

## 予 算 要 求 資 料

令和7年度3月補正予算

支出科目 款：商工費 項：観光費 目：観光開発費

### 事業名【新】インバウンド向けLLMO・デジタルプロモーション事業費（R8分）

(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)

観光文化スポーツ部 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 38,500千円 (現計予算額：0千円)

#### <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
現 計 予算額	0	0	0	0	0	0	0	0	0
補 正 要求額	38,500	18,952	0	0	0	0	0	0	19,548
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、着実に回復しているものの、その消費額、特に消費単価は全国平均に遠く及ばず、事業者の経営の観点からの持続可能性に乏しい。

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（コロ前）の施策を発展的に継続することが必要であるため、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。加えて、生成AI検索に対応したLLMO対策により情報発信力を強化する。実施にあたっては、情報発信結果の分析などPDCAを回しながら実行する。

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対策による情報発信力強化事業    | 【9,500千円】  |
| ②デジタルマーケティング活用情報発信事業  | 【9,000千円】  |
| ③LLMO対策によるマーケティング強化事業 | 【20,000千円】 |

### (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	84	プロポーザル評価委員謝金
旅費	372	プロポーザル評価委員旅費、職員旅費
消耗品費	83	事務用品
会議費	2	プロポーザル評価会議
役員費	45	通信費等
委託料	37,904	①SEO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 ③LLMO対策によるマーケティング強化事業
使用料	10	会議室
合計	38,500	

決定額の考え方

4 参考事項

(1) 各種計画での位置づけ

- ・「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
- ・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
- ・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

(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)	R5年 実績	R6年 目標	R7年 目標	終期目標 (R9)	
					達成率	
①外国人延べ宿泊者数		109万人	120万人	170万人	200万人	54.5%

○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3年度			
令和4年度	指標① 目標：                      実績：                      達成率：		
令和5年度	指標① 目標：                      実績：                      達成率：		

## 2 事業の評価と課題

### (事業の評価)

・ 事業の必要性(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

(評価)

・ 事業の有効性(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

(評価)

・ 事業の効率性(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

(評価)

### (今後の課題)

・ 事業が直面する課題や改善が必要な事項

欧米豪等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のニーズを分析し、効果的な情報発信を継続していくこと。

### (次年度の方向性)

・ 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

R8以降は、引き続き欧米豪等の高付加価値旅行者をターゲットとする。また、新たにLLMO対策を実施し、昨今情報検索ツールとしての利用が増加している生成AIに対応した対策を行うことで、より多くの旅行者に訴求でき、且つ、行動(来岐)まで促すような情報を効果的・効率的に発信する。

### (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  
組み合わせる理由  
や期待する効果 など