

# 令和５年度公益社団法人鹿児島県観光連盟事業実施報告書

## I 公益目的事業

### 1 観光客の誘致促進に関する事業

#### (1) 観光情報誌・パンフレット等の作成事業

##### ア. 総合観光ガイドブック作成事業

鹿児島県総合観光ガイドブックを作成し、全国の旅行会社・マスコミ等にも本県への旅行企画や報道用資料等として無償提供するとともに、九州管内の主要書店をはじめ関東、関西でも有償頒布した。

〔作成期日〕 令和６年２月発行

〔作成部数〕 １０，５００部

〔作成内容〕 本県観光の最新情報や県内全市町村の観光スポット、観光情報等を網羅した総合観光ガイドブックの作成

〔タイトル〕 Kagoshima Re-TRIP（かごしま リ・トリップ）

##### イ. 観光カレンダー作成事業

本県の代表的な観光地を紹介した観光カレンダーを作成し、本県観光宣伝ツールとして国内外で活用する他、ホームページ等で告知して一般に有償で頒布した。

〔作成期日〕 令和５年１１月発行

〔作成部数〕 １，３００部

〔作成内容〕 本県の自然や景勝地などを紹介した観光カレンダーの作成

## ウ. 海外誘客宣伝用観光パンフレット作成事業

海外からの観光客の誘致促進を図るため、本県の観光資源、交通アクセス等を紹介するパンフレットを作成し、海外の旅行社やマスコミ及び海外の観光展等で無償提供した。

〔作成期日・内容〕

(ア) 海外観光パンフレット

英語版	20,000部	(令和5年11月作成)
	10,000部	(令和6年3月増刷)
韓国版	10,000部	(令和5年11月作成)
簡体字版	10,000部	(令和5年8月作成)
	10,000部	(令和6年3月増刷)
繁体字版	10,000部	(令和5年11月作成)
	10,000部	(令和6年3月増刷)
タイ語版	8,000部	(令和6年3月作成)

## (2) 観光ホームページ等による観光情報の発信事業

### ア. 観光ホームページによる情報発信事業

〔サイト名〕 鹿児島県観光サイト

〔U R L〕 <https://www.kagoshima-kankou.com/>

〔情報更新〕 令和5年4月1日～令和6年3月31日（随時更新・常時提供）

内 容	令和5年度 (4/1～3/31)	令和4年度 (4/1～3/31)	前年比(%)
1日当たりの平均ユーザー数	12,634	10,164	124%
1日当たりの平均PV(ページビュー)数	33,113	26,863	123%
平均エンゲージメント率 ※1	65%	—	—

(備考)

※1. エンゲージメント率とは：ユーザーが興味を持ち、何らかのアクション（10秒以上のページ閲覧、2回以上のページビュー、動画再生、PDFダウンロード等）が行われた割合。  
60%以上が良質サイトの目安（今年度より導入した。サイトの質を計る新たな指標）

## (ページビュー数)

内 容	PV 数	前年比 (%)
日本語＋外国語ページ合計	13, 205, 741	129%
外国語ページ合計	1, 086, 549	237%
韓国語ページ	85, 382	181%
中国語繁体字ページ	535, 482	325%
中国語簡体字ページ	44, 876	77%
英語ページ	410, 703	228%
ベトナム語	10, 106	135%

## (コンテンツ順位・上位 10 件)

順位	コンテンツ名	PV 数	順位	コンテンツ名	PV 数
1	観光スポット	6, 730, 834	6	宿泊	233, 388
2	イベント	1, 554, 497	7	フォトダウンロード	191, 175
3	モデルコース	1, 151, 143	8	新着情報	117, 411
4	特集	1, 019, 810	9	体験	78, 438
5	グルメ・お土産	252, 912	10	交通アクセス	47, 235

## (人気ページランキング)

順位	ページタイトル	PV 数
1	観光スポット   【公式】鹿児島県観光サイト かごしまの旅	1, 759, 721
2	モデルコース   【公式】鹿児島県観光サイト かごしまの旅	368, 854
3	【公式】鹿児島県観光サイト かごしまの旅	357, 076
4	イベント   【公式】鹿児島県観光サイト かごしまの旅	248, 201
5	雄川の滝   観光スポット	176, 096
6	天文館   観光スポット	152, 818
7	フォトダウンロード	126, 482
8	曾木の滝公園   観光スポット	105, 700
9	霧島神宮   観光スポット	99, 515
10	【空港発】霧島～鹿児島市を巡る 1泊2日コース   モデルコース	96, 577
11	鹿児島イルミネージュ 2023-2024   イベント	89, 437
12	温泉王国かごしま～源泉数全国2位！個性豊かな湯をめぐろう～   特集	84, 750
13	溝ノ口洞穴   観光スポット	83, 393
14	桜島   観光スポット	80, 047
15	城山公園（展望台・自然遊歩道）   観光スポット	68, 851

(都道府県別順位・上位 10 都道府県)

順位	都道府県名	ユーザー数	順位	都道府県名	ユーザー数
1	東京	1,296,914	6	千葉	159,907
2	鹿児島	613,255	7	兵庫	117,834
3	大阪	475,595	8	愛媛	107,658
4	福岡	473,988	9	京都	105,982
5	北海道	188,270	10	神奈川	105,736

(「旅の予約」宿泊予約上位 3 サイト)

順位	サイト名	件数
1	楽天トラベル	205
2	JTB	35
3	近畿日本ツーリスト・名鉄観光	23

(備考) ※2023 年 4 月～2024 年 2 月実績分。全体の宿泊予約件数 316 件

(主な情報提供内訳)

観光情報発信推進員	県観光連盟 1 名
業務内容	・県観光サイト「かごしまの旅」の情報更新 ・観光 PR 素材収集 ・観光ホームページ戦略に係る業務 ・観光サイト運用に係る業務
主な情報発信件数	・「新着情報」への新規掲載 139 件
(日本語サイト)	・「スポット」「イベント」「体験」「宿泊」等 1,702 件 への新規掲載・更新
	・トップページの画像変更 50 件
	・「特集」「モデルコース」の新規掲載・更新 22 件
	・フォトダウンロード新規掲載・更新 101 件
	・パンフレット、動画の新規掲載・更新 26 件
合計	2,040 件
その他	・お問い合わせ (フォームへの返信)

(備考) ※集計期間：2023 年 4 月 1 日～2024 年 3 月 31 日

※情報発信件数は、県、観光連盟、市町村、観光協会等が作成・更新したもの。

(現在、希望の市町村等に管理画面の ID を公開しており、多数の団体が web サイト更新に関わっている。)

(観光サイトの保守管理及び改修)

① サイトサーバーの保守管理費	
実施期日	令和5年4月～令和6年3月
委託先	株式会社トラベルジップ
目的・内容	日本語版観光サイトで導入しているCMSを置く共用サーバーの保守管理を、これまで通り(株)トラベルジップに委託した。

(コンテンツ充実のための取材・撮影)

① 県内各地域での取材・撮影	
実施時期	令和5年5月～9月
参加者	県観光連盟2名
目的・内容	県サイト活用講座で各地域に訪問時、周辺の観光スポット等の取材と撮影を実施、サイトへの情報更新に利用した。
効果・課題	現地の方に話を聞きながら、より鮮度の高い情報や画像の入手ができた。今後も継続的に実行していく。

② 桜島視察、取材	
実施時期	令和6年1月17日
参加者	県観光連盟3名
目的・内容	県観光サイトにおいて、閲覧数や問い合わせが多い桜島の観光スポット・島内交通アクセス(サクラジマアイランドビュー等)に関する取材。
効果・課題	HPのスポット情報更新。公共交通手段でのモデルコース等の作成。

イ. 県・市町村との情報発信に関する情報共有・連携強化

① 県サイト活用講座(海外誘致部多言語サイトと共同開催)	
実施日	令和5年5月～9月
開催地域	オンライン:中薩摩(鹿児島市)、大隅(鹿屋市)、姶良伊佐(霧島市)、北薩(出水市)、南薩(南さつま市)
参加者	市町村・地域振興局・観光協会等、17団体が参加
目的・内容	前年度からの継続開催。県サイトの管理画面を活用した各市町等に情報発信方法をレクチャー。また、データ分析についても情報共有を行った。
効果・課題	対面・実践型の講座により、サイト活用の利便性を実感してもらうことができた。また、県内観光のアクセス数にも興味を持ってもらうことができた。

② 鹿児島県内市町村等向け 観光WEBサイトコンサルティング（海外誘致部多言語サイトと共同開催）	
実施日	令和5年7月21日
講師	トラベルジップ代表取締役 大泉敏郎氏（「かごしまの旅」保守会社）
参加者	県PR観光課、地域振興局、市町村・観光協会等の情報発信担当部署 12団体が参加
目的・内容	観光客を呼び込む観光サイトの作り方やアクセス分析等について、実例をもとに紹介。各市町の情報発信に役立ててもらうとともに県観光サイトを県内全域で活用し、より新鮮な観光情報発信することで観光客の誘致を図る。
効果・課題	ユーザーが求める情報をいかに分かりやすくサイトに反映させるかなど、実践的なノウハウの説明があった。またデータ分析について、具体的な手法の情報共有ができた。

（備考）※令和4年度から引き続き、現在約29の市町村・観光協会等の団体がユーザー登録。県サイトからの情報発信を継続実施中。

## ウ. 観光情報センターによる情報提供事業

### （ア）「JAPAN47 GO」（旧全国観るなび）観光情報の提供

日本観光振興協会の全国観光情報データベースに県内全市町村の観光情報を提供し、同協会の「JAPAN47 GO」（インターネット）で広く観光情報を提供した。

〔情報更新〕 年1回更新

〔主な内容〕 全市町村の観光資源、祭り・イベント、観光施設等の情報更新

### （イ）観光パンフレット等の提供

県内市町村、同観光協会、観光施設等の観光パンフレット、イベントチラシ等を鹿児島県観光連盟事務所入り口の陳列コーナーで展示、配布するとともに、依頼のあった国内外の旅行会社、マスコミ及び一般の方に提供した。

### (3) 国内からの観光客誘致促進事業

#### ア. 観光かごしま大キャンペーンの実施（観光かごしま大キャンペーン推進協議会）

国内観光客の一層の誘致促進を図ることを目的として、県をはじめ、当連盟、全市町村、観光協会、宿泊施設、交通・旅行業者等で構成する「観光かごしま大キャンペーン推進協議会」の事務局を当連盟に置き、構成団体からの負担金を財源として各種の誘客・受入体制整備事業を実施した。

#### 〔一般事業〕

##### (ア) 旅行需要を喚起する観光素材の創出

###### ① 広域観光周遊ルート整備

- ・拠点発または複数の市町村をまたいだ周遊ルートの調査・設定等
- ・観光業界関係者を対象にしたモニターツアーの実施

###### ② 本県観光素材及びテーマ等を活用した誘客促進

- ・テーマ・ストーリー性に関する素材の調査及びプロモーション
- ・持続可能な観光素材を活用したコンテンツの充実
- ・霧島、えびの高原ロングトレイル事業など国立公園等を活用したコンテンツ利用促進

###### ③ 着地型観光の造成推進

- ・体験プログラムコンテンツである VISIT 鹿児島県の運用
- ・新規商品造成及び利用促進

##### (イ) 戦略的な情報発信

###### ① 県公式観光サイト等を活用した情報発信

###### ② 各種媒体及びテーマに沿った情報発信

###### ③ 地域の特性と魅力を活かした効果的なPR

## (ウ) 効果的なプロモーション展開

### ① 旅行エージェント・キャリア等と連携した誘客促進

- ・旅行商品造成支援事業の実施
  - 「離島募集型企画旅行商品造成支援」
  - 「受注型企画旅行等団体型旅行誘致支援（貸切バス）」
  - 「鹿児島県パンフレット等作成“旅行会社現地視察”支援」
- ・旅行エージェント・キャリアと連携したキャンペーンの実施

### ② 観光関係団体等と連携した誘客促進

- ・教育旅行受入対策協議会事業との連携
- ・九州観光機構と連携した誘客促進
- ・県観光誘致促進協議会等観光関係団体と連携した誘客促進

### ③ 風評被害等緊急対策

## 〔重点戦略事業〕

### (ア) テーマ性のある観光キャンペーン

#### ① 「大都市圏からの誘客キャンペーン」

- ・JR 九州や JR 西日本と連携したキャンペーン
- ・商船三井さんふらわあと連携したキャンペーン

#### ② 「重点地域の特定コンテンツ（世界遺産を含む）を活用した周遊促進キャンペーン」

- ・ANA と連携した「『南の宝箱 鹿児島』に出かけよう！キャンペーン」の実施

### (イ) 誘客促進活動

- ・九州観光機構と連携した誘客促進活動
- ・県内外イベントにおける PR 活動
- ・県外事務所のネットワークを活用した誘客促進活動 等



## イ. 教育旅行の誘致・受入対策の実施（鹿児島県教育旅行受入対策協議会）

県をはじめ、当連盟、市町村、観光関係団体、業界等で構成する「鹿児島県教育旅行受入対策協議会」（事務局：当連盟）において、構成団体からの負担金を財源に本県への教育旅行の誘致に向けた旅行エージェントや学校へのセールス等を実施した。

### 〔主な事業〕

#### （ア）誘致セールス事業

##### ①九州観光機構連携誘致事業

- ・ 素材説明会、相談会（東京、名古屋、大阪、広島）
- ・ 教育旅行担当者会議

##### ②南九州三県共同事業

- ・ 南九州教育旅行修学旅行誘致受入対策会議
- ・ 南九州三県教育旅行招請事業

##### ③本県単独事業

- ・ 首都圏修学旅行誘致セールス
- ・ 協議会会員との連携事業

##### ④旅行エージェント等現地視察支援事業

#### （イ）広報宣伝事業

##### ①教育旅行ガイドブック作成

#### （ウ）受入対策事業

##### ①受入体制整備推進事業

- ・ ワーキンググループ活動等

##### ②メッセージ事業

##### ③その他受入事業

#### （エ）調査事業

##### ① 鹿児島県修学旅行等入込状況調査

#### (4) 海外誘客ステップアップ事業

##### ア. インバウンド誘客回復強化事業 <県委託事業>

##### 【海外市場における REP(観光ビジネスパートナー) 及び SNS 情報発信業務契約内容】

(令和6年3月31日現在)

市場	委託先	契約区分	主な業務内容
韓国	A T O M. Pro	R E P	メディア担当（専属契約ブロガー）
	㈱エイブコム	R E P	航空会社・旅行会社担当
		SNS 情報発信	韓国市場オフィシャルブログ運営
中国	行楽ジャパン (上海征西広告有限公司)	SNS 情報発信	中国市場オフィシャル微博 Weibo 運営 中国市場オフィシャル微信 WeChat 運営
台湾	雲彩之虹有限公司	R E P	航空会社・メディア担当
		SNS 情報発信	台湾市場オフィシャル Facebook 運営 台湾市場オフィシャル INSTAGRAM 運営
	澤海國際有限公司	R E P	旅行会社・セールスサポート担当
香港	Compass Communications	SNS 情報発信	香港市場オフィシャル Facebook 運営 同インスタグラム運営
タイ	㈱S P コンシェルジュ	SNS 情報発信	タイ市場オフィシャル Facebook 運営
ベトナム	㈱エイチ・アイ・エス	SNS 情報発信	ベトナム市場オフィシャル Facebook 運営
欧米豪	ソリッドインテリジェンス㈱	SNS 情報発信	欧米市場オフィシャル Facebook 運営
※R E P（観光ビジネスパートナー）契約 <2市場4社>			
※S N S 情報発信運営・管理契約 <7市場・7社>			

## (ア) 直行便市場からの誘客強化事業

### 【直行便市場からのプロモーション実施件数】

(単位：件数)

内 容	韓国	中国	台湾	香港	合計
A. メディア等プロモーション	10	3	4	2	19
B. 旅行会社等プロモーション	6	0	6	6	18
a. 海外(在日含)セールス、商談会	2		4	1	7
b. 海外旅行会社(在日含)招請、取材協力	2		2	3	7
e. その他	2			2	4
合 計	16	3	10	8	37

#### A. メディア等プロモーション

海外における本県の認知度向上を図るため、直行便市場の韓国・台湾の市場に「観光ビジネスパートナー（レップ）」を起用し、SNS・雑誌など様々なメディアを活用した情報発信や旅行博覧会への出展など、B to C をメインとした各種プロモーションを実施した。

### 【直行便就航市場へのSNSによる情報発信の実施状況】

(令和6年3月31日現在)

国・地域	委託先	SNSの名称	実施内容	フォロワー数
韓国	㈱エイブコム 代表理事 潘 恩 廷 <small>バン ウンジョン</small>	鹿児島県公式ブログ 『가고시마현 공식블로그』	*韓国最大手インターネット検索ポータルサイト「NAVER」内の鹿児島県公式ブログの運営	5,922人
※観光ビジネスパートナー				
中国	行楽ジャパン CEO 袁 静 <small>エン セイ</small> (上海征西広告有限公司)	①微博 Weibo 飞往美丽的鹿児島 ② 微信 WeChat 桃园世外 at 鹿児島	*中国向け鹿児島県公式SNSの運営	① 26,000人 ② 17,216人
台湾	雲彩之虹有限 公司社長 洪 斐文 <small>ヨウ フミ</small>	鹿児島県公式 ①フェイスブック「鹿児島旅人時光」	*台湾向け鹿児島県公式フェイスブック、インスタグラムの運営	① 17,430人 ②

※観光ビジネスパートナー		②Instagram同		2,205 人
香港	Compass Communications 社長 木邨 千鶴	①鹿児島県公式フェイスブック「鹿児島最新最 Fun」 ②Instagram同	*香港向け鹿児島県公式フェイスブック、Instagramの運営	① 31,584 人 ② 1,930 人

## 【各市場別事業実施内容】

### 【韓国市場】

① 韓国ビジネスパートナー（韓国市場現地観光アドバイザー）の設置（No.1）	
期 間	令和5年4月1日～令和6年3月31日
委託先	ATOM Pro PD 李 振雨
目的・内容	<p>本県への韓国人旅行客の増加を図るため、これまでのBtoB中心の誘客戦略からBtoC中心の誘客戦略に取り組む。</p> <p>今後、韓国において本県の知名度を更に高めていくため、現地で著名なブロガーとしての地位を確立し、韓国内のマスメディアに幅広い人的ネットワークを持つ李 振雨 氏をアドバイザーとして設置する。</p>
効果・課題	<p>韓国からの訪日旅行は、令和4年10月11日からの国の新型コロナウイルスの水際対策規制緩和により、地方空港においても定期便が復便し、増便している状況である。</p> <p>令和5年の冬季ダイヤから大韓航空のソウルからの定期便の運航が再開された。このような中で、李氏を通して現地のマスメディアやSNS等の現況を随時入手し、今後もタイムリーな誘客に取り組んでいきたい。</p>

② 韓国ビジネスパートナー（韓国市場現地観光アドバイザー）の設置（No.2）	
期 間	令和5年4月1日～令和6年3月31日
委託先	(株) エイブコム 代表理事 潘 恩廷
目的・内容	<p>本県への韓国人旅行客の増加を図るため、大韓航空等航空会社と連携したプロモーション活動の展開や現地旅行会社、ランドオペレーター社に対して、情報収集や本県旅行商品造成を積極的に要請していくために設置している。</p> <p>今後、本県の知名度を更に高めていくため、現地で航空会社、旅行会社、ランドオペレーター等に幅広い人的ネットワークを持つ潘 恩廷 氏をアドバイザーとして設置し、情報発信と誘客促進を推進していく。</p>

効果・課題	<p>韓国からの訪日旅行は、令和4年10月11日からの国の新型コロナウイルスの水際対策規制緩和により、地方空港においても定期便が復便し、増便している状況である。</p> <p>令和5年の冬季ダイヤから大韓航空のソウルからの定期便の運航が再開された。このような中で、潘氏を通して大韓航空をはじめとする現地の航空会社、旅行会社、ランドオペレーター社等の現況を随時入手し、韓国からの誘客促進に努めていきたい。</p>
-------	---

③ 韓国市場鹿児島県ブログマーケティング運営業務委託（SNS 情報発信）	
期 間	令和5年4月1日～令和6年3月31日
委託先	(株) エイブコム 代表理事 潘 恩廷
目的・内容	<p>韓国において、旅行の情報収集等にインターネットやSNS等が盛んに利用され、その中でもブログによる情報収集が定着している。</p> <p>今後、増加するFIT旅行者対策として、ブログを活用した本県の観光情報発信を積極的に行い、韓国国内での認知度向上や誘客促進を図っていくため、韓国において幅広いネットワークを持つ「(株)エイブコム」に、韓国ブログマーケティングを業務委託し、情報発信を行う。</p> <p>※1日平均訪問者数236人。累積お友達数5,922名。</p>
効果・課題	<p>韓国からの訪日旅行は、令和4年10月11日からの国の新型コロナウイルスの水際対策規制緩和により、地方空港においても定期便が復便し、増便している。</p> <p>令和5年の冬季ダイヤから大韓航空のソウルからの定期便の運航が再開された。鹿児島への直行便の運航が再開されたので、今後もFIT旅行者に役立つような情報を掲載するとともに、ユーザーに鹿児島旅行の意欲を喚起させるような情報も併せて掲載し、韓国国内における本県の認知度向上に努めていきたい。</p>

④ 韓国 OTA myrealtrip 鹿児島視察協力	
期 日	令和5年5月14日～16日
招請者	3名（myrealtrip2名、韓国市場開拓アドバイザー1名）
目的・内容	韓国大手 OTA myrealtrip から、商品造成のための本県視察への協力依頼があったので、今後の韓国からの誘致促進を図っていくため協力した。
効果・課題	韓国からの訪日旅行の手配は、OTAを利用するケースが増えているので、今般、韓国 OTA myrealtrip の代表に本県の観光素材の魅力を知ってもらう良い機会となった。

⑤ 韓国ゴルフ関係者鹿児島視察協力	
期 日	令和5年7月14日～18日
招請者	3名（ゴルフ用品企業1名、韓国ソウル旅行会社1名、韓国市場開拓アドバイザー1名）
目的・内容	韓国ゴルフ用品企業等の関係者から、本県のゴルフ場等の視察協力依頼があったので、今後の韓国からのゴルフ客誘致促進のために協力した。
効果・課題	韓国国内のゴルフ人口は、コロナウイルスの世界的流行の間も増加しており、今般、韓国のゴルフ関係者に本県のゴルフ場等の魅力を認識してもらう良い機会となった。

⑥ 韓国ブログマーケティング事業取材受入	
期 日	令和5年9月17日～9月20日
招請者	1名（韓国現地委託会社（株）エイブコム職員）
目的・内容	韓国では、旅行の情報収集等にインターネットやSNS等が盛んに利用され、その中でもブログによる情報収集が定着している。 当連盟もFIT対策として韓国最大手のインターネット検索ポータルサイト「NAVER」に鹿児島県の公式ブログを開設し、ブログを利用した本県の情報発信を行っている。今般、同ブログの運営管理を委託している「エイブコム」の担当者がブログ記事の素材収集のため来鹿、取材を実施した。
効果・課題	これからゴルフを中心とした韓国からの観光客が増える時期になるが、定期便の運航再開が決定していないので、近隣の空港を利用して来鹿していただけるよう、最新の観光情報を発信していきたい。

⑦ 韓国 GOLFZON VIP 商品造成視察協力	
期 日	令和5年9月10日～17日
招請者	3名（GOLFZON 関係者2名、韓国市場開拓アドバイザー1名）
目的・内容	シュミレーションゴルフにおいて、世界 No.1 企業である GOLFZON 関係者から、本県のゴルフ場・宿泊施設等の視察協力依頼があり、韓国からのゴルフ客誘致促進のため協力した。
効果・課題	韓国では、シュミレーションゴルフが娯楽の一つとして定着している。 今般、シュミレーションゴルフの最大手である GOLFZON 関係者に、本県ゴルフ場施設、受入体制など魅力を認識してもらう良い機会となった。

⑧ 韓国ゴルフ関係者鹿児島視察協力	
期 日	令和5年10月27日～30日

招請者	6名（ゴルフ用品企業関係者5名、韓国市場開拓アドバイザー1名）
目的・内容	韓国ゴルフ用品企業等の役員から、本県ゴルフ場等の視察協力依頼があったので、韓国からのゴルフ客誘致促進を図るために協力した。
効果・課題	<p>韓国国内のゴルフ人口は、コロナウイルスの世界的流行の間も増加しており、今般、韓国のゴルフ用品企業等の役員に本県ゴルフ場等施設や受入体制等の魅力を認識してもらう良い機会となった。</p> <p>ゴルフ用品企業等の研修旅行等にも本県が選ばれるよう、今後も情報提供を行っていききたい。</p>

#### ⑨ 韓国ゴルフ関係者鹿児島視察協力

期 日	令和5年11月15日～19日
招請者	4名（ゴルフ用品企業関係者3名、韓国市場開拓アドバイザー1名）
目的・内容	韓国ゴルフ用品企業等の関係者から、本県ゴルフ場等の視察協力依頼があったので今後、韓国からのゴルフ客誘致促進を図るため協力した。
効果・課題	<p>韓国国内のゴルフ人口は、コロナウイルスの世界的流行の間も増加しており、今般、韓国のゴルフ関係者に本県のゴルフ場等の魅力を認識してもらう良い機会となった。</p> <p>ゴルフ用品企業等は、顧客向けに様々なイベントを実施するので、本県が選ばれるよう、今後も情報交換をしていきたい。</p>

#### ⑩ 韓国ブログマーケティング取材受入

期 日	令和6年3月28日～3月30日
招請者	1名（韓国現地委託会社（株）エイブコム職員）
目的・内容	<p>韓国では、旅行の情報収集等にインターネットやSNS等が盛んに利用され、その中でもブログによる情報収集が定着している。</p> <p>当連盟もFIT対策として韓国最大手のインターネット検索ポータルサイト「NAVER」に鹿児島県の公式ブログを開設し、ブログを利用した本県の情報発信を行っている。今般、同ブログの運営管理を委託している「(株)エイブコム」の担当者がブログ記事の素材収集のため来鹿した。</p>
効果・課題	<p>大韓航空のソウルからの定期便が、令和5年10月末の冬季ダイヤから再開された。また、1月からは大韓航空のソウルからのチャーター便も運航されたので、冬季は多くの韓国人観光客が来鹿した。</p> <p>夏季ダイヤは、例年、韓国からの観光客が少なくなる時期なので、今後も最新の鹿児島県観光情報を発信し、夏場の誘客促進に繋げたい。</p>

## 【中国市場】

① 中国市場「Weibo」 & 「WeChat」 ページ運営年間委託（SNS 情報発信）	
期 日	令和 5 年 4 月 1 日～令和 6 年 3 月 3 1 日
委託先	株式会社行楽ジャパン CEO 袁 静（上海征西广告有限公司）
目的・内容	<p>上海を中心に、中国における本県の認知度向上と誘客促進を図るため、本県の PR 活動（微博・微信等の宣伝・情報発信）を実施した。</p> <p>上海征西广告有限公司（行楽）に本県の中国向け公式 SNS の管理配信業務を委託し、定期的に鹿児島県内のイベント活動・観光施設・飲食施設などの情報を中国国内で発信した。</p> <p>[配信頻度]</p> <p>*Weibo：3 回/週、毎週月、水、金曜日 （年間計 120 回 合計フォロワー約 26,000 人）</p> <p>*WeChat：1 回/週、毎週金曜日 （年間計 40 回 合計フォロワー約 17,216 人）</p> <p>*ウェブプラットフォーム転送拡散：1 回/月、曜日不定 （年間計 12 回）</p>
効果・課題	<p>新型コロナウイルス感染症の世界的流行により、中国からの訪日旅行の回復は、他市場に比べて厳しい状況にあったが、令和 5 年 8 月 10 日に、団体旅行解禁となった。</p> <p>本県への上海からの定期便は再開されておらず、福岡空港をはじめ、受入が再開した近隣空港から入国した観光客が、本県まで足を延ばしていただけるような最新情報を発信することにより、中国における本県観光の認知度向上を図り誘客につなげていきたい。</p>

② 中国における情報発信事業への協力	
期 日	令和 5 年 7 月 1 1 日～1 4 日
招請者	4 名（中国「博物」）
目的・内容	<p>中国科学院地理科学および資源研究所の直属ユニットである「博物」が、鹿児島島の自然を満喫するツアー（屋久島・奄美大島）の造成を計画しているということで、視察の協力依頼があった。</p> <p>博物は、情報発信している SNS のフォロワー数も多いので、中国における本県の観光素材の認知度向上が期待できることから協力した。</p> <p>（Weibo1,310 万人、Wechat50 万人、Red40.1 万人）</p>
効果・課題	ツアー参加者の募集を準備している際に処理水の海洋放出の問題があ



	り、現時点では、訪日旅行の PR、催行が難しい状況になったため、時期を見て、同ツアーを実施したいとのこと。
--	---

③ 中国ラグジュアリー市場向け招請事業	
期 日	令和 6 年 1 月 1 5 日～1 7 日
招請者	2 名（東京在住の広告代理店）
目的・内容	中国ラグジュアリー層市場向けの観光素材を PR することにより、福岡空港をはじめ、受入が再開した近隣空港から入国した観光客が、本県まで足を延ばしていただけるよう、上海マーケットに影響力のある東京在住の広告代理店の関係者を招請した。
効果・課題	本県の新しい観光素材等を含め、本県観光の魅力を PR する良い機会となった。中国からの訪日旅行の現状等について情報交換することもできて、今後の中国からの誘客の参考になった。

## 【台湾市場】

① 観光ビジネスパートナー（台湾市場現地観光アドバイザー）の設置（No. 1）	
期 間	令和 5 年 4 月 1 日～令和 6 年 3 月 3 1 日
委託先	雲彩之虹有限公司 社長 洪 斐文
目的・内容	台北―鹿児島定期便を使った観光客誘致及び利用促進を図っていくため、チャイナエアラインや台湾マスメディアに幅広い人脈を持つ洪 斐文氏に昨年度に引き続き現地観光アドバイザーとしての業務を委託した。 ※チャイナエアラインとの連絡調整業務 ※現地マスメディアとの連絡調整業務及びプロモーション企画の実施 ※現地商談会・セミナー等の運営（司会進行）、通訳、補助業務 ※定期的な情報収集及び提供
効果・課題	令和 6 年 5 月 7 日から中華航空の定期便が運航再開することから、台湾における本県への需要喚起を図るため情報提供、プロモーション活動を強化していきたい。

② 観光ビジネスパートナー（台湾市場現地観光アドバイザー）の設置（No. 2）	
期 間	令和 5 年 4 月 1 日～令和 6 年 3 月 3 1 日
委託先	澤海国際有限公司 代表 游 承翰
目的・内容	台湾からの誘客競争が激化する中、インバウンド業務や台湾市場におけ

	<p>る訪日情報に精通しているアドバイザーを設置し、日常的に現地旅行会社などへのセールス活動を実施し、台湾観光客の更なる誘致を推進した。</p> <p>〔主な実施業務〕</p> <p>※台湾旅行会社との連絡調整業務</p> <p>※定期的なセールス・マーケティング活動及びアテンド・通訳業務</p> <p>※現地商談会・セミナー等の企画・運営業務</p> <p>※定期的な情報の収集と提供 他</p>
効果・課題	<p>コロナ禍で、大きく変化した鹿児島、台湾の観光を取り巻く状況の変化に対し、現地旅行者等との連携を密に取りながら、相互の関係を再構築していきたい。</p>

### ③ 台湾市場鹿児島県オフィシャルフェイスブック、Instagram運営委託（SNS 情報発信）

期 間	令和5年4月1日～令和6年3月31日
委託先	雲彩之虹有限公司 社長 洪 斐文
目的・内容	<p>台湾でも増加がみられている FIT 旅行者誘客対策として、フェイスブック及びInstagramを利用した本県の観光情報発信を行い、台湾での認知度向上や本県への誘客促進を図った。</p> <p>（主な実施業務）</p> <p>※鹿児島県公式フェイスブックページ及びInstagram「鹿児島旅人時光」の運営</p>
効果・課題	<p>鹿児島の最新の観光素材や魅力あるコンテンツを発信し、多くのフォロワー数の獲得を目指す。</p>

### ④ 台湾メディア取材

期 日	令和5年9月12日
招請者	台湾メディア12名
目的・内容	<p>台湾の有力なメディア関係者が、国際クルーズ船ダイヤモンドプリンセス号で来鹿、主に鹿児島市内（桜島、仙巖園など）を取材した。</p>
効果・課題	<p>クルーズ船での来鹿となり滞在時間が限られ中で、効率的に取材を実施することができ、活火山桜島や、ラストサムライの地鹿児島を効果的にPRできた。</p>

## 【香港市場】

① 香港市場鹿児島県オフィシャルフェイスブックの運営委託（SNS 情報発信）	
期 日	令和5年4月1日～令和6年3月31日
委託先	Compass Communications International Limited. (Managing Director 木邨 千鶴)
目的・内容	今後増加が予想されるFIT旅行者対策として、フェイスブックを利用した本県観光情報の発信を行い、香港での認知度向上や本県への誘客促進を図った。 ※鹿児島県公式フェイスブックページ及びInstagram「鹿児島最新最 fun」の運営
効果・課題	各市町村等ソーシャルメディアや関係各所と独自のパイプを作り、提供される情報をもとに、毎日タイムリーで関心の高い情報発信を行なっているので、フォロワーは常に増加している。

② 香港テレビTVB取材	
期 日	令和5年6月28日～7月3日
招請者	香港テレビTVB取材班8名
目的・内容	香港で最大手のテレビ局TVBが、鹿児島を舞台とした旅番組を制作、取材協力を行った。台湾で絶大な知名度を誇る人気チアガールを起用、国宝霧島神宮や活火山桜島、いぶすき砂蒸し温泉、観光列車「いぶたま」など5日間に及ぶ県内各地で撮影を実施した。
効果・課題	香港テレビTVBの人気番組で、8月に放送された。県香港事務所への問い合わせも多く寄せられ、反響があった。本県観光の知名度アップや、新しい観光素材が情報発信できた。

## B. 旅行会社等プロモーション

直行便市場の韓国、中国、台湾及び香港に対し、現地セールスを実施し観光PRや各市場の情報収集を行うとともに、当該市場の在日を含む現地旅行会社等を本県に招請し、観光地の視察又は商談会や、観光関係者との意見交換等を通じて旅行商品化の促進を図った。

また、鹿児島空港発着の直行便（ソウル線・上海線・台北線・香港線）など各路線の状況に応じた、航空会社とのタイアップ広告等の取組みを行うことにより、外国人観光客の鹿児島空港利用促進を図った。

## 【各市場別事業実施内容】

### 【韓国市場】

① 韓国 KBS テレビ番組映像「アルバム山」への撮影協力	
期 日	令和5年5月28日～31日
招請者	5名（韓国メディア関係者）
目的・内容	韓国地上波 KBS で2007年より放映されている「映像アルバム山」で、本県の韓国岳や高千穂峰、九州オルレ出水コース等を紹介したいとのことで、協力依頼があったので対応した。 撮影した映像は、7月9日と16日の2回にわたり、放送された。
効果・課題	本県の山や九州オルレコースの魅力を、KBS の番組を通して韓国国内に周知する良い機会となった。

② 韓国 OTA myrealtrip 招請事業の実施	
期 日	令和5年6月26日～29日
招請者	2名（myrealtrip 1名、㈱エイチ・アイ・エス訪日旅行営業本部 1名）
目的・内容	韓国大手 OTA myrealtrip の担当者と、同社への商品造成等を行う㈱エイチ・アイ・エス訪日旅行営業本部の担当者を本県に招請し、旅行商品企画と韓国からの誘客を促進するために県内視察を実施した。
効果・課題	韓国からの訪日旅行の手配は、OTA の利用が増えている中、今般、韓国 OTA myrealtrip の担当者に、本県の新しい観光素材の魅力を知ってもらう良い機会となった。 今後は、同社に本県の旅行商品を充実してもらえるよう働きかけていきたい。

③ 韓国 GOLFZON 鹿児島キャンプへの協力	
期 日	令和5年9月6日
目的・内容	シュミレーションゴルフ最大手 GOLFZON の顧客を対象にした鹿児島キャンプ（ゴルフ合宿）が、さつまゴルフリゾートで開催されたので、参加者に観光パンフレットやノベルティ等を提供し、観光鹿児島の魅力等を PR した。同キャンプは、1回当たり4泊5日の日程で、12月迄計12回開催された。
効果・課題	韓国国内のゴルフ人口は、コロナウイルスの世界的流行の間も増加して

	おり、今般の同キャンプを通じて、本県のゴルフ場をはじめとする観光の魅力を PR する良い機会となった。
--	---

④ 大韓航空定期便再開における初便歓迎受入	
期 日	令和 5 年 1 0 月 2 9 日
参加者	県観光連盟 3 名
目的・内容	大韓航空の鹿児島 - ソウル間の定期便の運航が再開されたので、初便到着時に関係市町村も一緒に、観光パンフレットやノベルティの配布等歓迎受入を行った。
効果・課題	9 月末のチャーター便に続き、韓国からの観光客が増加する冬季ダイヤからの運航再開となり、ゴルフ客を中心とした韓国からの観光客の増加が期待できる。

⑤ 2023 年度 VISIT JAPAN ソウル商談会への参加並びに韓国ソウル現地セールス	
期 日	令和 5 年 1 1 月 5 日～ 8 日
参加者	県観光連盟 3 名
目的・内容	JNTO 主催の 2023 年度 VISIT JAPAN ソウル商談会が、韓国ソウルで開催されたので参加した。併せて、ソウル市内の旅行社やランドオペレーター社等関係先を訪問し、意見交換等を行った。
効果・課題	大韓航空のソウルからの定期便が冬季ダイヤから再開されたので、韓国ソウルの旅行社やランドオペレーター社等に本県観光を PR するとともに、訪日旅行の現状等について意見交換する良い機会となった。

⑥ 韓国ソウル現地セールス	
期 日	令和 6 年 3 月 1 2 日～ 1 4 日
参加者	県観光連盟 1 名
目的・内容	韓国ソウルにある JNTO ソウル事務所や旅行社、ランドオペレーター社等の関係先を訪問し、情報交換を行った。
効果・課題	<p>今年冬の大韓航空鹿児島定期便及びチャーター便を利用した商品の販売状況や、訪日旅行の現状等を意見交換する良い機会となった。</p> <p>令和 6 年度の、韓国からの誘客促進を計画していくうえで参考になった。</p>

## 【台湾市場】

### ① 台湾教育旅行相談会参加

期 日	令和5年6月12日～13日
参加者	2名（県PR観光課1名、県観光連盟1名）
目的・内容	<p>訪日教育旅行の需要が見込める台湾（台北市・高雄市）で、日本の自治体・観光関係者と台湾の教育関係者との相談会に参加した。</p> <p>台湾における教育旅行の実施は、だんだん年少化の傾向にあり、小学校から実施する学校も多くなっている。中学、高校では日本行きの傾向が高くなってきている。これまで誘致に積極的な山形県や長野県での実施が多かったが、魅力ある新しい行き先を模索している。</p> <p>九州なども候補の一つになっていることから、継続した誘致活動と学校交流など受入れメニューの提案が必要になってくる。</p>
効果・課題	<p>台湾における教育旅行は、日本の学校との交流が必須である。現在、受け入れは、私学が中心となっている。公立校の場合は、既存の行事、授業時間の中で学校交流を実施するのはハードルが高い。学校交流の実施と、受入れ方校の理解が必要となってくる。</p>

### ② 中華航空・台湾旅行社視察、商談会の実施

期 日	令和5年6月23日～27日
招聘者	8名（中華航空1名、台湾旅行社など7名）
場所	<ul style="list-style-type: none"> <li>・視察（県内）</li> <li>・商談会（鹿児島市、51社75人参加）</li> </ul>
目的・内容	<p>6月の中華航空チャーター便4便の運航を利用して、中華航空とキーエージェントが、県内の観光地及び施設の視察を行った。</p> <p>3年ぶりの台湾旅行社の来鹿ということで、県内の観光関係者と商談会を実施した。</p>
効果・課題	<p>コロナ禍の中、3年余り台湾旅行社との取り引きが中断していたこともあり、県内観光関係者の反応が大きく、商談会には、51社75人の参加があり、大盛況となった。</p>

### ③ 台湾旅行会社・OTA（オンライン旅行代理店）ファムツアー

期 日	令和5年7月25日～29日
招聘者	4名（OTA等）
目的・内容	<p>エイチ・アイ・エス台湾及びMy Taiwan Tour (OTA)等を招聘し、県内観光地の視察を行った。このOTAの会社は、富裕層向けの手配を行っており、</p>

	関係する県内の宿泊施設などと打合せを行った。
効果・課題	今後 OTA での来鹿が増える傾向にあることから、OTA との連携、強化を図っていく必要がある。

#### ④ 台湾 My Taiwan Tours の招請

期 日	令和 5 年 1 0 月 3 1 日～1 1 月 2 日
招聘者	1 名
目的・内容	OTA（オンライン旅行代理店）の My Taiwan Tour (OTA) を招聘し、富裕層向け宿泊施設の視察を実施した。My Taiwan Tours は、台湾だけでなくインドネシア、マレーシアからの富裕層向けの手配を行っていることから、今後、東南アジア地域からの誘客を見据えた視察を実施した。
効果・課題	OTA の手配が増えていることから、今後 OTA との連携、強化を図っていく。

#### ⑤ 台湾 ITF 商談会への参加

期 日	令和 5 年 1 1 月 1 日～4 日
参加者	4 名（指宿市、霧島市、南さつま市、県観光連盟）
目的・内容	日本観光振興協会が主催する商談会（台北）に参加した。台湾の旅行社 1 0 0 社が出席した。
効果・課題	中華航空の復便の見通しが立たない中ではあるが、台湾旅行社に本県観光を PR するとともに、訪日旅行の現状等について意見交換する良い機会となった。

#### ⑥ 台湾 OTA 協会会員向けセミナーの開催

期 日	令和 5 年 1 2 月 1 8 日～2 1 日
場 所	台北市
参加旅行社	台北主要 OTA 1 1 社
本県参加者	県観光連盟 2 名
目的・内容	エイチ・アイ・エス台湾、及び My Taiwan Tour (OTA) と共催し、台湾 OTA 協会会員向けセミナーを実施した。鹿児島空港の人手不足等で国際線が再開されないことから、団体を扱う旅行エージェントではなく、個人ツアーを扱う OTA 協会会員向けに絞り、鹿児島観光説明会を行った。台湾の OTA 主要旅行社 1 1 社が出席した。鹿児島を知らない OTA も多かったことから、今後ファムツアーなども検討していく。
効果・課題	今後ますます FIT での来鹿が増える傾向にあることから、OTA との連携、強化が必要になってくる。

## 【香港市場】

### ① 香港 EGLTOURS 視察

期 日	令和5年5月8日～10日
招聘者	EGLTOURS 2名
目的・内容	鹿児島に新しいホテルがオープンしたことから、垂水のフェアフィールドバイマリオットホテル、鹿児島市のシェラトン鹿児島をメインに視察を行った。
効果・課題	世界ブランドのホテルの開業などで、EGLTOURS による新たな顧客の総客が期待できる。

### ② 香港セールス

期 日	令和5年5月8日～10日
参加者	県観光連盟 2名
目的・内容	香港エクスプレスの定期便が週3便就航したことから、航空会社や旅行会社、広告会社などを回り、定期便の周知や送客を要請した。
効果・課題	今後、香港航空の復活にも力を入れ、2航空会社体制の就航を働きかけて欲しいという旅行会社の声があることから、リクエストを継続していきたい。

### ③ EGLTOURS 袁社長講演会・交流会

期 日	令和5年9月20日～22日
招聘者	4名（EGLTOURS 袁社長他）
目的・内容	鹿児島及び日本送客 NO.1 の EGL TOURS 袁社長による講演会を、コロナ禍後に、初めて開催した。最近の香港の旅行需要や今後の見通し等について講演と、鹿児島県観光関係者との意見交換、交流会も行った。
効果・課題	コロナ禍以降、変化している香港市場への売込み方法について検討した。

### ④ EGLTOURS 新年交流会への参加

期 日	令和6年1月9日
本県参加者	35名（内 県PR観光課2名、県観光連盟2名）
目的・内容	日本での EGLTOURS の新年会は、熊本市と札幌市2か所で実施された。熊本市での参加者は160名で、内鹿児島から35名が参加した。コロナ禍の終息後、香港からの日本への送客は急増している。



効果・課題	EGLTOURS の幹部や職員との交流を図りながら、九州を周遊するツアーの誘客についても推進していく。
-------	---

⑤ EGLTOURS の招請	
期 日	令和6年2月27日～28日
招聘者	EGLTOURS 3名
目的・内容	令和6年3月31日から香港航空が、4年ぶりに週3便運航することが発表された。団体ツアー送客のため、県内の宿泊施設や観光施設を回り、運航後送客計画について関係者と打合せを行った。
効果・課題	これまでLCC（香港エクスプレス）だけの運航であったため、FIT（個人客）が多く、団体ツアーの送客が難しかったが、香港航空就航で団体ツアーの誘客が期待できる。

⑥ EGLTOURS の招請及び歓迎行事の実施	
期 日	令和6年3月29日～31日
招聘者	EGL TOURS 1名
目的・内容	香港航空就航に伴い、団体ツアーに使用する宿泊施設、観光施設の仕込みや、鹿児島空港でのEGLTOURS 団体の歓迎セレモニーを併せて実施した。
効果・課題	FITだけでなく団体ツアーの造成が期待できることから、県内の新たな施設や魅力ある観光素材を発信していく。

## （イ）戦略的市場からの誘客強化事業

### 【戦略的市場からのプロモーション実施内訳】

（単位：件数）

内 容	シンガポール	タイ	ベトナム	欧米豪	横断市場	合計
A. メディア等プロモーション	3	4	2	6	0	15
B. 海外旅行会社等プロモーション	1	7	10	3	17	38
a. 海外（在日含）セールス、商談会等	1	4	6	1	13	25
b. 海外旅行会社（在日含）招請、取材協力等		2	4		1	7
c. その他		1		2	3	6
合 計	4	11	12	9	17	53

## A. メディア等プロモーション

海外における本県の認知度向上を図るため、直行便4路線に続く有望な市場として取組みを続けているシンガポール、タイ、ベトナム、欧米豪の市場において、SNS・雑誌など様々なメディアを活用した情報発信や旅行博覧会への出展など、B to Cをメインとした各種プロモーションを行った。

### 【戦略的市場における情報発信の実施状況】

(令和6年3月31日現在)

国・地域	委託先	SNSの名称	実施内容	フォロワー数
タイ	(株)SPコンシェルジュ	鹿児島県公式フェイスブック 「Kagoshima Thailand」	*タイ向け鹿児島県公式フェイスブックの運営	15,541人
ベトナム	(株)エイチ・アイ・エス	鹿児島県公式フェイスブック 「Kagoshima nhat ban」	*ベトナム向け鹿児島県公式フェイスブックの運営	18,797人
欧米豪	ソリッドインテリジェンス(株)	鹿児島県公式フェイスブック「Discover Kagoshima」	*欧米市場向け鹿児島県オフィシャルフェイスブックの運営	13,578人

### 【各市場別事業実施内容】

#### 【シンガポール市場】

① シンガポール旅行博「NATAS Travel Fair 2023」のJTBブースへの共同出展	
期 間	令和5年8月11日～13日
場 所	Singapore Expo
委託先	SINKEN TRADE & MARKETING
目的・内容	JTBシンガポールのブースへ共同出展し、パンフレットの案内に加え、焼酎や特産品の試飲食を交えながら鹿児島の紹介を行い、本県の認知度向上および誘客促進に繋げる。
効果・課題	イベント来場者が多く、会場は活気に溢れており、ブース訪問者からはオススメの訪問先・食べ物・時期に関する質問が多かった。シンガポール市場は約9割がFITであり、かつ1人1台以上のモバイル端末を所持する

	現代社会においては、BtoCはもちろん、CtoCが極めて重要である。その点を考慮した戦略を今後さらに検討していく必要がある。
--	--

## ② シンガポール旅行博「NATAS Travel Fair 2023」における AZZA TRAVEL とのスポンサー契約

期 間	令和5年8月11日～13日
場 所	Singapore Expo
契約先	AZZA TRAVEL & TOURS
目的・内容	同社はムスリム系旅行社で、今回の NATAS でムスリムフレンドリーの鹿児島旅行商品を販売する。そこで、本県の認知度を高め、商品購買に繋がるよう、同社の SNS や、シンガポール No1 の旅行メディア TripZilla を通じた情報発信を行うとともに、NATAS 会場においてパンフレットやポスターで露出を図る。
効果・課題	同社 SNS (Instagram、Facebook) での情報発信を行い、トータルリーチ数が約 6,000 の結果であった。世界人口の約 4 分の 1 の 19 億人超といわれるムスリムの訪日意欲層を取り込むためにも、継続として同社と連携した事業展開を図っていきたい。

## ③ プロカメラマンによる鹿児島観光素材撮影

期 間	令和5年12月7日～13日
契約先	Truphotos 代表タン・ワイチョン
目的・内容	インバウンド向けに本県の観光PR素材として、訴求力の高い写真を撮影しデータ納品する。
効果・課題	9か所で撮影した写真計29枚の写真データを、今後海外向けプロモーションに積極的に活用していきたい。

## 【タイ市場】

### ① タイ市場鹿児島県公式フェイスブック運営委託（SNS 情報発信）

期 間	令和5年4月1日～令和6年3月31日
委託先	㈱SPコンシェルジュ
目的・内容	リーチ層拡大を目的に、SNSを活用したタイ市場マーケティングに特化した取り組みを行っている㈱SPコンシェルジュに継続委託。県公式フェイスブックに加え、同社保有のメディアでも同時配信し、マルチチャネ

	ルを活かした情報発信を行った。
効果・課題	SNS運営を得意としているスタッフによる効果的な運営により、順調にフォロワー数を伸ばしている。今後も、タイ人が思わずシェアしたくなる内容をテーマに記事作成し、同フェイスブック自体の認知度を高めるとともに、鹿児島県の認知度を高めていきたい。

## ② タイ市場鹿児島県公式フェイスブック用取材兼インフルエンサー招請

期 間	令和5年11月15日～18日
招請者	在京タイ人インフルエンサー1名
目的・内容	インフルエンサーのSNS上での本県露出を目的に、在京タイ人インフルエンサーを招請し、公式フェイスブック掲載用の写真や動画のコンテンツの取材および情報発信を行う。
効果・課題	公式フェイスブックでの定期掲載に加え、14万人超のフォロワーを持つ同インフルエンサーが、期間中取材した写真や動画をリアルタイムで自身のSNSへ掲載することで、本県未認知層へのリーチ拡大が図れた。

## ③ タイ旅行業協会主催旅行博「TITF2024」への参加および現地セールス

期 間	令和6年1月22日～31日
出張者	県観光連盟2名
場 所	クイーン・シリキット・ナショナル・コンベンション・センター
目的・内容	H.I.Sと、H.I.S. Tours（株式会社エイチ・アイ・エスのタイ現地法人）が連携して、屋久島と奄美大島の旅行商品を販売。TITFでブースを出展し、販売促進に繋げるためにブースサポートおよび現地旅行エージェントへのセールスを実施した。
効果・課題	イベント4日間の総来場者数は約28万人と、コロナ明けで大盛況だった。今後はさらにH.I.S. Toursとの連携を強化し、「島ノ旅」ブランドの確立と、実売に結び付くよう商品のブラッシュアップを一緒に図ってきたい。

## ④ 旅行社 Quality Express の旅行冊子への広告露出

期 間	令和6年1月
目的・内容	本年度事業で同社のファムツアーを行い、本県の旅行商品を造成・販売して頂いている状況。同社が毎年旅行博TITFにあわせて制作する旅行冊子に広告露出を行い、本県の認知度向上を図った。
効果・課題	本県を周る旅行商品紹介ページの隣に、A4サイズ1ページ分で、タイ人に訴求力の高い鹿児島の写真映えするスポットを中心に掲載した。旅行で良い写真を撮りたいというニーズが非常に高いタイ人に対して、イメージ戦略も考慮しながら今後も取り組んでいきたい。

## 【ベトナム市場】

① ベトナム市場版鹿児島県公式フェイスブックの運営委託	
期 間	令和5年4月1日～令和6年3月31日
委託先	㈱エイチ・アイ・エス
目的・内容	ハノイー鹿児島線就航を見据えて、本県の知名度・認知度向上を目的に、BtoB・BtoC双方に幅広いネットワークと影響力を持つ同社に継続委託し、週1～2回、本県の観光情報発信を行う。
効果・課題	来鹿経験を持つスタッフが多い同社による発信内容は、コンテンツが充実しており、旅マエ、旅ナカを意識した情報発信を行うことで、フォロワー数も順調に伸ばしている。

② ベトナム市場版鹿児島県公式フェイスブック取材招請	
期 間	令和5年8月1日～4日
招請者	㈱エイチ・アイ・エス 訪日旅行営業本部1名
目的・内容	同 Facebook 掲載用のコンテンツ取材のために、運営委託先のスタッフを招請し取材を実施する。
効果・課題	ベトナム人が好む綺麗な景色や映える風景に加えて、様々な体験型コンテンツも取材した。Facebook フォロワー数は順調に伸びており、今後もベトナム人スタッフの意見も取り入れながら、有益な情報発信を継続していきたい。

## 【欧米豪市場】

① 英語圏市場鹿児島県公式フェイスブックの運営委託	
期 日	令和5年7月1日～令和6年3月31日
委託先	ソリッドインテリジェンス株式会社（代表取締役 丸野 敬）
目的・内容	<p>入国が増えている欧米豪向けに、同エリアで興味を持たれる鹿児島の素材の情報発信を行い、今後増加が期待される欧米豪での認知度向上や本県への誘客促進を図る。</p> <p>※鹿児島県公式フェイスブックページ「Discover Kagoshima」の運営</p>
効果・課題	欧米豪向けに、体験型やアドベンチャーツーリズムなど、今人気の、興味を持たれるようなメニューなどを紹介していきたい。

	また、各市町村等ソーシャルメディアや関係各所から提供される情報も併せて、タイムリーで関心の高い観光情報の発信を行っていく。
--	---

② 豪州水泳メダリスト招聘	
期 日	令和5年8月3日～4日
招請者	Mollie Ocallahan 選手、Sophi Ocallahan 2名
目的・内容	福岡で開催された世界水泳で金メダルを4個獲得、世界記録を2つ記録したMOLLIEさんが鹿児島を視察し、自身のSNSなどで情報を発信した。
効果・課題	世界的な水泳選手に仙巖園や中央駅などを散策してもらうとともに、水泳教室での交流を図った。これを機に、鹿児島に興味を持ってもらい情報発信をしていきたい。

③ アメリカ・オーストラリアメディア招聘	
期 日	令和5年9月20日～23日
招請者	4名（アメリカ2名、オーストラリア1名、通訳ガイド1名）
目的・内容	アドベンチャーツーリズムのサミットが9月に北海道で開催、その後、アドベンチャーツーリズムの先駆者であるマイクハリス氏のコーディネートで、メディア3名を鹿児島へ招請した。屋久島を中心に、桜島、鹿児島市内を取材、各メディアで情報発信した。
効果・課題	今後も、本県固有の大自然を活かしたアドベンチャーツーリズムのコンテンツの磨き上げと、認知度向上、誘客に努めていきたい。

④ CNNJ ツーリズム EXPO ジャパン&G7 大阪貿易大臣会合	
期 日	令和5年10月25日～30日
目的・内容	ツーリズムエキスポジャパン及び大阪貿易大臣会合など、世界中のメディアが来日することから、CNNJ で鹿児島県のCMを放送し、情報発信を実施した。 (CNNJ: 世界的なニュース番組で、CNN の日本向けブランドがCNNJ)
効果・課題	欧米をはじめ海外への鹿児島県の知名度アップ、イメージアップの露出については継続が必要。

⑤ アラブ首長国連邦・シャルジャ ブックフェア	
期 日	令和5年11月1日～12日
目的・内容	中東首長国連邦 第二の都市シャルジャで、世界最大と言われるブックフェア、日本ブースの一角に鹿児島コーナーを設置し、鹿児島の紹介、認知

	度向上誘客を目指した。
効果・課題	富裕層が多い裕福な中東の人々に今後の旅行先としての誘客促進を目指す。

<b>⑥ オーストラリアメディア招聘</b>	
期 日	令和6年2月12日～16日
招請者	2名（Escape 1名、Urbanlist 1名）
目的・内容	世界自然遺産の奄美大島の視察を実施した。世界自然遺産を2つもつ鹿児島県を体感してもらい、媒体で知名度アップ、情報発信を行った。
効果・課題	コロナ禍で世界自然遺産のPRができなかったことから、今後世界遺産としての奄美のPRを図る。

## B. 旅行会社等プロモーション

戦略的市場に対し現地セールスを実施し、観光PRや各市場の情報収集を行うとともに、当該市場の在日を含む現地旅行社等を本県に招請し、観光地の視察又は商談会や、観光関係者との意見交換を通じて旅行商品化の促進を図った。

また、シンガポールやタイからの将来的なプログラムチャーターや定期便就航の実現を目指し、海外旅行会社へのチャーター便運航の働きかけ等を行った。

### 【各市場別事業実施内容】

#### 【シンガポール市場】

<b>① 旅行社 Follow Me Japan 主催の鹿児島県旅行商品説明会開催及び現地セールス</b>	
期 日	令和5年7月19日～23日
場 所	Sheraton Towers Singapore
出張者	3名（県PR観光課1名、県観光連盟2名）
目的・内容	<p>昨年度、インバウンド誘客早期回復事業の「鹿児島を訪問する目的の創出」で、伊佐市、湧水町エリアを対象とした新たなコンテンツ開発事業を実施した。令和5年度は、同エリアへ実際にインバウンド送客を始める取組みに着手する。</p> <p>現時点では、FITの受入態勢が整っていないため、まずはハイエンド層の団体送客に実績のあるシンガポールの旅行会社Follow Me Japanと連携（本年度のインバウンド誘客早期回復事業において、本年6月にファムツアーを実施）し、同エリアのコンテンツを含め</p>

	た鹿児島県の旅行商品を造成していただき、同社の顧客に対して旅行商品説明会を実施する。
効果・課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・説明会参加者数：43名</li> <li>・旅行商品：①12月…6泊7日 屋久島+県本土 ②3月…9泊10日 県本土+球磨人吉エリア中心</li> <li>・商品説明会内容：ASEAN ディレクターのケナード氏による鹿児島県観光のプレゼンの後、同社による商品説明を行った。また、会場では鹿児島のお茶、黒酢、焼酎や人気の鹿児島土産菓子などを提供しながら本県の特産品の説明も行い、観光×物産でPRすることができた。</li> </ul>

## 【タイ市場】

① 旅行社 Quality Express およびエイチ・アイ・エス 招請	
期 間	令和5年6月19日～23日
招請者	Quality Express 副社長含む3名 株エイチ・アイ・エス訪日旅行営業本部2名
目的・内容	タイ最大手旅行社のQuality Expressと、同社への商品造成および手配等を行うエイチ・アイ・エスの担当者を招請し、ファムツアーを行い今後の旅行商品造成を図る。
効果・課題	ファムツアーを通して、鹿児島のことを大変気に入っていただいた。早速、両社連携して今後の鹿児島商品の造成・販売について協議を進めており、9月初めに開催の「バンコク日本博」で販売を開始する。

② 旅行社 H. I. S. Tours 招請	
期 間	令和5年7月4日～12日
招請者	H. I. S. Tours. Co., Ltd 社長含む3名
目的・内容	同社（株式会社エイチ・アイ・エスのタイ現地法人）が、日本の離島に特化した、島旅専門のウェブサイトを開設、商品造成及び販売を計画している。その第一段として、奄美大島、種子島、屋久島の3島にフォーカス予定で、今回、同社社長、及び島旅専門部門の担当者2名を招聘して視察を行う。
効果・課題	今後、同社内で島旅専門のウェブサイトを開設し、まずは10月開催のFITフェアでテストマーケティング的にプロモーションを行い、その後、令和6年1月開催の旅行博TITFで販売を進めていく。

③ 日本展示会「バンコク日本博2023」の視察および現地セールス	
期 間	令和5年8月28日～9月3日
場 所	サイアム・パラゴン 5階 ロイヤルパラゴンホール
出張者	県観光連盟2名
目的・内容	今年6月に旅行社Quality ExpressとHIS訪日旅行営業本部担当者を本県に招聘し、ファムツアーを実施した。それを基に、「バンコ



	ク日本博2023」では、鹿児島の商品を販売することになったため、当イベントの視察および現地旅行エージェント等へのセールスを行う。
効果・課題	<p>鹿児島3泊5日の募集型ツアー商品を Quality Express ブースにて販売していただいた。今後も、同社やランドオペレーターの HIS と連携して販売促進を図っていきたい。</p> <p>【バンコク日本博2023の実施結果】</p> <p>来場者数：129,000人</p> <p>出展企業数：208団体</p>

④ 九州観光機構主催「タイでの九州観光セミナー・個別商談会」への参加	
期 間	令和5年10月4日
場 所	クラウンプラザ バンコク ルンピニパーク
出張者	県観光連盟2名
目的・内容	タイ旅行社およびメディアに向けて九州の観光情報をPRし、その後各県、各事業者との個別商談会を行った。
効果・課題	<p>【全体参加者】</p> <p>九州側…32団体</p> <p>タイ側…セミナー 50団体（旅行社37社、メディア13社）</p> <p>商談会 39団体（旅行社34社、メディア5社）</p> <p>【商談会】</p> <p>個別商談会にて、事前マッチングしていた8社（旅行社7社、メディア1社）と商談を行った。九州のツアーは北部九州のみで完結しているものが多いのが現状。商談で好反応だった旅行社へのフォローアップを行い、商品造成に繋げていきたい。</p>

⑤ J N T O主催「第15回F I Tフェア」への参加および現地セールス	
期 間	令和5年10月6日～8日
場 所	サイアム・パラゴン 5階 ロイヤルパラゴンホール
出張者	県観光連盟2名
目的・内容	本年度ファムツアーで招請したH. I. S. Tours（株式会社エイチ・アイ・エスのタイ現地法人）の日本の離島に特化した島旅専門部隊が、屋久島の商品を造成し、本イベントで販売開始になるため、ブースサポートおよび現地旅行社等へのセールスを実施した。
効果・課題	<p>HIS ブースの一角で、「島ノ旅」ブランドとして屋久島の観光PRを行いながら HIS の屋久島旅行商品を販売した。主に、トレッキング好きの客層からの照会や質問が多かった。</p> <p>また、第15回F I Tフェアの結果は以下の通り。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・来場者数…46,835名</li> <li>・ブース数…128ブース</li> <li>・日本からの出展者数…58社</li> <li>・タイからの出展者数…40社</li> <li>・日本の旅行商品購入者数…9,968名</li> </ul>

⑥ タイ旅行会社向け調査	
期 間	令和6年2月～3月
委託先	BANGKOK Porta Co., Ltd.
目的・内容	タイ市場からの誘致促進のために、同社がネットワークを持つ約200のタイの旅行会社に対して、本県の認知度および送客状況に関するアンケート調査を実施する。
効果・課題	<p>回答数は37社。営業形態、顧客層も幅広く、様々な会社からの回答があった。鹿児島に関する情報の入手経路としてはJNTOとの回答が最も多く、鹿児島を販売するために必要なものとしては、観光地・宿泊施設の情報提供に加え、福岡 IN/OUT のコース提案や鹿児島県との共同プロモーションを希望するところもあった。</p> <p>本結果を踏まえ、今後のセールス先や連携先選定等に活かし、誘客に繋げていきたい。</p>

⑦ 現地セールスおよびマレーシア旅行博 MATTA2024 視察	
期 間	令和6年3月19日～24日
場 所	バンコク、クアラルンプール
出張者	県観光連盟2名
目的・内容	来年度の事業打合せや戦略策定のために、タイとマレーシアの現地エージェントセールス及び、マレーシア最大の旅行博MATTA2024の視察を実施する。
効果・課題	タイ（バンコク）とマレーシア（クアラルンプール）において、関係各社との来年度に向けた事業の打合せ及び、旅行博 MATTA フェアの視察を行った。同フェアでは、3日間合計で約15万人が来場し、日本ブースエリア以外にも中国や全世界の様々なブースが賑わっていた。まだ、鹿児島の旅行商品を販売している旅行会社は少ないため、エージェントセールスや情報提供等を通じて認知度向上を図っていきたい。

## 【ベトナム市場】

① 現地旅行会社へのセールス	
期 日	令和5年4月10日～15日
場 所	東京都及びベトナム（ハノイ、ホーチミン）
出張者	県観光連盟3名（うち1名は都内セールスのみ）
目的・内容	都内の外資系航空会社日本支社等へのセールスと、ハノイで開催されるベトナム国際観光見本市2023の視察、及び5月開催のベトナムエージェント向け鹿児島県観光セミナーの打合せを行った。
効果・課題	昨年度インバウンド誘客早期回復事業のエグゼクティブクラス外国人招請事業で招請した5社（ニュージーランド航空、デルタ航空、ターキッシュエアラインズ、ユナイテッド航空、ベトナム航空）へ、来県のお礼を

	<p>兼ねてアフターフォローを行った。</p> <p>来県して鹿児島のことを気に入ってくださり、コードシェアを使った鹿児島への送客の可能性や、ベトナム航空においては、将来的な直行便就航の話までに及んだ。今後さらに連携を強化していきたい。</p>
--	--

② ベトナムにおける鹿児島県観光セミナーの開催	
期 日	令和5年5月22日～28日
場 所	ベトナム（ハノイ、ホーチミン）
出張者	県観光連盟2名
目的・内容	ハノイ、ホーチミンの2都市において、本県の認知度向上、及び商品造成促進を目的に、現地旅行会社向けの鹿児島県観光セミナーを実施した。
効果・課題	<p>セミナーを通して、現地旅行会社に対して鹿児島の観光と物産の両面からPRする良い機会となった。アンケート結果から、今後2024年春を目処に商品造成したいとの声が多く、今後も継続的な情報提供や連携強化を図っていききたい。セミナー概要については以下の通り。</p> <p>【ハノイ】</p> <p>日時：5月24日（水）10：30～13：20（ランチ付き）</p> <p>場所：うしのくら（鹿児島県産黒毛和牛専門店）</p> <p>参加数：9社</p> <p>【ホーチミン】</p> <p>日時：5月26日（金）10：30～13：20（ランチ付き）</p> <p>場所：ちよだ鯿ベンタイン店</p> <p>参加数：9社</p> <p>【セミナー内容】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ASEAN ディレクター ケナード氏による鹿児島の観光プレゼン</li> <li>・休憩（そうめん流し、安納芋焼芋、黒酢、焼酎等の試飲食）</li> <li>・HIS ベトナムのスタッフによる鹿児島および九州旅行商品等のプレゼン</li> <li>・仙巖園、砂むし温泉、錦江湾クルーズよりオンライン中継</li> <li>・ランチ</li> </ul>

③ ベトナム航空日本支社来県に伴う視察同行	
期 日	令和5年6月1日
来県者	2名（ベトナム航空日本支社1名、㈱エイチ・アイ・エス訪日旅行営業本部1名）
出張者	県観光連盟1名
目的・内容	ベトナム航空日本支社セールスマネージャーと㈱エイチ・アイ・エス訪日旅行営業本部長が来県し、県庁の表敬訪問と打合せを行い、今後の両社との関係性構築のために県内視察を実施した。

効果・課題	鹿児島空港国際線ターミナル及びビジネスジェット専用ターミナルをメインに視察を行った。ベトナム航空のハノイー鹿児島線実現に向けて、連携して取り組んでいきたい。
-------	--

<b>④ 現地セールス</b>	
実施日	令和5年7月9日～14日
場 所	ベトナム（ハノイ、ダナン、ホーチミン）
出張者	5名（県PR観光課3名、県観光連盟2名）
目的・内容	県知事訪問団の訪越に伴い、現地旅行社や航空会社、大学等へセールスを実施した。
効果・課題	<p>ハノイ、ホーチミンにおいては、JNTO(日本政府観光局)ハノイ事務所や現地旅行会社との情報交換や本県観光のセールスを行った。また、ベトナム航空への県知事訪問団の会合にも同席した。ダナンにおいては、県がインターンシップに関する包括連携協定を見据える私立ドンア大学を訪問し、本県のプレゼンや意見交換を実施した。</p> <p>帰国後、都内で(一社)地域創生インバウンド協議会を訪問し、ラグジュアリー層向けの高付加価値旅行についての意見交換や情報共有を行った。鹿児島空港のビジネスジェット専用ターミナルの活用等についても引き続き議論していきたい。</p>

<b>⑤ 九州観光機構主催『ベトナムでの九州観光セミナー・個別商談会』への参加</b>	
期 日	令和5年8月21日～25日
場 所	ベトナム（ハノイ、ホーチミン）
出張者	県観光連盟2名
目的・内容	九州観光機構主催で、ベトナムから九州への誘客強化及び旅行商品造成促進を図るため開催。ハノイ、ホーチミン両市での九州観光セミナー、個別商談会に県観光連盟として参加、本県への誘致を図った。
効果・課題	<p>イベントでは、前半のセミナーで九州観光機構側が各県の紹介を行い、後半の個別商談会時に各市10社ずつと商談を行った。</p> <p>先方のニーズとマッチしている先や鹿児島への送客の可能性のある先については、今後もアフターフォローを行っていきたい。</p>

<b>⑥ 鹿児島ーハノイ チャーターに向けた HIS ベトナムスタッフ向けセミナー</b>	
期 日	令和5年10月13日～19日
場 所	ベトナム（ハノイ、ホーチミン）
出張者	県観光連盟2名
目的・内容	鹿児島ーハノイ間のチャーター便運航に向けて、同チャーターの旅行商品を販売予定のHISベトナム現地スタッフ向けに、鹿児島の

	観光セミナーを実施した。
効果・課題	HIS ベトナムのハノイ支店、ホーチミン支店にて、各支店のセールススタッフに向けて、鹿児島セミナーを2日間に分けて開催した。本県の基本情報、観光地紹介に加え、本県の四季における各季節のイベント、楽しみ方やオススメ等も交通アクセスとともに紹介することで、チャーター商品の造成に活用してもらえるようアプローチした。

⑦ HIS SONG HAN VN TOURIST CO., LTD. (H. I. S ベトナム現地法人) 招請	
期 日	令和5年11月20日～24日
招請者	H. I. S. SONG HAN VN TOURIST CO., LTD. 代表取締役社長含む3名
出張者	県観光連盟2名
目的・内容	今年度実施予定のハノイー鹿児島チャーターを見据えて、HISベトナムを招請し、県内の視察を実施した。
効果・課題	本年度実施予定のハノイ発鹿児島行きチャーターの募集ツアーで巡る場所と同じコースを撮影しながら視察した。12月実施のBtoBセミナーで活用していただく。

⑧ 鹿児島ーハノイ チャーターに向けた現地旅行会社向けBtoBセミナー	
期 日	令和5年12月3日～9日
場 所	ベトナム
出張者	4名（県PR観光課1名、県観光連盟3名）
目的・内容	鹿児島ーハノイ間のチャーター便運航に向けて、同チャーターの旅行商品を販売する可能性のある現地旅行会社向けに、ハノイでBtoBセミナーを実施した。
効果・課題	セミナーでは、本県の全体的な観光PRの後、11月に視察を行ったHISベトナムセールススタッフ2名による鹿児島の観光紹介、そして同社造成の鹿児島チャーター旅行商品内容の説明を行った。参加者数は、36名（22社）で、合間にそうめん流しや黒酢ドリンク等鹿児島の特産品を楽しみながら、セミナーを興味深く熱心に受講していた。

⑨ ベトナム定期便就航に向けた第1回事務方連絡会議に伴う県内視察	
期 日	令和6年1月18日～20日
招請者	ベトナム航空日本支社 総支配人含む2名 ㈱エイチ・アイ・エス 専務取締役含む2名
出張者	県観光連盟2名
目的・内容	2025年度中の就航を目標とする鹿児島ーハノイ路線の開設に向けた関係者間の事務方連絡会議が実施されることに伴い、県内視察を実施した。
効果・課題	来年度のベトナムー鹿児島のプログラムチャーターについての計画や各立場での課題や要望等を整理し、摺り合わせながら進めていきたい。

⑩ HIS SONG HAN VN TOURIST（HIS ベトナム現地法人）招請	
期 日	令和6年3月26日～31日
招請者	H. I. S. SONG HAN VN TOURIST CO., LTD. 代表取締役社長含む3名
出張者	県観光連盟2名
目的・内容	HIS SONG HAN VN TOURIST並びに(株)エイチ・アイ・エス（本社東京）が、本年3月末にハノイー鹿児島県の2wayチャーターを実施する。今後のベトナム市場のニーズを捉え、様々な客層に対応するため、関係者で鹿児島県内の宿泊施設や観光地等の視察を行い、販売促進に繋げる。なお、併せて、現地プロモーション用の写真、動画撮影も実施した。
効果・課題	将来の鹿児島ーベトナムの定期便就航を見据え、来年度以降のプログラムチャーター実施のための視察ができた。撮影した写真や映像を効果的に活用し、旅行商品造成及び販売促進に繋げていけるよう今後も同社との連携を深めていきたい。

## 【欧米豪市場】

① 英国商業会議所（ＢＣＣＪ）への継続加入	
期 日	令和5年4月1日～令和6年3月31日
目的・内容	在日英国関係者との関係強化や効果的な事業展開を目的に、英国商業会議所（ＢＣＣＪ）へ継続加入した。
効果・課題	会員登録することにより、在日英国関係者への本県認知度も向上し、引き続き有益な情報収集も期待できる。

② 人吉球磨観光地づくり協議会とのインバウンド意見交換会の開催	
期 日	令和5年8月30日
参加者	14名（人吉球磨観光地づくり協議会7名、県2名、観光連盟5名）
目的・内容	人吉地域においては、熊本空港より、鹿児島空港利用が多いことから、鹿児島に入った観光客を人吉へ、人吉に入った観光客を鹿児島へと、相互の誘客を促進していくための意見交換会を行った。
効果・課題	現在、鹿児島空港の直行便の復便が遅れていることから、福岡空港だけでなく、熊本空港に入った観光客を人吉、鹿児島へと誘客していく方策についても協議された。

③ 世界自然遺産登録地とのインバウンド商談会への参加	
期 日	令和5年9月7日
場 所	大阪（梅田スロイビル）

参加者	県観光連盟 1 名
目的・内容	公財東京観光財団が、大阪で開催した世界自然遺産に登録されている小笠原、青森などとの商談会に参加した。
効果・課題	インバウンド向けには、世界自然遺産地の情報がまだ不足しており、今後このような商談会を重ね、知名度アップを図り、魅力を伝えていきたい。

#### ④ カナダ LTA 社視察招請

期 日	令和 5 年 1 0 月 1 0 日
場 所	南さつま市、鹿児島市
招請者	カナダ LTA 旅行社 2 名
目的・内容	「ラストサムライの地を訪ねて」というテーマでカナダから昨年 70 名の送客があった、今年は 3 0 名が鹿児島に 3 泊した。今回 007 のロケ地の紹介をし、実際ツアーに入れ込んだ。
効果・課題	欧米豪の人たちに興味のある県内各地の素材を、もっとアピールしていくとともに、007 ロケ地を今後もツアーに入れてもらえるように働きかけていきたい。

#### ⑤ フランス DESTINATION JAPON 奄美視察招請

期 日	令和 5 年 1 0 月 2 9 日～1 1 月 4 日
場 所	奄美群島
招請者	DESTINATION JAPON 2 名
目的・内容	屋久島はフランスでも知名度があるが、奄美は余り知られていない。今回は、世界自然遺産の奄美群島を視察した。
効果・課題	インバウンド向けには、世界自然遺産地の情報がまだ不足しており、今後このような商談会を重ね、知名度アップを図り、魅力を伝えていきたい。

#### ⑥ 世界自然遺産登録地とのインバウンド商談会への参加

期 日	令和 6 年 1 月 3 0 日～3 1 日
場 所	東京（品川東急ビル）
参加者	県観光連盟 1 名
目的・内容	（公財）東京観光財団主催で、世界自然遺産に登録されている小笠原、青森などとの商談会に参加した。鹿児島県からは屋久島、奄美群島からも参加があった。
効果・課題	本県の世界自然遺産地の情報がまだ不足している。

【横断市場】

① 一般社団法人日本ビジネス航空協会への継続加入

期 日	令和5年4月1日～令和6年3月31日
目的・内容	ビジネスジェットやプライベートジェットを活用するビジネス航空の需要は、富裕層を中心に今後更なる拡大が見込まれる。この有望市場を開拓していくために、同組織へ継続加入した。
効果・課題	2021年にオープンした鹿児島空港BJ専用ターミナルを利用した誘客促進も同協会を通じて行い、本県観光の訴求機会を増やしていきたい。

② 一般社団法人アジアインバウンド観光振興会（A I S O）への継続加入

期 日	令和5年4月1日～令和6年3月31日
目的・内容	アジア・アセアンからのインバウンドが重要課題となっているなかで、日本政府観光局（J N T O）の正式会員で、健全な訪日旅行客増大への寄与を目的とした政府への諮問機関の役割を持つ同組織へ継続加入した。
効果・課題	同組織に加入することにより、A I S O会員である在京ランドオペレーターや、観光関係機関との連携強化を図っていくことができるため、鹿児島県への誘致促進にとって効果的である。

③ 都内セールス

期 日	令和5年4月21日～22日
場 所	東京都
出張者	2名（県観光連盟1名、県PR観光課1名）
目的・内容	㈱エイチ・アイ・エス 訪日旅行営業本部との今年度事業に関する打合せを行う目的で出張した。
効果・課題	県とインバウンド誘致に関する包括連携協定を結ぶ同本部と、本年度予算における東アジア、東南アジア、欧米豪等からの誘致策について、初回のブレインストーミングを行い、意見を集約しながら、令和5年度の事業を実施する。

④ 第1回 国際ウェルネスツーリズム EXPO への参加に伴う視察等

期 日	令和5年5月10日～12日
場 所	東京都



出張者	県観光連盟 3 名
目的・内容	第 1 回 国際ウェルネスツーリズム EXPO の視察およびセミナーを受講する目的で出張した。
効果・課題	様々な施設や自治体のウェルネスツーリズムに関する取組や、ラグジュアリートラベラーが求めるもの、必要な対応等について学ぶことができた。今後のインバウンド誘客に活かしていきたい。

#### ⑤ 都内セールス

期 日	令和 5 年 5 月 1 7 日～ 1 8 日
場 所	東京都
出張者	2 名（県観光連盟 1 名、県 P R 観光課 1 名）
目的・内容	一般社団法人地域創生インバウンド協議会研究会への参加および(株)エイチ・アイ・エス訪日旅行営業本部との打合せを行う目的で出張した。
効果・課題	一般社団法人地域創生インバウンド協議会総会への参加並びに富裕層誘致に関連するセミナーを受講し、誘致に至るプロセスを研修について学ぶことができた。 また、(株) H. I. S 訪日旅行営業本部と、令和 5 度連携事業について協議し、大都市圏空港を利用した訪日客誘致策を実施する。

#### ⑥ 福岡市内セールス

期 日	令和 5 年 5 月 1 7 日～ 1 8 日
場 所	福岡県
出張者	県観光連盟 2 名
目的・内容	福岡市内の九州旅客鉄道や海外ランドオペレーターの会社を訪問し、インバウンドに関する情報収集、意見交換を行った。
効果・課題	航空便運航の再開で少しずつ海外観光客が戻りつつある中、訪日旅行の現状等について意見交換する良い機会となった。

#### ⑦ 都内セールス

期 日	令和 5 年 7 月 3 日～ 4 日
場 所	東京都
出張者	2 名（県観光連盟 1 名、県 P R 観光課 1 名）
目的・内容	ベトナム航空日本支社との包括連携協定に向けた事前協議の目的で出張した。

効果・課題	ベトナム航空のハノイー鹿児島線就航を見据えて、同社日本支社との包括連携協定に関する協議を行った。今後もさらなる連携強化を図りながら進めていきたい。
-------	---

⑧ 都内セールス（都内ランドオペレーター商談会／機構主催）	
期 日	令和5年7月4日～5日
場 所	東京都
出張者	県観光連盟1名
目的・内容	都内にあるランドオペレーター社との商談を行った。韓国、香港だけでなく、マレーシア、タイ、ベトナムからの入込が増えてきている。
効果・課題	東京に入った旅行者の、鹿児島への誘客を図るため、地方ならではの価値や魅力を発掘し、発信することが必要である。

⑨ 都内セールス	
期 日	令和5年8月3日～4日
場 所	東京都
出張者	2名（県観光連盟1名、県PR観光課1名）
目的・内容	ベトナム航空日本支社との包括連携協定に向けた協議、及び㈱エイチ・アイ・エス訪日旅行営業本部とのベトナムチャーター便に向けた事前協議を目的に出張した。
効果・課題	ベトナム航空のハノイー鹿児島線就航を見据えて、同社日本支社との包括連携協定やチャーター便運航等に関する協議を行った。今後もさらなる連携強化を図りながら進めていきたい。

⑩ 第26回 JNTO インバウンド旅行振興フォーラムへの参加並びにセールス	
期 日	令和5年9月5日～7日
参加者	県観光連盟3名
目的・内容	9月6日～7日に開催された第26回 JNTO インバウンド旅行振興フォーラムへの参加にあわせて、本県のインバウンド誘客事業を円滑に進行するために、東京にある関係先も訪問し、意見交換を行った。
効果・課題	今回は、コロナウイルスの収束後、初めて、JNTO 各国所長が会場に一堂に会しての開催だったので、講話や個別商談等、直接お会いして意見交換することができ、今後のインバウンド誘客事業を促進するうえで非常に参考になった。また、関係先訪問では、今後の事業促進について意見交換をすることができた。

⑪ 都内セールス	
期 日	令和5年9月28日～29日
場 所	東京都
出張者	2名（県PR観光課1名、県観光連盟1名）
目的・内容	ベトナム航空日本支社ならびに(株)エイチ・アイ・エス訪日旅行営業本部との包括連携協定に向けた事前協議と、(株)エイチ・アイ・エスとの本年度事業に関する打合せをおこなった。
効果・課題	包括連携協定の内容に関する最終の詰めの作業を行い、合意に達した。今後は、事務レベルの調整に入る。

⑫ VISIT JAPAN トラベル&MICE マート 2023 への参加	
期 日	令和5年10月25日～28日
参加者	県観光連盟2名
目的・内容	世界中の旅行会社等が一同に会する JNTO 主催の VISIT JAPAN トラベル &MICE マート 2023 に参加し、本県の観光の魅力を PR した。
効果・課題	計 19 社の旅行社や JNTO 海外事務所等と商談し、本県の観光素材の紹介や各国の訪日旅行の現状等について意見交換を行うことができ、今後の海外からの誘客促進の参考になった。

⑬ 大分県視察および(株)ビーエーアール視察招請	
期 日	令和5年10月30日～11月2日
場 所	大分県豊後大野市、県内各地
招請者	(株)ビー・エー・アール
出張者	県観光連盟2名
目的・内容	豊後大野市の地域創生取組の視察や(公社)ツーリズム大分との意見交換を行った。その後、ランオペレーターの(株)ビーエーアールを鹿児島に招請し、焼酎ツーリズムの観点からの視察同行を行った。
効果・課題	豊後大野市のサウナを軸にした包括的なまちづくりは大変参考になった。(株)ビーエーアールの招請視察は、県内の焼酎やウィスキーの蒸留所をメインに見学した。また、同社のもつ富裕層向けコンテンツとして、昨年度よりコンテンツ開発事業で注力しているホーストラストも視察した。今後もフォローしていきたい。

⑭ 都内セールス	
期 日	令和5年11月15日～16日
場 所	東京都
出張者	県観光連盟2名
目的・内容	(一社)地域創生インバウンド協議会 第24回研究会・交流会への参加及びベトナムチャーター関係先との打合せを行った。
効果・課題	「野遊び×コミュニティ が生み出す地方創生の循環」のテーマにより、(株)スノーピークと、同社の手がけたグランピング拠点開発地の高知県のパネルディスカッション形式で開催され、地域の魅力の引き出し方やブランディング化等参考になった。

⑮ 都内セールス	
期 日	令和6年1月10日～12日
場 所	東京都
出張者	5名（県PR観光課1名、県観光連盟4名）
目的・内容	年始の挨拶まわりと事業打合せのために、都内の関係取引先を訪問し、意見交換等を実施した。
効果・課題	ベトナムー鹿児島チャーターに関する打合せや、JNTO の来年度以降の事業方針、また、各社との事業連携等に関する意見交換ができたため、今後の事業展開に活かしていきたい。

⑯ 都内セールス	
期 日	令和6年2月28日～3月1日
場 所	東京都
出張者	県観光連盟2名
目的・内容	地域創生インバウンド協議会第26回研究会・交流会への参加と、ベトナムチャーター関係先及びランドオペレーターへセールスを実施した。
効果・課題	<p>地域創生インバウンド協議会研究会では、日本酒を通じたインバウンド客の誘致や地域活性化についてのパネルディスカッションが行われた。本県では焼酎ツーリズムをテーマにできる可能性がある。</p> <p>その他、来年度の鹿児島ーベトナムのチャーター運航に関して、関係者と打合せを実施した。</p>

⑰ 都内セールス	
期 日	令和6年3月7日～8日

場 所	東京都
出張者	県観光連盟 3 名
目的・内容	都内関係取引先との打合せおよびセールスを実施した。
効果・課題	本県における高付加価値旅行の推進や事業連携に向けて、都内関係取引先と打合せを実施した。今後も JNTO や関係エージェント等との情報交換を継続し、富裕層対策を含め誘客対策に取り組んでいきたい。

## (ウ) インバウンド需要回復に向けた情報発信

旅行先を決めるにあたって、外国人観光客の多くがインターネットやSNS等で観光情報を収集することから、多言語観光ウェブサイトをより充実させることで、情報発信力を強化し、海外からの誘客を図った。

### A. 海外ウェブサイトとの連携

① 英語圏向け鹿児島ワーケーション特集記事作成及びプレスリリース	
実施期日	令和5年10月～令和6年3月
委託先	Sterling Content Complete Editorial Service
目的・内容	<p>コロナ禍を経て、海外では更にワーケーションの人気の高まっている。特に若い世代や家族連れの長期滞在も好評である。本県でしか体験出来ない自然豊かな環境でのワーケーションを海外へPRしていく必要がある。</p> <p>今回は、県観光サイトへの特集記事掲載と国内外メディア向けのプレスリリースを実施、「ワーケーション＝KGAOSHIMA」の認知度向上を図った。</p>
効果・課題	<p>3月末時点で、海外向けに5つの記事がWEBサイトに掲載され、欧米系の訪日旅行及びワーケーションに興味のある方々に対し、ワーケーションの地として鹿児島を周知することができた。(MICE Magazine、TTG Asia、Nomad Girl、The British Chamber of Commerce in Japan、Visit2Japan)</p>

② 県観光サイト英語ページにおけるエリア紹介文 SEO 最適化	
実施期日	令和5年11月～令和6年3月
委託先	Sterling Content Complete Editorial Service
目的・内容	<p>県観光サイトの英語ページのエリア紹介において、よく検索されるキーワードを盛り込み、各エリアの特徴やそこで何が出来なのか等、SEOに最適化した紹介文章を作成し、より魅力的に各エリアを紹介することで誘客を図った。</p>

効果・課題	県内各エリアの特徴を活かした紹介文を追加したことで、検索にヒットしやすくなり、ページを訪問した方が具体的な情報を取得できることで、本県への旅行需要の喚起が期待できる。
-------	---

③ 韓国語サイトにおけるトレッキング特集ページ制作	
実施期日	令和5年9月～12月
委託先	株式会社トラベルジップ
目的・内容	秋のトレッキングシーズンに向け、韓国で人気のトレッキング情報について、「霧島」「屋久島」「開聞岳」の最新情報をまとめた特集ページを制作し、鹿児島でしか味わえない広大で自然豊かなルートと併せて温泉や食も紹介し、韓国からの誘客を図った。
効果・課題	トレッキング特集ページを掲載して以来、常時人気ページとして閲覧されている。また、他ページと比較しても、ページ内の滞在時間が圧倒的に長く、トレッキングを目的とした具体的な旅行計画に役立っていることが伺える。

## B. コンテンツ充実のための取材・撮影

① かごしま魚市場ツアー取材	
実施時期	令和5年7月3日
参加者	県観光連盟1名
目的・内容	コロナ禍を経て、新しい魚類市場で再始動した魚市場ツアーを香港メディア取材に合わせて実施した。
効果・課題	以前もサイト掲載への問合せがあったことから、内容をより分かりやすく紹介した。

② 郡山サイクリングルート視察	
実施時期	令和5年8月7日、11月14日
参加者	県観光連盟4名
目的・内容	「インバウンドのための五感で楽しむ in 郡山」と題して、郡山周辺エリアを視察し、Ebikeで里山を楽しむインバウンド向けの観光素材として磨き上げのサポートを行う。
効果・課題	古き良き原風景が残る郡山地区は、ストーリーをしっかりと伝えながら里山散策ができれば、誘客が期待できる。今後、語り部さんや通訳ガイド等

	の受入態勢の整備や、見せ方、楽しませ方の仕掛けづくりを行っていく必要がある。
--	--

### ③ 大島紬レンタル体験取材

実施時期	令和5年9月2日
参加者	県観光連盟2名
目的・内容	鹿児島市易居町に、大島紬だけを取り扱った着物レンタルできる体験施設がスタートし、取材を行った。世界三大織物の一つである高級品の大島紬を気軽に着用し、鹿児島を散策できるサービスを紹介していく。
効果・課題	今後も本体験と合わせて、県観光サイトにおいて外国人向けに大島紬を紹介していきたい。

### ④ 住吉社中によるおもてなし体験（お座敷踊りと煎茶）取材及び体験メニュー造成

実施時期	令和5年9月、10月、11月、令和6年2月
参加者	8名（手配旅行社2名、通訳ガイド1名、県観光連盟5名）
目的・内容	鹿児島で唯一、古き良きお座敷の伝統文化を継承している住吉社中。御出張り（おでばり）として、食事会場等での日本舞踊の披露実績はあるが、今回は海外のお客様向けにお稽古場となる古民家において、お座敷踊りやお煎茶体験を商品化し、インバウンド誘致を図る。
効果・課題	商品化されたインバウンド向けの少人数の体験メニューは、県観光サイトにおいて多言語で紹介・掲載している。予約に関しては、OTA登録を行い、販売整備を整えた。今後、住吉社中や小糸さんの特集記事を制作し、その独自の世界観も紹介していきたい。

### ⑤ 霧島・大隅エリアにおけるインバウンド向け新規素材の取材

実施時期	令和5年9月13日
参加者	県観光連盟2名
目的・内容	インバウンドの新規素材として、「龍門司焼体験」や、今吉製茶が新しくオープンした空港近くのお茶カフェ「時 KIRISHIMA」を取材した。 また、リサイクル率日本一の大崎町のこれまでの取組と、これから目指す循環型社会について、「そおりサイクルセンター」で取材を行い、インバウンド向けの体験メニューとして可能性を探る。
効果・課題	県内には外国人観光客に響く素材がまだ数多くあり、今後も継続して視察・取材を行い、多言語サイトで情報発信を行っていく。

⑥ ひおき市 観光体験研修	
実施時期	令和5年11月4日
参加者	県観光連盟1名
目的・内容	美山 CRAFT WEEK に合わせて実施された日置市の観光素材研修に参加し、県観光サイトの多言語ページにおいて情報発信を行う。
効果・課題	多言語サイトで掲載されていなかった既存のスポットやイベント等素材について、多言語に翻訳して情報発信を行った。

⑦ 桜島取材	
実施時期	令和6年1月17日
参加者	県観光連盟3名
目的・内容	桜島周遊の個人客を想定し、フェリーで渡った後の交通や食事場所、観光素材について取材を行い、モデルコースを作成して情報発信を行った。
効果・課題	個人客を対象とした桜島半日観光、1日観光のモデルコースを作成（翻訳）した。今後、同コースを情報発信していきたい。

⑧ 霧島・湧水エリアの新規コンテンツ視察	
実施日	令和6年2月13日
場 所	霧島市、湧水町
出張者	3名（県観光連盟2名、通訳ガイド1名）
目的・内容	霧島・湧水エリアの新規コンテンツを共有し、それぞれの事業や情報発信に活かしていく。同時に県内通訳ガイドに対し、新規コンテンツや事業者を紹介し、外国人観光客からの問合せや旅行プランニングに対応できるよう本視察に同行いただいた。
効果・課題	単体ではなく、周辺エリアを熟知することで、モデルコースの作成等に役立たせる。また、新素材について、事業者から直接話を伺うことで、ターゲット層や情報発信の方法を明確にする事ができる。

⑨ 鹿屋「里山ふるさと体験たかくま編」（鉤引き祭）の視察及び取材	
実施日	令和6年2月17日～18日
場 所	鹿屋市高隈
出張者	県観光連盟2名
目的・内容	4年ぶりに開催された鉤引き祭にあわせて、鹿屋市観光協会が販売された「たかくま里山 ふるさと体験」を視察・取材を行い、県観光サイトで



	紹介した。また、農家民泊についても鹿屋市観光協会と連携をとり、インバウンド向け用の好素材は、県観光サイトにて掲載していく。
効果・課題	旬な稲刈りや郷土料理作り体験等、地域全体での受入体制が整備されている鹿屋市高隈地区については、今後、鹿屋市観光協会と連携をとり、インバウンド団体客の受入を検討していきたい。

⑩ 霧島・指宿モニターツアー参加	
実施日	令和6年2月21日（霧島）、26日（指宿）
場所	霧島市、指宿市
出張者	県観光連盟2名
目的・内容	観光かごしま大キャンペーン推進協議会が実施する標記の件について、定番の霧島・指宿エリアの現状と新たな取組を学ぶため、モニターツアーに参加し、インバウンド向けコンテンツの発掘を行った。
効果・課題	新たに磨き上げられた既存コンテンツを含め、新しい取組も発見できた。今後、県観光サイトでの情報発信や、招請事業等でも活用していく。

⑪ 霧島神宮駅リニューアルオープン視察	
実施日	令和6年3月22日
場所	霧島市
出張者	県観光連盟2名
目的・内容	霧島神宮駅が鹿児島島の杉をふんだんに使った新しい駅舎にリニューアルされた。地域の新しい拠点として、周辺エリアを含め、視察を行った。霧島産のそば粉で作ったガレット販売や職人が手仕事で作上げた作品の展示・販売を行っており、駅と地域が賑わう空間として生まれ変わった。
効果・課題	今後、県観光サイトでも新しい霧島神宮駅を発信し、国内外の多くの方に来訪頂けるよう、多言語でも発信していく。

## C. コンテンツ充実のための翻訳

① 多言語サイト情報配信のための年間翻訳	
実施期間	令和5年8月1日～令和6年3月31日
目的・内容	多言語サイトの情報配信においては、ネイティブによる翻訳が必須である。業務をスムーズに実施するため、年間を通して委託している。主な翻訳内容は、「観光スポット」「体験メニュー」「イベント情報」「特集」「新着

	情報」等。
言 語	英語、韓国語、繁体字、簡体字、ベトナム語
委託先	英語 Sterling Content Complete Editorial Service 韓国語 (株)エイブコム 繁体字 JJK 株式会社 簡体字 王婷婷氏 ベトナム語 PHAM THI THU TRANG (ファム ティ トゥ チャン)
効果・課題	最新情報や更新作業等を頻繁に行うことが、SEO 対策にも繋がり非常に重要である。今後も継続して、情報発信していく。

#### D. 観光サイト保守管理及び改修

① CMS 保守管理費	
実施期間	令和 5 年 4 月～令和 6 年 3 月
委託先	株式会社トラベルジップ
目的・内容	多言語版観光サイトで導入している CMS を置く共用サーバーの保守管理を、これまで通り(株)トラベルジップに委託した。

② 鹿児島県多言語版観光サイト業務サポート業務委託	
実施期間	令和 5 年 4 月～令和 6 年 3 月
委託先	株式会社トラベルジップ
目的・内容	多言語サイトの軽微なシステム改修及びページ制作方法やアクセス解析等、運営に関する各種アドバイスを委託した。
効果・課題	WEB サイトのトレンドや他県事例等がヒアリングできた。また、アクセス解析におけるアドバイスを頂き、多言語サイトに反映させた。

#### E. その他

① 県サイト活用講座（日本語サイトと共同開催）	
実施日	令和 5 年 5 月～9 月
開催地域	中薩摩（鹿児島市）、大隅（鹿屋市）、姶良伊佐（霧島市）、北薩（出水市）、南薩（南さつま市）、オンライン
参加者	市町村・地域振興局・観光協会等、17 団体が参加

目的・内容	県観光サイトの管理画面を活用した情報発信方法を市町村及び観光協会のサイト担当者へレクチャーを行った。また、データ分析についても情報共有を行った。
効果・課題	対面・実践型の講座により、日本語サイト活用の利便性を実感してもらうことができたが、多言語サイトの活用については、引き続き継続した講座が必要。

## ② 九州各県海外 Web 担当者会議

実施日	令和6年1月22日
主催	一般社団法人 九州観光機構 海外誘致部、欧米豪ブ <sup>ロ</sup> モーションセンター
参加者	2名（県観光連盟1名、県PR観光課1名）
目的・内容	九州各県並びに九州観光機構のデジタルプロモーションの展開を共有し、来年度以降、海外市場へより効果的な情報発信を図り、実際の来訪に繋げることを目的に、各県WEB担当者の連携をより一層強める。
効果・課題	多言語WEBにおける九州観光機構及び各県の取組、課題を共有できた。今後は連携を一層強化し、九州は1つとして、世界へ情報発信を行っていけるよう引き続き情報共有を行っていく。

## ③ 来年度事業における打合せ及び観光庁商談会参加

実施日	令和6年2月6日～7日
場所	東京
出張者	県観光連盟1名
目的・内容	システム管理、保守サポートを委託している㈱トラベルジップとの来年度事業の打合せを実施した。また、観光庁が実施する旅行社商談会に参加し、当県の新規素材の売り込みを行った。
効果・課題	来年度の多言語WEB事業に関して、他県の取組や最新情報をヒアリングできた。商談会では、高付加価値な商品を求める旅行社へアプローチを行った。

## （５）海外観光推進員設置事業 <県委託事業>

本県のインバウンド対策の各種施策を総合的にコーディネートするため、民間経験者でインバウンド全般に係る専門的知見と海外観光関係者との強力な人間関係を兼ね備えた海外観光推進員を設置し、更なる誘客促進を図った。

## (6) ベトナム誘客プロモーション事業 <県委託事業>

令和6年3月末の鹿児島ーベトナムチャーターフライトに合わせて、現地旅行会社への旅行商品造成支援やプロモーションなどを実施し、チャーター便の集客につなげるとともに今後、定期便就航に向けて関係先との連携を図っていく。

① ベトナム誘客特別プロモーション事業	
実施期間	令和5年11月～令和6年3月
委託先	SONG HAN TRADING & TOURIST COMPANY LIMITED
目的・内容	令和6年3月に予定されている鹿児島ーベトナムのチャーターフライトに合わせて、旅行会社への旅行商品造成支援やプロモーション等を実施することで、チャーター便の集客に繋げ、ベトナムとの定期便就航に向けたチャーターフライトを成功させる。
効果・課題	(a) 鹿児島ーベトナムのチャーターフライトにあわせて、同社が4コースの旅行商品を造成した。 (b) 販売促進のために BtoB プロモーションとして、現地旅行会社向けに旅行商品説明会を実施した。(令和5年12月6日、23社、37名参加) (c) 集客のために、同社 SNS を活用した BtoC プロモーションも行った。 このようなプロモーションを実施した結果、3月のチャーター便は、ほぼ満席の151席となり成功した(一旦満席<155席>となったが直前キャンセルあり)。旅行者の45%が50歳以上で、旅行形態は家族旅行が多かった。 令和6年度以降も、定期便就航を見据えて関係先と密に連携を取りながら進めていきたい。

## (7) インバウンド誘客早期回復事業 <県委託事業>

### A. 鹿児島への移動手段の創出

鹿児島空港国際線の定期便再開までには時間を要すると予想されることから、羽田空港など日本の拠点空港から入国する外国人観光客を本県へ誘客する取組みとして、国内外の航空会社等交通キャリアと連携したプロモーションや、現地旅行会社等と連携した直行便チャーター支援を実施した。

a. 交通キャリアと連携したプロモーション

① 国内線と連携したインバウンド誘客早期回復事業	
実施期間	令和6年2月26日～令和3月31日
委託先	日本航空株式会社
目的・内容	<p>インバウンド誘客の早期回復に向けて、鹿児島空港の国際線再開までは、本県への移動手段の創出のために国内線と連携した誘客促進プロモーションが有効である。</p> <p>そこで、昨年度事業で作成した、JAL Guide to Japan（JALが運営する訪日旅客向け情報発信サイト）上の、鹿児島の伝統工芸と発酵食をテーマにした体験商品のジャルパックでの販売と、新規で鹿児島特集ページを作成した。</p>
効果・課題	<p>昨年度制作したプロモーションコンテンツに対応する着地型旅行商品を、JAL 訪日ダイナミックパッケージにおいて販売を開始した。購入動線として、昨年度制作した JAL 訪日外国人向け情報サイト Guide to Japan の関連記事より商品購入が可能となった。</p> <p>また、同サイトへ観光コンテンツを新規で2記事（鹿児島の歴史と桜島）掲載開始した。完成した記事は、今後県観光サイトや公式SNSと連携して幅広くリーチを図っていきたい。</p>

② 国内線と連携したインバウンド誘客早期回復事業	
実施期間	令和5年12月6日～令和6年3月31日
委託先	ANAあきんど株式会社
目的・内容	<p>インバウンド誘客の早期回復に向けて、鹿児島空港の国際線本格再開までは、本県への移動手段の創出のために国内線と連携した誘客促進プロモーションが有効である。</p> <p>そこで、昨年度事業で作成した、Japan Travel Planner（ANAが運営する訪日旅客向け情報発信サイト）上の、鹿児島のおすすめルート特集ページへの流入を図るためウェブ広告配信を実施した。</p>
効果・課題	<p>県が注力しているベトナム市場を対象に、Google のディスプレイ広告とリスティング広告を活用して、昨年度制作したANA訪日情報サイト Japan Travel Planner 上の鹿児島特集ページの広告配信を実施し、認知度向上を図った。</p> <p>実施結果は以下の通り。</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ 配信期間・・・2024/1/18～2/17（1カ月間）</li><li>・ 鹿児島特集記事のページビュー数・・・113,483</li></ul>

	・アクセスデバイス・・・スマホ約 95%、PC/タブレット約 5%
--	-----------------------------------

③ キャセイパシフィック航空来県に伴う県内視察	
実施日	令和 5 年 4 月 1 9 日～2 0 日
来県者	5 名（キャセイパシフィック航空 日本支社 4 名、㈱エイチ・アイ・エス 訪日旅行営業本部 1 名）
目的・内容	キャセイパシフィック航空日本支社と、(株) エイチ・アイ・エス訪日旅行営業本部航空会社担当による県庁表敬訪問に合わせて、県内観光地、施設等の視察を実施する。
効果・課題	香港エクスプレス航空の親会社であるキャセイパシフィック航空スタッフに、県内観光地や食文化の紹介を行いながら、香港－鹿児島路線の早期復便を推進するための意見交換等も実施した。

#### b. 直行 4 路線等チャーター支援

##### 【韓国】

① 大韓航空仁川（ソウル）－鹿児島間チャーター便支援	
実施期間	令和 5 年 4 月 3 日～令和 5 年 4 月 2 4 日（8 往復）
支援先	韓進観光
目的・内容	令和 5 年 1 月 1 2 日から 3 月 2 5 日まで、大韓航空の仁川（ソウル）－鹿児島間のチャーター便が運航されたが、販売が好調で、4 月も 8 往復追加増便となったため、同チャーターを実施した韓国ソウルの旅行社「韓進観光」に支援を行った。
効果・課題	チャーター便の販売が好調であったため 4 月まで延長になり、同チャーター便を利用した韓国人観光客に鹿児島の現状を周知することができた。また令和 5 年 1 0 月 2 9 日から定期便が復活した。

② 韓国ソウル現地セールス並びに東京セールス	
期 日	令和 5 年 6 月 1 3 日～1 6 日
参加者	2 名（県観光連盟 2 名）
目的・内容	韓国ソウルの旅行社、ランドオペレーター社等や、東京の関係先を訪問し、情報交換を行った。
効果・課題	旅行会社・ランドオペレーター社等の関係者と訪日旅行の現状等について直接情報交換する良い機会となった。今後の本県の韓国からの誘客の参考にしたい。

③ 大韓航空チャーター便初フライトに伴う歓迎受入	
期 日	令和５年９月２８日、１０月１日
参加者	両日ともに県観光連盟より各３名
目的・内容	韓国ソウルから大韓航空チャーター便が３往復運航されたので、鹿児島空港国際線ターミナルの到着口で、関係市町村と一緒に、観光パンフレットやノベルティの配布等歓迎受入を行った。
効果・課題	多くの乗客に本県の観光の魅力をＰＲすることができた。

④ 大韓航空チャーター便初フライトに伴う歓迎受入	
期 日	令和６年１月４日
参加者	県観光連盟３名
目的・内容	<p>韓国ソウルから大韓航空チャーター便の運航が始まったので、鹿児島空港国際線ターミナルの到着口で、観光パンフレットやノベルティの配布等歓迎受入を行った。</p> <p>同チャーターは、韓国ソウルの旅行社「韓進観光」による単独チャーターで、３月４日迄、２１往復運航される。</p>
効果・課題	令和５年１０月末の冬季ダイヤから大韓航空のソウルからの定期便が週３便運航されているが、併せてチャーター便も運航されたことで、より多くの韓国人観光客に本県の観光の魅力をＰＲすることができた。

⑤ 大韓航空仁川（ソウル）－鹿児島間チャーター便支援	
実施期間	令和６年１月４日～３月４日（２１往復）
支援先	韓進観光
目的・内容	令和６年１月４日から３月４日まで、大韓航空の仁川（ソウル）－鹿児島間のチャーター便が運航されたので、同チャーターを実施した韓国ソウルの旅行社「韓進観光」に支援を行った。
効果・課題	令和５年１０月末の冬季ダイヤから、ソウルからの大韓航空定期便が週３便運航されているが、併せてチャーター便も運航されたことで、韓国からの観光客の増加につながった。

## 【台湾】

① 台北―鹿児島間チャーター便（中華航空）運航支援	
運 航	令和5年6月15日、19日、23日、27日（4回）
支援先	中華航空、台北旅行会社5社
目的・内容	中華航空 チャーター便が令和5年6月15日から27日まで4回連続運航された。同チャーターは、旅行社5社による共同企画で実現した。
効果・課題	<p>鹿児島空港の受入体制の整備が遅れ、現状で台北線定期便再開の見通しが立たないものの、チャーター便運航の実績を重ねていくことで、早期の定期便再開が望まれる。</p> <p>今回のチャーター便利用により多くの台湾のお客様に、台北―鹿児島の直行便利用の便利さと、本県観光の魅力を実感いただいた。</p>

② 中華航空チャーター便に伴う旅行会社等ファムツアー、商談会の実施	
実施期間	令和5年6月23日～27日
招請者	8名（中華航空1名、旅行会社5名、メディア等2名）
視察場所	鹿児島県内
商談会場所 参加者	<p>・城山ホテル鹿児島</p> <p>・県内観光関係者51社75名</p>
目的・内容	<p>中華航空のプログラムチャーター便（台北―鹿児島間）の運航に合わせて、中華航空並びに同航空会社キーエージェント等を招請し、県内の観光地視察を行った。</p> <p>また、本県観光関係者との商談会を実施した。</p>
効果・課題	台湾旅行会社との久しぶりの商談会で、県内観光関係者の関心も非常に高く、活発な商談会が実施できた。

## 【香港】

① 香港セールス	
期 日	令和5年9月12日～14日
参加者	4名（県1名、観光連盟3名）
目的・内容	鹿児島への入込（直行便利用）と、宮崎県へのチャーター便などの状況、及び福岡から九州一周のツアーについて情報収集を行った。
効果・課題	香港エクスプレスが、毎日運航のリクエストをしている中、鹿児島等への旅行の状況等について意見交換する良い機会となった。



② 香港航空・EGL TOURS の視察受入	
期 日	令和5年10月11日～12日
招聘者	2名
目的・内容	香港航空幹部と鹿児島・日本送客 NO.1 の EGL TOURS 袁社長が、鹿児島視察を実施した。香港航空の復便について、人手不足等による鹿児島空港のグランドハンドリングの課題等について、関係者と協議した。
効果・課題	香港航空の定期便が、令和6年3月31日に復便した。

### 【ノベルティの制作】

① ノベルティ制作	
作成時期	令和5年12月
作成内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・桜島エコバッグ 3,000枚</li> <li>・ぐりぶー根付 1,000個</li> <li>・さくら根付 1,000個</li> </ul>
使用目的	<p>本県へのチャーター便運航や直行便復便の際、鹿児島空港において歓迎行事を実施、来鹿した乗客に対しノベルティグッズとして配賦した。</p> <p>また、海外におけるセールスや各種プロモーション、観光展、セミナー、商談会等において活用した。</p>

## B. 鹿児島を訪問する観光目的の創出

令和4年度事業において造成した観光コンテンツを商品化するために、旅行会社等の招請事業を実施すると共に、外国人観光客の受入体制を整備するなど、現地の支援を引き続き行った。

① シンガポール旅行会社 Follow Me Japan の招請	
実施期間	令和5年6月6日～6月10日
招請者	Follow Me Japan 2名
目的・内容	<p>Follow Me Japan は、これまで本県へ多数の観光客を送客いただいているシンガポールの旅行社。同社の顧客層は、シンガポールの中での富裕層が中心となっている。</p> <p>今回、コロナ禍を経て、昨年度コンテンツ開発した「ホーストラスト」</p>

	や、鹿児島空港商圏内の人吉球磨エリアを視察、今後の旅行商品造成に繋げていく。
効果・課題	本招請事業を踏まえ、7月にシンガポールで同社主催の鹿児島旅行商品説明会を実施した。2023年3月のツアーで「ホーストラスト」を組み込んだツアー催行を予定している。詳細は、「戦略的市場／旅行会社等プロモーション事業」を参照。

## ② コンテンツ磨き上げ・受入人材育成

（観光庁「インバウンドの地方誘客や消費拡大に向けた観光コンテンツ造成支援事業」）

実施期間	令和5年7月～令和6年3月
委託先	株式会社JTB総合研究所
目的・内容	<p>令和4年度事業で、引退馬が余生を過ごす世界的にも希少な「ホーストラスト」をメインに、湧水町、伊佐市の観光資源の掘り起こしやコンテンツ開発を行った。</p> <p>本年度は、同観光資源のターゲット層に対し販売可能なクオリティにするため、更なるコンテンツの磨き上げや事業者、ガイドの人材育成を実施した。また、流通販路拡大に向けた基盤整備として、Google ビジネスプロフィール登録の推奨を行った。</p>
効果・課題	<p>研修会や現地検証を通じて、地域のサービス提供事業者とアテンド関係者（ガイド・旅行会社等）双方が一体となり、価値ある地域資源の魅力を再認識できたことにより、本県を来訪する知識層のニーズに細やかに応えられる体制の構築に繋がった。</p> <p>また、販売に向けたコンテンツタリフのブラッシュアップや Google ビジネスプロフィール登録により、更なるコンテンツの磨き上げが出来た。</p>

## ③ 販路基盤整備・プロモーションの実施

（観光庁「インバウンドの地方誘客や消費拡大に向けた観光コンテンツ造成支援事業」）

実施期間	令和5年10月～令和6年3月
委託先	株式会社エイチ・アイ・エス
目的・内容	上記「ホーストラスト」をメインとしたコンテンツについて、OTA サイト登録を推奨すると共に、知識層・モダンラグジュアリー層にターゲットを絞り、販売拡大を目的とした広告プロモーションを行った。
効果・課題	ホーストラストなど周辺エリアにおける体験メニューの OTA 登録を行い、自走可能な販売体制を構築した。また、SNS にて広告プロモーションを実施し、HIS 富裕層向け専用 WEB サイトでは特集ページを制作し、認知度向上を図った。

## C. 情報発信の強化

世界市場に影響力を持つIT企業と連携したプロモーションを活用した情報発信を行った。今後、デジタルマーケティング推進に向けた取組みを行う。

① 海外向け鹿児島県 PR 動画制作事業	
実施期間	令和5年4月1日～令和5年10月31日
委託先	ウルトラC
目的・内容	<p>昨年度の海外向け鹿児島県 PR 動画制作事業で、本県の秋・冬を紹介する動画を制作した。本年度は、四季を通じた鹿児島県の魅力を発信するために、春・夏バージョンを作成し、既存の動画も組み合わせた再編集動画を制作した。</p> <p>また、昨今ニーズのある編集可能な動画素材として制作することで、Google 広告等はじめ、外部提供も可能とし、イベントや SNS 等でも広く発信し、鹿児島の認知度向上を図った。</p>
効果・課題	<p>本事業で制作した「自然」「食」「歴史・文化」の動画3本を SNS 広告用に再編集（30秒動画）してプロモーションした結果、トータル640万回を超える再生回数があった。今後、外部への提供及び編集可能な動画として積極的に活用し、海外へ向けPRしていく。</p>

② SNS 広告を活用したインバウンド向け情報発信事業	
実施期間	令和5年12月20日～令和6年3月31日
委託先	株式会社キネッソジャパン
目的・内容	<p>戦略的市場に位置付ける東南アジア市場においても、本県観光地のブランド力や認知度を高めていく必要がある。</p> <p>情報が溢れる現代において、本県観光情報が他の情報に埋もれることなく選択され、記憶に残るようにする必要がある。</p> <p>このため、ユーザーが関心をもつ場所に優先的に情報を置いておくことで、本県観光への関心を喚起して旅行動機を醸成、インバウンド誘客の早期回復につなげていく。</p> <p>本年度、追加制作・編集した3本の動画は YouTube 広告で、魅力的な画像はディスプレイ広告（GDN、META）で配信した。</p>
対象市場	タイ
効果・課題	<p>分析結果より、今後のタイ市場における広告配信については、YouTube で全年齢に幅広く配信をしつつ、GDN で若年層を、META で高齢層を獲得</p>

	<p>することで、効率的にユーザー行動を促すことができると考えられる。</p> <p>広告配信結果は以下の通り。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・YouTube・・・完全視聴数 6,467,747 回（完全視聴率 59%）</li> <li>・GDN・・・表示回数 4,568,704 回、クリック数 83,300 回</li> <li>・META・・・表示回数 5,106,542 回、クリック数 111,685 回</li> </ul>
--	--

## （８）国際クルーズ船誘致促進事業 ＜県委託事業＞

国内外のクルーズ船社等に対し、寄港地鹿児島としての魅力を宣伝・紹介すること等により、国内外から鹿児島に寄港するクルーズ船の増加・定着化を図った。

### 〔実施期間〕

令和５年４月１日～令和６年３月３１日

### 〔実施内容〕

ア．国内外のクルーズ船社、クルーズ船社代理店、旅行会社等とのタイアップによる本県観光及びクルーズ商品の広報宣伝等

イ．国内外のクルーズ船社、クルーズ船社代理店、旅行会社等への現地セールスの実施及びクルーズコンベンションへの参加（世界遺産クルーズの提案を含む）

（実績集計）

- ・セールス ４件（うちオンラインミーティング１件）
- ・セミナー参加 ２件
- ・クルーズコンベンション、BtoC イベント等参加 ６件

（取組実績詳細）

本県へのクルーズ船寄港回数が大幅に増加する状況下で、現地セールス及びオンラインセールスを継続し、寄港地ツアーの拡充を目的に関係各社との関係強化に努めた。また、国内外のクルーズコンベンションに参加することで得た海外船社とのコネクションを今後の展開に活用する。

① 東京セールス	
期 日	a. 令和５年８月３日～８月５日 b. 令和５年１１月２９日～１２月１日 c. 令和５年１２月６日
場 所	東京

参加者	a. 県PR観光課2名、県観光連盟1名 b. c. 県観光連盟1名
目的・内容	<p>海外船社に係るクルーズライン等を訪問し、最新クルーズ市場の動向等の把握に努めた。今後のチャータークルーズ計画、既存の寄港地ツアー催行に係る問題点、ツアー広域化につながる素材などを共有した。</p> <p>特にbについては、鹿屋市・南さつま市と一緒に、国土交通省主催プリンセスクルーズ社向けの上質な寄港地観光ツアープログラム意見交換会に参加し、船社・ランドオペレーターに新たなツアー造成にむけた関係構築を行った。</p>
効果・課題	国内外のクルーズ需要が高まっていることを踏まえ、本県離島へのチャータークルーズを積極的に提案した。広域にわたる観光素材の提案で、寄港地ツアー拡充だけでなく、発着港に付随するプレ・ポストツアー地としての知名度向上に努める。

② 阪急交通社、クルーズトラベラーカンパニー社との連携	
期 日	a. 令和5年9月21日～9月23日 b. 令和5年10月12日～10月15日
場 所	a. 阪急交通社（東京） b. 東京駅前KITTE（東京）
参加者	県観光連盟1名
目的・内容	<p>a. クルーズ旅行商品説明会参加 日本発着クルーズ(クイーンエリザベス、ダイヤモンドプリンセス、MSC ベリッシマ)の商品説明会に参加し、寄港地ツアーとしての鹿児島島の魅力をPRした。鹿児島寄港商品への新規客取り込みが目的。本県から焼酎蔵1社と製茶業1社も参加し、BtoCの興味喚起に協力を頂いた。</p> <p>b. クルーズ・ヨーロッパ旅行大感謝祭2023参加 阪急交通社が主催したBtoCイベントで、ブース出展ならびにステージでのプレゼンテーションを実施した。船社と協力して、広く同社顧客向けにPRができた。</p>
効果・課題	旅行会社とクルーズメディアによる共催プロジェクトに参加することで、メディア露出とクルーズ誘客が効率よくできる。

③ オンラインを活用した船社等へのセールス	
期 日	令和5年4月～令和6年3月（常時）
セールス先	国内外船社、船舶代理店、旅行会社、ランドオペレーター、メディア
参加者	県観光連盟1名
目的・内容	<p>小型ラグジュアリー船・探検船社市場で需要が高まっている。未だ他船が寄港していない港として、本県離島の紹介を含めた寄港地素材のPRをオンラインで実施した。</p> <p>寄港地ツアーの販売促進を目的に、ツアー内容の改善・スムーズな</p>

	運行について関係者との意見交換を定期的に重ねた。
効果・課題	定期的なオンラインミーティングによる報告や意見交換を重ね、船社等が寄港地に求めるニーズを把握することができた。多様な船社による本県寄港定着と寄港地ツアーの拡充を目的に、今後も継続的な素材提供が必要と思われる。

④ 国内他港連携事業	
期 日	a. 令和5年6月7日～6月11日 b. 令和5年9月4日～9月11日 c. 令和6年1月15日
連携港	東京都、静岡県、和歌山県、高知県、鹿児島県
事業内容	a. クルーズフェスティバル東京 2023 ブース出展 b. シートレード・ヨーロッパブースへの共同出展 c. 東京クルーズセミナーブースへの出展
参加者	a. 県PR観光課2名 b. 県PR観光課1名、県観光連盟1名 c. 県観光連盟1名
目的・内容	令和元年度から継続実施している、太平洋側5港連携による国内外海外船社等へのプロモーションの実施 a. HIS主催で、東京国際クルーズターミナルで例年開催するクルーズフェスティバルにブース出展し、東京港発着各連携港寄港アイテナリーをBtoB/BtoC向けにPRした。 b. ハンブルク（ドイツ）で開催されたシートレード・ヨーロッパに連携港でブース出展した。海外船社10社程度と商談し、2023年～2025年にかけての配船計画に離島を含む本県寄港をより検討いただけるように働きかけた。 c. 東京都主催クルーズセミナーに本県ブースを出展し、クルーズラインとの意見交換を実施した。
効果・課題	東京都が積極的に誘致に取り組んでいる東京発着は、クルーズラインも高く関心をもっており、これまでの横浜・神戸等発着商品に加えて新たなクルーズ商品に鹿児島寄港が造成されることが見込まれる。太平洋側連携港湾の継続により、クルーズ業界での存在感がPRできていると感じた。

⑤ 沖縄クルーズカンファレンス 2023 参加	
期 日	令和5年12月19日～20日
場 所	那覇市
参加者	県観光連盟 1名
目的・内容	基調講演でクルーズ船社の傾向・動向を把握し、ランドオペレーター等と本県離島寄港を実現するにあたっての商談を行なった。
効果・課題	沖縄観光コンベンションビューローが例年実施する同コンベンションは、クルーズラインや国内他港の多くが参加するため、効率よくセ

	ールスが実施できる。今回収集することができたM S C社が積極的に取り組んでいる沖縄県アイランドホッピングに関する情報を、本県への離島寄港定着及び、アイランドホッピング誘致に生かす。
--	---

⑥ J T B グローバルマーケティング&トラベル主催寄港地ガイド研修参加	
期 日	令和6年1月25日～27日
場 所	鹿児島市
参加者	県観光連盟 1名
目的・内容	寄港地ガイドの上質化を目的とし、同社が日本各地で主催した研修に参加した。船社・ランドオペレーターがガイドに求められることを具体的に示し、実際に仙巖園でのモニターツアーを実施した。
効果・課題	継続的な実施による、本県のガイド数の増加・高質化を目指し、協力を続けていく。

⑦ 八代港クルーズセミナー参加	
期 日	令和6年2月22日～23日
場 所	八代市
参加者	県観光連盟 1名
目的・内容	八代港関係者向けに、本県のクルーズ船誘致・受入取組についてプレゼンテーションを実施した。
効果・課題	本県の寄港受入従事内容やそれに付随する懸念事項などを共有し、両港による連携で期待できる改善案や誘致対策について意見交換ができた。今後、連携を強化し、対ロイヤルカリビアングループ社寄港に伴うクルーズ振興を効果的に実行する。

## ウ. 国内外のクルーズ船社、クルーズ船社代理店、旅行会社等の招請及び視察対応

(実績集計)

- ・招請実績 3件
- ・プロモーション実績 5件

(取組実績詳細)

新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、例年のようにクルーズ船社等の招請を実施することは困難であったが、「上質な広域ツアー」及び「本県離島」を軸にした招請を実施した。個別の実績は下記の通り。

① クルーズトラベラー社招請	
期 日	a. 令和5年7月27日～7月29日 b. 令和5年8月2日～8月3日

場 所	a. 霧島市 b. 霧島市、鹿児島市
招請者	a. クルーズトラベラーカンパニー社コンサルタント部 1 名 b. クルーズトラベラーカンパニー社メディア部 2 名
参加者	観光連盟 1 名
目的・内容	(株) I F O O が取り組む霧島神宮駅を拠点とした地域活性化プログラムにもとづく、霧島の魅力を同社雑誌で露出することにより、船社や旅行会社の新しいツアー造成意欲を醸成するとともに、クルーズ愛好家向けにクルーズ寄港地としての本県の認知度向上を図り、鹿児島寄港市場を育てる。
効果・課題	クルーズに特化した専門雑誌は、クルーズ市場の BtoB／BtoC 双方へのプロモーションが可能である。 令和 3 年度から継続して毎号掲載の機会を得ており、今年度は同社と旅行会社による共催事業へも本県 P R の場を確保できた。クルーズ市場のプラットフォーム機能を備える同社との連携で、本県認知度向上を図る。

② クルーズ船社、ランドオペレーター招請	
期 日	a. 令和 5 年 1 1 月 2 日～1 1 月 5 日 b. 令和 5 年 1 1 月 2 4 日～1 1 月 2 5 日 c. 令和 6 年 1 月 2 1 日～1 月 2 2 日
場 所	a. 日置市、霧島市 b. 鹿児島市、霧島市 c. 鹿児島市、霧島市
招請者	a. J T B グローバルマーケティング&トラベル 2 名 b. 郵船クルーズトラベル 1 名、名鉄観光 1 名 c. シルバーシークルーズ 1 名
参加者	県観光連盟 1 名
目的・内容	a. 日置市主催によるモニターツアーを活用して、ランドオペレーターを招請した。食事会場の視察を踏まえて、ツアーの多様化・長期滞在の造成を期待する。 b. c. (株) I F O O が取り組む霧島神宮駅を拠点とした地域活性化をフックに、J R を活用した霧島観光の提案とプレ・ポストツアーのデスティネーションとして本県を P R した。
効果・課題	食事を付けることで既存ツアーの長期化を図ることと、J R 活用の提案で渋滞問題や経済効果への好転を図る。

③ 南薩観光ポナンチャータークルーズに係るプロモーション等	
期 日	令和 5 年 5 月 2 3 日～5 月 3 0 日
場 所	南薩観光チャータークルーズポナン社ル・ソレアルクルーズ業務乗船
参加者	県観光連盟 1 名
目的・内容	業務乗船し、寄港前後の現地調整や各港での寄港地ツアー同行、船



	内における本県PRに協力した。
効果・課題	クルーズでこそ楽しめる旅程や、小型探検船ならではのコンテンツに乗船客の満足度は高かった。クルーズ船によるアイランドホッピングの実績を積極的に露出することと、ポナン社の離島寄港定着に努めていきたい。

④ H I SによるMSCベリッシマチャータークルーズに係るプロモーション等	
期 日	a. 令和5年4月1日～9月30日 b. 令和5年4月28日～5月1日
参加者	県観光連盟 1名
目的・内容	a. 寄港地ツアー拡充につながる調整 今年度複数回を予定している同社チャータークルーズ商品の販売促進を目的に、寄港地ツアーの満足度を高めるよう現地関係者との調整を重ねた。 b. 業務乗船 鹿児島寄港前日に船内シアターにて鹿児島観光プレゼンテーションを実施し、観光案内デスクの設置でF I T客対応に努めた。
効果・課題	H I Sとの連携は継続強化し、同社が扱うMSC自主クルーズでの鹿児島寄港定着と、他船社で企画検討するチャータークルーズでの鹿児島寄港誘致に努める。

⑤ ジャパネットMSCベリッシマチャータークルーズに係るプロモーション等	
期 日	a. 令和5年4月1日～9月30日 b. 令和5年5月12日～5月14日
参加者	県観光連盟 1名
目的・内容	a. 寄港地ツアー拡充につながる調整 今年度複数回の入港する同社チャータークルーズで来鹿する乗船客の受入準備と、寄港地ツアーの満足度を高めるよう現地関係者との調整を重ねた。 b. 業務乗船 鹿児島寄港前日に船内シアターにて鹿児島観光プレゼンテーションを実施し、観光案内デスクの設置でF I T客対応に努めた。
効果・課題	同社は令和6年度から、他船社での奄美大島寄港を検討している。MSCベリッシマでの鹿児島寄港商品および、小型船での奄美大島寄港商品が催行されるよう同社へのサポートを継続する。

⑥ プリンセスクルーズ台湾支社との台湾メディア招請事業	
期 日	令和5年9月11日
場 所	鹿児島市
招請者	10名（ロイヤルカリビアン社3名、台湾メディア8名）
参加者	県観光連盟 1名
目的・内容	ダイヤモンドプリンセス乗船で来鹿する台湾メディアを招請し、城

	山ホテル鹿児島、天文館散策、寿福産業（食事）、マリポートかごしま等の散策を体験していただいた。台湾市場におけるクルーズ愛好家に、来鹿への興味喚起を促した。
効果・課題	滞在時間が限られているクルーズ船での来鹿市場が、今後、航空機等によるリピーター客造成につながるようなPR戦略をたてる。

## エ. 国内外のクルーズ船社、クルーズ船社代理店、旅行会社等に本県の宣伝・紹介等を行うための広報ツールの作成等

（実績集計）

取組実績 1 件

（取組実績詳細）

新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、パンフレット等の配布物増刷は次年度以降に実施することとし、多言語散策マップ製作を実施した。

① クルーズ乗船客向け鹿児島市内散策マップ（日本語・英語）改訂	
作成期日	令和5年4月1日～令和5年9月30日
目的・内容	マリポートかごしまにおいて、乗船客向けに配布している鹿児島市内散策マップ日本語版、英語版を改定し、天文館エリアに新設された観光案内所等への配備を実施した。
効果・課題	多言語での観光案内を充実させ、寄港船社の多様化に努める。

## オ. 多言語クルーズ Web 及び印刷物等による乗船客等に向けた情報発信

（実績集計）

取組実績 2 件

（取組実績詳細）

下記のとおり、情報更新及びページの移設を実施した。

① クルーズ専用ホームページ更新	
作成期日	令和5年4月1日～令和6年3月31日
目的・内容	当連盟サイト内にあるクルーズ専用ホームページの情報を更新し、ページの魅力及びアクセシビリティの向上を図った。
効果・課題	保守管理を徹底し、定期的な更新を行うことにより、船社等及びクルーズ旅行客にとって有益な情報収取媒体とする。今後、クルーズに特化したコンテンツを中心にアップデートし、内容充実を図る。

② クルーズ専門誌「クルーズトラベラー」への記事掲載	
作成期日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・2023 年夏号 マリンポートかごしまクルーズ船歓迎イベント</li> <li>・2023 年秋号 特集ページ「霧島」</li> <li>・2024 年冬号 鹿児島県の職人特集</li> <li>・2024 年春号 島特集（甕島、三島村）</li> <li>・同社オフィシャルフェイスブック「鹿児島茶」</li> </ul>
目的・内容	BtoB/BtoC 双方に影響力を持つ媒体への露出により、船社や旅行会社の新しいツアー造成意欲を醸成するとともに、クルーズ愛好家向けにクルーズ寄港地としての本県の認知度向上を図る。
効果・課題	船社やクルーズ顧客層への認知度の高さは情報発信に非常に効果的であり、今後も連携することで更なる魅力発信に務めたい。

**カ. 国内外のクルーズ船社、クルーズ船社代理店、旅行会社等に対する上質・多様な寄港地観光ツアーの企画・提案等**

（実績集計）

モデルコース （鹿児島市3コース、霧島市1コース、日置市1コース）

（取組実績詳細）

下記「キ」の通り、関係市町村等との連携により掘り起こしを行った観光素材をもとに、上質・多様な寄港地観光ツアーの催行につながるよう、モデルコースの造成を行った。

**キ. 関係市町村、観光施設、地元旅行会社等との連携による観光素材の掘り起こし**

（実績集計）

地域等視察 6回

（取組実績詳細）

寄港地ツアー造成のための素材収集及び地域素材の掘り起こし・磨き上げのため、下記のとおり視察・意見交換を実施した。

① クルーズ寄港地ツアー造成に関する県内外視察	
期 日	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. 令和5年5月19日、6月28日</li> <li>b. 令和5年7月26日、8月22日</li> <li>c. 令和5年6月29日</li> <li>d. 令和6年2月6日</li> <li>e. 令和6年2月11日</li> </ul>

	f. 令和6年2月23日
取材先	a. 日置市 b. 霧島市 c. 鹿児島市 d. 桜島 e. 肝付町 f. 薩摩川内市・阿久根市
参加者	県観光連盟 1名
目的・内容	本県に寄港するクルーズ船の寄港地ツアーの多様化と、ツアー内容の上質化を促進していくため、新たなツアー候補地を選定し、視察・調査を行った。これらの視察地を取り込むことにより、乗船客の満足度向上と、県内各地への経済波及効果に繋げていく。
効果・課題	乗船客の満足度向上と、地元への経済効果波及につながるような浮桟橋や、新しい移動手段を活用したモデルコース案を増やす。

## ク. 令和5年度クルーズ船寄港数

- ・鹿児島港 92隻（マリポートかごしま79隻、北埠頭13隻）

## （9）観光関係団体等との共同観光宣伝の推進事業

日本観光振興協会、九州観光機構、九州・沖縄観光連盟等連絡協議会、鹿児島県観光誘致促進協議会、鹿児島県四地区観光連絡協議会、公益社団法人鹿児島県特産品協会、鹿児島商工会議所、鹿児島海外観光客受入協議会など県内外の観光関連団体等と連携した広報宣伝や誘客促進活動を実施した。

また、日本観光振興協会が、国際観光及び地域観光の振興や活性化等に関し実施する事業に対し、同協会に対して負担金を拠出した。

## （10）姉妹盟約団体との観光交流促進事業

当連盟との間で、1989年10月に香港政府観光局と、2000年6月に釜山廣域市観光協会と、2009年10月に（社）山口県観光連盟とそれぞれ姉妹盟約を締結し、以来、観光展の開催など相互の誘客活動や友好親善・交流促進を図るための取組を実施していることから釜山、香港、山口県等との観光交流を推進した。

① 釜山廣域市観光協会役員来訪受入並びに交流懇親会の開催	
期 日	令和5年5月10日～12日
参加者	3名（釜山廣域市観光協会役員等）
目的・内容	2000年の姉妹盟約締結以降、相互交流を行っていたが、コロナウイル

	<p>スの世界的流行のため、直近３年は往来ができなかった。</p> <p>昨年１０月からようやく訪日旅行も再開され、往来が可能となったため、釜山廣域市観光協会会長をはじめとする計３名が来鹿し、本県観光素材の視察や当観光連盟や県観光課との交流会を行った。</p>
効果・課題	<p>コロナウイルスの世界的流行以前は、釜山からのチャーター便も運航もされていた。チャーター便の運航、更には直行便の就航を目指し、今後も相互交流を積極的に行う。</p>

## ② 釜山廣域市観光協会来訪受入

期 日	令和５年６月２６日
参加者	２名（釜山廣域市観光協会事務局職員）
目的・内容	<p>２０００年の姉妹盟約締結以降、相互交流を行っている釜山廣域市観光協会の事務局職員が、釜山からマリンポートに入港するクルーズ船「コスタセレーナ」で来鹿、観光素材等の視察について協力した。</p>
効果・課題	<p>チャータークルーズ船を利用した釜山の方々に、本県の観光素材を直接見ていただく良い機会となった。</p>

## ③ 第２４回釜山国際観光展（BITF2023）への出展

期 日	令和５年１０月４日～９日
参加者	県観光連盟１名
目的・内容	<p>釜山廣域市主催の国際観光展に参加し、本県の観光パンフレットの配布やFACEBOOKを活用したイベントを行い、韓国における本県の認知度向上に努めた。（来場者は４日間で３９,８０８人）</p>
効果・課題	<p>コロナウイルスの収束後、初めて同観光展に出展した。コロナウイルスの世界的流行前は、釜山からのチャーター便が運航されていたこともあり、釜山における本県の認知度は、少しずつ向上しており、将来的には、釜山からのチャーター便、更には定期便が本県に運航できるよう関係各所と協力していきたい。</p>

## ④ 釜山広域市観光協会創立６０周年及び第５０回観光の日記念行事への参加

期 日	令和５年１１月２８日～３０日
参加者	県観光連盟２名
目的・内容	<p>２０００年の姉妹盟約締結以降、相互交流を行っている釜山廣域市観光協会の創立６０周年及び、第５０回観光の日記念行事が韓国釜山で開催されたので参加した。</p>

効果・課題	コロナウイルスの世界的流行のため、直近3年は往来ができなかったが、同協会の節目の年に直接訪問してお祝いでき、良い機会となった。
-------	---

## (11) 国内誘客対策補助・受託事業

### ア. 鹿児島・佐賀相互誘客事業 <県補助事業><県委託事業>

「鹿児島・佐賀交流プロジェクト」の一環として、相互に旅行商品の造成支援を行うことで、佐賀県民の鹿児島旅行及び鹿児島県民の佐賀旅行の機会を創出し、両県の誘客及び交流促進を図った。

#### [実施内容]

(実施期間) 令和5年4月1日～令和6年1月31日

(対象となる旅行商品)

- ・佐賀県発鹿児島県着の旅行商品（修学旅行は対象外）
- ・募集型企画旅行、受注型企画旅行及び手配旅行（交通機関と宿泊のサービスを含めた商品）

(助成額) 5,000円/人泊（割引費用4,000円、補助金1,000円）

第1期：申請期間 令和5年4月1日～令和5年4月30日

助成対象期間 令和5年4月1日～令和5年7月31日

送客旅行社数 8社 送客実績 18本178人泊

第2期：申請期間 令和5年7月1日～令和5年7月31日

助成対象期間 令和5年8月1日～令和5年10月31日

送客旅行社数 5社 送客実績 14本98人泊

第3期：申請期間 令和5年10月1日～令和5年10月31日

助成対象期間 令和5年11月1日～令和6年1月31日

送客旅行社数 8社 送客実績 24本200人泊

通算 旅行会社 10社 送客実績 56本476人泊

#### [効果・課題]

- ・誘客促進を図るため、佐賀新聞社タブロイド版フリーペーパー「フィットエクリュ」への広告掲載を行った。（令和5年9月1日）
- ・助成金は、送客の一助となった旨の報告があった。
- ・佐賀県内の旅行会社や佐賀県内在住者の認知度が低かったせいか、参加旅行会社、利用者とも計画を下回ったため、次年度は有効な販売促進策を取っていきたい。

## イ. 2つの世界自然遺産（屋久島・奄美）周遊促進事業

### ＜県補助事業＞＜県委託事業＞

2つの世界自然遺産（屋久島・奄美）を生かし、各島の自然の魅力と併せて、歴史や文化を体感できる旅行商品の造成を促進することで、奄美群島と屋久島への継続的な誘客を図った。

#### 〔実施内容〕

（実施期間） 令和5年7月1日～令和6年1月31日（宿泊日基準）

（対象となる旅行商品）

- ・新規に造成する募集型企画旅行商品であること
- ・屋久島と奄美（奄美大島または徳之島）にそれぞれ1泊以上すること
- ・屋久島と奄美（奄美大島または徳之島）を航空路、あるいは航路で結び周遊すること
- ・発着地は県内外（国内）とすること

（助成額） 上限800,000円/商品

（旅行商品採択数） 4社5本

（送客実績） 60人泊

#### 〔効果・課題〕

- ・屋久島と奄美を周遊する旅行商品は、一定の認知度向上の効果はあったものの、日程、船舶・航空機アクセス、料金等の関係において課題があった。

## ウ. 鹿児島・佐賀交流（修学旅行）事業 <県委託事業>

「鹿児島・佐賀エールプロジェクト」の一環として、佐賀県内の中学校に対して本県の修学旅行メニュー（学習素材）のセールス等を実施し、佐賀県から本県への修学旅行の誘致を行うことで県民間の交流を図った。

#### 〔実施内容〕

（ア）現地セールス

（実施時期） 令和5年11月20日～22日

（参加者） 11名

（訪問先） 佐賀県内の中学校および旅行会社（31箇所）

(イ) 中学校教員招請

(実施時期) 令和5年7月25日～26日

(招請者数) 6名

(主な視察先) 鹿児島市、霧島市、姶良市

(ウ) 修学旅行生の出迎え・歓迎

(実施期間) 令和5年4月～令和6年3月

(対象者) 本県に宿泊する佐賀県からの修学旅行生及び引率の教員等

(歓迎内容) 宿泊施設での歓迎横断幕の掲出とノベルティの配布

(歓迎校数) 32校

〔効果・課題〕

現地セールス及び教員招請ともに、現地（佐賀）の声が聞けて、今後の誘客対策を検討するうえで参考になった。

## エ. 修学旅行プロモーション事業 <県委託事業>

本県への教育旅行の誘致につなげるため、教育旅行用学習プログラムを紹介する動画を作成し、効果的なプロモーションに取り組んだ。

〔作成期日〕 令和5年6月～令和6年2月


〔作成内容〕 1テーマ5分程度で①「自然・環境学習」、②「ブルー・グリーンツーリズム」、③「離島」の3テーマの体験コンテンツ等を紹介した動画と、教育旅行で鹿児島を訪れる学校が事前学習として使用できる動画を作成した。

## オ. 観光サイトを活用した情報発信事業 <県委託事業>

「稼ぐ力」向上のための誘客プロモーション事業の一環として、県観光サイトでの情報発信のための保守管理と、より詳細なアクセス解析に基づく効果的なプロモーションに取り組んだ。

① 観光サイト CMS 保守・Google Analytics4 データ分析事業	
実施期日	令和5年4月～令和6年3月



目的・内容	<p>今年度より、アクセス解析アプリ Google Analytics4 を使用した、専門家によるサイトアクセス数の抽出や分析業務を開始した。データに基づくサイト運営方針を決定した。</p> <p>また、アクセス状況も公開している。</p> <p>※公開場所：県公式観光サイト「かごしまの旅」→組織情報（下段）→R5 鹿児島県観光サイトアクセス状況</p> <p>※鹿児島県オープンデータカタログサイトにリンク</p>  <p>対象言語：日本語＋多言語（英語・繁体字・簡体字・韓国語・ベトナム語）</p>
効果・課題	<p>統計・数値に基づいた、より効果的で具体的な情報発信のための地盤が整った。今後も、効果的に活用していきたい。</p> <p>また、ビジュアル化された統計レポートにより、県、他自治体等との情報共有も行いやすくなった。</p>

（備考）※アクセス数等のデータに関しては、「I 公1事業（2）観光ホームページ等による観光情報の発信事業」を参照

## 2 観光客の受入体制の整備に関する事業

### （1）かごしま観光アカデミー開催事業

本県観光を担う観光関係者の資質向上を図るため、最近の観光情報・観光動向等に関する研修会「かごしま観光アカデミー」の開催や、観光関係従事者等の受入体制の充実や資質向上を図るための講演会・研修会等を開催した。

#### ア．かごしま観光アカデミーの開催

観光業界等の第一線で活躍する国内外の専門家を講師に招き、本県観光を担う観光関係者の資質向上を図るため「かごしま観光アカデミー」を開催した。

① かごしま観光セミナーの開催	
期日	令和5年11月21日（火）
場所	鹿児島市・シェラトン鹿児島「シェラトンボールルーム」

参加者数	124名
講師・演題	<p>テーマ「新たなスタイルで鹿児島を世界有数の観光地に」</p> <p>[セミナー1]</p> <p>演題：「利益のでる鹿児島の観光地づくり」</p> <p>講師：主人雅叙園観光 主人 田島 健夫 氏</p> <p>[セミナー2]</p> <p>演題：「観光サイトで人は呼べる！」</p> <p>講師：株式会社トラベルジップ代表取締役 大泉 敏郎 氏</p>
効果・課題	<p>要望の多い「先進事例」「情報発信」をテーマにセミナーを実施した。</p> <p>今後も、事業推進に当たり、ヒントになるような研修会を継続実施していくことで、受入体制の充実に繋げていきたい。</p>

## イ. おもてなしセミナー等の開催

本県観光を担う観光関係者の資質向上を図るため、各種研修会を実施した。

### (ア) 観光PRスタッフ研修会の開催

期 日	令和5年10月26日（木）
場 所	鹿児島市・アートホテル鹿児島
参加者数	16名
講師・演題	<p>①鹿児島県の観光事情</p> <p>②観光PRスタッフ経験者による体験談</p> <p>第17第代 かごしま親善大使 穂満 結衣 氏</p> <p>③ランチでマナー講習</p> <p>Office 中村朋美 中村 朋美 氏</p> <p>④マナー研修</p> <p>Office 中村朋美 中村 朋美 氏</p>
効果・課題	<p>活動機会が増えていくことが期待されるなか、執務に備えて研修を実施した。PR手法も多様化していくなかで、親善大使の制度を終了している自治体もあることを踏まえて、効果的な事業内容の推進に努めたい。</p>

### (イ) タクシー乗務員研修会の開催

期 日	令和6年2月13日
場 所	鹿児島市・城山ホテル鹿児島
参加者数	154名
講師・演題	講演 ① 鹿児島県 PR 観光課 ② 「鹿児島の旅のかたち」～鹿児島のタクシー観光 歴史・文化編 講師：かごしま探検の会 東川 隆太郎 氏 ③ 「鹿児島の旅のかたち」～鹿児島のタクシー観光 食文化編 講師：国立大学法人 鹿屋体育大学 観光&広報アドバイザー 西 みやび 氏 かごしま探検の会 東川 隆太郎 氏
効果・課題	新型コロナウイルス等の影響により、新たにタクシードライバーになられた方も多いという状況を踏まえて、本年度は、講演テーマを本県の自然、文化、歴史、食など「南の宝箱鹿児島」の多彩な魅力を来鹿いただくお客様に発信するなど、受入体制の充実を目的に研修会を開催した。今後も、テーマを明確にしたうえで、効果的なセミナーを開催していきたい。

### (ウ) 鹿児島県観光ボランティアガイド連絡協議会の運営・協力

#### 〔鹿児島県観光ボランティアガイド連絡協議会事業〕

#### ① 鹿児島県観光ボランティアガイド連絡協議会「世話人会」開催

(期 日) 令和5年7月27日

(場 所) 鹿児島県産業会館

(出席者) 鹿児島県観光ボランティアガイド連絡協議会世話人5名

#### ② 令和5年度鹿児島県観光ボランティアガイド連絡協議会「総会」開催

(期 日) 令和5年11月8日、13時30分～14時10分

(場 所) 鹿児島サンロイヤルホテル

(出席者) 鹿児島県観光ボランティアガイド連絡協議会会員、市町村、市町村観光協会等 95名

(内 容) ・鹿児島県観光ボランティアガイド連絡協議会役員（世話人）改選  
・事例発表「屋久島里めぐり推進協議会」

(備 考) 観光ボランティアガイド研修会と併催

〔九州観光機構事業〕

① 令和５年度「九州観光ボランティアガイド担当者会議」出席

- ・第１回  
（期 日）令和５年９月１４日  
（場 所）福岡市
- ・第２回  
（期 日）令和５年１０月１０日  
（場 所）福岡市
- ・第３回  
（期 日）令和５年１２月７日  
（場 所）オンライン

② 令和５年度「九州各県観光ボランティアガイド連絡協議会代表者会議」出席

- ・第１回  
（期 日）令和５年１２月１１日  
（場 所）オンライン
- ・第２回  
（期 日）令和６年３月２２日  
（場 所）オンライン

③ ガイド事業に関する Web セミナー参加

- （期 日）令和６年２月５日  
（場 所）オンライン、鹿児島県産業会館

④ 九州各県観光ボランティアガイド意見交換会出席

- （期 日）令和６年２月２２日  
（場 所）福岡市

**（２）観光ボランティアガイド育成支援事業** ＜県委託事業＞

本県を訪れる観光客に地域の魅力を伝え、観光案内を行う県内各地の観光ボランティアガイド団体を対象に、おもてなしの心と質の高いガイド活動を実施するため研修会を開催し、観光ボランティアガイドの育成、資質向上を図った。

## ア. 観光ボランティアガイド研修会の開催

本県を訪れた観光客に対し、おもてなしの心と質の高いガイド活動を実施するため、専門講師を招いた研修会を開催した。

### （研修会実施内容）

① 令和５年度観光ボランティアガイド研修会	
期 日	令和５年１１月８日
場 所	鹿児島サンロイヤルホテル
参加者	９５名（県観光ボランティアガイド連絡協議会、市町村、市町村観光協会等）
実施主体	鹿児島県・鹿児島県観光連盟
講師・内容	講演 （講師）富山大学名誉教授 渡邊 康洋 氏 （演題）観光ガイド技術再点検 ～鹿児島への訪問客を創り出すガイドディング～
効果・課題	受講者から、「ガイドの心得、観光ガイドディング技術、リピーターにつなげる接客術などをお話いただき、今後の活動やガイドディング技術向上の参考になった」との感想が多くあった。今後も、ガイドディング技術や後継者育成など課題として寄せられる案件について、参考となる講演等を開催していきたい。

## （３）観光推進業務事業 <県委託事業>

本県観光に対して、マスコミや旅行会社、一般からの問い合わせ・要請等に対応するとともに、国内外から本県への誘客を促進するための事業を推進した。

## （４）外国人観光客受入体制整備事業 <県委託事業>

### ア. 外国人観光客受入体制整備

鹿児島県を訪れる外国人観光客に対する利便性の向上を図るため、外国人観光客受入体制整備事業を実施した。

## (ア) 外国人観光客向け観光案内所の整備

日本政府観光局（JNT0）とタイアップしながら、外国人に対する観光案内及び情報提供を行った。

① 観光案内及び情報提供の実施	
実施時期	令和5年4月1日～令和6年3月31日
実施場所	鹿児島県外国人観光案内所（鹿児島県観光連盟内） 鹿児島中央駅総合案内所 鹿児島空港観光・総合案内所
実施内容	外国人への観光案内、情報提供（窓口・電話等） 外国人用の観光情報の収集及び整理 県内各地の観光案内所に対する指導及び情報の提供
案内実績	来訪外国人観光客数（上記3箇所）42,267人

② 2023年度 JNT0 認定外国人観光案内所地域セミナー（九州・沖縄ブロック別研修会）への参加	
期 日	令和5年7月7日
参加者	県観光連盟1名
目的・内容	JNT0 認定外国人観光案内所のスタッフ向けの地域セミナー（ブロック別研修会）に参加した。今回は、案内所における災害時の対応、連携方法やJNT0の事業説明、認定案内所の取組み紹介、グループディスカッション等があった。
効果・課題	JNT0 や九州管内にある外国人観光案内所の取組等を聞くことができ、今後の受入体制の参考になった。

## (イ) 通訳ガイドの育成

日本政府観光局（JNT0）や、九州観光機構と連携しながら全国通訳案内士等通訳ガイドの育成や活用に取り組んだ。

① 2023年度全国通訳案内士試験セミナーの開催	
期 日	令和5年6月17日
場 所	かごしま交流センター
参加者	13名
目的・内容	鹿児島県において外国語で観光案内ができる通訳案内士の資格取得を促進するため、通訳案内士試験セミナーを開催し、外国人観光客の受入体制

	整備を促進した。 講師：アイエス通訳システムズ 山崎 美智子 氏
効果・課題	今後も、鹿児島県の通訳案内士資格取得者の増加を図り、質の高い観光案内を目指す。

② 令和5年度通訳ガイド有資格者レベルアップ研修	
期 日	令和5年5月～7月
委託先	一般社団法人鹿児島ワンダフルウォーク
参加者	66名
目的・内容	<p>本県には約100名の通訳ガイド有資格者がおり、その数は年々増加しているが、実際に通訳ガイドとして活躍している人は少なく、繁忙期には他県から派遣されたガイドに依存せざるを得ない。このような状況を踏まえ、本県の魅力を十分に伝えられるスキルを持つ通訳ガイドの育成を図った。</p> <p>*座学4回 *現地研修1回 フォローアップ研修1回</p>
効果・課題	鹿児島県の歴史を外国語で正確に説明できるように、内容の濃い歴史と日本文化のガイドスキル養成を目指した。まだ、即戦力となる人数は不足しており、これからも継続した実施が必要と思われる。

#### (ウ) 受入体制づくり講習会の開催

観光関係者に対し、外国人観光客を受け入れる際に留意すべき案内表記や情報発信、ムスリム対応等、受入体制の整備・充実に係る講習会を開催した。

① 令和5年度外国人観光客受入体制推進講習会の開催	
期 日	令和5年11月8日
場 所	鹿児島県市町村自治会館4階会議室
参加者	リアル参加42名 オンライン参加40名
演題・講師	<p>① 「インバウンドセカンドステージの課題」 講師：日本ベストサポート㈱代表取締役 森谷義博 氏</p> <p>② 「観光DX・インバウンド受入に伴う法的留意点」 講師：TMI 総合法律事務所 弁護士 中山茂 氏、池知貴大 氏</p> <p>③ 「旅中における情報発信強化手段の解説」 講師：キネッソジャパン ユニットディレクター 小林圭介 氏</p>
目的・内容	外国人観光客の増加や多様化に対応するため、コロナ収束後、将来を見据えた受入体制の向上を目的に講習会を開催した。
効果・課題	コロナ収束後、インバウンドの動きも回復基調にあるものの、まだ完全に戻っておらず、回復後を見据えて受入体制を整えておく必要がある。

	<p>コロナ等の影響で人員不足に陥った事業者もあるため、デジタル化を推進し業務の効率化や的確な情報をいかにスピーディーに旅行者に伝えるかが大きな課題となっている。</p>
--	---

## イ. 県観光ホームページ外国語版を活用した情報発信等事業

県観光連盟に外国語情報発信推進員を設置し、県観光ホームページにおける外国語情報を充実させ、タイムリーで信用性の高い情報発信を行った。

### (ア) 県観光ホームページ外国語版を活用した情報発信等の業務

内 容	件 数
①既存掲載情報の修正、整理	185件
②観光スポット、グルメ、体験メニュー等の掲載	382件
③新規掲載情報の収集（取材）及び記事の作成	15件
④デザイン変更及び新着情報の掲載	23件
⑤掲載記事の翻訳依頼、問い合わせ等への対応	107件

## ウ. 海外等観光客誘致強化事業

海外旅行エージェント・マスコミの招請、クルーズ船の受入等の業務について、観光客受入アシスタントを設置し、受入体制の充実を図るとともに国内外からの更なる観光誘客を促進した。

## エ. ムスリム・フレンドリー受入体制整備事業

世界のムスリム教徒の人口は約16億人で、今後更にムスリム圏からの外国人観光客の増加が期待されるため、ムスリム・フレンドリーな観光地としての受入体制整備を推進する。また、ムスリムハラール対応に加え、ヴィーガンやベジタリアン等の多様な食への対応も推進した。

### (ア) フードダイバーシティセミナーの開催

県内観光施設管理者や調理担当者向けにフードダイバーシティに関するセミナー



ーやデモンストレーション等を実施し、受入体制の普及啓発を図った。

① フードダイバーシティセミナーの開催	
期 日	令和6年2月20日
場 所	坂元醸造(株)坂元のくろず「壺畑」情報館レストラン
参加者	30名（リアル参加15名、オンライン参加15名）
演題・講師	（講師） フードダイバーシティ(株)代表取締役 守護 彰 氏 （演題） 基礎から分かる&今日からできる！ヴィーガンハラル等の多様な食文化への対応
目的・内容	ベジタリアンやヴィーガンなど多用な習慣、食生活を持つ外国人観光客が、安心して「食」を体験できるよう受入体制を強化するため、関係者を対象に講演とヴィーガン食を試食した。
効果・課題	専用の食材や調理器具、メニュー作成を難しく考える必要はなく、少しの工夫で対応できることを学んだ。

#### （イ）ムスリム受入セミナー等の開催

ムスリムの受入体制の充実を図るため、セミナーを開催した。

① ムスリムフレンドリーセミナーの開催	
期 日	令和6年3月6日
場 所	a. 鹿児島マネジド&イスラム文化センター b. ホテルウェルビューかごしま
参加者	40名（リアル参加28名、オンライン参加12名）
講 師	a. 鹿児島マネジド&イスラム文化センター 広報担当役員：ハッサム イサム 氏 b. 南薩食鳥(株) 営業部係長 濱田 和保 氏
目的・内容	鹿児島市にあるマスジド（モスク）を見学、「ムスリム」についての説明を受けた。また、食に関する知識を広めていくことを目的に、会場を変更して「ハラルフード」の弁当を試食して情報交換を図った。
効果・課題	ハラルフード等の知識を習得することで、外国人観光客としての「ムスリム」を受け入れる際の参考に資するため開催した。 まだ、参加者のムスリムについての知識が不足しているため、今後も継続的な開催が必要であると思われる。

## （５）観光事業功労者等表彰

本県観光振興に功績のあった観光事業功労者、優良観光団体、優良従業員等の表彰や、日本観光振興協会等への九州、全国表彰候補の推薦を行った。

受賞者内訳（令和５年度表彰種別）	受賞者数
鹿児島県観光連盟観光事業功労者	３名
同優良観光団体	１団体
同優良従業員	１６名
日本観光振興協会九州支部長表彰	１名

## （６）地域における行催事等の後援・協賛

県内各地における関係機関・団体，ＮＰＯ法人等が実施する各種催事等のうち、観光客の誘致が期待されるなど、本県観光の振興をはじめ、地域の活性化等に資することが見込まれる行催事等につて後援、協賛を行った。

（後援、協賛件数）３５件

## （７）陳情・要請活動

観光を取り巻く諸問題や課題等に対し、関係団体とも連携しながら関係機関等への陳情・要請活動を行った。

## Ⅱ その他の事業（相互扶助等事業）

### 1 当連盟の組織の充実及び連携強化等に資する事業

#### （１）観光関係者新年互礼会の開催

当連盟会員を中心とした新年互礼会を開催し、相互の連携強化、情報交換を図った。

〔期日〕 令和 6 年 1 月 5 日（金）

〔場所〕 城山ホテル鹿児島

〔参加者〕 4 6 5 名

#### （２）会員ガイドブックの作成

当連盟会員を紹介する会員ガイドブックを作成した。

〔作成期日〕 令和 5 年 6 月

〔作成部数〕 9 0 0 部

## Ⅲ 法人会計

### 1 管理業務・法人全般に係わる事項

#### （１）総会、理事会等の開催

会議種別	開催期日	開催場所	出席者数（人）
定時総会	R 5 . 6 . 3 0	城山ホテル鹿児島	337 名（委任状含む）
第 1 回理事会（定例）	R 5 . 5 . 2 6	城山ホテル鹿児島	理事（29）＋監事（1）
第 2 回理事会（臨時）	R 5 . 6 . 3 0	城山ホテル鹿児島	理事（31）＋監事（3）
第 3 回理事会（定例）	R 5 . 1 0 . 2 0	サンロイヤルホテル	理事（29）＋監事（2）
第 4 回理事会（定例）	R 6 . 3 . 2 5	城山ホテル鹿児島	理事（25）＋監事（2）

## (2) 市町村観光協会等会長会議の開催

市町村観光協会等に求められる役割や課題、組織のあり方、他地域観光協会等との連携などについて情報交換、協議するため平成26年度から開催してきている。

### ① 令和5年度市町村観光協会等会長会議

(期 日) 令和5年9月27日

(会 場) アートホテル鹿児島

(出席者) 23団体(36名)

(内 容)

〔講演〕

(演題)「観光協会等の経営をアップデートする」

(講師) 一般社団法人みなみあそ観光局 戦略統括マネージャー 久保 堯之 氏

〔意見交換〕

・市町村観光協会等における課題等について

## (3) その他管理業務、法人全般に係わる業務