

令和6年度事業計画について

事業計画

I 令和6年度の基本方針

国内外からの旅行需要の高まりを背景に、今後、地域間競争は一層厳しくなることが予想されることから、下記の重点施策に基づき、各部事業を有機的に連携させながら実施することで、誘客及び消費拡大を図り、本県観光産業の発展に寄与する。

【重点施策】

- 令和6年度は、長崎駅周辺施設の整備をはじめ観光客の受入環境が飛躍的に整うとともに、複数の大型イベントが県内各地で開催されるなど、またとない好機を迎えることから、これらを十分に活かしながら、県や会員と連携して攻めのプロモーションを展開する。
- 人流データや宿泊データ等を活用したマーケティング分析に基づき、県内周遊を促す観光コンテンツの開発や効果的な誘客プロモーションを実施する。
- 国内市場においては、「長崎の食」を活かした誘客対策の充実を図るとともに、特に順調に推移している修学旅行の継続誘致を強化するほか、本県を舞台にしたドラマや映画などを活かした誘客・周遊対策に取り組む。また、しま旅旅行商品の造成支援により国境離島地域の滞在型観光を促進する。
- 海外市場においては、県や関係機関による国際航空路線の誘致活動と連動し、重点市場である中国や韓国をはじめとする東アジア向けの誘客プロモーションを充実するほか、欧米豪市場を中心にアドベンチャーツーリズム等の取り組みを推進する。

【事業概要】

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

【国内誘致】

- ・旅行回復の機運が高まる中、関西圏を中心に首都圏や福岡など都市部からの誘客を図るため、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、販売促進につなげる。特に世界遺産やイベント情報をはじめ、各地域の観光素材に「長崎のさかな」を中心とした食の情報を付加し、旅行商品化やセールス活動、大型イベントでの情報発信に取り組むことで、長崎の魅力を強力に訴求する。また、旅行会社を対象とした県内観光情報説明会や現地視察研修などの招聘事業も引き続き実施する。

【修学旅行誘致】

- ・ 県内関係者の情報共有と連携を実践していく枠組みとして「(仮称) 長崎県教育旅行誘致促進協議会」を設立し、教育効果の高いプログラムづくりをはじめ、リピーターの獲得や新規校の掘り起こしなど直面する課題の解決に向けた取り組みを強化する。

【情報発信】

- ・ 観光客の価値観や旅行形態の多様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、一般ライターを活用した記事コンテンツ「#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効果的なプロモーションを実施することで、一般消費者の来訪意欲を喚起する。

【ロケツーリズム】

- ・ 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ほか、制作会社やロケ地関係者と連携し、誘客に繋がる効果的な情報発信やプロモーションを展開する。

(2) 「長崎の海」をテーマとした広域周遊ルートを創出するなど受入環境の充実に取り組み、観光客の満足度向上につなげる。

【観光コンテンツ造成支援】

- ・ 旅行ニーズが多様化する中、新たな観光需要を取り込み、誘客につなげるため、令和5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、観光客の滞在時間の延長や消費額の拡大、満足度向上を図る。特に「ひらかれた海」をコンセプトとする観光コンテンツ「ながさき大村湾サイクルージング」の開発に重点的に取り組み、長崎の海を象徴するブランド商品の確立・定着を目指す。

【おもてなしの向上】

- ・ 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、ワッペンを着用を通じて「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展開していく。

(3) 国境離島交付金を活用した商品造成等の支援により、本県離島地域にもう1泊してもらうための持続可能な滞在型観光を促進する。

【しま旅滞在促進】

- ・ 有人国境離島法に基づく国の交付金を活用し、本県の国境離島地域(対馬市、壱岐市、五島市、新上五島町、小値賀町、佐世保市宇久町)において宿泊を伴う旅行商品を造成する旅行会社に対し補助金を交付する。

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

【海外誘致】

- ・ 県や関係機関による国際航空路線の誘致活動と連動し、重点市場である中国や韓国をはじめとする東アジア向けの誘客プロモーションを充実するほか、欧米豪市場を中心にアドベンチャーツーリズム等の取組を推進する。
- ・ 周遊促進のため九州各県とも連携を図りながら観光展出展や旅行会社向け商品造成プロモーションを実施する。
- ・ 台湾及び香港においては、引き続き、レップ (representative) も活用した情報発信、現地活動を行う。

【参考】長崎県総合計画チェンジ&チャレンジ2025で設定する数値目標 (KPI)

	項 目	基準値 (基準年)	R3 目標値	R4 目標値	R5 目標値	R6 目標値	R7 目標値
1	観光消費額 (総額)	3,778 億円 (H30年)	3,944 億円	3,992 億円	4,040 億円	4,089 億円	4,137 億円
2	観光客 (宿泊) のリピーター率	58.6% (H30年)	61.9%	63.0%	64.0%	65.0%	66.0%
3	延べ宿泊者数	836 万人 (H30年)	842 万人	872 万人	878 万人	885 万人	891 万人
4	観光消費単価 (宿泊客)	31,921 円 (H30年)	32,700 円	32,900 円	33,100 円	33,200 円	33,400 円
5	外国人延べ 宿泊者数	93 万人 (H30年)	20 万人	56 万人	74 万人	99 万人	125 万人

II 国内誘致対策

1. 広域周遊化誘客促進事業		予算額：32,935千円
<p>関西圏を中心に首都圏や福岡など都市部からの誘客促進を図るため、旅行会社やキャリアとタイアップして「長崎の食」などをテーマとする観光プロモーションを実施するとともに、九州観光機構や各県等と連携した広域周遊の促進に取り組む。</p>		
(1) 全国誘客イベント		
イベント出展	<ul style="list-style-type: none"> ・「ツーリズム EXPO ジャパン 2024 (9月：東京)」への出展 ※九州7県合同 ・「ふるさと全国県人会まつり (9月：名古屋)」への出展 ・その他、県外イベントへの参加等 	
(2) 旅行会社・キャリアタイアップ		
	<ul style="list-style-type: none"> ・JR西日本との連携事業の実施 <ul style="list-style-type: none"> ①旅行商品造成支援（個人型、団体型） ②プロモーション（交通広告、WEB広告、月刊情報誌） * 県北エリア特集、県内誘客・周遊 ・その他、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・販売促進を展開 	
(3) 県内観光素材現地視察研修		
観光情報現地説明会等	<ul style="list-style-type: none"> ・旅行会社企画担当者を招聘して観光情報説明会を実施 <ul style="list-style-type: none"> ①県内観光関係者と旅行会社との商談会（壱岐市） ②壱岐市、対馬市でのエクスカーショ ・令和7年度上期及び下期向けの旅行会社説明会やセールス等の販促ツールとして旅行商品素材集を作成するとともに、「ながさき旅ネット」内に詳細な情報を掲載した専用ページを公開 	
現地視察・会議誘致	<ul style="list-style-type: none"> ・旅行会社等の現地視察の誘致 	
(4) 誘致活動		
旅行会社セールス	<ul style="list-style-type: none"> ・九州観光機構主催の説明会への参加 ・各種説明会、キャラバンへの参加 ・市町等との合同セールスや単独セールス等の実施 	
(5) 宣伝資材制作、情報発信等		
国内誘致	<ul style="list-style-type: none"> ・旅行会社セールスや観光PRイベント等で活用する販促ツールの作成 	
海外誘致	<ul style="list-style-type: none"> ・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 	
(6) 九州横断長崎・熊本・大分広域観光振興協議会		
国内誘致	<ul style="list-style-type: none"> ・3県の魅力を活かした3県周遊型旅行の誘致施策（旅行商品造成支援、情報発信等）の実施 	
海外誘致	<ul style="list-style-type: none"> ・ベトナム市場における旅行会社向け3県合同現地セミナーの実施 	

(7) 日本観光振興協会連携事業	
拠出金	<ul style="list-style-type: none"> ・日本観光振興協会へ拠出し、各種事業を実施 【本県関係】 全国観光 DMP、高度化地域 DMP【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
(8) 教育旅行誘致促進	
推進体制の強化	<ul style="list-style-type: none"> ・県内関係者の情報共有と連携を実践していく枠組みとして、「(仮称) 長崎県教育旅行誘致促進協議会」を設立 (6 月予定)
教育旅行プログラム	<ul style="list-style-type: none"> ・「ながさき旅ネット」内の教育旅行専用ページを活用し、学校関係者や旅行会社へ県内素材を発信 ・体験プログラム集の改訂 ・リピーターの獲得や新規校の掘り起こしのため、学校や旅行会社及び関係団体等へのセールスを実施 ・教員や旅行会社の県内招聘を実施

2. 観光DX・プロモーション事業	予算額 : 57,846 千円												
<p>個人の嗜好の多様化と個人旅行の増加など観光の価値・形態の変化に対応した観光誘客を図るため、宿泊や観光客人流データ等の活用環境を整備し、マーケティング分析と効果検証に基づく観光プロモーション等を実施。</p>													
(1) マーケティング効果検証分析等													
マーケティング効果検証分析	<ul style="list-style-type: none"> ・観光誘客を図るため、宿泊や観光客人流データ分析システム「SCOPE NAGASAKI」等を活用した効果検証の実施 												
宿泊予約・人流データ等の維持管理	<ul style="list-style-type: none"> ・昨年度開発した観光誘客を図るための宿泊や観光客人流データ等の分析・活用環境「SCOPE NAGASAKI」の運営及び更なる機能充実を実施 												
(2) デジタルプロモーション													
デジタルプロモーション	<ul style="list-style-type: none"> ・既存動画を活用した動画広告 (YouTube、SNS 等) の実施 ・Instagram フォロワー数の獲得強化 R6. 5. 14 時点 : 9,360 名 ⇒ 目標 : 13,000 名 (前年比 38.9%増) ・観光サイト「ながさき旅ネット」のコンテンツ等を活用したデジタルプロモーションの実施 (WEB ディスプレイ広告・リスティング広告等) 												
WEBメディア等活用プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> ・WEB メディア・マガジンを活用した情報発信 ・SNS グループとのタイアップによる情報発信 ・全国ネット等のテレビ情報番組の誘致 ・新聞、雑誌等を活用した情報発信 ・媒体社向けニュースレターの配信 (年 4 回 / 約 200 社) <p><目標></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>R6 目標</th> <th>R5 実績</th> <th>前年比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>PV (ページビュー) 数</td> <td>11,000,000</td> <td>12,071,184</td> <td>8.9%減</td> </tr> <tr> <td>エンゲージメント率</td> <td>65.00%</td> <td>62.08%</td> <td>2.92%増</td> </tr> </tbody> </table>	項目	R6 目標	R5 実績	前年比	PV (ページビュー) 数	11,000,000	12,071,184	8.9%減	エンゲージメント率	65.00%	62.08%	2.92%増
項目	R6 目標	R5 実績	前年比										
PV (ページビュー) 数	11,000,000	12,071,184	8.9%減										
エンゲージメント率	65.00%	62.08%	2.92%増										

(3) ながさき旅ネット	
観光サイト「ながさき旅ネット」の効果的運用	<p>○ながさき旅ネットの運用</p> <p>①「ながさき旅ネット」を機軸とした情報発信の実施</p> <p>②季節毎に観光コンテンツの入れ替えを実施</p> <p>③季節やテーマに合わせた特集ページ及びキャンペーンページの作成及び公開</p> <p>④新着情報、スポット、イベント情報の日々更新</p> <p>⑤「#ナガサキタビブ」の記事を活用した情報発信</p> <p>○メールマガジンの配信</p> <ul style="list-style-type: none"> ・MA（マーケティングオートメーション）により、年間に4回、トピックや季節に応じた情報をメルマガ形式で配信 ※メルマガ会員：約45,000名（令和6年3月末時点）
デジタルガイドブックの展開	<ul style="list-style-type: none"> ・観光客の情報収集にかかる利便性向上のため、ながさき旅ネットやデジタルサイネージ等に観光パンフレットデータを展開 ※14市町の観光パンフレットを公開中 ・随時、未登録の市町観光パンフレットデータを拡充するとともに、新着パンフレットを更新
(4) #ナガサキタビブ	
	<ul style="list-style-type: none"> ・長崎県の旅の楽しみ方について、一般公募により選定したライター（8名）が旅のレポート記事を制作し、C to Cの目線で発信 ・ながさき旅ネットにて、年間約80本の記事を公開
(5) AI旅行計画案内機能	
	<ul style="list-style-type: none"> ・「ながさき旅ネット」へAIを活用した旅行計画提案機能を拡張
(6) デジタル観光案内板の維持管理	
	<ul style="list-style-type: none"> ・県内3か所（県庁、長崎空港、道の駅「彼杵の荘」）に設置しているデジタルサイネージの継続運用
(7) 佐賀県との連携による観光情報発信	
	<ul style="list-style-type: none"> ・「佐賀・長崎観光振興推進協議会」（事務局：佐賀県）において、フリーマガジン「SとN」の続編を制作するとともに、メディアやSNS等を活用した情報発信を実施 <p style="text-align: center;"><「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」</p> <p>第2弾「山便り、海便り」</p> <p>第3弾「ひとと街、道でつながる」</p> <p>第4弾「坂の街、平野の街、おいしい街」</p> <p>第5弾「風になびいて岬めぐり」</p> <p>第6弾「鉄道でつながる」</p> <p>総集編版（第1弾～第6弾）「SとN pocket」</p> <p>第7弾「いい湯、いい水、わいてます」</p>

3. 「長崎の食+ (プラス)」 魅力創出事業	予算額：18,645千円
<p>本県への誘客及び広域周遊を促進するため、県内各地域の食のイベントや飲食店のおススメ料理など「長崎の食」と観光コンテンツを組み合わせた旅の誘客プロモーションを実施。</p>	
(1) 旅行商品の実証実験 (長崎・平戸 / 大村・島原)	
	<ul style="list-style-type: none"> ・民間事業者と連携し、食のイベントと観光コンテンツを組み合わせた旅行商品を提案 ・食や観光コンテンツ (歴史文化、スポーツ、レジャー等) と関連のある事業者と連携したプロモーション等の実施
(2) SNSによる話題の創出	
	<ul style="list-style-type: none"> ・魚料理を中心とする「長崎の食」にまつわる情報を、SNS を活用し発信するとともに、投稿キャンペーンを実施

4. マニアが集う長崎プロジェクト事業	予算額：13,447千円
<p>長崎県を舞台とする映画やドラマなどを通じて本県の魅力を発信し、誘客促進を図るため、制作会社等によるロケーション活動への支援に加えて、作品やロケ地のファンなどを呼び込むロケツーリズムを展開。</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	<ul style="list-style-type: none"> ・撮影等への情報提供、撮影許可等に関する対応 ・国内外の映画、ドラマ、アニメ等の現場対応の協力 ・県内のロケーションデータ収集、情報発信 ・エキストラの募集、撮影関連スタッフ紹介 ・各市町と連携した支援体制の強化
誘致活動	<ul style="list-style-type: none"> ○ジャパンフィルムコミッション (JFC)、ロケツーリズム協議会 (LTC) との連携 <ul style="list-style-type: none"> ①ジャパンフィルムコミッション <ul style="list-style-type: none"> ・全国ロケ地フェアなどの誘致イベントへの出展 ・JFC 総会の実施協力 (6月：佐世保市) ②ロケツーリズム協議会 <ul style="list-style-type: none"> ・セミナー、誘致イベントへの出席 ○在京制作会社等へのセールス
広報・誘客活動	<ul style="list-style-type: none"> ○映画「きみの色」を活用したプロモーション <ul style="list-style-type: none"> ・制作会社協力のもと、本作の舞台のモデルとなった市町 (長崎市・佐世保市・五島市・新上五島町) と連携した誘客プロモーションを展開 ○県内ロケ作品の活用 <ul style="list-style-type: none"> ①「ながさき旅ネット」内特集ページの制作 ②直近5年間の作品情報を基にした、ロケ地紹介ガイドの制作 ○情報発信 <ul style="list-style-type: none"> ①SNS (X, 観光連盟公式 Instagram) を活用した情報発信 ②FM 長崎での情報発信 (4～9月)

5. 「みんなで磨く！観光まちづくり」推進事業		予算額：23,719千円
<p>マーケットインによる商品づくりを通じて観光消費額の増加や滞在時間の延長、満足度の向上を図るため、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。</p>		
(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）	<ul style="list-style-type: none"> 株式会社リクルートへ非常勤5名の専門人材の派遣を含む、開発・販売支援業務を委託し、体制を強化 県の観光まちづくり班との連携を更に強化し、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にかかる支援体制を強化 	
(2) 「ひらかれた海」の活用		
コンセプト商品開発	<ul style="list-style-type: none"> 大村湾をフィールドとして、沿岸の自治体や海運事業者等と連携し、「ひらかれた海」を象徴する商品を開発 特に、昨年度販売を開始した「ながさき大村湾サイクルーピング」については、沿岸地域（9市町）と連携して更にコースを拡充し、販売を強化（現行4市町4コース） コンセプトに賛同する離島地域における商品開発の実施 	

6. 海業チャレンジ応援事業		予算額：4,350千円
<p>長崎県の海や漁村の魅力などの地域資源を活かした海業コンテンツを創出するためのサポート態勢づくりを進め、地域の賑わいや雇用創出及び所得向上に結びつける。</p>		
(1) 海業コンテンツ作り込み・磨き上げ		
	<ul style="list-style-type: none"> 海業の取組に意欲のある漁協等に対してコンテンツ作り・磨き上げ、立ち上がりを支援し、県内での海業を推進（2地域程度） 	

7. 「長崎の宿」品質・おもてなし向上事業		予算額：1,713千円
<p>来訪者の満足度向上を図るため、宿泊施設品質認証制度「サクラクオリティ」の推進や、おもてなしバッジの普及等に取り組むとともに、観光振興施策に関する県内関係者との連携強化を図るため、地域別意見交換会を実施。</p>		
(1) サクラクオリティの推進		
	<ul style="list-style-type: none"> 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 ※17 認証施設（令和6年3月末時点）を順次更新予定 「サクラクオリティ」認証施設の情報発信 	
(2) おもてなしの推進		
	<ul style="list-style-type: none"> おもてなしワッペンの着用推進 県民や観光客による観光情報やおもてなし情報の発信 	
(3) 地域別意見交換会		
	<ul style="list-style-type: none"> ○県内観光関係事業者との意見交換の実施 <ol style="list-style-type: none"> 1) 雲仙市開催：雲仙観光局、雲仙市（4/9） 2) 上記以外に複数地域で実施予定 	

8. しま旅滞在促進事業	予算額：701,629千円
<p>本県の国境離島地域における滞在型観光を推進するため、宿泊・交通に体験メニューを加えた「しま旅旅行商品」の造成・販売促進に対する支援を実施。</p>	
<p>(1) しま旅旅行商品の造成販売支援</p>	
	<ul style="list-style-type: none"> ・本土と国境離島間の交通費の一部（航空路・航路運賃と国境離島割引運賃の差額相当）を助成し旅行商品の実質的な価格の引下げを行うとともに、旅行会社における商品開発費用の一部を助成することにより、「宿泊＋交通費＋体験メニュー」がセットとなった「しま旅旅行商品」造成、販売を促進 ※執行にあたっては、限られた予算の中において募集型企画旅行のほか修学旅行やインバウンド対策のための予算枠を一定確保し、可能な限り地域のニーズに対応 【対象期間】令和6年4月1日～令和7年2月28日 【予算額】当初予算額 500,132千円／県交付決定額 175,058千円 【目標値】当初予算分 82,904人泊／県交付決定分 29,018人泊

9. しま旅受入体制整備事業	予算額：13,500千円
<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>(1) 情報発信</p>	
	<ul style="list-style-type: none"> ・WEBメディアなど各種媒体を活用し、「長崎のしま」をテーマとする誘客プロモーションを実施
<p>(2) 修学旅行促進</p>	
	<ul style="list-style-type: none"> ・しまへの修学旅行誘致を図るため、しまに特化したプログラムの作成、学校関係者の招聘及び誘致活動を展開
<p>(3) インバウンド対策事業</p>	
	<ul style="list-style-type: none"> ○メディア等を活用した情報発信の実施 <ul style="list-style-type: none"> ①欧米豪の富裕層に訴求性のある情報媒体を活用したプロモーション ②台湾マスメディアやWEBメディア等と連携したプロモーション

Ⅲ 海外誘致対策

10. インバウンド需要創出拡大事業		予算額：25,330千円
<p>重点市場である東アジアをはじめ、東南アジアや欧米豪市場へ本県の魅力をPRし、インバウンド需要の創出・拡大を図るため、上海・ソウルの海外事務所や香港・台湾のレップを活用し、九州各県等と連携した国際旅行博への出展、現地説明会・商談会を開催。</p>		
(1) 海外観光展への出展等		
台湾	<ul style="list-style-type: none"> ○商談会・旅展 <ul style="list-style-type: none"> ・九州観光機構及び各県と連携した台北国際旅行博（ITF）出展 【開催日】11月1日～4日 ・JNTO 主催訪日教育旅行現地商談会 【開催日】台北：6月17日、高雄：6月18日 ○招聘 <ul style="list-style-type: none"> ・訪日教育旅行関係者 ・旅行社を招聘しての県内商談会の実施 	
香港	<ul style="list-style-type: none"> ○旅展 <ul style="list-style-type: none"> ・香港国際旅游展（ITE）出展 【開催日】6月13日～16日 ○招聘 <ul style="list-style-type: none"> ・メディア、KOL（Key Opinion Leader） 	
中国	<ul style="list-style-type: none"> ○商談会・旅展 <ul style="list-style-type: none"> ・JNTO 等が主催する各種商談会、旅展への出展 ・国際研学旅行博覧会出展 ○招聘 <ul style="list-style-type: none"> ・教育旅行関係者、旅行コンサルタント ・インセンティブツアーキーマン 等 	
韓国	<ul style="list-style-type: none"> ○商談会・旅展 <ul style="list-style-type: none"> ・ソウル国際観光展出展 【開催日】5月9日～12日 ・釜山国際観光展出展 【開催日】9月26日～29日 ・JNTO 等が主催する各種商談会、旅展への出展 ・旅行社等と県内事業者の韓国現地商談会 ○招聘 <ul style="list-style-type: none"> ・テーマ型ツアー取扱旅行社 ・大手旅行社、チャーター 	
東南アジア	<ul style="list-style-type: none"> ○招聘 <ul style="list-style-type: none"> ・九州観光機構主催招聘事業（タイ、ベトナム） 	
(2) 国内での誘致活動		
セールスコール	<ul style="list-style-type: none"> ・在京、在阪、在福ランドへの定期的なセールスコール ・Visit Japan トラベルマート（VJTM）2024 参加 【開催日】9月26日～28日 	
(3) 他県等との連携事業		
	<ul style="list-style-type: none"> ・九州各県連携、豪州プロモーション ・東京都との連携による県内コンテンツプロモーション（欧米豪） 	

11. インバウンドプロモーション強化事業	予算額：99,927千円
<p>本県へのインバウンド誘客を図るため、欧米豪を中心とした富裕層をターゲットにアドベンチャーツーリズムを推進するほか、現地のメディアや旅行会社と連携し、SNSや旅行情報サイト等を活用した個人に直接訴求するプロモーションを実施。</p>	
(1) アドベンチャーツーリズムの推進	
	<ul style="list-style-type: none"> ・プロモーション動画及び素材集の制作 造成エリア（雲仙、平戸、対馬、五島列島） ・新規コース造成の検討
(2) メディア・旅行会社連携PR	
中国市場	<ul style="list-style-type: none"> ・中国最大のOTAシートリップと連携した情報発信 ・九州各県及びJR九州と連携した情報発信 ・上海ー長崎路線利用旅行会社との広告タイアップ等
韓国市場	<ul style="list-style-type: none"> ・旅行会社等が実施するTVホームショッピングへの協賛 ・インフルエンサー招聘による情報発信 ・テーマ型ツアー造成に係る旅行会社とのプロモーション
台湾市場	<ul style="list-style-type: none"> ・旅行会社との情報発信タイアップ ・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：「樂吃購!日本」 ・テレビ番組取材放送タイアップ ※番組名：「食尚玩家」
香港市場	<ul style="list-style-type: none"> ・メディアとのキャンペーンを含む情報発信タイアップ ・雑誌、SNS、WEB、アプリ等を活用した情報発信プロモーション
東南アジア市場	<ul style="list-style-type: none"> ・総務省事業によるメディアタイアップ（タイでの番組放映） ・テーマ型ツアー造成に係る旅行会社とのプロモーション
欧米豪市場	<ul style="list-style-type: none"> ・在留外国人向けのデジタルプロモーション ・英語版ガイドブック制作 ・アドベンチャーツーリズムをフックとしたプロモーション
共通プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> ・海外において訴求力の高い映像制作と海外の映画等制作会社に対する情報発信及びセールスの実施
(3) 食の魅力を活かした受入拡大	
	<ul style="list-style-type: none"> ・インフルエンサーを活用したプロモーション
(4) 巡礼ツアーの推進	
	<ul style="list-style-type: none"> ・巡礼ツアーを取り扱う旅行会社等の招聘
(5) レップの設置	
台湾・香港	<ul style="list-style-type: none"> ・レップ設置による現地情報収集、情報発信、旅行会社やメディア、航空会社へのアプローチ等

12. 海外向け認知度向上推進事業	予算額：18,885千円
海外における本県の認知度向上を図り、旅行先として選んでもらえるよう、WEBやSNSを活用した多言語による情報発信の実施。	
(1) SNS多言語情報発信	
英語	・公式 Facebook、Instagram の運営及びその他施策
中国語（簡体字）	・公式 Weibo、WeChat の運営及びその他施策
中国語（繁体字）	・公式 Facebook の運営及びその他施策
中国語（広東語）	・公式 Facebook の運営及びその他施策
韓国語	・公式 Instagram、NAVER ブログの運営及びその他施策
タイ語	・公式 Facebook の運営及びその他施策
ベトナム語	・公式 Facebook の運営及びその他施策
(2) 公式WEBサイト運営管理	
	・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 ・市町等との連携による掲載コンテンツの拡充

13. ディスカバーNAGASAKI・周遊促進事業	予算額 27,879千円
旅の価値観の変化や個人旅行化の進展を見据え、アドベンチャーリズムなど地域が取り組む滞在型コンテンツの磨き上げを支援。	
(1) 観光コンテンツの外国人向けカスタマイズ	
	・アドベンチャーリズムを取り扱う旅行会社等の専門家を招聘してモニターツアーを実施し、高付加価値商品の造成や受入体制の整備を促進

14. インバウンド受入環境ステップアップ事業	予算額：11,080千円
旅の満足度の向上を図り、インバウンドの誘客及びリピーター獲得を促進するため、県内飲食店の多言語メニュー化など受入環境の整備やWEBサイトによる情報発信の充実に取り組む。	
(1) 食の受入環境整備	
	・インバウンド受入に前向きな県内飲食店の調査、洗い出し ・県内飲食店の多言語メニュー整備支援（県内 200 店舗予定） ・公式多言語 WEB サイトでの個店情報発信