

# 令和元年度 基本施策評価シート

作成日 令和元年6月21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。	
基本施策主管課名	観光政策課	所属長名	中島 博和
関係課名	観光政策課、DMO推進室、観光推進課、MICE推進室、交流拠点施設整備室、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		

## 基本施策の評価

Ac 目標を達成しているものの、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

#### 【基本施策評価結果】

・基本施策の成果指標のすべてが100%以上の目標達成率となったことから、「A」とする。

#### 【個別施策評価結果】

・個別施策の成果指数10項目のうち、100%以上の目標達成率が3つと半数以下で、目標達成率が95%未満の低いものもあるため「c」とする。

#### 【評価判断に至った成果・効果及び問題点・その要因】

##### (1)長崎独自の資源の掘り起こし、活用の推進

・長崎ランタンフェスティバルについて、15日間の開催では過去最高の集客数を記録した。また、人気作品「キングダム」とのコラボ企画やスカイランタンといった新たな取組みにより一定の集客数確保につながった。しかしながら、平日の宿泊稼働率は大きく伸びているものの、休日に比べるとまだまだ低い状況である。また、オブジェが老朽化しており、今後の開催には老朽化したオブジェの定期的な修理が必要である。

・長崎さるくについて、平成30年度は通・学さるくの参加者数目標を達成することができなかったが、通さるく予約の完全オーダー制への移行を行うなど、長崎さるくの運営体制の見直しや、定番人気コースの参加料値下げや予約締切日の短縮、長崎純心大学の新規さるくガイドの育成による参加者の満足度向上が図られた。今後も、更なる参加者の満足度向上を図り、より多くの方に長崎さるくの魅力を発信していく必要がある。

##### (2)国内外からの観光客、MICEの誘致の推進

・他都市と連携した情報発信や、夜景サミットへの参画により長崎市の夜景を国内外へPRしたことで、夜景観賞を目的とする観光客の誘致に繋がった。夜景整備が完了していないことから、「環長崎港夜間景観向上基本計画」に基づき夜景整備を実施し、夜景の魅力向上を図るとともに、国内外にプロモーションすることで、誘客につなげていく必要がある。

・多くのクルーズ客船も来港し、アジアを中心にプロモーションを行ったことにより、外国人観光客の誘客が図られた。しかしながら、各市場に対して親和性が高く、宿泊につながるような観光コンテンツの造成に向けた取組みが十分ではない。

・長崎市版DMOにおいて誘致プロモーション等に取り組んでいるが、多様な関係者の巻き込みが不十分であることから、これらの取組みの強化に加え、組織体制の構築に向けた取組みに対する支援が必要である。

・MICEの誘致と受入について、MICE推進室を設け、コンベンション協会、交流拠点施設運営者、大学、経済界など関係団体と連携した推進体制の構築に取り組んだ。今後、さらに連携を強化し、誘致活動を推進していく。

##### (3)交流のための都市機能の向上と受入態勢の整備、おもてなしの充実

・長崎駅周辺土地区画整理事業は、進捗率の遅れがあるものの、令和5年度の完成を目指し、関連事業と調整しながら工事を実施した。なお、長崎駅周辺土地区画整理事業区域内では、新幹線やJR長崎本線連続立体交差事業などが施行中であり、工事の輻輳による事業進捗への影響が懸念される。

・(仮称)長崎市交流拠点施設整備・運営事業受注者選定審査会を1回開催し、事業契約を締結した。

・世界遺産に関する満足度は、目標を達成するとともに、「不満」の割合も減少した。しかしながら、長崎駅から海外への路線バスは本数が少なく、出津教会堂と大野教会堂への移動手段も乏しいことから、海外地区へのアクセス方法及び地区内の移動の円滑化を図り回遊を促すとともに、満足度の向上を図る必要がある。

##### (4)游学のまち長崎の魅力向上

・長崎地域の大学等の平均入学定員充足率は、平成30年度は目標を達成できなかったものの高い水準で推移している。また、平成24年度以降微減が続いていた長崎地域の大学等の学生数については、大学の経営努力やこれまでの取組みなどにより、令和元年度には微増に転じている。

## 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
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
		実績値	672.4	707.8	705.5		
		達成率	100.4%	104.9%	102.2%		
観光消費額【暦年】	1,243億円 (26年)	↑ 目標値	1,360	1,400	1,480	1,530	1,600
		実績値	1,314	1,458	1,496		
		達成率	96.6%	104.1%	101.1%		

## 今後の取組方針

### (1)長崎独自の資源の掘り起こし、活用の推進

- ・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、老朽化により破損したオブジェの修復に努める。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など魅力づくりに努める。なお、交通渋滞の可能性について、市民への周知に努める。
- ・長崎さるくについて、満足度向上に向け、さるくガイドのレベルアップ、コースの見直し等を図るとともに、「長崎さるく」が今後も継続していくために、さるくガイド、一般社団法人長崎国際観光コンベンション協会（以下「コンベンション協会」という。）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。

### (2)国内外からの観光客、MICEの誘致の推進

- ・引き続き夜景サミットに参画し、国内外から宿泊を伴う夜景観光客の誘致を図る。
- ・長崎市版DMOが実施する「観光まちづくり」に資する取組み及び専門人材の確保・育成、組織体制の確立等について支援する。
- ・MICEに関するセールス情報を一元化し関係者で共有するとともに、関係者の役割分担を明確にした効率的な誘致活動を強化する。

### (3)交流のための都市機能の向上と受入態勢の整備、おもてなしの充実

- ・令和3年11月の開業を目指し、性能発注の中、事業者との協議を行い、(仮称)長崎市交流拠点施設の設計及び建設を着実に進める。
- ・来訪者へのおもてなしを充実させつつ、住民生活との調和を図るため、来訪者へゴミの取扱い等周知に努め、双方の満足度向上を図る。

### (4)游学のまち長崎の魅力向上

- ・県内における行政と大学との連携事例を庁内で情報共有することで、新たな連携に繋げる。
- ・学生に選ばれるまちになるための取組みとして、学生自らが作成する動画を活用した情報発信などの手法により、長崎の大学・まちで学び、過ごす楽しさを発信する。

## 二次評価(施策評価会議による評価)

- 基本施策の評価「Ac」については、所管評価のとおり。
- 外国人観光客のごみのマナーについて、市民と協働して実施した漫画やDVDの活用による取組みを新しい取組みとして記載してよいのではないか。
- 市とDMOの役割について明確にしておくこと。

### 【振返り】

- クルーズ船が減少している要因分析を行うこと。
- 交流拠点施設ができることを考えると、民との協働により新しいものに取り組むことに力を入れてもよいのではないか。

## 令和元年度 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	観光推進課	所属長名	島田 清隆

### 平成30年度 of 取組概要

- ①長崎らしい魅力あるイベントの展開  
 ・長崎ランタンフェスティバルを春節である平成31年2月5日(火)から2月19日(火)までの15日間開催した。10メートルの高さを誇るメインオブジェを製作し、誘客の目玉とした。また、人気作品「キングダム」とのコラボ企画やスカイランタンといった新たな取組みにより集客数確保に努め、15日間の開催では過去最高の98万人の集客となった。
- ②観光メニューの開発・強化  
 ・長崎さるくについて、参加者の満足度向上につなげていくため、定番人気コースの参加料値下げや予約締切日の短縮、長崎純心大学の新規さるくガイドの育成などに取り組むとともに、活動目標の共有や、研修、情報交換の活性化により、専門性の高いガイドの育成を目指し、参加者の満足度向上に努めた。
- ③「交流の産業化」に資する新たな取組みへの支援  
 ・長崎市の強みである有形・無形の地域資源を活かし、観光をはじめとした「人」の交流によって経済を活性化させる取組みに資する事業に対して、「交流の産業化リーディング事業費補助金」を交付し、民間の法人・団体の取組みを支援することで、官民連携による長崎創生を推進した。(補助上限200万円、補助対象事業4事業)
- ④市民参加による長崎の魅力発信  
 ・市民の長崎に対する誇りや愛着、いわゆる「シビックプライド」を高めるとともに新たな来訪者を増やす目的で、長崎市民の愛する声を集めて、長崎の日常の魅力を発信する取組み「長崎〇〇LOVERSプロジェクト」のさらなる浸透と域外への情報発信を図るため、広報誌等を活用した周知活動にあわせ、テーマ別に市民が参加して長崎の魅力を体験し、魅力を発信するイベントの開催、市民による長崎の魅力の詰まった写真投稿キャンペーンの実施と長崎〇〇LOVERSソングの制作、著名人と市民の出演する動画による域外への情報発信等を行った。

### 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
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)来訪者数[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
		実績値	2,343,297	2,445,704	2,346,472		
		達成率	88.1%	89.9%	83.2%		
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
		実績値	2,515,700	2,556,900	2,665,600		
		達成率	89.1%	89.7%	90.7%		

※主要観光施設来場者数のR元年の目標値は前年比減となっているが、世界遺産登録効果による反動減を最小限に抑えようとする趣旨である。

評価(成果と効果)

取組みによる成果	5年後にめざす姿に対する効果
<p>①長崎らしい魅力あるイベントの展開</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・長崎ランタンフェスティバルについて、15日間の開催では過去最高の集客数を記録した。2月初旬からのスタートと年末年始の連休から間隔が空いていたことや3連休があったことなどが集客数増加につながった。特に2月10日(日)は17万2千人の集客があり、1日の集客数で歴代1位となった。また、人気作品「キングダム」とのコラボ企画やスカイランタンといった新たな取組みにより一定の集客数確保につながり、期間中の市内宿泊施設の客室平均稼働率は、約86%と概ね高水準を示した。</li> <li>・長崎帆船まつりについて、急遽3隻の来港となったが、天気にも恵まれ過去3番目の集客数を記録した。</li> <li>また、ディズニーランド35周年とのマーチングパレードもあり、多くの新規客層にもアプローチできた。</li> </ul>	<p>新たな取組みによる集客数の増加により、今以上に長崎ランタンフェスティバル及び長崎帆船まつりによる集客増の可能性が示され、今後の更なる観光資源の磨き上げ検討の参考となった。</p>
<p>②観光メニューの開発・強化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・通さるく予約の完全オーダー制への移行や、定番人気コースの参加料値下げ、予約締切日の短縮など長崎さるくの運営体制の見直しを行うとともに、長崎純心大学の新規さるくガイドの育成を行った。</li> </ul>	<p>参加料の見直しやサービスの向上、より専門性が高いガイドの育成などにより、参加者の満足度が平成29年度の83%から平成30年度は88%に向上するなど、観光資源としての磨き上げが図られた。</p>
<p>③「交流の産業化」に資する新たな取組みへの支援</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・交流の産業化リーディング事業費補助金により、民間の取組み4事業への補助を行った。</li> </ul>	<p>民間の法人・団体が自主的・主体的に実施する「交流の産業化」に資する新たな取り組みを支援することで、様々なまちづくりの担い手による長崎独自の資源や魅力の磨き上げと長崎創生の推進が図られた。</p>
<p>④市民参加による長崎の魅力発信</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・様々な取組みにより、SNS (Instagram) を活用した魅力発信件数が大幅に増加(平成29年度末:8,431件→平成30年度末:39,048件)するとともに、教育現場での活用などが行われた。</li> <li>・平成31年3月9日に実施したミーティング &amp; マーケットでは、様々なステージイベントとブースの出展が行われ、約6,300人の来場者数となった。</li> <li>・著名人と市民による情報発信では、PR動画の視聴回数で462,004回となった。</li> </ul>	<p>シビックプライド醸成イベントを通じて幅広い年齢層の市民参加が得られたことや、様々なコラボによる情報発信を行ったことにより認知があがり、市民が主体となった新しい魅力の掘り起こし・域外への発信が図られるとともに、教育現場で活用されるなど、市民のシビックプライドの醸成が図られた。</p>

## 評価(問題点とその要因)

5年後にめざす姿に対する問題点	問題点の要因
<p>①長崎らしい魅力あるイベントの展開</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・長崎ランタンフェスティバルについて、平日の宿泊稼働率は大きく伸びているものの、休日に比べるとまだまだ低い状況である。また、オブジェが老朽化しており、今後の開催には老朽化したオブジェの定期的な修理が必要である。なお、3連休の中日には、市内一円に交通渋滞を引き起こした。</li> <li>・長崎帆船まつりについて、新規の来場者の獲得に向け、帆船まつりの情報発信を新たなターゲットに向けて行っているが、県内観光客が多く占めている現状である。また、リピーター対策も行えていない。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・長崎ランタンフェスティバルについて、平日に集客するイベント力に欠ける。また、オブジェの老朽化は、風雨や経年劣化によるものである。なお、3連休の中日の交通渋滞については、マイカー自粛など市民への周知が十分でない。</li> <li>・長崎帆船まつりについて、県外から集客するイベント力に欠ける。また、招聘帆船についても例年同じ帆船であり、新規帆船へアプローチができていない。</li> </ul>
<p>②観光メニューの開発・強化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・長崎さるくについて、平成30年度は通・学さるくの参加者数目標12,600人に対して、8,567人となり、目標を達成することができなかった。更なる参加者の満足度向上を図り、より多くの方に長崎さるくの魅力を発信していく必要がある。</li> </ul>	<p>参加者のニーズに対応できるコースの磨き上げや、ガイドのレベルアップが不十分である。</p>
<p>③「交流の産業化」に資する新たな取組みへの支援</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・補助実施件数が目標値に及ばなかった。</li> </ul>	<p>応募は11件あったものの、審査の結果、採択は4件にとどまったため、事業者等に対する「交流の産業化」の趣旨の浸透が不足している。</p>
<p>④市民参加による長崎の魅力発信</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「長崎〇〇LOVERS」の企画趣旨の浸透の継続と更なる市民の参加促進が必要である。</li> </ul>	<p>情報発信や市民参加の取組みによる成果の見える化が不足している。</p>

## 今後の取組方針

<p>①長崎らしい魅力あるイベントの展開</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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、老朽化により破損したオブジェの修復に努める。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など魅力づくりに努める。なお、交通渋滞の可能性について、市民への周知に努める。</li> <li>・長崎帆船まつりについて、新規の来場者の獲得に向け、帆船まつりの情報発信を新たなターゲットに向けて行う。また、リピーター対策としては、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とともに、新規帆船の招聘に向けて取組み、常に新たな魅力づくりに努める。</li> </ul> <p>②長崎独自の資源の掘り起こし、活用の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・長崎さるくについて、満足度向上に向け、さるくガイドのレベルアップ、コースの見直し等を図るとともに、「長崎さるく」が今後も継続していくために、さるくガイド、一般社団法人長崎国際観光コンベンション協会(以下「コンベンション協会」という。)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。</li> </ul> <p>③「交流の産業化」に資する新たな取組みへの支援</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・引き続き、事業の周知を図り、オール長崎市でまちづくりに取り組むという機運の醸成を図る。</li> </ul> <p>④市民参加による長崎の魅力発信</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・引き続き、企画趣旨の浸透を図るとともに、成果の具現化と自走化の促進を図る。</li> </ul>
---

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	区分	平成29年度	平成30年度
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 【観光推進課】</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2年1月24日(金)～2月9日(日) ※1月24日(金)は前夜祭、2月9日(日)は後夜祭 【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>	実施年度	継続	
		成果指標	来場者数	
		目標値	1,000,000 人	1,000,000 人
		実績値	1,060,000 人	980,000 人
		達成率	106.0 %	98.0 %
		決算(見込)額	92,879,452 円	92,392,770 円
		成果指標及び目標値の説明	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、以前同時期に開催されたときの実績数をベースに、平成29年度は、開催期間を2日間延長することを考慮し目標値とした。	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。
		取組実績、成果・課題等	<p>(取組実績)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・開催期間 平成30年2月16日(金)春節～3月4日(日)《17日間》(元宵節は3月2日(金)で、3月3日(土)、4日(日)に後夜祭を開催)。</li> <li>・開催場所 湊公園、中央公園を中心に浜市アーケード、観光通りアーケードなど</li> </ul> <p>(成果・課題等)</p> <p>2日間延長して後夜祭を実施することにより、3回の週末を挟む良い暦となった。期間中は強い風雨となった2月28日以外は、概ね天候に恵まれるとともに、人気アイドルが皇帝パレードの皇后役となった週末の皇帝パレードの効果もあわせて、過去最高の観客数となった。期間中の市内宿泊施設の客室平均稼働率は、約88%と概ね高水準を示すなど、長年の取組みの成果が現れ、滞在型イベントとして定着している。</p>	<p>(取組実績)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・開催期間 平成31年2月5日(火)春節～2月19日(火)元宵節《15日間》</li> <li>・開催場所 湊公園、中央公園を中心に浜市アーケード、観光通りアーケードなど</li> </ul> <p>(成果・課題等)</p> <p>15日間の開催では過去最高の集客数を記録した。2月初旬からのスタートと年末年始の連休から間隔が空いていたことや3連休があったことなどが集客数増加につながった。特に2月10日(日)は17万2千人の集客があり、1日の集客数で歴代1位となった。また、人気作品「キングダム」とのコラボ企画やスカイランタンといった新たな取組みにより一定の集客数確保につながった。期間中の市内宿泊施設の客室平均稼働率は、約86%と概ね高水準を示すなど、長年の取組みの成果が現れ、滞在型イベントとして定着している。</p>

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	区分	平成29年度	平成30年度
2	<p>(事業名) 長崎帆船まつり事業共催費負担金 【観光推進課】</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、観光及び地域の活性化を及び港、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。</p> <p>【会場】 長崎港(長崎水辺の森公園、出島ワープ周辺)</p> <p>【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>	実施年度	継続	
		成果指標	来場者数	
		目標値	200,000 人	200,000 人
		実績値	212,000 人	275,000 人
		達成率	106.0 %	137.5 %
		決算(見込)額	26,483,519 円	32,996,816 円
		成果指標及び目標値の説明	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。	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。
		取組実績、成果・課題等	<p>(取組実績) ・平成29年4月20日(木)～24日(月) ・大型帆船1隻を含む国内外の5隻の帆船が参加。</p> <p>(成果・課題等) マストの破損により、大型帆船が一隻、急遽不参加となったが、期間中は天気に恵まれ、来場者数が伸びた。 また、陸上イベントであるマーチングイベントを開催し、好評であった。</p> <p>・来場者数21万2千人 (対前年比16万3千人増) ・経済波及効果9億5千万 (対前年比7億3千万増)</p>	<p>(取組実績) ・平成30年4月19日(木)～23日(月) ・大型帆船1隻を含む国内外の3隻の帆船が参加。</p> <p>(成果・課題等) 参加帆船が3隻と過去最少となったものの、天候に恵まれたことや帆船「みらいへ」×「キャプテンドラえもん号」等の取組により一定の集客数確保につながった。 また、東京ディズニーリゾート35周年スペシャルパレードを開催したマーチングフェスティバルも好評であった。</p> <p>・来場者数27万5千人 (対前年比6万3千人増) ・経済波及効果10億4千5百万 (対前年比9千5百万増)</p>

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	区分	平成29年度	平成30年度
3	<p>(事業名) 長崎さるく運営費補助金 【観光推進課】</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。特に、長崎さるくの企画・宣伝を含む運営全般を、一般社団法人長崎国際観光コンベンション協会へ移行し、民間事業者の参画による取組みの推進を図る。</p> <p>(事業概要) ・ガイドツアー「通さるく」やひとつのテーマを掘り下げる「学さるく」についてコース・テーマの充実を図る。 ・長崎さるくガイドの研修及び会議を定期的に行うことにより、ガイドのレベルアップを図り、市民・観光客の満足度向上を目指めざす。</p>	実施年度	継続	
		成果指標	通さるく・学さるく参加者数	
		目標値	12,400 人	12,600 人
		実績値	9,582 人	8,567 人
		達成率	77.3 %	68.0 %
		決算(見込)額	47,560,787 円	44,264,425 円
		成果指標及び目標値の説明	<p>さるくの参加者のうち、統計をとるのが困難である遊さるく(マップ等をもとに自由にまち歩き)を除く、通さるく・学さるくの参加者数を成果指標とした。</p> <p>さるく博の参加者数は、純粋な通学さるくの参加者数のみを計上することとし、12,400人を目標とした。</p>	<p>さるくの参加者のうち、統計をとるのが困難である遊さるく(マップ等をもとに自由にまち歩き)を除く、通さるく・学さるくの参加者数を成果指標とした。</p> <p>さるく博の参加者数は、純粋な通学さるくの参加者数のみを計上することとし、12,600人を目標とした。</p>
		取組実績、成果・課題等	<p>(取組実績) 【通さるく】 ・実施本数 898本 ・参加人数 6,419人 【学さるく】 ・実施回数 302回 ・参加人数 3,163人</p> <p>(成果・課題等) 参加者が少ないコースのオーダーさるくへの転換や完全予約制への移行などにより、運営の効率化は図られたが、催行数の絞り込みと完全予約性を実施したため、通さるく・学さるくトータルの参加者数は 9,582人となり、目標としていた12,400人を下回った。</p>	<p>(取組実績) 【通さるく】 ・実施本数 801本 ・参加人数 5,541人 【学さるく】 ・実施回数 232回 ・参加人数 3,026人</p> <p>(成果・課題等) 定番人気コースの参加料値下げや予約締切日の短縮、長崎純心大学の新規さるくガイドの育成など、サービス向上に努めるとともに、通さるく予約の完全オーダー制への移行など、運営の効率化は図られたが、長崎市内小中学生が参加する「教育用さるく」の参加人数が減少した、通さるく・学さるくトータルの参加者数は 8,567人となり、目標としていた12,600人を下回った。</p>



No.	事業名・担当課・事業目的・概要	区分	平成29年度	平成30年度		
4	<p>(事業名) 地域活性化事業費負担金 【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】 【琴海地域センター】</p> <p>(事業目的) 合併地区の人口減少が続いている中で、地域住民や商工会等が主体となってイベントを開催することで、合併地区の魅力の発信及び交流人口の拡大に寄与し、地域活性化を図る。</p> <p>(事業概要) ①伊王島フェスタ ②UMIBOUZ in 高島 ③しまめぐり双六in高島 ④高島杯小学生バドミントン大会 ⑤のもぎき水仙まつり ⑥野母崎地区活性化イベント ⑦琴海花まつり</p>	実施年度	継続			
		成果指標	集客人数			
		目標値	61,400.0 人	61,600.0 人		
		実績値	53,336.0 人	63,496.0 人		
		達成率	86.9 %	103.1 %		
		決算(見込)額	9,629,234 円	9,441,723 円		
		成果指標及び目標値の説明	<p>交流人口の増加を図るためには、イベントにより集客を増やすことが必要なため、集客人数を成果指標とした。 H29から長崎南地区活性化イベントの花火大会を中止したため、目標値を見直し61,400人とした。</p>	<p>交流人口の増加を図るためには、イベントにより集客を増やすことが必要なため、集客人数を成果指標とした。</p>		
		取組実績、成果・課題等	<p>(取組実績) ・長崎南地区活性化イベント:574人 ・伊王島フェスタ:6,828人 ・UMIBOUZ in 高島:12,613人 ・しまめぐり「双六in高島」:405人 ・高島小学生バドミントン大会:381人 ・のもぎき水仙まつり:29,035人 ・琴海花まつり:3,500人</p> <p>(成果・課題等) 天候に恵まれなかったイベントがあったが、イベントを通して地域間交流や地域の活性化につなげることができた。 今後もイベントの内容を見直しながら、交流人口の拡大につなげた</p>	<p>(取組実績) ・伊王島フェスタ:7,128人 ・UMIBOUZ in 高島:11,359人 ・しまめぐり「双六in高島」:190人 ・高島小学生バドミントン大会:168人 ・のもぎき水仙まつり:37,151人 ・野母崎地区活性化イベント:4,000人 ・琴海花まつり:3,500人</p> <p>(成果・課題等) イベントを通して地域間交流や地域の活性化につなげることができた。 今後もイベントの内容を見直ししながら、交流人口の拡大につなげていく。</p>		
		5	<p>(事業名) 交流の産業化リーディング事業費 【長崎創生推進室】</p> <p>(事業目的) 新たな消費の拡大など、「交流の産業化」を推進する民間事業者の取組みを支援して、成功事例として顕在化させ、波及効果を広げて、「交流の産業化」を加速する。</p> <p>(事業概要) 交流の産業化リーディング事業費補助金の交付補助率3/4 年度上限額2,000千円(2ヶ年事業)</p>	実施年度	新規	
				成果指標	補助実施件数	
目標値	5 件					
実績値	4 件					
達成率	80.0 %					
決算(見込)額	7,180,600 円					
成果指標及び目標値の説明	<p>交流の産業化に資する取組みを促進するため、リーディング事業費補助金の補助実施件数を成果指標とした。</p>					
取組実績、成果・課題等	<p>(取組実績) 長崎市交流の産業化リーディング事業費補助金を交付し、官民連携した「『交流の産業化』による長崎創生」を推進した。(補助対象事業4事業)</p> <p>(成果・課題等) 様々なまちづくりの担い手による長崎独自の資源や魅力の磨き上げと長崎創生の推進が図られた。しかし、応募は11件あったものの、審査の結果、採択は4件にとどまったため、事業者等に対する「交流の産業化」の趣旨を浸透させるための更なる周知強化が必要である</p>					

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	区分	平成29年度	平成30年度
6	<p>(事業名) 「人」のまち「ながさき」プロモーション事業費 【長崎創生推進室】</p> <p>(事業目的) 長崎に対する誇りや愛着、いわゆる「シビック プライド」を高めるとともに、新しい長崎ファンを つくって長崎市への新たな来訪者を増やし、ひ いては滞在時間の延長などによる消費拡大を 図る。</p> <p>(事業概要) 長崎市民の愛する声を集めて、長崎の日常 を発信する『長崎〇〇LOVERS』プロジェクト』 の取組みを発信する。</p>	実施年度	継続	
		成果指標	SNS(Instagram)を活用した魅力発信件数	
		目標値	5,000 件	15,000 件
		実績値	8,431 件	39,048 件
		達成率	168.6 %	260.3 %
		決算(見込)額	42,862,900 円	24,780,825 円
		成果指標及 び目標値の 説明	<p>長崎市を持つ多様な魅力について市民が主体となって発信するプロ ジェクトであることから、SNS(Instagram)を活用し、写真の投稿を促して おり、投稿された写真の件数で魅力が発信されたことが測れるため成 果指標とした。 目標値については先進都市の事例等を踏まえ設定した。</p>	
取組実績 、成果・課題 等	<p>(取組実績) 「長崎〇〇LOVERS」企画立上 げ、周知の実施。</p> <p>(成果・課題等) 企画浸透を図るため、イベントや プロモーション映像制作、WEBサイ ト構築、SNS活用による情報発信 を行うことで、市民が主体となった 長崎の新たな魅力の掘り起こしと 発信を行うことができた。 今後更なる市内の参加者増加を 図るとともに、長崎の魅力発信によ る域外からの新たな来訪者の増加 を目指した取組みを進める必要が ある。</p>	<p>(取組実績) 「長崎〇〇LOVERS」企画の更な る浸透、域外への情報発信。</p> <p>(成果・課題等) ・長崎LOVERSプロジェクトのさら なる浸透と域外への情報発信を図 るため、広報誌等を活用した周知 活動にあわせ、テーマ別に市民が 参加して長崎の魅力を体験し、魅 力を発信するイベントの開催、市民 による長崎の魅力を詰まった写真 投稿キャンペーンの実施と長崎〇 〇LOVERSソングの制作、著名人 と市民の出演する動画による域外 への情報発信等を行うことができ た。 今後は「長崎〇〇LOVERS」の自 走化に向けて、グッズの貸し出し等 による民間イベント開催の支援や、 市民によるSNS投稿の促進を図る 必要がある。</p>		

## 令和元年度 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 象 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	観光推進課	所属長名	島田 清隆			

### 平成30年度 of 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て、ホームページの構築による情報発信、ポスターの作成・配布等のプロモーションを実施した。
  - ・夜景サミット2018inマレーシアに参画してセールスを行い、夜景の魅力発信を行った。
- ②アジア・国際観光客誘致推進
- ・外国人観光客の誘致促進のため、現地旅行会社へのセールスや海外メディアへの露出などプロモーション活動を行った。
- ③MICE誘致・受入の推進
- ・コンベンション協会や交流拠点施設運営者と連携し、商談会への出展、主催者・キーパーソンへのセールスを行うとともに、「長崎MICE誘致推進協議会」等と連携し、地元大学や経済界が実施する誘致活動を支援する制度を創設するなど誘致活動を推進した。
  - ・MICE開催に伴う業務の市内受注を促進するため、事業者向けのセミナー開催及び先進都市の視察を行った。
- ④長崎市版DMOの形成・確立
- ・長崎市版DMOが、インバウンドの動向等に関する各種調査及びデータの収集・分析を進めるとともに、WEBサイトを活用したインバウンド向けプロモーション等を実施した。
  - ・また、各種調査及びデータ等の分析結果を、多様な関係者と共有・活用するとともに分析結果から抽出された課題の解決を図るため、マーケティング委員会、マーケティング・ラボ、ワーキンググループを開催した。

### 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	
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
			実績値	310,386	297,482	306,019		
			達成率	110.9%	96.0%	90.0%		
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
			実績値	2,980,762	3,049,210	3,092,739		
			達成率	71.0%	71.7%	69.8%		
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
			実績値	717,288	1,052,455	936,046		
			達成率	163.0%	225.4%	189.1%		
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
			実績値	364,383	339,669	339,400		
			達成率	100.7%	93.2%	89.8%		

## 評価(成果と効果)

取組みによる成果	5年後にめざす姿に対する効果
<p>①夜景観光の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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したことで、夜景観賞を目的とする観光客誘致に繋がった。</li> <li>・「夜景観賞」を主目的とする観光客の割合 平成29年度:8.0% → 平成30年度:13.3%</li> </ul>	<p>長崎の夜景の魅力を国内外へアピールすることで、夜景観賞を目的としたより多くの来訪者を呼び込むことに寄与した。</p>
<p>②アジア・国際観光客誘致</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・アジアを中心にプロモーションを行ったことにより、多くのクルーズ客船も来港するなど、外国人観光客の誘客が図られた。</li> </ul>	<p>継続的にプロモーション活動を行うことで、長崎市の認知度が向上し、外国人宿泊者数の増加が図られた。</p>
<p>③MICE誘致・受入の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・全体のMICE参加者数は対前年比269人の減となったものの、コンベンション開催件数は対前年比81件の増となった。</li> <li>平成29年339,669人 → 平成30年339,400人</li> <li>平成29年1,505件 → 平成30年1,586件</li> <li>・このうち、文化・学術コンベンションについて、参加者数は対前年比3,996人の増となり、開催件数は対前年比109件の増となった。</li> <li>平成29年187,292人 → 平成30年191,288人</li> <li>平成29年1,214件 → 平成30年1,323件</li> <li>・長崎MICE誘致推進協議会及び長崎MICE事業者ネットワークと連携し、MICEセミナーを2回開催し、計160名が出席した。また、先進都市の視察を実施し、10事業者・団体が出席し、MICE誘致・受入に係る理解を深めた。</li> </ul>	<p>官民連携したオール長崎による誘致活動が促進されるとともに、民間事業者において受注増につながるスキルアップが図られた。</p>
<p>④長崎市版DMOの形成・確立</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・マーケティング委員会を3回、マーケティング・ラボを2回、ワーキンググループを2回開催し、インバウンド動向等の分析結果や課題の共有を図った。</li> </ul>	<p>インバウンドの動向等の分析結果や課題について、観光関連事業者等と共有し、インバウンド誘客や受入に対する機運の醸成が図られた。</p>

## 評価(問題点とその要因)

5年後にめざす姿に対する問題点	問題点の要因
<p>①夜景観光の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光客(日本人・外国人)宿泊者数が伸び悩んでいる。</li> </ul>	<p>夜景整備が完了していないこと。</p>
<p>②アジア・国際観光客誘致</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・外国人観光客宿泊者数が伸び悩んでいる。</li> </ul>	<p>外国人観光客の国別各市場のニーズに合致した宿泊につながるような観光コンテンツの造成に向けた取組みが十分ではない。</p>
<p>③MICE誘致・受入の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・市場分析に基づいた戦略的な誘致活動ができていない。</li> </ul>	<p>MICE誘致を中心的に行うコンベンション協会、交流拠点施設運営者及び長崎市の三者におけるセールス情報の一元化が図られていない。</p>
<p>④長崎市版DMOの形成・確立</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・長崎市版DMOの形成・確立に向けて、観光関連事業者以外の事業者や地域住民の参画を促し、連携体制を構築したいが、まだ十分な連携が図られていない。</li> </ul>	<p>長崎市版DMOが実施する事業等への理解促進、事業者や地域住民の当事者意識の醸成が図られていないことが、要因の一つと考えられる。</p>

## 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。
- ・夜景サミット2019in上海に参画し、中国をはじめ重要な市場からの夜景観光の誘致を図る。

### ②アジア・国際観光客誘致

- ・長崎市版DMOと連携を図りながら、外国人観光客の国別各市場のニーズに合致した宿泊につながるような観光コンテンツの造成を行い、戦略的に外国人観光客の来訪を促進する。

### ③MICE誘致・受入の推進

- ・セールス情報を一元化し関係者で共有するとともに、関係者の役割分担を明確にした効率的な誘致活動を強化する。

- ・ユニークベニューとして活用できる施設を増やすとともに、民間事業者と連携し、MICEの参加者や同伴者の滞在・周遊を促す取組みを充実させる。

### ④長崎市版DMOの形成・確立

- ・長崎市版DMOの専門人材の確保・育成、組織体制の確立等について支援する。
- ・多様な関係者との合意形成など、長崎市版DMOが実施する「観光まちづくり」に資する取組みについて支援する。

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	区分	平成29年度	平成30年度
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>	実施年度	継続	
		成果指標	「夜景観賞」を主目的とする観光客の割合	
		目標値	4.5 %	5.0 %
		実績値	8.0 %	13.3 %
		達成率	177.8 %	266.0 %
		決算(見込)額	3,567,410 円	3,641,670 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」を主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、平成32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、平成29年度は4.5%としている。</p>	<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」を主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、平成32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、平成30年度は5%としている。</p>
		取組実績、成果・課題等	<p>(取組実績)・日本新三大夜景認定都市(札幌市・神戸市・長崎市)の連携によるプロモーションの実施・夜景サミット2017inタイへの参画等</p> <p>(成果・課題等) 実績値は目標値を大きく上回ったが、今後も「環長崎港夜間景観向上基本計画」に基づく整備を行っている夜景を国内外にプロモーションし、誘客につなげる必要がある。</p>	<p>(取組実績)・日本新三大夜景認定都市(札幌市・北九州市・長崎市)の連携によるプロモーションの実施・夜景サミット2018inマレーシアへの参画等</p> <p>(成果・課題等) 実績値は目標値を大きく上回ったが、今後も「環長崎港夜間景観向上基本計画」に基づく整備を行っている夜景を国内外にプロモーションし、誘客につなげる必要がある。</p>

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	区分	平成29年度	平成30年度
2	(事業名) コンベンション開催費補助金 【MICE推進室】  (事業目的) 市内でのコンベンション開催を促進する。  (事業概要) 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、コンベンション協会へ補助金を交付する。	実施年度	継続	
		成果指標	コンベンション開催補助金交付件数[暦年]	
		目標値	35 件	35 件
		実績値	26 件	41 件
		達成率	74.3 %	117.1 %
		決算(見込)額	9,350,000 円	10,000,000 円
		成果指標及び目標値の説明	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。 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。	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。 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。
		取組実績、成果・課題等	(取組実績) 本制度を利用した ・コンベンション開催件数 26件 ・延宿泊者数 20,949人  (成果・課題等) コンベンション開催補助金交付件数は、26件であり、前年に比べ9件の減となった。 コンベンション開催件数は、1,505件で、対前年比39件の増となった。全体の参加者は、対前年比24,714人減の339,669人であった。 【内訳】 ・文化・学術コンベンション 1,214件 参加者 187,292人 ・スポーツコンベンション 291件 参加者 152,377人	(取組実績) 本制度を利用した ・コンベンション開催件数 41件 ・延宿泊者数 23,594人  (成果・課題等) コンベンション開催補助金交付件数は、41件であり、前年に比べ15件の増となった。 コンベンション開催件数は、1,586件で、対前年比81件の増となった。全体の参加者は、対前年比269人減の339,400人であった。 【内訳】 ・文化・学術コンベンション 1,323件 参加者 191,288人 ・スポーツコンベンション 263件 参加者 148,112人

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	区分	平成29年度	平成30年度
3	<p>(事業名) アジア・国際観光客誘致対策事業 【観光推進課】</p> <p>(事業目的) 主にアジアからの外国人観光客の増加を図る。</p> <p>(事業概要) 外国人観光客誘致を行う。</p>	実施年度	継続	
		成果指標	外国人宿泊者数(暦年)	
		目標値	310,000.0 (%、人、円など)	340,000.0 (%、人、円など)
		実績値	297,482.0 (%、人、円など)	306,019.0 (%、人、円など)
		達成率	96.0 %	90.0 %
		決算(見込)額	30,329,528 円	14,210,186 円
		成果指標及び目標値の説明	<p>為替等の外的要因はあるものの、誘致等の取組みにより外国人宿泊者数が増加すると考えられるため、外国人宿泊者数を成果指標とした。</p> <p>国の訪日外国人の目標の伸び率で算出し、平成26年の基準値から平成29年の目標を31万人と設定した</p>	<p>為替等の外的要因はあるものの、誘致等の取組みにより外国人宿泊者数が増加すると考えられるため、外国人宿泊者数を成果指標とした。</p> <p>国の訪日外国人の目標の伸び率で算出し、平成26年の基準値から平成30年の目標を34万人と設定した</p>
		取組実績、成果・課題等	<p>(取組実績)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・タイのメディアを活用したPR及び観光・物産展の実施</li> <li>・タイでの夜景を活用したPR</li> <li>・ベトナムでの旅行商品の造成及びPR</li> </ul> <p>(トップセールス・プロモーション)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・台湾旅行社等の招へい</li> <li>・タイ旅行社及び教会関係者招へい</li> </ul> <p>(成果・課題等)</p> <p>外国人延宿泊者数は、三菱重工業長崎造成所の外国人就業者の減に伴い、297,482人と前年比4.2%の減となったものの、継続的なプロモーションによりアジアを中心に増加した。</p> <p>「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」を活用したPRにより、韓国・フィリピン等巡礼ツアーの需要がある市場からの誘客を推進するとともに、経済波及効果の大きい富裕層旅行誘致など高付加価値化への取組みを強化する。</p>	<p>(取組実績)</p> <p>台湾の観光関係者を招聘し、SNS等を活用したPR 韓国のKOLの招聘</p> <p>(成果・課題等)</p> <p>これまで各国のメディアやインフルエンサーを活用してPRを行い、長崎市の認知度は向上していると思われる。</p> <p>今後、2020年に開催される東京オリンピック・パラリンピックにより、多くの外国人観光客の来日が見込まれるなか、宿泊型の観光、富裕層旅行客の誘致など高付加価値化に向けた取組みを強化する必要がある。</p>



No.	事業名・担当課・事業目的・概要	区分	平成29年度	平成30年度
4	<p>(事業名) DMO推進費 【DMO推進室】</p> <p>(事業目的) 「長崎市版DMO」の形成・確立により、交流の産業化による長崎創生の実現に向け、地域の稼ぐ力を引き出す。</p> <p>(事業概要) 交流の産業化による長崎創生の実現に向け、地域の稼ぐ力を引き出し、観光地域づくりの舵取り役としての役割を果たす「長崎市版DMO」の形成・確立のため、補助金を交付する。</p>	実施年度	継続	
		成果指標	観光客数(暦年)	
		目標値	675.0 万人	690.0 万人
		実績値	707.8 万人	705.5 万人
		達成率	104.9 %	102.2 %
		決算(見込)額	79,000,000 円	37,830,300 円
		成果指標及び目標値の説明	観光客数が増加することで、DMO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年までに710万人とすることを目標とし、平成29年は675万人を目標値とした。	観光客数が増加することで、DMO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年までに710万人とすることを目標とし、平成30年は690万人を目標値とした。
		取組実績、成果・課題等	<p>(取組実績) ワンストップサイトを構築し、これを活用したマーケティングに取り組んだ。また、データ収集・分析委員会及びデータ分析ワーキングチームの立ち上げ、KPIの設定、収集すべきデータ項目、収集方法等を体系的に整理、分析及び課題抽出できるように取り組んだ。</p> <p>(成果・課題等) ビッグデータの可視化・分析を進め、具体的な販促活動に繋がる講座や、マーケティング委員会の開催など、多様な民間事業者と共有・活用を図っていく。</p>	<p>(取組実績) 各種データの共有・活用、分析結果から抽出された課題の解決を図るため、マーケティング委員会を3回、マーケティング・ラボを2回、ワーキンググループを7回開催した。また、データの収集・分析、WEBサイトを活用したインバウンド向けプロモーション等を実施した。</p> <p>(成果・課題等) これまでの事業の検証を行うとともに、更なる合意形成を図るため、関係事業者や地域住民の当事者意識の醸成を図るための取組みが必要である。</p>

## 令和元年度 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	観光推進課	所属長名	島田 清隆		

### 平成30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、交差点設計、道路改良工事、電線共同溝工事、移転補償などを実施した。  
 ・長崎駅周辺再整備事業の計画内容と工事の進捗を県民・市民に知ってもらうため、現場見学会を1回開催した。
- ②交流拠点施設整備の検討  
 ・(仮称)長崎市交流拠点施設整備・運営事業受注者選定審査会を1回開催し、事業契約を締結した。
- ③外国人観光客の受入態勢整備  
 ・外貨両替、観光案内などクルーズ客船入港時の乗客・乗務員への対応  
 ・入出港時のおもてなし・歓送迎イベント等の実施
- ④世界遺産の受入態勢整備  
 ・平成29年度に引き続き、世界遺産案内所の管理運営、構成資産周辺における交通誘導員の配置及びトイレの管理、長崎造船所史料館へのシャトルバス運行補助、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制作等のプロモーションを実施した。

### 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
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
		実績値	16.8	18.7	23.0		
		達成率	48.4%	45.7%	49.1%		
観光満足度	54.3%人 (25年度)	↑ 目標値	56.0	57.0	58.0	59.0	60.0
		実績値	54.5	81.6	90.0		
		達成率	97.3%	143.2%	155.2%		

## 評価(成果と効果)

取組みによる成果	5年後にめざす姿に対する効果
①長崎駅周辺地区の再整備 ・事業の進捗率が約18.7%から約23.0%に向上した。	令和5年度の完成を目指し、関連事業と調整等を行い進捗が図られた。
②交流拠点施設整備の検討 ・(仮称)長崎市交流拠点施設整備・運営事業の契約を締結した。	令和3年11月の開業に向け、当初の計画どおりの進捗が図られた。
③外国人観光客の受入態勢整備 ・多くのクルーズ客船が入港し、観光案内や出航セレモニー等実施し、満足度向上が図られた。	来航するクルーズ客船の乗客・乗員の満足度向上により、長崎港の評価が高まり、クルーズ船入港数の確保につながった。
④世界遺産の受入態勢整備 ・世界遺産に関する満足度は前年度を上回り、「不満」にかかる割合も減少した。 「満足」の割合 (平成29年度:81.6%→平成30年度:83.0%) 「不満」の割合 (平成29年度: 4.4%→平成30年度: 2.0%)	世界遺産の来訪者の受入態勢の整備に寄与した。

## 評価(問題点とその要因)

5年後にめざす姿に対する問題点	問題点の要因
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、新幹線やJR長崎本線連続立体交差事業などが施行中であり、工事の輻輳による事業進捗への影響が懸念される。	地区内では、多くの大型工事が集中している。
②外国人観光客の受入態勢整備 ・増加する外国人観光客によるゴミの取扱い等マナーの問題が生じている。	日本におけるゴミ取扱いのマナーが、文化の違いによって外国人観光客に理解されていない。
③世界遺産の受入態勢整備 ・「潜伏キリシタン関連遺産」が世界遺産に登録されたことで、外海地区への観光客が増加したが、その約8割が自家用車(レンタカー含む)であることから、外海地区へのアクセス方法及び地区内の移動の円滑化を図り回遊を促すとともに、満足度の向上を図る必要がある。	長崎駅から外海への路線バスは本数が少なく、出津教会堂と大野教会堂への移動手段も乏しい。

## 今後の取組方針

①長崎駅周辺の再整備 ・長崎駅周辺土地区画整理事業については、計画的な事業進捗を図るため、同事業区域内の関連事業と十分な調整等を行う。
②交流拠点施設整備の検討 ・令和3年11月の開業を目指し、性能発注の中事業者との協議を行い、(仮称)長崎市交流拠点施設の設計及び建設を着実に進める。
③外国人観光客の受入態勢整備 ・来訪者へのおもてなしを充実させつつ、住民生活との調和を図るため、市民協働事業で作成した中国人向けのごみ捨てマナーの漫画やDVDを活用しながら、来訪者へゴミの取扱い等周知に努め、双方の満足度向上を図る。
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。

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	区分	平成29年度	平成30年度	
1	<p>(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】</p> <p>(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。</p> <p>(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】3,539,149千円</p>	実施年度	平成21～35年度		
		成果指標	事業進捗率(事業費ベース)		
		目標値	40.9 %	46.8 %	
		総事業進捗率	18.7 %	23.0 %	
		達成率	45.7 %	49.1 %	
		決算(見込)額	281,399,652 円	671,700,767 円	
		当該年度執行率	43.3 %	58.9 %	
		成果指標及び目標値の説明	<p>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。</p>		
		取組実績、成果・課題等	<p>(取組実績) 平成29年度は、交差点設計1件、駅前広場設計1件、建物調査2件、上下水道工事7件、土壤汚染除染工事1件などを実施した。</p> <p>(成果・課題等) 進捗率は遅れ気味であるが、同事業区域内の新幹線やJR長崎本線連続立体交差事業などの関連事業と調整を行いながら、一定の事業進捗を図った。 電線共同溝や西通り線の整備工事等において、関連事業との作業ヤード調整や関係機関との協議に日時を要したため、352,469千円を平成30年度へ繰り越した。 今後、関連事業の進捗により、駅舎の移転補償や在来線切換え後の道路整備等により、大幅な事業進捗も見込まれるが、関連事業との十分な調整を行っていく必要がある。</p>	<p>(取組実績) 平成30年度は、交差点設計3件、道路改良工事4件、電線共同溝工事4件、移転補償4件などを実施した。</p> <p>(成果・課題等) 事業の進捗は遅れ気味であるが、同事業区域内の新幹線やJR長崎本線連続立体交差事業等の関連事業と調整を行いながら、一定の事業進捗を図った。 設計業務や移転補償、道路工事などにおいて、関係機関や権利者との協議、並びに関連事業との作業ヤード等の調整に日時を要したため、469,446千円を令和元年度へ繰り越した。 今後、在来線の高架切替えなどが行われることで、駅東側の整備が実施できるようになり、大幅な事業進捗も見込まれるため、今後とも関連事業との十分な調整を行う必要がある。</p>	

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	区分	平成29年度	平成30年度
2	<p>(事業名) 交流拠点施設整備推進費 【交流拠点施設整備室】</p> <p>(事業目的) 交流人口を拡大し、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ため、交流拠点施設の整備検討を行う。</p> <p>(事業概要) 実施方針等の公表から契約条件の整理までの一連の業務実施にあたり、法務、財務、技術等について専門的見地からのアドバイザーの的確な助言のもとで検討・手続を進めていくとともに、交流拠点施設に係る補助金や整備計画の調整を図るため、関係機関等との協議等を行う。</p>	実施年度	平成28年度～平成30年度	
		成果指標	交流拠点施設に係る事業者公募選定等支援業務委託の事業進捗率	
		目標値	87.2 %	100.0 %
		実績値	87.2 %	100.0 %
		達成率	100.0 %	100.0 %
		決算(見込)額	13,317,056 円	4,866,453 円
		成果指標及び目標値の説明	<p>本事業は令和3年11月の施設供用開始に向けて設計を開始するまでの準備事業であり、実施方針等の公表から契約条件の整理までの一連の業務を実施することが交流拠点施設の整備に向けた重要な取組みとなることから、交流拠点施設に係る事業者公募選定等支援業務委託の事業進捗率を成果指標とした。</p> <p>平成29年度は、交流拠点施設に係る事業者公募選定等支援業務委託に係る事業費の割合を参考に、87.2%を目標値とした。</p>	<p>本事業は令和3年11月の施設供用開始に向けて設計を開始するまでの準備事業であり、実施方針等の公表から契約条件の整理までの一連の業務を実施することが交流拠点施設の整備に向けた重要な取組みとなることから、交流拠点施設に係る事業者公募選定等支援業務委託の事業進捗率を成果指標とした。</p> <p>平成30年度は、交流拠点施設に係る事業者公募選定等支援業務委託に係る事業費の割合を参考に、100%を目標値とした。</p>
取組実績、成果・課題等	<p>(取組実績) ・審査会準備等3回 ・アドバイス業務(適宜)</p> <p>(成果・課題等) ・当初の計画通りの進捗が図れている。</p>	<p>(取組実績) ・審査会準備等1回 ・アドバイス業務(適宜)</p> <p>(成果・課題等) ・専門的な助言の基に事業者との協議を進め、施設整備・運営事業の契約を締結した。</p>		
3	<p>(事業名) 長崎港クルーズ客船受入委員会負担金 【観光推進課】</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>	実施年度	継続	
		成果指標	クルーズ客船乗客・乗務員数(暦年)	
		目標値	467,000 人	495,000 人
		実績値	1,052,455 人	936,046 人
		達成率	225.4 %	189.1 %
		決算(見込)額	9,800,000 円	9,800,000 円
		成果指標及び目標値の説明	<p>来港する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。</p> <p>平成26年の基準値から平成29年の目標を467,000人と設定した。</p>	<p>来港する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。</p> <p>平成26年の基準値から平成30年の目標を495,000人と設定した。</p>
取組実績、成果・課題等	<p>(取組実績) ・外貨両替、観光案内等クルーズ客船入港時の乗客・乗務員への受入対応 ・入出港時の歓迎イベントの実施 ・誘致につながる視察等の受入</p> <p>(成果・課題等) 平成29年のクルーズ客船入港数は中国・台湾からのクルーズ客船が増加し、267隻、乗客・乗務員数は1,052,455人と過去最高を記録した(前年比146.6%増)。</p>	<p>(取組実績) ・外貨両替、観光案内等クルーズ客船入港時の乗客・乗務員への受入対応 ・入出港時の歓迎イベントの実施 ・誘致につながる視察等の受入</p> <p>(成果・課題等) 平成30年のクルーズ客船入港数は220隻、乗客・乗務員数は936,046人と前年より減少したものの、欧米系の乗客を乗せたクルーズ客船は増加した。</p>		

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	区分	平成29年度	平成30年度
4	(事業名) 世界遺産観光客受入費 【観光政策課】  (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。  (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。	実施年度	継続	
		成果指標	観光満足度(世界遺産)	
		目標値	48.0 %	49.0 %
		実績値	81.6 %	83.0 %
		達成率	170.0 %	169.4 %
		決算(見込)額	47,634,545 円	74,516,077 円
		成果指標及び目標値の説明	受入態勢の整備により満足度の向上が図られると考えられるため、観光客の世界遺産(候補)に関する満足度(「大変満足」、「満足」と回答した観光客の割合)を成果指標とした。 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、平成29年度は48.0%とする。	受入態勢の整備により満足度の向上が図られると考えられるため、観光客の世界遺産に関する満足度(「大変満足」、「満足」と回答した観光客の割合)を成果指標とした。 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、平成30年度は49.0%とする。
		取組実績、成果・課題等	(取組実績) ・受入施設(世界遺産案内所)の整備、交通誘導員の配置、トイレの管理 ・シャトルバス運行補助、構成資産ガイド配置 ・ガイドブック、パンフレットの制作等のプロモーション  (成果・課題等) 「満足」の割合 81.6% 「不満」の割合 4.4% 目標は達成したが、「不満」にかかる割合が0.3%上昇しており、「潜伏キリシタン関連遺産」の世界遺産登録を見据えて外海地区への移動及び外海地区内の移動円滑化を図り周遊を促すとともに、満足度の向上を図る必要がある。	(取組実績) ・受入施設(世界遺産案内所)の整備、交通誘導員の配置、トイレの管理 ・シャトルバス運行補助、構成資産ガイド配置 ・ガイドブック、パンフレットの制作等のプロモーション  (成果・課題等) 「満足」の割合 83% 「不満」の割合 2% 目標は達成し、「不満」にかかる割合も2.2%減少していることから、一定満足度の向上を図ることができた。 「潜伏キリシタン関連遺産」が世界遺産登録されたことから、観光客も大幅に増加したことから、外海地区の交通誘導等を実施し、更なる満足度の向上を図る必要がある。

## 令和元年度 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 象 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	岩永 浩			

### 平成30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を基に、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-サボ”」運営委託  
 ・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-サボ”」について、引き続き長崎大学にその実施運営を委託した。
- ③ 遊学のまち長崎の取組み  
 ・「長崎で学ぶこと・働くこと・暮らすこと」をテーマに、長崎で学んだ先輩と市長が自らの経験やこれからのまちの展望などについて語り合う「遊学のまち長崎シンポジウム」を開催した。  
 ・学びの場としての魅力向上に資する取組みの検討を進めるため、学生に対するアンケート調査を実施した。

### 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
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以上	95.0以上	95.0以上	95.0以上	95.0以上
		実績値	88.4	90.6	93.8		
		達成率	93.1%	95.4	98.7%		
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	2,031	2,231	2,431	2,631
		実績値	4,446	5,189.0	5,233.0		
		達成率	242.8%	255.5%	234.6%		

※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。平成30年度の取組成果は平成31年度の入学者数に影響するとの考えから、平成30年度の実績値は令和元年(平成31年)5月1日現在の調査データを記載する。(以降、毎年度同様の取扱い。)また、100%以上の大学は100%とする。

## 評価(成果と効果)

取組みによる成果	5年後にめざす姿に対する効果
<p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・長崎大学核兵器廃絶研究センター(RECNA)の核廃絶地球市民長崎集会実行委員会への参画やインターンシップ実習生の受け入れなど、各所属と大学との連携事業が定着してきている。(平成28年度:54件→平成29年度:60件→平成30年度:53件)</li> </ul>	<p>大学との連携事業が定着してきたことにより、大学との連携強化が着実に図られている。</p>
<p>②「游学のまちdeやってみゅーで“U-サポ”」運営委託</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・様々な広報活動等により、学生・応援団ともに登録者数が増加し、延べ参加学生数も増加した。</li> <li>学生登録者数 平成29年度:2,799人→平成30年度:3,193人 (前年度比 14.1%増)</li> <li>応援団登録数 平成29年度:269団体→平成30年度:294団体 (前年度比 9.3%増)</li> <li>延べ参加学生数 平成29年度:5,189人→平成30年度:5,233人 (前年度比 0.1%増)</li> </ul>	<p>学生の成長及び地域の活性化に資することができた。また、ボランティアを通し、他大学の学生をはじめ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。</p>
<p>③游学のまち長崎の取組み</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「游学のまち長崎シンポジウム」を開催し、約160名が参加した。</li> <li>・アンケート調査により、長崎での学生生活を楽しむために学生が主体となって活動したい取組みなどを把握した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「游学のまち長崎シンポジウム」に参加した学生やホームページ等でその内容に触れた学生にとって、将来長崎で働き暮らしていくために、学生時代に何を学んでおくべきかを考える機会となったことにより、学生の学びの質が高まった。</li> <li>・今回把握した学生の意見は、今後の取組みの検討に活かされる。</li> </ul>

## 評価(問題点とその要因)

5年後にめざす姿に対する問題点	問題点の要因
<p>②「游学のまちdeやってみゅーで“U-サポ”」運営委託</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・中心となる長崎大学以外の学生の参加者数も一部増加しているものの、参加者がなかなか増加しない大学もある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・長崎大学以外の大学においては、ボランティア支援の専任スタッフがおらず、積極的な関わりが難しいということ等が要因である。</li> </ul>

## 今後の取組方針

<p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・長崎市と協働で研究や事業に取り組むことが学びの機会にもつながることから、庁内で取組事例を情報共有し、大学とのさらなる連携を図る。</li> </ul> <p>②「游学のまちdeやってみゅーで“U-サポ”」運営委託</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ボランティア活動への学生の自主的参加を促すよう、ボランティア活動を広めたい学生同士をマッチングするなど学生が主体となった情報発信を支援し、参加者数の増加を図る。</li> </ul> <p>③游学のまち長崎の取組み</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・学生に選ばれるまちになるための取組みとして、学生自らが作成する動画を活用し、長崎の大学・まちで学び、過ごす楽しさを発信する。</li> </ul>
--



No.	事業名・担当課・事業目的・概要	区分	平成29年度	平成30年度	
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「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>	実施年度	継続		
		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 %以上	95.0 %以上	
		実績値	90.6 %以上	93.8 %以上	
		達成率	95.4 %	98.7 %	
		決算(見込)額	2,000,000 円	2,178,240 円	
		成果指標及び目標値の説明	長崎のまちの学びの場としての魅力が高まることで大学の魅力が向上し、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。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"> <li>引き続きボランティア支援システム「Uーサポ」を実施した。(延参加学生数 平成29年度:5,189人)</li> <li>市長と長崎地域7大学の学長で構成する『「游学のまち長崎」推進協議会』において、長崎のまちの学びの場としての魅力向上等に向けた取組みの方向性について協議した。</li> <li>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60件実施した。</li> </ul> <p>(成果・課題等)</p> <p>各取組みにより、大学の魅力発信や学びの場としての魅力向上等に努めているものの、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る。</p> <p>今後、学生が主体的に企画した手法で、長崎で学生生活を過ごすことの楽しさを発信できる新たな取組みを進めていくとともに、学びの場としての魅力発信に引き続き取り組んでいく必要がある。</p>	<p>(取組実績)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>引き続きボランティア支援システム「Uーサポ」を実施した。(延参加学生数 平成30年度:5,233人)</li> <li>市長と長崎地域7大学の学長で構成する『「游学のまち長崎」推進協議会』において、「長崎で学ぶこと・働くこと・暮らすこと」をテーマに、学生時代に何を学んでおくべきかを考えるシンポジウムを開催したほか、学生に対するアンケート調査を実施した。</li> <li>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53件実施した。</li> </ul> <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などにより、令和元年度には微増に転じた。</p> <p>今後、学生に選ばれるまちになるための取組みとして、学生自らが作成する動画を活用し、長崎の大学・まちで学び、過ごす楽しさを発信するなど、学びの場としての魅力向上に引き続き取り組んでいく必要がある。</p>	



## 基本施策の振返りシート

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
------	-----------------------------------

主管課：観光政策課

後期基本計画における5年後にめざす姿	
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。

個別施策	後期基本計画策定時の課題		後期基本計画期間の取組み
A3-1	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	⇒	<ul style="list-style-type: none"> <li>○「長崎ランタンフェスティバル」や「長崎帆船まつり」の実施</li> <li>○「長崎〇〇LOVERSプロジェクト」によるシビックプライドの醸成と域外への魅力発信</li> <li>○「人」の交流による経済活性化を目的とする事業への補助</li> </ul>
A3-1	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	⇒	<ul style="list-style-type: none"> <li>○「環長崎港夜間景観向上基本計画」に基づき、夜間景観整備を実施</li> <li>○長崎さるくにおける専門性の高いガイドの育成</li> </ul>
A3-2	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	⇒	<ul style="list-style-type: none"> <li>○長崎市版DMOによる観光動向データ収集・分析による戦略的な誘致</li> </ul>
A3-2	誘致・受入れ等のMICE機能の充実	⇒	<ul style="list-style-type: none"> <li>○他市と連携した長崎市の夜景PR</li> <li>○外国人観光客誘致を目的とした現地でのプロモーション</li> <li>○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</li> </ul>
A3-3	長崎駅周辺地区の再整備等による都市機能の向上	⇒	<ul style="list-style-type: none"> <li>○長崎駅周辺における関連事業と連携した工事の実施</li> <li>○交流拠点施設の整備に係る事業契約の締結</li> </ul>
A3-3	案内板等の多言語化、観光施設等のバリアフリー化	⇒	<ul style="list-style-type: none"> <li>○多言語標記の拡充</li> <li>○無線LAN環境の向上</li> </ul>
A3-4	<ul style="list-style-type: none"> <li>●貴重な学びの場となるような環境づくり</li> <li>●長崎で学ぶことの魅力のPR</li> </ul>	⇒	<ul style="list-style-type: none"> <li>○各大学との連携強化</li> <li>○「游学のまちdeやってみゅーで“Uーサポ”」の運営委託</li> <li>○「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</li> </ul>



成果と効果	
取組みによる成果	5年後にめざす姿に対する効果
「長崎ランタンフェスティバル」や「長崎帆船まつり」において新たな取組みを行うなど長崎らしい魅力あるイベントを展開した結果、観光客数が増加し、平成29年は過去最高の707万人となった。	既存イベントの中でも新たな取組みにより集客を図ることができたことで、長崎の観光資源の更なる可能性を見出すことができた。
「長崎〇〇LOVERSプロジェクト」の企画浸透を図る様々な取組みにより、教育現場での活用やSNS (Instagram) を活用した魅力発信が行われた。	市民が主体となった長崎の新しい魅力の掘り起こしや域外への魅力発信が図られたとともに、教育現場で活用されるなど、市民のシビックプライドの醸成が図られた。
長崎市版DMOにおいて、マーケティング委員会等により、インバウンド動向等の分析結果や課題等について共有することができた。	インバウンド動向等の分析結果や課題について、観光関連事業者と共有し、観光客増加のための取組みに活用することができる。
「夜景観賞」を目的とする観光客の割合が13.3%に増加した。	長崎市の夜景を国内外へアピールしたことで、平成28年度以降、稲佐山展望台利用者が50万人を超えた。
コンベンション開催件数が、平成27年の1,480件から平成30年は1,586件に増加した。	官民連携したオール長崎によるMICEの誘致活動が促進され、民間事業者において受注増につながるスキルアップが図られた。
(仮称)長崎市交流拠点施設整備・運営事業の契約を締結した。	令和3年の開業に向け、当初の計画どおり進捗が図られている。
多くのクルーズ船の入港や、外国人向けの観光案内が図られた。	来航するクルーズ客船の乗客・乗員の満足度向上により、長崎港の評価が高まり、クルーズ船入港数の確保につながった。
長崎市と大学との連携事業件数が、平成27年度から9件増加し、平成30年度は53件となった。	大学との連携事業が定着してきたことにより、大学との連携強化が着実に図られている。
「游学のまちdeやってみゅーで“U-サポ”」について、様々な広報活動等により、学生・応援団ともに登録者数が増加し、延べ参加学生数も増加した。 ・学生登録者数 平成27年度：2,564人→平成30年度：3,193人 ・応援団登録数 平成27年度：226団体→平成30年度：294団体 ・延べ参加学生数 平成27年度：2,719人→平成30年度：5,233人	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。また、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。

問題点とその要因	
5年後にめざす姿に対する問題点	問題点の要因
長崎ランタンフェスティバルの平日参加者の伸び悩み	平日に開催するイベントの集客力不足
「交流の産業化」の認定件数が目標値に及ばなかった	制度内容の周知不足
外国人観光客の伸び悩み	外国人観光客の国別各市場のニーズに合致した宿泊に繋がる観光コンテンツの造成が不十分
長崎市版DMOにおける多様な関係者との連携体制の構築ができていない。	長崎市版DMOの事業への理解促進や、多様な関係者の当事者意識の造成が図られていない。
長崎駅周辺土地区画整理事業の進捗への影響	地区内に多くの大型工事が集中
外国人観光客のゴミ取扱い等のマナー	日本におけるゴミ取扱いのマナーが、文化の違いによって外国人観光客に理解されていない。
「游学のまちdeやってみゅーで”U-サポ”」において、の長崎大学以外の大学の参加学生数が伸び悩んでいる。	長崎大学以外の大学では、ボランティア支援専任スタッフがいないため、大学職員の積極的な関わりが難しいこと等が要因である。

### 市民の評価

満足度・期待度	評価	満足度	0.31	25位 / 43項目中
	再検討	期待度	1.11	32位 / 43項目中

## 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

### 【前期計画】

指標名	基準値 (時期)	区分	H23	H24	H25	H26	H27
国際クルーズ客船乗客・乗務員数【暦年】	60,381人 (21年)	↑ 目標値	66,920	70,190	73,460	76,730	80,000
		実績値	37,147	120,241	76,959	197,223	432,958
		達成率	55.5%	171.3%	104.8%	257.0%	541.2%
コンベンション参加者数【暦年】	36.9万人 (21年)	↑ 目標値	36.0	37.0	38.0	39.0	40.0
		実績値	33.7	39.2	36.6	51.7	33.5
		達成率	93.6%	105.9%	96.3%	132.6%	83.8%

### 【後期計画】

指標名	基準値 (時期)	区分	H28	H29	H30	H31	H32
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
		実績値	672.4	707.8	705.5		
		達成率	100.4%	104.9%	102.2%		
観光消費額【暦年】	1,243億円 (26年)	↑ 目標値	1,360	1,400	1,480	1,530	1,600
		実績値	1,314	1,458	1,496		
		達成率	96.6%	104.1%	101.1%		

### 【後期計画の成果指標の検証】

成果指標	成果指標の検証
観光客数【暦年】	長崎独自の資源の活用、国内外からの観光客・MICE誘致の推進及び交流のための都市機能の向上が、本指標の増加に繋がることから、成果指数として適しているが、目標値については、数値に含まれる特殊要素や実績を踏まえ、検討する必要がある。
観光消費額【暦年】	本指標は観光がもたらす経済効果を示しており、この指標の増加が長崎観光の魅力向上・メニュー拡充に繋がるため、成果指数として適している。

※成果指標の適否の判断基準を参考に成果指標の検証を記載

#### 成果指標の適否の判断基準

- (1) 施策全体の成果を表したものであったか。
- (2) 市が施策を進めることで成果につながる指標であったか。
- (3) 時代の変化に伴い、さらに適した他の指標がなかったか。
- (4) 目標値の設定が適切であったか。

長崎市総合計画審議会からの意見等に係る対応状況表(平成29年度開催分)【各基本施策】

施策名	基本施策 主管課	指摘・意見・提案等	回答課	処理状況				令和元年度における対応(予定) ※R元当初予算対応含む	番号	
				完結	処理中	その他	具体的内容			
				対応済	対応不可	対応中	対応予定	検討中		
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	観光政策課	<p>○ 個別施策A3-2の成果指標「国内観光客延べ宿泊客数[暦年]」は大幅に減少しているが、宿泊者数の増加により観光消費額を増やすことが基本施策の目的であることから、熊本地震の影響があつたとはいえ、深刻に受け止めるべきである。また、観光目的でない宿泊者数など、基準年度の特長要素も含めた実績値を基に目標値を設定していることから、目標値の妥当性について検討すべきである。</p>	観光政策課					●	<p>宿泊者数の減については深刻に受け止め、観光消費額の増につながらるよう観光客数及び観光消費単価の増を図っていく。</p> <p>なお、観光消費額については、平成29年は1,458億4,615万円、平成30年は1,496億8,945万円となっており、両年ともに過去最高額を更新している。</p> <p>また、目標値については、数値に含まれる特殊要素や実績を踏まえ、検証を行う。</p>	1
				成果指標等	<p>○ 修学旅行については、児童数の減少に加え、体験型宿泊への移行による影響が生じていると感じており、今回の宿泊者数の減少は、熊本地震の影響だけでは済まない可能性もあることから、熊本地震については、なぜ観光客が減少したのか分析し、対応を検討する必要がある。</p>					
		<p>○ 長崎帆船まつりについては、イベントのマンネリ化を懸念しており、様々な視点で実施内容を検討してほしい。</p>	観光推進課					●	<p>平成30年については、平成29年から開催しているマーチングパレードに、新たな試みとして、東京デザインリゾート35周年スぺシャルパレードを実施した。また、平成31年については、出店数を増やし、会場にくつろぎのスペースの設置を行うなど新たな試みを行った。</p> <p>今後も観光誘致と経済効果の増大のため、新たな魅力の創造は喫緊の課題であるが、県からの補助金削減や、帆船招聘に係る経費の増、警備費の増など運営費の増加が懸念される。</p> <p>この状況を踏まえ、帆船まつりのあり方や、他のイベントとのコラボレーションも踏まえ検討を行う。</p>	3

長崎市総合計画審議会からの意見等に係る対応状況表(平成29年度開催分)【各基本施策】

施策名	基本施策 主管課	指摘・意見・提案等	回答課	処理状況						令和元年度における対応(予定) ※R元当初予算対応含む	番号	
				完結		処理中		その他				
				対応済	対応不可	対応中	対応予定	検討中	その他			
		行事・イベント	観光推進課								4	
		○「長崎くんち」についても、伝統芸能の保存・継承を含め、施策評価シートに記載すべきではないか。	観光推進課			●					「長崎くんち」は市の観光事業振興の一翼を担う伝統ある年中行事であり、交流の促進のための重要なコンテンツである。 したがって、平成30年度以降「長崎くんち」における交流の促進と賑わいの創出について、施策評価シートに記載するよう検討する。	
		○ 観光客の増加に伴い、観光バスも増加していることから、渋滞防止のため、バス会社等を通じ、市内の交通事情に関する情報提供に努めてほしい。	観光推進課			●					5	
		受入態勢	観光推進課								6	
		○ 観光客等の受入態勢の整備にあたっては、各施設等のハード整備と併せ、各施設やエリアを結ぶ動線についてもほしい、観光客がスムーズに移動できるよう取り組んでほしい。	観光推進課			●					現在、国内外の観光客が、各施設間をスムーズに移動できるよう、観光客向けのマップの記載内容を随時見直すとともに、情報の一元化と効率的な情報発信を図るため、長崎市公式観光サイト「あっ！とながさき」を中心とした関係サイトの統合及び言語数の拡大に取り組んだ。 平成30年度以降も、ICTを活用した国内外の観光客が一人でもスムーズに周遊できるように効果的・効率的な情報発信の強化に努める。	
		○ 外国人観光客の受入態勢整備について、ストレスフリーの環境整備として実施している「EAT長崎」の取組みは、その拡大により外国人観光客の満足度向上につながると考えられることから、登録店舗数の増加に取り組んでほしい。	観光推進課			●					今後増加が見込まれる東南アジアや欧州からの外国人観光客にも対応できるよう、平成29年6月から対応言語数を4言語から12言語に拡充し、登録店舗の利便性向上を図り、令和元年6月現在約200店舗が利用している。 さらに利用促進を図るため、現在、長崎商工会議所及び地元金融機関等の関係団体と連携し、市内飲食店(事業主)等への周知を強化し利用促進に向けた取り組みを行っている。	7



長崎市総合計画審議会からの意見等に係る対応状況表(平成29年度開催分)【各基本施策】

施策名	基本施策 主管課	指摘・意見・提案等	回答課	処理状況					令和元年度における対応(予定) ※R元当初予算対応含む	番号
				完結	処理中	その他	対応済	対応不可		
		<p>指摘・意見・提案等</p> <p>○ 世界遺産に関するインフォメーションセンターは、観光客が多く訪れる市中心部や世界遺産にゆかりの場所における整備を検討する時期にきているのではないかと。</p>	<p>世界遺産 推進室 観光政策 課</p>	●					<p>具体的内容</p> <p>現在、明治日本の産業革命遺産に関するインフォメーションセンターは、年間約100万人の観光客が来園し、世界遺産の構成資産である旧グラバー住宅があるグラバー園内の旧三菱第2ドックハウスに設置している。 来園者数や構成資産との関連性から現段階では現在の場所が最適であると考えており、移設等については予定していない。 今後は、料金所及び動く歩道等の既存の施設を活かした導線計画を定めることとしており、旧三菱第2ドックハウスへの観光客誘導を図っていく。</p>	8
		<p>受入態勢</p> <p>M I C E</p> <p>○ MICE誘致に関連して、現在のブリックホールは、館内及び周辺での飲食の環境が整っていないなど、受入態勢が十分でないことを危惧している。MICE施設の整備にあたっては、施設でいかに快適におもてなしを行うかの視点で取り組むべきである。</p>	<p>交流拠点 施設整備 室</p>	●					<p>具体的内容</p> <p>交流拠点施設の整備・運営を行う事業者の公募にあつては、MICEの誘致受入に寄与できる適切な施設規模、機能構成とすることや、施設周辺エリアの空間と調和した快適かつ魅力的な空間構成とすることを要求している。 事業者提案及び協議により、館内は飲食可能な計画としていている。また、施設周辺は、長崎駅ビル内の店舗や隣接する新ホテル内レストラン等があり、飲食環境は整っている状況である。 なお、新ホテル厨房に近接する形で配膳室を配置することで、ケータリングサービスが対応可能となっている。</p>	9
		<p>○ 長崎には文化財や史跡等の素材が多くあり、MICE誘致に活用できると考える。MICE誘致で最も経済効果があるのは医学関係と聞いており、長崎には長崎大学もことから、日本で最初の西洋医学の教育施設である長崎(小島)養生所跡をはじめ、唐人屋敷跡・新地・出島のエリアを一体的に活用することが重要だと考えている。</p>	<p>MICE推進 室</p>					●	<p>具体的内容</p> <p>医学関係のMICE誘致については、長崎の強みを活かすことができ、経済波及効果も大きいことから、長崎大学や長崎国際観光コンベンション協会と連携して誘致を行っていく。 また、長崎には、歴史・文化的建築物や史跡などが多くある中で、それらを活用したユニークなペニューやアフターコンベンションとしてのニーズ等の受入環境整備について、長崎国際観光コンベンション協会や関係機関と検討を行う。</p>	10

長崎市総合計画審議会からの意見等に係る対応状況表(平成29年度開催分)【各基本施策】

施策名	基本施策 主管課	指摘・意見・提案等	回答課	処理状況				令和元年度における対応(予定) ※PR当初予算対応含む	番号
				完結	処理中	その他	具体的内容		
				対応済	対応不可	対応中	対応予定	検討中	
		指摘・意見・提案等	都市経営 室 学校教育 課	●					11
		学び	○ 個別施策A3-4の取組みは、主に大学生を対象としているが、長崎観光の良さをPRする視点を踏まえ、小中学生が長崎の良さを学ぶ取組みも別途必要ではないか。						地元の小中学生が長崎の良さを知って地元を好きになり、最終的に地元に着用するという流れは大事なことである。 小中学生が長崎の良さを学ぶ取組みとしては、「長崎の宝」発見・発信学習推進事業において、長崎の歴史や文化、史跡等について学習する機会を提供(平成30年度:児童生徒約2,252名参加)することや、原爆被爆都市としての平和教育を重視し、他者の意見を尊重しながら自分の言葉で平和を語り、行動できる児童生徒を育成するため、対話を含んだ被爆体験講話や対話型授業等の指導を実施している。
		文化財 財 用 の 活	MICE推進 室 文化財課			●			12
		禁煙対策	廃棄物対 策課					●	現在、ユニークベニニューの取組みについては、長崎国際観光コンベンション協会が窓口となり、出島やグラバー園等で懇親会などを開催している。今後、歴史的建造物や文化財等を活用したユニークベニニューを拡充するとともに、メニュー化し、活用を図っていく。
			廃棄物対 策課						13
			廃棄物対 策課					●	現在、人通りの多い商店街や観光地等の14地区を「ポイ捨て・喫煙禁止地区」に指定して、喫煙禁止としており、周知看板や路面シートを設置し、巡回指導員によるパトロールを行っている。また、たばこの吸殻も含めてポイ捨ては市内全域で禁止している。指定地区拡大については、喫煙場所及び巡回指導体制が確保できない場合は困難と考えている。
			廃棄物対 策課					●	市内全域を禁煙とすることについては、喫煙場所及び巡回指導体制が確保できない場合は困難と考えている。 また、企業からの協力については、これまで市が公園等に喫煙場所を設置する場合は、JT(日本たばこ産業株式会社)から灰皿寄贈等を受けている。 今後も企業等の協力を得ながら取り組んでいく。
		その他	観光政策 課 都市経営 室				●		15
			観光政策 課 都市経営 室						現在、関係課の出席については基本施策主管課の判断にゆだねられているが、対象となる施策の評価を行ううえで出席が必要と考えられる所屬については、基本施策主管課と事務局で調整したい。

長崎市総合計画審議会からの意見等に係る対応状況表(平成30年度開催分)【各基本施策】

施策名	基本施策 主管課	指摘・意見・提案	回答課	処理状況				令和元年度における対応(予定) ※R元当初予算対応含む	番号	
				完結	処理中	その他	具体的内容			
				対応済	対応不可	対応中	対応予定	検討中		
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	観光政策課	成果 指標	○ 宿泊者数の増加により観光消費額を増やすことが基本施策の目的であり、個別施策A3-1の成果指標「宿泊客数」は、この施策の評価をする際の重要な指標であることから、来年度以降は本指標についても分析や対策などについて説明してほしい。	観光政策課		●			1	
		評価	○ 宿泊客数については、三菱の客船建造という特殊要素を除き、実際に観光目的で宿泊した数について把握し、再度分析を行い、今後の宿泊客対策について来年度説明してほしい。	観光政策課		●			2	
	連携		○ 観光分野は食や交通と密接な関連があることから、関係部局と連携して今後の取組みについて検討していく必要がある。	観光政策課		●				3
			○ 今回登録された「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」の構成資産である大浦天主堂と外海の2つの集落については、活かし方が異なり、外海については観光客の増加だけを考えるのではなく、雰囲気や外海の地域センター、地域の方と連携し、観光行政は縁の下の力持ちに徹してほしい。	観光政策課 世界遺産推 進室		●				4
	まち づくり	○ 駅前の大規模なプロジェクトが進んでいるが、高架下などは商業用地として重要な土地であることから、JRとしっかり連携してまちづくりを行ってほしい。	長崎駅周辺 整備室		●				5	

長崎市総合計画審議会からの意見等に係る対応状況表(平成30年度開催分)【各基本施策】

施策名	基本施策 主管課	指摘・意見・提案	回答課	処理状況				令和元年度における対応(予定) ※F元当初予算対応含む	番号
				完結	処理中				
					対応済	対応不可	対応中		
		<p>○ 観光統計総括表によると、観光客は増加しており、市の目標においてもさらに増加させようとしているが、観光客の増加に伴い交通渋滞も多く発生すると予想される。5年先、10年先の交通渋滞の予測をたてて、道路の幅広いどまちづくりの計画を行う必要がある。</p>	土木企画課	●				市民の日常生活での移動はもろろんのこと、観光客の来訪において自動車の利用が多い長崎市においては、特に道路ネットワークの整備が必要不可欠であることから、県市が役割分担の中で道路交通センサスによる将来交通量などのデータを活用しながら計画的な道づくりを取り組んでいくことである。具体的には、九州横断自動車道長崎大分線の多良見ICから長崎IC及び、国道34号新日見トンネルの4車線化工事や、長崎外環状線の新戸町ICから江川町までの区間の道路整備などに取り組んでおり、地域間の連携強化や交流促進に供することとしている。	6
		<p>○ 外国人旅行者のレンタカーによる交通事故が増加していることから、市においても情報把握に努め、対策を考える必要がある。</p>	観光推進課			●		長崎県警察に確認を行ったところ、長崎県内で発生した外国人のレンタカーによる交通事故の件数は、平成29年に1件、平成30年に4件、平成31年1月～令和元年5月まで1件という状況であった。 今後、外国人観光客が増加し、レンタカー使用による事故の増加も考えられるため、長崎県警と情報交換を行い、必要な場合は連携して対策に取り組んでいく。	7
		<p>○ 東京オリンピック等を見据え、外国人観光客の受入態勢の整備は急務であり、交通手段の確保、キャッチレス化などに至急取り組む必要がある。そのためにもDMOが一日も早く具体的に活動できる体制を整える必要がある。</p>	DMO推進室 観光推進課			●		DMOの組織体制強化として、コンベンション協会内にDMO組織のトップであり、最高マーケティング責任者であるOMOが平成31年4月から就任されるとともに、その下に新たな職員が採用が進められているところである。 なお、受入態勢整備については、DMOにおいて出島やグラーブの売店にアプリ決済などのキャッシュレス化を導入するとともに、事業者と連携して長崎出島ワーフの全11店舗でキャッシュレス決済普及に向けた実証実験を行っている。 また、市においても、Nagasaki City Wi-Fiの整備や民間事業者が実施するストレスフリーな環境整備に対して補助を行うなど、外国人観光客の滞在満足度の向上を図っている。	8
		<p>○ クルーズ船の観光客については、宿泊につながらないため、宿泊客数の議論をする際にはクルーズ船の観光客数は別枠として議論するべきではないか。</p>	観光推進課				●	クルーズ客船の観光客については、現段階で宿泊を伴うことはないことから、宿泊客数には反映されていないため、宿泊客数の議論には影響はない。ご指摘のとおり別枠として調査・分析を行っている。	9

長崎市総合計画審議会からの意見等に係る対応状況表(平成30年度開催分)【各基本施策】

施策名	基本施策 主管課	指摘・意見・提案	回答課	処理状況				令和元年度における対応(予定) ※F元当初予算対応含む	番号
				完結	対 応 不 可	対 応 中	対 応 予 定		
		さるく	観光推進課				●	長崎さるくについては、さるく博から10年以上が経過し、参加者の目的やニーズが多様化し、柔軟な対応が求められている。 コース内容や情報発信の手法も含め、主催者であるコンベーション協会を中心に、長崎さるくの今後について検討していきたい。	10
		長崎LOVERS	長崎創生推進室	●				長崎OLOVERSの取組みについては、参加する市民を増やすことで、長崎に対する興味・関心を持った市民が、自分自身がまちを構成している一員として、長崎のまちづくりに様々な形で関わっていくような動きにつながることを効果・成果として捉えている。 成果指標に関しては、長崎の魅力を発信することをまちづくり活動の一環として捉え、魅力発信件数を定量的に示すことができるインスタグラムの投稿件数を設定している。	11
			長崎創生推進室				●	平成29年度から平成30年度においては長崎OLOVERSの企画コンセプトを創出し、主に行政が中心となって市民への参加を呼びかけ、長崎市内への企画浸透を図ったところである。 本事業については、市民や民間事業者等が、その仕組みを活用し、長崎OLOVERSの各種コンテンツを通じて直接参加し長崎の魅力を伝えることで、自走できる仕組みを構築しているため、令和元年度においても市民や民間事業者等が自発的な取組みをすすめることができるよう、取組み事例を示す等により啓発を行っていく。	12

