

## 予 算 要 求 資 料

令和6年度当初予算

支出科目 款：商工費 項：観光費 目：観光開発費

### 事業名 世界レベルのデジタルマーケティング推進事業費

(この事業に対するご質問・ご意見はこちらにお寄せください)

観光国際部観光誘客推進課 誘客政策係

電話番号：058-272-1111(内3955)

E-mail：c11336@pref.gifu.lg.jp

1 事業費 45,000 千円 (前年度予算額：45,000 千円)

#### <財源内訳>

区 分	事業費	財 源 内 訳							
		国 庫 支出金	分担金 負担金	使用料 手数料	財 産 収 入	寄附金	その他	県 債	一 般 財 源
前年度	45,000	45,000	0	0	0	0	0	0	0
要求額	45,000	15,000	0	0	0	0	0	0	30,000
決定額									

## 2 要 求 内 容

### (1) 要求の趣旨（現状と課題）

コロナ禍を経て、あらゆる分野でデジタル化が急速に進み、個人旅行が主流化する中、観光分野においてもウェブサイトやSNS等のデジタルツールを活用した情報収集が拡大しており、デジタルマーケティング手法(以下、デジマケ手法)を活用した効果的・効率的なオンラインプロモーションは必要不可欠なものとなっている。

コロナ後の本県のインバウンドは、少しずつ回復しているものの、全国に比べ足取りは鈍く、消費額、特に消費単価は全国平均に及ばない。

こうした中、本県の観光を持続可能な形で本格復活に導くには、これまで（コロナ前）の施策を発展的に継続することが必要である。

具体的には、以下の施策を実行する。

①デジマケ手法を活用し、旅マエ・旅ナカ・旅アトの旅行者の嗜好にあった情報を世界に向けて発信。実施にあたっては、情報発信結果の分析などPDCAを回しながら実行

②高付加価値旅行者への個別最適なアプローチ

③観光関連事業者の持続可能な経営力の向上に資するデジマケ手法活用人材を育成するための研修を実施

こうした取組みを複数年にわたり継続的に実施することで、「県全域への誘客促進」「消費額拡大・高付加価値化」「持続可能な観光」を実現する。

(2) 事業内容

- ①SEO・MEO対策による情報発信力強化事業 【12,000千円】
- ②デジタルマーケティング活用情報発信事業 【18,548千円】
- ③データ収集・分析・活用事業 【8,000千円】
- ④デジタルマーケティング活用人材育成事業 【6,452千円】

(3) 県負担・補助率の考え方

外国人観光客の誘致による観光産業の振興、県経済の活性化は県が率先して実施すべきものであり、県負担は妥当。

(4) 類似事業の有無

無

3 事業費の積算 内訳

事業内容	金額	事業内容の詳細
報償費	210	プロポーザル評価委員謝金
旅費	873	プロポーザル評価委員旅費、職員旅費
消耗品費	258	事務用品
会議費	4	プロポーザル評価会議
役務費	251	通信費等
委託料	43,384	①SEO・MEO対策による情報発信力強化事業 ②デジタルマーケティング活用情報発信事業 ③データ収集・分析・活用事業 ④デジタルマーケティング活用人材育成事業
使用料	20	会議室
合計	45,000	

**決定額の考え方**

--

## 4 参考事項

### (1) 各種計画での位置づけ

#### <国計画>

- ・デジタル田園都市国家構想交付金事業実施計画
  - SDGsを原動力とした「清流の国ぎふ」づくりとサステイナブル・ブランド構築事業（2021～2025年度）
  - ・デジタルマーケティング推進事業

#### <県計画>

- ・「清流の国ぎふ」創生総合戦略
  - 3 地域にあふれる魅力と活力づくり
    - (2) 次世代を見据えた産業の振興
      - ④世界に選ばれる持続可能な観光地づくり
        - デジタル技術等を活用し、観光業の生産性向上を図るとともに人材育成・確保を進める(本編)
        - 観光消費額拡大に向けた誘客プロモーションの展開  
デジタル技術等を活用したマーケティングに官民連携で取り組み、国内外からの誘客拡大を促進する(施策編)
- ・岐阜県経済・雇用再生戦略
  - 6 世界に選ばれる持続可能な観光地域プロジェクト  
<観光消費拡大に向けた誘客プロモーションの展開>
    - (6) 国内外へのデジタルプロモーションの推進
      - デジタル技術等を活用したマーケティングに官民連携で取り組み、国内外からの誘客拡大を促進する。
        - ・県内観光関係者のデジタルマーケティングの浸透に向け、研修会を実施するなど、マーケティング人材の育成を促進する
- ・岐阜県デジタル・トランスフォーメーション推進計画
  - 第2章 目指す姿と政策の方向性 III 各分野のDX 11 観光
    - (1) デジタルマーケティングやデジタル技術を活用した誘客の強化
      - ①SEO・MEO対策による誘客促進
        - SEO対策の拡充
          - ・検索順位を上位に表示させ、WEBサイト訪問者を増やすための対策を拡充します。
        - MEO対策の拡充
          - ・Googleマップ登録事業者が持つWEBサイト訪問者の情報（意識や行動等）を官民で共有・分析し、効果的なPR事業等で活用するとともに、マップ検索で、より上位の表示を獲得するための施策を拡充します。
        - 観光業界におけるデジタルマーケティング人材の育成
          - ・観光業界においてデジタルツールを活用した効果的な情報発信及び分析ができる人材を育成します。

#### 【成果指標】

- ◇デジタルマーケティング人材育成延べ事業者数  
0事業者（2020年度） → 2400事業者（2026年度）

### (2) 国・他県の状況

他都道府県においても同様の事業を実施しており、県が事業予算を負担。

### (3) 後年度の財政負担

次年度以降も継続して実施する。



#### (4) 事業主体及びその妥当性

外国人観光客の誘致については、長期計画でも位置づけた県の役割であり、必要経費を負担するのは妥当。

# 事業評価調査書（県単独補助金除く）

新規要求事業

継続要求事業

## 1 事業の目標と成果

### （事業目標）

#### ・何をいつまでにどのような状態にしたいのか

リアルのプロモーションとあわせて、デジタルマーケティング手法を活用したデジタルプロモーションを実施することで、特に、インバウンドの主流である個人旅行者の嗜好にあった情報を効果的・効率的に届け、旅行者の興味・関心、そして来岐を促す。加えて、観光事業者のデジタルマーケティングスキル、デジタルプロモーションスキルの向上を支援する。ひいては、官民連携による継続的な取組みを通じて、観光消費額の増加、令和9年度までに外国人延べ宿泊者数200万人を達成する。

### （目標の達成度を示す指標と実績）

指標名	事業開始前 (R)	R4年 実績	R5年 目標	R6年 目標	終期目標 (R9)	
					達成率	
①外国人延べ宿泊者数		12万人	70万人	120万人	200万人	6.0%

#### ○指標を設定することができない場合の理由

### （これまでの取組内容と成果）

令和2年度	<ul style="list-style-type: none"> <li>・インバウンド向けサイト（9言語対応）の再構築（R1）</li> <li>・SEO対策及びMEO対策の実施</li> <li>・Googleアナリティクス等によるデータ収集・分析</li> </ul>
令和3年度	<ul style="list-style-type: none"> <li>・SEO対策及びMEO対策の実施</li> <li>・Googleアナリティクス等によるデータ収集・分析</li> <li>・デジタルマーケティング手法を活用したオンラインプロモーション</li> <li>・デジタルマーケティング活用人材育成研修の実施</li> </ul> <p>指標① 目標：50万人 実績：3万人 達成率：6.0%</p>
令和4年度	<ul style="list-style-type: none"> <li>・SEO対策及びMEO対策の実施</li> <li>・Googleアナリティクス等によるデータ収集・分析</li> <li>・デジタルマーケティング手法を活用したオンラインプロモーション</li> <li>・デジタルマーケティング活用人材育成研修の実施</li> </ul> <p>指標① 目標：13万人 実績：12万人 達成率：92.3%</p>

## 2 事業の評価と課題

### (事業の評価)

<p>・ <b>事業の必要性</b> (社会情勢等を踏まえ、前年度などに比べ判断)            3 : 増加している 2 : 横ばい 1 : 減少している 0 : ほとんどない</p>	
(評価)	<p>3</p> <p>コロナ禍を経て、他分野同様、観光分野におけるデジタル化も喫緊の課題である。こうした中、デジタルマーケティング手法を活用したオンラインプロモーション、観光事業者のデジタルスキルの向上は、インバウンド誘客を通じた県経済活性化にとって必要不可欠なものとして、重要性は増している。</p>
<p>・ <b>事業の有効性</b> (指標等の状況から見て事業の成果はあがっているか)            3 : 期待以上の成果あり            2 : 期待どおりの成果あり            1 : 期待どおりの成果が得られていない            0 : ほとんど成果が得られていない</p>	
(評価)	<p>3</p> <p>外国人向け観光情報Webサイトの閲覧数がインバウンド過去最高を記録した2019年(コロナ前)を上回る40万回超を記録(R4)したほか、デジマケ研修受講者のうち約9割が、当該事業に満足と答え、研修の成果を実際の業務に活かす事業者も出てきている。</p>
<p>・ <b>事業の効率性</b> (事業の実施方法の効率化は図られているか)            2 : 上がっている 1 : 横ばい 0 : 下がっている</p>	
(評価)	<p>2</p> <p>SEO対策や情報発信については、過年度の結果を分析した上で、発信するコンテンツを決定するなどのPDCAを回し、効率化を図っている。SEO分析については、分析結果を県内観光関連事業者にフィードバックし、より効果的・効率的なプロモーションに役立てていただいている。デジマケ研修については、過年度の受講者の声を踏まえ、講座内容、研修期間等を改善し、効率化を図っている。</p>

### (今後の課題)

<p>・ <b>事業が直面する課題や改善が必要な事項</b></p> <p>欧米豪・アジアの高付加価値旅行者を新たなターゲットに加え、本県の持続可能な観光地としての魅力をデジタル技術を用いて効果的・効率的に発信し続けること。「認知」してもらうステージから、「来岐し、消費」してもらうステージに移行すること。また、旅ナカから旅アトに至るまでの外国人旅行者(R5までは主に国内在住旅行者)のニーズを分析し、観光事業者における更なる集客に役立てていただくこと。加えて、観光事業者の持続可能な経営に資する観光DX人材を育成すること。</p>
--

### (次年度の方向性)

<p>・ <b>継続すべき事業か。県民ニーズ、事業の評価、今後の課題を踏まえて、今後どのように取り組むのか</b></p> <p>R6以降は、欧米豪・アジアの高付加価値旅行者を新たなターゲットに加え、同旅行者に訴求でき、且つ、行動(来岐)まで促すような情報を効果的・効果的に発信する。また、Googleビジネスプロフィール等の分析を通じ、外国人旅行者の旅ナカ・旅アトの興味・関心を分析し、その結果を事業者へフィードバックし、県全体への面的な集客を促進する。加えて、持続可能な経営に資する、より実践的な観光DX人材育成研修を実施し、県内観光事業者の持続可能な経営力の向上を支援する。</p>
--

(他事業と組み合わせて実施する場合の事業効果)

組み合わせ予定のイベント 又は事業名及び所管課	【〇〇課】
組み合わせる理由 や期待する効果 など	



	SEO・MEO	情報発信	収集・分析	人材育成
報償費	84	42	42	42
旅費	255	245	245	128
消耗品費	100	19	19	120
会議費	1	1	1	1
役務費	45	25	70	111
委託料	11,495	18,216	7,623	6,050
使用料	20			
合計	12,000	18,548	8,000	6,452

合計

210

873

258

4

251

43,384

20

45,000