

## 平成31年度 事業報告について

### I 総括

県観光連盟では、「明治日本の産業革命遺産」及び「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」の二つの世界遺産と「長崎しま旅」を柱として、これらを活用した本県への誘客及び県内周遊の促進を図った。また、国内外を問わず、観光客のニーズの多様化、旅行形態の変化など、その観光市場の動向を見極め、ターゲットとする層を明確にして、タイムリーで細やかな情報発信と積極的な誘致セールスを実施した。

さらに、観光客の満足度向上を図り、リピート率の向上につながるよう、さまざまな視点に立って受入環境の整備に努めて、平成31年度の事業を以下のとおり実施した。

- (1) 国内誘致については、国内旅行客の増加を図るため、二つの世界遺産と日本遺産をはじめとする本県の観光重点 PR 素材に焦点を当て、大都市圏に向けた誘客を図った。また、県内周遊を促すため、「長崎めぐり旅」の旅行会社パンフレットへの露出や、広域周遊を促進するための九州横断3県協議会による事業も展開した。なお、継続事業として、県内現地発着型のツアーである「長崎めぐり旅」単独商品のブラッシュアップ及び販売を強化した。更に、新たな客層の拡大を図るため、長期滞在型ツアーへの誘客助成を実施した。
- (2) 情報発信については、ICT（情報通信技術）の進展により、一般消費者のコミュニケーション行動や情報収集方法、購買行動などの変化に対応するために、デジタルマーケティングに力を入れた。また、全国ネットのテレビ情報番組等を誘致することで旅行需要の喚起を図った。
- (3) 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、「しま」への誘客促進を図った。具体的には、新たに修学旅行を事業対象に加え、団体客を対象に、4月1日から「宿泊＋交通＋体験メニュー」の旅行商品の販売を促進した。また、個人客を対象に、体験プログラムに利用できるクーポンを付加した「企画乗船券」を4月25日から販売した。
- (4) 「将来また長崎を訪れたい」と思う観光客を増やすことを目的とした修学旅行誘致のため、関係者と連携した重点地域におけるセールス活動の

ほか、旅行会社や教員など修学旅行関係者の招聘や SDGs※を取り入れた新しい体験プログラムパンフレットを作成した。

※SDGs とは、17 のグローバル目標と 169 のターゲットから成る国連の持続可能な開発目標

(5) 海外誘致については、FIT 対策の強化として香港・台湾等での旅行展出版、個人に対する説明会等、現地でのプロモーションを積極的に行った。特に、エアライン対策との連携を行うことで、身近な観光地としての PR に心がけ、リピーター対策としては、本県の強みである離島の魅力について、映像、画像などを多く露出することで旅先としての憧憬を醸成させる取組を行った。団体旅行誘致については、インセンティブツアー、教育旅行などテーマ性の強い分野について、旅行者となりうる団体、学校等に直接説明会を実施するなど、従来に比べより顧客に近い営業活動を行った。

(6) 「選択と集中」の考え方のもと、会員との連携強化・情報の双方向化による、より効率的で効果のある誘致活動推進体制の再構築を進めるとともに、改善意欲のある施設で構成する「宿泊施設グレードアップネットワーク」を新設し、品質向上、グルメ満足度向上、人材確保などにつながる取組を県と連携して実施した。また、本県の観光振興に貢献している事業者等を表彰する「長崎県ツーリズムアワード」を創設し、1 個人・2 団体を表彰した。さらに、「ワンランク上のおもてなし」による「おもてなし日本一」を実現するため、引き続きワッペンを着用促進や民間団体との連携による出前講座などを実施した。

	項目	基準値 (基準年度)	H28 実績値	H29 実績値	H30 実績値	H31 目標値	R2 目標値
1	観光客延べ数 (万人)	3,375 (H26年)	3,372	3,512	3,550	3,902	3,993
2	観光消費額 (億円)	3,251 (H26年)	3,510	3,765	3,778	4,139	4,312
3	再来訪意欲度 (%)	73 (H26年)	75.9	78.4	77.1	78.6	80
4	外国人延べ宿泊者 数(万人)	61.2 (H26年)	84.2	88.6	93.0	106.1	117.9

※H30～R2 の目標値は、H28 計画時の目標

## II 国内誘致対策

1. 戦略的情報発信推進事業	決算額：20,739千円																				
<p>メディア・企業との連携による情報発信とともに、観光ポータルサイト「ながさき旅ネット」を活用したコンテンツマーケティングを実施する。</p>																					
<p>⇒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など効果的に媒体を活用し本県の観光の魅力を発信した。また、ローマ教皇の来県を契機に世界遺産「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」を巡るツアーなどを紹介することで一定度の需要を喚起した。</p>																					
<p>【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。</p>																					
<p>○ながさき旅ネットログ解析</p>																					
<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>平成 31 年度</th> <th>平成 30 年度</th> <th>前年比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>訪問数（セッション）</td> <td>5,791,942</td> <td>5,226,273</td> <td>110.8%</td> </tr> <tr> <td>ページビュー数</td> <td>11,351,730</td> <td>10,440,805</td> <td>108.7%</td> </tr> <tr> <td>1日平均人数</td> <td>15,868</td> <td>14,318</td> <td>110.8%</td> </tr> <tr> <td>1日平均PV数</td> <td>31,100</td> <td>28,604</td> <td>108.7%</td> </tr> </tbody> </table>			平成 31 年度	平成 30 年度	前年比	訪問数（セッション）	5,791,942	5,226,273	110.8%	ページビュー数	11,351,730	10,440,805	108.7%	1日平均人数	15,868	14,318	110.8%	1日平均PV数	31,100	28,604	108.7%
	平成 31 年度	平成 30 年度	前年比																		
訪問数（セッション）	5,791,942	5,226,273	110.8%																		
ページビュー数	11,351,730	10,440,805	108.7%																		
1日平均人数	15,868	14,318	110.8%																		
1日平均PV数	31,100	28,604	108.7%																		
<p>（1）企業・自治体を活用した情報発信</p>																					
<p>タイアップ・イベント</p>	<p>○映画の上映にあわせたロケ地マップの作成  <u>映画「こはく」ロケ地マップ</u>（20,000部、B5）            【紹介エリア】長崎市、佐世保市、大村市、川棚町            【設置箇所】県内上映映画館、県内ホテル、レンタカー事業者、書店            日本橋長崎館など計130箇所  <u>アニメ「色づく世界の明日から」ロケ地マップ</u>（15,000部、B4）            【紹介エリア】長崎市内            【設置箇所】長崎市内のホテル、レンタカー事業者、アニメイト（長崎佐世保）、日本橋長崎館など計89箇所  <u>映画「最高の人生の見つけ方」ロケ地マップ</u>（40,000部、B5）            【紹介エリア】長崎市、五島市            【設置箇所】県内上映映画館、長崎・五島市内のホテル、レンタカー事業者、日本橋長崎館など計87箇所            ○タブロイド紙「日刊ゲンダイ」（大阪版）を活用した情報発信            （9/12、281,000部発行）            ・JR西日本主催リメンバー九州と連動し壱岐の魅力を紹介            ○旅行雑誌「旅行読売」を活用した情報発信（9/28、190,000部発行）            ・「長崎県北の海の幸を食べつくす」と題して松浦・平戸のグルメ紹介（カラー4頁）            ○KBCラジオを活用した情報発信（11/2、13～17時放送）            ・「長崎の大人の通」な魅力を4時間生放送で紹介</p>																				

		<ul style="list-style-type: none"> <li>・スペシャルゲスト「TOGGY」</li> <li>○番組「朝だ！生です旅サラダ」（テレビ朝日）を活用した情報発信 (9/28、10/26の2回放送)</li> <li>・ハウステンボスと雲仙温泉を紹介</li> <li>○JAF 長崎支部と連携したドライブスタンプラリー（12/10～3/10）</li> <li>・佐世保市、平戸市、松浦市を周遊するスタンプラリー企画</li> <li>・スタンプ設置は各市5箇所の計15箇所</li> <li>・スタンプ数に応じて賞品を準備</li> <li>・会員誌「JAF Mate 1月号」でスタンプラリー企画を紹介 (発行部数12,748,450部)</li> <li>【参加人数】228名 【スタンプ押下数】478回</li> <li>○日本旅行Tis 大阪支店を活用した情報発信（12/1～1/31）</li> <li>・Tis 大阪支店のガラス面にシート広告を実施</li> <li>・サイズ 幅2,907mm×高さ1,080mm</li> <li>・「ひかりと祈り、光福の街、長崎へ。」と題して長崎ランタンフェスティバルとハウステンボス「光の王国」を紹介</li> <li>・2つの世界遺産「軍艦島」と「大浦天主堂」を紹介</li> <li>【想定認知者数】約138万名</li> <li>○「ひろしま旅文化祭2019」観光ブース出展（10/5～6、ジ・アウトレット広島）</li> <li>・本県の離島ブースを設置し、各種パンフレットの配布やステージPR等を通じて離島の魅力を紹介</li> </ul>
--	--	--

**(2) マスメディアを活用した情報発信**

	<p><b>①情報発信等</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○西日本新聞を活用した情報発信（6/8、九州ブロック638,865部発行）</li> <li>・わくわく乗船券の告知（半5段カラー）</li> <li>○長崎新聞を活用した情報発信（7/12、約173,000部発行）</li> <li>・タブロイド版「夏のレジャー特集」にわくわく乗船券紹介</li> <li>・長崎新聞に挟み込みで配布</li> <li>○「えひめ旅フェスタ！2019」観光ブース出展（6/22～23、エミフルMASAKI）</li> <li>・ハウステンボスとの共同出展</li> <li>○長崎新聞を活用した情報発信（1/1、約173,000部）</li> <li>・長崎県で行われた映画・ドラマ・アニメのロケ地を紹介 (カラー見開10段)</li> <li>○雑誌「九州王国」を活用した情報発信（11/15、50,000部発行）</li> <li>・長崎県各地の食を紹介</li> <li>○会員誌「シグネチャー」を活用した情報発信（3/10、約30万部）</li> <li>・富裕層むけに、雲仙、平戸、西海の3エリアを紹介</li> </ul>
--	----------------------	--

②宣伝資材の増刷	・ぶらり長崎マップを 15,000 部増刷
③ローマ教皇の長崎訪問を契機とした情報発信	○朝日新聞を活用した情報発信（11/27 掲載、518,445 部） ・ローマ教皇長崎訪問の様子の記事掲載（全 10 段）あわせて、世界遺産「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」の構成資産の紹介や世界遺産めぐり旅商品を紹介（全 5 段）
<b>（3）インターネットを活用した情報発信</b>	
観光ポータルサイト「ながさき旅ネット」管理・運営	・イベントカレンダーの変更を年 4 回（2・5・9・12 月）実施 ・トップページの写真画像の変更を年 6 回実施 ・最新情報や軽微な修正をその都度対応
<b>（4）戦略的 Web プロモーションの展開</b>	
「ながさき旅ネット」を機軸にした戦略的 情報発信	○マーケティングオートメーションを活用した情報発信 ・リピーター対策、長崎コアファンの育成のために月に 1 回メルマガを配信 【顧客数】43,125 名（令和 2 年 3 月時点）※期首より 17,720 名増加 ○Web プロモーション（10/21～11/26） ・ローマ教皇の来崎を契機として、世界遺産「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」の関心層に動画「Nagasaki Harmony」を配信し需要喚起を実施 ・Youtube 動画広告及びディスプレイ広告（MarketOne） 【結果】再生回数 287,516 回、視聴完了率 26%

<b>2. 関西・長崎の魅力総合発信事業</b>	<b>決算額：7,000 千円</b>
九州新幹線西九州ルートの開通後、これまで以上に重要なマーケットとなる関西地区向けに、新幹線沿線地域との協働により、関西戦略に基づいた効果的な情報発信を実現するため、各自治体とのパートナーシップを構築する。	
➡九州新幹線西九州ルートの開通後を見据え、佐賀・長崎が連携して取り組む「佐賀・長崎観光振興推進協議会」において、関西地区をメインに情報発信を実施した。	
<b>（1）近隣県との連携による観光情報発信</b>	
佐賀県との連携	○フリーマガジン「SとN」第 4 号を発行 ・特集名：坂の街、平野の街、おいしい街。 ・仕様：B5 変形、128 頁、14,000 部印刷 【設置エリア】九州圏 64 箇所、首都圏 36 箇所、関西圏 89 箇所 県事務所他 33 箇所

<b>3. 長崎県フィルムコミッション事業</b>	<b>決算額：5,955 千円</b>
映画やテレビをはじめとする映像制作や雑誌の取材等に関し各種支援を行うことにより、映像等による長崎県の魅力発信を通して本県の観光活性化を図るとともに、県民の郷土に対する愛着	

心や誇りの醸成等による地域の振興に寄与する。

➡国内作品では長崎市・川棚町・波佐見町で撮影された映画「祈り」、海外作品では長崎市池島で撮影されたスイス映画「Growing Seeds（生きる種）」など、各市町観光課及び観光協会と連携しながら合計100件の作品をロケ支援した。また、各種媒体、イベント等を活用して、作品の情報を発信し、誘客に努め、県内の観光振興・文化振興・地域振興につなげた。

(1) 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

○令和元年度実績件数

	情報提供	ロケ協力	合計
事務局	56	50	106
支部	31	50	81
合計	87	100	187

○内容別ロケ対応件数

	事務局	支部	合計
映画/ショートフィルム	8	0	8
ドラマ	2	0	2
バラエティー	8	17	25
C M	14	8	22
ニュース・情報番組	2	20	22
その他	16	5	21
合計	50	50	100

○主な支援作品

<映画・国内>

映画「祈り」

(8/8～9 平和式典等・2/4～11 演技シーン撮影、令和2年9月公開予定)

- ・出演：高島礼子、黒谷友香 他
- ・ロケ地：長崎市、川棚町、波佐見町
- ・制作：合同会社Kムーブ スタッフ：40名
- ・内容：原爆の洗礼を浴びた作者の故郷長崎を舞台に、焼けただれた浦上天主堂のマリア像の首を雪の降る日に人知れず運び出そうとするカトリック信者たちの物語

長崎市出身の戯曲家・田中千禾夫氏の「マリアの首」が原案

<映画・海外>

アメリカ映画“Journey to peace（平和の旅へ）”

(4/1～4 撮影、令和2年アメリカ公開予定)

- ・ロケ地：長崎市 ・制作：Hibakusha Stories スタッフ：3名
- ・内容：被爆者 渡辺千恵子氏の闘病生活等の半生を描いた合唱と語りによる組曲「平和の旅へ」。浦上天主堂、爆心地公園等の被

爆遺構で被爆者ら合唱団が「平和の旅へ」を歌う姿や被爆者の  
方々をインタビューする様子を撮影

スイス映画 “Growing Seeds (生きる種)”

(5/7～19 撮影、令和2年スイス・日本公開予定)

- ・ロケ地：長崎市（池島） ・制作：Amka Films スタッフ：4名
- ・内容：池島の現在をアーティスティックに描き出す記録映画

オランダドキュメンタリー映画 “What’s cooking in Japan (日本で  
何を作るのか)”

(9/5～8 撮影、10/30 オランダ公開)

- ・ロケ地：長崎市（伊王島、稲佐山など）、佐世保市
- ・制作：Global Media Creators Production スタッフ：3名
- ・内容：日本とオランダの貿易関係に関連して始まった、特に長崎で  
の二国間の歴史・食文化交流のドキュメンタリー映画

ドイツ映画 “Apocatastasis” (ギリシア語で「再生」)

(10/19～30 撮影、令和3年ドイツ・メキシコ公開予定)

- ・ロケ地：小値賀町（本島・野崎島）・長崎市
- ・制作：アトプススタジオ他 スタッフ6名（出演者2名含む）
- ・内容：心の傷や喪失感を抱えた男女が、不思議な声に導かれて辿り  
着いた無人島で出会い、旅の中で人や物を信じる意義を見出  
すファンタジーのような作品

<ドラマ>

韓国 SBS 朝の連続ドラマ「怪しい義母」

(4/22～25 撮影、5/20 から放送)

- ・出演：Park Jin Woo、Shin Da Eun 他
- ・ロケ地：大村市、諫早市、雲仙市
- ・制作：N TABI スタッフ：60名
- ・内容：一目ぼれで恋に落ちたウンソクとジェニ。様々な困難の末に  
婿になったウンソクと別れさせようとする怪しい義理の母と  
母に振り回される姉妹の恋の物語

<テレビ番組>

OBS-TBS 特別番組「Kバレエカンパニー20周年公演 マダム・バタフ  
ライ」 (7/19～20 撮影、8/25 放送)

- ・出演：熊川哲也、ブライアン・バークガフニ、姫野順一
- ・ロケ地：長崎市 ・制作：(株)パブリックドメイン スタッフ：5名
- ・内容：熊川哲也がマダム・バタフライの舞台となった長崎を訪れ、  
舞台となった場所やその時代の空気に触れる旅に密着取材

<CM・PR 動画>

小学館雑誌「小学1年生」 (2/3 撮影、2月下旬放送)

	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ロケ地：長崎市 ・制作：(株)DASH スタッフ 10 名</li> <li>・内容：2020 年に新小学一年生になるお子さんが、小学校での抱負を主張する</li> </ul> <p>&lt;スチール&gt;</p> <p>舞台俳優「杉江大志 2020 年カレンダー」(6/4～6 撮影、10 月発売)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・出演：杉江大志 ・ロケ地：長崎市</li> <li>・制作：(有) エス・エル・エフ スタッフ：5 名</li> </ul>
<p>②誘致活動・会議出席及び開催</p>	<p>&lt;誘致活動&gt;</p> <p>○TIFFCOM2019 (Japan Content Showcase) 参加 (10/24)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・場所：池袋サンシャインシティ</li> <li>・参加者：観光・映像関係企業、フィルムコミッション関係者</li> <li>・内容：東京国際映画祭と併催のコンテンツマーケット「Japan Contents Showcase2019」TIFFCOM (TV・映画)、TIMM (音楽)、TIAF (アニメ) が合併した国内外の映像制作者と直接打合せが出来るイベント</li> </ul> <p>○「ロケ地マップフェア 2019」への資料閲覧・配布 (10/24～27)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・場所：インテックス大阪</li> <li>・参加者：観光・映像関係企業、フィルムコミッション関係者</li> <li>・内容：世界最大級旅の祭典「ツーリズム EXP02019」内のイベントで、全国各地のロケ地マップの配布等が可能であり、本県からは「こはく」「色づく世界の明日から」「最高の人生の見つけ方」関連マップを計約 300 部提供</li> </ul> <p>○「JFC ロケ地フェア」出展 (1/23)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・場所：VIPO (映像産業振興機構) 事務局</li> <li>・参加者：観光・映像関係企業、フィルムコミッション関係者</li> <li>・内容：ジャパンフィルムコミッション (JFC) 主催の誘致イベントで映像制作担当者・プロデューサー・映画監督が来場するマッチングイベント</li> </ul> <p>&lt;会議出席、開催等&gt;</p> <p>○JFC 地域ブロック (九州ブロック) 研修会参加 (7/23)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・場所：カンファレンス ASC (福岡市)</li> <li>・内容：ドローン研修 (ドローンとその撮影等について) FC 研修 (FC の現状と課題/JL-DB の活用について)</li> </ul> <p>○令和元年度第 1 回 FCNet 九州・山口実務者会議参加 (8/6～7)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・場所：宇部市文化会館 2 階研修ホール</li> <li>・内容：近況報告、事例紹介などの情報共有/松永孝治氏 (NHK)、渋谷紀世子氏 (株白組) をゲストにした座談会/宇部興産関連施設ロケ地視察 (映画「HIGH&amp;LOW「OVER DRIVE」)</li> </ul>



		<p>○令和元年度 JFC 総会および JFC 設立 10 周年記念式参加 (10/9)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・場所：東京国際フォーラム D5</li> <li>・内容：記念シンポジウム、令和元年度 JFC 通常総会、JFC 設立 10 周年記念レセプション</li> </ul> <p>○愛媛国際映画祭登壇 (2/1～2)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・場所：愛媛県庁等</li> <li>・内容：パネルディスカッション登壇、クロージングイベント出席 ※2018 年公開の支援作品「坂道のアポロン」が期間中に上映</li> </ul> <p>○第 15 回 NCC ふるさと CM 大賞審査員 (3/11)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・場所：長崎文化放送大会議室</li> <li>・内容：県内の団体や住民が長崎県内を PR する CM を作成し、優秀作品を長崎文化放送で放送する企画「第 15 回 NCC ふるさと CM 大賞」の審査</li> </ul>
③広報活動		<p>○映画・ドラマ等映像制作者への情報提供</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・長崎県の観光地・ロケ地情報資料を送付 (随時)</li> </ul> <p>○観光ホームページ「ながさき旅ネット」にロケ地紹介ページ及びモデルコース等の Web ページを作成、公開</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・映画「こはく」の Web ページを作成 (6/21 公開)</li> <li>・テレビ CM「じゃらん」の Web ページを作成 (7/1 公開)</li> <li>・映画「最高の人生の見つけ方」の Web ページを作成 (10/11 公開)</li> </ul> <p>○アニメ聖地巡礼アプリ「舞台めぐり」に「色づく世界の明日から」を登録 (11/1)</p> <p>○エキストラ・ボランティアスタッフ登録者にメールマガジン配信</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・登録者約 3,500 名に対し、エキストラ情報や、支援作品の放送予定日などを告知するメールを定期的に配信</li> </ul> <p>○Twitter、Facebook、Instagram を活用した情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・SNS (ソーシャル・ネットワーキング・サービス) のサイトを活用し、エキストラの募集、支援作品の放送予定日の告知、支援した映画やドラマの試写会案内などの情報をほぼ毎日発信</li> </ul> <p>○映画・アニメのロケ地紹介マップ作成</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・映画「こはく」ロケ地マップを 20,000 部作成し、県内劇場やロケ地等に配布</li> <li>・アニメ「色づく世界の明日から」舞台探訪マップを 15,000 部作成しグラバー園、アニメストア等に配布</li> <li>・映画「最高の人生の見つけ方」を 40,000 部作成し、県内劇場やロケ地等に配布</li> </ul> <p>○ロケ地ツアー、舞台探訪さるく、イベントの開催協力 (6/9)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・映画「こはく」ロケ地さるく</li> </ul>

- ・案内者：横尾初喜監督、塩田みう（出演者）
- ・コース：長崎市内各所（瑠璃庵～新地中華街）
- ・参加者：25名 主催：長崎国際観光コンベンション協会
- 映画「最高の人生の見つけ方」ロケ地バスツアー（11/13）
- ・作中に登場する所縁のスポットを巡るバスツアー
- ・コース：長崎駅～伊王島馬込教会～平和公園～ガーデンテラス長崎
- ・参加者：15名 主催：長崎自動車㈱
- アニメ「色づく世界の明日から」ーキミノイクベキトコロ、長崎ートークショー（11/23）
- ・内容：監督・出演声優を交えた制作秘話中心のトークショー
- ・出演：篠原俊哉監督、石原夏織（声優）、本渡 楓（声優）、プロデューサー2名
- ・参加者：650名（うち県外から約500名来場）
- ・主催：㈱プラネット（福岡県のイベント運営会社）
- ・支援：開催にあたっての会場情報の提供、方言指導、SNSでの情報発信、舞台探訪マップの配布等
- アニメ「色づく世界の明日から」舞台探訪さるく（11/24）
- ・コース：グラバー園～鍋冠山～大浦展望公園～祈念坂～石橋電停
- ・参加者：23名（うち半数は県外からの参加者）
- ・主催：長崎国際観光コンベンション協会
- ※悪天候のため途中打ち切りとなったが、令和2年度もコースを変えて開催予定
- 映画市民講座の開催協力
- ・講座名：「映画・テレビで長崎の魅力発信」（9/6・13）
- ・映画やドラマのロケ地となった長崎の魅力について市民講座で紹介
- ・参加者：50名（合計） 主催：長崎市中央公民館
- 長崎さるくガイド「スキルアップ研修」の開催協力（7/25）
- ・長崎国際観光コンベンション協会に所属するさるくガイドを対象に長崎を舞台とした映画・ドラマのロケ地を紹介し、まちあるきの素材として情報提供
- ・参加者：63名 主催：長崎国際観光コンベンション協会
- データ収集・取りまとめ
- ・ロケ候補地の写真（データ）収集
- ・長崎県が舞台の文学作品の収集
- ・長崎の歴史や文化についての情報収集
- ・文化庁が運営する全国ロケ地検索サイト「ジャパン・ロケーション・データ・ベース（通称 JLDB）」に長崎県内のロケ候補地を計150件登録し情報発信（日英表記） ※令和元年度から中国語機能も追加

4. 県民おすすめグルメ店情報発信事業		決算額：1,408千円
<p>観光客の食の満足度向上を図るため、観光のプロに「観光客におすすめしたいグルメ店」を選定してもらい、冊子やWebにより発信する。</p>		
<p>▶観光のプロが観光客におすすめしたい「プレミアムなグルメ店」を投票により選定する「第2回ながさきグルメセレクション」を実施。また、その認定店85店舗を掲載したパンフレット「至福の一皿 ながさきグルメセレクション2020」を作成し、県内の主要な宿泊施設等に配布した。</p>		
(1) 情報発信		
冊子による食の魅力発信	<p>○第2回ながさきグルメセレクション認定店を掲載したパンフレット「至福の一皿 ながさきグルメセレクション2020」の作成</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光のプロ＝県内の宿泊施設や観光施設、交通事業者、市町観光協会、観光ガイド、マスコミなどの企業、団体約500社に対して、観光客におすすめしたい「プレミアムなグルメ店」の投票を依頼し、票数が多かった店舗を選定</li> <li>・規格：タブロイド版、フルカラー16頁</li> <li>【掲載店舗】85店舗</li> <li>【発行部数】7万部</li> <li>【設置場所】県内の主要な宿泊施設や観光施設のほか、各市町観光協会、グルメセレクション認定店、日本橋長崎館など</li> </ul>	

5. 「長崎の宿」品質・おもてなし向上事業		決算額：4,449千円
<p>観光の産業化を図るうえで重要となる宿泊施設の品質・おもてなしの向上に向け、新たに「宿泊施設品質認証制度」を導入するなど、その向上に取り組む事業者を重点的に支援。また、長崎県観光表彰制度を創設し実施するとともに、おもてなし日本一を目指しておもてなし運動を推進する。</p>		
<p>▶改善意欲のある宿泊施設で構成する「宿泊施設グレードアップネットワーク」を23施設で設立（現在は27施設）し、品質向上（サクラクオリティ）や食、人材確保の取組を実施。また、おもてなしを推進するとともに、表彰制度として「長崎県ツーリズムアワード」を創設し1個人・2団体を表彰した。</p>		
(1) サクラクオリティ		
①品質向上	<p>○（一社）観光品質認証協会が主催する観光品質認証制度「サクラクオリティ」導入</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・サクラクオリティ認証取得施設 21施設</li> <li>・楽天トラベルを活用したプロモーション（2/25～3/22）</li> </ul>	
②食	<p>○県物産ブランド推進課と連携して長崎ブランド食材（長崎和牛、長崎とらふぐ、種どり野菜）を活用した観光客への食の取組を実施</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・産地招聘会（10/23）</li> <li>・長崎プレミアムフェア（2/1～29）</li> </ul>	

③人材確保	<p>○県の雇用関係部局と連携して人材確保の取組を実施</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・NAGASAKI しごと未来博への出展（12/7）</li> <li>・長崎短大の就職セミナーへの講師派遣（12/18）</li> <li>・採用力強化勉強会（2/7・10）</li> </ul>																																								
<b>（２）おもてなしの推進</b>																																									
①出前講座	<p>○長崎青年会議所と連携しての小学生向け「出前講座」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・長崎市立土井首小学校：4年生 80名（7/5）</li> <li>・長崎市立女の都小学校：6年生 37名（9/13）</li> <li>・長崎市立小島小学校：6年生 43名（10/25・11/29）</li> </ul> <p>○県政出前講座 1件</p>																																								
②おもてなしワッペン等の配布	<p>○各企業・団体へのおもてなし運動「ワッペン・ステッカー」配布</p> <table border="1" data-bbox="545 712 1406 972"> <thead> <tr> <th></th> <th colspan="2">令和元年度</th> <th colspan="2">累計（平成28年度～）</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">ワッペン</td> <td>&lt;大&gt;</td> <td>36枚</td> <td>&lt;大&gt;</td> <td>1,988枚</td> </tr> <tr> <td>&lt;小&gt;</td> <td>970枚</td> <td>&lt;小&gt;</td> <td>16,921枚</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">ステッカー</td> <td>&lt;内貼&gt;</td> <td>14枚</td> <td>&lt;内貼&gt;</td> <td>3,829枚</td> </tr> <tr> <td>&lt;外貼&gt;</td> <td>9枚</td> <td>&lt;外貼&gt;</td> <td>520枚</td> </tr> </tbody> </table>						令和元年度		累計（平成28年度～）		ワッペン	<大>	36枚	<大>	1,988枚	<小>	970枚	<小>	16,921枚	ステッカー	<内貼>	14枚	<内貼>	3,829枚	<外貼>	9枚	<外貼>	520枚													
	令和元年度		累計（平成28年度～）																																						
ワッペン	<大>	36枚	<大>	1,988枚																																					
	<小>	970枚	<小>	16,921枚																																					
ステッカー	<内貼>	14枚	<内貼>	3,829枚																																					
	<外貼>	9枚	<外貼>	520枚																																					
③周知・啓発	<p>○おもてなしセミナーの開催（10/28）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・演題：CSなくしてESなし 従業員がよるこぶCSづくり</li> <li>・講師：山田 修司氏（㈱リクルートライフスタイル）</li> </ul>																																								
④その他	<p>○ホームページ等からのご意見受付状況</p> <table border="1" data-bbox="545 1218 1426 1585"> <thead> <tr> <th></th> <th>お礼</th> <th>要望</th> <th>苦情</th> <th>情報提供</th> <th>合計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>インターネット (おもてなし目安箱)</td> <td>6</td> <td>8</td> <td>6</td> <td>3</td> <td>23</td> </tr> <tr> <td>はがき・手紙</td> <td>5</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td>11</td> <td>8</td> <td>6</td> <td>3</td> <td>28</td> </tr> <tr> <td>累計（H28.10～）</td> <td>38</td> <td>30</td> <td>40</td> <td>20</td> <td>128</td> </tr> <tr> <td>累計合計に対する比率</td> <td>29.7%</td> <td>23.4%</td> <td>31.3%</td> <td>15.6%</td> <td>100%</td> </tr> </tbody> </table>						お礼	要望	苦情	情報提供	合計	インターネット (おもてなし目安箱)	6	8	6	3	23	はがき・手紙	5	0	0	0	5	合計	11	8	6	3	28	累計（H28.10～）	38	30	40	20	128	累計合計に対する比率	29.7%	23.4%	31.3%	15.6%	100%
	お礼	要望	苦情	情報提供	合計																																				
インターネット (おもてなし目安箱)	6	8	6	3	23																																				
はがき・手紙	5	0	0	0	5																																				
合計	11	8	6	3	28																																				
累計（H28.10～）	38	30	40	20	128																																				
累計合計に対する比率	29.7%	23.4%	31.3%	15.6%	100%																																				
<b>（３）長崎県観光表彰</b>																																									
	<p>○長崎県ツーリズムアワードの開催</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・目的：観光業に携わる方々の取組意欲の喚起や観光立県の推進に向けた県民意識の醸成</li> <li>・日程：8/1～9/6（募集期間）、10/28（表彰式）</li> <li>・応募総数：19団体、個人4名</li> </ul> <p><b>【受賞者】</b></p> <p>グランプリ：NPO法人長崎巡礼センター事務局長 入口 仁志氏 準グランプリ：（一社）雲仙温泉観光協会</p>																																								

**6. 周遊観光スマート化推進事業**

**決算額：22,218千円**

「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」の世界遺産登録に伴い、全国から訪れる多くの観光客が県内に点在する構成資産をスムーズに周遊できる着地型旅行商品の磨き上げを行うとともに、発地において観光客が購入しやすい環境づくり、旅行会社での商品化に向けた働きかけを行う。また、世界遺産めぐりハンドブックの販売や経路検索サービスの提供により、個人客の周遊促進を図る。

→【情報】世界遺産めぐりハンドブックの販売を行い、スタンプラリー達成者9名に記念品を贈呈した。また、ながさき旅ネット内に導入している経路検索ナビゲーションサービス「NAVITIME」は、2月末までの契約期間中に21,574件の利用があった。

→【国内】世界遺産や日本遺産の周遊、露出拡大を目的として、旅行会社の商品造成に支援を行うことで、昨年度よりも多くの商品にて展開することができた。また、旅行会社（関西以西）の商品企画・造成担当者を県内（五島市）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。

○長崎めぐり旅ビューロー商品販売実績

No.	旅行商品等名称	利用者数
1	キリシタン紀行「世界遺産 外海編」	85
2	キリシタン紀行「世界遺産 生月・平戸編」	32
3	キリシタン紀行「大村・諫早編」	2
4	キリシタン紀行「世界遺産 南島原編」	68
5	日本遺産「日本磁器のふるさと」三川内・波佐見編	2
6	日本遺産「佐世保鎮守府」	—
7	当時の音がよみがえる …音浴博物館と世界遺産外海の教会	—
8	当時の音がよみがえる …音浴博物館と池島坑内炭鉱体験	—
合 計		189

(1) 世界遺産等への周遊促進・レポート化

周遊促進

○長崎の世界遺産めぐり「オトナ周楽旅行」ハンドブックの販売  
 ・仕様：B6判、オールカラー108頁  
 ・発行部数：10,000部  
 ・販売価格：800円（消費税別）  
 【累計販売実績】2,094冊（2/29時点）  
 【スタンプラリー実績】金賞5名、銀賞1名、銅賞3名

(2) 着地型旅行商品等の流通促進及び販売促進

長崎めぐり旅ビューローによる展開

○県内現地発着ツアー（長崎めぐり旅・本土版商品）の流通促進  
 ・旅行会社への販売促進（10社30支店）

	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ Google 配信広告にて Web サイトの告知</li> <li>・ SNS (Facebook、Instagram) を活用したプロモーション</li> <li>・ 体験プログラムの新規掲載 (45 商品)</li> <li>・ 長崎めぐり旅ビューローにて造成した商品の販売、手配、決済</li> <li>・ 令和元年度版パンフレット作成</li> <li>・ Web サイトのリニューアル</li> </ul>															
<b>(3) 交通結節点等における情報収集最適化 (経路検索機能の向上)</b>																
情報サービス提供	<p>○経路検索ナビゲーションサービス「NAVITIME」の活用 (4/1~2/29)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 長崎県内を訪問する観光客に対して、公共交通機関等を利用してスムーズにストレスなく目的地に到着してもらうため、各種交通機関の組み合わせ検索が可能な NAVITIME のサービスを提供</li> </ul> <p>【利用実績】 21,574 件 ※月平均 1,961 件/月</p>															
<b>(4) 周遊を促進する旅行商品の造成促進</b>																
① 団体旅行への組み入れ	<p>○世界遺産と日本遺産を行程に組み込んだ旅行商品の造成数</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>発地エリア</th> <th>首都圏</th> <th>関西</th> <th>中部</th> <th>合計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>エスコート/前期</td> <td>4</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>9</td> </tr> <tr> <td>エスコート/後期</td> <td>2</td> <td>2</td> <td>4</td> <td>8</td> </tr> </tbody> </table>	発地エリア	首都圏	関西	中部	合計	エスコート/前期	4	2	3	9	エスコート/後期	2	2	4	8
発地エリア	首都圏	関西	中部	合計												
エスコート/前期	4	2	3	9												
エスコート/後期	2	2	4	8												
② 個人旅行への組み入れ	<p>○現地発着ツアー「長崎めぐり旅」をオプション等とした商品造成数</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>発地エリア</th> <th>首都圏</th> <th>関西</th> <th>中部</th> <th>合計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>フリープラン</td> <td>4</td> <td>7</td> <td>3</td> <td>14</td> </tr> </tbody> </table>	発地エリア	首都圏	関西	中部	合計	フリープラン	4	7	3	14					
発地エリア	首都圏	関西	中部	合計												
フリープラン	4	7	3	14												
<b>(5) 誘致強化対策</b>																
旬観光情報説明会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 五島市において、関西以西の旅行会社 19 社 27 名を招聘し、観光情報説明会を実施 (10/7~8)</li> </ul>															
観光商品素材集の作成	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 県内の売りとなる旅行商品素材の 2020 年上期・下期用冊子を作成し、首都圏、関西圏等での旅行社説明会等で配布</li> </ul>															
<b>(6) ローマ教皇来崎関連</b>																
情報発信	<p>○カトリック新聞を活用した情報発信 (10/27・11/3、50,000 部)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 世界遺産「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」の構成資産の紹介や関連する現地ツアーを紹介 (全 7 段カラー×2 回)</li> </ul> <p>○ローマ教皇が参加するミサで長崎観光ガイドブック等配布 (11/24、長崎県営野球場)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 長崎県観光ガイドマップ「ぶらり長崎」30,000 部配布</li> <li>・ 長崎県観光ガイドブック「ながさき感動たび」30,000 部配布</li> </ul>															

<b>7. ながさきリピーター創出促進事業</b>	<b>決算額 : 5,905 千円</b>
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、「長崎と天草地方	

の潜伏キリシタン関連遺産」の世界遺産登録を機に、より回遊性や再訪性の高い団体の誘客に取り組みなど、長崎ならではの観光素材や人脈を活かし、戦略性の高い誘致活動を実施する。

➡従来から修学旅行での来県が多い関西地区、近年、来県が増加傾向にある中部地区や関東地区を中心にセールス活動を展開した。また、SDGs※の要素を取り入れた新たな体験プログラムを作成した。

現状では、熊本地震を契機に方面変更したままの学校が多いこともあり、修学旅行による延べ宿泊者は熊本地震前の水準まで回復できていない。その一方で、来年度で方面変更の目安である3年目を迎えることや本県への回帰の動きも一部に見られるため、引き続き関係者と連携し本県への誘致を図っていく。

※SDGsとは、17のグローバル目標と169のターゲットから成る国連の持続可能な開発目標

(1) 世界遺産「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」を巡る観光客の誘致

① 団体観光客誘致活動	・平戸観光協会主催ミッション系学校訪問 (1/31～2/3) 25校、旅行会社9社
-------------	--

(2) 長崎だけの学習素材の開発と戦略的な修学・研修旅行の誘致

① 「主体的・対話的で深い学び」対応観光素材創出	・全国修学旅行研究大会参加 (7/26) ・日修協教育旅行シンポジウム参加 (8/22) ・近畿地区中学校修学旅行研究大会参加 (11/15)
② 体験プログラム	長崎県教育旅行体験プログラム改訂版 5,000部作成
③ 修学旅行誘致活動	<p>○学校訪問</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・兵庫・大阪学校訪問 (7/16～18) 185校+カトリック3校</li> <li>・京都・滋賀学校訪問 (9/4～6) 107校+カトリック4校</li> <li>・三重・岐阜学校訪問 (11/20～22) 99校+カトリック2校</li> <li>・横浜・東京学校訪問 (12/4～6) 116校</li> <li>・長野・静岡学校訪問 (新型コロナウイルスのため訪問中止)</li> </ul> <p>○九州観光推進機構事業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・九州観光推進機構修学旅行岡山キャラバン (4/18～19) 学校6校・AGT10社</li> <li>・九州観光推進機構教育旅行素材説明会 大阪 (8/1) 学校26校・AGT38名参加 岐阜 (8/5) 学校7校・AGT34名参加 東京 (8/6) 学校21校・AGT52名参加</li> <li>・九州観光推進機構会員旅行会社招聘 (2/26) AGT21名 結団式 (ホテルオークラ)、無人島視察 (西海市田島)</li> </ul> <p>○招聘事業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・近畿日本ツーリスト北部九州教育旅行担当者 (7/11～12) 8名</li> <li>・JTB教育営業担当者 (9/11～12) 12名</li> <li>・関西学校関係者 (3/20～21) 8名</li> </ul>

	<p><b>○県内各地との連携</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・佐世保観光コンベンション協会主催 福井・石川セールス (6/25～27) 学校 21 校・AGT 8 社</li> <li>・長崎国際観光コンベンション協会主催 首都圏セールス (12/9～13) AGT 26 社</li> <li>・佐世保観光コンベンション協会主催 福山・岡山セールス (2/5～7) 学校 37 校・AGT 6 社</li> <li>・島原半島観光連盟主催 沖縄セールス (2/14～16) 学校 105 校・AGT 16 社</li> </ul>
④熊本県連携事業	・沖縄エージェントセールス (9/18～20) 10 社
<b>(3) コンベンションの誘致</b>	
①誘致活動	・国際コンベンションフォーラム (富山) については新型コロナウイルスの影響により開催中止

<b>8. 長崎県キャンペーン推進事業</b>	<b>決算額 : 37,307 千円</b>
<p>旅行会社・キャリアへのタイアップ支援や宣伝資材の作成、現地視察・研修制度等を設けることで旅行客の誘客を図る。</p>	
<p>➡大型イベントへの出展により多くの方に長崎県の情報を発信することができた。また、対馬対策として旅行会社の招聘事業を対馬で実施することで、伝わっていなかった魅力発掘に繋げることができた。</p> <p>各事業者との連携においては、JR 西日本、JR 九州、NEXCO 西日本等の交通各社とのキャンペーンを実施し、日本旅行、JTB、HIS 等の旅行会社には個別商品の造成や送客キャンペーンを実施し誘客促進を行った。</p>	
<b>(1) PR キャンペーン・ツール等の作成</b>	
①キャンペーン宣伝資材製作	<p><b>○旅行会社や観光 PR イベントに向けた販促ツールを作成し、セールスやイベント参加時に活用</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ウェットティッシュ“光と祈りデザイン” (6,000 個)</li> <li>・ボールペン“青いぜ!デザイン” (1,000 本)</li> <li>・イベント用セイルバナー“2つの世界遺産デザイン”等</li> </ul> <p><b>○各言語での観光パンフレット等の作成・増刷</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・繁体字パンフレット (18,000 部)</li> <li>・簡体字パンフレット (8,000 部)</li> <li>・タイ語版パンフレット (3,000 部)</li> </ul> <p><b>○海外でのセールス時に使用するセールスツールの作成</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・おくんち手ぬぐい (272 枚)</li> <li>・長崎しおり (5,000 枚)</li> <li>・ロゴ入りペン (1,000 個)</li> </ul>



		<p>○国内最大級のロコミグルメサイト「食べログ」を活用した展開 (8/1～2/29)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「食べログ」内に「長崎が味わえるお店」特集ページを掲載し、サイト内で長崎県及び福岡県の店舗を検索しているユーザーに対して特集ページへ誘導</li> </ul> <p><b>【結果】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・長崎県ページ：1,180,545 インプレッション、2,634 クリック クリック率 0.22%</li> <li>・福岡県ページ：1,432,250 インプレッション、1,357 クリック クリック率 0.09%</li> </ul> <p>○2018年版「ながさき県民が選んだグルメ店 100」のパンフレットを 5,000 部増刷</p>
<b>(2) 全国誘客イベント</b>		
①主なイベント	<p>○イベント出展</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・全国ふるさと県人会まつり（9月、名古屋、約 16 万名来場）</li> <li>・ツーリズム EXPO ジャパン（10月、大阪、約 15 万名来場）</li> </ul>	
<b>(3) 県内観光素材現地視察研修</b>		
①テーマ型観光研修・視察研修	<p>○旅行会社企画担当者によるモニターツアー実施 対馬 2泊3日 で実施（2月） AGT 13 社 18 名参加</p>	
②AGT 招聘現地視察・会議誘致支援	<p>○旅行会社等の現地視察の誘致（支援） 利用実績：3 社 67 名</p>	
<b>(4) エージェント・キャリアタイアップ支援</b>		
①大型キャンペーン支援	<p>○キャンペーン支援による誘客</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・JR 西日本「リメンバー九州」（4～3月） <b>【実績】</b> 25,968 名</li> <li>・日本旅行赤い風船「和華蘭 長崎キャンペーン」（9～3月） <b>【実績】</b> 25,442 名</li> <li>・エイチ・アイ・エス FDA チャーター（12～1月） <b>【実績】</b> 1,160 名</li> <li>・JTB 長崎送客キャンペーン（関西／9～3月） <b>【実績】</b> 492 名</li> <li>・JR 九州「食の祭典佐賀&amp;長崎」キャンペーン（12～3月）</li> </ul> <p>※関連イベントを博多駅前広場にて実施（2/1～2） 約 1 万名来場</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・NEXCO 西日本 お国じまんカードラリー（4～1月）</li> </ul>	

② 冬季閑散期対策事業	○大都市圏旅行会社店頭 長崎ランタン装飾キャンペーン ・誘客を目的として東北・首都圏・中部・関西・中国地区の旅行会社 166 店舗参加
-------------	--

<b>9. 広域観光共同宣伝事業</b>		<b>決算額：8,374 千円</b>
広域エリアで連携した共同事業を行う。		
⇒昨年度に引き続き北海道旅行博への出展を行った。また、今年度新たに、北海道を発地とした3県（長崎・熊本・大分）周遊旅行商品の造成を行い、北海道から本県への誘客を行ったものの、新型コロナウイルスの影響もあり、当該旅行商品の利用者は10名にとどまった。		
<b>（1）九州横断3県連携協議会</b>		
連携事業	<p>＜国内＞</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・北海道旅行博出展（11/3～4）入場者 24,296 名（前年度比+58%）</li> <li>・北海道を発地とした3県周遊旅行商品造成 「長崎・熊本・大分いいとこどり九州4日間」</li> </ul> <p>【実績】利用者 10 名</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・3県周遊旅行商品造成を目的とした旅行社招聘</li> </ul> <p>【実績】阪急交通社造成担当者 3 名</p> <p>＜海外＞</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・香港市場向けに、レンタカー利用を目的とした Facebook 上での情報発信を実施（11～3月）</li> </ul> <p>①レンタカーマップの作成 3県を連携させたドライブルートを合計9コース作成し、Facebook 上にて発信</p> <p>②情報発信・閲覧誘導等 Facebook 上にて、実施期間内に30回の定期配信を実施</p> <p>【配信結果】ページいいね数：2,392名、リーチ数：198,873名</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・タイ市場における体験型コンテンツの情報発信を実施するためのライター招聘</li> </ul>	
<b>（2）日本観光振興協会連携事業</b>		
負担金事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・日本観光振興協会への拠出</li> <li>・春の大観光展（2/20～22、イオンモール広島府中）</li> </ul>	

<b>10. しま旅滞在促進事業</b>		<b>決算額：327,892 千円</b>
宿泊・交通のパッケージ商品にしまの体験プランを加えた旅行商品及びしまの体験プランに利用できるクーポン券がセットになった企画乗船券・航空券の造成・販売の支援を行う。		
＜9月補正＞ローマ教皇の長崎訪問を絶好の機会と捉え、本県離島部の認知度向上やしま旅の需要を喚起するために、全国ネットの情報番組による放送やICTを活用しターゲットを絞った一般		

消費者に対する離島の魅力を紹介する動画を放映する。

⇒しま旅や企画乗船券・航空券の利用による島での延べ泊数が2倍超になるなど、島での滞在型観光の推進に繋がった。

全国ネットの知名度の高いテレビ番組を2本誘致するとともに、離島の魅力を紹介したプロモーション動画を首都圏、東海圏、大阪圏、福岡都市圏に配信し、再生回数は12,042,839回を数えた。

(1) 離島滞在型旅行商品の開発支援

①旅行商品助成

- ・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」への新たな支援
- ・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・着地型旅行商品の充実・点検

○しま旅商品の実績

エリア	延べ泊数	体験プログラム数
対馬市	10,549	28
壱岐市	18,590	22
五島市	16,213	32
新上五島町	3,525	14
小値賀町	12	10
宇久町	0	9
計	48,889	115
目標数	55,318	
達成率	88%	

②企画乗船券／航空券

○企画乗船券・航空券の実績

エリア	企画乗船券	企画航空券	計	体験プログラム数
対馬市	214	33	247	24
壱岐市	1,831	4	1,835	20
五島市	1,037	35	1,072	37
新上五島町	743	—	743	38
小値賀町	130	—	130	11
宇久町	69	—	69	17
計	4,024	72	4,096	147
目標数	3,500	300	3,800	
達成率	115%	24%	107.8%	

## (2) 離島誘客プロモーション

### 企画乗船券・企画航空券プロモーション

#### ○宣伝資材の製作

##### 「わくわく乗船券」宣伝資材の作成

- ・パンフレット (A3 二つ折り、67,000 部)
- ・三角 POP スタンド (500 部) ・シール (100 枚)
- ・ポスター (B2、250 部)

##### 「わくわく航空券」宣伝資材の作成

- ・チラシ (A4 両面カラー、3,000 部)
- ・ポスター (B2、50 部)

##### 「ながさき旅ネット」特集ページ作成 (4/19～2/29 掲載) ※4/25 発売

- ・セッション 131,053 名、ページビュー167,342
- ・ページ滞在時間 1 分 28 秒

##### 「わくわく乗船券」の魅力を紹介する 60 秒動画作成

#### ○マスメディアを活用した情報発信

##### プレスリリース配信サービス「PRTIMES」の活用

- ・4/19、300 媒体に配信 (新聞・雑誌・Web)

##### **【記事掲載】**42 媒体に記事掲載された

##### ガイドブック「るるぶ長崎」を活用した情報発信 (5/15)

- ・発行部数：123,000 部
- ・長崎しま旅わくわく乗船券・航空券をカラー見開き 2 頁で紹介

##### 長崎新聞を活用した情報発信 (4/20、25 掲載)

- ・発行部数：約 173,000 部
- ・わくわく乗船券・航空券の発売告知
- ・本紙テレビ面ぶら下がり広告 (ﾀﾞｲ 13 cm×ｺﾞｺ 3.5 cm)
- ・本紙 10 段カラー ・本紙記事内 (ﾀﾞｲ 3.2 cm×ｺﾞｺ 7 cm)
- ・NR 本紙 4 段カラー

##### 西日本新聞を活用した情報発信 (4/22、25 掲載)

- ・発行部数：638,865 部 (九州ブロック)
- ・わくわく乗船券・航空券の発売告知
- ・本紙テレビ面 (ﾀﾞｲ 8.8 mm×ｺﾞｺ 6.8 mm)
- ・本紙 15 段全面広告

##### タウン誌「ながさきプレス」を活用した情報発信 (6/27)

- ・発行部数：30,000 部
- ・わくわく乗船券の紹介と五島市の体験を 4 頁で紹介

##### ガイドブック「関西ファミリーウォーカー」を活用した情報発信 (6/25)

- ・発行部数：50,000 部
- ・わくわく乗船券・航空券をカラー見開き 2 頁で紹介

##### ガイドブック「パパママウォーカー九州」を活用した情報発信 (6/28)

- ・発行部数：50,000部
- ・わくわく乗船券・航空券をカラー見開き2頁で紹介  
シティ情報「ふくおか」を活用した情報発信（7/20）
- ・発行部数：50,000部
- ・新上五島町をカラー4頁で紹介  
シティ情報「くまもと」を活用した情報発信（6/25）
- ・発行部数：35,000部
- ・新上五島町をカラー4頁で紹介  
テレビ長崎（KTN）を活用した展開
- ①「ヨジマル！」わくわく乗船券キャラバン（7/22～26、15:50～）
  - ・7/22 五島市、7/23 対馬市、7/24 壱岐市、7/25 新上五島町、7/26 小値賀・宇久を紹介
- ②ミニ番組「冒険する長崎プロジェクト」（7/17・24、20:54～）
  - ・草木染め体験（五島市）、塩づくり体験（五島市）
- ③天気フィラーで島の体験を紹介（7～8月）
  - ・2ヶ月で60秒素材40回、45秒素材10回放送  
街頭ビジョンで60秒PR動画を放映（7～8月、1,240回放送）
  - ・場所：タウンビジョン赤迫 ・規格：200インチビジョン  
テレビ西日本（TNC）情報番組「ももち浜DXストア」（7/28、6:30～）
  - ・わくわく乗船券を使った対馬の旅を紹介  
TNC 夏祭りブース出展（7/27～28、10:00～18:00）
  - ・場所：TNC 放送会館及び福岡タワー周辺エリア  
長崎文化放送（NCC）を活用した展開
  - ①テレビ15秒スポットCMを放送（6/26～8/31）
    - ・ちんねん氏を起用し、168本放送
  - ②情報番組「トコサタ」で放送（9:30～）
    - ・7/13 新上五島町、7/20 壱岐市、8/17 五島市、8/24 小値賀町を紹介  
情報番組「もり★スタ」で60秒告知（8/2・3、8/22）
    - ・内容わくわく乗船券の紹介  
九州朝日放送（KBC）情報番組「ドオーモ」で放送
    - ・壱岐市の紹介（7/11、24:35～）
    - ・タレント岡本啓氏と斎藤ふみ氏が「この夏の思い出」と題して五島市と壱岐市を紹介（9/17、24:50～）  
九州朝日放送・情報番組「アサデス。九州・山口」（8/19、9:55～）
    - ・わくわく乗船券を使った小値賀の旅を紹介 ※9/23再放送  
JR長崎駅前「かもめ広場」ビジョンの活用（7/1～8/4）
    - ・15秒CMを936本放送

ジェイコム番組「TOGGYの清く正しくテキトーチャンネル」

(7/1～31、月一金 15 時～25 分間、土日 18 時～25 分間)

- ・福岡で人気タレント TOGGY がナビゲーターとして、わくわく乗船券を使った壱岐の旅を紹介

情報誌「財界九州」広告掲載 (7/20、42,000 部)

- ・「わくわく航空券」の広告掲載 (カラー 1 頁)

毎日新聞を活用した情報発信 (1/3、460,869 部)

- ・紀行文形式で対馬の魅力を発信 (全 10 段) し、あわせて「長崎しま旅わくわく乗船券」や「行っ得! つしま」宿泊割引キャンペーンを紹介 (全 5 段)

朝日新聞を活用した情報発信 (1/11、475,059 部)

- ・対馬の魅力を記事風に紹介 (全 10 段) し、あわせて「長崎しま旅わくわく乗船券」や「行っ得! つしま」宿泊割引キャンペーンを紹介 (全 5 段)

**○タイアップ**

福利厚生サービス「リロクラブ」とのタイアップ (6/14～9/30)

- ・「わくわく乗船券」の認知及び利用促進のためにリロクラブが保有する会員向けに宿泊補助キャンペーンを実施
- ・会員誌「FUN 6 月号」(発行部数 120 万部) に「わくわく乗船券」等を 2 頁で紹介
- ・会員専用ホームページに「長崎の島」特集ページを作成
- ・福利厚生クラブメルマガ会員に配信 (50 万通)
- ・クラブオフ・ふるむな倶楽部メルマガ会員に配信 (80 万通)
- ・長崎県の離島宿泊者に対して一人あたり 5,000 円分の宿泊補助券を先着 400 枚配布 (先方負担)

【利用実績】271 人泊

西鉄旅行天神支店とのタイアップ (7/1～31)

- ・店頭で「わくわく乗船券」の集中販売キャンペーンを実施
- ・店舗内のモニター 4 台による「わくわく乗船券」の動画の放映
- ・店舗内にポスター及びパンフレットを設置

JR 西日本とのタイアップ (12/6～1/31)

- ・「スーパー早得きっぷ」と「わくわく乗船券」の利用促進を目的に JR 西日本が保有する媒体を活用し告知
- ・大阪、京都、神戸エリアの普通電車・快速電車内に中吊り広告を実施 (約 3,100 車両に掲出 = 1 車両に 1 枚)
- ・ホームページ「JR おでかけネット」内に長崎の各島の特集ページを作成し情報発信を実施

**○旅行予約サイト等を活用した情報発信**

旅行予約サイト「じゃらん net」を活用し「わくわく航空券」のプロモーションを実施 (4/22～2/29)

- ・往復航空券と宿泊がセットになったダイナミックパッケージで、現地の体験プログラム利用者へ、遊び体験電子クーポンを配布
- ・「わくわく航空券」の紹介ページと対馬、壱岐、五島を紹介した特集ページを作成し「じゃらん net」内に公開
- ・「じゃらん net」内の「ふるさとキャンペーン&お得クーポン」紹介ページに長崎の島特集ページへの誘導導線を作成

「わくわく乗船券」のプロモーション用 60 秒動画を作成し、ICT を活用した情報発信を実施 (7/25～8/24)

- ・Web 媒体「スマートニュース」に掲載し誘導を図る

**【成果】** インプレッション数 4,134,807、クリック数 20,798

クリック率 0.5% (一般的な数値は 0.1%)

ページ/セッション 4.48PV

「わくわく乗船券」「わくわく航空券」の特集 Web ページへの誘導

(6/28～9/17)

- ・検索連動型広告 (Google) を実施し、長崎しま旅の見込み客を特集 Web ページへ誘導

**【成果】** インプレッション数 860,748、クリック数 18,743

クリック率 2.18%、ページ/セッション 5.13PV

ディスプレイ広告 (7/25～9/4)

- ・ディスプレイ広告を実施し、長崎しま旅の見込み客を特集 Web ページへ誘導

**【成果】** インプレッション数 3,653,892、クリック数 3,460

クリック率 0.09%、ページ/セッション 4.12 PV

## ○その他

ベイサイドプレイス博多で看板掲出 (4/20～2/29)

- ・「長崎しま旅わくわく乗船券」のポスターを掲出

1 階西側出入口 2 箇所にポスター掲出

1 階待合所にポスター掲出 (電照掲示板)

博多埠頭観光案内版で紹介

ハウステンボス会員誌に「長崎しま旅わくわく乗船券」のパンフレットを封入 (7/11 配布)

**【配布エリア】** 福岡県 1,943 世帯、佐賀県 3,060 世帯

長崎市内 3,256 世帯 計 8,259 部

福岡医師会の会員誌「医協ニュース」 (8/下旬配布、約 1,350 部発行)

- ・「長崎しま旅わくわく航空券」の紹介 (カラー 1 頁)

### ○ダイレクトメールによる集客

- ・しま旅商品を取り扱う旅行会社が実施するダイレクトメール (DM) を活用し、関東、中部、近畿、四国地方から集客

【DM 発送部数】 阪急交通社 73,700 部

読売旅行 30,000 部

クラブツーリズム関西 990,000 部

－ 9 月補正－

### ○全国の情報番組等の誘致

旅番組「わがまま！気まま！旅気分」(BS フジ) を活用した情報発信

- ・放送日：1/25、6：00～6：55 (BS フジ)

1/28、19：00～19：54 (KTN)

※フジ系列 (九州ブロック) でそれぞれ放送

- ・旅のナビゲーター照英氏が壱岐・対馬の魅力を紹介

情報番組「マチコミ」(テレビ埼玉) を活用した情報発信

- ・放送日：12/18～19、16：30～17：00 2 日間連続放送

- ・タレント松井咲子氏 (元 AKB48) が五島市、新上五島町の魅力紹介

情報番組「イマなまっ！」(中国放送) を活用した情報発信

- ・放送日：11/22・29 の 2 週連続放送 (放送時間 25 分)

- ・「旅する特命観光課」の伊藤平レポーターが番組の特命を受けて対馬市を密着取材

旅番組「遠くへ行きたい」(日本テレビ) を活用した情報発信

- ・放送日：1/19、17：00～17：30 (NIB)

- ・女優の鶴田真由氏が長崎市内と小値賀町の魅力を紹介

情報番組「ノンストップ」(フジテレビ) を活用した情報発信

- ・放送日：2/24 (放送時間約 30 分)

- ・タレント鈴木あきえ氏が五島市の魅力を紹介

情報番組「ヒルナンデス」(日本テレビ) を活用した情報発信

- ・放送日：3/13

- ・タレント久本雅美氏が壱岐市の魅力を紹介

### ○ICT を活用した動画プロモーションの展開

- ・国境離島地域 (壱岐・対馬・五島列島) のそれぞれのプロモーションイメージ動画 (40 秒) を大都市圏の一般消費者にインターネットを介して訴求し、需要喚起を実施

【配信エリア】 首都圏、名古屋、大阪、広島、福岡、長崎

【ターゲット層】 離島への旅行に関心がある層



**【結 果】**

媒体名	動画再生回数	再生完了数	完了率
Vism	20,739	3,005	14.5%
Youtube	1,886,305	901,019	47.8%
Smart NEWS	9,853,003	147,191	1.5%
Facebook	282,792	15,157	5.4%
計	12,042,839	1,066,372	8.9%

**○体験専門誌などの活用**

・Webサイト「みんなのゴルフダイジェスト」トップページで長崎しま旅・わくわく航空券の紹介（1/10～2/9）

**【結 果】**

デバイス	インプレッション	クリック	クリック率
スマートフォン	1,590,702	12,098	0.76%
パソコン	984,246	2,590	0.26%
計	2,574,948	14,688	0.57%

**<対馬観光誘客対策プロモーション>****○宣伝資材の作成**

「行っ得！つしま」宿泊割引キャンペーンの宣伝資材を作成

- ・チラシ（20,000部、A4両面印刷）
- ・ポスター（100部、B2サイズ）

「ながさき旅ネット」に特集ページ公開（10/25～2/29）

**【アクセス数】**

・訪問数 21,711名 ・ページ数 27,360 PV ・滞在時間 2分 41秒

**○マスメディアを活用した展開**

プレスリリース配信サービス「PRTIMES」活用（10/25）

- ・300媒体に配信（新聞・雑誌・Web）
- ・38媒体に記事掲載

日本経済新聞を活用した情報発信（11/22、80,000部）

- ・「行っ得！つしま」宿泊割引キャンペーン及び「わくわく乗船券」の告知を実施（全5段カラー）

読売新聞を活用した情報発信（11/5 西部朝刊、725,583部）

- ・作家中山智幸氏による紀行文を掲載し、あわせて「行っ得！つしま」宿泊割引キャンペーンの告知を実施（全10段）

「行っ得！つしま」宿泊割引キャンペーン 15秒テレビCM

- ・長崎民放4局と福岡民放2局に放送（11/20～1/10）

・テレビ長崎 230 本／長崎文化放送 200 本／長崎放送 130 本／  
長崎国際テレビ 100 本 <計 660 本>

・テレビ西日本 47 本／福岡放送 46 本

#### ○情報番組を活用した情報発信

・情報番組を通じて「行っ得！つしま」の宿泊割引キャンペーンや対馬の魅力を紹介

テレビ長崎「ヨジマル！」で放送 (12/17)

・上対馬を紹介

長崎文化放送「ひるドキ！！」で放送 (12/6)

・下対馬を紹介

長崎放送「あっぷる」で放送 (12/10)

・下対馬を紹介

テレビ西日本「もち浜特報ライブ」で放送 (11/25)

福岡放送「めんたいワイド」で放送 (12/12)

#### ○旅行雑誌「るるぶ FREE」を活用した情報発信 (12/15、100,000 部)

・「行っ得！つしま」宿泊割引キャンペーンを、中面カラー 1 頁で紹介

#### ○情報誌「リーク」を活用した情報発信 (12/20、38,000 部)

・対馬ならではの歴史やスポット、グルメなどを 4 頁紹介し、配布用に 5,000 部抜き刷り

#### ○KBC ラジオを活用した情報発信 (1/1～14)

・「行っ得！つしま」宿泊割引キャンペーンを紹介

・20 秒フリースポット 40 本

・ラジオ番組内での 60 秒原稿読み (2 回)

・「行っ得！つしま」キャンペーンチラシを 1,000 枚配布

#### ○西日本新聞を活用した情報発信 (1/1・18、638,865 部)

・「行っ得！つしま」宿泊割引キャンペーンを全 5 段カラーで 2 回告知

#### ○福岡長崎県人会令和 2 年版会報誌「崎友」を活用した情報発信

・「行っ得！つしま」宿泊割引キャンペーンの告知をカラー 1 頁で紹介

#### ○対馬観光キャラバンの実施

対馬観光メディアキャラバンの実施 (東京・大阪・福岡)

・媒体各社に訪問し、対馬の魅力や「行っ得！つしま」宿泊割引キャンペーンの実施などを紹介し記事化を図った

・11/12～14、東京 6 社・大阪 4 社訪問 →14 媒体に記事紹介

・12/2～3、福岡の新聞社 4 社訪問 →4 媒体に記事紹介

#### ○旅行予約サイトを活用した展開

・宿泊割引クーポン 3,000 円、6,000 円、9,000 円の 3 種類を提供し、サイト内のプロモーションからクーポン配布・管理・精算までの一連の流れを実施

		<p><u>旅行予約サイト「じゃらん net」の活用</u> (11/1～2/29)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・対馬特集ページを作成し「じゃらん net」内に公開</li> <li>・キャンペーン&amp;お得クーポンサイトにバナー掲載し、対馬特集ページへ誘導</li> <li>・雑誌「じゃらん九州 2月号」にカラー 2 頁で対馬を紹介</li> </ul> <p><u>旅行予約サイト「楽天トラベル」の活用</u> (11/1～2/29)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・対馬特集ページを作成し「楽天トラベル」内に公開</li> <li>・トップページ、九州エリアページ、長崎エリアページにバナーを掲載し、対馬特集ページへ誘導</li> </ul> <p><b>○その他</b></p> <p><u>屋外大型ビジョンを活用した情報発信</u></p> <p>「行っ得！つしま」宿泊割引キャンペーン 15 秒 CM を放映</p> <p>①JR 長崎駅かもめビジョンで放映 (11/25～1/12)</p> <p>【放映回数】 1,909 本</p> <p>②JR 博多シティビジョン (11/25～12/25)</p> <p>【放送回数】 2,335 本</p> <p><u>ICT を活用した情報発信</u></p> <p>①Yahoo! ブランドパネルビジョン (11/29～12/28、動画掲載)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・対象者：県内在住 35 歳以上の女性及び福岡市内在住</li> </ul> <p>【結 果】 220,688 インプレッション、クリック 1,324、クリック率 0.6%</p> <p>②リンクビデオアド (11/29～12/28、SNS タイムライン上に動画配信)</p> <p>【結 果】 396,135 インプレッション、クリック 234、クリック率 0.06%</p> <p><u>シネアドを活用した情報発信</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・映画「アナと雪の女王 2」に「行っ得！つしま」宿泊割引キャンペーン 15 秒 CM を放映 (12/6～19、T・ジョイ博多、ユナイテッド・シネマ長崎、TOHO シネマズ長崎)</li> </ul> <p>【入館数】 20,833 人</p> <p>【放送回数】 約 420 本 (1 スクリーン 10 本/日×14 日)</p> <p><b>○ダイレクトメールによる集客</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・しま旅商品を取り扱う旅行会社が実施するダイレクトメールを活用し、近畿、九州・山口地方から集客</li> </ul> <p>【DM 発送部数】 阪急交通社 65,000 部、第一観光 60,000 部</p>
<b>(3) インバウンド対策</b>		
		<p><b>○対馬旅行商品造成支援及び情報発信</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ITF 旅行博 (台湾) での対馬の情報発信。チラシ配布、ライオントラベルブースモニターでの放映 (10/30～11/2)</li> <li>・ライオントラベル Facebook ほか、各種 SNS での情報発信</li> <li>・旅行会社及びメディア社員による対馬への視察</li> </ul>

		<p>○福岡滞在中の FIT 向け情報発信（11～3月）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・福岡空港国際線ターミナル内「ツーリストインフォメーションセンター福岡空港」における繁体字、英語のポスター、パンフレットの設置（パンフレット配布合計部数：700部）</li> <li>・同センタースタッフの対馬視察、視察に基づくスタッフによる積極的な案内の実施</li> </ul> <p>○在釜山外国人向け対馬観光 PR、旅行商品造成支援</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・釜山所在の旅行会社とのタイアップによる英語商品の造成 【造成商品数】3商品（販売期間：11～3月） 【送客実績】68名</li> <li>・英字新聞（KOREA TIMES）への記事掲載1回、広告掲載4回、バナー広告4週間掲載</li> <li>・対馬の情報を掲載するとともに、旅行商品への誘導による、対馬への送客を促進</li> </ul> <p>①紙面広告</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・対馬の代表的な素材を写真にて紹介し、認知度の底上げを図る内容とし、読者が更なる情報を見られるよう、対馬観光物産協会作成の英語版観光 Web サイトへの誘導を促進（2/7・14）</li> <li>・韓国旅行会社とのタイアップにて造成した対馬の英語商品 Web サイトを紹介するとともに Web に誘導し、送客を促進（2/17・21）</li> </ul> <p>②KOREA TIMES Web 版バナー広告</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・2月から6週間、対馬観光物産協会の英語版観光 Web サイトのリンクを掲載し、同サイトへの誘導を実施</li> </ul>
--	--	--

<p><b>11. しま旅グレードアップ事業</b></p>	<p><b>決算額：83,032千円</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。</p>	
<p>➡県内現地発着型のツアー「長崎めぐり旅」離島版造成商品の流通促進を強化、及びブラッシュアップを行い、しま旅商品の強化を図った。</p>	
<p><b>（1）着地型旅行商品の造成・販売促進</b></p>	
<p><b>①着地型商品の流通</b></p>	<p>○県内現地発着ツアー（長崎めぐり旅／離島版商品）の流通促進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・旅行会社への販売促進（10社30支店）</li> <li>・Web サイトにて特集記事（五島列島／長崎発着商品）作成</li> <li>・Google 配信広告にて Web サイトの告知</li> <li>・SNS（Facebook、Instagram）を活用したプロモーション</li> <li>・体験プログラムの新規掲載（45商品）</li> <li>・めぐり旅にて造成した商品の販売、手配、決済</li> <li>・令和元年度版パンフレット作成</li> <li>・Web サイトのリニューアル</li> </ul>

○長崎めぐり旅ビューロー商品販売実績（令和元年度）

NO	旅行商品等名称	利用実績
1	キリシタン紀行「福江島編」	37
2	キリシタン紀行「世界遺産 野崎島編」	4
3	五島列島日帰りの旅 世界遺産 頭ヶ島集落と キリシタン洞窟クルージング	198
4	日本遺産「国境の島」上五島編	—
5	日本遺産「国境の島」壱岐島編	8
6	神々の島「壱岐」神秘のパワースポットめぐり旅	12
7	日本遺産「国境の島」対馬編	16
8	大自然が残る島「対馬」やまねこと国境体感めぐり旅	—
合 計		275

（2）世界遺産巡礼ツアー招聘

企画乗船券プロモーション

- ・カトリック教徒が多い市場（主に、韓国、フィリピン）から、離島への巡礼ツアーを誘致
- ・BtoB、BtoC 向け各種商談会、観光展等において、参加者に対して離島の巡礼コンテンツを中心としたPRを実施

<韓国市場>

JNTO 主催「VISIT JAPAN 韓国市場相談会・商談会」（6/5、ソウル）

韓国側全体参加者数：87社、うち8社13名との商談

海外誘致部会1団体と参加

ハナツアー旅行博覧会（6/7～8、ソウル）

- ・海外誘致部会1団体と参加、来場者数約9万名

九州観光推進機構主催商談会・説明会（8/21、ソウル）

- ・海外誘致部会2団体と参加

→韓国側全体参加数：53社104名、うち8社8名とマッチング商談

日韓交流おまつり（9/18、来場者数約6万名）

釜山国際観光展（9/5～8、来場者数85,578名）

○セールス（5・6・8・9・10月）

<韓国市場>

- ・セールス先：64社（ソウル特別市、釜山広域市）
- ・目的：巡礼をフックとした本県離島エリアへの商品、インセンティブ商品等造成のためのPR

<フィリピン市場>

- ・Travel Madness Expo への出展（7/4～7）
- ・九州観光説明会 in マニラ・セブへの参加（10/8）
- ・巡礼をフックとした学校交流に向けての学校個別訪問及び関係旅行社

	<p>等訪問（10/7～9、学校2校・旅行会社3社）</p> <p>・巡礼パンフレット作成（11月、3,000部）</p>
--	---

**（3）交通アクセス情報整備**

	<p>○2次交通アクセスに課題を抱える離島地域において、島外からの交通アクセス情報を整備し Googlemap の経路検索へ反映させることで利便性の向上を促進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・交通事業者から港や停留所の住所情報及び系統別の時刻データを Google 指定の「GTFS データ」に変換し Google へ提供。Googlemap の経路検索に交通アクセス情報が反映される予定</li> <li>・交通事業者対象の説明会実施（10/8～11）</li> </ul> <p>【参加事業者】42社（バス12・船30）</p>
--	--

**（4）交通アクセス情報活用**

	<ul style="list-style-type: none"> <li>・Google が提供している Googlemap ストリートビューについて、画像の掲載がない地域を撮影・公開し、島の情報を充実させることで来島の動機付けや需要喚起の促進</li> </ul> <p>【撮影地域】</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>市町名</th> <th>島名</th> <th>撮影地</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>五島市</td> <td>久賀島</td> <td>島内全域</td> </tr> <tr> <td>佐世保市</td> <td>宇久島</td> <td>島内全域</td> </tr> <tr> <td>小値賀町</td> <td>小値賀島・斑島</td> <td>島内全域</td> </tr> <tr> <td>小値賀町</td> <td>野崎島</td> <td>島の北部から王位石まで</td> </tr> <tr> <td>西海市</td> <td>平島・江島</td> <td>島内全域</td> </tr> <tr> <td>五島市</td> <td>枕島・嵯峨島</td> <td>島内全域</td> </tr> <tr> <td>壱岐市</td> <td>大島・長島・原島</td> <td>島内全域</td> </tr> <tr> <td>対馬市</td> <td>対馬</td> <td>           &lt;ルート撮影&gt;            白嶽、御岳、金田城跡、清水山のトレッキングコース            &lt;スポット撮影&gt;            展望台公園 13 / 海水浴場 5 / キャンプ場 5 / 神社・寺 7 / 史跡 9 / ふれあい処 1 合計 40 箇所         </td> </tr> </tbody> </table>	市町名	島名	撮影地	五島市	久賀島	島内全域	佐世保市	宇久島	島内全域	小値賀町	小値賀島・斑島	島内全域	小値賀町	野崎島	島の北部から王位石まで	西海市	平島・江島	島内全域	五島市	枕島・嵯峨島	島内全域	壱岐市	大島・長島・原島	島内全域	対馬市	対馬	<ルート撮影> 白嶽、御岳、金田城跡、清水山のトレッキングコース <スポット撮影> 展望台公園 13 / 海水浴場 5 / キャンプ場 5 / 神社・寺 7 / 史跡 9 / ふれあい処 1 合計 40 箇所
市町名	島名	撮影地																										
五島市	久賀島	島内全域																										
佐世保市	宇久島	島内全域																										
小値賀町	小値賀島・斑島	島内全域																										
小値賀町	野崎島	島の北部から王位石まで																										
西海市	平島・江島	島内全域																										
五島市	枕島・嵯峨島	島内全域																										
壱岐市	大島・長島・原島	島内全域																										
対馬市	対馬	<ルート撮影> 白嶽、御岳、金田城跡、清水山のトレッキングコース <スポット撮影> 展望台公園 13 / 海水浴場 5 / キャンプ場 5 / 神社・寺 7 / 史跡 9 / ふれあい処 1 合計 40 箇所																										

**（5）しま旅情報発信**

	<p>○離島地域（壱岐・対馬・五島列島）のプロモーション用動画を作成</p> <p>【紹介地域】五島市、新上五島町、小値賀町、佐世保市宇久町 壱岐市、対馬市の6地域（12/25公開）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・各島の魅力を紹介したプロモーション動画を作成（100秒と40秒の2種類を各島それぞれに作成）</li> </ul>
--	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>・各島の体験動画をそれぞれ4種類作成（6島×4種類）</li> <li>・6島のオムニバス動画（120秒）を作成</li> <li>・スペシャル動画サイトの作成</li> </ul>
<b>（6）ポータルサイト構築</b>	
	<p>○離島地域（<b>壱岐・対馬・五島列島</b>）の特設サイト全面リニューアル （3/30公開）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・デザイン及びシステム変更</li> <li>・新規コンテンツの追加</li> <li>・離島アクセスページの充実</li> <li>・レスポンシブウェブデザイン形式によるスマートフォン最適化</li> <li>・CMSの刷新（更新作業の内製化）</li> </ul>
<b>（7）インバウンド市場誘客推進</b>	
巡礼ツアー推進	<p>○リピーター率の高い地域（<b>香港・台湾</b>）からの離島誘客促進（情報発信）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・台湾向けに離島地域の「一人旅」をテーマとした動画の作成（壱岐、対馬、五島、新上五島・合計7本）及びITF旅行博での上映・プロモーションの実施</li> <li>・フランス、スペイン旅行社へのセールスレップ活動支援、および米国のEducational Travel Consortiumでのプロモーション活動支援を実施</li> </ul> <p><b>【実績】</b> フランス：4社訪問（テラーメイド大手旅行社）  <span style="padding-left: 2em;">スペイン：4社訪問（テラーメイド大手1社、中堅3社）</span>  <span style="padding-left: 2em;">米国：展示会「Educational Travel Consortium」（2/3～2/6）に出展し五島コンテンツの紹介を行うとともに、12社と商談を実施（募集型3社・テラーメイド9社）</span></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・台北長崎県観光素材説明会及びツーリズムEXPO JAPAN 出展（10月）</li> </ul> <p><b>【説明会来場者数】</b> 旅行社32社41名、メディア・航空会社4社4名</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・康福旅行社との離島プロモーションタイアップ及び商品造成の実施（1～3月）</li> </ul> <p><b>【実績】</b> 壱岐一日ツアー商品の作成、MRT地下鉄ライトボックス広告  <span style="padding-left: 2em;">長崎離島特集ページの作成、Googleバナー広告</span>  <span style="padding-left: 2em;">LINE TODAYバナー広告、可楽旅行BtoCサイトバナー広告</span></p>
<b>（8）情報発信</b>	
	<p>○国内向け情報発信</p> <p>雑誌「サライ」を活用した情報発信（9/10、128,667部）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・潜伏キリシタンの歴史と五島に点在する教会や島のグルメ等を紹介（カラー4頁）</li> </ul> <p>雑誌「旅の手帖」を活用した情報発信（11/10、125,000部）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・東横INN比田勝のオープンや対馬の魅力を紹介（カラー2頁）</li> </ul>

	<p>雑誌「九州ウォーカー」を活用した情報発信（10/20、50,000部）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・対馬でのアウトドア体験やグルメなどを紹介</li> </ul> <p>西日本新聞を活用した情報発信（10/26・11/1、638,865部）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「行っ得！つしま」宿泊割引キャンペーンの告知（全面15段カラー記事＋広告1回、全5段カラー1回）</li> </ul> <p>長崎新聞を活用した情報発信（約180,000部）</p> <p>①「行っ得！つしま」宿泊割引キャンペーンの告知</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・10/30～11/1、TV面ぶら下がり中面3回、全面15段（記事＋広告）1回</li> <li>・10/27、ととって中面4段カラー1回</li> </ul> <p>②「わくわく乗船券」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・12/21、全5段＋全5段の見開きで紹介</li> </ul> <p>NIB情報番組「ひるじげドン」を活用した情報発信（3/28）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・15分程度で宇久島の魅力を紹介</li> </ul> <p>NCC情報番組「トコサタ」を活用した情報発信（3/21）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・宇久島の魅力を紹介</li> </ul> <p>○海外向け情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・英語版観光ホームページの離島情報充実</li> <li>・Web用動画作成と広告配信</li> </ul>
--	---

12. しま旅滞在促進事業（経済対策）	決算額：20,398千円
<p>韓国人観光客減少の影響を受ける対馬地域において、地域の魅力を活かした体験メニューを組み込んだ旅行商品の販売促進や現地での宿泊、飲食、交通等経費への割引適用により滞在型観光及び島内消費喚起を促進</p> <p>※県2月補正（令和2年度継続事業）</p>	
<p>➡新型コロナウイルスの感染拡大を受け、3月上旬のみの実績となった。以降の助成は停止しているが、今後の収束状況を見極めながら、事業を再開する。</p>	
<p>（1）旅行商品事業</p>	
	<p>○宿泊と運送サービスを組み合わせたパッケージ商品に滞在プランを加えた旅行商品に対して、助成を行い、国境離島地域への誘客を促進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・3月催行の対馬旅行商品に対して助成を行い、対馬への誘客を図った。</li> </ul> <p>【延べ宿泊客数】798人泊</p>
<p>（2）宿泊・飲食・交通等割引</p>	
	<p>○対馬市内での観光コト消費（宿泊、飲食、交通）に対して、割引を適用することにより島内消費を喚起</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・対馬市内でのレンタカーや飲食付きの対馬旅行商品（フリープラン）などに対して助成を行い、観光客による島内消費を喚起</li> </ul> <p>【延べ宿泊客数】797人泊</p>



<b>(3) プロモーション経費</b>	
	<p>○旅行商品や企画乗船券の 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</p> <p>・対馬市内での観光コト消費（宿泊、飲食、交通）に利用できる「行っ得！ つしまクーポン券」の作成（10,000 冊）</p>

<b>13. 対馬観光誘客対策事業 * 追加補正</b>	<b>決算額：36,729 千円</b>
------------------------------	----------------------

日韓関係の悪化に伴う対馬への観光客減少の影響を緩和するため、個人向け宿泊料割引キャンペーンを実施し、国内からの誘客を図った。

**(1) 宿泊料割引キャンペーン（コンビニ、OTA）**

	<p>○対馬での宿泊料が3,000円割引になるクーポンを10,000枚配布（11/1～2/29）</p> <p>・コンビニで5,000円の宿泊券を2,000円で販売</p> <p>・OTA 旅行予約サイトで3,000 円の宿泊クーポンを配布</p>															
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>クーポン利用枚数</th> <th>利用人数</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>コンビニ</td> <td>7,179 枚</td> <td>7,179 名</td> </tr> <tr> <td>じゃらん net</td> <td>571 枚</td> <td>1,034 名</td> </tr> <tr> <td>楽天トラベル</td> <td>767 枚</td> <td>1,215 名</td> </tr> <tr> <td>計</td> <td>8,517 枚</td> <td>9,428 名</td> </tr> </tbody> </table>	項目	クーポン利用枚数	利用人数	コンビニ	7,179 枚	7,179 名	じゃらん net	571 枚	1,034 名	楽天トラベル	767 枚	1,215 名	計	8,517 枚	9,428 名
項目	クーポン利用枚数	利用人数														
コンビニ	7,179 枚	7,179 名														
じゃらん net	571 枚	1,034 名														
楽天トラベル	767 枚	1,215 名														
計	8,517 枚	9,428 名														

### Ⅲ 海外誘致対策

<b>1. インバウンド個人旅行客誘客拡大事業</b>	<b>決算額：56,002 千円</b>
-----------------------------	----------------------

FIT をターゲットとし、ゴールデンルートや福岡を中心とした主要ゲートウェイからの効果的な誘導や日本滞在中の外国人観光客に対する本県の魅力発信などを強化する。

- ・ゴールデンルート及び福岡ルートからの誘客を図る。
- ・香港エクスプレスを活用した誘客を図る。

➡東京都との連携によるメディア招聘、ミシュランガイドを活用した福岡・佐賀・長崎連携プロモーション、官民連携欧州プロモーション、香港エクスプレス就航1周年記念説明会開催などにより、FIT の誘客を行った。

**(1) FIT 別誘導・誘客**

①東京都・九州連携による海外向け PR	<p>○仏メディア招聘（9/5～7）2名</p> <p>・「ラグビーワールドカップ2019」の開催に合わせ、本県の欧米豪への露出を図るため、五島・佐世保の取材</p> <p>【オンライン記事】5本</p>
---------------------	--

②福岡ルートからの誘客	<p>○「ミシュランガイド福岡・佐賀・長崎 2019 特別版」(7/13 発売)を活用した福岡・佐賀連携プロモーション</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 招聘メディア：7 媒体</li> <li>・ 記事掲載：1 月末～2/29、英語とフランス語の記事 全 8 本</li> <li>・ 対象国：アメリカ、イギリス、オーストラリア、フランス</li> </ul> <p>【実績 PV 数】 25, 517</p>
③官民連携欧州プロモーション	<p>○放送コンテンツ海外展開強化事業 (ドイツ)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ ロケ日：9/18～10/8</li> <li>・ 放送期間：12～2 月</li> <li>・ ロケ地：長崎市、五島市、雲仙市</li> </ul>
④FIT 誘客促進	<p>○長崎県英語版パンフレットの増刷及び一部内容更新 (2 回) 10 月 10, 000 部増刷、2 月 10, 000 部増刷</p> <p>○香港エクスプレス長崎香港線就航 1 周年記念及び長崎県観光説明会 (1/19)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 本県の観光地としての魅力発信、認知度向上とともに、香港から長崎への直行便を利用した本県への誘客につなげるため、市町や観光施設等と連携し一般向け観光説明会を実施</li> <li>・ 来場者：120 名、メディア・KOL 等 12 名</li> </ul>
<b>(2) 欧米豪 FIT の誘客拡大</b>	
	<p>○豪州合同セールス (9/14～21)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 長崎県、雲仙市、佐賀県、別府市、ランド社と連携し、豪州現地プロモーションを実施</li> <li>・ セールス先：15 社 28 名</li> </ul>

<b>2. ビジットながさき・インバウンド旅行需要創出事業</b>	<b>決算額：30,446 千円</b>
<p>東アジア、東南アジア市場からの教育旅行や巡礼ツアー、企業研修旅行等の団体旅行の誘客を拡大するため、ターゲット層を明確化したセールスプロモーションを実施する。</p>	
<p>➡テーマ型ツアーの造成に資する現地エージェントの営業や、FIT 向けの情報発信のためのメディア招聘など、各市場に対するきめ細かな誘致活動を実施した。</p>	
<b>(1) テーマ型旅行の誘致</b>	
①韓国	<p>○対馬観光レセプション in 釜山への参加 (11/26)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 参加者：韓国側旅行社等 64 社</li> <li>・ 目的：日韓情勢の悪化に伴い観光客が激減した対馬の PR</li> </ul> <p>○釜山広域市観光協会の来県にかかる意見交換及び長崎市内視察</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 釜山広域市を重点地域とした観光客の誘致活動を継続するため、釜山広域市観光協会及び協会会員と意見交換や長崎市内視察の対応を実施</li> </ul> <p>(12/4、会長ほか連盟会員との意見交換・12/5、長崎市内視察)</p>

		<p>○<b>基督教放送 (CBS) 長崎聖地巡礼にかかる CBS 幹部との意見交換会</b> (12/2)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・参加者：28 名</li> <li>・目的：プロテスタントを中心としたテレビ番組である CBS の県内視察にあたり、幹部職員及び関係者と意見交換会を実施し、本県の PR を実施</li> </ul> <p>○<b>ハイジャパン・ハウステンボスとの意見交換会</b> (2/28)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・参加者：韓国旅行会社等 16 名</li> <li>・目的：ハウステンボスを中心とした本県の観光素材について、旅行会社担当者に対して PR を行った</li> </ul> <p>○<b>日本観光新聞へのタイアップ掲載</b> (3/30 公開)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・目的：日韓情勢の悪化に伴う本県観光客の減少について、回復後を見据えた本県の情報発信</li> </ul> <p>※新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、同新聞 Web 版での掲載を実施</p>
②台湾		<p>○<b>現地説明会／セミナー・旅展への出展</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・台北国際観光博覧会 (TTE) でのチャーター商品 PR (5/17～20) 来場者数：309,948 名</li> <li>・JNTO 主催台湾インセンティブ商談会 (8/6～7) 商談数：22 社 22 名</li> <li>・九州 6 県連携 台北国際旅展 (ITF) 出展 (11/8～11) 来場者数：384,834 名</li> </ul> <p>○<b>台湾セールス</b> (5・8・10・1月)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・目的：情報収集及び台湾市場状況調査、旅行社への商品販売状況、観光素材等の情報提供</li> <li>・セールス先：19 社 24 名</li> </ul>
③中国		<p>○<b>教育旅行</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・上海、湖南省、広東省教育旅行視察団受入、アレンジ・アテンド、湖南省教育旅行セミナー開催、JNTO 主催ハルビン訪日教育旅行セミナー参加</li> </ul> <p>【送客実績】 夏季：27 団体 1,024 名、冬季：16 団体 617 名 計 43 団体 1,641 名</p> <p>○<b>インセンティブツアー誘致促進</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・上海総経理会セミナー (8/19) 来場者数：51 社 51 名</li> </ul> <p>【送客実績】 2 団体 40 名</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・JNTO が主催する瀋陽インセンティブ商談会 (11/7) 商談者数：9 社 18 名</li> </ul>

○中国セールス（4・5・6・8・9・10・11・12月）

- ・目的：修学旅行の誘致促進、長崎県の認知度向上、中国東方航空（MU）長崎路線臨時便の利用促進、インセンティブツアー誘致促進、MU長崎路線の利用促進、JR九州上海事務所との事業連携に関する打合せ、ハルビンプログラムチャーターに関する情報収集、中国東北地域と北京の市況調査、香港便が利用可能な大湾区（マカオ・珠海・深圳・広州）における香港エクスプレス利用促進
- ・セールス先：広東省、上海、北京、黒龍江省、吉林省、遼寧省、湖南省（合計47社、4校）

○招聘事業、AGT来県視察への対応

- ・上海禾衆国旅来県への対応（4/22、2社2名）  
【送客実績】200名、200人泊
- ・中国江蘇省江陰市の旅行社来県視察への対応（6/6～7、2社4名）
- ・上海中信国旅来県視察への対応（6/29、1社2名）
- ・北京旅行社及びメディア招請事業（8/24～25、9社10名）
- ・地方連携VJ事業 上海中信国旅等関係者招聘事業（11/25～29、8社8名、新規造成商品2本）
- ・上海易達国旅及び上海教育関係者が来県視察への対応（12/2～3、3社4名）
- ・地方連携VJ事業 陝西上海春秋旅行社有限公司同業者等視察団招聘事業（12/16～20、15社22名）  
【送客実績】1,260名、1,260人泊
- ・上海ゴルフ協会来県視察への対応（1/13・16、11名）

○現地説明会／セミナー・旅展への出展

- ・上海WTF（国際旅展）（4/17～22）  
来場者数：42,997名
- ・広州旅游産業博覧会（CITIE）出展（佐賀県連携）（8/27～9/3）  
来場者数：50万名
- ・中国東方航空（MU）長崎路線就航40周年長崎県観光資源説明会（9/5）  
参加者数：170名以上
- ・中国国際投資貿易商談会（CIFIT）への出展（9/8～10）  
入場者数：10万名以上
- ・上海中信国旅が主催する九州観光プロモーション（10/23）  
参加者数：43社65名  
【送客実績】339名、796人泊

<p>④香港</p>	<p>○招聘事業、AGT 来県視察への対応</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・マカオ等の旅行社による来県視察への対応 (5/23～24、3社8名)</li> <li>・香港市場における教育旅行関係者ファミツアーの実施 (11/26～30、7校7名)</li> <li>・目的：佐賀県及び長崎県を中心とした教育旅行の継続的かつ新たな誘致促進</li> </ul> <p>○現地説明会・旅展への出展</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・マカオ国際旅游博覧会 (4/26～28) 入場者数：33,944名</li> <li>・ITE 香港国際旅行展示会 (6/13～16) 入場者数：85,278名</li> </ul> <p>○香港セールス (11、1月)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・目的：旅行社の商品販売状況聞き取り及び旅行社への新たな観光情報の提供等</li> </ul> <p>セールス先：計11社</p>
<p>⑤東南アジア</p>	<p>○チャンブラザーズトラベルフェア (7/20～21、シンガポール)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・目的：シンガポール市場における FIT に対しての長崎県の認知度向上及び情報発信</li> <li>・当連盟から提供した長崎県英語版パンフレットを、チャンブラザーズがブースにて配布</li> </ul> <p>来場者：約25,000名</p> <p>○放送コンテンツ海外展開強化事業 (タイ)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・目的：海外メディアとの連携により、テレビの情報発信力を活用した視聴者に対しての長崎県の認知促進</li> <li>・ロケ日：11/7～8、放送日：1/2</li> <li>・視聴率：バンコク 0.589%、タイ全国 0.46%</li> </ul> <p>【タイ全国想定視聴者数】31.7万名</p> <p>○OVJ タイ市場におけるレンタカーや JR レールパス等を活用した体験型訪日旅行の情報発信事業 (12/8～12)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・目的：FIT 向けに必要な交通アクセス情報や体験型コンテンツの認知度向上、閑散期を含む年間を通じた訪日需要の創出</li> <li>・招聘者数：インフルエンサー3組4名、Webメディア1社1名</li> </ul> <p>【投稿回数】105回</p> <p>【接触媒体者数 (リーチ数・PV数)】908,554</p> <p>○佐賀県連携マレーシアペナン旅行社等関係者招聘事業 (1/7～9)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・目的：クアラルンプール～福岡路線を利用するマレーシアペナン地域からの誘客促進のため</li> <li>・招聘者数：9社10名</li> </ul> <p>【成果】タイ航空のペナン発バンコク経由福岡便を利用するツアーの新規造成商品</p>

⑥国内での誘致活動

○在京・在福ランド社との情報共有等

韓国市場

- ・在福ランドオペレーターセールス（4/12）  
目的：本県への送客状況及び本県観光素材のPR  
セールス先：2社

中国市場

- ・在福ランドオペレーターセールス（10/10、12/19、1/31、2/26）  
目的：在福ランドとの市場動向等に関する打合せ・情報収集、連盟会員入会の勧誘、県内ランドへのヒヤリング  
セールス先：10社

東南アジア市場（フィリピン、タイ含め）

- ・在福ランドオペレーターセールス（11/1）  
目的：現地セールスした各地区旅行社のランドへのフォローセールス、新規商品造成打合せ・情報収集  
セールス先：6社
- ・在京ランドオペレーターセールス（5/21～22、11/6～7）  
目的：現地セールスした各地区旅行社のランドへのフォローセールス、新規商品造成の打合せ・情報収集  
セールス先：14社

(2) 多言語 Web サイト、SNS 等による情報発信

- ・多言語 Web や Facebook を活用して積極的な閲覧誘導を実施し、市町と連携したタイムリーな情報を発信

○令和元年度実績

韓国語 公式HP	PV	62,044回	前年度比	△53.4%
	訪問者	21,175名	前年度比	△25.4%
中国語／簡体字 公式HP	PV	95,688回	前年度比	17.3%
	訪問者	34,305名	前年度比	19.9%
中国語／繁体字 ・公式HP ・公式FB	PV	399,530回	前年度比	△16.0%
	訪問者	115,493人	前年度比	5.8%
	リーチ	1,815,104回	前年度比	3.6%
	エンゲージメント	66,798回	前年度比	13.4%
英語 ・公式HP ・公式FB	PV	270,804回	前年度比	8.5%
	訪問者	86,619名	前年度比	△17.9%
	リーチ	9,291,343回	前年度比	698.2%
英語公式FB	エンゲージメント	602,592回	前年度比	1582.2%
タイ語 公式FB	リーチ	142,272回	前年度比	△29.2%
	エンゲージメント	8746回	前年度比	32.7%

<b>3. 外国人受入環境パワーアップ事業</b>	<b>決算額：8,658千円</b>
<p>本県を周遊滞在中の外国人観光客に、言語の壁がないストレスフリーな旅行環境を提供し、外国人観光客数の増加を図るため、多言語コールセンターの設置・運営を行う。</p>	
<p>➡運営管理事業者等との各種調整を行い、多言語コールセンターを設置運営した。</p>	
<p>(1) 多言語コールセンター設置運営</p>	
	<p>○九州・山口6県連携による17言語対応多言語コールセンター運営委託</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・県内施設の外国人観光客と接客時における通訳サービス提供</li> <li>・外国人観光客の直接問い合わせに対する通訳サービス提供</li> <li>・対応言語：英語、中国語、韓国語、タイ語等17言語</li> <li>・県内登録施設数：556施設</li> </ul> <p>内訳：小売店舗：154施設、病院149施設、宿泊施設：118件他</p> <p>【利用件数】891件</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・言語別：英語388件、中国語297件、韓国語151件他</li> <li>・国籍別：香港240件、韓国156件、アメリカ89件他</li> <li>・業種別：宿泊680件、病院50件、緊急（警察・消防）36件他</li> <li>・市町別：長崎市208件、雲仙市301件、佐世保市166件他</li> </ul>

<b>4. ディスカバーNAGASAKI グローバルキャンペーン</b>	<b>決算額：5,002千円</b>
<p>インバウンドの誘客に、積極的に取り組む「地域」について誘客ターゲット市場を設定した上で、市町とともに育て上げて優先的に情報発信し、観光まちづくりの成功事例を創出する。</p>	
<p>➡県、地域と連携しながら、各種タイアップ記事作成、コンテンツ収集、情報発信プロモーション等を行った。</p>	
<p>(1) 戦略的情報発信の強化</p>	
<p>JNTO等連携情報発信</p>	<p>○「Tokyo Weekender」を発刊するENGAWAとのタイアップによる本県の素材記事作成及び写真収集（2/29～3/4取材）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・取材先：五島・雲仙・島原</li> </ul> <p>【成果】記事データ5本・写真データ50枚</p> <p>ENGAWA インスタグラムへの投稿5回</p>
<p>(2) 観光コンテンツの磨き上げ支援</p>	
<p>調査型ファムツアーの実施</p>	<p>○香港KOLを招聘した、観光コンテンツ視察、意見交換、情報発信（10/18）</p> <p>○雲仙プレミアムナイトツアー試走プロモーション（10月）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・海外向け商品として香港市場へのKOLを活用した情報発信を実施</li> </ul> <p>○香港の人気雑誌「GO JAPAN」とのタイアッププロモーション（12～1月）</p>

	<p>○「KYUSHU WEEKENDER」とのタイアッププロモーション（12～3月）</p> <p>【成果】「Kyushu Weekender」3月号に、2頁記事の掲載・観光スポットのオンライン広告（12ヶ月間）</p> <p>○フェードゥス財団（イタリア）の年次総会における本県の観光コンテンツの提供及びPR（12/15）</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・提供コンテンツ：動画4本、長崎県英語パンフレット400部</li><li>・来場者数：約400名</li></ul>
--	---