充	3記事		
	成果指標	しま旅WEBサイトPV	45万PV	総ユーザー数	22万ﾕｰｻﾞｰ

（2）教育旅行誘致促進

（再掲）	1．広域周遊化誘客促進事業 （8）長崎県教育旅行誘致促進協議会

（3）海外誘致

プロモーション	❶海外現地商談会における離島プロモーション（ソウル、釜山、台北）等				
目標値	活動指標	海外現地商談会回数	3回		
	成果指標	離島からの延べ参加団体数	12団体		

12. 日本遺産「国境の島」こだわりの旅・創出事業　予算額　2,000千円

国境の島「壱岐・対馬・五島 ～古代からの架け橋～」の日本遺産認定10周年を記念し、より満足度の高い旅行商品を造成し、国境離島地域への持続的な誘客促進を図る。

（1）旅行商品の造成

壱岐・対馬コース 五島列島コース	❶首都圏/関西圏の旅行会社招聘、現地視察（壱岐・対馬、五島列島） ❷日本遺産のストーリーを深掘りした旅行商品の造成・販売促進 ・しま旅滞在促進事業を活用 ❸アンケートなどを踏まえた検証・ブラッシュアップ				
目標値	活動指標	旅行商品造成数	4コース		
	成果指標	商品販売数	240人泊		

事業名・項目	事業概要・目標等

◆ 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。

13. インバウンド需要創出拡大事業	予算額 26,005千円

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・商談会を開催する。

（1）海外観光展への出展等

中国市場	❶広東国際旅游産業博覧会、JNTO広州商談会参加（9/12～14） ❷JNTOインセンティブ旅行商談会（上海）参加（9/16） ❸中国駐長崎総領事館開館40周年記念イベント参加（開催日未定） ❹現地セールス
韓国市場	❶ソウル国際観光展出展（6/5～8） ❷4旅ホ連連携現地商談会（ソウル、釜山）開催（8/25、8/26） ❸トラベルショー出展（11/7～9） ❹JNTOインセンティブ商談会（ソウル）参加（8/27） ❺現地セールス
台湾市場	❶4旅ホ連連携現地商談会開催（9/10） ❷JNTO訪日教育旅行個別相談会（台北・高雄）参加（6/10、6/11） ❸JNTOインセンティブ旅行商談会（台北）参加（9/18） ❹台北国際旅行博（ITF）出展（11/7～10） ❺現地セールス
香港市場	❶EGLカーニバル出展（6/21～22） ❷香港ホリデー＆トラベルエキスポ（HTE）出展（開催日未定） ❸現地セールス
東南アジア市場	❶JNTO訪日旅行セミナー・商談会（ハノイ、ダナン）参加（7/2、7/4） ❷九州観光機構ベトナム現地商談会参加（開催日未定） ❸九州観光機構タイ現地商談会参加（開催日未定） ❹タイ現地旅行博参加（開催日未定）

（2）国内での誘致活動、他県等との連携事業

セールスコール	❶在京、在阪、在福ランドへの定期的なセールスコール ❷Visit Japan トラベルマート（VJTM）2025参加（9/25～27） ❸九州観光機構ランド社商談会参加（7月頃）
他県等との連携事業	❶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）

目標値					
	活動指標	商談会主催回数	3回	商談件数	延べ180社
	成果指標	商品販売数	7,000人	有効商談率	30%

14. インバウンドプロモーション強化事業	予算額 79,302千円

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する。

（1）アドベンチャーツーリズムの推進

欧米豪市場	❶セールスツール（WEBページ、パンフレット）の制作 ❷専門家等招聘

（2）メディア・旅行会社連携PR

中国市場	❶訪日教育旅行関係者招聘 ❷上海－長崎路線利用旅行会社との連携プロモーション ❸ゴルフ等テーマ型ツアー造成に係る旅行会社との連携プロモーション
韓国市場	❶TVホームショッピングを活用した旅行会社等との連携プロモーション ❷日韓交流おまつりでの現地プロモーション ❸テーマ型ツアー造成に係る旅行会社との連携プロモーション
台湾市場	❶旅行会社との連携プロモーション ❷訪日観光情報サイト「樂吃購！日本」での情報発信 ❸訪日教育旅行関係者招聘

事業名・項目		事業概要・目標等			
香港市場		❶大手旅行会社等招聘 ❷メディアキャンペーンを含む情報発信 ❸雑誌、SNS、WEB、アプリ等を活用した情報発信			
東南アジア市場		❶旅行会社等招聘 ❷テーマ型ツアー造成に係る旅行会社との連携プロモーション			
欧米豪市場		❶アドベンチャーツーリズムをフックとしたプロモーション ❷九州他県と連携したオーストラリア向けプロモーション			
（3）食の魅力を活かした受入拡大					
食と観光の魅力発信		❶海外現地での長崎県産品フェア等と連携した観光プロモーション ❷長崎県農産加工流通課連携ランドオペレーター招聘事業			
（4）巡礼ツアーの推進					
韓国市場		❶巡礼ツアー取扱旅行会社等招聘			
（5）レップの設置					
台湾・香港市場		❶レップ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			
目標値	活動指標	旅行会社等タイアップ件数	20件	旅行会社等招聘数	50社
	成果指標	旅行会社等タイアップに係る販売目標達成率	100%		

15. 海外向け認知度向上推進事業	予算額 19,049千円

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を行う。

（1）多言語WEBサイトでの情報発信（英語・繁体字・簡体字・韓国語）					
多言語WEBサイトの効果的運用		❶スポット、イベント情報を定期的に更新し、SEO対策を強化 ❷特集ページ、モデルコースの新規作成・更新 ❸SNSや旅行会社向けDM、現地旅行展等からの流入強化			
県内市町との連携運用		❶デジタルガイドブックの展開（全市町担当課・観光協会へ案内） ❷WEBサイト管理権限付与に係る取組の周知（全市町担当課・観光協会） ❸WEBサイト管理権限付与済の地域のコンテンツ拡充			
目標値	活動指標	特集/モデルコース作成	12本		
	成果指標	PV数	120万PV		
（2）多言語SNSでの情報発信					
多言語SNSの効果的運用		❶現地取材（年5回）での撮影画像や動画を活用した質の高い情報発信 ❷キャンペーン実施（年1回）によるフォロワーの維持・獲得 ❸市場の嗜好に合う施策実施 ・現地旅行展でのPRやインフルエンサー活用等			
県内市町との連携運用		❶投稿ネタの募集（全市町担当課・観光協会へ案内）及び発信 ❷定期的なSNS運用状況の共有（WEB上にて掲載）			
目標値	活動指標	累計発信回数	1,400回		
	成果指標	獲得フォロワー数（純増）	25,300人		

16. インバウンド受入環境ステップアップ事業	予算額 16,080千円

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やWEBサイトによる情報発信の充実に取り組む。

（1）食の受入環境整備					
飲食店の多言語メニュー化等		❶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 ❷県内飲食店の多言語メニュー整備支援 ❸公式多言語WEBサイトでの個店情報発信			
目標値	活動指標	WEBサイト掲載件数	200件増		
	成果指標	公式WEBサイトPV数	79.9万PV		

事業名・項目	事業概要・目標等
17. 長崎県FIT誘客インバウンド推進事業	予算額　74,900千円

本県の観光地としての認知度を高めるとともに、インバウンド誘客の増大を図るため、県内の宿泊施設、飲食店及び体験メニュー等について海外OTA等への登録を推進し、海外OTA・SNS等を活用して本県の観光施設や食、体験等の様々な観光コンテンツの情報発信を行う。

（1）OTA等登録推進及びインバウンド受入れ機運醸成のためのセミナー開催		
	4市場（中国、韓国、台湾、香港）	❶宿泊型OTA、体験型OTA、飲食店グルメサイト、Google Business Profileの登録推進 ❷長崎市と佐世保市を含む県内2か所以上でのセミナー開催
（2）オンライン特集記事の制作		
	4市場（中国、韓国、台湾、香港）	❶本県への交通アクセスや県内の観光情報等に関するオンライン特集記事を8本以上、4言語（韓、簡、繁、英）で制作
（3）OTA・SNSなどを活用したプロモーション		
	4市場（中国、韓国、台湾、香港）	❶（2）で制作したオンライン特集記事を活用して、OTA、SNSなどによるプロモーションを2か月以上にわたり実施
（4）多言語デジタルパンフレットの制作		
	4市場（中国、韓国、台湾、香港）	❶（2）で制作したオンライン特集記事を活用し、WEBページ形式のデジタルパンフレットを4言語（韓、簡、繁、英）で制作 ❷公式多言語WEBサイト及びSNSとの連動

目標値	活動指標	OTA等掲載・登録件数	500件		
	成果指標	OTA等利用人数	5,000人		