

<b>主業務 (担当人数)</b>	<b>業務目標と3年間で行う業務</b>
<p><b>観光DX・情報発信</b> (地域おこし協力隊:1名)</p>	<p>目標：デジタルマーケティングの視点を取り入れた、既存観光情報プラットフォームの統合と再構築による情報発信の抜本的強化と市内事業者との連携強化および地域OTA（オンライン・トラベル・エージェント）の構築・運用を推進し、南城市への誘客と観光消費額の拡大を実現する。また、生成AIやWeb3等の新たなデジタル技術を積極的に活用し、DMOの早期の設立効果（収益化・地域連携）の創出を図る。</p> <p><b>1年目 情報発信基盤と地域ネットワークの構築</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>観光情報プラットフォーム統合・再構築準備と地域連携体制の確立</li> <li>地域情報発信プラットフォームの選定と基礎構築 (例：誘客ターゲット層の特定と連動したWEB・SNSアカウントの設計・運用開始)</li> <li>観光プロモーションのテーマ設定と既存発信媒体との連携体制構築</li> </ul> <p><b>2年目 観光情報プラットフォームの再構築・運用と地域OTA開発調査</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>新たな観光情報プラットフォームの本格運用と効果検証 (例：発信コンテンツを活用したWEB・SNSでの分散PR戦略の実行と改善)</li> <li>地域OTA構築に向けた詳細調査と要件定義</li> <li>広域連携による観光誘客キャンペーンの企画・実施（分散PR）</li> <li>発信データ（SNSエンゲージメント等）の分析に基づく情報発信のPDCA運用</li> </ul> <p><b>3年目 地域OTAの構築・運用とDMOの自走化貢献</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>地域OTAの構築と運用開始、収益化の実現 (例：観光PRとWEB・SNS発信を連動させたOTA商品の集客促進と販売強化)</li> <li>情報発信・誘客促進の持続化とDMOの自走支援、業務継続・起業の検討 (例：プラットフォーム、WEB・SNS情報発信体制のDMOへの本格移管と継続スキーム構築)</li> <li>メディアリレーションの構築とプレスツアー企画による戦略的な分散PRの実施</li> </ul> <p>得られるスキル：観光DX推進、データマーケティング、メディア運営、OTA事業開発等</p> <p>南城市計画等との整合性： 第2次南城市総合計画（改訂版）、第2次南城市観光振興計画（改訂版）、第2期「南城ちゃーGANJUCITY創生戦略」</p>