

# 令和2年度事業計画について

## I 令和2年度の基本方針

県観光連盟では、長崎県が保有する2つの世界遺産と「長崎しま旅」を柱として、県内の優れた観光素材を活用し、本県への誘客及び県内周遊の促進を図る。また、ユニバーサルツーリズム市場への推進を図るほか、観光客のニーズの多様化、旅行形態の変化など、観光市場の動向を見極め、ターゲット層を明確にできるデジタルマーケティングの手法をとりながら、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行なっていく。

また、「宿泊施設グレードアップネットワーク」などを活用して、品質・おもてなしの向上を図り、受入環境の充実を目指す。

なお、新型コロナウイルスによる観光客の減少に対しては、影響を最小限にとどめるべく、今後の収束状況を見極めながら、各種キャンペーンを実施するなど効果的な対応策を実施していくものとする。

- (1) 国内誘致については、2つの世界遺産と日本遺産等の長崎県観光の強みを生かしながら宿泊滞在型（長期滞在を含む）観光を促進させるため、首都圏・関西圏など大都市圏を中心としたターゲットエリアに向け、県内周遊旅行商品の造成と誘客に繋げるプロモーションを実施する。また、現地発着ツアー「長崎めぐり旅」は、九州観光推進機構が展開する着地商品事業「TRY！九州」と連携して取り組む。
- (2) 「将来また長崎へ行きたい」と思う観光客を増やすために、リピート性の高い修学旅行に加えて、世界遺産を巡る組織旅行を誘致することで、一過性で終わることなく将来を見据えた観光客を誘致する。  
また、各市町や観光協会、県内大学や巡礼センター等、民間旅行会社と連携し、プログラムの開発に取り組む。
- (3) 情報発信については、新型コロナウイルス感染症の状況を踏まえながら、市町や観光団体等と連携した効果的な情報発信を行い、誘客促進につなげる。具体的には、全国ネットのテレビ番組を誘致するとともに、テレビ、新聞、雑誌などのマスメディアの効果的な活用、消費者行動を意識したデジタルマーケティングを行うことにより、一般消費者の来訪意欲の喚起を図る。また、観光ポータルサイト「ながさき旅ネット」のリニューアルを行い、ユーザビリティの向上及び情報の充実を図る。
- (4) 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た旅行商品や企画乗船券等

の販売を通して、「しま」への誘客に取り組む。また、今年度から、同一地域内で3泊以上の旅行商品等に対する国の交付要件が緩和されたことを受け、「しま」における更なる滞在型観光の促進に取り組む。

インバウンド市場誘客では離島特有の自然、グルメ等を活かし、主に個人旅行者・小グループ向けの滞在・交流型ツアー造成の促進にかかるプロモーション、誘致活動を行う。

(5) 海外誘致については、東アジアを中心に FIT 化、リピーターの増加が進んでいることを背景に、市場ニーズに合わせた観光コンテンツにかかる情報整理を行っていく。情報発信ではデジタルマーケティングの手法を取り入れた情報発信に注力するとともに、旅行社の受注企画型ツアー造成に資するコンテンツを積極的に発信していく。また、公式ホームページについても全面リニューアルを行うとともに、運用する公式 SNS の更なる多言語化（簡体字、韓国語、ベトナム語を追加）を図る。

(6) 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」において、品質向上、グルメ満足度向上、人材確保などに取り組み、各施設の付加価値向上を図る。また、長崎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」を開催し、観光事業者のモチベーションアップや県民意識の醸成につなげる。さらに、「おもてなし日本一」を実現するため、会員等へワッペン着用などの普及啓発に取り組む。これらの取組により、県全体のブランド力向上を図る。

(7) ユニバーサルツーリズム推進のため行政・観光関連事業者・福祉関連事業者との連携体制構築、県内 21 市町が実施するバリアフリー調査の集約、長崎県ユニバーサルツーリズムセンターの設立を実施する。

以上の基本方針を踏まえ、本年度の長崎県観光連盟の重点目標を下記の通り設定する。

	項目	基準値 (基準年度)	H28 目標値	H29 目標値	H30 目標値	H31 目標値	R2 目標値
1	観光客延べ数 (万人)	3,375 (H26年)	3,573 (3,372)	3,665 (3,512)	3,810 (3,550)	3,902	3,993
2	観光消費額 (億円)	3,251 (H26年)	3,584 (3,510)	3,774 (3,765)	3,969 (3,778)	4,139	4,312
3	再来訪意欲度 (%)	73 (H26年)	74.4 (75.9)	75.8 (78.4)	77.2 (77.1)	78.6	80
4	外国人延べ宿泊者 数(万人)	61.2 (H26年)	76.2 (84.2)	85.0 (88.6)	94.8 (93.0)	106.1	117.9

※H28～H30の( )は実績数、目標値はH28年計画時の目標

## II 国内誘致対策

<b>1. 戦略的情報発信推進事業</b>	<b>予算額 27,694 千円</b>
<p>新型コロナウイルスの収束後を見据えた取組を市町、観光団体と情報を共有しながら、マスメディアや観光ポータルサイト「ながさき旅ネット」等を活用した効果的な情報発信を実施する。</p>	
<b>(1) 企業・自治体を活用した情報発信</b>	
誘致・タイアップ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ハウステンボスや地元テレビ局等と連携した全国ネットのテレビ番組誘致</li> <li>・「宿フェス」イベントへの参加</li> </ul>
<b>(2) マスメディアを活用した情報発信</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新聞、雑誌、ラジオ、テレビ番組等マス媒体を活用した情報発信</li> <li>・媒体社むけのニュースレターを配信（年4回予定）</li> </ul>
<b>(3) PR ツール製作</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・既存パンフレットの増刷</li> </ul>
<b>(4) 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光ポータルサイト「ながさき旅ネット」のリニューアル実施 10/1 公開予定</li> <li>・季節に連動したトップページフラッシュの変更（年4回）</li> <li>・経済対策のための特集ページの制作</li> <li>・イベントカレンダーの更新</li> <li>・メールマガジンの定期配信（月1回）</li> </ul>
<b>(5) 戦略的 Web プロモーション展開</b>	
PDCA サイクルの構築	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ICT を活用した情報発信</li> <li>・Google analytics 等による分析</li> </ul>

<b>2. 長崎県フィルムコミッション事業</b>	<b>予算額 6,495 千円</b>
<p>映画やテレビ番組などの映像制作やロケーション活動に対し各種支援を行い、作品を通して地域の魅力発信及び誘客促進につなげる。</p>	
<b>(1) 映像等による長崎県の魅力発信</b>	
①撮影に関する制作会社への支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>・撮影等への情報提供、相談窓口、撮影許可等に関するワンストップ窓口業務</li> <li>・国内外の映画、テレビ（ドラマ・旅番組）、テレビCM等のアテンド業務</li> </ul>
②誘致活動	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ジャパンフィルムコミッション等との連携</li> <li>・全国ロケ地フェアなどの国際イベントへのブース出展</li> </ul>

③広報活動	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光ポータルサイト「ながさき旅ネット」を活用したロケ地特集ページの制作</li> <li>・SNSを活用した情報発信</li> <li>・エキストラの募集、手配業務</li> <li>・ロケ地素材データの収集及び登録業務</li> </ul>
-------	---

<b>3. 「長崎の宿」品質・おもてなし向上事業</b>	<b>予算額 5,054千円</b>
<p>観光の産業化を図るうえで需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する。また、長崎県観光表彰（ツーリズムアワード）を実施するとともに、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>	
<b>（1）サクラクオリティの導入（宿泊施設グレードアップネットワークによる取組）</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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」において、品質向上（サクラクオリティの導入）、グルメ満足度向上、人材確保などに向けた取組を実施</li> <li>・サクラクオリティの「安全・安心」をフックにして、国内外の観光客に向けたプロモーションを実施</li> </ul>
<b>（2）おもてなしの推進</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・おもてなしワッペンの着用推進</li> <li>・小学生を対象にした出前講座の開催</li> <li>・おもてなし学習ノートの作成</li> <li>・おもてなし目安箱の活用促進</li> </ul>
<b>（3）長崎県ツーリズムアワードの開催</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・本県の観光振興に貢献している企業、団体、個人を取組や成功事例の掘り起こしを行い、受賞者及び県内における観光業の意義等を県民へ広く発信することにより、観光事業者のモチベーションの向上や県民意識の醸成につなげることを目的に、「長崎県ツーリズムアワード」を10月下旬開催（予定）</li> </ul>
<b>（4）就職ガイダンスの開催</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・宿泊施設と学生との接点を作るため、県内大学等と連携し、学内で就職セミナーや就職説明会等を開催</li> </ul>

<b>4. ユニバーサルツーリズム受入体制整備推進事業</b>	<b>予算額 2,178千円</b>
<p>高齢者や障害者等が本県での旅行を楽しめるようユニバーサルツーリズムの受入環境を整備する。</p>	
<b>（1）ユニバーサルツーリズムの受入体制の構築</b>	

ユニバーサルツーリズムの推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ユニバーサルツーリズム推進員の配置</li> <li>・宿泊施設や観光地等におけるバリアフリー情報の集約、発信</li> <li>・福祉関連事業者との意見交換の実施</li> </ul>
----------------	---

<b>5. 周遊観光スマート化推進事業</b>	<b>予算額 23,053 千円</b>
<p>旅行会社に対して、県内にある2つの世界遺産や3つの日本遺産、長崎ならではの「食」を自社の旅行商品に取り込むことを条件に、広告支援を行うことにより周遊型旅行商品の造成を促進する。</p>	
<b>(1) パンフレット増刷</b>	
	観光案内所や日本橋長崎館への設置、各種イベントでの配布などに使用する観光パンフレット「ぶらり長崎」等を増刷
<b>(2) 着地型旅行商品等の造成及び販売促進</b>	
長崎めぐり旅ビューローによる展開	九州観光推進機構「TRY!九州」との連携による「長崎めぐり旅商品」の販売（予定）
<b>(3) 「SとN」佐賀県連携観光情報発信</b>	
佐賀県との連携	<p>「佐賀・長崎観光振興推進協議会」によるフリーマガジン「SとN」第5号の発行</p> <p>*参考：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」</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	・世界遺産と日本遺産を行程に組み込む事に加えて、長崎ならではの「食」を取り入れた旅行商品の造成
②個人旅行への組み入れ	・長崎グルメセレクション等の長崎ならではの「食」の情報を取り入れた旅行商品の造成
<b>(5) 誘致強化対策</b>	
①旬観光情報説明会	・雲仙市において全国の旅行会社（30名程度）を招聘し開催予定
②観光商品素材集の作成	・令和2年度下期向け、令和3年度上期向けの2種類を制作し、旅行会社説明会、セールス等にて配布し旅行商品造成を促進

<b>6. ながさきリピーター創出促進事業</b>	<b>予算額 55,025 千円</b>
<p>将来、リピーターになる可能性の高い法人団体旅行の誘致を強化するため、新学習指導要領やSDGs※を盛り込んだ新しい体験プログラム等の開発・提供により回遊性や再訪性の高い団体の誘客に取り組むなど、戦略性の高い誘致活動を実施する。</p> <p>※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</p>	
<b>(1) 未来リピーター1</b>	

	団体観光客誘致活動	・世界遺産インフォメーションセンターや長崎巡礼センター、長崎出身の教会関係者等といった長崎ならではの人材を活用し、ミッション系の高校・大学や、カトリック教徒に影響力の高い関係者、メディア関係者、旅行会社への営業を実施
(2) 未来リピーター2		
	①修学旅行誘致活動	・学校訪問や旅行会社訪問、教員や旅行会社の招聘等
	②熊本県連携事業	・熊本県と連携した効果的なセールス活動の展開
(3) 未来リピーター3		
	コンベンション誘致	・関係市町との連携によるセールス活動の実施
(4) 長崎県教育旅行特別対策 *県4月補正予算		
	修学旅行方面変更助成	・「新型コロナウイルス」の感染拡大により影響を受けた教育旅行について、本県での円滑な受け入れのため、同旅行の受託旅行会社に対し支援金を交付

<b>7. しま旅滞在促進事業【経済対策】</b>		<b>予算額 301,033千円</b>
<p>宿泊・交通のパッケージ商品に、対馬の魅力を生かした体験メニューを加えた旅行商品等の販売促進を通じて、韓国人観光客が激減している対馬市において滞在型観光の推進と島内での消費喚起を図る。</p>		
(1) 旅行商品事業		
	旅行商品助成	・本土と対馬間の交通費の一部を助成することにより、「宿泊＋交通＋体験メニュー」の旅行商品造成を促進(対象期間:4/1～2/28)
(2) 企画乗船券		
	企画乗船券	・本土と対馬間の往復乗船券と対馬での体験プログラムに利用できるクーポン券をセットにした企画乗船券「わくわく乗船券」を販売(販売期間:4/1～2/28)
(3) 宿泊・飲食・交通等割引		
	現地クーポン券	・一定の条件を満たす観光客に対して、対馬市内での宿泊や飲食、交通に使える「行っ得!つしまクーポン券」を交付(交付期間:4/1～2/28)
(4) 現地招聘		
	旅行会社招聘	・対馬の魅力を生かした体験メニューの磨き上げと同メニューを組み込んだ旅行商品の造成を図るため、旅行会社を招聘
(5) プロモーション経費		
	旅行商品プロモーション	・旅行会社が実施するダイレクトメールに対して支援を行い、対馬での滞在型旅行商品の周知と集客を促進 ・マスメディアを活用した「長崎しま旅わくわく乗船券」のお得感

	や使い方、島の体験メニューなどの情報を発信
--	-----------------------

<b>8. しま旅滞在促進事業</b>	<b>予算額 275,225 千円</b>
<p>宿泊・交通のパッケージ商品に、しまの魅力を生かした体験メニューを加えた旅行商品等の販売促進を通じて、しまにおける滞在型観光を推進する。</p>	
<b>(1) 離島滞在型旅行商品の開発支援</b>	
旅行商品助成	<ul style="list-style-type: none"> <li>・本土と離島間の交通費の一部を助成することにより、「宿泊＋交通＋体験メニュー」の旅行商品造成を促進（対象期間：4/1～2/28）</li> </ul>
企画乗船券・航空券	<ul style="list-style-type: none"> <li>・本土と離島間の往復乗船券としまでの体験プログラムに利用できるクーポン券をセットにした企画乗船券「わくわく乗船券」を販売（販売期間：4/1～2/28）</li> </ul>
<b>(2) 離島誘客プロモーション</b>	
旅行商品プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>・旅行会社が実施するダイレクトメールに対して支援を行い、離島滞在型旅行商品の周知と集客を促進</li> <li>・マスメディアを活用した「長崎しま旅わくわく乗船券」のお得感や使い方、島の体験メニューなどの情報を発信</li> </ul>

<b>9. しま旅グレードアップ事業</b>	<b>予算額 40,000 千円</b>
<p>離島でもう一泊してもらうための仕掛け作りや島ごとのイメージの構築と認知度向上を図るため、各種のプロモーションを実施する。</p>	
<b>(1) 情報発信</b>	
各種媒体活用	<ul style="list-style-type: none"> <li>・テレビ情報番組（全国ネット）の誘致</li> <li>・「壱岐・対馬」の魅力を紹介したグラフ誌の作成（10,000部）</li> <li>・雑誌等の記事タイアップなど</li> </ul>
<b>(2) インバウンド市場誘客推進</b>	
プロモーション（海外）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・離島の自然や風土を活かした、持続可能な観光資源としてのプロモーションを実施（SDGs活動との連動）</li> <li>・自然保護、多文化に興味をもつ階層を想定</li> <li>・上記階層に、明確な訴求性をもつ情報媒体を活用したプロモーション</li> </ul>

<b>10. 広域観光共同宣伝事業（キャンペーン）</b>	<b>予算額 39,476 千円</b>
<p>九州観光推進機構、関係県等との共同宣伝事業の実施・キャリア・旅行エージェントとのタイアップやプロモーション事業等を実施する</p>	
<b>(1) 長崎県キャンペーン推進</b>	

①宣伝資材制作	・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て、セールスやイベント参加時に活用
②全国誘客イベント	○イベントへの出展 ・全国ふるさと県人会まつり（9月、名古屋） ・ツーリズム EXPO ジャパン（10月、沖縄）
③テーマ型観光研修・視察研修	・旅行会社企画担当者を対象としたモニターツアーを実施
④エージェント招聘 現地視察・会議誘致	・旅行会社等の現地視察の誘致（支援）
⑤大型キャンペーン 支援	・JR 西日本「リメンバー九州」（4～3月）とのタイアップ ・日本旅行赤い風船「和華蘭 長崎キャンペーン」とのタイアップ ・その他集中送客キャンペーン協賛ほか
⑥冬季閑散期対策	・長崎ランタン装飾キャンペーンを大都市圏旅行会社店頭（東北・首都圏・中部・関西・中国地区の約 170 店舗）で実施
⑦ノベルティ・パンフレット制作（海外）	・多言語での観光パンフレット等の作成・増刷 ・展示会・アンケート等で使用するノベルティの作成
⑧ながさきグルメセレクション PR	・第2回グルメセレクションで選定した「観光のプロがおすすめするグルメ店」の情報をパンフ、Web、新聞等を活用して発信
<b>（2）九州横断長崎・熊本・大分広域観光振興協議会</b>	
連携事業 【国内】	・3県の共通素材を活用した個人型旅行主体の誘致施策の実施
【海外】	・台湾市場において、リピート率の高い台湾人向けに旅行社とのタイアップによる、新たな3県周遊商品を造成 ・インターネット検索サイトの広告等を活用し3県を周遊するツアー等に係る情報発信を実施
<b>（3）日本観光振興協会連携事業</b>	
負担金事業	・日本観光振興協会への拠出

### Ⅲ 海外誘致対策

<b>1. ビジットながさき・インバウンド旅行需要創出事業</b>	<b>予算額 71,746 千円</b>
世界的な募集型団体旅行の縮小を受け、受注企画型旅行造成に資するコンテンツの情報提供を実施するため、テーマ型ツアーに重点を置いた現地での説明会や観光団体主体の商談会への参加、旅行会社法人担当者の招聘などを積極的に行っていく。	
<b>（1）テーマ型旅行の誘致</b>	
①韓国	○招聘 ・インセンティブツアー、ゴルフツアー造成促進にかかる旅行会社 ・ネットメディアエージェント等のメディア

	○商談会・旅展 長崎県ソウル事務所等と連携した、各種商談会、旅展への出展
②台湾	○招聘 ・ネットメディアエージェント等のメディア ・小グループツアーを取扱う旅行会社 ○商談会・旅展 ・県内事業者、九州各県と連携した各種商談会、旅展への出展
③中国	○招聘 ・教育旅行関係者、旅行コンサルタント ・上海乗継便利用促進にかかる内陸部の旅行会社 ・九州各県新規就航先（広州・福州・陝西等）の旅行会社 ○商談会・説明会等 ・インセンティブ商談会への参加 ・上記招聘関係者へのフォローセールスコール、現地説明会等
④香港	○招聘 ・メディア、KOL（Key Opinion Leader） ・教育旅行関係者 ○旅展 ・FIT 向け旅行博等への出展 ○香港エクスペリエンスプロモーション ・Web、雑誌、交通サイネージ等によるプロモーション
⑤東南アジア	○セールスコール ・インセンティブツアー、中華系旅行会社へのセールスコール ○招聘 ・上記セールスコール先 ○商談会・旅展等 ・インセンティブ商談会、及び MATTA（マレーシア）への他県との連携による出展
⑥国内での誘致活動	・在京ランド、在福ランドへの定期的なセールスコール
<b>(2) 多言語 Web サイト、SNS 等による情報発信</b>	
①多言語 Web サイト運営	・多言語 Web サイトの運営（既存サイト：～11月まで）
②Facebook ページ（繁体字・タイ語）管理	・多言語 SNS の運営（繁体字・タイ語）
③欧米豪その他 PR	・交通事業者とタイアップした九州各県でのイギリスプロモーション ・テレビ局と連携したドイツでのプロモーション（総務省事業）

	<ul style="list-style-type: none"> <li>・東京都との連携による県内コンテンツプロモーション</li> <li>・北部九州5県連携、豪州プロモーション</li> </ul>
--	--

<b>2. 外国人受入環境パワーアップ事業</b>	<b>予算額 6,135 千円</b>
<p>本県を周遊滞在中の外国人観光客に対し、言語の壁のないストレスフリーな旅行環境を提供するため、多言語コールセンターの設置・運営を行う。</p>	
<b>(1) 多言語コールセンター設置運営</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・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にかかる運営委託</li> </ul>	

<b>3. ディスカバーNAGASAKI グローバルキャンペーン</b>	<b>予算額 5,035 千円</b>
<p>長崎県を旅行先として認知していない海外の一般消費者をターゲットに、滞在型観光に繋げるための戦略的情報発信を実施し、観光地としての本県のブランド構築ならびにインバウンドの拡大を図る。</p>	
<b>(1) 戦略的情報発信の強化</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・訴求性の高い、FIT向けコンテンツに特化したきめ細かな情報発信</li> </ul>	
<b>(2) 観光コンテンツの磨き上げ支援</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・県内のインバウンド向け優良コンテンツの抽出を目的としたファムツアー及び地域へのコンサル派遣等を実施</li> </ul>	

<b>4. インバウンド向け戦略的プロモーション強化事業</b>	<b>予算額 74,350 千円</b>
<p>旅行者の行動に応じたプロモーションを段階的に展開し、認知度向上からロコミに至るまで、調査分析を背景とした戦略的な情報発信を実施する。</p>	
<b>(1) メディア・旅行会社連携 PR</b>	
①中国市場	<ul style="list-style-type: none"> <li>・メディアとのキャンペーンを含む情報発信タイアップ</li> <li>・旅行会社との商品造成に資する広告タイアップ等</li> </ul>
②韓国市場	<ul style="list-style-type: none"> <li>・メディアとのキャンペーンを含む情報発信タイアップ</li> <li>・テーマ型ツアー造成にかかる旅行会社とのプロモーション</li> </ul>
③台湾市場	<ul style="list-style-type: none"> <li>・メディアとのキャンペーンを含む情報発信タイアップ</li> <li>・旅行会社との現地旅展等でのタイアップ</li> </ul>
④香港市場	<ul style="list-style-type: none"> <li>・メディアとのキャンペーンを含む情報発信タイアップ</li> <li>・企画募集型ツアーにかかるメディア・旅行会社とのタイアップ</li> </ul>
⑤東南アジア市場	<ul style="list-style-type: none"> <li>・メディアとのキャンペーンを含む情報発信タイアップ</li> </ul>
⑥欧米豪	<ul style="list-style-type: none"> <li>・北部九州5県連携、豪州プロモーション</li> <li>・福岡空港インのフィンエアー利用による北部九州周遊促進にかかるメディア招聘（ドイツ等）</li> </ul>

<b>(2) 多言語 Web サイトの構築・運営</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・国内公式ホームページとサーバーを一元化することによる、県内イベント等のフレキシブルな情報発信を実現することで、情報伝達速度及び効率性の向上を促進</li> <li>・県内観光団体等の情報についても、データ連携を実現できる設計にすることで、コンテンツ管理の無駄を排除</li> </ul>	
<b>(3) デジタルマーケティング</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・各市場のコンテンツ訴求性を、Web 上で、動画等を活用して精査</li> <li>・各種 Web 等デジタル情報発信（広告配信等を含む）による、閲覧者の消費行動分析を実施</li> </ul>	

<b>5. 海外向け認知度向上推進事業</b>	<b>予算額 14,333 千円</b>
海外向けに SNS 等の個人向け情報発信サービスにおける情報発信等を行う。	
<b>(1) SNS 多言語情報発信</b>	
①中国	・公式ウェイボー、ウェイシンの運営、及び SNS キャンペーンの実施
②韓国	・公式 Facebook、Instagram、NAVER ブログの運営及び SNS キャンペーンの実施
③ベトナム	・公式 Facebook の運営、及び SNS キャンペーンの実施