

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・マスコミ等に本県への旅行企画や観光紹介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やコンビニ、通販サイト等で有償頒布した。

〔作成期日〕 年1回発行（令和7年2月発行）

〔作成部数〕 10, 200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、アクセスナビ、会員観光施設等を網羅した総合観光ガイドブックの作成

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〕 年1回発行（令和6年11月）

〔作成部数〕 1, 200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リーフレットを増刷し、海外の旅行社やマスコミ及び海外の旅行博等で無償提供した。

〔作成期日〕 令和7年1月～3月

〔作成内容〕 海外誘客リーフレット（部数）

・英語版	16,000部	・韓国版	10,000部
・中国語簡体字版	10,000部	・中国語繁体字版	12,000部
・タイ語	6,000部		

（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

ホームページを専門に運営、管理する観光情報発信推進員を県観光連盟に置き、インターネット等を活用して最新の県観光情報をリアルタイムに発信、提供した。

〔サイト名〕 鹿児島県観光サイト

〔URL〕 <https://www.kagoshima-kankou.com/>

〔データ取得期間〕 日本語：2024年4月1日～2025年3月31日

多言語：2024年4月1日～2025年3月31日

※本表は日本語年4回、多言語年2回の委託業者によるデータ分析数値を元に作成

	ユーザー数			PV（ページビュー）数			エンゲージメント率 ※
	総計	一日平均	前年比	総計	一日平均	前年比	R6 平均
日本語	4,917,357	13,472	106%	13,372,514	36,637	110%	61%
多言語							
英語	198,460	544	103%	420,726	1,153	105%	51%
中国語繁体字	169,219	464	113%	548,067	1,502	112%	63%
中国語簡体字	22,980	63	128%	66,175	181	148%	51%
韓国語	38,887	107	141%	127,088	348	149%	62%
ベトナム	6,224	17	136%	14,425	40	144%	54%

※エンゲージメント率：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）

日本語サイト全体 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	7,029,608	6	宿泊	232,413
2	イベント	1,826,256	7	フォトダウンロード	231,204
3	特集	1,472,334	8	交通アクセス	108,255
4	モデルコース	1,233,621	9	体験	99,932
5	グルメ・お土産	326,008	10	新着情報	85,601

人気ページランキング（上位 15 件）

順位	ページタイトル	PV 数
1	観光スポット TOP ページ	1,818,192
2	モデルコース TOP ページ	401,463
3	【公式】鹿児島県観光サイト かごしまの旅（全体 TOP ページ）	375,105
4	イベント TOP ページ	302,254
5	雄川の滝 観光スポット	159,282
6	天文館 観光スポット	150,389
7	フォトダウンロード 鹿児島県の学校・旅行会社向けサイト	145,227
8	曾木の滝公園 観光スポット	107,778
9	霧島神宮 観光スポット	100,962
10	知覧特攻平和会館 観光スポット	87,405
11	【2024 年】鹿児島の夏祭り 六月灯を愉しむ 特集	83,441
12	【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	82,273
13	鹿児島市～指宿&知覧 1 泊 2 日コース モデルコース	81,622
14	桜島 観光スポット	81,407
15	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	73,212

都道府県別順位・上位 10 位

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	1,790,987	6	愛知	103,520
2	鹿児島	704,887	7	北海道	98,827
3	福岡	527,602	8	千葉	91,185
4	大阪	413,673	9	兵庫	90,167
5	神奈川	114,485	10	宮崎	83,143

観光情報発信推進員の業務内容

観光情報発信推進員	県観光連盟 1 名（日本語サイト）
業務内容	<ul style="list-style-type: none"> ・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」等への新規掲載・更新 1,310 件
	・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 43 件
	・フォトダウンロード新規掲載・更新 81 件
	・パンフレット、動画の新規掲載・更新 50
その他	・お問合せ対応（フォームへの返信） 都度
	合計 1,673 件

〔備考〕

※集計期間：2024 年 4 月 1 日～2025 年 3 月 31 日

※情報発信件数は、県・連盟・市町村・観光協会等が作成・更新したものも含む（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ため）

（観光サイトの保守管理及び改修）

① 観光サイト サーバーの保守・管理	
期 間	令和 6 年 4 月 1 日（月）～令和 7 年 3 月 3 1 日（月）
委託先	株式会社 トラベルジップ
目的・内容	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。

（観光サイトセミナーの開催）

① 令和 6 年度鹿児島観光サイトセミナー（海外誘致部多言語サイト、県 PR 観光課と共同開催。観光庁の専門家派遣要請事業を利用）	
実施日	令和 6 年 8 月 2 7 日（火）
場 所	霧島市＋オンライン
講師	株式会社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、地域振興局及び支庁、市町村・観光協会・DMOの情報発信担当部署 23団体が参加

目的・内容	インバウンドを含む入込客数増加や県内の周遊促進につながる県観光サイトの作成とコンテンツ制作について、実例を元に紹介。各市町の情報発信に役立ててもらおうと共に、県内全域での県サイトの活用促進を図る。
効果・課題	適正なサイト運営で効果的に集客し、県内の観光消費を高める手法を学ぶことができた。また、鹿児島県内事例・他県事例などを紹介することで、具体的な手法の情報共有ができた。

(備考) 現在 33 の市町村・観光協会のほか、県地域振興局等が県観光サイトの管理画面にユーザー登録。県観光サイトからの情報発信を実施し、サイト更新に関わっている。

(新規観光素材の取材、記事作成等)

① 霧島・垂水紅葉取材	
期 日	令和 6 年 1 2 月 9 日 (月)
場 所	霧島市、垂水市
目的・内容	紅葉特集・スポット紹介ページはサイト内でもアクセス数が多く需要が高いが、現サイト内の写真が古く、十分な素材がなかったことから、旬な時期に現地を撮影取材し、最新情報をサイトに掲載。
効果・課題	県観光サイトへの掲載だけでなく、フォトダウンロードへの掲載等、写真を整理しアクセスしやすいよう整備に努める。

② 県内観光スポット及び体験取材	
期 日	令和 6 年 1 2 月 1 7 日 (火) 令和 7 年 1 月 1 4 日 (火)、2 月 2 1 日 (金)、2 月 2 8 日 (日)
場 所	薩摩川内市、指宿市、南九州市、南さつま市
目的・内容	県内の新規スポットをはじめ、いちご狩り等の季節ものの体験、既存スポットの最新情報の確認等、現地を直接取材した内容を、県観光サイトへ登録、更新していく。
効果・課題	特集やモデルコースへも素材を反映させ、より有意義に当県を周遊して頂けるよう努める。

(会議への参加)

① 九州各県国内 Web 担当者会議への参加	
実施期日	令和 6 年 6 月 4 日 (火)、1 2 月 2 日 (月)
主 催	一般社団法人九州観光機構
目的・内容	九州各県並びに九州観光機構の各観光サイトやデジタルプロモーションの現状を共有し、より効果的な情報発信を実施するため、各県 WE B 担

	当者の会議へ参加した。
効果・課題	観光サイトにおける九州観光機構及び各県の取組、課題、成果等を共有でき、当県観光サイトについても参考にさせて頂いた。観光サイト一位の三重県の事例、AIライター活用例、観光サイトを利用した収益事業についても共有いただいた。

(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ため、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」（事務局：当連盟）において、構成団体からの負担金等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) 「南の宝箱鹿児島」の効果的な情報発信の展開

- ① 鹿児島県の「宝」プロモーション事業【旅マエの取組】
 - ・メディア等広告媒体を活用した効果的な情報発信
 - ・観光展出版
 - ・体験商品予約販売サイト「V I S I T鹿児島県」の運用及び利用促進
- ② ニーズに対応した観光情報発信事業【旅ナカの取組】
 - ・県公式観光サイトを活用した情報発信
 - ・観光D Xの推進
 - ・観光パンフレットを活用した情報発信
- ③ 地域の特性と魅力を活かした連携事業【素材の磨き上げ】
 - ・広域観光促進のための連携
 - ・持続可能な観光への取組支援

(イ) 効果的な誘客促進への取り組み

- 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）」
 - ・旅行会社等現地視察・研修等への支援
 - ・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
- ・県観光連絡協議会、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

〔奄美群島の世界自然遺産を生かした観光キャンペーン〕

（奄美・沖縄世界自然遺産登録観光連携事業）

- ・共同プロモーション（魅力発信）

〔重点戦略事業〕

（ア）交通キャリアと連携した誘客キャンペーン

- ・ANAと連携した誘客キャンペーン
- ・J R 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

（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情報発信 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

- ・南九州修学旅行誘致受入対策会議
- ・南九州三県教育旅行招請
- ・熊本県球磨地域の小学校を対象としたセールス

③本県単独事業

- ・誘致セールス（姫路、神戸地区等）
- ・協議会会員との連携事業

（イ）広報宣伝事業

- ①教育旅行ガイドブック更新（WEB用）

（ウ）受入対策事業

- ①受入体制整備推進事業
- ②メッセージ事業
- ③その他受入事業（修学旅行歓迎事業等）

（エ）調査事業

- ① 鹿児島県修学旅行等入込状況調査
- ② 鹿児島県修学旅行分析調査

（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】

市場	委託先	契約区分	主な業務内容
韓国	A T O M. Pro	REP	メディア担当（専属契約ブロガー）
	㈱エイブコム	REP	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	REP	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 同オフィシャルインスタグラム運営
	澤海國際有限公司	REP	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 同オフィシャル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	TAGGER TRAVEL	REP	航空会社、メディア、旅行会社担当
	㈱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
※REP（観光ビジネスパートナー）契約 ＜3市場5社＞			
※SNS 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	8	1	4	3	16
B. 旅行会社等プロモーション	7	4	8	9	28
a. 海外(在日含)セールス、商談会	2	1	3	1	7
b. 海外旅行会社(在日含)等招請	2	2	3	8	15
c. その他	3	1	2	0	6
C. その他	0	0	0	0	0
合 計	15	5	12	12	44

A メディア等プロモーション

本県の認知度向上を図るため、直行便市場の韓国、中国、台湾及び香港に対し、本県の認知度向上を図るため、「観光ビジネスパートナー（レップ）」の起用をはじめ、SNSや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7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	6,255 人 (3 月 31 日現在)
※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> (上海征西广告有限公司)	①微博 Weibo 飞往美丽的鹿児島	*中国向け鹿児島県公式 SNS の運営	① 26,000 人
		② 微信 WeChat 桃园世外 at 鹿児島		② 17,250 人
台湾	雲彩之虹有限公司社長 洪 斐文 <small>コウ フェミ</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 17,201 人
※観光ビジネスパートナー		②インスタグラム同		② 2,549 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」 ②インスタグラム同	*香港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 33,003 人 ② 2,467 人

【各市場別事業実施内容】

【韓国市場】

A

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6年4月1日(月)～令和7年3月31日(月)
委託先	ATOM Pro PD 李 振雨

目的・内容	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。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した。
効果・課題	2023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、韓国からの観光客も順調に増えている状況であるが、日本国内における韓国からの定期便の就航・増便により、自治体間の競争も活発になってきている。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、今後も韓国人の嗜好にあった、タイムリーな誘客に取り組んでいきたい。

A

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6年4月1日（月）～令和7年3月31日（月）
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た。</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>2023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、韓国からの観光客も順調に増えている状況であるが、日本国内における韓国からの定期便の就航・増便により、自治体間の競争も活発になってきている。</p> <p>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情報を随時入手し、韓国からの誘客促進に努めていきたい。</p>

A

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6年4月1日（月）～令和7年3月31日（月）
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、情報発信を行った。</p> <p>※1 日平均訪問者数 268 人。累積フォロワー6,255 人（3 月末現在）</p>
効果・課題	<p>2023 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、韓国からの観光客も順調に増えている状況であるが、今後も FIT 旅行者に役立つような旬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>

A

④ チェジュ航空への広告支援	
期 日	令和 6 年 9 月 2 日（月）～ 26 日（木）
委託先	チェジュ航空
目的・内容	<p>9 月 14 日（土）からチェジュ航空の定期便再開が決定し、それに合わせて、チェジュ航空の SNS を使った本県のプロモーションが実施されたので、支援した。</p>
効果・課題	<p>チェジュ航空の SNS を通じて、本県の観光素材の魅力等を周知することができた。</p>

A

⑤ 韓国ブログマーケティング事業取材受入	
期 日	令和 6 年 10 月 30 日（水）～ 11 月 2 日（土）
委託先	霧島市、姶良市、鹿児島市、枕崎市、南九州市、指宿市
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「NEVER」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ところだが、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、取材を実施した。</p>
効果・課題	<p>チェジュ航空のソウルからの定期便が 9 月から週 3 便、大韓航空のソウルからの定期便が 10 月末から週 7 便に増便と韓国ソウルからの定期便は 1 週間当たり 10 便となり、韓国から本県を訪れる観光客は順調に増えている。今年の冬ダイヤは九州各県に勧告からの定期便が例年より多く運航されるので、直行便のみならず近隣空港利用のお客様にも本県を報恩し</p>

	ていただけるよう本県の最新の観光情報を配信し、誘客促進に繋げたい。
--	-----------------------------------

A

⑥ SNS を活用した地域の情報発信「トランドラン」への記事掲載	
期 日	令和6年11月18日（月）～23日（土）
委託先	一般財団法人自治体国際化協会（CLAIR）ソウル事務所
目的・内容	一般財団法人自治体国際化協会（CLAIR）ソウル事務所の SNS を活用した情報発信事業に応募し、採用されたので、同事務所の SNS を通じて、本県観光素材の魅力を PR した。
効果・課題	本県観光素材の魅力を韓国のお客様に周知することができた。

A

⑦ 韓国 AGL との意見交換	
期 日	令和6年12月6日（金）
場 所	鹿児島市
来鹿者	5名（AGL 関係者）
対応者	3名（県1名、観光連盟2名）
目的・内容	韓国ゴルフ専門 OTA の AGL の関係者が本県ゴルフ場等の視察で来鹿されたので、意見交換等を行った。
効果・課題	本県を訪れる韓国からのお客様は、ゴルフを目的とする方が多いので、同社を通じて、本県のゴルフ場等の PR 並びに送客が期待できる。

A

⑧ 鹿児島県公式ブログ取材	
期 日	令和7年3月28日（金）～31日（月）
場 所	霧島市、いちき串木野市、鹿児島市
来鹿者	1名（韓国現地委託会社（株）エイブコム職員）
対応者	観光連盟1名
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ところだが、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、取材を実施した。</p>
効果・課題	チェジュ航空のソウルからの定期便が9月から週3便、大韓航空のソウルからの定期便が10月末から週7便に増便され、ソウルからの定期便は週10便となり、韓国から本県を訪れる観光客は、順調に増えている。

	今年の冬ダイヤは、韓国から九州各県に定期便が例年より多く運航されているので、直行便だけでなく近隣空港利用者にも本県を訪問していただけるよう本県の最新観光情報を配信し、誘客促進に繋げたい。
--	---

【中国市場】

A

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6年4月1日（月）～令和7年3月31日（月）
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：月4回 （年間計 48回 合計フォロワー 26,000人）</p> <p>*WeChat：月2回 （年間計 24回 合計フォロワー 17,250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>中国東方航空が復便したことから、フォロワーも徐々に増えている。</p> <p>MU鹿児島線を利用してもらうよう、中国の方の目に留まるような画面作りに心がける。鹿児島ならではの体験などの素材をたくさん掲載し、鹿児島への動機付けを行う。</p>

【台湾市場】

A

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6年4月1日（月）～令和7年3月31日（月）
委託先	雲彩之虹有限公司 社長 洪 斐文
目的・内容	<p>台北ー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た。</p> <p>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</p>

	<p>〔主な実施業務〕</p> <p>①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>②現地商談会・セミナー等の企画・運營業務</p> <p>③定期的な情報収集及び提供</p>
効果・課題	<p>訪日旅行の需要が高まる台湾市場において、令和6年5月のチャイナエアライン定期便の再開、令和7年4月の増便を踏まえて、本県知名度の向上と定着に向けたプロモーションを強化し、訪日デスティネーションとしての需要喚起に取り組む。</p>

A

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6年4月1日（月）～令和7年3月31日（月）
委託先	澤海国際有限公司 代表 游 承翰
目的・内容	<p>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る訪日情報に精通している澤海国際有限公司をアドバイザーとして設置し、日常的に現地旅行会社などへのセールス活動を実施、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>台湾旅行会社や教育旅行誘致関係者との連絡調整業務</p> <p>①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>②現地商談会・セミナー等の企画・運營業務</p> <p>③定期的な情報の収集と提供 他</p>
効果・課題	<p>台湾からの復便や増便などにより九州が注目されている訪日旅行において、本県への商品造成が積極的に行われるように現地旅行会社への日常的なプロモーションは必須と考える。同社との連携を強化して取り組む必要がある。</p>

A

③ 台湾市場鹿児島県公式フェイスブック、Instagram運営委託（SNS 情報発信）	
期 間	令和6年4月1日（月）～令和7年3月31日（月）
委託先	雲彩之虹有限公司 社長 洪 斐文
目的・内容	<p>台湾においても増加している 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」</p>

効果・課題	市場規模が拡大するFIT市場において、来県への旅行喚起を促す情報発信を実施する。現地メディアに精通している同社に委託することにより、市場のニーズをタイムリーに反映した効果的な情報発信を行う。
-------	---

A

④ 台湾メディア「楽吃購（ラーチーゴー）」鹿児島取材協力	
期 日	令和6年9月11日（水）～13日（金）
場 所	鹿児島市、指宿市、南九州市、屋久島町
来鹿者	楽吃購2名、JR九州2名一部同行
対応者	観光連盟1名
目的・内容	JR九州が招請した台湾メディア「楽吃購」は、現地の訪日情報発信プラットフォームとして影響力が大きい。FIT市場においての本県旅行意欲を喚起するため取材協力を実施した。
効果・課題	既に露出している本県観光素材を現地リマインドする好機となった。JR九州との連携強化で、九州他県を訪れている台湾旅行客の取り込みを強化する。

【香港市場】

A

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6年4月1日（月）～令和7年3月31日（月）
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	本県への香港航空の復便に加え、熊本線を利用しての香港からの観光客の増加が予想されることから、九州周遊観光などの情報、素材も増やしていく。

A

② 香港メディアファム	
期 日	令和6年7月24日（水）～28日（土）
場 所	鹿児島市、霧島市、屋久島町
招請者	3名

目的・内容	香港での通訳・インフルエンサーとして知名度の高い PEGGY 先生と JAPAN Miru 創始者 ONKI CHAN 氏を迎え、県内の観光素材を取材した。香港において人気上昇中の屋久島では、世界自然遺産区域やヤクスギランド、グルメ、お土産などを紹介した。香港便が復便し屋久島まで足を延ばす観光客が増加しており、自然に囲まれた環境を好む傾向がある。
効果・課題	インフルエンサー PEGGY 先生の FACEBOOK、INSTAGRAM での発信や、観光雑誌 JAPAN Miru の掲載につなげた。

A

③ 香港メディアファム	
期 日	令和 6 年 1 1 月 2 3 日（土）～ 2 5 日（月）
場 所	鹿児島市、霧島市、垂水市
招請者	1 名
目的・内容	香港で著名なユーチューバー、インフルエンサーとして活躍している SAMMIE LEUNG 氏が、新しい鹿児島の観光素材やトレーラーハウスでのグランピング、霧島神宮駅と周辺のカフェなどを取材し、YouTube や FACEBOOK で紹介した。
効果・課題	インフルエンサーとして、今後も FACEBOOK、INSTAGRAM での発信や、SNS での情報発信を行っていきたい。

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 P R 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り組みを行うことにより、外国人観光客の本県への誘客促進を図った。

【各市場別事業実施内容】

【韓国市場】

B-b

① 長期滞在型旅行商品開発のための視察協力	
期 日	令和 6 年 7 月 3 1 日（水）～ 8 月 4 日（日）

場 所	鹿児島市、霧島市、日置市
招請者	4名（韓国現地旅行社等4名）
目的・内容	韓国ソウル現地旅行社の関係者が長期滞在旅行商品造成のため来鹿した。今後、韓国から長期滞在型旅行を喚起するために協力を行った。
効果・課題	<p>韓国も高齢化社会が進み、65歳以上の人口が1,000万人を超えている状況であり、この年齢層のお客様を本県に誘客できるかが今後、韓国からの観光客を増やすポイントの1つだと考える。</p> <p>今般の韓国からの訪日旅行の現状等について意見交換することができ、今後の韓国からの誘客対策の参考になった。</p>

B-c

② 大韓航空定期便（ソウル線）増便に伴う初便歓迎受入	
期 日	令和6年9月2日（月）
対応者	3名（観光連盟3名）
目的・内容	大韓航空の定期便（ソウル線）が、同日より週3便から週5便に増便されたので、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	<p>今般、週5便に増便されたことで、お客様の選択肢も広がり、より韓国から気軽に本県にお越し頂けるようになった。</p> <p>また、冬季に向けてはデイリー運航も予定されおり、定期便が安定的に運航できるように対策を講じていきたい。</p>

B-c

③ チェジュ航空定期便（ソウル線）運航再開に伴う初便歓迎受入	
期 日	令和6年9月14日（土）
対応者	3名（観光連盟3名）
目的・内容	チェジュ航空定期便（ソウル線）が、同日より運航再開（週3便）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	<p>今般、週3便の運航が再開されたことで、大韓航空の週5便と合わせると韓国ソウルからの定期便が毎日運航されることになった。</p> <p>LCCは、若年層の利用も多いので、幅広い年代に本県の観光の魅力を周知する良い機会となることから、韓国国内での本県の更なる認知度向上が期待できる。</p>

B-b

④ 韓国旅行社ゴルフツアーファムトリップ招請	
期 日	令和6年11月14日（木）～16日（土）

場 所	鹿児島市、南九州市、霧島市
招請者	8名（旅行社8名）
目的・内容	韓国ソウルの世洋旅行社等計8社のゴルフ専門旅行社を本県に招請し、県内ゴルフ場でのプレーや視察等を行った。
効果・課題	今年の冬季は、大韓航空もデイリー運航となり、旅行商品も以前より造成しやすく、送客も期待できるが、今年は九州各県に就航している韓国ソウル便が増便となるため、競争も激しくなることが予想されるので、関係各所と情報交換を密に行っていきたい。

B-a

⑤ 福岡セールス	
期 日	令和6年12月11日（水）～12日（木）
場 所	福岡県
出張者	2名（観光連盟2名）
目的・内容	今後の事業を円滑に進めるために、福岡にある関係各所を訪問し、意見交換等を行った。
効果・課題	HANATOUR JAPAN では、ソウル・釜山現地の関係者と直接会って意見交換することができ、今後の韓国からの誘客の参考になった。

B-c

⑥ 鹿児島-釜山間プログラムチャーター初フライトに伴う歓迎受入	
期 日	令和7年1月24日（金）
対応者	3名（観光連盟3名）
目的・内容	エアプサンの鹿児島 - 釜山間のプログラムチャーターが同日から4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	釜山からの本県へのチャーター便は、コロナウイルスの世界的流行収束後、初めての運航となり、釜山周辺のお客様に本県観光の魅力を周知する良い機会となった。 今後もチャーター便の運航、将来的には定期便の就航に繋がるように関係各所と情報交換を行っていきたい。

B-a

⑦ 韓国ソウル現地セールス	
期 日	令和7年2月25日（火）～28日（金）
場 所	韓国ソウル
出張者	3名（県1名、観光連盟2名）

目的・内容	韓国ソウルを訪問し、旅行会社、ランドオペレーター社等を訪問し、意見交換等を行った。
効果・課題	<p>韓国からの訪日旅行並びに本県への送客の現状等を関係各所と意見交換する良い機会となり、次年度の韓国からの誘客促進の参考になった。</p> <p>韓国市場については、夏場はオフシーズンになるが、昨年同様早い段階で定期便が増便できるよう関係各所と密に意見交換を行っていききたい。</p>

【中国市場】

B-b

① 中国富裕層向けの本県視察協力	
期 日	令和6年6月20日（木）～22日（土）
場 所	鹿児島市
招請者	15名（中国現地企業代表等）
目的・内容	（株）行楽ジャパン主催の中国富裕層向けの本県観光素材等の視察が実施されたので、中国における本県の認知度向上を図るために協力した。
効果・課題	本県への上海からの定期便の再開も決まり、本県観光素材の魅力をPRする良い機会となった。また、中国からの訪日旅行の現状等について情報交換をすることもでき、今後の中国からの誘客の参考になった。

B-b

② 中国東方航空セールス委員会関係者視察	
期 日	令和6年6月27日（木）
場 所	南さつま市
招請者	1名
目的・内容	中国東方航空セールス委員会の視察を実施した。中国で大変人気のあるウィスキー工場などを視察した。
効果・課題	今後、中国東方航空の復便が予定されることから、PR活動に更に力を入れていきたい。

B-a

③ 上海からの修学旅行受け入れ歓迎	
期 日	令和7年1月28日（土）
場 所	霧島市、鹿児島市、日置市
招請者	64名（生徒53名、先生10名、旅行社1名）
目的・内容	<p>中国東方航空の鹿児島―上海線を利用し、上海の小学生、中学生が教育旅行として、鹿児島の池田学園と国際交流、県内の観光地を巡った。</p> <p>毎年海外での教育旅行を実施しており、今回が日本で初めて。去年はオ</p>

	ー스트ラリア。
効果・課題	ビザ取得も不要となり、一番近い日本をもっと PR し今後の教育旅行など誘致を図っていく。

B - c

④ 中国上海中旅行国際旅行社関係者視察・打合せ	
期 日	令和 7 年 3 月 1 4 日（金）
場 所	鹿児島市ほか
招請者	1 名
目的・内容	来年度も教育旅行の生徒の送客するために、交流の内容、交流先、視察先について打ち合わせを行った。
効果・課題	今後、中国東方航空の増便が予定されることから、教育旅行の継続に力を入れていきたい。

【台湾市場】

B - a

① J N T O 訪日教育旅行商談会参加および台北セールス	
期 日	令和 6 年 6 月 1 6 日（日）～ 2 1 日（金）
場 所	台北市、高雄市
出張者	2 名（県 1 名、観光連盟 1 名）
目的・内容	訪日教育旅行の需要が多い台湾（台北市・高雄市）で、日本の自治体と現地学校関係者および観光関係者との商談会を JNT0 が実施した。チャイナエアライン定期便の利用促進を踏まえ、修学旅行の誘致を図る目的で参加した。
効果・課題	観光素材・体験の提案と同時に、交流可能な本県の学校を提案する必要性が必須である。リピーターの創出にもつながると考えられることから、自治体と協力して、教育旅行の誘致・促進に取り組む。

B - b

② 台湾 O T A 関係社招請	
期 日	令和 6 年 6 月 1 8 日（火）～ 6 月 2 2 日（土）
場 所	鹿児島市、霧島市
招請者	旅行会社 2 名、メディア関係者 4 名、
対応者	県観光連盟 1 名
目的・内容	㈱ I F O O が手掛ける建築（萌葉、萌葉別邸、ダンケン東開店、霧島神宮駅）を中心に、食や文化の紹介を行なった。
効果・課題	台湾市場に限らない BtoC 発信効果が期待できる。

B - c

③ チャイナエアライン定期便再開における初便歓迎受入	
期 日	令和6年5月7日（火）
場 所	鹿児島空港
対応者	観光連盟3名 及び 指宿市、霧島市、姶良市の協力
目的・内容	中華航空の鹿児島ー台北間定期便の運行が再開されたので、初便到着時に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	約150名の搭乗者が来県した。国内地方空港での活発な復便がみられる中華航空に、今後本県への就航定着・増便を促すためにも効果的だった。

B - b

④ 三普旅行社招請	
期 日	① 令和6年5月20日（月）～22日（水） ② 令和7年3月13日（木）～15日（土）
場 所	① 鹿児島市、霧島市、南九州市、指宿市、伊佐市 ② 霧島市、日置市、鹿児島市
招請者	三普旅行社1名、セブンシーズエクスプローラーズ1名
対応者	観光連盟2名
目的・内容	他市場にも広く人脈をもつ旅行会社であり、人的ネットワークによる来県誘客を図っていくため招請した。視察した各観光施設等では、訪問の動機付けとなるスタッフとの触れ合いなど、特別な体験を紹介した。
効果・課題	複数回の招請を含めた意見交換の積み重ねで、関係構築ができています。招請者の人脈による、台湾に限らない広域からの富裕層誘客の定着に努める。

B - a

⑤ 台湾旅行博 T T E（台北国際観光博覧会2024）への協力	
期 日	令和6年5月31日（金）～6月3日（月）
場 所	台北世界貿易中心
目的・内容	同旅行博の共催社である中華航空ブースに本県特産品を提供し、イベント景品として活用頂いた。
効果・課題	旅行博への出展参加はしなかったが、中華航空の影響力を生かした効果的な露出となった。今後も、本県観光アドバイザーが創出する中華航空との連携の機会を活用していきたい。

B-b

⑥ 台湾焼酎ツーリズム造成のための視察へおよびツアー催行時の協力	
期 日	視察：令和6年7月19日（金）、8月5日（月）、 ツアー本番：令和6年11月19日（火）～23日（土）
場 所	視察：県内本格焼酎蔵（霧島市、枕崎市、いちき串木野市） 本番：霧島市、枕崎市、日置市、いちき串木野市、鹿児島市
出張者	視察：観光連盟1名 ツアー本番：ツアー参加者32名、観光連盟1名、霧島市1名
目的・内容	台湾市場向けに日本酒ツーリズム（兵庫県）を確立したインフルエンサー王氏と汎佳旅行社（台北）が、本県での焼酎ツーリズムを企画しており、11月19日の催行に向けて、県内本格焼酎蔵の視察を行った。 台湾現地旅行会社（汎佳旅行社）、王氏と鹿児島県内訪問各施設の担当者と連携し、32名参加者によるツアー催行ができた。
効果・課題	ツアー催行後、参加者・受入社からのフィードバックを元に、関係者で改善に向けた意見交換を重ねている。令和7年度のツアー継続催行に向けて、具体的な調整を進めており、定番商品化が期待できる。

B-a

⑦ 台北旅行会社等セールス	
期 日	① 令和6年10月28日（月）～11月1日（金） ② 令和6年12月4日（水）～6日（金） ③ 令和7年2月13日（木）～15日（土）
場 所	台北市、
出張者	① 観光連盟2名 ③観光連盟2名 ②観光連盟1名
目的・内容	個人旅行客をメインに扱うエージェントやOTA訪問で、チャイナエアラインとの共催キャンペーンに関するフィードバックを行った。これまで台湾市場でテラーメイド型旅行を展開していた飛亜旅行社と、欧米豪市場取込を踏まえた情報交換を実施した。
効果・課題	欧米豪から台湾に訪れている旅行客に対して、台北をワンストップとした鹿児島への誘客を目的としたトライアルを次年度実施することとなった。また、同社のゴルフ愛好者向けアプリを活用した来県誘致にも、取り組むこととする。

B-c

⑧ ワシントン・インターナショナルスクール台中の学校交流受入協力	
期 日	令和7年2月5日（水）
場 所	鹿児島県立国分高校

出張者	観光連盟 1 名、霧島市 1 名
目的・内容	当連盟が加盟している A I S O（アジアインバウンド観光振興会）に所属している日本ワールドエンタープライズ㈱扱いで、台中の教育旅行（学生 3 2 名、引率 2 名）受入を実施した。霧島市・国分高校の協力による学校交流と、鹿児島市内での農家民泊を体験してもらった。
効果・課題	雪による天候不良で、当日変更調整を多く必要としたが、生徒会主導で活発な学生交流ができていた。学生交流および民泊の情報提供、受入に係る丁寧なケアの実施で、教育旅行受入の定着と促進に努める。

【香港市場】

B - b

① EGL TOURS 視察（5 回）	
期 日	1) 令和 6 年 4 月 1 日（月） 2) 令和 6 年 8 月 7 日（水）～ 9 日（金） 3) 令和 6 年 1 0 月 2 日（水）～ 4 日（金） 4) 令和 6 年 1 2 月 1 7 日（火）～ 1 8 日（水） 5) 令和 7 年 1 月 6 日（月）～ 8 日（水）
場 所	1) 霧島市、鹿児島市 2) 霧島市、指宿市、鹿児島市、人吉市 3) 霧島市、指宿市、鹿児島市 4) 霧島市、鹿児島市 5) 姶良市、霧島市、鹿児島市、えびの市
招請者	1) 1 名 2) 3 名 3) 1 名 4) 1 名 5) 2 名
目的・内容	香港航空復便でツアー造成を強化する目的で視察を行った。霧島で利用可能なホテルを視察、打合せを行なった。
効果・課題	香港空港―熊本空港便もあることから、熊本空港 I N 鹿児島空港 O U T のツアーの検討も行った。香港航空を利用した更なる鹿児島へのツアー造成を働きかけたい。公園など花畑需要が高く、打ち合わせなどを行った。

B-a

② 香港セールス	
期 日	令和6年5月13日（月）～15日（水）
場 所	香港
出張者	4名（県2名、観光連盟2名）
目的・内容	コロナ禍以降、初めての香港セールスを実施した。J N T O, 旅行会社を訪問し、現況の聞き取りと鹿児島県の最新素材のPRを行なった。
効果・課題	香港航空が再開したが、予約期間が短くツアーが作りづらいということだった。熊本県への便数が多いので、熊本 I N 鹿児島 O U T のツアー行程を提案した。

B-b

③ インバウンド研修会（EGL TOURS 袁社長講演）	
期 日	令和6年7月3日（水）～5日（金）
場 所	霧島市、鹿児島市
招請者	3名
目的・内容	インバウンド研修会・交流会の一環として招聘、観光地視察とあわせて霧島地区のホテルなどを視察した。
効果・課題	香港航空は熊本がデイリー、鹿児島が週3便で益々香港からの観光客の増加が見込まれることから、南九州を周遊するコースのツアー造成を図るための視察を実施した。

B-b

④ EGL TOURS 創立39周年記念祝賀会への参加	
期 日	令和7年2月20日（木）～23日（日）
場 所	香港
出張者	3名
目的・内容	EGLTOURS の創立39周年祝賀会に出席した。日本から300名を超える関係者が集結した。日本への（鹿児島）送客 No1 への謝意を伝え、今後の本県へのツアー造成を働きかけた。
効果・課題	今後、鹿児島のオンリーワン素材を磨き上げ、体験できる仕組み作りが急務である。

B-b

⑤ EGL TOURS 創立39周年祝賀交流会 I N 鹿児島	
期 日	令和7年3月5日（水）～6日（木）
場 所	霧島市、鹿児島市
招請者	4名

目的・内容	香港で EGL TOURS 創立 39 周年祝賀会が開催された。鹿児島からの参加者が全国で一番多かったこともあり、御礼を伝えに来鹿された際、鹿児島で、関係者と交流を図った。
効果・課題	香港線のデイリー化が近く実現することに伴い、鹿児島ならではの体験、素材などを PR し送客増加を図っていきたい。

(イ) 戦略的市場からの誘客強化事業

【戦略的市場のプロモーション実施件数】

(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	4	3	0	14
B. 海外旅行会社等プロモーション	3	5	4	7	13	32
a. 海外(在日含)セールス、商談会等	2	3	2	1	1	9
b. 海外旅行会社(在日含)招請等	1	2	1	5	5	14
c. その他	0	0	1	1	7	9
C. その他	0	0	0	1	2	3
合 計	6	9	8	11	15	49

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り組みを続けているシンガポール、タイ、ベトナム、欧米豪の市場に対し、「観光ビジネスパートナー（レップ）」の起用をはじめ、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。

【戦略的市場へのSNSによる情報発信の実施状況】

(令和7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	㈱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	16,075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	18,961 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	12,290 人

【各市場別事業実施内容】

【シンガポール市場】

A

① シンガポール旅行博 NATAS とプレイベント Pre NATAS への出展	
期 間	Pre NATAS：令和6年7月6日（土）、7日（日） NATAS：令和6年8月16日（金）～18日（日）
場 所	Pre NATAS：One & Co（コワーキングスペース） NATAS：Singapore EXPO（シンガポール最大の国際展示場）
委託先	SINKEN TRADE & MARKETING 代表 許原韶ケナード
目的・内容	シンガポール市場における鹿児島県の認知度向上および誘客に向けた旅行商品販売促進を目的に、シンガポール最大の旅行博 NATAS への JTB シンガポール支店との共同出展と、同社主催のプレイベント Pre NATAS へ出展した（Pre NATAS は SINKEN TRADE & MARKETING へ委託）。
効果・課題	<p>【Pre NATAS】</p> <p>鹿児島のパレゼンテーション後、JTB シンガポール支店が造成した鹿児島を含む九州旅行商品の販売促進、ブースでの特産品の試飲食を含む観光 PR 等を行った。</p> <p>参加客：高島屋 JTB トラベルサロン会員、Citibank カード会員</p> <p>参加客数：7/6…58名、7/7…68名</p> <p>出展者：鹿児島県、愛媛県、石川県、神奈川県、静岡県、東京都、米沢市、日本航空、JR 東日本</p> <p>鹿児島の旅行商品販売数：5名分</p> <p>【NATAS】</p> <p>JTB ブース内に共同出展し、観光 PR および Pre NATAS で造成した鹿児島旅行商品の販促を行った。屋久島に関する問い合わせや、福岡行き航空券を購入済みの方の具体的な旅程相談等も多くあった。</p> <p>来場者数：101,514名</p>

	出展者数：75団体 鹿児島県の旅行商品販売数：19名分
--	--------------------------------

A

② シンガポール旅行博 NATAS における AZZA TRAVEL とのスポンサー契約	
期 間	令和6年8月16日（金）～18日（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、昨年度に続きムスリムフレンドリーの鹿児島旅行商品を販売していただく。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 を通じて情報発信を行うとともに、NATAS 会場においてパンフレット等でプロモーションを行った。
効果・課題	同社 Facebook で30回、Instagram で26回、計56回鹿児島の観光情報を発信した。 世界の中でムスリム人口の占める割合は高く、本県認知度向上のため、ムスリム市場に対して継続的に本県観光の情報発信を行っていく。

A

③ トラベルライター John Tan 氏による鹿児島取材協力	
期 間	令和6年11月3日（日）～11日（月）
場 所	県本土各地、屋久島町
取材者	シンガポール人フリーライター John Tan 氏
目的・内容	シンガポール最大の新聞“The Straits Times”に観光系フリーライターとして、日本の観光地や宿について寄稿している John Tan 氏の取材に協力し、県内各地の魅力を同紙で発信してもらうことで、本県の認知度向上を図った。
効果・課題	取材内容は、次年度中に記事として掲載される予定。

【タイ市場】

A

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6年4月1日（月）～令和7年3月31日（月）
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。
-------	--

A

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6年11月26日（火）～29日（金）
場 所	鹿児島市、指宿市、南九州市、薩摩川内市、阿久根市、出水市
招請者	タイ人インフルエンサー1名
対応者	2名（県1名、観光連盟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った。
効果・課題	公式 Facebook での定期掲載に加え、取材期間中に撮影した写真や動画を、フォロワー数 42 万人超を誇る同インフルエンサーの SNS（Facebook、Instagram、ブログ）に掲載した。これにより、本県の未認知層へのリーチ拡大を図ることができた。

A

③ タイ旅行博 T I T F への出展および現地セールス	
期 間	令和7年1月15日（水）～22日（水）
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
出張者	3名（県1名、観光連盟2名）
目的・内容	本県の認知度向上と誘客促進を目的にブース出展し、何度も来鹿経験のある旅行社 AA Travel Service のスタッフを中心に、ブースで観光案内を行った。また、H. I. S. Tours（株式会社エイチ・アイ・エスのタイ現地法人）と連携している「島ノ旅」ブランディングのもと、屋久島と奄美大島の旅行商品の販売促進も同時に実施した。
効果・課題	<p>4 日間の総来場者数は約 30 万人に達し、盛況となった。ブースでは、HIS の「島ノ旅」商品や JR 九州の観光列車・レールパスのパンフレットも設置し、福岡空港を経由した鹿児島旅行の提案を積極的に行った。実際に、福岡や奄美大島行きの航空券をすでに購入済みの来場者が具体的な旅程について相談するケースもあり、ブースの役割は単なる情報発信にとどまらず、コンシェルジュ機能を兼ね備えたものとなり、実際の誘客にもつながっている。</p> <p>また、現地の旅行会社向けと、現地飲食店の常連客向けに、それぞれ鹿児島島の観光セミナーを実施し、来年度中に県本土や屋久島への旅行を予定</p>

	している。
--	-------

A

④ 旅行社 Quality Express の旅行冊子への広告掲載	
期 間	令和 7 年 1 月
目的・内容	昨年度事業で同社のファムツアーを行い、本県の旅行商品の造成および継続的な販売をして頂いている。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掲載を行い、本県の認知度向上を図った。
効果・課題	本県を巡る旅行商品の紹介ページに隣接して、A4 サイズ 1 ページ分を活用し、タイ人に人気の高い鹿児島島のフォトジェニックなスポットを特集した。旅行中に素敵な写真を撮りたいというタイ人の高いニーズに応えるため、今後もイメージ戦略を意識しながら取り組んでいく。

【ベトナム市場】

A

① 観光ビジネスパートナー（ベトナム市場現地観光アドバイザー）の設置	
期 間	令和 7 年 1 月 1 日（水）～令和 7 年 3 月 3 1 日（月）
委託先	TAGGER TRAVEL
目的・内容	本県はベトナムとの定期便就航を目指していることから、現地における更なる知名度、認知度の向上を図るための施策を現地関係者と協力し、進めていく必要がある。そこで、ベトナム市場における訪日旅行事情に精通しており、航空会社、旅行会社、ランドオペレーター社、メディア等に幅広い人的ネットワークを持つ同社へ「ベトナム市場開拓アドバイザー」を委託することで、本県の目標に向けた活動を推進する。
効果・課題	2025 年 3 月 26 日～30 日のハノイー鹿児島間チャーター便運航に合わせて、現地でのセールス活動を実施。その際、旅行会社および関係機関への訪問、事前の連絡・調整を行い、また、ベトナム航空との定期便化に向けた会議にも出席するなど、今後の誘客促進および定期便実現に向けた関係強化が図られた。 今後さらに同社との連携を深め、継続的な情報収集と誘客促進に向けた取り組みを進めていきたい。

A

② 観光ビジネスパートナーの県内視察研修	
期 間	令和 7 年 2 月 3 日（月）～ 7 日（金）
場所	鹿児島市、指宿市、霧島市、都城市
招請者	TAGGER TRAVEL 3 名
対応者	県観光連盟 2 名

目的・内容	本年より、同社に「ベトナム市場開拓アドバイザー」委託をしている。これに伴い、担当者を本県へ招請し、今後の旅行商品造成や誘客強化を図った。
効果・課題	<p>本年3月のチャーター便運航をはじめ、ベトナムとの定期便就航に向け、今後のさらなる誘客を促進するため、県内の主要観光地を中心に案内し、意見交換を行った。</p> <p>今後もビジネスパートナーとして、現地情報の収集・提供や、誘客促進につながる企画の立案・実施を通じて、BtoB および BtoC へのアプローチを推進していく。</p>

A

③ 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6年4月1日（月）～令和7年3月31日（月）
委託先	(株)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回程度、本県の観光情報発信を行った。
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ができており、フォロワー数も順調に伸ばしている。

A

④ 訪日外国人旅行者誘致のためのVR動画制作	
期 間	令和6年6月1日（土）～8月31日（土）
委託先	ひなたスマイルケアサポーターズ株式会社
目的・内容	インバウンド誘客のための認知度向上および旅情喚起を目的に、鹿児島4泊5日のモデルコースの360度VR動画を制作した。
効果・課題	完成動画は、海外現地の旅行博や各種イベント、現地旅行会社・ランドオペレーター社との商談会など、市場を問わずBtoB および BtoC プロモーションで幅広く活用していく。

【欧米豪市場】

A

① 英語圏市場鹿児島県オフィシャルフェイスブックの運営委託	
期 日	令和6年4月1日（月）～令和7年3月31日（月）
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	欧米豪向けに、同エリアで興味を持たれる鹿児島の観光素材の情報発信

	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った。 ※鹿児島県公式フェイスブックページ「Discover Kagoshima」の運営
効果・課題	広告配信による鹿児島未認知層へのリーチを加え、発信内容を分析するための市場ニーズの把握に努める。

A

② ナショナルジオグラフィック英国版鹿児島取材対応	
期 日	令和6年10月4日（金）～5日（土）
場 所	いちき串木野市
招請者	ナショナルジオグラフィック英国版記者1名 レベッカ ハレット氏
対応者	観光連盟1名
目的・内容	JNTOロンドン主催で、ナショナルジオグラフィック英国版の記者が九州取材で訪日し、本格焼酎をテーマに鹿児島視察をした。
効果・課題	本県取材後、ワールドトラベルマートロンドンWTM2024において、レベッカ氏による訪日プレゼンテーションにおいて鹿児島の紹介も行われた。

A

③ フィンランドメディアMondo鹿児島取材対応	
期 日	令和7年3月22日（土）～24日（月）
場 所	指宿市
招請者	Mondo（フィンランド旅行雑誌）編集長 ペッカ・ヒルトゥネン氏
対応者	観光連盟1名
目的・内容	JNTOストックホルム主催（指宿白水館協力）で、フィンランド旅行雑誌Mondoが指宿を取材した。
効果・課題	フィンエアーの復便・増便もあり、北欧での訪日需要は高まっている。 JNTOストックホルム事務所との連携で、鹿児島PRの機会を創出していく。

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、当該市場の現地旅行社等を本県に招請し、観光地の視察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。

【シンガポール市場】

B-b

① 在京ランドオペレーター社の視察招請	
期 日	令和6年6月27日（木）～7月1日（月）
招請者	株式会社ティ・エ・エス 2名
場 所	屋久島町、指宿市、鹿児島市、霧島市、湧水町
同行者	観光連盟 2名
目的・内容	富裕層向け高付加価値旅行商品の造成に向けて、東南アジア・欧州・中東の現地旅行会社との繋がりが強い同社を本県へ招請し、宿泊施設や観光地、体験型コンテンツ等を視察していただいた。
効果・課題	定番の屋久島観光のみならず、今までにない体験や食を組み合わせた屋久島ならではの新たな高付加価値コンテンツを、現地のガイドや観光事業者と協働して作り上げている。今後、様々な市場で展開できるようさらに磨き上げていきたい。

B-a

② 旅行博NATASへの出展	
期 日	令和6年8月16日（金）～18日（日）
場 所	シンガポール
出張者	3名（県1名、観光連盟2名）
目的・内容	旅行博NATASへの出展（詳細はメディア等プロモーション事業／シンガポール市場①参照）のためシンガポールへ出張し、現地旅行会社等へのセールスや意見交換を実施した。
効果・課題	※旅行博NATASへの出展については、メディア等プロモーション事業シンガポール市場①参照。

B-a

③ 富裕層向けラグジュアリートラベルイベントへの出展	
期 日	令和6年10月2日（水）～6日（日）
場 所	シンガポール
出張者	観光連盟 2名
目的・内容	JTBシンガポール支店主催の富裕層向けに開催するラグジュアリートラベルイベントで、普段リーチできない富裕層客に対して効果的なプロモーションが見込めるため出展した。
効果・課題	<p>イベント概要は以下の通り。</p> <p>日時：令和6年10月5日（土）</p> <p>目的：シンガポールの富裕層開拓およびラグジュアリーコンテンツの紹介</p> <p>参加ゲスト：会員制プライベートクラブの会員42名</p> <p>参加団体：JNT0、Royal Road Ginza、帝国ホテル、ReM CLINIC、西武プリンスホテル&リゾート、鹿児島県観光連盟</p> <p>各団体10分間のプレゼンテーションを行い、その後自由商談の流れで実施されたが、参加ゲストの反応が良く、今後の需要拡大に繋がる良</p>

	い機会となった。今後も富裕層開拓のために鹿児島でしか体験できない特別なコンテンツを紹介していきたい。
--	--

【タイ市場】

B-b

① 現地旅行社 J T B Thailand の視察招請	
期 日	令和6年4月24日（水）～28日（日）
場 所	屋久島町、指宿市、鹿児島市、霧島市、湧水町
招請者	J T B (THAILAND) LTD. 1名
同行者	観光連盟2名
目的・内容	タイ市場における高付加価値旅行商品造成のため、J T B THAILAND（J T B タイ現地法人）を招請して県内の宿泊施設や観光地等の視察を行った。
効果・課題	個人旅行や一般的なツアーでは体験できない内容を盛り込んだ高付加価値旅行を実際に体験いただき、それをもとに5泊7日の屋久島＋本土ツアーの商品を造成・販売している。同社とは今後も連携を取りあって事業を展開していきたい。

B-a

② 現地セールス	
期 日	令和6年5月26日（日）～6月1日（土）
場 所	タイ（チェンマイ、バンコク）
出張者	観光連盟2名
目的・内容	チェンマイの旅行会社および関係者への新規セールスならびに、バンコクの旅行会社等との今年度事業に関する協議やセールスを目的に出張した。
効果・課題	チェンマイの現地旅行会社5社へ新規セールスを実施した。バンコクの旅行会社が訪日旅行に求めるものとは必ずしも一緒ではないため、同じタイ国内であってもその土地の市場特性を把握しアプローチすることが非常に重要である。チェンマイはバンコクに次ぐ第二の都市であるため、将来的な更なる訪日旅行需要取り込みを狙い、現地旅行社との関係性維持や鹿児島の情報のアップデートを行っていきたい。

B-a

③ BtoB セミナーならびに BtoC セミナーの実施	
期 日	令和6年8月19日（月）～22日（木）
場 所	タイ（バンコク）
出張者	観光連盟2名
目的・内容	現地旅行会社 J T B Thailand スタッフ向けの鹿児島セミナーならびに現地カフェにて富裕層向け鹿児島セミナーを実施した。カフェでのセミナーにおいては、JTB Thailand 造成の富裕層向けツアーの商品紹介も行った。
効果・課題	【J T B Thailand スタッフ向けセミナー】 日時：令和6年8月21日（水）10：30～11：30

	<p>場所：JTB Thailand オフィス内会議室 参加数：11名</p> <p>商品造成担当、法人営業担当、マーケティング担当のスタッフ向けにセミナーを実施した。観光情報やモデルコースの紹介に加えて、新たなコース提案等を行うことでスタッフの鹿児島に対する認知度向上ならびに顧客への提案力強化に繋がった。今後も定期的に開催していきたい。</p> <p>【富裕層向け鹿児島観光セミナー】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・日時：令和6年8月21日（水）14:00～15:30 ・場所：Spoonful Zakka Café（バンコク中心部にあるカフェ） ・参加人数：6名 <p>今年度 JTB Thailand を招請して実施したファムトリップ（旅行会社等プロモーション事業／タイ市場①を参照）をもとに、同社が造成した富裕層向け鹿児島ツアーを、お客様に直接紹介できる貴重な機会になった。</p>
--	--

B-b

④ タイ旅行社との商談会への参加	
期 日	令和6年9月25日（水）
場 所	宮崎県都城市
出張者	観光連盟1名
目的・内容	一般社団法人九州観光機構主催のタイ旅行社およびインフルエンサーのファムトリップで開催される商談会へ参加し、本県のPRならびに意見交換を実施した。
効果・課題	<p>タイ旅行社4社と商談を行い、今回のファムトリップの内容を踏まえた本県の観光PRや行程等の提案を行った。</p> <p>【商談会概要】</p> <p>日時：令和6年9月25日（水）14:30～17:00</p> <p>場所：霧島 FACTORY ガーデン</p> <p>タイ側参加者：旅行社4社（①Best International ②Jubilee Travel ③Quality Express ④Thai Tiao Nok Tour）、インフルエンサー1名（キヤット氏）</p> <p>九州側参加者：8団体（当連盟含む）</p>

B-a

⑤ J N T O主催「第15回FITフェア」への参加および現地セールス	
期 日	令和6年11月6日（水）～11日（月）
場 所	タイ・バンコク サイアム・パラゴン 5 階
出張者	観光連盟2名
目的・内容	H. I. S. Tours（株式会社エイチ・アイ・エスのタイ現地法人）が

	“島ノ旅”ブランドのもと展開している屋久島と奄美大島の旅行商品と、JTB Thailand（株式会社JTBのタイ現地法人）の県本土＋屋久島の旅行商品について、各社ブース内での販促サポートを実施した。
効果・課題	<p>鹿児島に精通した現地スタッフのサポートを受け、島旅を含め、鹿児島全体を広く PR する貴重な機会となった。今回得た気づきを、今後のイベントにも活かしていきたい。イベント全体の実績は以下の通り。</p> <p>■参加者概要</p> <ul style="list-style-type: none"> ・総来場者数：約 62,000 人(3 日間合計) ・出展団体数：日本側共同出展者 67 団体、タイ側共同出展者 41 団体（航空会社 8 社、旅行会社 24 社、一般企業 9 社） <p>■フェアにおける訪日旅行商品の購入</p> <ul style="list-style-type: none"> ・購入者数：約 14,600 人 ・購入金額：約 1 億 3,220 万 THB（3 日間合計、税込）/日本円換算額約 6 億 810 万円

【ベトナム市場】

B-a

① 現地セールス	
期 日	令和 6 年 6 月 1 0 日（月）～ 1 6 日（日）
場 所	ベトナム（ハノイ、ホーチミン）
出張者	観光連盟 2 名
目的・内容	今年 3 月末のハノイ-鹿児島チャーターの旅行商品を販売していただいた現地旅行会社への御礼訪問と次回チャーターの告知等を目的に出張した。
効果・課題	今年度はハノイ-鹿児島のチャーター便を 2 回（①12/30～1/3 ②3/26～30）実施予定だが、1 回目の年末年始チャーターの日程は、ベトナムでは祝日が 1 日のみのため、ツアー内容や販売に工夫が必要である。

B-c

② ベトナムチャーター協議	
期 日	令和 6 年 7 月 2 2 日（月）～ 2 3 日（火）
場 所	福岡県
出張者	観光連盟 2 名
目的・内容	ベトナム案件関連の打合せ、および関係先へのセールスを目的に出張した。
効果・課題	ベトナムチャーターにおいて、鹿児島からベトナムへ送客するアウトバウンドを担う(株)エイチ・アイ・エス 九州事業部と、今年度のチャーター成功に向けた協議ができた。

B-b

③ ベトナム旅行社との商談会への参加	
期 日	令和 6 年 1 0 月 2 4 日（木）

場 所	福岡県福岡市
出張者	観光連盟 2 名
目的・内容	一般社団法人九州観光機構主催のベトナム旅行社のファムトリップで開催される商談会へ参加し、本県のPRならびに意見交換を実施。
効果・課題	<p>ベトナム旅行社 3 社と商談し、本県の観光PRや行程等の提案を行った。</p> <p>【商談会概要】</p> <p>日時：令和 6 年 1 0 月 2 4 日（木） 1 5：0 0～1 7：0 0</p> <p>場所：TKP 博多ロカンファレンスセンター</p> <p>タイ側参加者：旅行社 3 社（①Hoan My Travel ②Gina Tour ③Ben Than Tourist Service Corporation）</p> <p>九州側参加者：7 団体（当連盟含む）</p>

B-a

④ ベトナム市場開拓アドバイザーとの協議	
期 間	令和 7 年 1 月 2 0 日（月）～2 2 日（水）
場 所	ベトナム（ハノイ）
出張者	観光連盟 2 名
目的・内容	ベトナムチャーター販売の取引先変更に伴う協議、定期便就航に向けたプロセスの下調整を目的に出張した。
効果・課題	<p>本年 3 月末のハノイー鹿児島間のチャーター便をはじめ、BtoB はもちろん、今後の BtoC 戦略についてもアドバイスを受け、有意義な意見交換ができた。</p>

【欧米豪市場】

C

① 英国商業会議所（B C C J）への継続加入	
期 日	令和 6 年 4 月 1 日（月）～令和 7 年 3 月 3 1 日（月）
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、今年度も継続加盟した。
効果・課題	同組織が開催する東京でのイベントへの参加、発行物への情報提供等を連盟会員と実施し、知名度向上を図る。

B-b

②カナダ航空（エア・カナダ）日本支社鹿児島視察	
期 日	令和 6 年 4 月 2 0 日（土）～2 2 日（月）
場 所	霧島市・鹿児島市・指宿市

招請者	2名（カナダ航空日本支社）、1名（㈱エイチ・アイ・エス訪日旅行営業本部）
対応者	観光連盟1名
目的・内容	カナダ航空日本支社を招請し、本県観光素材のPRを実施した。カナダ及び、同社就航都市関係者への知名度向上が期待できる。
効果・課題	カナダ航空利用で首都圏を発着する欧米市場からの訪日旅行者に対し、本県観光の認知を高めていくため、同社と連携していく。

B-b

③ ターキッシュエアラインズとの鹿児島PRの実施	
期 日	令和6年7月10日（水）～11日（木）
場 所	視察 県内（南九州市、指宿市） オンラインセミナー 仙巖園
招請者	ターキッシュエアラインズ日本支社2名、㈱エイチ・アイ・エス訪日旅行営業本部2名
対応者	観光連盟2名
参加者	オンラインセミナー参加者 46名
目的・内容	ターキッシュエアラインズ日本支社がインバウンド誘致を目的に、自社欧州支店向けに鹿児島観光オンラインセミナーを実施した。鹿児島視察と併せて、オンラインセミナーを仙巖園から配信した。セミナーでは、鹿児島観光PRと㈱エイチ・アイ・エスによる旅行商品提案を同時に実施した。
効果・課題	ターキッシュエアラインズは欧州での就航都市数が多く、市場での需要も高い。今後、今回のオンラインセミナーで本県を認知した都市（支社）と、エージェント招請等の共同実施を検討していきたい。

B-b

④ J N T O ロサンゼルス事務所主催現地旅行会社招請への協力	
期 日	令和6年7月24日（水）
場 所	マリポートかごしま
対応者	観光連盟2名
目的・内容	J N T O ロサンゼルス事務所主催によるエージェント招請で、クルーズ船により来県した旅行会社に、パンフレットやノベルティを配布した。
効果・課題	本県観光のPRに加えて、J N T O ロサンゼルスとの関係構築もできた。引き続き連携の機会を増やしていきたい。

B-b

⑤ 英国旅行会社招請	
期 日	令和6年10月8日（火）～10日（木）

場 所	霧島市、鹿児島市
招請者	英国旅行会社2社（オードリートラベル、ウェンディーウツアーズ） J N T O ロンドン事務所1名
対応者	観光連盟1名
目的・内容	J N T O ロンドンが、九州ゴールデンルート（鹿児島・佐賀・福岡）の造成促進を目的に、旅行会社招請を実施した。霧島神宮の正式参拝と桜島足湯を体験してもらった。
効果・課題	両社とも九州商品の造成にとりかかっており、送客が見込まれる。

B-b

⑥ 米国市場O T A 視察同行	
期 日	令和6年11月16日（土）～17日（日）
場 所	霧島市、日置市、いちき串木野市、南さつま市、南九州市、指宿市
招請者	株式会社トリップデザイナー 1名
対応者	県1名
目的・内容	東京都連携事業「世界自然遺産を活用した観光振興事業」にかかる交流会で来鹿した同社の要望で、視察同行した。
効果・課題	同社オフィシャルサイトやトリップアドバイザーでの、米豪市場F I T 向けに本県商品の造成販売が期待できる。

B-a

⑦ 欧州セールス	
期 日	令和6年11月24日（日）～12月2日（月）
場 所	パリ（フランス）：旅行会社3社、J N T O パリ ロンドン（英国）：旅行会社等2社、J N T O ロンドン、ジャパンハウスロンドン、日本大使館
出張者	観光連盟名2名
目的・内容	訪日旅行で地方への関心が高まっている欧州の旅行会社にセールスを実施した。また、J N T O ロンドン及びジャパンハウスロンドンとの事業展開の可能性について意見交換と現地市場調査を行った。
効果・課題	訪日旅行について、ゴールデンルートに次ぐ、新たな訪問地として九州に注目している旅行会社もある。徳に英国においては、本県に縁のある関係者の協力者の協力を多く得られる環境があり、J N T O との連携を生かして、九州旅行のニーズを作る好機であると感じた。

B-c

⑧ 東京都連携事業 世界自然遺産を活用した観光振興事業	
期 日	① 令和6年5月～令和7年2月

	② 令和6年11月11日（月）～15日（金） ③ 令和7年1月28日（火）～29日（水）
場 所	① 旅行サイト特設ページ掲載、オンライン広告、OTA連携 ② 現地交流会：沖縄・徳之島 ③ シンポジウム・商談会：東京
出張者	県1名
目的・内容	北海道、青森、秋田、鹿児島、沖縄と連携して、世界自然遺産のブランドイメージを活用した観光振興を実施した。
効果・課題	屋久島・奄美への長期的な送客見込みができています。

【横断市場】

C

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6年4月1日（月）～令和7年3月31日（月）
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	同協会を通じて鹿児島空港BJ専用ターミナルを利用した誘客促進を行い、本県観光の訴求機会を増やしていきたい。

C

② 一般社団法人アジアインバウンド観光振興会（AISO）への継続加入	
期 日	令和6年4月1日（月）～令和7年3月31日（月）
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（JNTO）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、AISO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。

B－c

③ ベトナム航空定期便就航に向けた事務連絡会議 他	
期 日	令和6年4月8日（月）～9日（火）
場 所	東京都
出張者	4名（県2名、観光連盟2名）
目的・内容	年度当初の関係先への挨拶回り並びにベトナム航空定期便就航に向けた令和6年度第1回事務連絡定例会議参加を目的に出張した。

効果・課題	関係先との今年度のチャーター並びに将来的な定期便就航に向けた関係各社との協議を行った。また、関係先との今年度の連携事業に関する打合せも実施した。
-------	--

B - c

④ ハノイー鹿児島チャーター運航協議 他	
期 日	令和6年4月22日（月）～23日（火）
場 所	東京都
出張者	観光連盟1名
目的・内容	(株)エイチ・アイ・エス訪日旅行営業本部ならびにベトナム航空日本支社とのハノイー鹿児島のチャーター運航に関する協議を目的に出張した。
効果・課題	将来的な定期便就航を目指す中で、各社、人事異動等もあり、再度、方向性についての確認、事前協議を実施した。ベトナム航空の機材繰り（鹿児島チャーターに使用する中型ナローボディ機のエンジンメンテナンス問題）にも難があり、今後のチャーター運航の日程決定等に少なからずとも影響すると考えられる。そのような状況の中で、チャーターラーとの関係性だけでなく、鹿児島県とベトナム航空の関係も更に深めていく必要がある。

B - c

⑤ A I S O正会員との商談会開催事前打合せ 他	
期 日	令和6年5月16日（木）～17日（金）
場 所	東京都
出張者	観光連盟2名
目的・内容	今年度事業に係る関係者との打合せを目的に出張した。
効果・課題	今年度実施予定のA I S O正会員と観光連盟会員との商談会についての事前打合せや、鹿児島空港ビジネスジェット専用ターミナルを活用するための協議等を行った。

B - a

⑥ 令和6年度九州観光機構 第1回九州各県海外担当者会議及びランド社セールス	
期 日	令和6年5月22日（水）～23日（木）
場 所	福岡県
出張者	観光連盟2名
目的・内容	九州観光機構主催の担当者会議への参加にあわせて福岡を訪問し、ランドオペレーター社等を訪問し、意見交換を行った。
効果・課題	九州各県の担当者や福岡にあるランドオペレーター社等と情報交換をすることができ、今後の海外からの誘客促進の参考になった。

B - c

⑦ ベトナム航空定期便就航に向けた事務連絡会議 他	
期 日	令和6年6月3日（月）～4日（火）
場 所	東京都
出張者	観光連盟1名
目的・内容	ベトナムとの定期便就航に関する事務連絡定例会議への参加および在京欧米エアラインとの打合せを目的に出張した。
効果・課題	ベトナム航空の定期便就航に向けた事務方連絡会議に参加し、今年度のチャーターならびに将来的な定期便就航に向けて関係各社との協議を行った。また、今年度実施予定のターキッシュエアラインズとの連携事業に関する打合せも行った。

B - c

⑧ ベトナム航空定期便就航に向けた事務連絡会議 他	
期 日	令和6年6月24日（月）～25日（火）
場 所	東京都
出張者	4名（県2名、観光連盟2名）
目的・内容	ベトナムー鹿児島定期便就航に向けた関係者との協議を目的に出張した。
効果・課題	8月に実施予定の AISO 正会員と観光連盟との商談会の会場の下見を行うとともに、ベトナムとの定期便就航に向けて、ベトナム航空日本支社と㈱エイチ・アイ・エス訪日旅行営業本部と今後の取り組みに関する具体的な協議を行った。

B - c

⑨ 高付加価値旅行商品造成に関する協議	
期 日	令和6年7月11日（木）～12日（金）
場 所	屋久島町
出張者	観光連盟2名
目的・内容	屋久島における高付加価値旅行商品について現地担当者との商品造成に関する協議のために出張した。
効果・課題	6月に実施した㈱ティ・エ・エスの招請事業をベースに、再度、同社社長も屋久島に来島し、今後の商品化に向けた具体的な協議を行った。様々な市場で展開できるよう今後も関係者と連携して進めていきたい。

B - b

⑩ 九州観光機構主催九州インバウンド観光説明会商談会参加	
期 日	令和6年7月30日（火）～31日（水）
場 所	東京都

出張者	観光連盟 1 名
目的・内容	訪日旅行を扱う在京ランドオペレーターとの商談を実施した。
効果・課題	東京に入った訪日旅行者を取り込むためには、ランドオペレーターに対し地方ならではの魅力を発信することが必要である。

B-b

⑪ A I S O 正会員と観光連盟会員との商談会の開催	
期 日	令和 6 年 8 月 6 日（火）～ 8 日（木）
場 所	東京都
出張者	5 名（県 1 名、観光連盟 4 名）
目的・内容	本県への更なる訪日旅行客誘致のため、一般社団法人アジアインバウンド観光振興会（A I S O）との共催により、A I S O 正会員の訪日旅行取扱旅行社と観光連盟会員との商談会ならびに懇談会を実施した。
効果・課題	<p>鹿児島県の全体的な観光セミナーの実施後、各社との商談会を行い、懇談会まで含めてビジネスマッチングの良い機会となった。</p> <p>参加者は以下の通り。</p> <p>【商談会】A I S O 正会員：1 7 社 2 8 名 連盟会員：1 5 社 1 6 名</p> <p>【懇談会】A I S O 正会員：1 3 社 1 5 名 連盟会員：8 社 8 名</p>

B-b

⑫ 富裕層向けラグジュアリートラベルイベントの取材、調整	
期 日	令和 6 年 9 月 9 日（月）～ 1 0 日（火）
場 所	屋久島町
出張者	観光連盟 2 名
目的・内容	J T B シンガポール主催の富裕層向けラグジュアリートラベルイベントへの参加に向けて、関係者との事前打合せを実施した。
効果・課題	<p>同イベントのプレゼンテーションで紹介する屋久島町の各事業者に対し、イベントの内容および今後の展開について事前説明と協議を行った。</p> <p>同事業の背景や方針等についても、各事業者と共有しながら今後も進めていきたい。</p>

B-b

⑬ タイ旅行社との商談会への参加	
期 日	令和 6 年 9 月 2 5 日（水）
場 所	宮崎県都城市
出張者	観光連盟 1 名
目的・内容	一般社団法人九州観光機構主催のタイ旅行社およびインフルエンサーのファムトリップで開催される商談会へ参加し、本県の P R ならび

	に意見交換を実施した。
効果・課題	<p>タイ旅行社4社と商談を行い、今回のファムトリップの内容を踏まえた本県の観光PRや行程等の提案を行った。</p> <p>【商談会概要】</p> <p>日時：令和6年9月25日（水）14：30～17：00</p> <p>場所：霧島 FACTORY ガーデン</p> <p>タイ側参加者：旅行社4社（①Best International ②Jubilee Travel ③Quality Express ④Thai Tiao Nok Tour）、インフルエンサー1名（キヤット氏）</p> <p>九州側参加者：8団体（当連盟含む）</p>

B-b

⑭ 富裕層向けラグジュアリートラベルイベントの取材、調整	
期 日	令和6年10月16日（水）～18日（金）
場 所	奄美市、瀬戸内町、大和村、龍郷町
出張者	観光連盟2名
目的・内容	奄美大島におけるラグジュアリートラベルの商品造成や販売に向けた現地関係者および取引先との打合せを実施した。
効果・課題	奄美大島でしか体験できない、地元根差したローカル色のある伝統文化体験を柱に、宿泊、食事についても特別な富裕層向け旅行商品の造成に繋げていくため、事業者との打合せを行った。今後、海外の旅行会社やランドオペレーター社への売り込みを進めていきたい。

B-c

⑮ ベトナム旅行社との商談会への参加	
期 日	令和6年10月24日（木）
場 所	福岡県福岡市
出張者	観光連盟2名
目的・内容	一般社団法人九州観光機構主催のベトナム旅行社のファムトリップで開催される商談会へ参加し、本県のPR並びに意見交換を実施した。
効果・課題	<p>ベトナム旅行社3社と商談し、本県の観光PRや行程等の提案を行った。</p> <p>【商談会概要】</p> <p>日時：令和6年10月24日（木）15：00～17：00</p> <p>場所：TKP博多ロカンファレンスセンター</p> <p>タイ側参加者：旅行社3社（①Hoan My Travel ②Gina Tour ③Ben Than Tourist Service Corporation）</p>

	九州側参加者：7 団体（当連盟含む）
--	--------------------

（ウ）インバウンド需要回復に向けた情報発信

外国人観光客の多くがインターネットで観光情報を得ていることから、誘客力のあ
る海外ウェブサイトとの連携やコンテンツの充実など、多言語観光ウェブサイトをよ
り充実させることにより情報発信力を強化した。

A. 情報発信の強化

① 引退馬と過ごす「ホーストラスト」での極上 Well-being 体験事業 （観光庁「地域観光新発見事業」）	
期 日	令和6年6月5日（水）～令和7年2月28日（金）
委託先	株式会社BEYOND
目的・内容	<p>世界的にも希少な引退馬の放牧施設「ホーストラスト」での圧倒的な感 動を得られる Well-being 体験を核に、過疎化の進む周辺地域（伊佐市・ 湧水町）の食、文化、自然の資源を活かした様々な体験コンテンツを造成 した。これらを高付加価値且つ「本物」を求める知識層等にターゲットを 絞り、効果的な情報発信、誘致活動、販路拡大を行い、安定した継続的な 来訪者数を確保すると共に、地域内での外国人観光客受入の自走化を目指 す。</p> <p>1）SNS 広告プロモーション・プレスリリース 2）インフルエンサー招聘 3）ランドオペレーター招請</p>
効果・課題	<p>本事業を通して、欧米豪及びアジア英語圏において、認知度向上を図る ことができた。</p> <p>SNS 広告では、特にアメリカ市場にて高いクリック率を獲得し、プレス リリースではアメリカ、イギリスの旅行市場において約 200 の記事が掲載 された。また、インフルエンサーによる情報発信では、コメント欄にてユ ーザーの高い興味関心と近い将来訪問の検討を伺えた。ランド社招請で も、今後のツアーに組み込んで頂けるよう関係構築が出来た。</p> <p>今後は、予約サイト OTA 側の内容改善が必要であるため、精査しながら 修正していく。</p>

② 観光コンテンツ動画拡散支援における動画制作費	
期 日	令和6年11月～令和7年1月
委託先	株式会社BEYOND
目的・内容	観光庁地域観光新発見事業において、採択事業者のコンテンツ動画拡散を支援する事業があり、応募動画の中から、事務局が選定した動画については、事業公式アカウントにて投稿され、14日間の広告が実施される。本事業に応募するため、ホーストラストを核とした伊佐市・湧水町エリアの紹介動画を制作した。
効果・課題	応募した動画が採択され、事業公式アカウントにて広告展開頂き、79万回再生を記録し、欧米豪向けへ広く認知度向上を図ることができた。

③ PIXTA 画像購入年間契約	
期 日	令和7年1月～令和7年12月
委託先	ピクスタ株式会社
目的・内容	県観光サイトにおいて、魅力的な写真を掲載し、当県への旅行動機を醸成するため、プロ仕様で高品質な写真素材を多く所有しているプラットフォーム PIXTA にて、年間契約で月10枚購入した。
効果・課題	季節や天候により撮影が困難な写真、人物写真においては肖像権使用許諾も取得済み写真が揃っており、便利である一方、二次利用が不可のため、県観光サイトや当連盟での使用のみ制限となっている。

④ 英国人メディア奄美・鹿児島取材協力及び取材同行	
期 日	令和7年2月14日（金）～令和7年2月16日（日）
同行者	観光連盟1名
目的・内容	今回は、日本の伝統工芸技術やクラフト、デザインについての雑誌取材であり、本県においては大島紬、薩摩焼、仙巖園の希望があり、取材のサポートを行った。
効果・課題	各コンテンツ共に大変な興味を示し、より深く理解しようと様々な質問をし、事業者との交流を楽しまれた。4種類の雑誌にて掲載予定。

⑤ 観光 PR 用画像の買取	
期 日	令和7年2月
提供者	GOP 大庭学
目的・内容	観光鹿児島島の魅力を国内外に広く紹介、宣伝することを目的に、本県の自然等、フォトジェニックな画像データの買取を行い、県観光サイト「か

	ごしまの旅」のフォトダウンロードに登録すると共に、県観光サイトや旅行社等へのプレゼン資料等で広く活用した。
効果・課題	県観光サイトの TOP メイン画像に、目を惹く画像を掲載することで、観光客の誘客促進を図る。また、フォトダウンロードに登録することで、誰もが自由に活用し、観光鹿児島を PR できる機会を造成する。

⑥ 湧水町及び桜島アクティビティイベント協力

期 日	令和 7 年 2 月 2 2 日（土）～ 2 4 日（月祝）
主催者	HIGH FIVE OUTSIDE
参加者	7 名
目的・内容	九州内のアクティビティで国際交流イベントを手掛ける「HIGH FIVE OUTSIDE」が当県で開催するにあたり、計画の段階より情報提供等を行ったり、事業費協力を行った。2 泊 3 日のスケジュールで、湧水町のホーストラストや桜島 E-Bike、桜島大根収穫体験等、当県でしか出来ない体験を企画し、実施された。
効果・課題	事業費を支援することで、より安価な参加費でイベントを実施でき、一人でも多くの参加者が当県のアクティビティを楽しみ、SNS 発信していただくことが期待できる。また、イベント風景写真は、当県観光 PR のため、提供頂き、今後広く活用していく。

B. 新規観光素材の取材、記事作成等

① 桜島ユニバーサルツーリズム取材

期 日	令和 6 年 6 月 2 日（日）
場 所	鹿児島市桜島町
参加者	1 名（観光連盟）
目的・内容	以前より海外から車椅子ユーザーに関する旅行等の問合せもあることから、県観光サイトで、海外向けにユニバーサルツーリズム特集ページを制作した。このため「ユニバーサルツーリズム鹿児島」を主宰する UD ラボ合同会社が実施する県内在住の車椅子ユーザー（2 人）の桜島ツアーに同行取材させていただき、「車椅子で巡る桜島満喫ツアー」の特集記事を作成するとともに、実際に旅した車椅子ユーザーの声を発信した。
効果・課題	まずは日本語で特集記事を作成し、掲載したところ、79%と非常に高いエンゲージメント率で閲覧者の高い関心が伺えた。今後、英語、簡体字、繁体字、韓国語等でも翻訳して発信することで、海外の車椅子ユーザーの方でも本県を楽しく周遊できることを発信し、誘客に努める。

② 巻き寿司体験取材	
期 日	令和6年7月4日（木）
場 所	鹿児島市
参加者	3名（観光連盟）
目的・内容	魚市場ツアーは県観光サイトの体験メニューでも常に上位に入っている。コロナ禍で体験できなかったが、7月より再開され、オプションとして巻き寿司体験が造成された。今後、魚市場ツアーと併せて提案できる素材として取材を行った。
効果・課題	魚市場ツアーは、2024年10月現在、毎週火曜日に実施されており、人気のツアーの一つである。巻き寿司体験等のオプションがあることで滞在時間を伸ばし、より深く本県を楽しんで頂けるよう積極的に情報を発信していく。

③ ビジネスジェット認知度向上の動画作成協力	
期 日	令和6年9月～2月
参加者	（一社）日本ビジネス航空協会、鹿児島空港ビルディング㈱、鹿児島情報ビジネス公務員専門学校
目的・内容	（一社）日本ビジネス航空協会の呼びかけにより、ビジネスジェットの認知度向上の動画作成を行った。鹿児島情報ビジネス公務員専門学校の学生等がPR動画を制作するため、観光鹿児島の動画提供を行った。
効果・課題	県内でもあまり知られていないビジネスジェットを若い学生等がPR動画を制作することで、新しいターゲット市場へPRできることで、更なる認知度向上が期待できる。

④ ペットツーリズム特集記事制作取材	
期 日	令和6年11月20日（水）、12月2日（月）
場 所	鹿児島市、桜島、指宿市、霧島市
取材者	3名（県1名、観光連盟2名）
目的・内容	近年「ペットの家族化」増加により、海外でもペット旅行専門会社がある等、ペットと旅行するペットツーリズムの需要が高まっていることを受け、「愛犬といく鹿児島旅行」の特集ページ、モデルコースを作成するため、県内のペット同伴可能な宿泊施設やスポット、飲食店などを取材・紹介した。
効果・課題	ペット同伴可能な施設は、SNSでの情報発信を行っており、県観光サイトとの連携を強化していく。また、多言語での掲載後には、各市場におい

	て、旅行社はじめメディア向けにもPRを行っていく。
--	---------------------------

⑤ 霧島・垂水紅葉取材	
期 日	令和6年12月9日（月）
場 所	霧島市、垂水市
取材者	観光連盟2名
目的・内容	訪日客は、日本の四季を楽しみに旅行することもあり、紅葉の時期になると、SNS等でも美しい紅葉の写真や動画が見受けられる。県観光サイトにおいても写真や古く、十分な素材がなかったことから、旬な時期に現地を撮影取材し、最新情報をサイトに掲載した。
効果・課題	県観光サイトへの掲載だけでなく、SNSでの発信やプレゼン資料等でも活用できるよう、写真を整理し、アクセスしやすいよう整備する。

⑥ 錦江湾釣り体験特集記事制作取材	
期 日	令和6年12月16日（月）
場 所	錦江湾
取材者	県1名、観光連盟1名
目的・内容	アジア圏において、釣り体験が人気であり、他県でも増加傾向にある。マイ釣り竿を持ち込む方から手ぶらで気軽にレンタルで体験される初心者まで楽しめるコンテンツとして、特に当県は雄大な活火山桜島を眺めながら、魚類の宝庫と言われる錦江湾で特別な釣り体験ができるのが特徴である。実際に取材し、特集記事を制作し、多言語でも翻訳し、展開していく。
効果・課題	新コンテンツとして、県観光サイトだけでなく、SNS等での発信も強化していく。

⑦ 県内観光スポット及び体験取材	
期 日	令和6年12月17日（火） 令和7年1月14日（火）、2月21日（金）、2月28日（日） 3月18日（火）、3月25日（火）
場 所	薩摩川内市、指宿市、南九州市、南さつま市、鹿児島市、与論島、 沖永良部島
取材者	観光連盟1名
目的・内容	県内の新規スポットや体験の取材、既存スポットの最新情報の確認等、現地を直接取材した内容を、県観光サイトへ登録・更新してた。
効果・課題	スポットだけに留まらず、県外・海外ユーザー向けにモデルコースを増

	やし、より有意義に当県を周遊して頂けるよう努める。
--	---------------------------

C. コンテンツ充実のための翻訳

① 多言語サイト情報発信のための年間翻訳	
期 日	令和6年4月19日（金）～令和7年3月31日（月）
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、年間を通して翻訳の委託を行った。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、情報を発信していく。

D. 保守サポート管理、システム改修等

① CMS 保守管理	
実施期間	令和6年4月1日（月）～令和7年3月31日（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における業務委託	
実施期間	令和6年4月1日（月）～令和7年3月31日（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等について委託を行った。
効果・課題	ページ制作において、見せ方や掲載の方法、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。また、WEB サイトのトレンドや他県事例等ヒアリングできた。

③ 県観光サイトにおける予約導線ボタンの表示改修	
実施期間	令和7年1月
委託先	株式会社トラベルジップ
目的・内容	県観光サイトにおいて、ユーザーより「予約ボタン」がページ内で一体化し、目立たず、見え難い、という声があったため、コンテンツに興味を持たれた方がその場で予約に直結できるよう予約ボタンの表示位置、サイズ、文言等表示の改修を行った。
効果・課題	ページ内にて「予約はこちら」を目立つ場所に設置することで、これまで見落とされがちだった予約ボタンに誘導できるようになった。

E. その他

① 九州各県海外 Web 担当者会議への参加	
実施期日	令和6年6月10日（月）
主 催	一般社団法人九州観光機構
参加者	2名（県1名、観光連盟1名）
目的・内容	九州各県並びに九州観光機構の各観光サイトやデジタルプロモーションの現状を共有し、今後、海外に向けて、より効果的な情報発信を実施するため、各県WEB担当者の会議へ参加した。
効果・課題	多言語観光サイトにおける九州観光機構及び各県の取組、課題、成果等を共有でき、当県観光サイトについても参考にさせて頂いた。今後は数県を周遊するモデルコースなど旅行者にとってより有意義な情報を発信していきたい。

② 県観光サイト活用講座の開催	
実施期日	令和6年8月27日（火）
開催場所	霧島市役所及びオンライン
参加者	2名（県1名、観光連盟1名） 市町村・観光協会・地域振興局・支庁等、23団体が参加
目的・内容	株式会社トラベルジップ大泉敏郎代表取締役を講師に迎え、観光客を誘致するための県観光サイトを活用した情報発信のノウハウやサイトに関するデータ分析等を教示頂いた。また、県観光連盟において、県観光サイトを活用する事でアクセス数が急増した県内自治体の成功事例等をもとにその活用方法を紹介。当講座は、会場とオンラインで実施し、各市町の情報発信に役立ててもらうとともに、県内全域での県観光サイトの活用促

	進を図った。
効果・課題	県内の観光消費を高めるために、県観光サイトをどのように活用できるか、その誘導方法や手法を学ぶことができた。他県及び県内自治体の成功事例を紹介することで、より説得力のある具体的な内容となり、参加者の満足度も高かった。日本語サイトの活用はしやすいが、多言語サイトになると翻訳の費用問題等もあり、実際の活用が難しいこともあるが、引き続き、そのメリットや利便性を伝えていきたい。

(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、誘客促進を図った。

(6) 海外交流会議観光関連事業（香港、台湾） <県委託事業>

令和6年度に開催される香港及び台湾での海外交流会議に関連し、現地での観光セミナーや商談会等を実施し、鹿児島関連の旅行商品造成等を促進することにより、本県への誘客を図った。

ア.第24回鹿児島・香港交流会議「鹿児島県観光セミナー・商談会」の開催

【香港】

① 鹿児島県観光セミナー・商談会	
期 日	令和6年11月8日（金） （令和6年11月6日～9日）
場 所	ニューワールドミレニアムホテル香港
出張者	27名 ＊業界等（18社、22名） ＊県（3名）、観光連盟（2名）
目的・内容	香港で開催された鹿児島・香港交流会議に合わせて旅行会社等を対象にした観光セミナー・商談会を開催した。鹿児島側から18社が参加し、香港側は旅行社やメディア等15社が参加した。
効果・課題	鹿児島県の既存の観光素材に加え、新しい観光素材やトピックス等を紹介し香港側に大変興味を持っていただいた。 引き続き、本県の観光素材を適宜紹介し、香港からの誘客促進に努めていく。

イ.屏東県とのMOU締結に基づく台湾交流会議「教育旅行及び観光セミナー」等の開催

【台湾】

① 台湾（屏東県）交流会議開催に伴う観光関連事業	
a. 屏東大学日本語学科によるプレゼンテーション表彰式の実施	
b. 屏東高校での台湾南部教育国際教育交流連盟向け教育旅行誘致セミナー開催	
期 日	令和7年1月10日（金）～14日（火） a. 令和7年1月12日（日） b. 令和7年1月13日（月）
場 所	a. 台湾国立屏東大学 b. 台湾国立屏東高校
協 力	霧島市、垂水市、国分高校、垂水高校、鹿児島情報高校、鹿児島大学
出張者	4名（県2名、観光連盟2名）
目的・内容	・屏東大学日本語応用学科が授業で取り組んだ「鹿児島でやりたいこと」日本語プレゼンテーションの表彰式を実施した。併せて、屏東大学の学生と、鹿児島県内学生によるオンライン交流の場を設けた。 ・台湾南部教育国際教育交流連盟の事務局である屏東高校で、学校関係者を対象に教育旅行誘致セミナーを実施した。
効果・課題	屏東大学と、定期的なオンライン交流の継続実施にむけて調整を続けており、鹿児島情報高校との実施が計画されている。 教育旅行誘致セミナーに参加した岡山高級農工職業学校が、本県との学校交流に関心をもっており現在、オンライン打合せを重ねている。

（7）ベトナム誘客プロモーション事業 <県委託事業>

将来のベトナムとの定期便就航に向け、現地旅行会社等向けのセミナーまたは商談会などを行い、旅行商品造成・販売を促進した。

（ア）ベトナム誘客プロモーションの実施

ベトナム現地航空会社等が実施するプログラムチャーター便の運航状況に合わせて、本県への旅行商品造成のためのセミナーまたは商談会や旅行商品の販売を促進するためのプロモーション等を実施した。

① 現地旅行会社向け B to B セミナーに伴う出張	
期 日	令和6年11月11日（月）～14日（木）

場 所	ベトナム（ハノイ）
出張者	観光連盟 2 名
目的・内容	鹿児島・ハノイ間のチャーター便運行に向けて同チャーターの旅行商品を販売予定の現地旅行会社に向けて B to B セミナーを実施した。
効果・課題	<p>セミナー概要</p> <p>日時： 2024 年 11 月 13 日（水） 10:20～12:40</p> <p>会場： Hotel du Parc Hanoi (Banquet Hall Jaune B)</p> <p>来賓： JNTO ハノイ事務所、ベトナム航空</p> <p>参加者： 旅行会社 27 社・45 名</p> <p>本セミナーでは、鹿児島県全体の観光概要やチャーター便の商品説明を行うとともに、鹿児島の食文化（そうめん流し、黒酢、お茶、さつまいも菓子）を紹介しながら、現地旅行会社に向けた PR を実施した。これにより、本県の認知度向上を図ることができた。</p>

② チャーター便を活用した現地セールス	
期 日	令和 7 年 3 月 2 6 日（水）～3 0 日（日）
場 所	ベトナム（ハノイ）
出張者	6 名（県 4 名、観光連盟 2 名）
目的・内容	ハノイー鹿児島間のチャーター便を利用し、現地の関係取引先へのセールスを実施した。
効果・課題	本チャーターを販売していただいた旅行会社をはじめ、今後送客が見込まれる現地旅行会社に対しセールスを実施した。また、ベトナム航空本社を訪問し、ベトナムー鹿児島間の定期便就航に向けた今後の方向性や取り組みについて協議を行った。

（８）インバウンド誘客早期回復事業 ＜県委託事業＞

チャーター便等への支援を通じて、定期便運航の再開及び本県のインバウンド早期回復を図った。

（ア）直行 3 路線チャーター及び復便時における支援

香港、台湾、中国の 3 路線の定期便運航再開時（チャーター便からの運航再開も含む）における、現地旅行会社や航空会社が行うプロモーション費や送客などへの助成を実施した。

【香港】

① 香港セールス（香港交流会議）	
期 日	令和6年11月6日（水）～9日（土）
場 所	香港
招請者	5名（県3名 観光連盟2名）
目的・内容	<p>香港で開催された鹿児島・香港交流会議に合わせて旅行会社等を対象にした観光セミナー・商談会を開催し、鹿児島側から18社が参加し、香港側はメディア等15社が参加した。</p> <p>同交流会後、鹿児島から同交流会に参加した業界関係者と、ポロ、ウィングオン、EGL等の旅行社セールスを実施した。</p>
効果・課題	鹿児島県の既存の観光素材に加え、新しい観光素材やトピックス等について、香港の旅行社に大変興味を持っていただいた。引き続き本県の観光素材を適宜紹介し、香港からの誘客促進に努めていく。

② EGL TOURS 創立39周年記念祝賀会への参加	
期 日	令和7年2月20日（木）～23日（日）
場 所	香港
出張者	3名
目的・内容	EGLTOURSの創立39周年祝賀会に出席した。日本から300名を超える関係者が集結した。日本への（鹿児島）送客No1への謝意を伝え、今後の本県へのツアー造成を働きかけた。
効果・課題	今後、鹿児島のオンリーワン素材を磨き上げ、体験できる仕組み作りが急務である。

③ WING ON TRAVEL/ POLOAIR TRAVEL 視察	
期 日	令和7年2月28日（金）～3月3日（月）
場 所	霧島市、指宿市、鹿児島市
招請者	3名
目的・内容	<p>香港航空増便を受けて、ツアー造成を強化する目的で視察を行った。</p> <p>鹿児島での体験素材、指宿、鹿児島、霧島で利用可能なホテルを視察、打合せを行なった。</p>
効果・課題	鹿児島線の増便、熊本空港便もあることから、熊本空港IN鹿児島空港OUT、鹿児島インアウトのツアーの検討も行った。香港航空を利用した更なる鹿児島へのツアー造成を働かせたい。

④ EGL TOURS 創立３９周年祝賀交流会 IN 鹿児島	
期 日	令和７年３月５日（水）～６日（木）
場 所	霧島市、鹿児島市
招請者	４名
目的・内容	香港での EGL TOURS 創立３９周年祝賀会において、鹿児島からの参加者が全国で一番多かったこともあり、御礼を伝えに来鹿された。 鹿児島で、関係者と歓迎会を実施し、交流を図った。
効果・課題	香港線のデイリー化が近く実現することに伴い、鹿児島ならではの体験、素材などを PR し送客増加を図っていきたい。

【台湾】

① 中華航空とのデジタル広告キャンペーン協力	
実施期間	令和６年９月～１０月
実施場所	・デジタル広告 中華航空オフィシャルサイトに特設ランディングページを開設した。 ・鹿児島交通系 IC カードラピカ配布 鹿児島空港国際線到着口で、中華航空利用者に IC カードラピカを配布した。
目的・内容	中華航空利用による来県喚起の促進とリピーター育成を目的に、鹿児島交通系 IC カードラピカを、中華航空から直接航空券を購入した FIT 旅行者 ２００名に配布した。
効果・課題	多くの FIT 旅行者は空港リムジンバスでの使用、レンタカー旅行者には桜島フェリーでの使用を案内した。利用した旅行者には好評を頂けた。

② 南九州合同商談会の開催	
期 日	令和６年９月２日（月）～６日（金）
場 所	台北市
出張者	４名（県１名、観光連盟３名）
目的・内容	南九州への旅行商品造成促進を目的に、現地旅行関係者と南九州観光関係者との商談会を、宮崎県と共催した。 台湾旅行社３６社、宮崎県観光関係者７社、鹿児島県観光関係者２１社、による商談会の後、チャイナエアラインが加わって交流会を実施した。
効果・課題	コロナ禍後久しぶりの合同商談会で、現地旅行社への再認知に加えて、中華航空へのプレゼンスを示すよい機会となった。台湾市場においては、直行便の増便には、一定数の団体旅行が必須であり、南九州広域での BtoB

	プロモーションは必要に応じて適宜取り組む。
--	-----------------------

③ 中華航空新竹支店との鹿児島デスティネーションセミナー共催	
実施期間	令和7年3月20日（木）
実施場所	台湾新竹市サイエンスパーク
目的・内容	中華航空新竹支店の企業クライアントを対象に、来県喚起を目的としたランチオンセミナーを実施した。セミナーに加えて、連盟会員協賛による抽選会の実施で、訪日・九州に関心を高めている半導体関係者に、鹿児島のPRができた。
効果・課題	雲彩之虹有限公司を通して、中華航空との効果的な共催事業は今後も実施していきたい。

【中国】

① 上海セールス	
期 日	令和6年7月16日（火）～18日（木）
場 所	上海
出張者	4名（県2名、観光連盟2名）
目的・内容	中国東方航空の鹿児島ー上海線の初便を利用し、中国東方航空、上海旅行社を訪問セールスした。
効果・課題	中国ー日本 両方にビザ取得が必要なため、現状では誘客の難しさがある。一方、富裕層と言われる方々はマルチビザを持っている方が多いので、今後はプチ富裕層・ゴルフプレイヤーなどを誘客の主ターゲットにしていきたい。10月にはゴルフファムを計画する。

② 中国東方航空定期便再開における初便歓迎受入	
期 日	令和6年7月16日（火）
場 所	鹿児島空港
対応者	4名（県2名、観光連盟3名）
目的・内容	中国東方航空の上海線定期便が再開されたので、初便到着時に関係市町村と一緒に観光パンフレットやノベルティ等の配布歓迎受入を行なった。
効果・課題	同便は113名の搭乗者であった（鹿児島からの搭乗客は47名）。ほぼFITだったので観光案内所を訪問される方も多かった。上海線については日本人が出国する際にビザが必要とのことなので、コロナ前のように簡単に訪問するのが難しい状況であるが、路線維持のため、関係各所と情報交換を密にしてアウト対策も対応していきたい。

③ 上海ゴルフファムツアー	
期 日	令和6年10月8日（火）～12日（土）
場 所	霧島市、日置市、南九州市
招請者	9名（旅行社1名、ゴルフ関係者8名）
目的・内容	中国東方航空の鹿児島―上海便を利用し、鹿児島県内のゴルフ場や観光素材の視察を実施した。
効果・課題	ビザ取得が必要なため、元々富裕層、プチ富裕層と言われるマルチビザを持っている層をターゲットとしてゴルフファムを切り口に、ゴルフコンペ誘致を図っていきたい。

④ 中国（上海）旅行会社向け鹿児島空港利用助成	
期 日	令和6年10月15日（火）～令和7年1月31日（金）
目的・内容	鹿児島-上海線の利用促進を図るため、直行便を活用した旅行商品を企画・販売する旅行会社に対し助成金（送客1名あたり3,000円）を交付した。
効果・課題	4社のうち2社から助成金申請がきた。教育旅行の送客にも繋がった。 ①35名 ②70名 計 105名

⑤ 中国東方航空タイアップ春節紬クィーンによる歓迎	
期 日	令和7年1月25日（土）、28日（火）、2月1日（土）
場 所	鹿児島空港
出席者	本場大島紬織物協同組合 紬クィーン52名
1) 目的・内容	春節に合わせて中国東方航空到着時に、紬クィーンが歓迎を行った。行った。春節らしい雰囲気に華を添えた。
効果・課題	パンフレットの他に山形屋レストランでのスペシャル食事の案内などを配布した。鹿児島の食のPRを行った。

（９）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、上質な寄港地観光ツアーの造成・提案や、セールス・招請等を実施することにより、寄港地鹿児島としての魅力向上を図る。

（ア）上質な寄港地観光ツアーの造成・提案等

県内関係市町村、観光施設、地元旅行会社等と連携して観光素材の掘り起こしを行うとともに、国内外のクルーズ船社、クルーズ船社代理店、旅行会社等に対して上質で多様な寄港地観光ツアーの企画を提案した。

A. 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

寄港地ツアー造成に関する県内視察	
期 日	a. 令和6年5月28日(火) b. 令和7年1月14日(火) c. 令和7年1月16日(木) d. 令和7年2月28日(金)
場 所	a. 鹿屋市 b. 指宿市 c. 鹿児島市 d. 南九州市
出張者	観光連盟1名
目的・内容	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、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、高速船を活用したコースの視察を行った。
効果・課題	浮桟橋からの高速船や新幹線を使用した寄港地ツアーのモデルコースを作成・提案し、県内全域への経済効果波及を図る。

B. 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

寄港地ツアー提案等	
期 日	a. 令和6年9月、11月 b. 令和6年10月 c. 令和7年2月 d. 令和7年3月
対応者	観光連盟1名
目的・内容	a. 9月30日、11月3日寄港のベリッシマに阪急交通社のお客さま、約1000名(各日)が乗船。乗船客向けに鹿児島観光案内フライヤーを作成し市街地での回遊の促進を行った。 b. バイキングエデン種子島寄港において、ランドオペレーターである東武トップツアーズへ種子島でのツアー内容を提案。 c. 令和7年7月に寄港予定のベリッシマにおいて、HISプライベートツアーに大隅でのツアー内容を提案。 d. 令和8年3月にクラブツーリズムが飛鳥Ⅱをチャーターし鹿児島寄

	港予定。花見のツアーを造成したいとのことで、花見スポットと食事場所を提案。
効果・課題	セールスの時だけではなく、定期的に最新情報を提供していくことで新しいツアーの造成に繋げていく。

(イ) クルーズ船社等へのセールス・招請・広報・宣伝等

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り本県観光及びクルーズ商品の広報宣伝を行った。

また、同社等への現地セールスの実施、クルーズコンベンションへの参加、招請・視察への対応及び、旅行会社等と地元観光施設との商談会を開催した。

A. 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

① クルーズ専門誌「クルーズトラベラー」への記事掲載	
期 日	・2024年夏号 特集ページ「鹿児島市」「霧島市」「日置市」 ・2024年秋号 おはら祭り ・2025年冬号 日本一に輝いた「鹿児島県産和牛」
目的・内容	BtoB、BtoC の双方に影響力をもつ専門誌を通して、鹿児島県の食材、特産品、イベント等をPRすることで、新たなツアー造成や誘致に繋げる。
効果・課題	船社やランドオペレーター、クルーズ客に対し本県を認知していただくために、幅広く情報発信ができる媒体への露出は非常に効果的である。今後も連携し、魅力を発信することで認知度向上に努める。

② MSCベリッシマチャーターにおける観光プロモーション	
期 日	令和6年5月29日(水)～5月31日(金)
出張者	観光連盟1名
目的・内容	ジャパネット社の依頼により鹿児島寄港前に、前寄港地から乗船し、船内のシアターにおいて鹿児島観光プレゼンテーションを実施、観光案内デスクにおいてFITのお客様への対応を行った。
効果・課題	ジャパネットツーリズム社は、カジュアル船のMSCベリッシマやラグジュアリー船のシルバーシー、バイキングのチャーター商品を企画・販売しており、幅広い寄港地ツアーの提案が行えるため、今後も同社へのサポートを行っていく。

B. 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の参加

① ランドオペレーター社、チャーターセールス	
期 日	a. 令和6年6月4日（火）～6月6日（木） b. 令和6年8月30日（金） c. 令和7年2月17日（月）～2月19日（水）
訪問先	東京都 a. ランドオペレーター3社、チャーター 4社 b. チャーター 2社 c. ランドオペレーター1社、チャーター6社
出張者	a. 観光連盟2名 b. 観光連盟1名 c. 2名（県1名、観光連盟1名）
目的・内容	港での受け入れや寄港地ツアーに関する問題点、最新のクルーズ市場の動向等の把握を行なった。県内全域への寄港地ツアー拡大につながる観光素材を提供した。
効果・課題	直接訪問することで、具体的な問題点や、要望を引き出すことができた。多様な交通手段での商品造成を図り、県全域へのツアーを拡充させていく。鹿児島県の日本一の食材や、北薩エリア・大隅半島など認知度が低いと感じたため、積極的な情報提供とともに招請を行い認知度向上とツアー造成に繋げる。

② 岩手県クルーズセミナーへの参加	
期 日	令和6年8月26日（月）～8月29日（木）
参加者	観光連盟1名
目的・内容	岩手県の依頼により、岩手県のクルーズ船受入関係者や事業者向けに、本県のクルーズ船誘致・受入体制についてプレゼンテーションを行った。
効果・課題	本県の寄港受入体制や寄港地ツアー提案における課題を共有し、意見交換を行うことでお互いの課題解決へのヒントを得ることが出来た。

③ 国内他港連携	
期 日	a. 令和6年9月8日（日）～9月15日（日） b. 令和6年11月20日（水）～21日（木）
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. シートレード・クルーズ MED ブースへの共同出展 b. 船社招請（Virgin Voyages 社）
出張先	a. スペイン（マラガ） b. 鹿児島市
出張者	a. 2名（県1名、観光連盟1名） b. 3名（県2名、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. スペインのマラガで行われたシートレード・MEDに参加し、連携港でブース出展。東京港発着で太平洋側5港を寄港するアイテナリー

	を船社へ提案した。海外船社10社、ランドオペレーター1社と商談を行い、配船や新たなツアー造成を検討いただけるよう努めた。 b. 連携港を巡る東京発着クルーズの商品造成を促すため、日本への配船に興味を示している Virgin Voyages 社を招請。マリンポートや鹿児島でのツアー素材の提案を行った。
効果・課題	ネームバリューのある東京都と連携することで、セールス先のコネクションが増えた。 今後、連携港で未配船の船会社の招請を行い、鹿児島港を認知していただくとともに、離島への配船も働きかけていく。

C. 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

① 台湾旅行会社ライオントラベル マリンポートかごしま視察対応	
期 日	令和6年4月22日(月)
場 所	マリンポートかごしま
視察者	4名(台湾旅行社 LION TRAVEL)
参加者	7名(県5名、鹿児島海外観光客受入協議会2名、観光連盟1名)
目的・内容	令和6年7月19日に鹿児島初寄港のノルウェー・スピリットでのチャーターを予定しているライオントラベルが来鹿し、マリンポートかごしまの視察と受入体制の確認を行った。
効果・課題	実際に、岸壁からC I Qターミナル内へ移動し到着導線の流れを確認したほか、案内所で使用しているマップ(繁体字)を紹介し、観光地の位置関係などの案内を行ったことで、当日のハンドリングイメージを掴んでいただけた。

② チャーターラー、ランドオペレーター招請	
期 日	a. 令和6年7月22日(月)～7月26日(金) b. 令和6年8月7日(水)～8月9日(金) c. 令和6年10月28日(月)～10月30日(水) d. 令和7年3月19日(水)～3月20日(木) (予定)
場 所	a. 種子島、屋久島 b. 鹿児島市、霧島市、出水市 c. 鹿児島市、桜島、霧島市、指宿市、宮崎県都城市 d. 鹿児島市、霧島市、垂水市、鹿屋市 (予定)
招請者	a. 株式会社ジャパネットツーリズム 2名 b. 株式会社フロレゾン 取締役 1名 c. 株式会社 JTB 福岡支店 1名 d. 株式会社 JTB ロイヤルロード 2名
出張者	a. 1名(観光連盟1名) b. 4名(県3名、観光連盟1名) c. 2名(県1名、観光連盟1名)

	d. 2名(県1名、観光連盟1名)
目的・内容	<p>a. 令和7年6月に種子島へのチャータークルーズを予定している。ジャパネットツーリズム社は種子島への寄港が初めてであり、上質なツアー造成やスムーズなハンドリングを目的とした招請を行った。種子島寄港後、屋久島の視察も希望されていたため、高速船で移動し、屋久島の視察も行った。</p> <p>b. 令和6年10月に鹿児島寄港のコーラル・ジオグラファーの寄港地ツアー造成に向け、行程の提案や観光素材、体験コンテンツの紹介を行った。新幹線を使った出水市へのツアー展開も提案・視察を行った。</p> <p>c. 令和7年3月に寄港するアイダ・ステラの寄港地ツアー造成に向け、視察や施設との打ち合わせを行った。</p> <p>d. 日本船・邦船それぞれのチャーターキーパーソンを招請。同社は令和7年10月にダイヤモンド・プリンセスをチャーターし鹿児島へ寄港予定。大隅半島、霧島でのツアーに興味を示されているため、視察を行いツアー造成に繋げる。</p>
効果・課題	<p>視察先の市町村からツアー候補地の提案や、現地で説明を行っていただくなど協力を得て実施した。招請者と地元関係者との繋がりも深められ、視察中に具体的なツアー内容の調整が行われた。</p> <p>視察後、実際にツアー先として決定している施設もある。</p> <p>情報提供だけでなく、寄港地ツアー決定権者等を招請することで魅力を感じていただき採用に繋がっていくと感じた。</p>

③ JNT0 による船社招請事業への鹿児島視察同行	
期 日	<p>a. 令和6年10月16日(水)</p> <p>b. 令和7年1月29日(水)～1月30日(木)</p>
場 所	<p>a. 鹿児島市、霧島市</p> <p>b. 霧島市、薩摩川内市</p>
招請者	<p>a. ザ・リッツカールトンヨットコレクション 1名</p> <p>b. セレブリティクルーズ 2名</p>
出張者	<p>a. 3名(県2名、観光連盟1名)</p> <p>b. 3名(県2名、観光連盟1名)</p>
目的・内容	今年度 JNT0 ではラグジュアリークルーズの寄港回数増進と上質な寄港地観光の促進のため、船社のキーパーソン招請事業を実施しており、招請先として鹿児島が選定され港や観光地を視察した。
効果・課題	ラグジュアリー船になると少人数で、かつ鹿児島にしかないものを求められる傾向がある。どの客層にも提案できるような観光素材の掘り起こしと磨き上げを行っていく。

④ クルーズトラベラーカンパニー株式会社 招請	
期 日	令和6年12月16(月)～令和6年12月18日(水)
場 所	出水市、薩摩川内市、垂水市、鹿屋市

招請者	クルーズトラベラーカンパニー株式会社 1 名
出張者	4 名(県 3 名、観光連盟 1 名)
目的・内容	クルーズ市場に精通し、自治体のクルーズ船誘致事業にも携わる同社のコンサルタント事業部担当者を招請し、今後の誘致、ツアー先候補を視察し、アドバイスをいただいた。
効果・課題	港からの距離があるエリアに関しては、付加価値をつけなければ、船社やランドオペレーターに選ばれにくい。既存のコンテンツにひと手間加えたり、道中に定番のコンテンツを入れて組み合わせで提案したり工夫が必要。

(ウ) 情報発信等

本県へのクルーズ船寄港時における観光案内等に必要なガイド研修を行うとともに、本県観光の宣伝や紹介等を行うための広報ツールの作成や、本県観光サイト内にある多言語クルーズ専用の情報を更新し、乗船客等に向けた情報発信を行った。

A. クルーズ船寄港時の観光案内等に必要なガイドの育成

① 鹿児島県 通訳案内士研修	
期 日	令和 6 年 1 2 月 4 日(水)～5 日(木)
場 所	鹿児島市、南九州市(特攻平和会館、知覧武家屋敷群)
出張者	3 名(県 1 名、観光連盟 2 名)
参加者	2 4 名
目的・内容	来年以降、本県への寄港が更に増える見込みである。県内在住ガイドの育成、クルーズ船寄港時のツアーガイド業務に対応可能なガイドを増やすためガイド研修を実施した。
効果・課題	グループのガイディングを实地研修で学べ、各々の改善点が明確になるとともに、ツアーの品質に直結すると再認識したとの声をいただいた。通訳案内士の底上げになる有意義な事業であり今後も継続していく。

B. 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

① クルーズ乗船客向け鹿児島市内散策マップ改訂(日本語)、増刷(日本語・英語)	
作成時期	令和 6 年 5 月、6 月
内 容	マリン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を改定した。また、日本語版・英語版を増刷した。

言語・部数	日本語版：５０００部、英語版：２０００部
-------	----------------------

C. 多言語クルーズ Web による乗船客等に向けた情報発信

① クルーズ専用ホームページ更新	
期 日	令和６年４月１日（月）～令和７年３月３１日（月）
発信期間	令和６年４月１日（月）～令和７年３月３１日（月）
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者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。

（エ）令和６年度クルーズ船寄港数（令和６年４月～令和７年３月）

鹿児島港 １０６隻（マリポートかごしま ９７隻、北埠頭 ９隻）

（参 考）

・令和５年度クルーズ船寄港数（令和５年４月～令和６年３月）

鹿児島港 ９２隻（マリポートかごしま ７９隻、北埠頭 １３隻）

（１０）大阪・関西万博に向けたインバウンド対策事業 <県委託事業>

万博の準備及び開催運営を行う日本国際博覧会協会が開設した万博特設ページにおいて本県の観光情報の発信を行うとともに、本県の観光ウェブサイトにおいても、同様の内容の発信等を行い、本県への誘客を図った。

（ア）万博特設ページと連携したウェブサイトの充実

万博特設ページ及び本県のウェブサイトの両ページから本県の観光商品を情報発信するとともに、本県のインバウンド向け着地型コンテンツを整理し、英語化や磨き上げを行うことで、更なる誘客を図った。

① 大阪・関西万博サイトに向けたインバウンド対策	
実施期間	令和６年５月２０日（月）～令和６年１２月２７日（金）
委託先	株式会社ＪＴＢ 鹿児島支店

目的・内容	<p>万博を契機とした訪日外国人旅行者の地方誘客に向けて、日本全国各地での体験や旅行商品の予約から決済まで可能な観光ポータルサイト「Expo 2025 Official Experiential Travel Guides」が開設された。</p> <p>当該サイトで、より多くの本県商品を掲載し、訪日客を当県へ誘導するため、本事業では事務局を設置し、申請から翻訳、登録等のサポートを行った。また、県内各地の事業者を訪問し、周知を行った。登録された商品は、県観光サイトでも掲載し、情報発信を強化した。</p>
効果・課題	<p>当県より20商品が申請されているが、令和7年3月末現在、日本語10商品、英語10商品、簡体字2商品、繁体字3商品、韓国語2商品が各言語ページにて掲載済。</p>

（１１）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。

（１２）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月に釜山広域市観光協会と、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等との観光交流を推進した。

① 釜山広域市観光協会役員来訪受入	
期 日	令和6年4月23日（火）～25日（木）
場 所	鹿児島市
参加者	2名（釜山広域市観光協会役員等）
目的・内容	釜山広域市観光協会会長をはじめとする計2名が来鹿し、本県観光素材の視察や当観光連盟との交流を行った。
効果・課題	コロナウィ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さ

	れ、釜山からの観光客に本県の観光の魅力を PR する良い機会となっていた。昨年の冬ダイヤからは韓国ソウルからの直行便の運航は再開されたので、今後は、釜山からの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っていききたい。
--	--

② 2024年第3回国際観光都市フォーラムへの参加

期 日	令和6年8月7日（水）～9日（金）
場 所	韓国釜山広域市
参加者	2名（観光連盟2名）
目的・内容	2000年6月に当連盟と姉妹盟約を締結して以来、観光誘客促進活動や交流事業等を通じて相互の友好親善を深めてきている釜山広域市観光協会主催のフォーラムへ参加し、釜山広域市観光協会や同協会と姉妹盟約を締結している団体等と交流を行った。
効果・課題	釜山広域市の観光客受入の現状や課題等を聴くことができ、外国人観光客受入等の参考になった。また同協会と姉妹盟約を締結している日本国内の観光連盟・協会等とも意見交換をする良い機会となった。

③ 2024釜山国際トラベルフェア（ITFB）への出展

期 日	令和6年9月26日（木）～29日（日）
場 所	韓国釜山広域市
参加者	観光連盟1名
目的・内容	釜山広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 等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。
効果・課題	コロナウィルス流行前は、釜山からのチャーター便が運航されていたこともあり、以前に比べると釜山における本県の認知度は少しずつ向上してきていると感じられたが、直行便がないという点がやはり大きな課題である。12月からは熊本に定期便が就航する予定なので、熊本空港利用のお客様に本県にも来ていただけるよう情報発信を強化していきたい。また将来的には釜山からのチャーター便、更には定期便が運航できるよう関係各所と協力していきたい。

④ 第51回「観光の日」記念行事への参加

期 日	令和6年11月27日（水）～28日（木）
場 所	韓国釜山広域市

参加者	2名（観光連盟2名）
目的・内容	2000年6月に当連盟と姉妹盟約を締結して以来、観光誘客促進活動や交流事業等を通じて相互の友好親善を深めてきている釜山広域市観光協会主催の記念行事へ参加し、釜山広域市観光協会や同協会と姉妹盟約を締結している団体等と交流を行った。
効果・課題	今後、韓国のクルーズ船社が実施するクルーズ船の本県への寄港や釜山からのチャーター便の運航も計画されているので、今後も意見交換等を行っていききたい。

（１３）国内誘客対策受託事業

ア. 鹿児島・佐賀相互誘客事業 <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、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〕

（実施時期） 令和6年4月1日～令和7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）

上期：申請期間 令和6年4月1日～令和6年8月30日

助成対象期間 令和6年4月1日～令和6年9月30日

申請旅行社数 11社 送客実績 379人泊

下期：申請期間 令和6年9月1日～令和6年12月31日

助成対象期間 令和6年10月1日～令和7年1月31日

申請旅行社数 12社 送客実績 370人泊

イ. 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6年11月26日～11月28日
（参加者） 9名
（訪問先） 佐賀県内の中学校21校及び旅行会社9社

（イ）中学校教員招請

（実施時期） 令和6年7月24日～25日
（招請者数） 7名
（主な視察先） 鹿児島市、南九州市、指宿市


（ウ）修学旅行生の出迎え・歓迎

（実施時期） 令和6年4月～令和7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） 宿泊施設で歓迎横断幕の掲出とノベルティの配布
（歓迎校数） 31校

ウ. 観光サイトを活用した情報発信事業 <県委託事業>

「稼ぐ力」向上のための誘客施策の一環として、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取り組んだ。

① 観光サイト CMS 管理画面の保守・管理・改修	
実施期日	令和6年4月1日（月）～令和7年3月31日（月）
目的・内容	観光サイトで導入している CMS の保守管理を、これまで通り㈱トラベルジップに委託。また、従来の宿泊予約サイトの廃止に伴い、新たな宿泊予約サービス「STAYNAVI」を導入。鹿児島市観光サイト、九州観光機構サイトとの連携に係る改修も実施。
効果・課題	「STAYNAVI」の導入に伴い、ユーザーはより宿泊施設を検索しやすくなった。「鹿児島市サイトとの連携改修により、県サイト内の「体験」カテゴリの情報掲載数が増えた。

② 観光サイトデータ分析業務	
実施期日	令和6年4月1日（月）～令和7年3月31日（月）
目的・内容	<p>アクセス解析アプリ「Google Analytics4」を利用した日本語＋多言語（英・繁・簡・韓・ベトナム語）のアクセスデータ抽出や分析業務を委託。また、アクセス状況は一般に公開。</p> <p>※公開場所：</p> <p>県観光サイト「かごしまの旅」内 組織情報ページ</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> 
効果・課題	統計・数値に基づき、より効果的な情報発信を試みている。また、ビジュアル化された統計レポートは県、各自治体等と積極的に情報共有。

（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（県補助事業）

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①」の開催	
期 日	令和6年10月30日（水）
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	110名
講師・演題	<p>テーマ「マーケティングデータ活用」</p> <p>〔セミナー①〕</p> <p>演題：マーケティングデータの基本 ～観光人流データの使い道をわかりやすく解説～</p>

	<p>講師：(株)ブログウォッチャー おでかけ研究所 引谷 幹彦氏 〔セミナー②〕</p> <p>演題：データを活用して日本一コスパの高い観光PRを実現！ ～オール鹿児島で観光の魅力を最大限に発信するためのヒント～</p> <p>講師：(株)ディアライブ セールス&マーケティングチーム プランナー 川口 政樹氏</p>
効果・課題	<p>観光人流データの現況等について講演があり、データに基づく今後の観光施策の重要性について学んだ。今後の観光施策展開へつなげたい。</p> <p>なお、本年度、当連盟のアカデミー事業では、3回に渡り「マーケティングデータ活用」をテーマに、セミナーを企画（3回目は積雪のため中止）。</p>

② 「かごしま観光セミナー②」の開催	
期 日	令和6年11月27日（水）
場 所	鹿児島市・アートホテル鹿児島「大隅・薩摩」
参加者数	69名
講師・演題	<p>テーマ「マーケティングデータ活用」</p> <p>セミナーⅠ</p> <p>講師：門田 隆（(株)マサカノ代表取締役社長）</p> <p>演題：「マーケティングに基づくコンテンツ開発事例」</p> <p>セミナーⅡ</p> <p>講師：水溜光一（水溜食品(株)代表取締役社長）</p> <p>演題：「水溜食品株式会社のカイゼン活動の取組」</p>
効果・課題	<p>コンテンツ開発の事例について講演があり、データに基づく戦略策定の重要性について学んだ。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>

③ 「かごしま観光セミナー③」の開催（積雪の影響を踏まえて、中止）	
期 日	令和7年2月5日（水）
場 所	鹿児島市
参加者数	255名（予定）
講師・演題	<p>テーマ「マーケティングデータ活用」</p> <p>セミナーⅠ</p> <p>講師：森戸 香奈子 じゃらんリサーチセンター 主席研究員</p> <p>演題「じゃらん観光国内宿泊旅行調査 2024 総合満足度1位を鹿児島県が獲得した要因を紐解く</p>

	<p>トークセッション</p> <p>県内観光関係者×森戸主席研究員</p> <p>～オール鹿児島で、更なる高みを目指して～</p>
--	--

イ. 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、情報発信

鹿児島県観光ボランティアガイド連絡協議会事業

① 令和6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6年11月13日(水)

(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

(内 容) 事例発表「NPO法人指宿観光&体験の会」

(備 考) ※観光ボランティアガイド研修会と併催

② 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7年2月19日(水)

(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6名

(一社)九州観光機構事業

① 「九州観光ボランティアガイド担当者会議」

(期 日) 令和7年3月17日

(場 所) オンライン

(公社)日本観光振興協会事業

① 「令和6年度まちあるきガイド連絡協議会 代表者会議」

(期 日) 令和7年3月18日(火)～19日(水)

(場 所) 岡山県倉敷市

(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。

① 令和6年度観光ボランティアガイド研修会の開催	
期 日	令和6年11月13日（水）
場 所	鹿児島サンロイヤルホテル
参加者	約70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）NPO 法人霧島食育研究会理事長 千葉しのぶ鹿児島食文化スタジオ代表 千葉 し の ぶ 氏 （演題）鹿児島の心を伝える郷土料理・その醍醐味
効果・課題	鹿児島県内各地で育まれた独自の食材や食文化のほか、食は旅の重要な要素のひとつであるという趣旨の講演があり、聴講者は「郷土料理を通し地域の歴史・文化や食を伝える大切さを再認識した」との感想が多くあった。 今後も、会員のアンケートやその時々ニーズをとらえた充実した研修会の開催に努めていきたい。

（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. 受入体制の整備

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（JNTO）と連携し、外国人に対する観光案内及び情報提供等を行った。

① 観光案内及び情報提供の実施	
実施時期	令和6年4月1日（月）～令和7年3月31日（月）
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） 61,906人

② 2024年度「JNTO 認定外国人観光案内所 全国研修会」への参加（オンライン）	
期 日	令和7年2月20日（木）、21日（金）
参加者	1名（県観光連盟1名）
目的・内容	JNTO 主催の JNTO 認定外国人観光案内所対象の全国研修会が開催されたので、オンラインで参加した。
効果・課題	JNTO や他県の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（JNTO）と連携し、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 2024年度全国通訳案内士試験セミナーの実施	
期 日	令和6年6月15日（土）
場 所	カクイックス交流センター
参加者	25名
目的・内容	外国人観光客が増加している昨今、ガイドの拡充や外国人観光客の受入体制を整備推進することを目的に、鹿児島において外国語で観光案内ができる全国通訳案内士の資格取得を促進するためセミナーを開催した。
効果・課題	クルーズを含めインバウンドの受入が増加してきたため、ガイドの需要も増えているが、受入られる絶対的なガイドの数が足りず、県外のガイドにも頼らざるを得ないケースもある。また完璧にガイドできるスキルに到達していないため、限られた人にしかリクエストが来ないケースがあるため県内の通訳ガイドの充実、増加につなげてゆく。

② 令和6年度通訳ガイド有資格者レベルアップ研修	
期 日	令和6年7月13日（土）～令和7年3月7日（金）
場 所	鹿児島ワンダフルウォーク（アイエス通訳システムズ内）
参加者	56名（座学3回、現地研修1回、スキルアップ研修4回）
目的・内容	通訳案内士の有資格者、今後取得を目指す人がインバウンドの増加に対応して鹿児島を訪問する外国人観光客に本県の魅力を十分に伝えることができるように、人材を輩出・育成することを目的とする。
効果・課題	大規模な国際コンベンションやクルーズ船寄港の際は、現地のガイドだけでは対応しきれない状態が続いているので、通訳案内士の資格を有する通訳ガイドを育成することが課題である。

（ウ）受入体制推進講習会の開催

観光関係者等に対し、外国人観光客への対応等、受入体制の整備・充実に係る講習会を開催した。

① 令和6年度外国人観光客受入体制推進講習会の開催	
期 日	令和6年9月11日（水）
場 所	鹿児島サンロイヤルホテル
参加者	66名
演題・講師	① 日本政府観光局（JNTO）ロンドン事務所長：本蔵愛里氏 ② 日本政府観光局（JNTO）ハノイ事務所長：松本二実氏 ③ 日本政府観光局（JNTO）市場横断プロモーション部次長：門脇啓太氏
目的・内容	本県における外国人観光客受入体制の整備充実を図るため、海外の市場の現況や、誘致や受入に関する提言をいただいた。
効果・課題	外国人観光客増加によるニーズの多様化に対応していくため、各講師から①英国市場マーケティング戦略 ②ベトナム市場の最新動向 ③高付加価値旅行者誘客についての講演をいただき、受講者から海外の現況や受入体制の向上に参考になったという感想が多数寄せられた。

（エ）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

海外からの個人旅行者等を中心とした新規訪問客やリピーターを獲得するため、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五言語（英語、韓国語、中文繁体字、中文簡体字、ベトナム語）で行った。

＜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	394 件
② 新規情報の収集（取材）及び記事の作成・登録掲載	74 件
③ 問合せ対応件数	92 件

イ. 海外等観光客誘致強化事業

（１）目的

海外旅行エージェント・マスコミ等の招請、クルーズ船の受入、海外教育旅行の受入業務について、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更なる観光客誘致の促進に資する。

（２）業務内容

（ア）旅行エージェント・マスコミ等の招請に係るアテンド業務

①訪問先との連絡調整

②アテンド

③本県観光情報提供

（イ）団体ツアーの出迎え、歓迎セレモニー

ウ. フードダイバーシティ推進事業

（１）目的

世界のムスリム教徒の人口は１９億人、ベジタリアン等の人口は６億人に達しており、これらの外国人観光客の満足度向上や新たな観光客誘致に向け、多様な食文化に対応した環境整備を図る。

（２）業務内容

（ア）フードダイバーシティセミナーの開催

①令和６年度フードダイバーシティセミナー	
期 日	令和７年３月３日（月）
場 所	鹿児島県大島支庁
参加者	48 名（会場参加 20 名、オンライン参加 28 名）
演題・講師	講師：フードダイバーシティ株式会社代表取締役：守護彰浩氏 演題：「基礎から分かる&今日からできる！ ヴィーガン・ハラール等の多様な食文化への対応セミナー」
目的・内容	ベジタリアンやヴィーガンなど多様な習慣・食生活をも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の強化を図った。

効果・課題	今回奄美市でセミナーを開催したが、ヴィーガンやハラルフードなど鹿児島県内各地でセミナーを開催することによって認識を広めていくことにしているが、外国人観光客は奄美大島でも多く見られるようになったため、食の多様性について考える機会が多くなったとのことで参考になったとのことだった。今後も継続してほしいという意見もいただいた。
-------	--

(イ) フードダイバーシティ関係者招請

①令和6年度フードダイバーシティセミナー（ムスリム関係者招請）	
期 日	令和7年3月12日（水）
場 所	カクイックス交流センター
参加者	38名（会場参加24名、オンライン参加14名）
演題・講師	講師：ターキッシュエアラインズ日本支社長：・トゥージュ・アフメット氏 ターキッシュエアラインズ広報部長：フェリット・オゼン氏 演題：「トルコからのインバウンドに実態とトルコ人の「食」について
目的・内容	ムスリム観光客受入に際して、どのような対応したらよいのか、ムスリムである方から感じた事を講演いただくことで、これからのムスリム観光客受入推進を図った。
効果・課題	現在、鹿児島ではムスリムの観光客はさほど多くはないが今後、インバウンド増加に伴い、ムスリム観光客も増加していくものと思われる。今回、ムスリム受入に際しての意見を直接聞くことができ、今後の受入れ対策に役立てていきたい。

(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、日本観光振興協会へ各表彰候補の推薦を行った。

受賞者内訳（令和6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
〃 優良観光団体	6団体
〃 優良従業員	13名
日本観光振興協会会長表彰	1名
〃 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いて後援、協賛を行った。

(後援件数) 37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7年1月7日（火）
場 所	城山ホテル鹿児島
参加者	455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。

〔作成時期〕 令和6年6月

〔作成部数〕 850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	R6.6.19	城山ホテル鹿児島	355 名（委任状含む）
第 1 回理事会（定例）	R6.5.24	シェラトン鹿児島	理事（26）＋監事（2）
第 2 回理事会（定例）	R6.11.20	城山ホテル鹿児島	理事（26）＋監事（2）
第 3 回理事会（定例）	R7.3.26	鹿児島サンロイヤルホテル	理事（27）＋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、協議するため実施した。平成 26 年度から開催。

期 日	令和 6 年 10 月 3 日（木）
場 所	鹿児島サンロイヤルホテル
参加者	21 団体（35 名）
内 容	<p>〔メインセミナー〕</p> <p>演題：HIT（広島県観光連盟）の取組について ～マーケティングデータに基づく、地域を牽引する組織の先進事例～</p> <p>講師：（一社）広島県観光連盟 経営企画・マーケティング事業部 プロデューサー 中野 隆治氏</p> <p>〔サブセミナー〕</p> <p>演題：観光業界でのスポットワーク人材活用法について</p> <p>講師：㈱タイミー 九州支社 大城 祐二氏</p> <p>〔意見交換〕</p>
効果・課題	鹿児島県観光連盟のあり方検討委員会の報告を踏まえ、観光連盟の先進的な取組の一例として広島県観光連盟（HIT）中野様に講演頂いた。具体的な内容もお示し頂いたので、今後の鹿児島県観光連盟あり方を検討する際の参考としたい。

（３）鹿児島県観光連盟あり方検討委員会の開催

観光を取り巻く環境が大きな転換期になる中、令和 5 年 10 月に公益社団法人鹿児島県観光連盟あり方検討委員会が設置され、コロナ渦からの再スタートという時期に、連盟のあり方について、これからの連盟にはどのような機能が求められるかという視点から検討が行われた。

第3回あり方検討委員会の開催	
期 日	令和6年4月25日（木）
場 所	温泉ホテル中原別荘
出席者	12名
内 容	<p>会員アンケートを実施した上で、同委員会は昨年度から計3回にわたり開催し、観光連盟の機能について検討が行われ、鹿児島県観光連盟のあり方に関する報告書を取りまとめ、令和6年度第1回理事会及び令和6年度定時総会にて、理事及び会員の皆様へ報告した。</p> <p>なお、当該報告書に基づき今後の県と観光連盟の役割分担等について県と協議を重ねた。</p>

（４）観光連盟事務所移転

- ① 期 日 令和6年8月1日
- ② 移転先 鹿児島県庁9階

（５）その他管理業務、法人全般に係わる業務