

令和4年1月市議会臨時会 環境経済委員会資料

第1号議案 令和3年度長崎市一般会計補正予算（第22号）

〔文化観光部所管分〕

【目次】	(予算説明書頁)	(資料頁)
[7款 商工費]		
7・1・4 観光費		
1 観光振興対策費		
1 観光地域づくり推進費	24～25	1～7
2 観光施設管理運営費		
1 長崎歴史文化博物館運営費	24～25	8～9
《繰越明許費補正》		
観光振興対策費		
観光地域づくり推進費	42～43	1～7

文化観光部  
令和4年1月



予 算 説 明 書					事 業 名	予 算 額
頁	款	項	目	番号		
24 ～ 25	7 商工費	1 商工費	4 観光費	1-1	観光地域づくり推進費	千円 126,946

## 1 概要

新型コロナウイルス感染症の拡大により、大きなダメージを受けている市内の観光業界の回復を加速させるため、DX※による観光サービスの変革を推進するとともに、令和4年秋の西九州新幹線開業に合わせて実施される「佐賀・長崎デスティネーションキャンペーン」との連動はもちろんのこと、新幹線開業前と開業後にも、コロナの状況を踏まえながら段階的にターゲットエリアに対する国内観光誘客プロモーションを強化する。

※DX（デジタルトランスフォーメーション）

…ICT（情報通信技術）の浸透が人々の生活をあらゆる面でより良い方向に変革させるという概念

## 2 課題

- (1) 新型コロナウイルス感染症の拡大は第6波に突入し、依然として観光業界は非常に厳しい状況にある。一方で、リアルな旅行に対する意欲は高く、ポストコロナの旅行需要を取り込むためにも、地域の魅力を活かした観光素材の発掘と磨き上げ、DXの推進による新たな観光コンテンツの開発や、ポストコロナに即応した効率的で効果的なプロモーションが急務である。

### 《国の対応方針》

- DXの推進による観光サービスの変革  
新型コロナウイルス感染症の拡大に伴うオンライン観光の普及により、リアルな観光への期待が増大するなか、新たな体験価値の提供がこれまで以上に求められており、観光需要の回復を見据えたデジタル技術の観光への活用は急務である。近い将来訪れる Society5.0※時代に向け、技術と観光資源の掛け合わせによる相乗効果を生み出し、DXの推進によりこれまでにない観光コンテンツ及びエリアマネジメントの創出・実現を目指す。
- 先進的プロモーションの実施  
ポストコロナ社会における旅行需要の変化を見据え、デジタルマーケティング等を活用した個人の興味・関心に応じたプロモーションを実施する。

※Society5.0…仮想空間と現実空間を融合させたシステムにより、経済発展と社会的課題の解決を両立する、人間中心の社会（テクノロジーによってオンライン空間と現実世界をつないで、さまざまな社会の問題を解決する、人々が暮らしやすい社会）

- (2) 令和4年秋に西九州新幹線が開業し、10月から12月にかけて佐賀・長崎デスティネーションキャンペーンが実施されることから、観光需要喚起のタイミングとなっている。新幹線開業効果を最大限に高めるため、ポストコロナ対策を含め、長崎市への誘客を図るプロモーションを3月の早い段階から行うことが重要である。

### 3 実施内容

(1) 委託先 一般社団法人長崎国際観光コンベンション協会  
(平成30年3月30日 DMO 法人(観光地域づくり法人)に登録)

(2) DXに対応したワンストップによる観光マーケティングの仕組みの構築 70,723千円  
国が推進する観光DX推進の方針に沿い、デジタル技術を活かした一元的な情報の収集・発信、予約・決済、訪問客の趣味・嗜好に合わせたサービスの提供などの仕組みを構築することで、ポストコロナに対応し、新規訪問客・リピーター獲得につなげる。

目指す姿：訪問客一人ひとりに最適化した双方向コミュニケーション型サイト

- ブランディング活動と連動したワンストップサイト
- AI機能による訪問客の旅行消費行動に寄り添う一人ひとりに最適な旅の提案
- メディア連携など双方向コミュニケーションの実施による新規ファン獲得、ロイヤルカスタマー<sup>※</sup>化の促進

※ロイヤルカスタマー…企業や商品に愛着を持って、継続的に購入・利用している顧客

#### ア 仕組み構築の概要

(ア) 訪問客向けワンストップシステムの強化 57,563千円

サイトに掲載する情報を一元管理するとともに、個人の趣味嗜好に合わせ最適化された情報、商品・サービス、予約・決済機能を集約したワンストップ化により、誘客だけでなく、域内の周遊促進・消費の拡大につなげる。

また、観光スポット・食・体験等のコンテンツを掲載・紹介するだけでなく、SNSと連携させ、訪れた人の感想や写真、現在の状況などを公開できる仕組みをつくることで、より興味・関心を引く双方向の情報発信を実現する。

#### a ユーザーの趣味嗜好に合った情報の提供(双方向のコミュニケーション)

##### (a) ターゲット、ユーザーの趣味嗜好に合わせ最適化した情報提供

個人の趣味嗜好に合わせた情報提供等をマイページにまとめ、旅行計画に活用できるような仕組みをつくるとともに、ユーザーのニーズ(旅のテーマ、行きたいエリア、体験したい内容)や状況(出発地、滞在時間、交通手段等)に合わせてお勧めの旅を自動で提案する。

##### (b) 多様なテーマのメディア・SNSを活用した双方向コミュニケーション

来訪目的の多様化に伴い、旅行系メディアだけでなく、ビジネス、アウトドア、美容・健康、食など多様な趣味嗜好・ライフスタイル等を取り扱うメディア等と連携し、ターゲット層に合ったコンテンツを紹介していくことで、新たな客層・コミュニティに訴求する。

(c) 法人・団体（旅行会社・学校関係者・MICE 主催者）向け情報発信の強化  
ツアーの企画・造成を行う旅行会社向けに、オンラインセミナー・オンラインツアーによる観光素材（体験）やスポット等の紹介を行うサイトを新たに構築する。

b ユーザーニーズの把握と今後の施策への展開（マーケティングへの戦略的活用）  
蓄積したユーザーデータを分析することで、訪問客のニーズを把握し、今後の DMO におけるプロモーション戦略に活用する。

(イ) 市内事業者向けワンストップシステムの強化 7,854 千円

a 市内の多様な事業者からの最新情報投稿機能（情報収集）  
DMO が多様な関係者の最新情報を把握し、ワンストップで適切な発信を行うために、事業者から情報収集する仕組みを WEB サイト上に構築する。

b DMO から市内事業者へマーケティングデータ等の共有  
DMO が収集・分析する様々なデータを用い、長崎市の観光に関する最新状況をデータとコラムで解説・共有することで、DMO としての多様な関係者の巻き込みと市域全体のマネジメント機能の強化を図る。

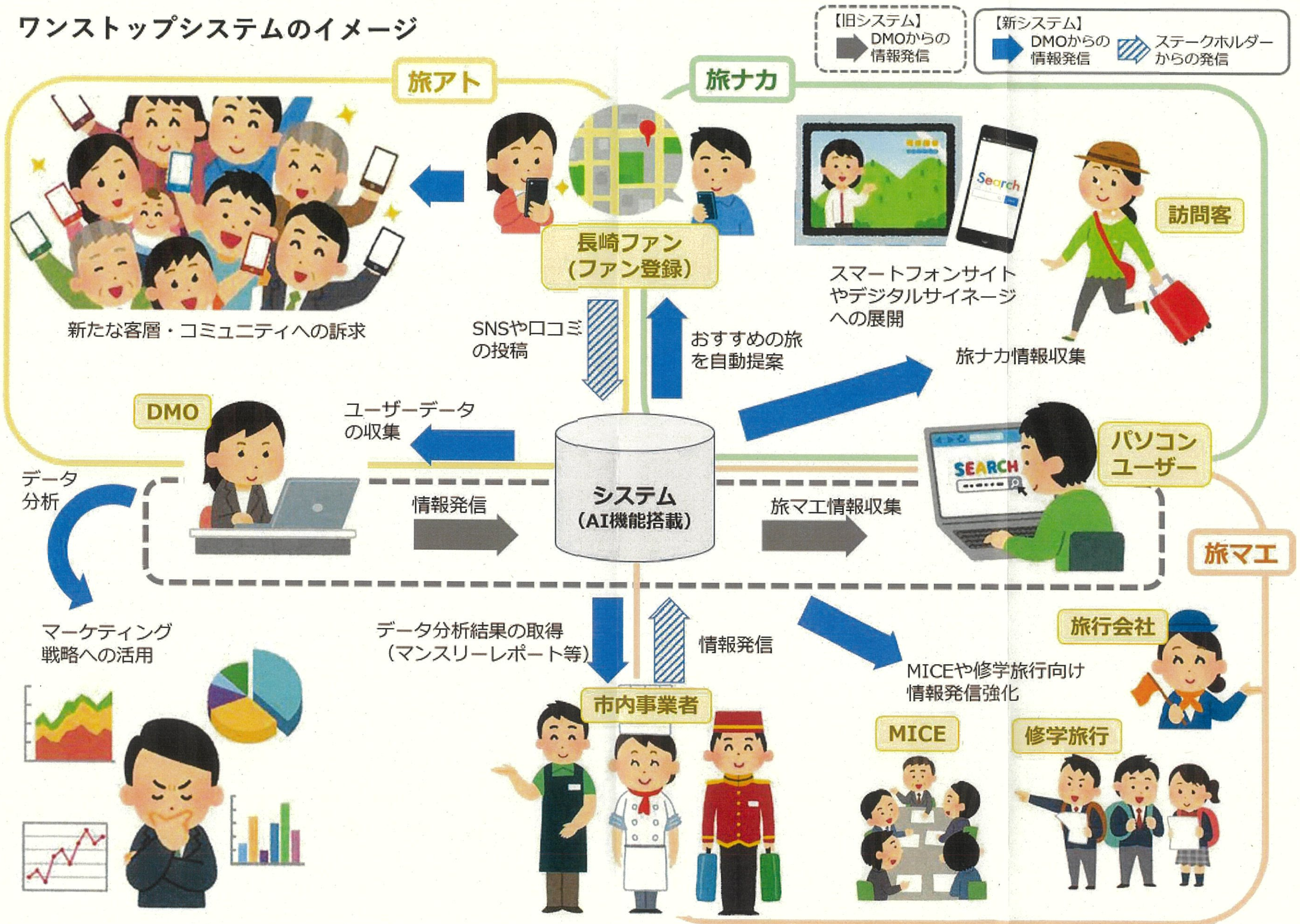
(ウ) その他 5,306 千円

システム構築によるサーバー切り替えに伴い、修学旅行ナビ、平和ガイド、遊学券といった修学旅行に関するサイトや MICE ホームページなど既存サイトと統合・連携を図る。

イ スケジュール

R4. 2月～3月	事業者選定（プロポーザル）
R4. 3月～9月	システム構築、テストページ試行・調整
R4. 10月～	運用開始（現「あっ！とながさき」から切替え）

# ワンストップシステムのイメージ



(3) ポストコロナ・新幹線開業誘客プロモーションの強化 56,223千円

新型コロナウイルス感染症の状況を踏まえながら、ポストコロナに即応したプロモーションを推進するとともに、西九州新幹線の開業を契機とした国内観光誘客プロモーションを強化する。開業効果の最大化を図るため、新幹線沿線上の都市（福岡・広島・岡山）及び大都市圏である大阪・東京をターゲットとして、世界新三大夜景、世界遺産、魚（フグ）を中心としたグルメ、長崎のもぞき恐竜パーク、体験（歴史・文化・自然）など長崎の魅力あるコンテンツを提供することで、長崎旅行を訴求する。

ア デジタル広告（通年） 30,838千円

【広告の内容】

- 特設ページ、WEB 広告制作
- 検索連動広告（Google、Yahoo!）
- ディスプレイ広告出稿（Google、Yahoo!）
- SNS 広告（Instagram、Facebook、Twitter）

【実施時期】

- 通年 … 新幹線開業の露出拡大（デジタル広告、新幹線主要駅交通広告）
- 開業前 … 開業に向けた露出拡大（デジタル広告、新幹線主要駅交通広告）
- 開業後 … OTA\*等と連携した新幹線活用商品、プランのPR強化  
（佐賀・長崎デスティネーションキャンペーンとの連動）

※OTA（オンライントラベルエージェント）…インターネット上で取り引きを行う旅行会社

イ OTA 連携（4ヶ月） 5,980千円

OTA サイト内に特設ページにおいて「長崎のもぞき恐竜パーク」「朝たび長崎」などの滞在訴求型コンテンツの記事を掲載するとともに、宿泊予約、レジャー予約等の購買につながる導線を設置し、実誘客の獲得を狙う。

ウ 九州沿線都市（福岡市想定）との連携プロモーション 8,085千円

関東圏からの誘客促進のため、九州沿線都市と連携した宿泊・周遊プロモーションを実施する。

《案》航空機（羽田空港—福岡空港・長崎空港）＋新幹線（博多—長崎）＋宿泊・体験  
利用促進キャンペーン

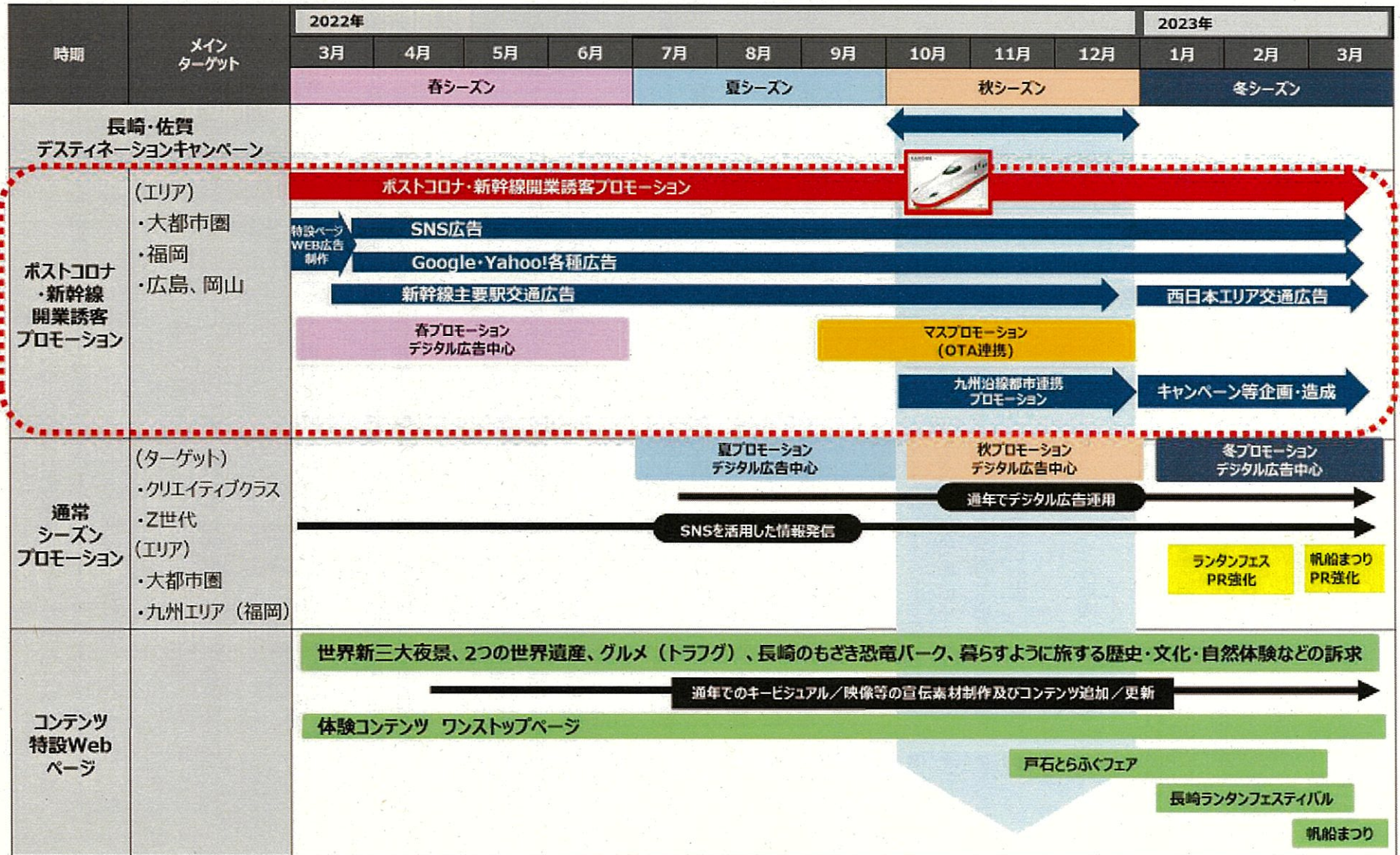
エ 新幹線沿線主要駅等交通広告（3ヶ月） 4,505千円

デスティネーションキャンペーン終了後に、JR 西日本エリアに重点的に実施する。

オ キャンペーン等企画・造成（3ヶ月） 6,815千円

デスティネーションキャンペーン終了後に、周遊・滞在を促進する交通系アプリと連携したスタンプラリー等を重点的に実施する。

# プロモーション実施イメージ ※破線赤枠:今回補正対応分





## 5 財源内訳

事業費	財源内訳				
	国庫支出金 ※	県支出金	地方債	その他	一般財源
千円 126,946	千円 126,946	千円 —	千円 —	千円 —	千円 —

※ 新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金 充当率 100%

### 【繰越明許費】

事業費		財源内訳				
		国庫支出金 ※	県支出金	地方債	その他	一般財源
予算現額	千円 165,817	千円 67,208	千円 —	千円 —	千円 —	千円 98,609
補正額	千円 126,946	千円 126,946	千円 —	千円 —	千円 —	千円 —
補正後の額	千円 292,763	千円 194,154	千円 —	千円 —	千円 —	千円 98,609
繰越明許額	千円 126,946	千円 126,946	千円 —	千円 —	千円 —	千円 —

※ 令和3年度当初：地方創生推進交付金 充当率 50%

今回補正：新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金 充当率 100%

## 6 事業実施の必要性とその効果

### (1) 必要性

- ・ ポストコロナ社会に対応した都市へのレベルアップを図るため、デジタル技術を活用した情報収集・発信、サービス提供等の包括的な仕組みの構築が必要である。
- ・ 新型コロナウイルス感染症の影響で疲弊した地域経済の早期回復を図るため、ポストコロナに即応したプロモーションを行うとともに、西九州新幹線開業の機を逃すことのないように、3月から段階的に誘客プロモーションを強化する必要がある。

### (2) 効果

- ・ 西九州新幹線開業効果を最大化するとともに、新型コロナウイルス感染症の影響で疲弊した地域経済の早期回復を図る。
- ・ ユーザーに最適化された情報発信による新規訪問客・リピーターの獲得につながる。

予 算 説 明 書					事 業 名	補 正 額
ページ	款	項	目	番号		
24 ～ 25	7 商工費	1 商工費	4 観光費	2-1	長崎歴史文化博物館 運営費	千円 2,500

## 1 概 要

海外交流史を中心とした長崎の歴史と文化を一覧でき、また長崎学研究の拠点となる長崎歴史文化博物館について、共同設置者である県と市でその運営費負担金の一部を負担し、長崎文化・学術の発展に寄与する。

## 2 事業内容

新型コロナウイルス感染症の影響により、利用者の減の影響を大きく受けている長崎歴史文化博物館の指定管理者へ公共サービスの維持・継続のため、国の経済対策による交付金を活用し、定額の支援金を支給する。

施設の管理について事務委託をしている県の算定基準により算出した支援金5,000千円について、長崎歴史文化博物館の運営に関する協定書に基づき、県1:市1の割合で負担するもの。

### (1) 支援実施の考え方

新型コロナウイルス感染症の影響によりダメージを受けた博物館における今後の感染症対策や集客対策等の活動を支援し、運営の立直しやコロナ後の社会への対応を図る。

(2) 支援額 5,000千円 (うち長崎市負担分 2,500千円)

### (3) 算定方法

施設の経常的経費の規模や利用者の減少度合いに応じて「単価×補正係数」により算定。

#### ア 算定基準

A 単価：管理運営の規模に応じて単価を設定

管理運営費	単価 (千円)
50,000千円未満	3,000
50,000千円～200,000千円未満	10,000
200,000千円以上	20,000

B 補正計数：管理運営費に対する利用料金の比率が高いほど新型コロナウイルス感染症による影響を受けやすいため、計数を設定

利用料金/管理運営費	係数
30%未満	0.5 (管理運営費が200,000千円以上の場合は0.25)
30%以上 40%未満	0.75
40%以上 50%未満	1.0
50%以上	1.5

C 補正計数

利用者等の減少率	係数
30%未満	0.5
30%以上	1.0

イ 支援額

【長崎歴史文化博物館の状況】

管理運営費 (過去平均※)	年間利用料金 (平時ベース※)	利用料金/ 管理運営費	平時の利用者数 (4~11月※)	R3年度利用者 数(4~11月)	減少率
356,286,485円	100,540,000円	28.2%	373,776人	123,661人	66.9%

※H29~R元年度 3か年平均

$$A: \text{単価} \quad B: \text{補正計数} \quad C: \text{補正計数} \quad \text{支援額}$$

$$20,000 \text{千円} \times 0.25 \times 1.0 = 5,000 \text{千円}$$

(県 2,500千円、市 2,500千円)

3 財源内訳

区分	事業費	財源内訳			
		国庫支出金※	県支出金	地方債	一般財源
予算現額	千円 182,627	千円 —	千円 —	千円 —	千円 182,627
補正額	2,500	2,500	—	—	—
補正後の額	185,127	2,500	—	—	182,627

※新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金(単独) 充当率 100%