

令和5年度事業報告について

I 総括

令和5年度は、新型コロナウイルス感染症5類移行などを契機に、本県への旅行需要の早期回復を図るため、本県が有する歴史や文化、自然や食などの魅力を最大限に活用した誘客プロモーションや情報発信などの施策を実施した結果、全国旅行支援事業による効果も相まって、年間の県内宿泊者数はコロナ禍前を超える水準にまで回復を見せたところである。また、今後の地域間競争を見据え、新たなコンテンツの開発やおもてなし向上など受入環境の整備のほか、県内各地域との意見交換などを通して、各種施策を効果的、効率的に実施するための基盤強化を図った。

- (1) 国内向けの情報発信については、新型コロナウイルス感染症の影響による観光客の価値観や旅行形態の変化に対応した誘客及びリピーターの獲得を図るため、人流データ等を活用したマーケティング分析に基づき、ながさき旅ネットをはじめ、SNSやテレビ番組、「#ナガサキタビブ」のほか、佐賀県との連携事業などを活用したプロモーションを実施した。また、本県を舞台とする映画・ドラマ・情報番組・CM等のロケ活動を支援するとともに、制作会社やロケ地関係者と連携しながら、効果的な情報発信に努めた。
- (2) 国内誘致対策については、全国旅行支援事業「ながさきで心呼吸の旅キャンペーン」による宿泊割引と地域限定クーポンの付与による支援策を実施した。また、首都圏・関西圏など大都市圏からの誘客と九州域内を中心としたリピーター獲得を図るため、旅行会社やキャリアとのタイアップなどにより、魅力ある商品の造成や販売促進に努めたほか、旅行会社を対象に観光情報説明会や県内観光関係者との個別相談会、モニターツアーなども実施した。
- (3) 修学旅行については、コロナ禍における方面変更により新たに来県した学校へ継続実施を働きかけるとともに、市町・観光施設関係者向け教育旅行セミナーの実施や国境離島地域の体験プログラム整備など、関係機関と連携しながら、さらなる受入環境の充実に努めた。

- (4) 「しま」への誘客については、対馬・壱岐・五島列島への旅行商品の造成支援や企画乗船券の販売等を実施し、しまの魅力を最大限に活かした誘客促進を図った。また、「行っ得！長崎のしまクーポン券」を電子化し、観光客の利便性向上と業務効率化を進めた。
- (5) 海外誘致対策については、九州各県と連携した観光展出展や観光説明会、商談会、セールス等、海外現地での活動を展開したほか、各市場のメディア、旅行社等と連携したプロモーションや招聘事業を実施し、海外での情報発信や県内への誘客につなげた。また、デジタルマーケティングの手法を取り入れ、観光資源の興味関心などを分析するとともに、多言語公式ホームページや多言語公式 SNS を活用し、きめ細かな情報発信に努めた。
- (6) 観光客の受入環境整備については、選ばれる観光地として重要となる県民によるおもてなしの向上を推進するため、ワッペンやセミナーの開催を通じて「おもてなしの心の醸成」を図るなど、会員と連携しながら継続した取組を実施した。また、観光客の滞在時間の延長や消費額の拡大、満足度向上を目的に、昨年度に引き続き、地域が主体的に行う観光コンテンツ造成の取組を積極的に後押しした。特に令和5年度は、本県の特徴でもある「ひらかれた海」をコンセプトとする観光コンテンツ開発に重点的に取り組み、大村湾サイクルージングの商品開発を行った。

	令和5年 (速報値)	令和4年 (確定値)	R5/R4 対比	令和元年 (確定値)	R5/R1 対比
長崎県延べ宿泊者数	7,662,050	6,340,870	120.8%	7,248,850	105.7%
日本人	7,200,100	6,245,560	115.3%	6,495,570	110.8%
外国人	461,950	95,310	484.7%	753,280	61.3%
九州延べ宿泊者数	56,872,430	44,320,280	128.3%	58,693,530	96.9%
日本人	43,800,870	32,523,580	134.7%	50,011,060	87.6%
外国人	8,047,180	1,053,490	763.9%	8,682,420	92.7%

※出典：観光庁宿泊旅行統計調査第2表

(暦年) 単位：人泊

II 国内誘致対策

1. 長崎県フィルムコミッション事業	決算額：5,893千円																
映画やテレビ番組など長崎県を舞台とする映像作品の制作やロケーション活動に対する支援を通じて、本県の魅力情報を発信。																	
<p>➡ ・年間 77 件のロケ支援や映像制作者向けのロケ誘致活動を実施</p> <p>・ドラマ「君が心をくれたから」を活用したロケ地マップの制作などの広報活動を実施</p>																	
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	<p>○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</p> <p>○国内外の映画、テレビ（ドラマ、旅番組、ドキュメンタリー）、テレビCM等のアテンド業務</p> <p>◆ロケ支援作品（放送/公開決定作品）※令和6年3月末時点</p> <table border="1" data-bbox="560 815 1264 1220"> <tbody> <tr> <td>映画/ショートフィルム</td> <td>10件</td> </tr> <tr> <td>ドラマ/アニメ</td> <td>4件</td> </tr> <tr> <td>CM (TV/WEB)</td> <td>18件</td> </tr> <tr> <td>バラエティ/旅番組</td> <td>14件</td> </tr> <tr> <td>情報番組</td> <td>20件</td> </tr> <tr> <td>書籍/写真集</td> <td>3件</td> </tr> <tr> <td>その他（取材・イベント協力など）</td> <td>8件</td> </tr> <tr> <td>計</td> <td>77件</td> </tr> </tbody> </table> <p>[主な支援作品]</p> <p>1) <u>フジテレビ月9ドラマ「君が心をくれたから」</u> ＊撮影期間：令和5年11～12月/令和6年2月 ＊ロケ地：長崎・佐世保・諫早・大村 ＊放映：令和6年1月～3月 ＊出演：永野芽郁・山田裕貴</p> <p>2) <u>NCCドラマ「第9マキナ！」</u> ＊撮影期間：令和5年10月/令和6年3月 ＊ロケ地：長崎 ＊放映：令和5年11月～ ＊出演：森あゆ</p> <p>3) <u>被爆直後の長崎を題材にした映画</u> ＊撮影期間：令和5年11月 ＊ロケ地：長崎・諫早 ＊公開日時：令和7年1～3月頃</p> <p>4) <u>TBS「世界ふしぎ発見」</u> ＊撮影期間：令和5年10月 ＊ロケ地：長崎・平戸・西海 ＊内容：「シュガーロード」特集 ＊放送日：令和5年12月</p> <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>	映画/ショートフィルム	10件	ドラマ/アニメ	4件	CM (TV/WEB)	18件	バラエティ/旅番組	14件	情報番組	20件	書籍/写真集	3件	その他（取材・イベント協力など）	8件	計	77件
映画/ショートフィルム	10件																
ドラマ/アニメ	4件																
CM (TV/WEB)	18件																
バラエティ/旅番組	14件																
情報番組	20件																
書籍/写真集	3件																
その他（取材・イベント協力など）	8件																
計	77件																

誘致活動	<p>○ジャパンフィルムコミッションと連携し、全国ロケ地フェアや国際イベント等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"> ・全国ロケ地フェア：8月 ※佐世保観光コンベンション協会と参加 ・TIFCOM（東京国際映画祭）：10月 ・全国ロケ地フェア：1月 ※五島市と参加 <p>2) 在京制作会社への訪問（上記商談会に合わせて実施）</p>
広報活動	<p>○ドラマ「君が心をくれたから」を活用したPR（1～3月）</p> <p>1) ロケ地マップの制作（60,000部）</p> <p>2) 「ながさき旅ネット」内に特集ページをリリース</p> <p>○その他</p> <p>1) SNSを活用した情報発信</p> <p>2) エキストラの募集、手配業務</p> <p>3) ロケ地素材データの収集及び登録業務</p>

2. 「長崎の宿」品質・おもてなし向上事業	決算額：1,766千円
<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>	
<p>➡ ・人材育成研修：2回（おもてなしセミナー、外国人材雇用セミナー）</p> <p>・おもてなしワッペン等配布：1,269枚（累計：37,031枚）</p> <p>・地域別意見交換会：3地域（佐世保市、五島市、平戸市）</p>	
<p>（1）サクラクオリティの推進</p>	
	<p>○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</p> <p>【認証施設数】17施設認証取得（令和6年3月末時点）</p> <p>【サクラクオリティ更新予定施設】10施設</p> <p>【新制度サクラクオリティ・グリーン（SDGs認証）認証施設】3施設</p>
<p>（2）人材確保・育成</p>	
	<p>○宿泊施設の人材育成に向けた研修事業の実施</p> <p>1) 日本航空客室乗務員を講師とする「おもてなしセミナー」（2/29）</p> <p>2) 宿泊施設の人材確保に向けた「外国人材雇用セミナー」（3/13）</p>

(3) おもてなしの推進

○おもてなしワッペンの着用推進

◆おもてなしワッペン等配布状況 ※令和6年3月末時点

令和5年度実績	配布枚数 (配布箇所)	※R4実績 (通年)	累計配布枚数 (配布箇所)
ワッペン(大)	80(4)	58(9)	4,289(163)
ワッペン(小)	1,103(11)	2,022(32)	29,848(353)
ステッカー(両面)	86(6)	156(19)	2,894(91)

○県民や観光客による観光情報やおもてなし情報の発信

・おもてなし体験箱投書数増加を目的にブックマーカーを制作し会員宿泊施設へ配布 ⇒ 年間投書数：213件(R4年度：148件)

(4) 地域別意見交換会

○県内観光関係事業者との意見交換の実施

- 1) 佐世保市開催：佐世保観光コンベンション協会、佐世保市(8/24)
- 2) 五島市開催：五島市観光協会、五島市(11/14)
- 3) 平戸市開催：平戸観光協会、平戸市(2/5)

3. 「みんなで磨く！観光まちづくり」推進事業

決算額：24,056千円

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、リクルートから専門人材の派遣を受け入れ、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。

➡ ・大村湾をフィールドに、クルージングとサイクリングをセットにした「ながさき大村湾サイクルージング」の商品開発を行い、4コースの販売を開始

(1) 観光コンテンツ開発支援体制等の整備

支援体制強化(専門人材の雇用等)

○昨年度に引き続き、株式会社リクルートから非常勤4名の専門人材の派遣を受け入れ、開発・販売支援体制を強化したほか、常勤職員を1名増員して推進体制の強化を図り、県の観光まちづくり班とも連携しながら事業を推進するとともに、コンテンツ開発など、地域の実情に応じた市町・観光協会等の施策構築のための支援体制を強化

(2) 観光コンテンツの開発支援

観光コンテンツ開発支援

○「ひらかれた海」の活用
・「ながさき大村湾サイクルージング」の新規開発
2024年春商品は長崎市(琴海地区)、大村市、長与町、時津町の4コースを販売(2/16リリース)

	<p>○地域が主体的に行う観光コンテンツの開発支援と既存商品のブラッシュアップの実施</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 雲仙市：魅惑のナイトストロベリー 2) 雲仙市：収穫サイクリングと絶品やさい寿司ランチ 3) 南島原市：天空の棚田キャンプ 4) 南島原市：滝サウナキャンプ 5) 長崎市：オリジナル包丁作り
(3) 観光動向モニタリングツールの活用	
観光動向モニタリングツールの活用	○観光動向モニタリングツール「おでかけウォッチャー」など各種マーケットデータ等を活用し、地域が取り組むコンテンツ開発等の各種施策の立案・推進に対して情報を提供
(4) 地域の魅力発信	
地域の魅力発信	<p>○特設サイト「ながさきあそび」</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 開発支援商品を掲載し、販売チャネルへの流入を強化 2) 商品の認知度向上と販売促進のため、SNS 等を活用したプロモーションを実施 <p>○「ながさき大村湾サイクルージング」情報発信ツールの製作</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) ロゴ、ポスター、パンフレット、ステッカー、のぼり旗、音声ナビシステム等を製作し商品の魅力発信を強化 2) メディア向け説明会並びに関係者お披露目会を実施 (2/29) 3) WEB 広告及び SNS 広告の実施 <p>○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】 53 商品 (令和 6 年 3 月末時点)</p> <p>【利用実績】 367 名</p> <p>【割引キャンペーンの実施】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商品：「ながさき大村湾サイクルージング」4 コース ・期間：3 月 16 日～31 日 ・利用実績：14 名

4. 観光DX・プロモーション事業	決算額：41,067 千円
観光客の価値観や旅行形態の変化に対応した誘客及びリピーター客の獲得を図るため、人流データ等を活用したマーケティング分析に基づくプロモーションを実施。	
<p>➡ ・公式観光サイト「ながさき旅ネット」のアクセス数</p> <p style="padding-left: 20px;">1 日当たり平均PV数：33,071 (前年比 79.1%)</p> <p style="padding-left: 20px;">※全国旅行支援事業の終了 (9 月 30 日) による影響</p> <p>・公式 Instagram：フォロワー数 9,337 (前年比 142%)</p> <p>・情報番組の誘致：2 件 (朝だ！生です旅サラダ、ヒルナンデス)</p>	

○ながさき旅ネットログ解析：令和5年4月1日～令和6年3月31日

	令和5年度	令和4年度	前年比
ユーザー数	4,778,154	5,451,549	87.6%
ページビュー数	12,071,184	15,245,215	79.1%
1日平均人数	13,091	14,936	87.6%
1日平均PV数	33,071	41,767	79.1%

(1) 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>○ながさき旅ネットの運用</p> <p>1) 旬の情報・イベント情報の日々更新</p> <p>2) 季節ごとの観光コンテンツ入れ替え</p> <p>①海水浴場特集（6月） ※夏休み・家族旅行需要</p> <p>②自由研究（7月） ※夏休み・家族旅行需要</p> <p>③花火大会特集（7月）</p> <p>④紅葉特集（10月）</p> <p>⑤お花見スポット特集（2月）</p> <p>3) 時機を捉えターゲットを明確にした特集ページの作成、公開</p> <p>①2024長崎ランタンフェスティバル特集ページ公開（12月）</p> <p>②雨の日でも親子で楽しめるスポット特集ページ公開（3月）</p> <p>※梅雨～初夏の旅行需要</p> <p>③県北地域ドライブコース特集ページ公開（3月）</p> <p>※夏の旅行需要</p>
<p>デジタルガイドブック</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・県全体広域観光マップ「長崎ぶらり」の更新・印刷：40,000部 第1回：20,000部 / 第2回：20,000部 ・県全域観光パンフレット「感動たび」の更新・印刷：15,000部 ・県内各市町作成の観光パンフレットのデジタルパンフレット化及び登録（令和6年3月末時点：17市町分）

(2) プロモーション展開

<p>ICTを活用したデジタルプロモーション</p>	<p>○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）</p> <p>【ターゲット・内容】</p> <p>首都圏、山陽新幹線沿線、九州圏の各市場にて、Tカードの顧客データを活用し、本県への旅行意欲が高いターゲットを抽出のうえ、「ながさき旅ネット」内にある観光コンテンツを活用し、誘客プロモーションを実施</p>
----------------------------	--

【広告展開】

SNS (Meta) 広告、YDA (Yahoo ディスプレイ広告)、Tポイント
会員メール、まちあげ (広告配信プラットフォーム) を活用し、
「ながさき旅ネット」へ遷移

広告総表示数	68, 103, 152
総リーチ数	1, 329, 999
総クリック数	103, 644

【誘客目標】 520人 (委託者独自設定) **【結果】** 731人

※上記広告に接触した後に本県へ来訪しTカードを使用した実数
と、IPアドレスによる来訪計測

○マーケティングプロモーションの実施

県実施の観光マーケティング事業による分析結果を基に、前年度より
訪問者数が少なく、かつ落ち込みの多い平戸市を対象としたプロ
モーションを実施

【広告展開】

SNS (Meta) 広告、YDA (Yahoo ディスプレイ広告)、GDN (Google
ディスプレイ広告)、リスティング広告 (Yahoo、Google) を活用
し、「ながさき旅ネット」内に制作した平戸特集ページへ遷移

広告総表示数	21, 228, 531
総リーチ数	5, 734, 364
総クリック数	115, 777

○メールマガジンの配信

- 1) 「九州向け / 九州外向け」に区分し、異なる内容で配信
九州向けには県内イベントやおでかけ情報、九州外向けには長崎
県へいつか行きたい、また周遊型旅行を想像・喚起させるよう、
歴史・文化、モデルコース等の情報を中心とする読み物系コンテ
ンツ (「#ナガサキタビ」記事等) を配信
- 2) 開封率向上のため、読者向けプレゼント企画を6回実施
プレゼント商品は、長崎らしさをPRできる商品を購入したほか、
部内各課 (物産ブランド推進課、文化振興・世界遺産課) から関
連記事に合わせた商品を提供 (2回)
- 3) 新規会員を獲得するため、プレゼント付きアンケートを実施し、
計 919 名の新規会員を獲得 (1回)

【会員数】 45, 494 名 (令和6年3月末)

◆プレゼント付きアンケート

期間: 12月26日～2月13日

応募者数: 6, 742 名 (うち、新規登録 919 名)

アンケート内容: 長崎旅行に関する調査 (経験・頻度等)

	<p>○旅サラダ EXPO への出展 (11月3日～5日)</p> <p>【場所】 JR大阪駅 うめきた広場</p> <p>【内容】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 壱岐地区、島原地区、当連盟の3者による物販と情報発信を実施 ・ ステージイベントは本県の動画配信と変面ショーを実施 <p>【イベント来場者数】 44,700人</p> <p>○観光カードの制作</p> <p>イベント等のサンプル用として、県の観光サイトや物産サイトへ誘導する観光カードを制作</p> <p>全12種×各1,000枚 計：12,000枚</p> <p>○カルチャー誌「BRUTUS」を活用した情報発信</p> <p>【発行部数】 69,000部</p> <p>【発行日】 令和5年12月1日</p> <p>【掲載内容】 雲仙・小浜温泉を中心に宿泊施設や飲食店等を紹介 (6ページ)</p> <p>○ながさきプレスを活用した情報発信</p> <p>「月刊ながさきプレス4月号」 (4ページ)</p> <p>【発行部数】 30,000部</p> <p>【発行日】 令和6年3月27日</p> <p>【掲載内容】 「ながさき大村湾サイクルージング」の商品概要やサイクリングおすすめスポットを紹介</p>
<p>WEBメディア等活用プロモーション</p>	<p>○全国ネット等のテレビ情報番組の誘致</p> <p>1) 情報番組「朝だ！生です旅サラダ！」/テレビ朝日系列</p> <p>タレントの中丸雄一氏が、特産物「ゆでぼし大根」と西海市の魅力を紹介</p> <p>放送日：令和6年1月27日 放送尺：20分程度</p> <p>ロケ地：西海市</p> <p>2) 情報番組「ヒルナンデス！」/日本テレビ系列</p> <p>タレントの久本雅美氏が、佐世保市・ハウステンボス・長崎市の魅力を紹介</p> <p>①放送日：令和6年3月1日 放送尺：55分程度</p> <p>ロケ地：佐世保市、ハウステンボス</p> <p>②放送日：令和6年3月22日 放送尺：55分程度</p> <p>ロケ地：長崎市</p> <p>○SNSを活用した情報発信</p> <p>1) 公式 Instagram による情報発信</p> <p>2) Instagram を活用した効果的な情報発信とフォロワー獲得のため、SNS グループ「東京カメラ部」とタイアップし、情報発信及び広告配信を実施</p>

		<p>【実績】※令和6年3月末時点</p> <table border="1" data-bbox="502 197 1428 291"> <thead> <tr> <th></th> <th>投稿回数</th> <th>フォロワー</th> <th>リーチ</th> <th>エンゲージメント</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Instagram</td> <td>101</td> <td>9,337</td> <td>444,804</td> <td>32,621</td> </tr> </tbody> </table> <p>○媒体社向けニュースレターの配信（年4回/約200社） 【配信日】 令和5年10月24日、12月13日 令和6年2月22日、3月19日</p>		投稿回数	フォロワー	リーチ	エンゲージメント	Instagram	101	9,337	444,804	32,621
	投稿回数	フォロワー	リーチ	エンゲージメント								
Instagram	101	9,337	444,804	32,621								
<p>(3) #ナガサキタビブ</p>												
	<p>○フリーライターを起用したインターネット記事の作成</p> <p>1)一般公募ライター（9名）による旅のレポート記事の作成・掲載 令和5年度実績：86本 令和3年9月からの累計：243本</p> <p>2)長崎新聞への記事掲載 【発行部数】 約162,000部 【発行日】 令和6年1月1日（新春号） 【サイズ】 タテ226mm×ヨコ376mm×2ページ 【内容】 「#ナガサキタビブ」の部員がおすすめする県内の観光スポットを紹介</p>											
<p>(4) 佐賀県との連携による観光情報発信</p>												
	<p>○「佐賀・長崎観光振興推進協議会」（事務局：佐賀県）において、これまで制作したフリーマガジン「SとN」第7号を制作したほか、佐賀・長崎の両県知事とアートディレクターの3者による両県の魅力を発信する鼎談記事の制作、SNS等での情報発信を実施</p> <p>【テーマ】 「いい湯、いい水、わいてます」 【内容】 水と湯に注目したテーマのもと、お店やモノ、人にスポットをあて、佐賀・長崎をつなぐ地域で暮らす人々の日常や風景を紹介</p> <p>【発行部数】 14,000部 【発行日】 令和6年3月20日発行 【掲載地域】 長崎県：島原市、雲仙市、南島原市 佐賀県：武雄市、鹿島市、嬉野市、太良町</p> <p>【設置箇所】 関西圏：99 首都圏：32 九州圏：110 その他全国：22 県内図書館：37</p> <p><「SとN」のこれまでのテーマ></p> <p>第1弾「トコトコ列車で会いに行く」 第2弾「山便り、海便り」 第3弾「ひとと街、道でつながる」 第4弾「坂の街、平野の街、おいしい街」 第5弾「風になびいて岬めぐり」 第6弾「鉄道でつながる」 総集編版（第1弾～第6弾）「SとN pocket」</p>											

5. ながさきリピーター創出促進事業	決算額：1,052千円
<p>将来、リピーターになる可能性の高い学校団体等の誘致を強化するため、新学習指導要領やSDGsの内容を盛り込んだ新しい体験プログラム等の提供により、回遊性や再訪性の高い団体の誘客に取り組むほか、長崎ならではの観光素材開発や人脈を活かし、戦略性の高い誘致活動を実施。</p>	
<p>➡ 修学旅行都道府県別訪問先の推移（長崎県の順位）※出典：日本修学旅行協会調査</p> <ul style="list-style-type: none"> ・中学校：R1)9位 ⇒ R2)10位 ⇒ R3)7位 ⇒ R4)7位 ⇒ R5)集計中 ・高等学校：R1)8位 ⇒ R2)1位 ⇒ R3)1位 ⇒ R4)11位 ⇒ R5)集計中 	
<p>(1) 体験プログラム増刷</p>	
	<ul style="list-style-type: none"> ・探究学習やSDGsに則り、県内の教育旅行向けプログラムをとりまとめた冊子「長崎県探究プログラム」を増刷（1,000部）
<p>(2) 修学旅行誘致活動</p>	
	<p>○誘致が期待できる地域の学校や旅行会社及び関係団体等への訪問、教員や旅行会社の県内招聘などを実施</p> <p>1) 学校+AGT等への単独セールス</p> <ul style="list-style-type: none"> ①静岡県、愛知県、三重県（5/23～25）高校：12校、AGT：2社 ②東京都（7/25）AGT：4社 ③大阪府（10/30～31）高校：6校、AGT：4社 ④栃木県（1/25～26）高校：1校、AGT：1社 <p>2) 各地区との連携セールス</p> <ul style="list-style-type: none"> ①佐世保観光コンベンション協会主催 新潟県、福島県（5/31～6/2）高校：2校、AGT：17社 ②佐世保観光コンベンション協会主催 群馬県（7/5～7）高校：10校、AGT：4社 ③長崎市宿泊施設協議会との合同開催 京都府、奈良県（7/12～14）高校：17校、AGT：12社 ④熊本県との連携 東北地区（11/28～30）AGT：4社 10店舗 <p>3) 九州7県合同修学旅行説明会（九州観光機構主催） 名古屋（8/2）、大阪（8/3）、東京（8/21）、広島（8/28） 【参加者】学校関係者：20名、AGT：94名</p> <p>4) 招聘 全国修学旅行研究協会と連携し、関西地区の中学校校長等7名を長崎市へ招聘（3/16～17）</p> <p>5) その他</p> <ul style="list-style-type: none"> ①全国修学旅行研究会大会（7/25：東京） ②日本修学旅行協会理事長講演会（9/22：長崎歴史文化博物館） ※長崎国際観光コンベンション協会主催 ③修学旅行説明会（1/24～25：茨城県、栃木県） ※茨城県営業戦略部空港対策課主催 茨城会場：9社 11店舗 25名 栃木会場：8社 12店舗 16名

6. Hello!KAMOME 新幹線開業効果拡大事業	決算額：4,970千円
------------------------------------	--------------------

西九州新幹線の沿線市から県内各地への周遊促進を図るため、新幹線と二次交通を組み合わせた旅行商品造成への支援を実施。

➡ ・旅行会社4社による販売実績：6商品・12,379人泊

(1) 新幹線の周遊促進対策

旅行商品造成支援	<p>○販売実績（4社6商品・12,379人泊）</p> <p>1) JTB（10/1～2/29） 1商品 1,703人泊</p> <p>2) 日本旅行（7/1～2/29） 2商品 7,957人泊</p> <p>3) 阪急交通社（7/1～1/27） 1商品 583人泊</p> <p>4) クラブツーリズム（7/1～2/27） 2商品 2,136人泊</p> <p>※上記実績の出発地別・目的地別内訳 (人泊)</p> <table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <thead> <tr> <th colspan="3">出発地別</th> <th colspan="3">目的地別</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>北海道</td> <td>23</td> <td>0.2%</td> <td>長崎市</td> <td>5,591</td> <td>45.2%</td> </tr> <tr> <td>東北</td> <td>39</td> <td>0.3%</td> <td>佐世保市</td> <td>706</td> <td>5.7%</td> </tr> <tr> <td>関東</td> <td>2,592</td> <td>21.0%</td> <td>ハウステンボス</td> <td>4,348</td> <td>35.1%</td> </tr> <tr> <td>首都圏</td> <td>752</td> <td>6.1%</td> <td>島原半島</td> <td>698</td> <td>5.6%</td> </tr> <tr> <td>中部</td> <td>568</td> <td>4.6%</td> <td>平戸・松浦</td> <td>169</td> <td>1.4%</td> </tr> <tr> <td>北陸</td> <td>404</td> <td>3.3%</td> <td>対馬・壱岐</td> <td>82</td> <td>0.6%</td> </tr> <tr> <td>関西</td> <td>2,798</td> <td>22.6%</td> <td>五島列島</td> <td>760</td> <td>6.2%</td> </tr> <tr> <td>中国</td> <td>1,096</td> <td>8.8%</td> <td>その他</td> <td>25</td> <td>0.2%</td> </tr> <tr> <td>四国</td> <td>252</td> <td>2.0%</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>九州</td> <td>3,855</td> <td>31.1%</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td>12,379</td> <td>100.0%</td> <td>合計</td> <td>12,379</td> <td>100.0%</td> </tr> </tbody> </table>	出発地別			目的地別			北海道	23	0.2%	長崎市	5,591	45.2%	東北	39	0.3%	佐世保市	706	5.7%	関東	2,592	21.0%	ハウステンボス	4,348	35.1%	首都圏	752	6.1%	島原半島	698	5.6%	中部	568	4.6%	平戸・松浦	169	1.4%	北陸	404	3.3%	対馬・壱岐	82	0.6%	関西	2,798	22.6%	五島列島	760	6.2%	中国	1,096	8.8%	その他	25	0.2%	四国	252	2.0%				九州	3,855	31.1%				合計	12,379	100.0%	合計	12,379	100.0%
出発地別			目的地別																																																																						
北海道	23	0.2%	長崎市	5,591	45.2%																																																																				
東北	39	0.3%	佐世保市	706	5.7%																																																																				
関東	2,592	21.0%	ハウステンボス	4,348	35.1%																																																																				
首都圏	752	6.1%	島原半島	698	5.6%																																																																				
中部	568	4.6%	平戸・松浦	169	1.4%																																																																				
北陸	404	3.3%	対馬・壱岐	82	0.6%																																																																				
関西	2,798	22.6%	五島列島	760	6.2%																																																																				
中国	1,096	8.8%	その他	25	0.2%																																																																				
四国	252	2.0%																																																																							
九州	3,855	31.1%																																																																							
合計	12,379	100.0%	合計	12,379	100.0%																																																																				

7. 海業チャレンジ応援事業	決算額：4,237千円
-----------------------	--------------------

県内での海業を推進するため、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の支援を実施。

➡ ・3事業者（4商品）の開発・販売支援を実施

(1) 「海業」の推進

	<ul style="list-style-type: none"> ・ 館浦漁業協同組合（平戸市）と連携し、2商品の開発（支援）を実施 <ul style="list-style-type: none"> 1) 「海鮮炙りのおごっつおランチ体験」 2) 「オトナのキッズニア ちょっとお試し漁師の仕事 3days」 ・ 大村湾漁業協同組合と連携し、新グルメ「やきうお」を開発 ・ 丸徳水産（対馬市）の既存コンテンツの視察と販売支援を実施
--	---

8. しま旅滞在促進事業

決算額： 851,852 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・販売促進に対して支援するほか、企画乗船券や割引クーポンの発行事業を実施。

- ➡ ・しま旅旅行商品販売実績：42,702 人泊（目標達成率 83.9%）
- ・わくわく乗船券販売実績：26,497 冊（目標達成率 185.6%）
- ・行っ得クーポン交付実績：58,645 冊（目標達成率 115.0%）

(1) しま旅旅行商品の開発支援

旅行商品助成

○対馬、壱岐、五島列島（下五島、上五島、小値賀、宇久）を対象とした旅行商品造成支援（教育旅行含む）
 「宿泊＋交通＋体験メニュー」がセットとなった旅行商品を造成する旅行会社に対して、本土と離島間の交通費の一部を助成し旅行代金の割引を行うとともに、商品開発費用の一部を助成
【対象期間】 令和5年4月1日～令和6年2月29日
 ※新型コロナウイルス感染状況が沈静化傾向にあることを踏まえ、旅行者の離島志向を途切れさせることなく促進するため、令和5年4月1日から助成開始
 ※しま旅滞在促進事業に係る支出見込みが予算を大幅に超えることが想定されたため、令和5年10月、各旅行会社に対して販売停止を依頼

○アンケート（意見・要望）を関係者にフィードバック

◆しま旅旅行商品販売実績（延べ宿泊者数）・助成金額

エリア	延べ宿泊者数	助成金額
対馬市	12,216 人泊	77,694,792 円
壱岐市	11,654 人泊	43,576,392 円
五島市	15,812 人泊	100,843,949 円
新上五島町	2,950 人泊	19,657,833 円
小値賀町	38 人泊	148,084 円
宇久町	32 人泊	82,000 円
計	42,702 人泊	242,003,050 円

※当初販売目標：50,875 人泊

(2) 企画乗船券の企画、開発及び販売

企画乗船券

○本県有人国境離島に宿泊し本土からの往復乗船券購入者に対して、「しま」ならではの体験メニューに利用できるクーポンがセットになった企画乗船券「わくわく乗船券」を4月1日から販売
 ・往復乗船券購入者一人につき一冊販売

- ・対象航路：19 航路
九州郵船（株）、九州商船（株）、野母商船（株）、五島産業汽船（株）が運行する本土と本県の国境離島を往復する全 19 航路において販売
※運休中の博多～比田勝 ジェットフォイルを除く
- ・クーポン販売額：往復乗船券料金 + 100 円
- ・クーポン設定額：大人 1,000 円～8,000 円
小人 500 円～4,000 円
- ・販売期間：令和 5 年 4 月 1 日～11 月
(当初販売予定期間：令和 5 年 4 月 1 日～令和 6 年 2 月 29 日)
※予定を大幅に超過して販売されたため、8 月から 11 月にかけて航路ごとに順次販売を停止

◆わくわく乗船券販売冊数 (=延べ購入者数)

エリア	冊数	体験利用金額
対馬市	1,699 冊	3,329,350 円
壱岐市	14,266 冊	25,944,490 円
五島市	4,114 冊	12,786,390 円
新上五島町	4,125 冊	5,527,110 円
小値賀町	1,491 冊	2,011,500 円
宇久町	802 冊	880,000 円
計	26,497 冊	50,478,840 円

※当初販売冊数目標：14,275 冊

(3) 宿泊・飲食・交通等割引 (コロナウイルス復興特別対策)

割引及びクーポン

○新型コロナウイルスの感染拡大により宿泊客が激減している国境離島を対象として特別対策を実施。一人一泊あたり 5,000 円相当額を補助 (上限 3 泊)

◆交付実績

エリア	団体型商品 (エスコート/受注型)	個人型商品 (フリープラン/企画乗船券)	計
対馬市	44,260,000 円	28,758,435 円	73,018,435 円
壱岐市	31,515,000 円	138,642,063 円	170,157,063 円
五島市	45,245,000 円	56,146,733 円	101,391,733 円
新上五島町	8,925,000 円	43,641,496 円	52,566,496 円
小値賀町	175,000 円	14,617,658 円	14,792,658 円
宇久町	140,000 円	6,756,998 円	6,896,998 円
計	130,260,000 円	288,563,383 円	418,823,383 円

<p>団体型旅行商品</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 募集型企画旅行 ・ 受注型企画旅行 	<p>○しま旅募集型企画旅行（エスコート商品）の購入者及び受注型企画旅行参加者について、各島内に宿泊する場合、1泊につき5,000円を旅行会社に助成</p> <p>○旅行会社は5,000円のうち4,000円を旅行代金の割引に充て、1,000円は島の特産品（お土産）代に充当（最大3泊まで）</p> <p>対象期間：令和5年4月1日～令和6年2月29日</p>
<p>個人旅行</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 個人型旅行商品 ・ 個人手配旅行 	<p>○フリープラン</p> <p>しま旅個人型（フリープラン）旅行商品購入者または個人旅行者で企画乗船券「わくわく乗船券」の購入者に対して、島内での宿泊や飲食、交通に利用できる「行っ得！長崎のしまクーポン券（6月から電子クーポン「行っ得PAY）」を交付</p> <p>○わくわく乗船券</p> <p>1人1泊につき5,000円のクーポンを交付（上限3泊分）</p> <p>交付期間：令和5年4月1日～8月から航路毎に順次販売停止</p> <p>※観光客の利便性向上と精算業務の迅速化・効率化を図るため、リジョンペイシステムを導入し、令和5年6月26日に紙クーポン「行っ得！長崎のしまクーポン券」を電子クーポン「行っ得PAY」に切り替え、電子化に併せて、県内全国境離島で利用可能とするとともに、1円単位での利用及び土産等の購入も可能とするなど利便性の向上を図った。</p>
<p>(4) プロモーション経費</p>	
	<p>○「わくわく乗船券」宣伝資材の製作</p> <ol style="list-style-type: none"> 1)パンフレット：50,000部 (初回版：25,000部、更新版：25,000部) 2)ポスター：100枚 3)WEB 広告用バナー制作 <p>○マスメディアを活用した情報発信</p> <ol style="list-style-type: none"> 1)「関西大阪長崎県人会」会報（70周年記念特大号）を活用した情報発信 【発行部数】5,000部 【サイズ】タテ85mm×ヨコ182mm（カラー） 【掲載日】令和5年5月 2)長崎新聞を活用した情報発信 【発行部数】162,000部 【サイズ】本紙5段カラー（タテ167mm×ヨコ378mm） 【掲載日】令和5年7月12日

3) 「ひろしま発！旅行ナビ 2023」を活用した情報発信

①イベント出展

【開催日時】令和5年9月2日、3日

【場所】イオンモール広島府中 【来場実績】7,800名

②中国新聞広告

- ・中国新聞朝刊通し版 全5段カラー (8/21、8/29、9/1)
- ・中国新聞朝刊通し版 見開30段連合特集カラー (8/31)
- ・中国新聞朝刊通し版 全15段カラー (9/2、9/3)
- ・タブロイド紙「アシタノ」中面三段カラー (108×242mm)

4) 地元テレビ局を活用した情報発信

◆長崎放送 (NBC)

①情報番組

- ・福岡地区

市町	放送日	番組名	放送尺
壱岐市	7/14	RKB毎日放送「タダイマ！」	18分程度
対馬市	7/21		18分程度
五島市 (前編)	7/28		15分程度
五島市 (後編)	8/4		14分程度

- ・長崎地区

市町	放送日	番組名	放送尺
新上五島町	7/18	NBC長崎放送「Pint! 1部」	11分程度
佐世保市 宇久町	7/26		10分程度
小値賀町	8/10		11分程度

②YouTubeによる配信

市町	期間	再生回数
新上五島町	7/28～9/20	1,180回
佐世保市宇久町	7/28～9/20	903回
小値賀町	8/14～9/20	1,128回
壱岐市	8/15～9/20	1,945回
対馬市	8/15～9/20	2,333回
五島市	8/15～9/20	5,615回

③TVパブリシティ：番組名「Pint！」

市町	放送日	放送時間
対馬市	6/29	16：50～19：00
壱岐市	7/10	16：50～19：00
五島市	7/13	16：50～19：00
新上五島町	7/17	16：50～19：00
小値賀町	7/27	16：50～19：00
佐世保市宇久町	8/1	16：50～19：00

④長崎・福岡でのスポット 15秒オリジナルCM放送

長崎 150本、福岡 10本

⑤長崎・福岡でのラジオ 20秒スポット広告

長崎 100本、福岡 20本

⑥TVerによる福岡での15秒広告配信

⑦Instagramでの投稿

「ながたび」1回、「NBC公式Instagram」3回

⑧NBC公式アプリでのバナー広告掲出

◆長崎国際テレビ（NIB）

①情報番組

・福岡地区

市町	放送日	番組名	放送尺
佐世保市 宇久町	7/24～28 7/31～8/4	ケーブルテレビ局 j:com 「LIVE ニュース・プラス」	各2分30秒程度 (計20回)
小値賀町	8/7～11 8/14～18		各2分30秒程度 (計20回)
五島市	8/10	FBS福岡放送 「よる～じげトゥギャザー しようぜ！！」	20分程度
壱岐市	8/10	FBS福岡放送 「めんたいワイド」	19分程度
対馬市	8/11	FBS福岡放送 「きらめきパレット」	5分程度
新上五島町	8/17	FBS福岡放送 「よる～じげトゥギャザー しようぜ！！」	20分程度

・長崎地区

市町	放送日	番組名	放送尺
五島市	7/29 (再)8/31	NIB 長崎国際テレビ 「よる〜じげトゥギャザー しようぜ!!」	各 20 分程度
佐世保市 宇久町	7/29 (1 回目) 8/5 (2 回目)	NIB長崎国際テレビ オリジナル番組 「わくわく探検隊しまたび 宇久島・小値賀島」	各 2 分 30 秒程度 (計 2 回)
新上五島町	8/5 (再)8/7	NIB長崎国際テレビ 「よる〜じげトゥギャザー しようぜ!!」	各20分程度
壱岐市	8/5 (前編) 8/12 (後編)	NIB長崎国際テレビ 「ひるじげドン」	各5分程度
小値賀町	8/12 (3 回目) 8/19 (4 回目)	NIB長崎国際テレビ オリジナル番組 「わくわく探検隊しまたび 宇久島・小値賀島」	各 2 分 30 秒程度 (計 2 回)
対馬市	8/26	NIB長崎国際テレビ 「土曜デジマンボ ワイド版スペシャル」	26分程度

②長崎・福岡でのオリジナル 30 秒 CM の制作・放送

長崎 20 本、福岡 91 本 (内 43 本 j: com)

③「j: com マガジン 8 月号 (福岡エリア版)」1P 紙面カラー掲載

④WEB メディア & Instagram を活用した情報発信

・ながさーち: WEB 記事 1 回

Instagram ストーリーズ投稿 1 回

・イエポス : WEB 記事 1 回

Instagram ストーリーズ投稿 1 回

⑤「よる〜じげ トゥギャザーしようぜ!!」映像を各種映像プラットフォーム (TVer、DEJIMAch) へ動画掲出

⑥福岡 j: com ショップ木の葉モール橋本店へのチラシ・ポスター設置

⑦長崎ココウオーク前へキサビジョンでの放映

⑧NIB 公式 WEB サイトにてバナー掲出

9. しま旅グレードアップ事業	決算額：11,926千円
<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>	
<p>➡ ・国境離島地域の教育旅行プログラム整備：4件 ・インバウンド向けメディア・旅行会社タイアップ：5件</p>	
<p>(1) 修学旅行促進</p>	
	<p>○長崎県内の離島における教育旅行商品の販売促進</p> <ol style="list-style-type: none"> 1)長崎県内の離島における教育旅行プログラムを作成 2)長崎県内の離島にスタッフを派遣し市場調査の上、分析資料を作成 3)長崎県内の離島市町担当者等向け講演会の実施 <p>【開催日】令和6年3月12日 【場所】長崎県庁内</p>
<p>(2) インバウンド対策事業</p>	
	<p>○英語圏向けメディアを活用した情報発信</p> <ol style="list-style-type: none"> 1)「Tokyo Weekender」公式WEBサイト内特集ページの継続掲載及びバナー設置 2)壱岐・対馬・五島列島エリアでの外国人記者現地取材による記事作成(3本) <p>【取材日】令和5年8月28日～9月1日 【掲載】①令和5年10月31日 ※テーマ：アクティビティ ②令和5年12月15日 ※テーマ：フード ③令和6年1月10日 ※テーマ：人</p> <p>【閲覧数】31,984(令和6年3月末時点)</p> <p>○「The Japan Times」を活用した「アドベンチャーツーリズム」の情報発信</p> <ol style="list-style-type: none"> 1)「The Japan Times」純広告 <p>【発行部数】19,000部 【サイズ】カラー 1/4ページサイズ(天地25cm×左右19cm) 【掲載日】令和5年9月9日</p> <ol style="list-style-type: none"> 2)純広告データ制作 3)「The Japan Times」WEBサイト掲載 4)公式SNSでの発信(1回) 5)純広告上部の記事にて本県情報を一部掲載 <p>○台湾TV番組「食尚玩家」とのタイアップ</p> <p><u>福岡から周遊し壱岐を紹介</u></p> <p>【撮影場所】壱岐 【放送日】令和6年1月16日 【視聴率】0.17% ※メイン視聴世代20代～40代、約1.7万人が視聴と推定 【YouTube】再生回数：11.7万回</p>

		<p>○台湾 TV 番組「老少女奇遇記 2」の取材にかかる協賛 ※五島市と連携 <u>日本在住の台湾人を訪ねるドキュメンタリー番組</u> 【撮影日】 令和 5 年 12 月 14 日～20 日（福岡～五島） 【放送日】 令和 6 年 7 月予定</p> <p>○アドベンチャーツーリズム（AT）にかかる欧米旅行会社を招聘した FAM ツアー（3/5～7） 【場所】 五島市 【招聘者】 旅行会社 3 社 3 名 ネイチャーガイド 3 地域 3 名（福江、上五島、小値賀）</p> <p>【内容】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本県が進める AT の海外販路における商品化及びそれを見据えた磨き上げを目的に、国内外の旅行会社を招聘したモニターツアーを実施 ・同事業の「五島列島」コースに関わる各エリアのネイチャーガイドも招聘し、コース全体の流れおよび関係団体との関係構築を実施
--	--	---

10. R4 繰越）戦略的情報発信推進事業		決算額：5,486 千円
<p>冊子での発行が主流である観光パンフレット等の観光情報をデジタル化するとともに、当該情報を周知するため、県内の主要な箇所にデジタルサイネージを整備し、タビナカでの観光客の利便性向上を図る。</p>		
<p>➡ 県内 3 か所にデジタルサイネージを設置</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県内の玄関口である「長崎空港」 ・タビナカの中継拠点で、リニューアルされた「道の駅 彼杵の荘」 ・県内外からの来庁者が多い「長崎県庁」 		
<p>（1）デジタルサイネージ整備</p>		
<p>デジタルサイネージの設置</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) タビナカの観光周遊促進のため、デジタルマップを格納 2) 県内各地域の観光情報入手を促進するため、デジタルパンフレットへ誘導するタッチポイント（QR コード）を整備 3) 県内各市町の観光 WEB サイトへの誘導コンテンツを整備 4) 上記コンテンツのデジタルサイネージを県内 3 か所に設置 <ol style="list-style-type: none"> ①長崎空港 到着口 1 階 ②道の駅 彼杵の荘 ③長崎県庁 1 階 観光パンフレットコーナー付近 	

1 1. R4 繰越) 観光需要回復促進事業

決算額 : 5,694,135 千円

新型コロナウイルス感染症の影響により落ち込んだ旅行需要を喚起し、県内観光産業の回復を図るため、国の補助金を活用して「ながさき心呼吸の旅キャンペーン」を実施。

➡ **・全国旅行支援実績**

令和5年度 (R5. 4. 1~R5. 9. 30) : 163,381 人泊

事業全体 (R4. 10. 11~R5. 9. 30) : 737,717 人泊

(1) 全国旅行支援事業

ながさきで心呼吸の旅キャンペーン

○全国旅行支援「ながさきで心呼吸の旅キャンペーン」

【支援内容】

1) 旅行代金の20%を支援

・ 宿泊のみ、日帰り旅行商品 : 上限 3,000 円/人泊

・ 交通+宿泊の旅行商品 : 上限 5,000 円/人泊

2) 旅行期間中に使用可能な地域限定クーポンの付与

・ 平日 : 2,000 円 ・ 休日 : 1,000 円

【期間】 令和4年10月11日~令和5年9月30日

※R4. 12/28~1/9、R5. 4/29~5/7、7/21~8/31 は除く

※宿泊施設直接割引は令和5年6月30日まで

【令和5年度 (R5. 4. 1~9. 30) 実績】

◆直接割引 (~R5. 6. 30) : 440 施設参画

	人数	誘客実績	割引支援額
R5 年度	118,763 人	163,381 人泊	550,544,943 円
全体	562,357 人	737,717 人泊	1,998,968,213 円

◆旅行会社実績 (OTA 含) : 2,162 社参画

	人数	誘客実績	割引支援額
R5 年度	445,033 人	578,466 人泊	2,915,321,834 円
	日帰り人数		割引支援額
	6,625 人	—	13,121,733 円
	人数	誘客実績	割引支援額
全体	1,408,171 人	1,819,407 人泊	7,364,673,151 円
	日帰り人数		割引支援額
	24,722 人	—	70,827,229 円

◆地域限定クーポン : 2,788 店舗参画

R5 利用額	1,706,186,291 円	全体	5,382,848,956 円
--------	-----------------	----	-----------------

		◆全体実績の出発地別・目的地別内訳（上位5件）					（人泊）	
順位	出発地別			目的地別				
1	福岡県	518,814	28.5%	長崎市	1,022,953	56.2%		
2	長崎県	470,110	25.8%	佐世保市	635,080	34.9%		
3	東京都	211,989	11.7%	雲仙市	181,241	10.0%		
4	大阪府	131,628	7.2%	平戸市	133,267	7.3%		
5	神奈川県	125,903	7.0%	諫早市	96,188	5.3%		
		◆電子クーポンの利用順位						
順位	属性	割合						
1	50代男性	11.0%						
2	40代男性	9.3%						
3	50代女性	8.9%						
4	20代女性	8.9%						
5	60代男性	7.9%						

Ⅲ 海外誘致対策

12. インバウンド需要創出拡大事業		決算額：21,713千円
<p>新型コロナウイルス感染症の流行による旅行者のマインドの変化を踏まえ、収束後の新たな旅行ニーズを汲み取り、九州各県等と連携した重点市場への適切な働きかけを行うことにより、本県へのインバウンド需要の創出・拡大を図る。</p>		
<p>➡ ・旅展：14回 ・商談会・説明会：20回 ・現地セールス：98社 ・国内セールス：26社 ・招聘：85社</p>		
(1) 海外観光展への出展等		
台湾	<p>○JNTO 主催訪日教育旅行現地商談会（台北：6/12、高雄：6/13） 【実績】 商談数：台北、高雄会場 計16校</p> <p>○九州観光機構主催現地観光説明会・商談会（7/26） 【実績】 商談数：12社</p> <p>○台北国際旅行博（ITF）への出展（11/3～6） ※九州観光機構及び各県と共同出展</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ブース運営（ノベルティ制作・配布、パンフレット配布など） ・KOL等によるPR ・公式SNSによるイベント告知及び期間中の記事投稿 <p>【実績】 全体来場者数：約34万人 うち、ブース訪問者：約3,700人 SNSによる開催告知リーチ数：120,478</p>	

	<p>Facebook フォロワー数：2,424 名増加</p> <p>○JNTO 主催訪日教育旅行関係者招聘（10/17～19）</p> <p>※福岡県と連携招聘</p> <p>【場所】長崎市、大村市、佐世保市、平戸市</p> <p>【参加者】現地学校関係者 8 名</p> <p>○旅行社等セールス</p> <ul style="list-style-type: none"> ・台北の旅行社等訪問（6/14～15）：10 社
香港	<p>○香港 ITE2023 への出展（6/15～18）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ブース運営（ノベルティ制作・配布、パンフレット配布など） ・観光セミナーの開催 ・公式 SNS によるイベント告知及び期間中の記事投稿 <p>【実績】</p> <ul style="list-style-type: none"> 全体来場者数：一般 55,925 名、業界 5,932 名 本県情報接触：延べ数 20,976 名以上 観光セミナー参加者数：約 80 名 Facebook フォロワー数：515 名増加 <p>○香港ブックフェア 2023 への出展（7/19～25）</p> <p>※福岡県、佐賀県、熊本県と共同出展</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ブース運営（ノベルティ制作・配布、パンフレット配布など） ・来場者向けクイズ大会 ・SNS フォロワー獲得キャンペーン <p>【実績】</p> <ul style="list-style-type: none"> 全体来場者数：約 100 万人 うち、本県情報接触 延べ数 14,595 名以上 Facebook フォロワー数：1,052 名増加
中国	<p>○2023 年北部九州共同説明会開催（8/2）※上海 toB</p> <p>※福岡県・佐賀県・大分県連携</p> <p>【実績】参加者数：40 社 56 名</p> <p>○九州観光機構主催</p> <p>九州観光説明会・意見交換会への参加（8/8）※上海 toB</p> <p>【実績】</p> <ul style="list-style-type: none"> 参加者数：旅行社、メディア等 約 100 名 情報発信：シートリップ WeChat 配信 2 本/リーチ数 3,562 他サイト記事配信：計 14 社 15 本/PV 数 473,355 <p>○旅行社等セールス</p> <ul style="list-style-type: none"> ・中国東北地域の旅行社等訪問（5/20～29）：15 社 ・上海の旅行社等訪問（6/26～30）：12 社 ・上海及び周辺エリアの旅行社等訪問（7/31～8/9）：12 社 ・厦門の旅行社等訪問（9/6～8）：5 社 ・昆明の旅行社等訪問（11/14～18）：3 社 ・広東省、海南省の旅行社等訪問（2/21～28）：10 社

<p>韓国</p>	<p>○釜山広域市観光協会との姉妹協会締結 35 周年記念交流会</p> <ul style="list-style-type: none"> ・釜山開催 (7/26) 参加者：釜山側 38 名、長崎側 12 名 ・長崎開催 (10/24) 参加者：釜山側 14 名、長崎側 34 名 <p>○ソウル特別市観光協会との相互連携に関する覚書締結 (7/28)</p> <p>【場所】 ソウル特別市観光協会</p> <p>【参加者】 ソウル側：会長ほか 9 名、長崎側：会長ほか 8 名</p> <p>【覚書内容】</p> <ul style="list-style-type: none"> ①当連盟による韓国での情報発信 ②ソウル特別市観光協会による長崎県への旅行商品の広報・販売促進 ③相互の観光客の交流拡大 <p>○第 38 回ソウル国際観光展への出展 (5/4～7)</p> <p>※長崎県ソウル事務所、佐世保観光コンベンション協会、ハウステンボスでの共同ブース出展・運営</p> <p>【実績】</p> <p>来場者数：52,147 名 (全体)</p> <p>ブース訪問者：約 2,500 名/アンケート回収数：756 名</p> <p>○JNTO インセンティブ旅行商談会 (8/23)</p> <p>※訪日インセンティブ旅行企業担当者や取扱旅行社・ランド社とのマッチング商談会</p> <p>【実績】 日本側 21 団体、韓国側 42 団体 47 名参加、商談 10 社</p> <p>○釜山国際観光展への出展 (10/5～8)</p> <p>※姉妹協定を結んでいる釜山広域市観光協会主催の同観光展に出展</p> <p>※長崎県ソウル事務所、長崎市釜山事務所、対馬市釜山事務所、ハウステンボスでの共同ブース出展・運営</p> <p>【実績】</p> <p>来場者数：39,808 名 (全体)</p> <p>ブース訪問者：約 1,500 名 / アンケート回収数：381 名</p> <p>○日韓交流おまつり (10/22)</p> <p>※国際課、長崎県ソウル事務所、ハウステンボスでの共同ブース出展・運営</p> <p>【実績】 来場者数：約 6 万人 (全体) / アンケート回収数：775 名</p> <p>○JNTO 主催 VISIT JAPAN 韓国商談会 (11/7)</p> <p>※長崎県ソウル事務所、ハウステンボス同行</p> <p>【実績】 日本側 52 団体、韓国側 94 団体参加、商談 11 社</p> <p>○旅行社等セールス</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ソウルの旅行社等訪問 (5/8～9) : 15 社 ・ソウルの旅行社等訪問 (8/22～24) : 6 社 ・ソウルの旅行社等訪問 (10/31～11/1) : 6 社
<p>タイ</p>	<p>○九州観光機構主催</p> <p>個別商談会の参加及び現地旅行社セールス (10/4)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商談会

	<p>【実績】商談社数：7社</p> <ul style="list-style-type: none"> ・現地旅行社セールス（10/9）※佐賀県観光連盟と連携 <p>【実績】訪問6社、インセンティブツアー送客1本（65名）</p> <p>○日本政府観光局（JNTO）主催 Visit Japan FIT Fair 2023（第15回FITフェア）共同出展（10/6～8）※佐賀県観光連盟と連携</p> <p>【実績】 来場者数：46,835名 商品造成：3本/送客数：380名 情報発信：Facebook 発信5回/リーチ数：約14万</p>
ベトナム	<p>○九州観光機構主催現地観光説明会・商談会 （ホーチミン：8/22、ハノイ：8/24）</p> <p>【実績】商談数：ホーチミン、ハノイ 計18社</p>
フィリピン	<p>○長崎県観光情報説明会（2/1）※マニラ toB</p> <p>【実績】参加者数：81社 86名</p> <p>○フィリピン旅行業協会主催 Travel Tour Expo（TTE）2024出展（2/2～4）※マニラ toC ※Travel Geeksと連携</p> <p>【実績】来場者数：約10万人/商品造成：1本</p>
（2）国内での誘致活動	
セールスコール	<p>○国内ランド社等セールス</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県内のランド社等訪問（4/6～7）：3社 ・東京のランド社等訪問（4/11～13）：8社、2/13：2社 ・福岡のランド社等訪問（4/18～19）：6社、5/18：3社、5/24：2社 ・大阪のランド社等訪問（4/25～26）：5社 <p>○日本政府観光局（JNTO）主催 Visit Japan トラベルマート（VJTM）2023へ参加（10/26～28）</p> <p>【実績】商談社数：25社</p>
（3）東京都・九州連携（欧米豪）	
	<p>○東京都と九州の連携によるメディア招聘（11/21～23） ※佐賀県、宮崎県と連携</p> <p>【場所】雲仙市 【参加者】英国および在京メディア 計2名</p>
（4）香港からの誘客促進	
	<p>○ショッピングモールでの長崎プロモーション（7/7～8/31） ※香港エクスプレス連携</p> <p>【場所】iSQUARE 【来場者数】約150万人 【実施内容】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・にゃーがの3D化と長崎県の観光スポット再現 ・香港エクスプレス機内の再現 ・地下鉄駅の看板デコレーション

	<ul style="list-style-type: none"> ・ノベルティ（エコバッグ、県産品）配布 ・香港エクスプレス協賛航空券他プレゼント ・長崎県公式 Facebook 記事投稿 3 回 <p>総リーチ数：30,653/総エンゲージメント数：3,849</p>
--	--

13. インバウンドプロモーション強化事業	決算額：106,951 千円
------------------------------	-----------------------

インバウンドにおいて、九州のゲートウェイである福岡からの誘客プロモーション、高付加価値旅行商品の造成支援などによる需要の早期回復など、新たな来訪需要を創出するための情報発信を強化するほか、デジタルマーケティングなどの観光DXを推進。

- ➡
- ・メディア・旅行会社タイアップ：24 件
 - ・福岡誘客キャンペーン（とりっぷきっぷ）利用者：3,387 名
 - ・デジタルマーケティングの実施とペルソナの設定（台湾・香港、中国）

(1) 富裕層・中間層向け情報発信

アドベンチャーツーリズムの推進	<ul style="list-style-type: none"> ○アドベンチャートラベルワールドサミット（ATWS）への出展（9/11～14） ※日本初開催となった世界最大のアドベンチャーツーリズムイベントに九州観光機構等と連携参加 【場所】北海道 【実績】旅行会社 12 名、メディア 4 名と接触 ○「ジャパントイムズ」掲載 【発行部数】19,000 部～ 【掲載日】令和 5 年 9 月 9 日
スポーツツーリズムの推進	<ul style="list-style-type: none"> ○大村湾サイクルージングのインバウンド活用に向けたモニター試走 *台湾サイクル協会と関係の強い事業者 3 名によるモニター試走 【実施日】モニター試走：令和 6 年 3 月 4 日 関係者向け説明会：令和 6 年 3 月 19 日 【実施内容】 ①コースの視察、体験 ②公式 WEB サイト掲載用の体験記作成（2 本） ③台湾サイクリング関係者向けオンライン説明 【事業者による施策提案】 ①ロングライドコースの設定 ②県内他地域と連動した複数日程ツアーへの対応 ③他県と連動した複数日程ツアーへの対応 ④FAM トリップの実施

(2) メディア・旅行会社連携PR

<p>中国</p>	<p>○北京・大連の旅行社等招聘 (6/7～9) ※佐賀県観光連盟と連携 【参加者】7社7名 【実績】商品造成1本</p> <p>○在韓国中国系旅行社ファムツアーへの協賛 (8/29～30) ※佐賀県観光連盟と連携 【参加者】7社14名 【実績】商品造成1本</p> <p>○上海の旅行社招聘事業 (10/30～11/1) 【参加者】8社8名 【実績】商品造成：9本/送客数：278名</p> <p>○昆明における長崎～上海路線乗継助成制度に関するセミナー (11/16) 【参加者】7社12名</p> <p>○湖南省教育関係者等招聘事業 (11/22～24) ※佐賀県観光連盟と連携 【参加者】8社8名 【実績】商品造成：1本</p> <p>○湖南省、上海市における訪日教育旅行セミナー開催事業 (湖南省長沙市：11/12、上海市：11/14) ※佐賀県観光連盟と連携 【実績】参加者数：28校30名</p> <p>○海南省における訪日教育旅行セミナー開催事業 (2/27) ※佐賀県観光連盟と連携 【実績】参加者数：13校18名</p> <p>○雲南省旅行社・メディア等招聘事業 (3/5～8) ※佐賀県観光連盟と連携 【参加者】5社7名 【実績】商品造成：4本</p> <p>○上海 MICE 協会招聘事業 (3/11～15) 【参加者】5社6名</p>
<p>韓国</p>	<p>○ソウル特別市観光協会ファムツアー (4/12～16) *ゴルフツアー商品造成のため、県内2コースの視察とともに、長崎市内、雲仙、平戸、ハウステンボス等の観光地を視察 【参加者】3名 (理事、国外旅行業委員長、加盟旅行社) 【実績】2泊3日ゴルフツアー 約50人</p> <p>○韓国各都市観光協会国外旅行業委員長招聘 (6/7～10) *本県旅行商品造成のため、県内2か所のゴルフ場、佐世保市内、平戸等の観光地を視察 【参加者】9名 (理事、韓国全土のアウトバウンド委員長) 【実績】2泊3日ゴルフツアー 33名</p> <p>○長崎県旅行商品 韓国 TV ホームショッピングタイアップ ※ハウステンボス、佐世保観光コンベンション協会と共同協賛 *韓国 TV ショッピング界最有力会社の1つカントラベルにて、本県旅行商品を販売 【実績】 ①6/10～9/27 成約数：1,119件 ②10/26～3/31 成約数：1,737件</p>

	<p>○長崎県プロモーション動画制作タイアップ *韓国大手旅行社である旅行博士が制作する本県観光地・観光施設 PR 動画へのタイアップ 【撮影期間】令和5年5月29日～6月2日 【実績】YouTube 視聴回数：370回</p> <p>○長崎県殉教地巡礼ツアー広告支援 *巡礼旅行商品等を取り扱っている NET JAPAN へ県内旅行商品の広告支援 【旅行期間】令和5年7月4日～7日（県内2泊または3泊） 【場所】大村・平戸の殉教地、ハウステンボス等 【実績】493名送客</p>
台湾	<p>○現地旅行社とタイアップした来崎商品プロモーション 【現地旅行社】コーラツアー 【期間】7月～12月 【実施内容】旅行博での宣伝、動画制作、SNS 発信、駅広告等 【実績】送客5,200名</p> <p>○訪日観光情報サイトと連携した情報発信プロモーション 【情報サイト】「楽吃購!日本」【期間】4月～3月 【実施内容】ランディングページ設置、記事・動画の制作、追加 【実績】格納記事総 PV 数：280,000 以上 動画視聴数：26,000 回以上</p>
香港	<p>○メディア主催イベントでの観光説明会（9/17） 【実績】イベント全体来場者数：約50万人（3日間） 説明会参加者数：約60名</p>
東南アジア	<p>○NIB 総務省事業の協賛 【実施内容】NIB によるタイ現地放送番組制作 【放送日】令和5年12月16日 【実績】推定視聴者数：59,000人</p> <p>○マレーシア旅行業協会主催 マレーシア旅行博（MATTA Fair 2023）における共同出展（9/1～3） ※toC ※佐賀県観光連盟と連携 【実績】来場者数：約18万人/ 商品造成：1本/送客数：162名</p>
欧米豪	<p>○在日外国人及び訪日旅行会社に向けた PR イベント ・在日外国人向け情報誌「Made in Japan」掲載 【発行】6月 【発行数】20,000部～ ・合同イベント開催（6/23～24） 【実施場所】東京 【実施内容】県内観光情報紹介 【参加者】在日外国人累計：約30人、旅行会社：18社45人</p> <p>○米国 他県及びエアラインと連携した招聘事業（12/2～3） 【実施場所】長崎市 【参加者】旅行会社及びエアライン6名 【実績】参加旅行社による長崎送客 計306名</p>

		<p>○九州観光機構及び周辺県と連携した情報発信 【媒体】 ナショナルジオグラフィック 【取材場所】 長崎市、雲仙市、波佐見町掲載 【発行】 令和5年9月号</p> <p>○英国向け 他県及び現地旅行社と連携したプロモーション</p> <ul style="list-style-type: none"> ・WTM 出展 (11/6～8) 【場所】 イギリス 【連携】 阪急交通社、福岡県、佐賀県、大分県、長崎県 【実績】 ブース来訪 180 名、ブース商談 97 社 ・現地セミナー (11/7) 【場所】 イギリス 【連携】 阪急交通社、福岡県、佐賀県、大分県、長崎県 【参加者】 26 社 42 名 ・エージェント向けモデルコースのメールマガジン配信 【配信数】 551 件 ・販売サポートに伴う商品造成 【長崎送客予定】 54 名 ※2025 年～2026 年商品 <p>○豪州向け他県及び現地旅行会社と連携した合同セミナー (ブリスベン：1/30、シドニー：2/1) 【連携】 福岡県、佐賀県、大分県、宮崎県、長崎県 【参加者】 ブリスベン：13 社 19 名、シドニー：17 社 21 名</p>
(3) 食の魅力を活かしたプロモーション		
		<p>○香港フードエキスポ (8/17～19) でのノベルティ協賛等 【来場者数】 約 48 万人 【配布】 エコバッグ 500 枚、長崎県観光パンフレット 800 部 【その他】 長崎県観光連盟公式 Facebook (繁体字) における記事投稿：1 回</p> <p>○香港人ライターを活用した旅行メディアでの情報発信 【書籍】 グルメ本 6,000 部 ※2024 年 4 月出版 【記事】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・旅行メディア「Travel BAG」WEB 及び Facebook 記事掲載 ・ライター2名 Facebook 記事掲載
(4) 巡礼の道		
		<p>○五島市巡礼ファムツアーの実施 (1/17～19) ※長崎県ソウル事務所、五島市と連携 【場所】 五島市内巡礼地、観光施設、宿泊施設等 【参加者】 韓国カトリック系新聞社等のメディア、日本への聖地巡礼を扱う旅行社等：22 社 26 名 【実績】 旅行商品新規造成：5 社/送客数 (予定含む)：約 260 名 情報発信：新聞社 3 社 記事掲載、旅行冊子記事掲載</p>

(5) 福岡からの誘客

○「とりっぷきっぷ 長崎・佐世保・ハウステンボス」の割引実施

【実施結果】

	第1弾	第2弾	合計
実施期間	7/1~9/28	9/29~2/18	233日間
助成内容	2,000円割引	5,500円全額割引	—
利用者数	95名	3,292名	3,387名

○海外航空会社と連携した各市場キャンペーンプロモーション

【実施結果】

航空会社	市場	HP閲覧数	SNS等リーチ・IMP数
チェジュ航空	韓国	144,523	13,120,940
ティーウェイ航空	韓国	156,811	8,979,452
タイガーエア	台湾	32,749	1,617,527
香港エクスプレス	香港	111,028	33,954,623

(6) デジタルマーケティング

○台湾・香港市場向けデジタルマーケティング

【業務内容】

- ①市場分析：Vpon ビッグデータを活用し、長崎県として狙うべき台湾人、香港人の旅行者像（ペルソナ）を仮説立て
- ②広告配信：仮説立てしたペルソナに対して、動画等を活用し指定のランディングページへ誘導
インプレッション数：9,753,918
動画視聴回数：7,501,985
ランディングページへの誘導数：262,042
- ③検証：ブランドリフト調査、ABテスト分析、LP人気コンテンツ調査、長崎来訪検証マップ分析、長崎県及び競合県来訪者分析、人気OTAトレンド分析
- ④ペルソナ設定

台湾（顕在層）	日常的に車を運転。家族想いの30代訪日ヘビーリピーター（ファミリー）
台湾（潜在層）	いつも高級外車を運転。富裕層の新米パパママ（ファミリー）
香港（顕在層）	日常的に車を運転。サイクリング好きな30代訪日ヘビーリピーター（ファミリー）
香港（潜在層）	日常的に車を運転。サイクリング好きな40代の日韓トラベラー（ファミリー）

		<p>⑤次年度事業提案 OTAによるツアー造成と掲載+インフルエンサーによるファミ ツアー動画+旅マエと旅ナカプロモーションによるリピーター 確保</p> <p>○中国向けデジタルマーケティング</p> <p>【業務内容】</p> <p>①中国最大のOTAシートリップによるランディングページ制作 <u>インプレッション数：7,990,845/クリック：67,501</u></p> <p>②KOL及びOTAを活用した情報発信 <u>閲覧数：18,132,392/エンゲージメント数：48,165</u></p> <p>③インバウンド向けキャッシュレス決済導入促進セミナー <u>参加者：50人（会場及びWEB参加）</u></p> <p>④ペルソナ設定 20代～30代前半の独身女性または親子ファミリー ターゲティング居住地：北京、上海、広州</p> <p>⑤次年度事業提案</p> <ul style="list-style-type: none"> ・インキュベーション現地ツアー&チケットなど多様な親子ツ アー商品の造成 ・KOLと連携したコンテンツプロモーションの実施、ライブ配 信セールなどのマーケティング展開
--	--	--

(7) レップ業務

	<p>香港・台湾</p>	<p>○認知度向上のための情報提供・情報発信 ニュースレター配信：4回/年</p> <p>【台湾】メディア等：39社、旅行社：39社に配信済</p> <p>【香港】メディア等：51社、旅行社：13社に配信済</p> <p>○旅行展等の現地対応</p> <p>【台湾】台北国際旅行博（ITF2023）（11/3～6）</p> <p>【香港】香港ブックフェア2023（7/19～25）</p> <p>○航空会社との連絡調整にかかるサポート（随時対応）</p> <p>○日本への旅行商品など現地情報収集（随時対応）</p> <p>○旅行会社への情報提供や現地営業活動のサポート（随時対応）</p>
--	--------------	---

<p>14. 海外向け認知度向上推進事業</p>	<p>決算額：18,765千円</p>
<p>海外における本県の認知度向上を図るため、SNSやWEBサイトの運営、メディア招聘等を通じた情報発信を実施。</p>	
<p>➡ ・多言語 SNS：フォロワー数 336,410（前年比 120.8%） ・多言語 WEB サイト：PV数 691,579（前年比 152.1%）</p>	

(1) 多言語SNS運営費

<p>英語</p>	<p>○公式 Facebook、Instagram を活用した情報発信 ○効果的な運用のための広告配信やキャンペーン実施</p> <p>【実績】</p> <table border="1" data-bbox="513 398 1399 607"> <thead> <tr> <th></th> <th>投稿回数</th> <th>フォロワー</th> <th>リーチ</th> <th>エンゲージメント</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Facebook</td> <td>144</td> <td>28,052</td> <td>2,409,982</td> <td>393,554</td> </tr> <tr> <td>Instagram</td> <td>144</td> <td>8,728</td> <td>2,110,265</td> <td>57,215</td> </tr> </tbody> </table>		投稿回数	フォロワー	リーチ	エンゲージメント	Facebook	144	28,052	2,409,982	393,554	Instagram	144	8,728	2,110,265	57,215
	投稿回数	フォロワー	リーチ	エンゲージメント												
Facebook	144	28,052	2,409,982	393,554												
Instagram	144	8,728	2,110,265	57,215												
<p>中国語（簡体字）</p>	<p>○公式 Weibo、Wechat を活用した情報発信 ○効果的な運用のための広告配信やキャンペーン実施 ○中国広東国際観光産業博覧会（CITIE）での PR</p> <p>【実績】 ※Wechat の「投稿回数」は記事数</p> <table border="1" data-bbox="513 815 1399 1023"> <thead> <tr> <th></th> <th>投稿回数</th> <th>フォロワー</th> <th>リーチ</th> <th>エンゲージメント</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Weibo</td> <td>143</td> <td>87,531</td> <td>3,707,056</td> <td>144,612</td> </tr> <tr> <td>Wechat</td> <td>90</td> <td>11,845</td> <td>13,200</td> <td>1,382</td> </tr> </tbody> </table>		投稿回数	フォロワー	リーチ	エンゲージメント	Weibo	143	87,531	3,707,056	144,612	Wechat	90	11,845	13,200	1,382
	投稿回数	フォロワー	リーチ	エンゲージメント												
Weibo	143	87,531	3,707,056	144,612												
Wechat	90	11,845	13,200	1,382												
<p>中国語（繁体字）</p>	<p>○公式 Facebook を活用した情報発信 ○効果的な運用のための広告配信やキャンペーン実施 ○インフルエンサーによるライブ配信実施</p> <p>【実績】</p> <table border="1" data-bbox="513 1245 1399 1395"> <thead> <tr> <th></th> <th>投稿回数</th> <th>フォロワー</th> <th>リーチ</th> <th>エンゲージメント</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Facebook</td> <td>143</td> <td>42,467</td> <td>1,315,896</td> <td>170,014</td> </tr> </tbody> </table>		投稿回数	フォロワー	リーチ	エンゲージメント	Facebook	143	42,467	1,315,896	170,014					
	投稿回数	フォロワー	リーチ	エンゲージメント												
Facebook	143	42,467	1,315,896	170,014												
<p>中国語（広東語）</p>	<p>○公式 Facebook を活用した情報発信 ○効果的な運用のための広告配信やキャンペーン実施 ○インフルエンサーアカウントでの投稿シェア</p> <p>【実績】</p> <table border="1" data-bbox="513 1617 1399 1767"> <thead> <tr> <th></th> <th>投稿回数</th> <th>フォロワー</th> <th>リーチ</th> <th>エンゲージメント</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Facebook</td> <td>143</td> <td>19,021</td> <td>827,564</td> <td>94,732</td> </tr> </tbody> </table>		投稿回数	フォロワー	リーチ	エンゲージメント	Facebook	143	19,021	827,564	94,732					
	投稿回数	フォロワー	リーチ	エンゲージメント												
Facebook	143	19,021	827,564	94,732												

<p>韓国語</p>	<p>○公式 Facebook を活用した情報発信 ○効果的な運用のための広告配信やキャンペーン実施 ○現地地下鉄駅での交通広告実施</p> <p>【実績】</p> <table border="1" data-bbox="512 331 1390 600"> <thead> <tr> <th></th> <th>投稿回数</th> <th>フォロワー</th> <th>リーチ</th> <th>エンゲージメント</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Instagram</td> <td>143</td> <td>8,245</td> <td>449,918</td> <td>50,648</td> </tr> <tr> <td>Facebook</td> <td>143</td> <td>5,527</td> <td>44,756</td> <td>4,346</td> </tr> <tr> <td>Naverblog</td> <td>95</td> <td>7,575</td> <td>17,789</td> <td>3,823</td> </tr> </tbody> </table>		投稿回数	フォロワー	リーチ	エンゲージメント	Instagram	143	8,245	449,918	50,648	Facebook	143	5,527	44,756	4,346	Naverblog	95	7,575	17,789	3,823
	投稿回数	フォロワー	リーチ	エンゲージメント																	
Instagram	143	8,245	449,918	50,648																	
Facebook	143	5,527	44,756	4,346																	
Naverblog	95	7,575	17,789	3,823																	
<p>タイ語</p>	<p>○公式 Facebook を活用した情報発信 ○効果的な運用のための広告配信やキャンペーン実施 ○「JAPAN EXPO THAILAND2024」でのPR</p> <p>【実績】</p> <table border="1" data-bbox="512 808 1390 958"> <thead> <tr> <th></th> <th>投稿回数</th> <th>フォロワー</th> <th>リーチ</th> <th>エンゲージメント</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Facebook</td> <td>143</td> <td>46,372</td> <td>897,465</td> <td>145,361</td> </tr> </tbody> </table>		投稿回数	フォロワー	リーチ	エンゲージメント	Facebook	143	46,372	897,465	145,361										
	投稿回数	フォロワー	リーチ	エンゲージメント																	
Facebook	143	46,372	897,465	145,361																	
<p>ベトナム語</p>	<p>○公式 Facebook を活用した情報発信 ○効果的な運用のための広告配信やキャンペーン実施</p> <p>【実績】</p> <table border="1" data-bbox="512 1122 1390 1272"> <thead> <tr> <th></th> <th>投稿回数</th> <th>フォロワー</th> <th>リーチ</th> <th>エンゲージメント</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Facebook</td> <td>144</td> <td>61,607</td> <td>1,081,579</td> <td>166,843</td> </tr> </tbody> </table>		投稿回数	フォロワー	リーチ	エンゲージメント	Facebook	144	61,607	1,081,579	166,843										
	投稿回数	フォロワー	リーチ	エンゲージメント																	
Facebook	144	61,607	1,081,579	166,843																	
<p>(2) 多言語WEBサイト活用プロモーション</p>																					
	<p>○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</p> <ul style="list-style-type: none"> ・問い合わせ対応：77 件 <p>【実績】 PV 数 ※令和 6 年 3 月末時点</p> <table border="1" data-bbox="528 1536 1318 1850"> <thead> <tr> <th></th> <th>令和 5 年度</th> <th>令和 4 年度</th> <th>前年比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>英語</td> <td>279,191</td> <td>134,906</td> <td>207.0%</td> </tr> <tr> <td>繁体字</td> <td>276,865</td> <td>239,877</td> <td>115.4%</td> </tr> <tr> <td>韓国語</td> <td>98,779</td> <td>68,577</td> <td>144.0%</td> </tr> <tr> <td>簡体字</td> <td>36,744</td> <td>11,207</td> <td>327.9%</td> </tr> </tbody> </table>		令和 5 年度	令和 4 年度	前年比	英語	279,191	134,906	207.0%	繁体字	276,865	239,877	115.4%	韓国語	98,779	68,577	144.0%	簡体字	36,744	11,207	327.9%
	令和 5 年度	令和 4 年度	前年比																		
英語	279,191	134,906	207.0%																		
繁体字	276,865	239,877	115.4%																		
韓国語	98,779	68,577	144.0%																		
簡体字	36,744	11,207	327.9%																		

15. ディスカバーNAGASAKI・周遊促進事業		決算額：8,159千円
<p>価値観の変化と個人旅行化の進展を見据え、地域が取り組む滞在型コンテンツの外国人向けカスタマイズを支援するとともに、県内に点在する観光コンテンツを個人旅行者がスムーズに周遊できるよう推進。</p>		
<p>➡ ・コンテンツ改良：専門家現地視察2市町、モニターツアー3市町 ・周遊商品支援：2件</p>		
<p>(1) 観光コンテンツの外国人向けカスタマイズ</p>		
<p>専門家招聘</p>	<p>○専門家による現地視察</p> <ul style="list-style-type: none"> ・五島市 (5/11) 招聘者：2名 ・小値賀町 (6/1～2) 招聘者：1名 	
<p>旅行会社招聘</p>	<p>○旅行会社等によるモニターツアー</p> <ul style="list-style-type: none"> ・平戸市 (9/15) 参加者：イギリス旅行社1名、イタリア旅行社1名 ・五島市、雲仙市 (3/5～10) 参加者：イギリス旅行社1名、北海道旅行社1名、 鹿児島ランドオペレーター1名 	
<p>(2) 周遊促進対策</p>		
	<p>○海外個人旅行者 (FIT) 周遊促進対策事業として、公共交通機関等を活用した旅行商品等を造成・販売する交通・観光関連事業者に対し、補助金を交付</p> <p>【実績】 交付件数：2件 合計交付金額：400万円</p>	

16. R4 繰越) インバウンド向け戦略的プロモーション強化事業		決算額：29,261千円
<p>本県の観光地としての認知度向上のため、メディア等と連携したプロモーションを実施、富裕層やスポーツツーリズムなど環境変化を踏まえた情報発信を強化し、誘客の多角化を図る。</p>		
<p>➡ 福岡県からの誘客キャンペーン (とりっぶきっぷ「長崎・佐世保・HTB」の割引) ・利用者数：3,387名</p>		
<p>(1) 福岡県からの誘客</p>		
	<p>※「13. インバウンドプロモーション強化事業 (5) 福岡県からの誘客」に記載</p>	

IV キャンペーン事業

1. 特別誘客宣伝事業	決算額：30,428千円
九州観光機構や関係各県等との共同宣伝事業のほか、旅行会社・キャリアとのタイアップやプロモーション事業を実施。	
<p>➡ ・旅行会社・キャリアタイアップ：7件（誘客実績30,460名）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・イベント出展：6回 ・セールス活動：12回 ・VISITながさき：53商品掲載、利用者367名 	
(1) 長崎県キャンペーン推進	
<p>宣伝資材作成</p>	<p><国内></p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光パンフレット「ながさき感動たび」増刷：15,000部 ・県北の飲食店・スポット情報を中心に掲載する「ならでわ!」を活用し、県北に特化した特集ページを「ながさき旅ネット」に2本掲載 <p><海外></p> <ul style="list-style-type: none"> ・パンフレットの増刷 ①タイ語パンフレット：3,000部 ②英語パンフレット：9,000部 ③繁体字パンフレット：500部 ④韓国語パンフレット：500部 ⑤簡体字パンフレット：3,000部 ・ノベルティ（長崎しおり）の購入：5,000枚 ・B to B/B to Cに向けアプローチ可能なデジタルパンフレットを運営【対応言語】英語、中国繁体字、韓国語
<p>グルメ情報発信等</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ながさきグルメセレクション認定店デジタルマップ保守・管理を実施
(2) 全国誘客イベント	
	<ul style="list-style-type: none"> ・JR西日本「旅ミルン」出展（岡山：7/8～9） 【来場者数】 約124,000人 ・「ふるさと全国県人会まつり」出展（名古屋市：9/9～10） 【来場者数】 約68,000人 ・「ツーリズムEXPOジャパン2023」出展（大阪市：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148,000人 ・イオンレイクタウンmori 「第2回長崎フェア」出展（埼玉県越谷市：1/26～30） ・「神戸空港開港18周年サンクスフェア」出展（神戸市：2/17～18） ・JR博多駅イベント「GO!GO!NAGASAKI」出展（福岡市：2/18） 【来場者数】 約22,400人

(3) 県内観光素材現地視察研修

テーマ型観光研修・視察研修	○観光情報説明会開催（長崎市～新上五島町：11/30～12/2） 【参加者】 関東、関西、中部、九州地区の国内旅行会社：12社21名 【内容】 ・県内14市町関係者とのマッチング相談会の実施 ・エクスカージョンの実施 ①長崎市：出島、戸石とらふぐ養殖場、長崎スタジアムシティ ②新上五島町：教会コンサート、朝市、日島石塔群、頭ヶ島天主堂 ○長崎市宿泊施設協議会主催 「長崎観光業界商談会とランタン見学会」への協賛 ○旅行商品素材集冊子、WEBページ作成 ・令和6年度上期・下期向け長崎県旅行商品素材集制作：各1,000部 ・「ながさき旅ネット」内の専用WEBページに、令和6年度上期・下期向け長崎県旅行商品素材を掲載
AGT 招聘・会議誘致	○旅行会社等の現地視察の誘致、支援 支援実績：2社（3件）44名（日本旅行：24名、JTB：20名）

(4) 旅行会社・キャリアタイアップ事業

大型キャンペーン支援	○JR西日本：西九州新幹線開業一周年キャンペーン（10/1～3/31） 【内容】 *個人旅行向け 専用アプリ「WESTERポイント」を活用したデジタルキャンペーンを実施 *団体旅行向け 広域周遊の促進として、熊本～島原間フェリー利用のキャンペーン専用商品造成：阪急交通社、クラブツーリズム、読売旅行 *プロモーション TIS大阪のガラス面広告やJR西日本フリーペーパー「西Navi」を利用したプロモーションを展開 【専用商品送客実績】 <u>7,142人</u> （内訳：個人型4,777人、団体型2,365人） ※目標比89% ○読売旅行：長崎県観光誘客強化事業（4/1～3/31） 【内容】 ・イベントの開催 ・HPにて長崎県特別コーナー設置、月刊誌「旅行読売」掲載 ・観光コンテンツの磨きあげ 【送客実績等】 <u>16,216名</u> ※目標比54%
------------	--

	<p>○阪急交通社：「75周年記念企画」（9/1～2/29）</p> <p>【内容】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・75周年記念キャンペーン商品造成支援（11/1～12/31） ・長崎県を対象とした誘客促進商品造成支援（11/1～2/29） ・ランタンフェスティバル孔子廟貸切り公演（2/20、21、22） <p>【送客実績】3,138人 ※目標比126%</p> <p>○JAL：長崎県送客集中キャンペーン（9/30～2/29）</p> <p>【内容】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・専用WEBページ、メルマガ、機内誌などで集客 ・西九州新幹線開業1周年記念オプション商品割引販売 <p>【送客実績】992人 ※目標比198%</p> <p>○ANA：長崎県送客キャンペーン（9/1～2/29）</p> <p>【内容】専用クーポンを設定し、WEBページにて集客</p> <p>【送客実績】548人 ※目標比110%</p> <p>○日本旅行：アフターDC送客拡大販売促進キャンペーン（10/1～3/31）</p> <p>【内容】WEB広告、SNSにて集客</p> <p>【送客実績】1,749人泊 ※目標比87%</p> <p>○第一観光：今こそ長崎キャンペーン（1/1～3/10）</p> <p>【内容】DM、新聞広告を使ったバスツアー</p> <p>【送客実績】675人 ※目標比135%</p> <p>○NEXCO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2023』（4/28～1/31）</p> <p>【内容】 24府県162スポットに設置している「GO!JIMANスタンプ」収集企画に参画</p> <p>【スポット設置箇所】県内3か所：島原城、玖島城跡、平戸城</p> <p>【参加者総数】13,096人 ※前年比126%（2022年10,361人）</p>
VISITながさき販促	<p>○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】53商品（令和6年3月末時点）</p> <p>※R5年度商品登録数：5コース</p> <p>【利用実績】367名</p>
（5）誘致活動	
	<ul style="list-style-type: none"> ・九州観光機構「2024年度上期素材相談会」 ①東京（8/22）②大阪（8/24）③福岡（8/29） ・九州観光機構「2024年度下期素材相談会」 ①東京（3/4）②大阪（3/5）③福岡（3/8）

	<ul style="list-style-type: none"> ・ 阪急交通社 国内推進協力会 ①福岡 (5/31) ②熊本 (10/4) ・ JWCC (JR西日本) : 大阪 (1/22) ・ 旅ホ連キャラバン (12/4~6) 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 112 店舗を訪問
--	--

2. 広域観光共同宣伝事業	決算額 : 5,438 千円
----------------------	-----------------------

九州観光機構、関係各県との共同宣伝事業の実施のほか、旅行行会社やキャリアとタイアップ等により、県内への集客と情報発信を実施。

- ➡ ・ 3 県周遊商品の造成支援 : 2 商品 (うち 1 商品催行 8 名)
 ・ インフルエンサー招聘 : ベトナム 2 名 (SNS にて 5 本投稿)

(1) 九州横断長崎・熊本・大分広域観光振興協議会

国内誘致	<p>○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" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>商品名</td><td>11 か所の名所をめぐる九州横断の旅 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</td></tr> <tr><td>送客実績</td><td>1 本催行 / 8 名</td></tr> </table> <p>②エイチ・アイ・エス</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>商品名</td><td>名湯でゆったり寛ぐ九州 3 県横断 4 日間 ~別府・阿蘇・天草・雲仙~</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</td></tr> <tr><td>送客実績</td><td>催行なし</td></tr> </table> <p>2) プロモーション</p> <p>①関東エリアのメディア関係者へのプロモーションを実施 (1/19)</p> <p>【会場】 坐来大分 (東京都千代田区有楽町) 【出席者】 関東エリアのメディア関係者 19 名 【内容】 ・ 各県による観光プロモーション ・ 造成商品の紹介 ・ 坐来大分料理長監修による 3 県食材を使った試食</p> <p>②お買い物ラリー (1/10~3/6)</p> <p>【会場】 日本橋長崎館、銀座大分館、坐来大分 【参加者】 73 名 (うちプレゼント当選者 62 名)</p>	商品名	11 か所の名所をめぐる九州横断の旅 4 日間	設定期間	1 月~3 月	立寄地	長崎・熊本・大分	送客実績	1 本催行 / 8 名	商品名	名湯でゆったり寛ぐ九州 3 県横断 4 日間 ~別府・阿蘇・天草・雲仙~	設定期間	1 月~3 月	立寄地	長崎・熊本・大分	送客実績	催行なし
商品名	11 か所の名所をめぐる九州横断の旅 4 日間																
設定期間	1 月~3 月																
立寄地	長崎・熊本・大分																
送客実績	1 本催行 / 8 名																
商品名	名湯でゆったり寛ぐ九州 3 県横断 4 日間 ~別府・阿蘇・天草・雲仙~																
設定期間	1 月~3 月																
立寄地	長崎・熊本・大分																
送客実績	催行なし																

	<p>3)情報発信</p> <p>情報誌「旅行読売」にて3県の旅行イメージ記事を掲載</p> <p>【発行日】令和6年2月28日</p> <p>【部数】135,000部</p> <p>【内容】本誌3ページ</p> <p>【WEB】「たびよみ」4回掲載</p>
海外誘致	<p>○ベトナム市場向けインフルエンサー招聘事業(3/8~9)</p> <p>【視察先】長崎市、大村市、佐世保市</p> <p>【参加者】インフルエンサー2名、サポート2名</p> <p>【実績】TikTok:2本/視聴回数:382,500回</p> <p>Facebook:1本/エンゲージメント数:3,274</p> <p>YouTube:2本/視聴回数:3,479回</p>
(2) 日本観光振興協会連携事業	
拠出金	<p>○日本観光振興協会に拠出し、各種事業を実施</p> <p>【本県関係】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・全国観光DMP、高度化地域DMPの基本・拡張機能を活用した本県を含む4地域において実証事業を行い、地域の観光デジタル人材育成を目的にアドバイザーの支援によりスタンダードモデルを構築