



※ 本プレスリリースは、株式会社セールスフォース・ドットコム、一般社団法人長崎国際観光コンベンション協会、公益財団法人ながさき地域政策研究所、ソリッドインテリジェンス株式会社による共同リリースです。4者より重複して配信される場合がございますが、あらかじめご了承ください。

令和3年 9月9日

株式会社セールスフォース・ドットコム
一般社団法人 長崎国際観光コンベンション協会
公益財団法人ながさき地域政策研究所
ソリッドインテリジェンス株式会社

一般社団法人長崎国際観光コンベンション協会、 「Salesforce Marketing Cloud」を 活用したSNSマーケティングを実施 ～個人旅行のさらなる需要喚起と消費拡大に向けた、新たな一手～

一般社団法人長崎国際観光コンベンション協会（本社：長崎県長崎市、会長：村木昭一郎、以下、DMO NAGASAKI）と株式会社セールスフォース・ドットコム（本社：東京都千代田区、代表取締役会長兼社長：小出伸一、以下、セールスフォース・ドットコム）と公益財団法人ながさき地域政策研究所（本部：長崎県長崎市、理事長：菊森淳文、以下、シンクながさき）とソリッドインテリジェンス株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：丸野敬、以下、ソリッドインテリジェンス）は、DMO NAGASAKIが個人旅行市場のマーケティングを強化するため「Salesforce Marketing Cloud」（以下、Marketing Cloud）を活用したSNSマーケティングを実施し、セールスフォース・ドットコム、シンクながさき、ソリッドインテリジェンスがこれを支援することについて合意したため、以下のとおりお知らせします。

新型コロナの影響で国内旅行需要は大幅に減少し、訪日外国人（インバウンド）需要は観光目的の入国が制限されたことにより、過去に無い程に低下しました。こうした厳しい市場環境の中でDMO NAGASAKIは、長崎市の観光・MICEが目指す「選ばれる21世紀の交流都市」を実現するべく、新しい戦略「長崎市DMO事業計画2021-2025」を策定し、①選ばれるための「ブランディング」と②選ばれ続け、稼ぐ力を引き出す「仕組みづくり」を基本戦略に据えた各事業（国内、インバウンド、MICE、修学旅行）を推進していきます。

「ブランディング」においては国内市場だけではなく、インバウンドやMICE、修学旅行を包括する長崎市観光の普遍的な価値を象徴しつつけるブランド構築を進め、「仕組みづくり」においては訪問客のジャーニーマップに合わせた施策を展開します。

DMO NAGASAKIでは、これらを実現するための戦略ツールとしてMarketing Cloudを導入し、その機能の一つであるソーシャルメディアマーケティングソリューション「Social Studio」を活用した市場調査「ソーシャルリスニング」で以下の3点に取組みます。





一般社団法人

長崎国際観光コンベンション協会

Nagasaki International Tourism and Convention Association

- 長崎を周遊する訪問客の嗜好など、顧客の声をSNS上で収集・分析
- SNS上での顧客の声、特にインサイトを把握することで、長崎市のブランディングやマーケティングに活用
- ソーシャルリスニングを活用したマーケティング戦略の高速PDCA化

この導入にあたっては、「豊かな地域社会の実現」を掲げて長崎県下を中心に地方自治体の政策マネジメントをサポートするシンクながさきと、中央省庁、独立行政法人、地方自治体等のパブリックセクターや大手メーカー等をクライアントに抱え、国内外のソーシャルメディアデータの分析に多くの実績のあるソリッドインテリジェンスが、英語・中国語・韓国語を含む他言語によるソーシャルメディアデータの分析支援を行います。

そしてDMO NAGASAKIでは、MICEにおける誘致と受入強化を目的に、ノーコードで業務アプリケーションを構築できる「Lightning Platform」と関係者同士の円滑なコミュニケーションを実現する「Experience Cloud」も導入しました。この仕組みによって効果的で効率的な誘致営業と経済効果を高める受入活動を推進していきます。

このリリースに関するお問い合わせ

一般社団法人
長崎国際観光コンベンション協会（DMO NAGASAKI）
DMO推進本部 企画部 担当 小林、未安

〒850-0862 長崎市出島町 1-1 出島ワーフ2階
TEL.095 823 7423
FAX.095 824 9128

