

令和4年度 基本施策評価シート

作成日 令和4年7月4日

基本施策	A3 交流のための都市機能を高め、交流を促進し、賑わいを創出します		
施策の目的 (対象と意図)	対 象	意 図	
	まちが	より多くの来訪者や市民で賑わっている。	
長崎市第四次総合計画[後期基本計画] 基本施策掲載ページ		37ページ ~ 39ページ	
基本施策主管課名	観光政策課	所属長名	柴田 恭郎
関係課名	観光政策課、観光交流推進室、景観推進室、都市経営室、長崎創生推進室、長崎駅周辺整備室、伊王島地域センター、高島地域センター、野母崎地域センター		

基本施策の振返り

後期基本計画策定時の課題		後期基本計画期間の取組み (H28~R3年度)	
個別施策	A3-1	長崎独自の観光資源を掘り起こし、磨きます	
ア 掘り起こした資源の継続的な磨き上げと新たな資源の掘り起こし	⇒	(ア)「長崎ランタンフェスティバル」や「長崎帆船まつり」等の開催 (H28~R元年度)と新たな取組みによるイベントの磨き上げ (イ)「人」の交流による経済活性化を目的とする事業への補助	
イ 宿泊滞在型観光の推進、観光消費に繋げる観光メニュー等の充実		(ア)「環長崎夜間景観向上基本計画」に基づき、夜間景観整備を実施 (イ)長崎さるくにおける専門性の高いガイドの育成と訪問客のニーズの多様化への対応	
個別施策	A3-2	国内外からの観光客、MICEの誘致を図ります	
ア 観光動向調査やビッグデータ等の分析による戦略的な誘致	⇒	(ア)長崎市DMOによる観光動向データの収集・分析による戦略的な誘致と多様な関係者への戦略の共有	
イ 誘致・受入れ等のMICE機能の充実		(ア)ユニークベニューやMICE参加者向け体験コンテンツの整備 (イ)大学、経済界など関係団体と連携したMICE誘致と受入態勢の整備	
個別施策	A3-3	交流のための都市機能を高め、受入態勢の整備とおもてなしの充実を図ります	
ア 長崎駅周辺地区の再整備等による都市機能の向上	⇒	(ア)長崎駅周辺における関連事業と連携した工事の実施 (イ)出島メッセ長崎の開業	
イ 案内板等の多言語化、観光施設等のバリアフリー化		(ア)多言語標記の拡充 (イ)無線LAN環境の向上	
個別施策	A3-4	遊学のまち長崎の魅力を高めます	
ア 貴重な学びの場となるような環境づくり イ 長崎で学ぶことの魅力のPR	⇒	(ア)各大学との連携強化 (イ)「游学のまちdeやってみゅーで“U-サポ”」の運営委託 (ウ)「游学のまち長崎」推進協議会による長崎で学ぶことの魅力のPR	



成果及び効果(H28～R3年度)		
個別施策	A3-1	長崎独自の観光資源を掘り起こし、磨きます
<p>①長崎らしい魅力あるイベントの展開 ・H28～R元年度までのコロナ前については長崎帆船まつりなどの長崎らしい魅力あるイベントの開催による観光客(最大約700万人)の誘客など交流人口の増加につながった。コロナ後においては、国が示すイベント開催基準をもとにコロナ禍でのイベントの在り方の検討・整理を進め、具体的な対策等のノウハウを得ることができた。また、新型コロナウイルスの感染拡大により、イベントの中止が相次ぐ中、R3年度には、長崎ランタンフェスティバルの令和4年度の開催に向けた機運醸成が図られ、PR実施により知名度が向上した。</p> <p>②観光メニューの開発・強化 ・長崎さるくについては、多様化するニーズへの対応を目的に、新しいまち歩き運営の仕組みに転換し、各まち歩き団体・個人のノウハウや得意分野を活かした長崎ストーリーズなどの魅力的なコース(15コース)を造成するなど観光資源を楽しんでもらえる準備が整った。</p> <p>③夜間景観の魅力向上 ・夜間景観については、夜間観光による来訪を目的として、稲佐山や鍋冠山から見る演出照明整備と観光施設等が集中するエリアの主要施設等のライトアップを、これまでに48施設とそれらを繋ぐ回遊路の街路灯整備を行った。また、この取組みにより、令和3年度の出島地区の都市景観大賞や土木学会デザイン優秀賞受賞した。</p>		
個別施策	A3-2	国内外からの観光客、MICEの誘致を図ります
<p>①長崎市DMOの形成・確立 ・DMOにおいて、観光動向データを例年に引き続き収集・分析し、長崎市観光・MICE戦略の実現を図るため、観光・MICE市場環境を的確に捉え、長崎市DMOが果たすべき役割と達成目標を明らかにした長崎市DMO事業計画をR3年3月に策定し、市内事業者等に戦略の共有を図った。</p> <p>②MICE誘致・受入の推進 ・交流人口の拡大による地域経済の活性化を図ることを目的とした「出島メッセ長崎」について、R元年1月に着工し、R3年11月に開業した。開業に向けた期間中も、経済界や地元大学などと連携し、オール長崎による誘致活動が促進され、コロナ禍ではあるものの、出島メッセ長崎の年間61万人の利用者目標に対して、令和4年5月17日時点で開業後1年間の利用想定人数は約63万2,000人、達成率は約104%となった。</p> <p>③夜景観光の推進 ・宿泊観光客数の増加のため、長崎市への世界夜景サミットの誘致を行い、コロナ禍で海外からの誘致はかなわなかったものの、国内の在住の10の国及び地域の方々をリアル会議で開催でき、令和3年11月に世界新三大夜景の再認定を獲得できた。</p>		
個別施策	A3-3	交流のための都市機能を高め、受入態勢の整備とおもてなしの充実を図ります
<p>①長崎駅周辺地区の再整備、観光客の受入環境整備、世界遺産の受入態勢整備 ・令和2年3月に在来線が高架化され、新駅舎(在来線)が開業するとともに、令和3年4月には西口駅前広場が完成するとともに、令和3年11月1日に予定通り「出島メッセ長崎」が開業した。また、ほかにも平成27年度から市内各所の観光施設を中心に観光客が観光情報の収集を行う際の通信環境向上のため、公衆無線LANの運営を行うとともに、整備が進む長崎駅周辺には、R3年度新たにアクセスポイントを整備するなど、観光客の受入れに向けた整備が大きく進んだ。</p>		
個別施策	A3-4	遊学のまち長崎の魅力を高めます
<p>①「各大学等との連携強化」 大学との連携事業が定着してきたことで、長崎市と大学との連携事業件数について、平成27年度の44件から令和3年度は48件となるなど、大学との連携強化が着実に図られている。</p> <p>②「遊学のまちdeやってみゅーで“U-サポ”」の運営 様々な広報活動等により、新型コロナウイルス感染症の影響により減少したものの、計画当初から学生の登録者数やボランティア活動への延べ参加学生数が増加した。 これにより、学生の自己能力成長及び地域の活性化に資することができた。 さらに、他大学の学生をはじめ、ボランティアを通じた他者との交流により、長崎での学生生活を有意義にする一つの要因ともなった。 【学生登録者数】 平成27年度:2,564人 → 令和元年度:3,410人 → 令和2年度:3,210人 → 令和3年度:3,214人 【延べ参加学生数】 平成27年度:2,719人 → 令和元年度:5,431人 → 令和2年度:3,402人 → 令和3年度:3,834人</p>		

問題点とその要因(H28～R3年度)		
個別施策	A3-1	長崎独自の観光資源を掘り起こし、磨きます
<p>①長崎らしい魅力あるイベントの展開 ・新規帆船の招聘や体験メニューなどの新たな魅力の創出ができなかったことなどの理由により、新規の来場者の獲得に向けた、新たなターゲットへの情報発信が不十分であるため、長崎帆船まつりの来場者が伸び悩んでいる。</p> <p>②観光メニューの開発・強化 ・長崎さるくについて、新型コロナウイルス感染症の影響により積極的な情報発信が十分にできなかったこと、また、平和ガイドの休止期間があったことなどにより、ガイドの活動機会も少なかった。</p> <p>③夜間景観の魅力向上 ・夜間景観の整備に関しては、基本計画に基づく主要なランドマークのライトアップや回遊路の街路灯などの整備は進んでいるものの、夜間景観の魅力向上には周辺の民間施設においても計画に基づいたライトアップ等の取組みが進んでいない。</p>		
個別施策	A3-2	国内外からの観光客、MICEの誘致を図ります
<p>①長崎市DMOの形成・確立 ・観光客やMICE参加者等の周遊・滞在の促進と消費拡大を図ることを目的としたDMO活動の情報共有と理解促進が不足しており、多様な関係者との連携が十分でないことから、観光客やMICE受入のためのDMOにおけるワンストップの仕組みがうまく機能していない。</p>		
個別施策	A3-3	交流のための都市機能を高め、受入態勢の整備とおもてなしの充実を図ります
<p>①長崎駅周辺地区の再整備、観光客の受入環境整備、世界遺産の受入態勢整備 長崎駅周辺土地区画整理事業区域内や国道上において、公共工事(道路、広場、建築、上下水道)や民間工事など多くが輻輳したほか、時間的な制約等から事業進捗へ影響があった。</p>		
個別施策	A3-4	遊学のまち長崎の魅力を高めます
<p>①「各大学等との連携強化」 学官のみの連携では、多様化する行政ニーズに十分に対応することができないケースが見られるなど、連携強化には一定限界がある。</p> <p>②「遊学のまちdeやってみゅーで”U-サポ”」の運営 参加者数が増加傾向にあるものの、中心となる長崎大学以外の大学については、ボランティア支援の専任スタッフがいないことや、大学のカリキュラム上、ボランティアに参加が困難であること等が要因となり、参加者がなかなか増加しない大学もある。 また、令和元年度には延べ参加者数が5,431人まで増加したが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、令和2年度、令和3年度は減少に転じた。ボランティア活動は対面で接触を伴うものが多いことから、コロナ禍におけるボランティア活動の維持・継続には工夫を要する。</p>		

今後の取組方針

※【】内は五次総合計画における個別施策

A3-1→【A2-1 観光資源を磨き、魅力あるコンテンツを創造します】

①長崎らしい魅力あるイベントの展開

長崎帆船まつりについて、新規の来場者の獲得に向け、DMOを中心として、新たなターゲットに向けた情報発信を行う。また、新型コロナウイルス感染症拡大防止の取組み等を取り入れながら、リピーター対策として、ファミリー層向けのイベントや体験型のイベント、陸上イベントの充実を図るなど常に新たな魅力づくりに努める。

また、西九州新幹線開業効果を最大化し、新型コロナウイルス感染症の影響で落ち込んだ地域経済を活性化するため、新幹線を利用して長崎を訪れたいようなイベント等を創出する。

②観光メニューの開発・強化

長崎さるくについて、令和4年4月1日からリニューアル稼働しており、各媒体を用いたPRを検討・実施していくことで、新たなターゲットの確保に務める。

また、食と体験を組み合わせたコンテンツの造成や、スポーツや芸術・文化を活かしたツーリズム等の創出に取り組む。

③夜間景観の魅力向上

夜間景観の整備に関しては、公共施設や一定規模以上の民間建築物等の新築や改修時における景観協議等において、基本計画に基づく夜間景観に配慮した設計を指導するとともにその他の施設等についても所有者への意識醸成を図っていく。

A3-2

①長崎市DMOの形成・確立→【A2-2 戦略的な魅力発信と誘致活動を推進します】

長崎市が誇る「歴史・文化」「食」「海」「平和」など普遍的な価値を象徴し、一貫性のあるプロモーション、商品造成等につなげるため、令和3年度に長崎市観光マスターブランドを構築し、シンボルマークとスローガン「暮らしのそばに、ほら世界。」を決定した。今後は、その価値を市内事業等と共有し、長く親しみ、活用していくための具体的な取組みを検討・実行していく。

また、西九州新幹線開業効果の最大化のため、「佐賀・長崎デスティネーションキャンペーン」との連動を図るとともに、開業前と開業後にも、新型コロナウイルス感染症の状況を踏まえながら段階的に国内のターゲットエリアに対する誘客プロモーションを実施するとともに、滞在時間と消費額の拡大につながる体験型コンテンツの販売促進のため、来訪(予定)者に届けるための取組みを強化する。

②MICE誘致・受入の推進→【A2-4 観光・MICE関連産業を活性化します】

MICE開催による市内受注を促進するため、DMOにおけるワンストップ機能を向上させ、主催者のニーズを把握するとともに市内事業者への受注につなげる仕組みを確立する。

③夜間景観の魅力向上→【A2-2 戦略的な魅力発信と誘致活動を推進します】

・日本新三大夜景認定都市である札幌市及び北九州市との連携により、効果的なプロモーションを実施する。
・世界新三大夜景及び日本新三大夜景に再認定された長崎の夜景の魅力のアピールし、国内外の観光客の誘致を図る。

A3-3

①長崎駅周辺地区の再整備、観光客の受入環境整備、世界遺産の受入態勢整備→【A2-3 交流のための都市機能を高め、安全安心・快適な滞在環境づくりを推進します】

令和4年9月の新幹線開業における東口駅前広場等の暫定供用開始、令和7年度における東口駅前広場や多目的広場等の全体完成に向け、計画的に事業進捗を図る。

A3-4→【G2-1 学びの場と機会の充実を図ります】

①「各大学等との連携強化」

庁内で取組み内容を情報共有し、各課が大学と連携できる事業等を把握することで、更なる連携事業の推進を図る。産官学金の連携による学びの場としての魅力を高める取組みを検討していく。

②「游学のまちdeやってみゅーで“U-サポ”」の運営

学生のボランティア活動への自主的参加を促すよう、学生が主体的に実施する情報発信を支援し、参加者数の増加を図るとともに、コロナ禍においても活動できる新たなボランティア活動の模索を続ける。

成果指標

※「↑」は目標値を上回ることが望ましい指標、「↓」は目標値を下回ることが望ましい指標

指標名	基準値 (時期)	区分	H28	H29	H30	R元	R2	R3	
観光客数【暦年】	630.7万人 (26年)	↑	目標値	670.0	675.0	690.0	695.0	710.0	311.3
			実績値	672.4	707.8	705.5	691.8	256.6	(見込)258.6
			達成率	100.4%	104.9%	102.2%	99.5%	36.1%	83.1%
観光消費額【暦年】	1,243億円 (26年)	↑	目標値	1360.0	1400.0	1480.0	1530.0	1600.0	657.0
			実績値	1314.0	1458.5	1496.9	1491.9	610.7	(見込)615.5
			達成率	96.6%	104.2%	101.1%	97.5%	38.2%	93.7%

※令和3年観光統計については、暫定版の数値であり、令和4年9月ごろに確定予定。

※「観光客数」および「観光消費額」については、令和3年度の目標値を710万人および1600億円に設定していたが、「長崎市観光・MICE戦略」の策定時に、令和元年度の実績値を基に、目標値を新たに設定したことに伴い、両指標の目標値も見直した。

基本施策の評価

Dc 目標を達成しておらず、目的達成に向けた課題の克服などがやや遅れている

判断理由

基本施策の成果指標のすべてが100%未満の目標達成率で、目標達成率が95%未満の低いものもある、かつ、個別施策の成果指標10つのうち、100%以上の目標達成率が半数以下の1つで、目標達成率が95%未満の低いものもあるため「Dc」とする。

二次評価(施策評価会議による評価)

- 基本施策の評価「Dc」については所管評価のとおり。
- 事業に寄った書き方となっているが、第五次総合計画と同レベルのもう少し大きな視点から記載すべき。
- 基本施策シート今後の取組みのA3-3において、新幹線開業も含めた駅周辺の事業進捗について具体的に明記すべき。併せて、A3-2においても新幹線開業に関する具体的な取組みなどを同じく明記すべき。
- 今後の取組み方針のA3-2において、「ブランド価値を共有し」とあるが、内容がわかるよう具体的に明記すべき。

令和4年度 個別施策評価シート

個別施策	A3-1	長崎独自の観光資源を掘り起こし、磨きます		
施策の目的 (対象と意図)	対 象	意 図		
	観光資源が	磨かれ、活用されている。		
個別施策主管課名	観光交流推進室	所属長名	浦川 信一	

令和3年度の取組概要

- ①長崎らしい魅力あるイベントの展開
- ・長崎帆船まつりについては、令和3年4月23日(金)から4月27日(火)までの5日間開催する予定であったが、新型コロナウイルス感染症拡大防止のため中止した。
 - ・長崎ランタンフェスティバルについては、新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から中止としたが、令和4年2月1日(火)から2月15日(火)までの15日間、コロナ収束と市民の皆様を応援する希望の灯りとして提灯装飾を行うとともに、翌年に向けたオンライン等を活用したPRを実施した。
 - ・長崎が開港して450周年を迎えることから、長崎開港450周年記念事業実行委員会において、長崎開港450周年記念式典や長崎開港フェスタ450など、季節ごとにテーマを設けながら、1年間を通して県民・市民が主体的に参画できる記念事業を実施した。
- ②観光メニューの開発・強化
- ・長崎さるくについて、これまでの課題であった、観光客が求める観光スタイルの多様化への対応、持続可能なまち歩き制度への転換に向け、新しいまち歩き運営の仕組みの整理を行った。
- ③夜間景観の魅力向上
- ・平成29年5月に策定した「環長崎港夜間景観向上基本計画」に基づき、「中・近景の夜間景観づくり」として館内・新地地区及び中島川・寺町地区において、地域のランドマーク施設のライトアップ整備などを行った。
- ④進化する長崎のまちの魅力発信
- ・長崎市広報戦略の重点的広報テーマに基づき、100年に一度ともいわれるまちの変化を発信するまちづくりのプロモーション「長崎MIRAISM」を開始し、「若い世代に選ばれるまち」を念頭に置き、若い世代をメインターゲットにSNSを中心とした情報発信を行った。

評価(成果)

- ①長崎らしい魅力あるイベントの展開
- ・長崎帆船まつりについては、新型コロナウイルス感染症拡大防止のため中止となったものの、国が示すイベント開催基準をもとにコロナ禍でのイベントの在り方の検討・整理を進め、具体的な対策等のノウハウを得ることができた。
 - ・長崎ランタンフェスティバルについては、新型コロナウイルス感染症拡大防止のため中止となったものの、2年ぶりに長崎のまちなかにランタンの灯りが灯ったことで来年の開催に向けた機運醸成が図られるとともに、これまで認知度が低かった関東エリアの若い世代を中心にオンラインによるPRを実施したことで、知名度の向上が図られた。
 - ・長崎開港450周年記念事業の実施を通して、長崎港やみなとまち長崎を誇りに思うシビックプライドの醸成及び50年後の未来に向けた長崎県民・市民の想いを集約した「みなとまち長崎の未来像」を策定することにより、開港500周年に向けて新しい長崎港の姿をつくっていく契機となった。
- ②観光メニューの開発・強化
- ・長崎さるくについては、これまで(一社)長崎国際観光コンベンション協会が事務局として各まち歩きのPRから受付、ガイドの配置、コースの造成等を実施していたが、新しいまち歩き運営の仕組みとして、各まち歩き団体・個人が実施主体としてコースの造成からガイドの配置までを行い、市はその活動をホームページ等でPRするよう整理した。各まち歩き団体・個人のノウハウや得意分野を活かした魅力的なコース造成及び多様化するニーズへの対応が期待できる。
- ③夜間景観の魅力向上
- ・令和3年度に館内・新地地区及び中島川・寺町エリアなどにおいてライトアップを整備し、夜間景観の魅力向上が図られた。
- ④進化する長崎のまちの魅力発信
- ・「長崎MIRAISM」を開始したことで、まちの変化から生まれる魅力、まちが育んできた文化の魅力、また、これらが組み合わさることによって生まれる新しい魅力等を発信することができた。

評価(問題点とその要因)

- ①長崎らしい魅力あるイベントの展開
- ・長崎帆船まつりについて、新規の来場者の獲得に向けた、新たなターゲットへの情報発信が行えていない。
 - ・長崎開港450周年事業について、新型コロナウイルス感染症の影響により県外からの来場者向けの情報発信が行えなかったほか、連携事業を含めた全135事業のうち、主催事業1事業、連携補助事業2事業を含む計40事業が中止となった。
- ②観光メニューの開発・強化
- ・長崎さるくについて、新型コロナウイルス感染症の影響により積極的な情報発信が十分にできず、ガイドの活動機会も少なかった。
- ③夜間景観の魅力向上
- ・基本計画に基づく、主要なランドマークのライトアップや回遊路の街路灯などの整備は進んでいるものの、夜間景観の魅力向上には周辺の民間施設においても計画に基づいたライトアップ等の取組みが重要である。
- ④進化する長崎のまちの魅力発信
- ・長崎MIRAISMの開始から1年であり、メインの媒体としているツイッターのフォロワー数が少ないなど、情報の拡散力が十分ではない。

今後の取組方針

- ①長崎らしい魅力あるイベントの展開
- ・長崎帆船まつりについて、新規の来場者の獲得に向け、DMOを中心として、新たなターゲットに向けた情報発信を行う。また、新型コロナウイルス感染症拡大防止の取組み等を取り入れながら、リピーター対策として、ファミリー層向けのイベントや体験型のイベント、陸上イベントの充実を図るなど、常に新たな魅力づくりに努める。
 - ・長崎ランタンフェスティバルについて、「100年続くおまつり」を目標に、長崎の冬季の観光をけん引するイベントとして、全国的な認知度を高めるため、効果的な宣伝及び情報発信に努めるとともに、コロナの状況や国が示すイベント開催制限等に臨機応変に対応した、賑わいと感染防止対策が両立したイベント開催を目指す。また、期間中、平日への集客の取組みとして、魅力ある平日開催のイベントの創出等、魅力づくりに努める。
 - ・西九州新幹線開業効果を最大化し、新型コロナウイルス感染症の影響で落ち込んだ地域経済を活性化するため、新幹線を利用して長崎を訪れたいくなるようなイベント等を創出する。
 - ・長崎開港500周年につなげるため、みなとまち長崎の観光や産業等様々な分野の魅力を引き続き発信していく。
- ②観光メニューの開発・強化
- ・長崎さるくについて、令和4年4月1日からリニューアル稼働しており、各媒体を用いたPRを検討・実施していくことで、新たなターゲットの確保に努める。
- ③夜間景観の魅力向上
- ・公共施設や一定規模以上の民間建築物等の新築や改修時における景観協議等において、基本計画に基づく夜間景観に配慮した設計を指導するとともにその他の施設等についても所有者への意識醸成を図っていく。
- ④進化する長崎のまちの魅力発信
- ・まちの進化の進捗に応じて、専用ウェブサイト等のコンテンツの充実を図るとともに、若い世代をメインターゲットとし、SNSを中心とした情報発信に取り組む。

成果指標

※「↑」は目標値を上回ることが望ましい指標、「↓」は目標値を下回ることが望ましい指標

指標名	基準値 (時期)	区分	H28	H29	H30	R元	R2	R3
主要観光施設(グラバー園、出島、大浦天主堂、端島見学施設、ロープウェイ)来場者数[暦年]	2,396,466人 (26年)	↑ 目標値	2,660,000	2,720,000	2,820,000	2,790,000	2,860,000	2,860,000
		実績値	2,343,297	2,445,704	2,346,472	2,158,168	836,296	656,200
		達成率	88.1%	89.9%	83.2%	77.4%	29.2%	22.9%
宿泊客数[暦年]	2,741,500人 (26年)	↑ 目標値	2,825,000	2,850,000	2,940,000	2,975,000	3,030,000	1,174,000
		実績値	2,515,700	2,556,900	2,665,600	2,705,200	1,160,000	1,142,400
		達成率	89.1%	89.7%	90.7%	90.9%	39.3%	97.3%

※「宿泊客数」については、令和3年度の目標値を303万人に設定していたが、「長崎市観光・MICE戦略」の策定時に、令和元年度の実績値を基に、目標値を新たに設定したことに伴い、本指標の目標値も見直した。

個別施策進行管理事業シート

【個別施策コード:A3-1】

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	事業実績、成果・課題等	
1	<p>(事業名) 長崎ランタンフェスティバル事業共催費負担金【観光交流推進室】</p> <p>(事業目的) 冬季における観光客を誘致し、滞在型観光を推進して地域経済の活性化に寄与することを目的とする。</p> <p>(事業概要) 中国の旧正月(春節)を祝う行事で、約15,000個のランタンやオブジェで幻想的な灯りの祭りを演出し、冬の観光客誘致を図る。 【主催】 長崎ランタンフェスティバル実行委員会 【会場】 湊公園、中央公園、中島川公園ほか 【期間】 令和4年2月1日(火)～2月15日(火) 【内容】 ・ランタン、オブジェによる装飾 ・皇帝パレード、媽祖行列 ・龍踊り、中国獅子舞、中国雑技団体等イベント ・会場周遊スタンプラリー</p>	成果指標	集客数
		目標値	1,000,000 人
		実績値	0 人
		達成率	0.0 %
		決算(見込)額	52,432,488 円
		成果指標及び目標値の説明	<p>本負担金はより多くの来場者を得て、長崎への経済効果を生み出し、併せて長崎の魅力発信をしようとするものであることから、ランタンフェスティバルの来場者数を成果指標とした。また、ランタンフェスティバルは旧暦による開催のため、毎年開催時期が変わることから、以前同時期に開催された際の実績数を目標値とした。</p>
2	<p>(事業名) 長崎帆船まつり事業共催費負担金【観光交流推進室】</p> <p>(事業目的) 長崎港に国内外の帆船を招聘し、新たな賑わいの場を創出し、観光による地域の活性化及び港、海に対する啓発を図る。</p> <p>(事業概要) 国内外の帆船を招聘し、入港パレードやセイルドリル、船内一般公開などの帆船を中心としたイベントのほか、陸上イベントや打ち上げ花火等を実施し、集客を図る。 【会場】 長崎港(長崎水辺の森公園、出島ワープ周辺) 【内容】 [海上イベント] セイルドリル、ライトアップ・イルミネーション [その他] 長崎の特産品や農林水産物などの出店</p>	成果指標	来場者数
		目標値	200,000 人
		実績値	0 人
		達成率	0.0 %
		決算(見込)額	19,438,005 円
		成果指標及び目標値の説明	<p>賑わい創出を示す数値として来場者数を成果指標とした。 過去の参加帆船数等を比較し、同規模開催の年の来場者数を参考に目標値を設定した。</p>
取組実績、成果・課題等	<p>(取組実績) 新型コロナウイルス感染症拡大に伴い、開催ができなかった。</p> <p>(成果・課題等) 今後のイベント開催にあたっては、感染症対策等を講じて実施する必要がある。</p> <p>・来場者数:実施中止のためゼロ。</p>		

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	事業実績、成果・課題等	
3	<p>(事業名) 長崎開港450周年記念事業費 【開港450周年事業推進室】</p> <p>(事業目的) 1571年に長崎が開港して450周年を迎えることから、長崎開港450周年記念事業実行委員会(官民141団体等)において記念事業を実施し、長崎のまちが港とそこから広がる海洋とともに発展していくことを、県民・市民が認識し、行動を起こす契機とする。</p> <p>(事業概要) 季節ごとにテーマを設けながら、1年を通して県民・市民が主体的に参画できる記念事業を実施。 【主なイベント】 ①長崎開港450周年記念式典(配信) ②ながさきみなとまつり(中止) ③長崎開港450周年記念講演会 ④長崎開港フェスタ450 ⑤長崎開港シンポジウム500</p>	成果指標	長崎開港フェスタ450参加者数
		目標値	35,000 人
		実績値	32,000 人
		達成率	91.4 %
		決算(見込)額	58,089,884 円
		成果指標及び目標値の説明	<p>県民・市民が記念事業に多く参加することで、シビックプライドの醸成及び開港500周年に向けて行動を起こす契機につながることから、長崎開港フェスタ450の参加者数を成果指標とした。</p> <p>(取組実績) 【主なイベントの参加者数】 ①長崎開港450周年記念式典(配信)(令和3年4月) 約800人 ③長崎開港450周年記念講演会(令和3年11月) 300人 ④長崎開港フェスタ450(令和3年11月) 32,000人 ⑤長崎開港シンポジウム500(令和4年3月) 354人</p> <p>(成果・課題等) 長崎開港450周年記念事業の実施を通して、長崎港やみなとまち長崎を誇りに思うシビックプライドの醸成及び50年後の未来に向けた長崎県民・市民の想いを集約した「みなとまち長崎の未来像」を策定することにより、開港500周年に向けて新しい長崎港の姿をつくっていく契機となった。</p>
4	<p>(事業名) 長崎さるく推進費 【観光交流推進室】</p> <p>(事業目的) 「長崎さるく」を長崎観光の大きな柱と位置づけ、その推進に向け取り組んでいる。さるくガイド、(一社)長崎国際観光コンベンション協会など関係団体と連携して、持続可能な仕組みづくりを行う。</p> <p>(事業概要) 長崎のまち歩き「長崎さるく」の新しい運営体制の整理を進め、多様なニーズへの対応、持続可能なまち歩きへの転換を図る。</p>	成果指標	長崎さるく参加者数
		目標値	35,000 人
		実績値	24,080 人
		達成率	68.8 %
		決算(見込)額	31,549,402 円
		成果指標及び目標値の説明	<p>今年度は新しい体制への移行期間であることから、長崎さるくのうち、通年で実施したながさき修学旅行ガイドの参加者数を成果指標とし、新型コロナウイルス感染症拡大前の令和元年度の実績を基準とし目標値を設定した。</p> <p>(取組実績) さるくガイド、(一社)長崎国際観光コンベンション協会など関係団体と連携し、新しいまち歩き体制の構築を図った。</p> <p>(成果・課題等) これまで(一社)長崎国際観光コンベンション協会が事務局として各まち歩きのPRから受付、ガイドの配置、コースの造成等を実施していたが、新しいまち歩き運営の仕組みとして、各まち歩き団体・個人が実施主体としてコースの造成からガイドの配置までを行い、市はその活動をホームページ等でPRするよう整理した。 併せて新たな長崎さるくホームページの制作を行った。 各まち歩き団体・個人のノウハウや得意分野を活かした魅力的なコース造成及び多様化するニーズへの対応が期待できる。</p> <p>【ながさき修学旅行ガイド実績】 368校 24,080人</p>

個別施策進行管理事業シート

【個別施策コード:A3-1】

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	事業実績、成果・課題等	
5	(事業名) 過疎地域活性化事業費 【伊王島地域センター】 【高島地域センター】 【野母崎地域センター】 【外海地域センター】 (事業目的) 過疎地域である伊王島地区、高島地区、野母崎地区、外海地区において、地域の住民や団体等が主体となってイベントを開催することで、過疎地域の魅力発信及び交流人口の拡大に寄与し、地域活性化を図る。 (事業概要) 開催イベント ①伊王島フェスタ ②しまめぐり双六 in 高島 ③UMIBOUZ in 高島 ④ファミリー釣り教室&釣り大会 in 高島 ⑤のもぎき水仙まつり ⑥野母崎地区活性化イベント ⑦池島炭鉱閉山20周年事業ステップUP池島まつり ⑧鯉・来い祭りin神浦川河川公園 ⑨神浦さんぼみち	成果指標	集客人数
		目標値	56,650 人
		実績値	37,980 人
		達成率	67.0 %
		決算(見込)額	6,021,950 円
		成果指標及び目標値の説明	過疎地域の交流人口の拡大を図るためには、イベントにより集客を増やすことが必要のため、集客人数を成果指標とする。
6	(事業名) 【補助】都市構造再編事業費 夜間景観整備 【景観推進室】 (事業目的) 夜景の更なる魅力向上を図るため、平成29年に策定した環長崎港夜間景観向上基本計画に基づく「中・近景の夜間景観づくり」による施設のライトアップや、それらをつなぐ回遊路の街路灯などの整備及び「遠景の夜景の夜のみがき」による演出照明の整備を行う。 (事業概要) 【事業期間】平成29年度～令和7年度 【総事業費】948,200千円 【事業費累計】701,769千円	成果指標	事業進捗率(事業費ベース)
		目標値	74.7 %
		総事業進捗率	74.0 %
		達成率	99.1 %
		決算(見込)額	34,720,194 円
		当該年度執行率	85.1 %
成果指標及び目標値の説明	事業の進捗を客観的に判断できる数値として、総事業費に占める事業費累計の割合を事業進捗率とし、成果指標とした。 当該年度の予算を含めた事業進捗率を目標とした。		
取組実績、成果・課題等	(取組実績) 「中・近景の夜間景観づくり」として館内・新地地区及び中島川・寺町エリア地区において、夜間照明の整備を行った。 (成果・課題等) 夜間景観の魅力向上に向け、事業の推進が図られた。当該年度執行率が低くなった理由は、入札差金等が生じたためであり、当初計画の事業は完了している。		

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	事業実績、成果・課題等	
7	<p>(事業名) シティプロモーション推進費 【広報戦略室】</p> <p>(事業目的) 広報戦略の重点的広報テーマに基づき、100年に一度ともいわれるまちの変化から生まれる魅力、まちが育んできた文化の魅力、また、これらが組み合わせることのできる新しい魅力等を発信し、交流人口や関係人口の増加につなげる。</p> <p>(事業概要) まちづくりのプロモーション「長崎MIRAISM」の広報ツール等を効果的に活用し、若い世代への訴求力が高いSNSを中心とした市外向けの情報発信を行う。</p>	成果指標	「長崎MIRAISM」専用ツイッターの閲覧数
		目標値	325,000 回
		実績値	402,152 回
		達成率	123.7 %
		決算(見込)額	9,894,500 円
		成果指標及び目標値の説明	<p>若い世代への情報拡散力に優れたツイッターをメインの媒体として、専用ホームページと連携した発信を行っており、「長崎MIRAISM」専用ツイッターの閲覧数によってターゲット層への情報の到達度を測れるため成果指標とした。令和2年度の長崎市総合公式ツイッターの1投稿あたりの閲覧数に、「長崎MIRAISM」専用ツイッターの想定投稿回数を乗じて目標値を設定した。</p>
取組実績、成果・課題等	<p>(取組実績) ・「長崎MIRAISM」のホームページに誘引するための新たなコンテンツとして、若者の視点から長崎で過ごす時間の魅力を伝える動画等を制作した。 ・ツイッターを中心に、ユーチューブやフェイスブック等のウェブメディアを活用した発信や広告配信を行った。</p> <p>(成果・課題等) ・新たなコンテンツの制作及びウェブメディアを活用した情報発信により、ツイッターの閲覧数やフォロワー数、ホームページやユーチューブの閲覧数が増加し、認知の促進につながった。 ・まちの進化の進捗に応じて、ホームページ等のコンテンツの充実を図るなど、興味・関心を継続的に喚起する必要がある。</p>		

令和4年度 個別施策評価シート

個別施策	A3-2	国内外からの観光客、MICEの誘致を図ります		
施策の目的 (対象と意図)	対 象	意 図		
	より多くの来訪者が	様々な目的で訪れている。		
個別施策主管課名	観光交流推進室	所属長名	浦川 信一	

令和3年度の取組概要

- ①夜景観光の推進
- ・日本新三大夜景認定都市である札幌市及び北九州市と連携したホームページの構築による情報発信や、長崎市へ世界夜景サミットを誘致し、さらに世界新三大夜景及び日本新三大夜景に再認定された。
- ②観光客誘致推進
- ・訪日外国人観光客の誘致推進のため、民間の放送事業者や関係自治体と連携し、欧州等の海外メディアを活用した長崎市の魅力を発信する放送コンテンツの制作・放送する事業を行った。
- ③MICE誘致・受入の推進
- ・長崎市、DMO及び出島メッセ長崎の指定管理者である(株)ながさきMICEの3者が主体となり、地元経済界や大学などと連携しながら誘致・PR活動を行った。
 - ・MICE開催に伴う市内受注を促進するため、長崎MICE事業者ネットワークを中心に、地元事業者のスキルアップを図るとともに、(株)ふくおかフィナンシャルグループが主体となり、令和元年度から令和3年度にかけて長崎MICEスクールを実施した。
 - ・まちMICEプロジェクトの取組みとして、ユニークベニューや体験型コンテンツのガイドブックのリニューアルを行い、これまでの各種ツールを活用し、セールス活動を行った。
- ④長崎市DMOの形成・確立
- ・長崎市観光マスターブランドを構築し、シンボルマークとスローガン「暮らしのそばに、ほら世界。」を決定した。また、プロモーションフレーズ「長崎で、会いましょう。」を活用した長崎市の魅力の発信を開始した。
 - ・体験型コンテンツ等を紹介するWEBサイトを制作するとともに、SNSやWEB広告などデジタルを中心に、年間を通した一貫性のある誘客プロモーションを開始した。

評価(成果)

- ①夜景観光の推進
- ・長崎市への世界夜景サミットの誘致を行い、コロナ禍で海外からの誘致はかなわなかったものの、国内の在住の10の国及び地域の方々をリアル会議で開催でき、世界新三大夜景の再認定を獲得できた。
 - また、日本新三大夜景の再認定に向け、長崎市の夜景の魅力を国内外へアピールしたことで、夜景観賞を目的とする観光客の割合が高い水準で推移している。
 - ・「夜景観賞」を目的とする観光客の割合
令和元年度: 23.5% ⇒ 令和2年度: 24.2%【出典: 令和3年観光動向調査】
- ②観光客誘致推進
- ・欧州等においてプロモーションを行ったことにより、長崎市の認知度が向上し、新型コロナウイルス感染症収束後に当該地域から観光客の来訪が期待される。
- ③MICE誘致・受入の推進
- ・経済界や地元大学などと連携し、オール長崎による誘致活動が促進され、コロナ禍ではあるものの、出島メッセ長崎の年間61万人の利用者目標に対して、令和4年5月17日時点で利用想定人数は約63万2,000人、達成率は約104%となっている。
 - ・MICE事業者ネットワークに約160事業者が参画し、地元事業者の意識醸成とスキルアップが図られた。
- ④長崎市DMOの形成・確立
- ・ターゲットに対して一貫したプロモーションを行うことにより、ポストコロナ社会を見据え、長崎市への旅行を喚起することが期待できる。
 - ・訪問客のニーズに対応したコンテンツの充実により、観光誘客と消費拡大が期待できる。

評価(問題点とその要因)

- ①夜景観光の推進
- ・世界夜景サミットの誘致の際には、多くの海外からの出席をしてもらうことで、長崎市の夜景の魅力を実際に体感していただく予定であったが、コロナ禍で国内の在住の国及び地域の方々に限定した招へいとなった。
- ②観光客誘致推進
- 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により移動が制限・自粛されているため、国外からの来訪はほぼ皆無の状態である。
- ③MICE誘致・受入の推進
- ・DMOがMICE開催を支援する受入のワンストップ窓口として、市内事業者の受注につなげていく仕組みが不足している。
 - ・MICE参加者による市内消費拡大を行うために整備したコンテンツを売る・届ける仕組みが不足している。
- ④長崎市DMOの形成・確立
- ・これまで企画・作成したコンテンツの販売促進が不十分である。
 - ・新型コロナウイルス感染症拡大により、特に海外からの来訪はほぼ皆無である。

今後の取組方針

- ①夜景観光の推進
- ・日本新三大夜景認定都市である札幌市及び北九州市との連携により、効果的なプロモーションを実施する。
 - ・世界新三大夜景及び日本新三大夜景に再認定された長崎の夜景の魅力をアピールし、国内外の観光客の誘致を図る。
- ②観光客誘致推進
- 新型コロナウイルス感染症の収束後におけるインバウンドのV字回復につなげるため、引き続き訪日外国人観光客の来訪を促進するようなプロモーションを行う。
- ③MICE誘致・受入の推進
- ・誘致においては、長崎市、DMO及び出島メッセ長崎の指定管理者である(株)ながさきMICEの3者で、誘致に係る情報を共有するなど、連携の強化を図り、多角的に戦略的なセールス・PR活動を行う。
 - ・MICE開催による市内受注を促進するため、DMOにおけるワンストップ機能を向上させ、主催者のニーズを把握するとともに市内事業者への受注につなげる仕組みを確立する。
 - ・「まちMICE」の取組みとして、MICE参加者の滞在・周遊を促進し、消費拡大を図るため、DMOや民間事業者と連携し、ユニークメニューや体験プログラムをさらに拡充するとともに、作成したガイドブックやWEBサイトを活用し、MICEの主催者への提案等を行い、参加者へ届ける仕組みを確立する。
- ④長崎市DMOの形成・確立
- ・市内事業等とブランドの価値を共有し、長く親しみ、活用していくための具体的な取組みを検討・実行していく。
 - ・継続的かつ効果的な情報発信を行うことで、新型コロナウイルス感染症収束後の国内外からの誘客を図る。
 - ・滞在時間と消費額の拡大につながる体験型コンテンツの販売促進のため、来訪(予定)者に届けるための取組みを強化する。
 - ・西九州新幹線開業効果の最大化のため、「佐賀・長崎デスティネーションキャンペーン」との連動を図るとともに、開業前と開業後にも、新型コロナウイルス感染症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。

成果指標

※「↑」は目標値を上回ることが望ましい指標、「↓」は目標値を下回ることが望ましい指標

指標名	基準値 (時期)	区分	H28	H29	H30	R元	R2	R3
外国人延べ宿泊客数 [暦年]	212,524人 (26年)	↑ 目標値	280,000	310,000	340,000	370,000	400,000	110,000
		実績値	310,386	297,482	306,019	323,381	37,840	14,049(見込)
		達成率	110.9%	96.0%	90.0%	87.4%	9.5%	12.8%
国内観光客延べ宿泊者数[暦年]	3,931,101人 (26年)	↑ 目標値	4,200,000	4,250,000	4,430,000	4,490,000	4,590,000	1,980,000
		実績値	2,980,762	3,049,210	3,092,739	3,077,641	1,417,912	2,170,215
		達成率	71.0%	71.7%	69.8%	70.8%	30.9%	109.6%
クルーズ客船乗客・乗務員数[暦年]	199,031人 (26年)	↑ 目標値	440,000	467,000	495,000	522,000	550,000	94,000
		実績値	717,288	1,052,455	936,046	732,538	45,349	547
		達成率	163.0%	225.4%	189.1%	140.3%	8.2%	0.6%
MICE参加者数[暦年]	366,366人 (25年)	↑ 目標値	362,000	367,000	378,000	384,000	392,000	650,000
		実績値	364,383	339,669	339,400	426,786	69,775	268,341
		達成率	100.7%	92.6%	89.8%	111.1%	17.8%	41.3%

※「外国人延べ宿泊客数」、「国内観光客延べ宿泊者数」、「クルーズ客船乗客・乗務員数」および「MICE参加者数」については、令和3年度の目標値を40万人、459万人、55万人および39万2千人に設定していたが、「長崎市観光・MICE戦略」の策定時に、令和元年度の実績値を基に、目標値を新たに設定したことに伴い、全指標の目標値も見直した。

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	事業実績、成果・課題等	
1	<p>(事業名) 世界・日本新三大夜景推進事業 【観光政策課】</p> <p>(事業目的) 「世界新三大夜景」及び「日本新三大夜景」に認定されている長崎市の夜景の魅力をアピールし、国内外の観光客の誘致を図る。</p> <p>(事業概要) 他都市と連携した情報発信や夜景サミットへの参画等により、長崎市の夜景の魅力を国内外へアピールする。</p>	成果指標	「夜景観賞」を目的とする観光客の割合
		目標値	5.5 %
		実績値	24.4 %
		達成率	443.6 %
		決算(見込)額	17,558,487 円
		成果指標及び目標値の説明	<p>長崎市の夜景の魅力をアピールにより「夜景観賞」を目的とする観光客数の増加が図られると考えられるため、「夜景観賞」を目的とする観光客の割合を成果指数とした。</p> <p>平成27年度観光動向調査における割合3.8%を基準値として、令和3年度に過去の調査で最高となる5.5%(平成25年度調査結果)とすることを目標値と設定しており、令和3年度は5.5%としている。</p>
2	<p>(事業名) コンベンション開催費補助金 【観光交流推進室】</p> <p>(事業目的) 市内でのコンベンション開催を促進する。</p> <p>(事業概要) (一社)長崎国際観光コンベンション協会から市で開催されるコンベンションの主催者に対し補助を行うため、協会へ補助金を交付する。</p>	成果指標	コンベンション開催補助金交付件数
		目標値	35.0 件
		実績値	3.0 件
		達成率	8.6 %
		決算(見込)額	550,000 円
		成果指標及び目標値の説明	<p>コンベンションの開催補助金交付件数の増加が開催促進策の充実度向上につながると考えられるため、当該件数を成果指標とした。</p> <p>直近値の平成23年コンベンション開催件数全体(1,022件)に占める補助金交付件数(33件)の割合(3.2%)を第四次総合計画において各年ごとに設定した開催件数全体の目標値に乘じ、35件を目標値としている。</p>
取組実績、成果・課題等	<p>(取組実績) 本制度を利用した ・コンベンション開催件数 3件 ・延べ宿泊者数 1,139人</p> <p>(成果・課題等) 新型コロナウイルス感染症拡大により、コンベンション開催補助金交付件数は、3件に留まった。 コンベンション開催件数は、488件で、対前年比210件の増、全体の参加者は、対前年比198,566人増の268,341人であった。</p>		

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	事業実績、成果・課題等	
3	<p>(事業名) MICE推進費 【観光交流推進室】</p> <p>(事業目的) MICEの誘致・受入を推進することにより交流人口を拡大し、地域経済の活性化を図る。</p> <p>(事業概要) DMO、出島メッセ長崎の指定管理者等と連携しながら、政府系会議、国際会議等の誘致に取り組むとともに、長崎が持つ地域資源を活用し、新たなユニークベニューの開拓、活用促進等を行うことで、MICEの誘致・受入を推進するもの。</p>	成果指標	MICE参加者数(暦年)
		目標値	650,000 人
		実績値	268,341 人
		達成率	41.3 %
		決算(見込)額	958,573 円
		成果指標及び目標値の説明	<p>交流人口を拡大し、地域経済の活性化を図るためには、国内外から多くのMICE参加者が市内へ来訪することが重要であるため、MICEの参加者数を成果指標とした。 平成24年から平成26年までの3年間(スポーツコンベンションについては国体開催前の3年間)の平均値に、令和2年に向けた観光客数の伸び率を乗じて算出した数値を目標とする。</p>
取組実績、成果・課題等	<p>(取組実績) 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、目標値には及ばなかったものの、コンベンション開催件数は、488件で、対前年比210件の増、全体の参加者は、対前年比198,566人増の268,341人であった。</p> <p>(成果・課題等) 新型コロナウイルス感染症の影響を受け、コンベンションの開催件数及び参加者数は伸び悩んでいる。 長崎市、DMO及び出島メッセ長崎の指定管理者である(株)ながさきMICEの3者で、誘致に係る情報を共有する等、連携の強化を一層図り、戦略的なセールス・PR活動を行っていく必要がある。</p>		
4	<p>(事業名) 観光地域づくり推進費 (DMO推進費[令和2年度から全額繰越]) 【観光交流推進室】</p> <p>(事業目的) 観光地域づくり法人(DMO)において、多様な関係者と連携しながら、地域資源を活かした魅力づくりを行うとともに、観光客やMICEの誘致・受入を推進し、地域経済の活性化につなげるもの。</p> <p>(事業概要) 観光地域づくりの舵取り役としての役割を果たす観光地域づくり法人(DMO)に対し支援を行う。</p>	成果指標	観光客数(暦年)
		目標値	4,331,000 人
		実績値	2,585,700 人
		達成率	59.7 %
		決算(見込)額	206,923,915 円
		成果指標及び目標値の説明	<p>観光客数が増加することで、観光地域づくり法人が推進する交流の産業化による長崎創生の実現に向けた取組みが進んでいると考えられるため、観光客数(暦年)を成果指標とした。 令和2年度に観光・MICE戦略が制定され、新型コロナウイルス感染症の影響を考慮した令和3年以降の各年における観光客数が再設定されたことから、令和3年の目標値を433万人とした。</p>
取組実績、成果・課題等	<p>(取組実績) 長崎市観光マスターブランドを構築し、シンボルマークとスローガン「暮らしのそばに、ほら世界。」を決定した。また、プロモーションフレーズ「長崎で、会いましょう。」を活用した長崎市の魅力の発信を開始した。 体験型コンテンツ等を紹介するWEBサイトを制作するとともに、SNSやWEB広告などデジタルを中心に、年間を通した一貫性のある誘客プロモーションを開始した。</p> <p>(成果・課題等) 市内事業等とブランドの価値を共有し、長く親しみ、活用していくための具体的な取組みを検討・実行していく。 継続的かつ効果的な情報発信を行うことで、新型コロナウイルス感染症収束後の国内外からの誘客を図る。 滞在時間と消費額の拡大につながる体験型コンテンツの販売促進のため、来訪(予定)者に届けるための取組みを強化する。</p>		

令和4年度 個別施策評価シート

個別施策	A3-3	交流のための都市機能を高め、受入態勢の整備とおもてなしの充実を図ります	
施策の目的 (対象と意図)	対 象	意 図	
	市民・事業者・行政が	来訪者の受入態勢を整えている。	
個別施策主管課名	観光交流推進室	所属長名	浦川 信一

令和3年度 of 取組概要

- ①長崎駅周辺地区の再整備
 - ・長崎駅周辺土地区画整理事業において、令和4年度秋の新幹線開業に向け、駅東側整備の進捗を図った。
 - ・長崎駅周辺再整備事業の将来の姿や新幹線開業に向けた進捗を市民に知ってもらうため、広報誌やホームページ、SNSなどを活用して周知を図った。
- ②交流拠点施設の整備・開業
 - ・建設工事は予定どおり完了し、竣工確認を行い、令和3年8月18日に施設の引渡しを受けた。
 - ・施設は令和3年11月1日に開業し、出島メッセ長崎・ヒルトン長崎・長崎放送合同開業記念式典を開催した。
- ③観光客の受入態勢整備
 - ・観光客が観光情報の収集を行う際の通信環境向上のため、公衆無線LANの運営を引き続き行い、整備が進む長崎駅周辺には、新たなアクセスポイントを整備した。
- ④世界遺産の受入態勢整備
 - ・構成資産におけるガイド配置並びにガイドブック及びパンフレットの配布やトイレの管理を実施した。

評価(成果)

- ①長崎駅周辺地区の再整備
 - ・目標は達成できなかったものの、事業進捗率が45.4%から61.5%に向上するなど、着実に事業の進捗を図ることができた。
 - ・広報誌等による広報活動により市民の機運が高まり、イベント(駅舎見学等)に多くの市民が参加した。
- ②交流拠点施設の整備・開業(交流拠点施設整備室)
 - ・令和3年8月18日に施設の引渡しを受け、予定どおり令和3年11月1日に開業した。
- ③観光客の受入環境整備
 - ・感染症拡大の影響により、外国人観光客の来訪はほぼ皆無であったが、日本人観光客を中心とした来訪者等の通信環境の向上に寄与できた。
- ④世界遺産の受入態勢整備
 - ・「大変満足」の割合 25.9%【目標値51.0%】
 - 新型コロナウイルス感染症の影響に伴い、施設の閉館や、イベントの中止等により「大変満足」「満足」の満足度が減少したものの、一定満足度の向上に寄与できた。【出典:令和3年観光動向調査】

評価(問題点とその要因)

①長崎駅周辺地区の再整備

・長崎駅周辺土地区画整理事業区域内では、東口駅前広場内において、道路、広場、建築(キャノピー、シェルター、昇降場等)、下水道、新駅ビルなど多くの工事が輻輳しているほか、供用中の国道上での工事(軌道移設、道路改良等)を行っていることから、事業進捗への影響が懸念される。

③観光客の受入環境整備

・コロナ禍における観光客の受入において、感染症対策が引き続き必要であり、特に、外国人観光客の受入にあたっては、感染症予防・医療体制も含めて対応が必要である。

④世界遺産の受入態勢整備

・世界遺産登録から3年が経過し、観光客数も一定落ち着いたことに加え、新型コロナウイルス感染症の影響に伴い、施設の閉館やイベントの中止等により満足度が減少した。新型コロナウイルス感染症への対策とともに、引き続きPRする必要がある。

今後の取組方針

①長崎駅周辺地区の再整備

・長崎駅周辺土地区画整理事業について、令和4年9月の新幹線開業における東口駅前広場の暫定供用開始、令和7年度における東口駅前広場や多目的広場等の全体完成に向け、事業区域内の関連工事や関係機関と十分な調整を図りながら、計画的に事業進捗を図る。

③観光客の受入環境整備

・来訪者へのおもてなしを充実させつつ、国内・国外の観光客共に快適・安全に滞在できるように取組みを推進する。

④世界遺産の受入態勢整備

・世界遺産観光客の満足度向上につながる受入態勢の整備について検討する。

成果指標

※「↑」は目標値を上回ることが望ましい指標、「↓」は目標値を下回ることが望ましい指標

指標名	基準値 (時期)	区分	H28	H29	H30	R元	R2	R3
長崎駅周辺土地区画 整理事業の進捗率 [累計]	11.6% (26年度)	↑ 目標値	34.7	40.9	46.8	52.6	62.2	72.9
		実績値	16.8	18.7	23.0	32.7	45.4	61.5(見込)
		達成率	48.4%	45.7%	49.1%	62.2%	73.0%	84.4%(見込)
観光満足度	54.3% (25年度)	↑ 目標値	56.0	57.0	58.0	59.0	60.0	92.5
		実績値	54.5	81.6	90.0	92.4	92.4	94.2
		達成率	97.3%	143.2%	155.2%	156.6%	154.0%	101.8%

※「観光満足度」については、令和3年度の目標値を60.0%に設定していたが、「長崎市観光・MICE戦略」の策定に伴い、令和元年度の実績値を基に、目標値を新たに設定したことに伴い、本指標の目標値も見直した。

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	事業実績、成果・課題等	
1	(事業名) 【補助】土地区画整理事業費 長崎駅周辺地区(予算補助) 【単独】土地区画整理事業費 長崎駅周辺地区 【長崎駅周辺整備室】 (事業目的) 長崎駅周辺の未利用地を解消し、土地利用の 転換と有効活用を図り、国際観光都市長崎の陸 の玄関口にふさわしい都市拠点を形成する。 (事業概要) 【事業期間】平成21～令和5年度 【総事業量】A=19.2ha 【総事業費】15,368,963千円 【事業費累計】9,447,471千円	成果指標	事業進捗率(事業費ベース)
		目標値	72.9 %
		総事業進捗率	61.5 %(見込)
		達成率	84.4 %
		決算(見込)額	(見込)2,463,534,000 円
		当該年度執行率	58.3 %(見込)
		成果指標及 び目標値の 説明	事業の進捗を客観的に判断できる数値として、総事業費 に占める事業費累計の割合を事業進捗率とし、成果指標 とした。 同事業の資金計画における総事業費に占める事業費累 計の割合を目標値とした。
		取組実績 、成果・課題 等	(取組実績) 令和3年度は、業務委託35件、道路工事等32件、移転 補償等21件などを実施した。 また、関連工事の施工調整に日時を要したことなどによ り、工事費等において、1,728,457千円を令和4年度に繰り 越した。 (成果・課題等) 目標は達成できなかったものの、令和4年秋の新幹線開 業に向け、必要な整備等の進捗を図ることができた。 今後も令和4年9月の新幹線開業、令和7年度の全体完 成に向けて、駅東側の整備を推進するため、関連工事、 関係機関と十分な調整を図りながら進捗を図っていき たい。
2	(事業名) 【補助】交流拠点施設整備事業費 【交流拠点施設整備室】 (事業目的) 国内外から多くの来訪者を呼び込むとともに市 民交流を促進するためにMICE機能を有する施 設と、都市ブランドの向上を図るホテル、地域の 賑わいと活力を生み出す民間収益施設の複合 施設を整備・運営することで、交流人口を拡大と 雇用の創出及び所得の向上を図り、定住促進に 繋がる地域経済の好循環を目指すもの。 (事業概要) 交流人口の拡大による地域経済の活性化を図 るため、新長崎駅西側の用地において、国内外 から多くの来訪者を呼び込むとともに市民交流 を促進するためにMICE機能を有する施設と、 都市ブランドの向上を図るホテル、地域の賑わ いと活力を生み出す民間収益施設からなる複合 施設を整備するもの。 【事業期間】平成30年度～令和3年度 【総事業量】整備面積A=33,517㎡ 【総事業費】14,699,556千円 【事業費累計】14,699,556千円	成果指標	平成30年度～令和3年度
		目標値	100.0 %
		総事業進捗率	100.0 %
		達成率	100.0 %
		決算(見込)額	4,190,556,000 円
		当該年度執行率	100.0 %
		成果指標及 び目標値の 説明	事業の進捗を客観的に判断できる数値として、総事業費 ((仮称)長崎市交流拠点施設整備・運営事業費)に占め る事業費累計の割合を事業進捗率とし、成果指標とした。 当該年度の予算を含めた事業進捗率を目標値とした。
		取組実績 、成果・課題 等	(取組実績) 令和3年7月に建設工事が完了し、竣工確認を行い、8 月18日に施設の引渡しを受けた。 (成果・課題等) 施設は予定どおり令和3年11月1日に開業した。

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	事業実績、成果・課題等	
3	<p>(事業名) 長崎港クルーズ客船受入委員会負担金 【観光交流推進室】</p> <p>(事業目的) 同委員会への負担金支出により、効果的なクルーズ振興、観光・物産振興に寄与する。</p> <p>(事業概要) 来航するクルーズ客船の受入行事・接遇を行う同委員会へ負担金を支出する。</p>	成果指標	クルーズ客船乗客・乗務員数(暦年)
		目標値	94,000 人
		実績値	547 人
		達成率	0.6 %
		決算(見込)額	3,461,000 円
		成果指標及び目標値の説明	<p>長崎港に来港するクルーズ客船のほとんどは国際クルーズ客船であり、来港する国際クルーズ客船の乗客・乗務員数の増加が、国際観光都市の交流機能の充実度を示すものと考えられるため、合計人数を指標とした。入港数や乗客乗務員数の見込みから、令和3年の目標を94,000人と設定した。</p>
取組実績、成果・課題等	<p>(取組実績) 感染症の影響により、クルーズ船の来港はほとんどなかったものの、今後入港再開した際の受入環境整備のため、多言語パンフレットの製作等を行った。</p> <p>(成果・課題等) 感染症対策等留意する必要がある。</p>		
4	<p>(事業名) 世界遺産観光客受入費 【観光政策課】</p> <p>(事業目的) 世界遺産(候補)を来訪する観光客の受入態勢を整備し、観光客の満足度向上を図る。</p> <p>(事業概要) 世界遺産の価値や観光に関する情報提供、便益施設の整備を行う。</p>	成果指標	観光客満足度(世界遺産)
		目標値	51.0 %
		実績値	25.9 %
		達成率	50.8 %
		決算(見込)額	4,899,081 円
		成果指標及び目標値の説明	<p>平成27年度観光動向調査における観光満足度46.0%を基準値として、毎年1%向上させる目標値を設定しており、令和3年度は新型コロナウイルス感染症の影響を考慮し、令和2年度と同じく51.0%とする。</p>
取組実績、成果・課題等	<p>(取組実績) ・構成資産周辺の駐車場・トイレの維持管理、構成資産ガイド配置 ・ガイドブック、パンフレットの配布</p> <p>(成果・課題等) 「大変満足」の割合 25.9% 新型コロナウイルス感染症の影響に伴い、施設の閉館や、イベントの中止等により「大変満足」、「満足」の満足度の割合が減少したものの、一定満足度の向上に寄与できた。</p>		

令和4年度 個別施策評価シート

個別施策	A3-4	遊学のまち長崎の魅力を高めます		
施策の目的 (対象と意図)	対 象	意 図		
	まちが	学びの場としての魅力を高め、学生で賑わっている。		
個別施策主管課名	都市経営室		所属長名	星原 真樹

令和3年度 of 取組概要

- ① 学びの場としての魅力を高めるための大学との連携強化
 ・各大学との包括連携協定等に基づき、各所属において大学と連携した取組みを推進した。
- ② 「遊学のまちdeやってみゅーで“Uーサポ”」の運営
 ・平成23年度から長崎地域の7大学で実施しているボランティア支援システム「遊学のまちdeやってみゅーで“Uーサポ”」について、引き続き長崎大学にその実施運営を委託した。
 ・コロナ禍で対面のボランティアが制限される中、活動の制限が解除された合間に学生が参加しやすい「ボランティア体験バス」を数回運行し、はじめの一歩を踏み出す機会を創出した。
 ・活動が制限された期間においても、オンライン上での活動や学生が講師となる「在宅学習支援」、在宅で実施できる紙石鹸・ブックマーカーづくりなどコロナ禍ならではの工夫した活動を行い、学生の自己能力成長等及び地域の活性化に資することができた。
 ・コロナ禍においてもオンライン上での新たなボランティア活動が創出されるなど、今後急速に発展するデジタル化に向けた取組みを模索することができた。
- ③ 「遊学のまち長崎」の取組み
 ・市長と長崎地域の7大学の学長で構成する「『遊学のまち長崎』推進協議会」の幹事会で、これまでの実績や新型コロナウイルス感染症の状況等を踏まえ、今後の活動可能な取組みについて、具体的な事業の実施に向けた検討・協議を進めた。

評価(成果)

- ① 学びの場としての魅力を高めるための大学との連携強化
 ・各所属における大学との連携事業が定着している。
 令和元年度:58件 → 令和2年度:50件 → 令和3年度:48件
- ② 「遊学のまちdeやってみゅーで“Uーサポ”」の運営
 ・様々な広報活動により、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けつつも一定の学生の登録者数やボランティア活動への延べ参加学生数を確保できた。
- 【学生登録者数】
 令和元年度:3,410人 → 令和2年度:3,210人 (前年度比:5.8%減)
 令和2年度:3,210人 → 令和3年度:3,214人 (前年度比:0.1%増)
- 【ボランティア活動への延べ参加学生数】
 令和元年度:5,431人 → 令和2年度:3,402人 (前年度比:37.3%減)
 令和2年度:3,402人 → 令和3年度:3,834人 (前年度比:12.7%増)
- ③ 「遊学のまち長崎」の取組み
 ・「遊学のまち長崎」推進協議会幹事会を2回実施し、令和4年度は「コロナ禍においても、学生に魅力ある学びの場を提供できる取組みを行う」という方向性を導き出すことができた。

評価(問題点とその要因)

- ①学びの場としての魅力を高めるための大学との連携強化
 学官のみの連携では、多様化する行政ニーズに十分に対応することができないケースも見られるなど、連携強化には一定限界がある。
- ②「游学のまちdeやってみゅーで“U-サポ”」の運営
 中心となる長崎大学以外の大学については、ボランティア支援の専任スタッフがないことや、大学のカリキュラム上、ボランティアに参加が困難であること等が要因となり、参加者がなかなか増加しない大学もある。
 また、令和元年度には延べ参加者数が5,431人まで増加したが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、令和2年度、令和3年度は減少に転じた。ボランティア活動は対面で接触を伴うものが多いことから、コロナ禍におけるボランティア活動の維持・継続には工夫を要する。
- ③「游学のまち長崎」の取組み
 令和2年度から引き続き、令和3年度も新型コロナウイルス感染症拡大の影響が大きく、「游学のまち長崎」の取組みが十分にできていない。

今後の取組方針

- ①学びの場としての魅力を高めるための大学との連携強化
 ・庁内で取組み内容を情報共有し、各課が大学と連携できる事業等を把握することで、更なる連携事業の推進を図る。
 ・産官学金の連携による学びの場としての魅力を高める取組みを検討していく。
- ②「游学のまちdeやってみゅーで“U-サポ”」の運営
 ・学生のボランティア活動への自主的参加を促すよう、学生が主体的に実施する情報発信を支援し、参加者数の増加を図るとともに、コロナ禍においても活動できる新たなボランティア活動の模索を続ける。
- ③「游学のまち長崎」の取組み
 ・令和4年度については新型コロナウイルス感染拡大の状況を注視しながら、長崎のまちを舞台に最先端で活躍する人材を講師として招致し、長崎の学生等に長崎の未来にワクワクする場を提供することも目的とする「(仮称)游学のまち長崎 リレー講座」の開催に向けて、長崎地域の7大学と協議・検討をしていく。

成果指標

※「↑」は目標値を上回ることが望ましい指標、「↓」は目標値を下回ることが望ましい指標

指標名	基準値 (時期)	区分	H28	H29	H30	R元	R2	R3
長崎地域の大学の平均入学定員充足率 (※)	87.7% (27年度)	↑ 目標値	95.0	95.0	95.0	95.0	95.0	95.0
		実績値	88.4	90.6	93.8	92.0	90.5	86.1
		達成率	93.1%	95.4%	98.7%	96.8%	95.3%	90.6%
地域でのボランティア活動に参加した学生数	1,231人 (25年度)	↑ 目標値	1,831.0	2,031	2,231	2,431	2,631	5,431
		実績値	4,446.0	5,189	5,233	5,431	3,402	3,834
		達成率	242.8%	255.5%	234.6%	223.4%	129.3%	70.6%

※毎年度5月1日現在の学校基本調査のデータにより把握。令和3年度の実績値は令和4年度の入学定員数に影響するとの考えから、令和3年度の実績値は令和4年4月1日現在の調査データを記載する。(毎年度同様の取扱い。)

また、100%以上の大学は100%とする。

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	事業実績、成果・課題等		
1	<p>(事業名) 游学都市・ながさき推進費 【都市経営室】</p> <p>(事業目的) 長崎のまち全体が貴重な学びの場となるよう な游学の地づくりに取り組む。</p> <p>(事業概要) 長崎地域の7大学で実施しているボランティア 支援システム「游学のまちdeやってみゅーでUー サポ」について、長崎大学にその運営を委託す る。 また、游学のまち長崎の情報発信を行うほか、 各大学との包括連携協定等を基に、大学と連携 した取組みを推進する。</p>	成果指標	長崎地域の大学の平均入学定員充足率	
		目標値	95.0 %	
		実績値	86.1 %	
		達成率	90.6 %	
		決算(見込)額	2,000,000 円	
		成果指標及 び目標値の 説明	大学の魅力向上が図られることで、各大学の入学者数が めざす入学定員に近づくと考えられるため、長崎地域の7 大学の入学定員に対する入学者数の割合の平均を成果 指標とする(100%以上の大学は100%とする)。 長崎地域の大学の平均入学定員充足率が95.0%以上と なることを目標とする。	
		取組実績 、成果・課題 等	<p>(取組実績)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・平成23年度から圏域の7大学で実施しているボランティ ア支援システム「游学のまちdeやってみゅーで“Uーサ ポ”」を実施した。(令和3年度述べ参加者数:3,834人) ・コロナ禍で対面のボランティアが制限される中、活動の 制限が解除された合間に学生が参加しやすい「ボランティ ア体験バス」を数回運行し、はじめの一步を踏み出す機会 を創出した。 ・活動が制限された期間においても、オンライン上での活 動や学生が講師となる「在宅学習支援」、在宅で実施でき る紙石鹸・ブックマーカーづくりなどコロナ禍ならではの工 夫した活動を行い、学生の自己能力成長等及び地域の活 性化に資することができた。 ・コロナ禍においてもオンライン上での新たなボランティア 活動が創出されるなど、今後急速に発展するデジタル化 に向けた取組みを模索することができた。 <p>(成果・課題等)</p> <p>長崎地域の大学等の学生数は、平成24年度以降微減 が続いていたが、大学の経営努力やこれまでの取組み等 により、令和元年度から微増に転じたものの、令和3年度 は微減となった。(R3.5.1:14,360人→R4.5.1:14,269人)</p> <p>令和4年度は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を 注視しながら、学生と地域団体等のマッチングを行う「Uー サポ」事務局の運営充実のための支援を行うとともに、 「(仮称)游学のまち長崎 リレー講座」の開催に向けて、長 崎地域の7大学と協議・検討をしていく。</p>	