

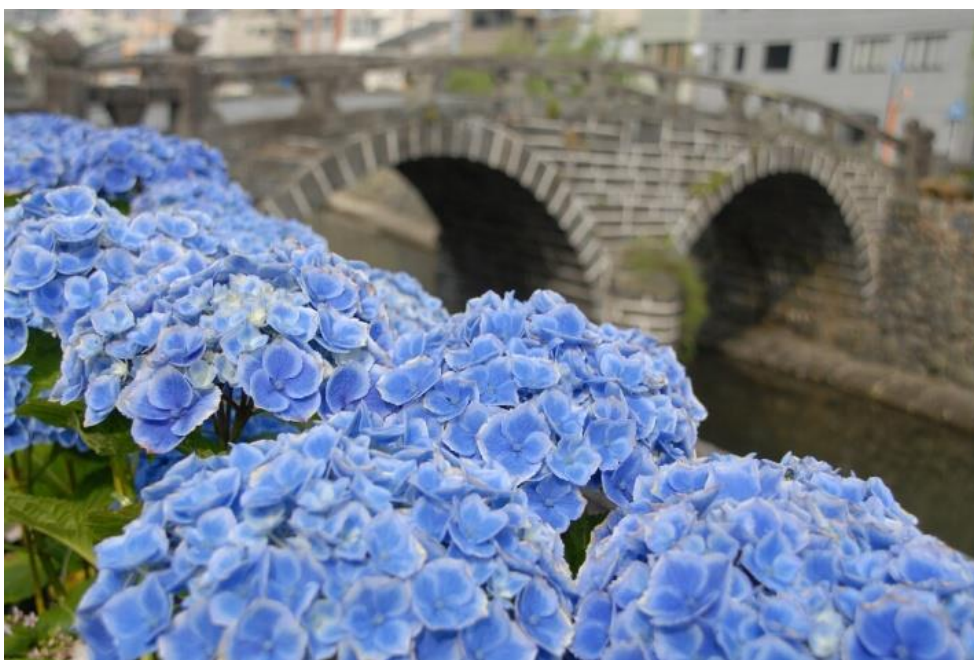
長崎市観光振興計画2020

長 崎 市

はじめに

いま、日本の人口構造は成熟期を迎え、人口は減少に転じています。産業構造も変化し、観光業を含む第3次産業の構成比が高くなるとともに、国民一人当たりの収入は減少しています。このような縮小傾向にある地域経済を活性化する手段として、観光振興に対する期待が非常に高まってきています。観光業は、宿泊、輸送、飲食、土産品販売など裾野が広い産業であることから、経済効果は極めて大きく、長崎市の平成24年の観光消費額は1,154億円で、本市の総生産額（名目GDP）約1.5兆円の約7.7%に当たり、その比率は年々増加しています。

このような中、我が国への訪日外国人客数は過去最高記録を更新し、平成27年は1,973万7千人となりました。観光立国を掲げる政府の取組みが実を結び、歴史、伝統、食、芸術、ものづくりなど、多様な面で日本の文化について世界の関心を集めつつあります。長崎市の観光客数も平成26年は過去最高の631万人となり、NHK大河ドラマ「龍馬伝」が放送された平成22年の611万人、「長崎旅博覧会」が開催された平成2年の628万人を超えました。



そして、平成 32 年（2020 年）にはオリンピック・パラリンピックが東京で開催されるため、これから我が国は一層の注目を浴びることになります。この大きなチャンスをしっかりと捉えて、長崎市の地域経済の活性化につなげていくためには、平成 32 年までの 5 年間のうちに何をするのかが極めて重要です。スピード感を持って「他を圧倒する魅力づくり」・「強みを活かした誘客プロモーション」・「地域をあげたおもてなし」という、ひきつける・よびこむ・もてなすという観光振興の 3 要素に「観光消費拡大の仕掛けづくり」・「広域連携の強化」のしかける・ととのえるという 2 要素を加えて総合的に展開し、さらなる誘客促進と高付加価値創出の好循環を実現しなければなりません。そしてこれは、長崎市がめざす将来の都市像「個性輝く世界都市 希望あふれる人間都市」を実現していくうえで、「世界遺産があるまち」「歩いて楽しいまち」など他都市にない魅力を広く国内外に発信し、長崎市が「観光立国・日本」を力強く牽引する絶好の機会でもあります。

そのため、本計画は、長崎市第四次総合計画「後期基本計画」の最終年度である平成 32 年度までを計画期間に、「観光戦略」「アジア・国際観光戦略」の具体的な行動計画として、また、「長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略」の観光分野の戦略として策定したものです。

観光政策は、あらゆる分野を横断する総合政策です。また、訪れる人々の心を惹きつけ、快適に過ごしていただけるまちは、市民にとって「住んでいてよかった」という誇りを実感していただけるまちでもあります。市役所の部局間で十分連携し、同時に多くの市民、関係者の皆さんと力を合わせて、訪れる人にも住む人にも高い満足感を提供する、魅力あふれるまちの実現に全力を尽くしてまいります。

平成 28 年 3 月

長崎市長 田上 富久



目次

はじめに	1
------	---

第1章 観光振興の意義と観光の将来像

1 観光振興の意義	7
2 計画の概要	8

第2章 観光を取り巻く情勢と課題

1 観光の現状	
(1) 世界の観光の動向	11
(2) 国内旅行の動向	12
(3) 訪日旅行の動向	13
(4) 国の施策	14
(5) 長崎県の施策	15
2 長崎市の観光の現状	
(1) 観光客数の推移	17
(2) 観光客の来訪手段	19
(3) 宿泊客と日帰り客	19
(4) 市内の宿泊施設	21
(5) 修学旅行客	21
(6) 外国人観光客	23
(7) 観光消費額	24
(8) 観光客の特徴	25
3 これまでの観光振興の主要な取組みと成果	
(1) 観光振興に関する計画	29
(2) 長崎市観光戦略アクションプラン・観光地づくり実施計画における 主な取組み	30
(3) 長崎市アジア・国際観光アクションプランにおける主な取組み	36
(4) アクションプランの結果と検証等	39

4 今後の観光動向の見込みと長崎市の観光の課題

(1) 今後の観光動向の見込み	41
(2) 長崎市の観光の課題	42

第3章 観光振興計画 2020

1 計画目標	46
2 施策体系	49
3 基本施策・個別施策	51

基本施策1 長崎独自の歴史・文化等の資源磨き	52
------------------------	----

個別施策(1) 歴史・文化等の資源磨き

- ア 世界遺産（候補）の保存・活用
- イ 歴史文化基本構想に基づく歴史・文化の保存・活用
- ウ 出島保存管理計画に基づく国指定史跡の拡大と魅力向上
- エ 海外との交流の歴史や平和都市としての情報発信
- オ 芸術文化を活かした、まちの魅力向上

個別施策(2) 自然・景観や食文化を活かす

- ア 夜景の魅力向上
- イ 朝型観光資源の掘り起こしと活用
- ウ 周辺地域における地域特有の資源磨きと活用

基本施策2 ビッグデータ等の分析に基づくマーケティングの推進	55
--------------------------------	----

個別施策(1) 観光動向の調査分析

- ア 観光スマートシティ構想の推進
- イ ビッグデータを活用した観光動向・消費動向の分析

個別施策(2) 自然・景観や食文化を活かす

- ア 一元的なシティプロモーションの展開
- イ M I C E 誘致対策の推進
- ウ 修学旅行の誘致強化

個別施策(3) 通年型観光の推進

- ア 祭りの活用
- イ 大型イベント（野外音楽・スポーツイベント）等誘致強化

基本施策3 受入態勢の整備とおもてなしの充実	58
------------------------	----

個別施策(1) 受入態勢の整備

- ア 世界遺産（候補）の受入態勢整備
- イ 外国人観光客の受入態勢整備
- ウ 交通アクセスの改善
- エ 宿泊施設の強化



個別施策(2) おもてなしの充実	
ア ユニバーサルツーリズムの推進	
イ 専門的な人材の確保と育成に向けた推進体制の見直し	
ウ シビック・プライドとおもてなしの醸成	
基本施策4 観光消費拡大の仕掛けづくり	61
個別施策(1) ア 観光消費の拡大	
ア 着地型旅行商品の企画造成	
イ 食と観光の連携強化	
ウ 外国人観光客による消費拡大	
個別施策(2) 観光をけん引する産業の育成	
ア 特区制度の検討	
イ 同一テーマにおける他地域との連携	
基本施策5 広域連携の強化	62
個別施策(1) 国・県・他市町との連携強化	
ア 国との連携強化	
イ 九州との広域連携推進	
ウ 県内自治体・観光施設との連携推進	
個別施策(2) 広域観光の基盤整備	
ア 九州新幹線西九州ルートを整備及び関連事業の推進	
イ 松が枝国際観光埠頭の2バース化	
ウ 長崎空港24時間化	
エ 九州横断自動車道長崎大分線における長崎IC～長崎多良見ICの四車線化	
4 重点施策・重点エリア	
(1) 重点施策	64
重点施策1 世界遺産（候補）の保存整備と活用	
重点施策2 夜景観光の進化	
重点施策3 外国人観光客誘致の取組みの推進	
(2) 重点エリア	65
重点エリア1 中心市街地エリア	
重点エリア2 浦上エリア	
重点エリア3 外海エリア	
重点エリア4 端島を中心とした南部エリア	
5 アクションプラン	68

第4章 観光振興計画 2020 の推進

1 計画の進行管理と推進体制	76
(1) P D C A サイクルによる進行管理	
(2) 産学官等の連携による推進体制	
2 持続可能な推進体制の構築	77
(1) 長崎市版 D M O の確立	
(2) 長崎市版 D M O の推進計画	



1 観光振興の意義

長崎市は開港以来 440 年以上の歴史を有する国際交流のまちであり、江戸時代にも国内外を問わず多くの人々が長崎を訪れ、交流によって生まれた様々な文化や風習等は、今もなお長崎市のまちに息づいています。「観光」という言葉は、中国の四書五経の一節に由来し、「地域のすぐれたものを観ること、観せること」を意味していますが、日本では、安政 2 年（1855 年）、長崎海軍伝習所にオランダから贈られた蒸気船にこうした意味をこめて「観光丸」と命名されており、長崎は国内における観光発祥の地といわれています。

長崎市の観光客数は、高度成長期の増加傾向を経て、長崎旅博覧会が開催された平成 2 年には 628 万人を数えましたが、その後減少傾向が続き、平成 16 年には 493 万人まで減少しました。しかしながら、平成 18 年開催の長崎さるく博'06 に向けた新たな観光スタイルへの取組みを契機に増加に転じ、その後も軍艦島への上陸開始や世界新三大夜景に認定された夜景の魅力を活かした取組み等によって、平成 26 年の観光客数は過去最高の 631 万人に到達しました。今後も、世界遺産登録の動きや出島復元、九州新幹線西九州ルートの開通等の追い風の中で、知的欲求が高い日本人観光客の増加や東アジアを中心とした外国人観光客の拡大が見込まれており、この絶好の機会を十分に活かすことが求められています。

このような中、国立社会保障・人口問題研究所によると、長崎市の人口は平成 52 年までに 33 万 1 千人に減少すると推計されており、平成 22 年の 44 万 4 千人と比較すると、11 万 3 千人も減少してしまうことになります。人口減少は地域経済を縮小させ、その結果、さらに人口が減少するという負のスパイラルに陥る恐れがあります。

この局面において、長崎市が観光振興に取り組む意義は、交流人口の増加及び賑わいの創出を図るとともに、質の高いサービスを提供して外貨を稼ぎ、まちの活性化につなげることにあります。そして、観光関連産業の強化・経営安定化により、所得の向上と若者が安心して働ける、やりがいのあるしごとの創出を図る必要があります。また、市民・事業者・行政が一体となった観光まちづくりを通じて、歴史と文化に彩られた長崎のまちの魅力を再認識してもらい、定住人口の維持・増加を図り、持続可能なまちづくりの実現を目指します。

2 計画の概要

(1) 計画策定の趣旨

長崎市においては、長崎市第四次総合計画に掲げる将来の都市像である「個性輝く世界都市」－「希望あふれる人間都市」の実現に向けて、観光振興を図っています。長崎市第四次総合計画「前期基本計画」を策定し、交流拠点としての機能の向上と観光交流による賑わい創出を図りました。また、同計画を踏まえ、国内・国外観光客を対象とした観光戦略とアクションプランを策定し、観光振興を図ることで、平成 26 年の観光客数は 631 万人と過去最高の観光客数を記録しました。

長崎市において、観光産業は主要産業の一つであり、地方創生の取組みが求められる中、今後の観光動向の見通しや長崎市の特性等を踏まえ、市民、事業者、行政が施策や役割分担等を明らかにし、一体となって目指すべき観光振興の将来像を実現するための羅針盤とするため、「長崎市観光振興計画 2020」を策定します。

(2) 観光振興の将来像

住む人が誇り、だれもが訪れたいまち
～「交流の産業化」による「人を呼んで栄えるまち」の実現～

長崎市が誇る有形・無形の地域資源に磨きをかけ、情報を国内外に発信して「人」の交流を生み出し、訪れる人を増やすとともに、市民の長崎市への愛着・誇り＝「シビック・プライド」を高め、観光まちづくりへの市民の積極的な参画を促進します。

また、「交流の産業化」を基本姿勢に、質の高いサービスを提供するための創業や既存事業の拡充を図り、新たな投資を呼び込むことで、雇用創出と所得向上につなげていきます。そして市民が自らの個性や強みを活かせるしごとが選択できる、創出できるまちの実現を図り、さらなる交流の拡充、ひいては定住の促進が図られるという好循環の創造を目指します。

(3) 計画期間

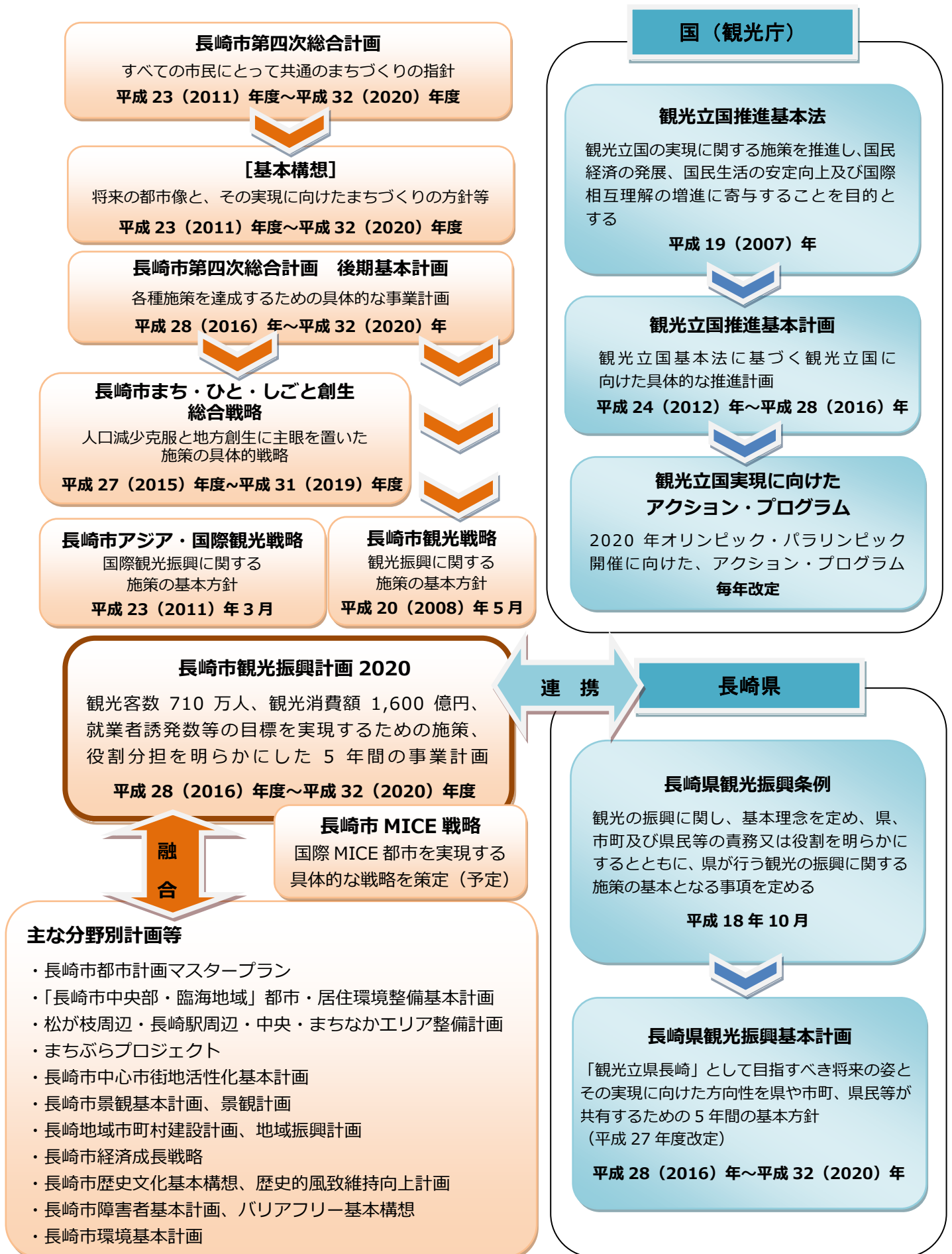
平成 28（2016）年度から平成 32（2020）年度までの 5 か年とします。

(4) 計画の位置付け

本計画は、長崎市第四次総合計画「後期基本計画」の分野別計画であり、長崎市の観光振興の総合的な指針となります。また、毎年度の事業計画の策定にあたっては、本計画を基本として、効果的で効率的な事業の推進を図っていきます。



図 1 - 1 観光振興計画 2020 の位置付け



第2章 観光を取り巻く情勢と課題

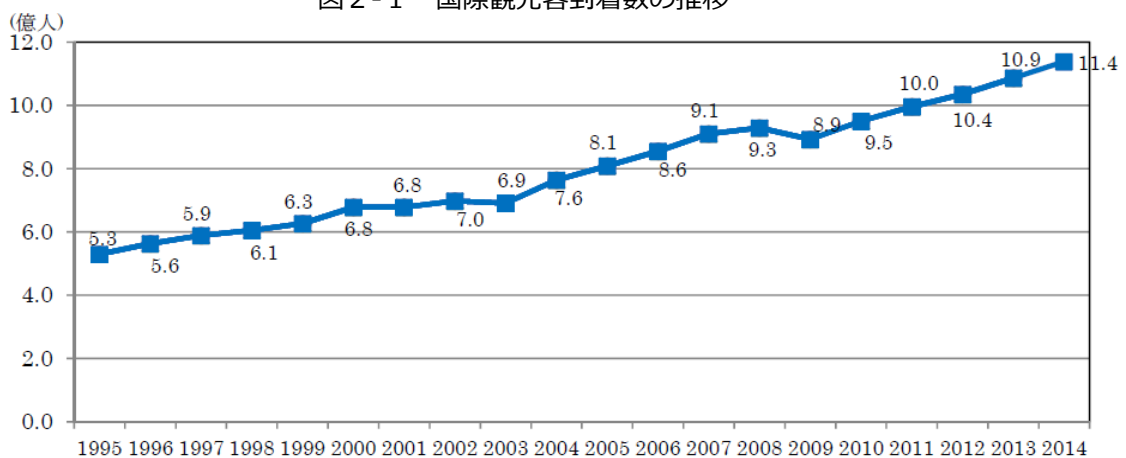
1 観光の現状

(1) 世界の観光の動向

UNWTO（国連世界観光機関）の2015年（平成27年）1月の発表では、2014年（平成26年）の世界全体の国際観光客到着数は5,100万人増（対前年比4.7%増）となり、11.4億人を記録しました。2009年（平成21年）はリーマンショックの影響から減少しましたが、それ以降は5年連続での増加となりました。

※最新のUNWTOの発表によると、2015年の国際観光客到着数は11.9億人（対前年比4.4%増）。

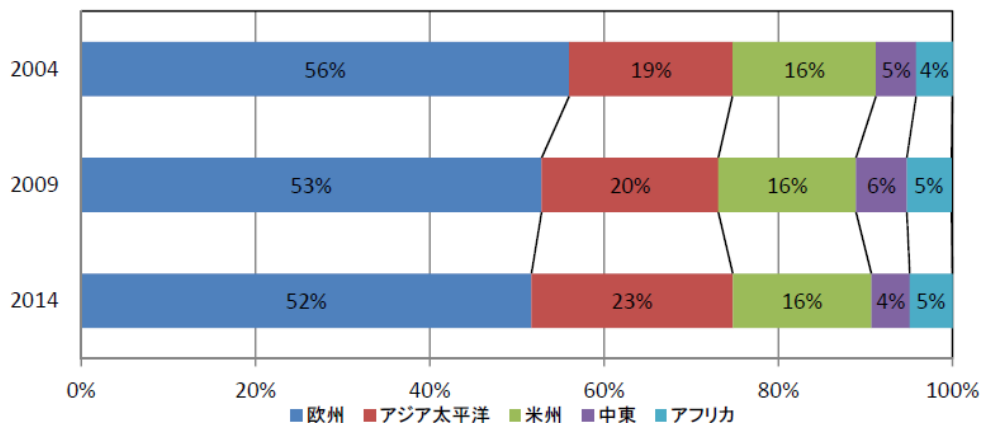
図2-1 国際観光客到着数の推移



出典) UNWTO（国連世界観光機関）資料に基づき観光庁作成

国際観光客受入数の地域別シェアは、欧州が過半を占めていますが、徐々に減少しています。これに対し、アジア太平洋は、2004年（平成16年）に19%でしたが、2014年（平成26年）は23%にまで拡大しており、特に著しい成長を見せています。米州は、2004年（平成16年）から16%で推移し、中東、アフリカは、ともに5%前後で推移しています。

図2-2 国際観光客受入数の地域別シェア

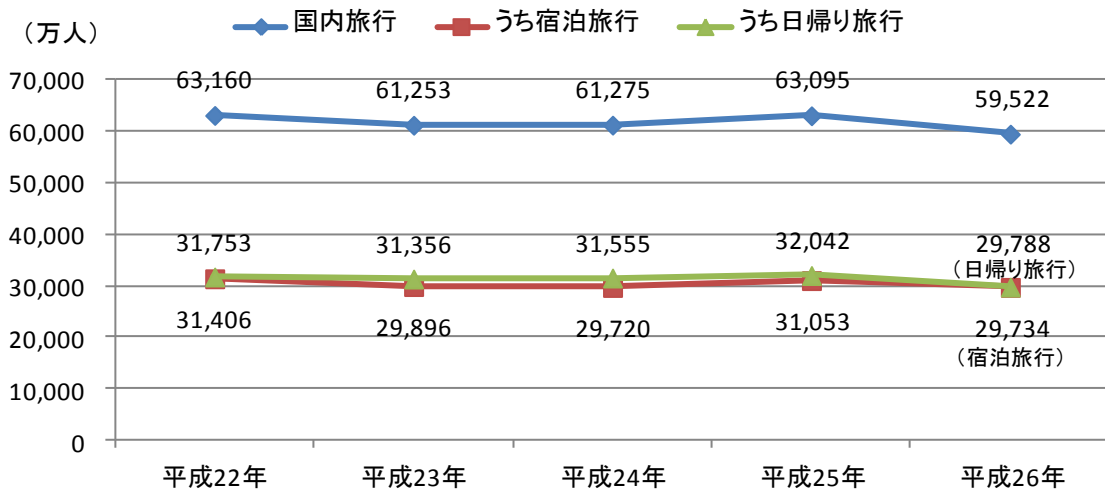


出典) UNWTO（国連世界観光機関）資料に基づき観光庁作成

(2) 国内旅行の動向

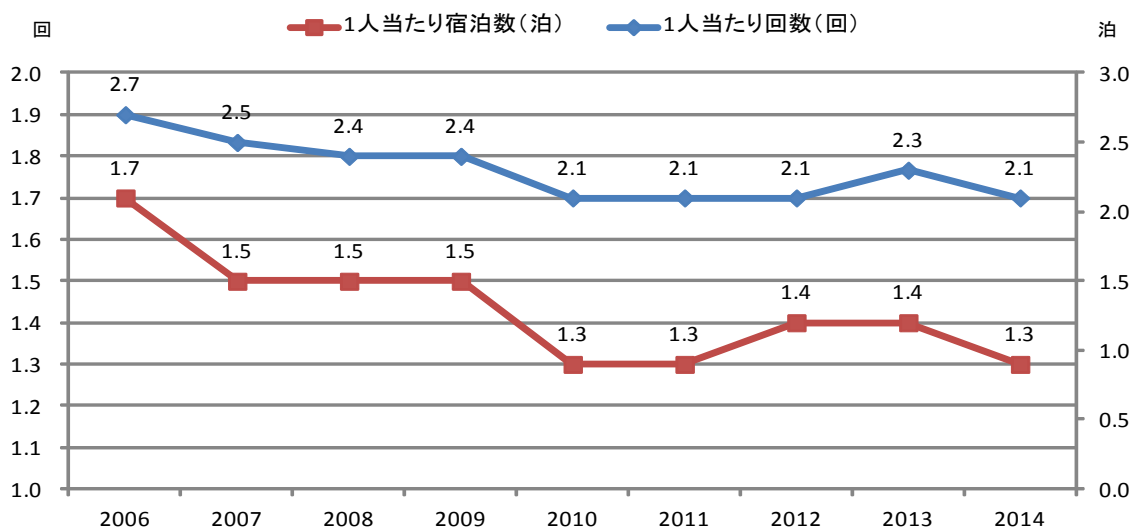
2014年（平成26年）においては、国内旅行の延べ旅行者数は5億9,522万人（前年比5.7%減）、日本人の国民1人当たりの国内宿泊観光旅行の回数は1.3回（前年比7.2%減）、国民1人当たりの国内宿泊観光旅行の宿泊数は2.1泊（同5.8%減）でした。国民1人当たりの国内宿泊観光旅行の回数、国民1人当たりの国内宿泊観光旅行の宿泊数ともに、2011年（平成23年）から2013年（平成25年）までは増加していましたが、2014年（平成26年）は減少に転じました。

図2-3 国内旅行の延べ旅行者数の推移（平成22～26年）



出典) 観光庁「旅行・観光消費動向調査」による。

図2-4 国内宿泊観光旅行の回数及び宿泊数の推移



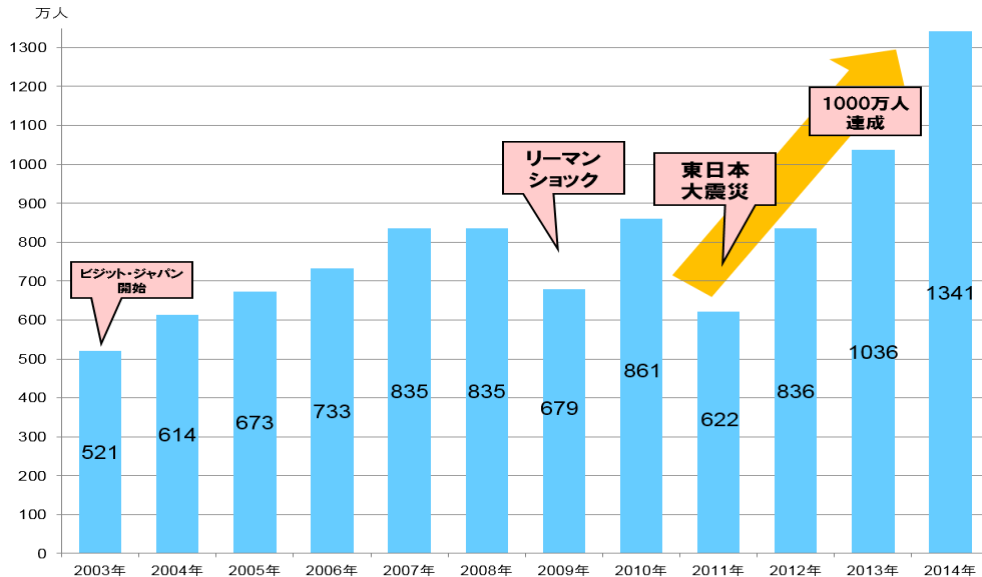
出典) 観光庁「旅行・観光消費動向調査」による。

注) 2014年（平成26年）は速報値。

(3) 訪日旅行の動向

日本政府観光局（JNTO）の発表では、訪日外国人観光客数は初めて年間1,000万人を突破した2013年から毎年上昇し、2014年（確定値）は1,341万人（対前年比29.4%増）、2015年（推計値）には1,973万人（対前年比47.1%増）となり、3年連続で過去最高を更新しました。

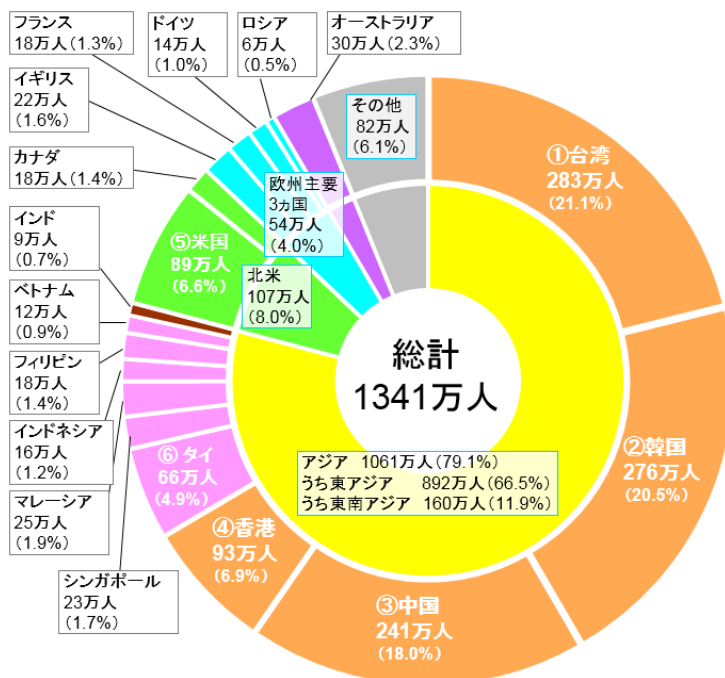
図 2-5 訪日外国人観光客数の推移



出典) 日本政府観光局（JNTO）資料より作成

図 2-6 訪日外国人観光客数の国・地位別シェア

【2014年(確定値)】



出典) 日本政府観光局（JNTO）資料より作成

注 1) () 内は、訪日外国人観光客数全体に対するシェア

注 2) その他には、アジア、欧州等各地域の国であっても記載のない国・地域が含まれる。

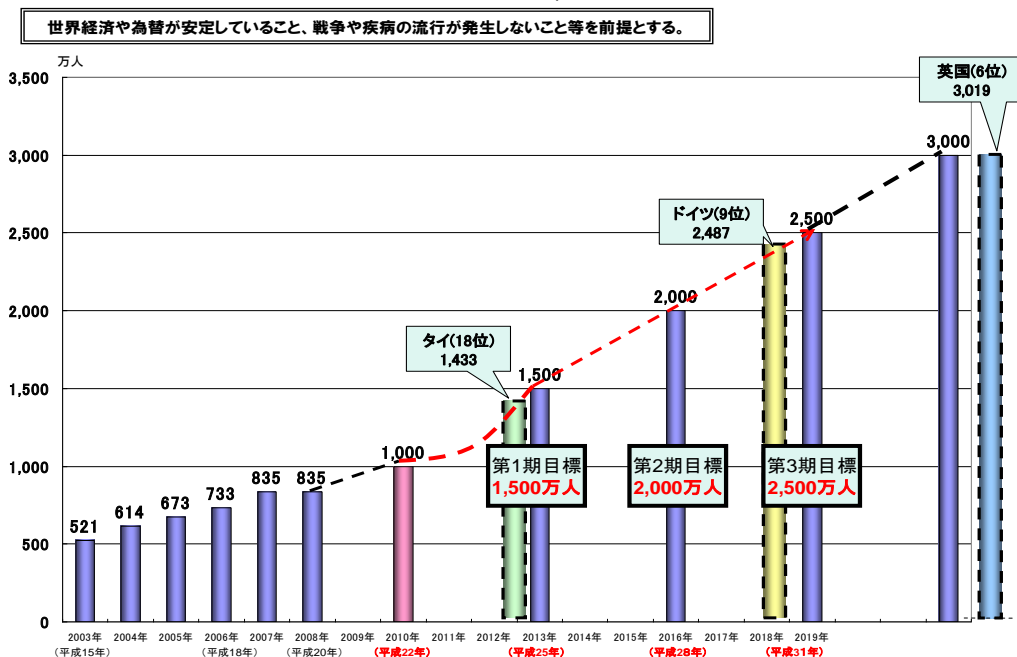
(4) 国の施策

「観光立国推進基本計画」（平成 24 年 3 月 30 日閣議決定）において「観光の裾野の拡大」と「観光の質の向上」を掲げ、観光立国の実現を目指しています。

計画期間（平成 24～28 年度）における基本的な目標

- 1 国内における旅行消費額
平成 28 年までに 30 兆円にする。
- 2 訪日外国人旅行者数
平成 32 年初めまでに 2,500 万人とすることを念頭に、平成 28 年までに 1,800 万人にする。
- 3 訪日外国人旅行者の満足度
平成 28 年までに、訪日外国人消費動向調査で、「大変満足」と回答する割合を 45%、「必ず再訪したい」と回答する割合を 60%とすることを目標とする。
- 4 国際会議の開催件数
我が国における国際会議の開催件数を平成 28 年までに 5 割以上増やすことを目標とし、アジアにおける最大の開催国を目指す。
- 5 日本人の海外旅行者数
平成 28 年までに 2,000 万人にする。
- 6 日本人の国内観光旅行による 1 人当たりの宿泊数
平成 28 年までに年間 2.5 泊とする。
- 7 観光地域の旅行者満足度
観光地域の旅行者の総合満足度について、「大変満足」と回答する割合及び再来訪意向について「大変そう思う」と回答する割合を平成 28 年までにいずれも 25%程度にする。

図 2-7 訪日外国人 3,000 万人へのロードマップ

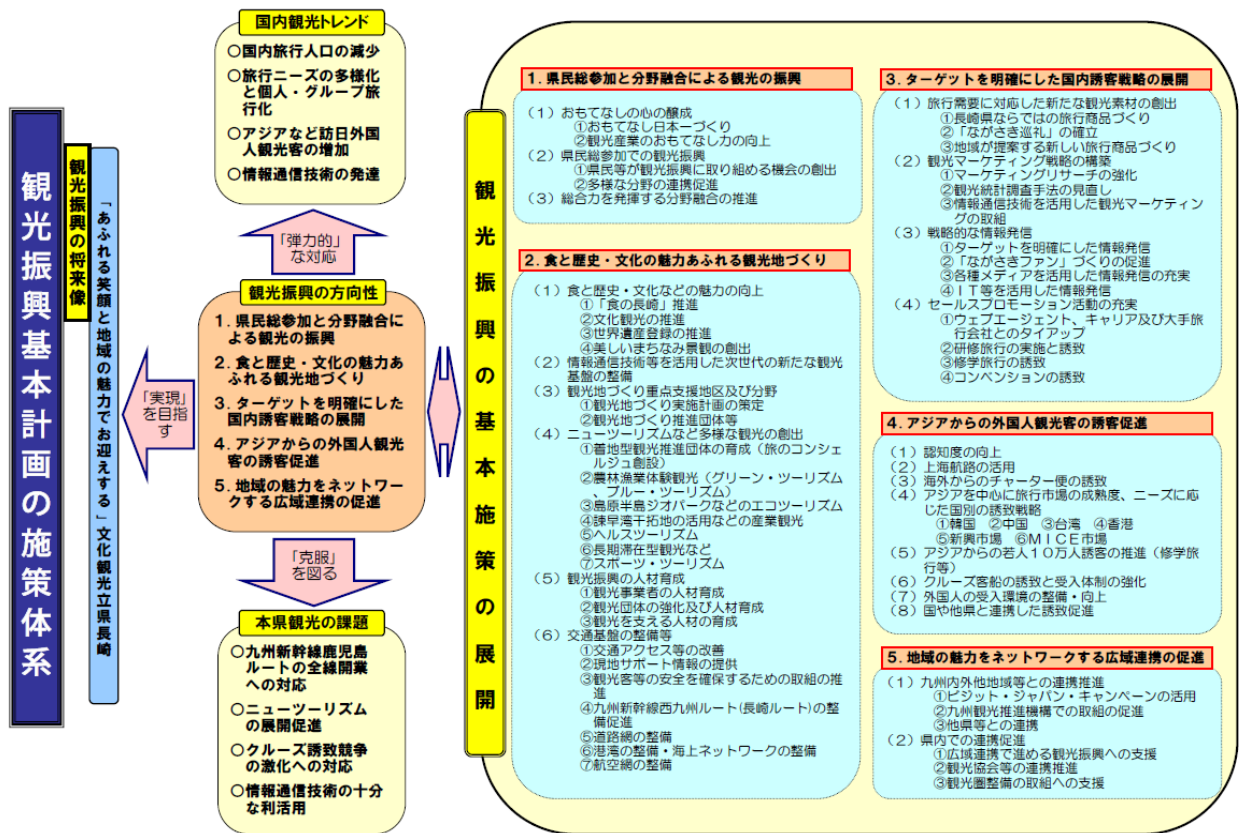


(5) 長崎県の施策

ア 長崎県観光振興基本計画の推進

「県民総参加と分野融合による観光の振興」、「食と歴史・文化の魅力あふれる観光地づくり」、「ターゲットを明確にした国内誘客戦略の展開」、「アジアからの外国人観光客の誘客促進」及び「地域の魅力をネットワークする広域連携の促進」の5つを柱に据え、観光振興に取り組んでいます。平成27年度は計画の最終年度として、次年度以降の計画の策定を行うこととしています。

図2-8 長崎県観光振興基本計画（平成23～27年度）の施策体系



出典) 長崎県観光振興計画

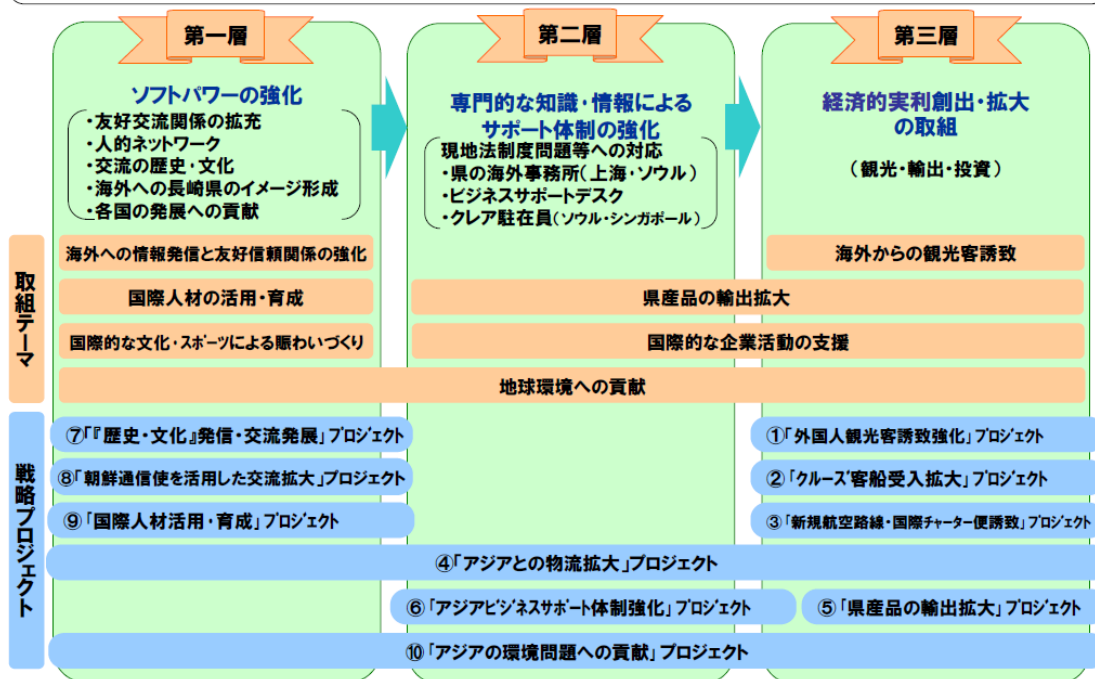
イ 長崎県アジア・国際戦略の推進

海外との歴史的な交流の積み重ねと、アジアへの最前線に位置する地理的優位性を生かし、アジアをはじめとした海外の活力を取り込み、経済活性化につなげることを目的に、平成23年3月に長崎県「アジア・国際戦略」を策定しました。

7つの取組テーマと、これを具体的に推進していくための戦略プロジェクト等を設定し、県内市町、民間団体、大学等と連携を密に一体となつて推進します。

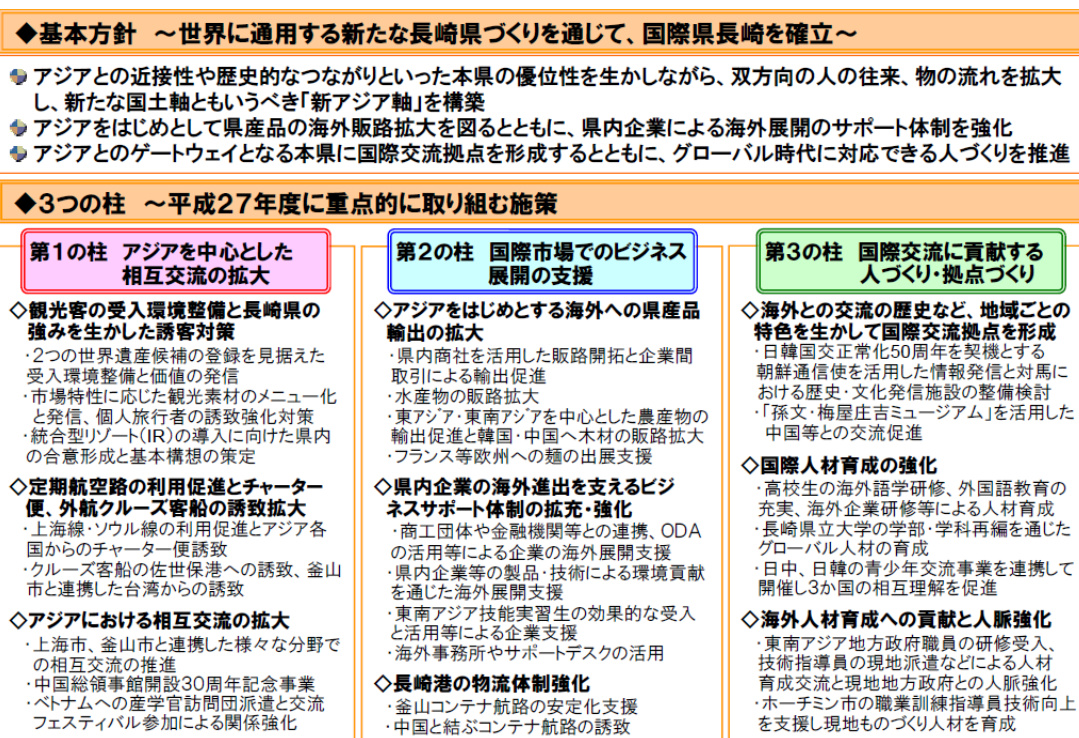
図 2-9 「アジア・国際戦略」の組立て

ソフトパワーを強化し(第一層)、専門的な知識や情報による支援を行い(第二層)、経済的実利の創出・拡大に取り組む(第三層)。特に、県内企業等の海外進出やビジネス促進など国際的な活動にあたっては、人脈などのソフトパワーを活かしつつ、専門的なサポートなどきめ細かに、かつ、段階的に取り組んでいく。



出典) 長崎県観光振興計画

図 2-10 平成 27 年度の取組みの柱

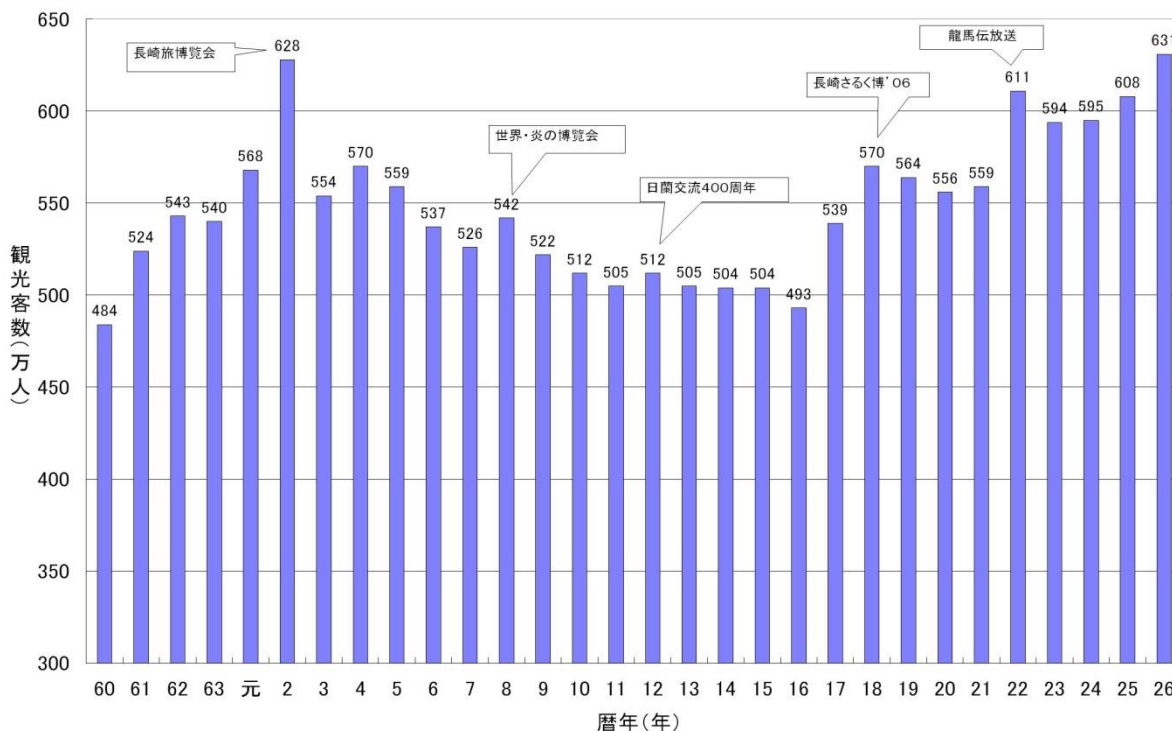


出典) 長崎県観光振興計画

2 長崎市の観光の現状

(1) 観光客数の推移

図 2-11 観光客数の推移



出典) 長崎市観光統計

長崎市を訪れた観光客数は、長崎「旅」博覧会が開催された平成 2 年の約 628 万人をピークに減少し、平成 16 年は約 493 万人となりました。しかし、平成 18 年には全国ではじめてのまち歩き博覧会である「長崎さるく博'06」や新しい観光関係施設等の整備に加え、「2006 長崎ランタンフェスティバル」、「2006 長崎帆船まつり」など既存イベントの集客数増加も達成し、約 570 万人の観光客数となりました。

平成 19 年以降は、「長崎さるく博'06」で構築したまち歩きのシステムを活用し、1 年を通した「長崎さるく」の実施や、端島（軍艦島）見学施設、亀山社中記念館といった新たな観光施設のオープン等があったものの、ガソリン価格の高騰やアメリカの金融危機を発端とする景気低迷、新型インフルエンザ等の影響もあり減少傾向でした。しかし、平成 22 年にはNHK大河ドラマ『龍馬伝』の放送に伴い、亀山社中記念館やまちなか龍馬館などの龍馬関連施設を中心に多くの観光客で賑うこととなり、観光客数は長崎旅博覧会が開催された平成 2 年に次ぎ、過去 2 番目となる 611 万人を記録しました。

その後、平成 23 年は、『龍馬伝』の放送終了に伴う龍馬関連施設の入館者数の減少等により観光客数が約 594 万人まで減少し、平成 24 年には、東日本大震災

後の西日本シフトの反動、観光庁や旅行会社等による東北旅行の促進等の外的減少要因があった中で、10月にはモナコ・香港とともに「世界新三大夜景」に認定されたこと等により、稲佐山山頂展望台利用者数や長崎ロープウェイ利用者数が大幅に増加したこと、さらに、格安航空路線（LCC）1社が長崎空港－関西国際空港間に就航したことに伴う関西地方からの観光客が増加したこと等により観光客数は前年を維持しました（観光客数：約595万人）。

平成25年9月には「明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業（以下「明治日本の産業革命遺産」と表記。）」について、ユネスコの世界文化遺産への推薦が決定し、平成26年の秋に世界遺産委員会の諮問機関であるイコモスの現地調査を迎える等審査手続きが進むにつれて注目は一層高まり、構成資産のひとつでもある軍艦島の上陸者数は大幅に増加しました。平成25年に落ち込んだ国際クルーズ客船の入港数も平成26年には再び増加し、過去最高（同数）の72隻が入港しました。また外国人延べ宿泊客数についてはアジア地域を中心に大きく伸び、平成26年には約21万人と過去最高となり、長崎県内で開催された「長崎がんばらば国体・大会」による入込客数の増加等もあり、観光客数は631万人に達しました。

年間の観光客数は増加していますが、1年のうち6月及び12月から2月までの期間については、観光客数が少なく、閑散期となっています。

図2-12 月別観光客数の推移



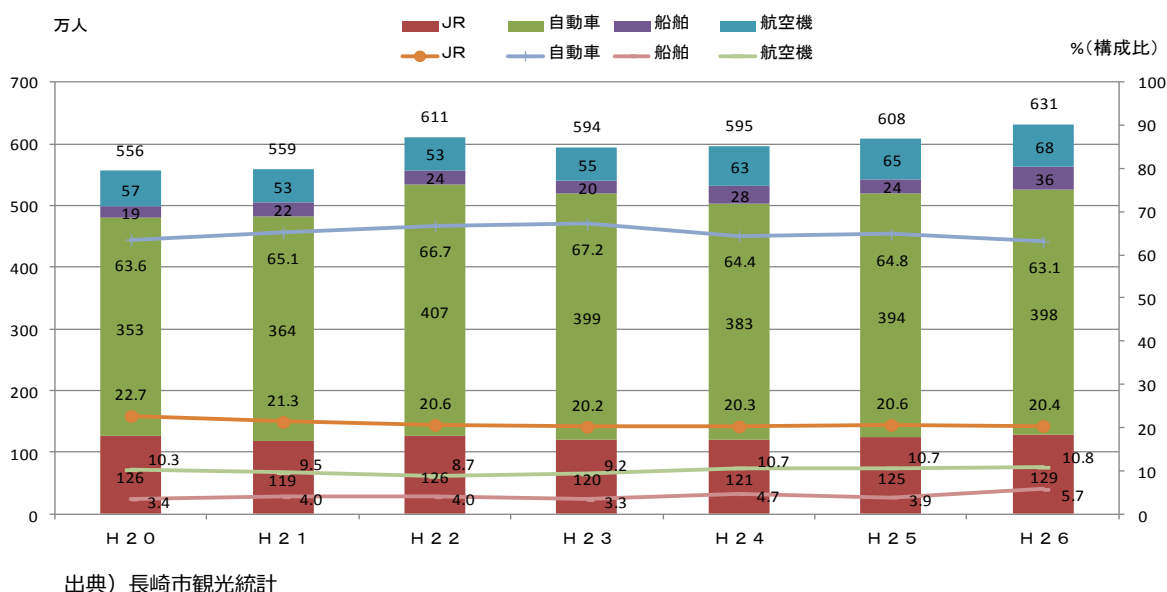
出典) 長崎市観光統計

(2) 観光客の来訪手段

平成 26 年では、観光客のうち 63.1%が自動車で来訪しており、次いで J R が 20.4%、航空機 10.8%、船舶 5.7%となっています。

利用交通機関別の観光客数の経年推移としては、自動車の占める割合が年々増加傾向にあり、平成 10 年に比べて 7.2%増加しています。また、船舶については、減少傾向にありましたが、クルーズ船旅行人口の増加に伴い、近年は増加傾向に転じ、平成 10 年と比較して 1%増加しています。

図 2-13 交通機関別観光客数の推移

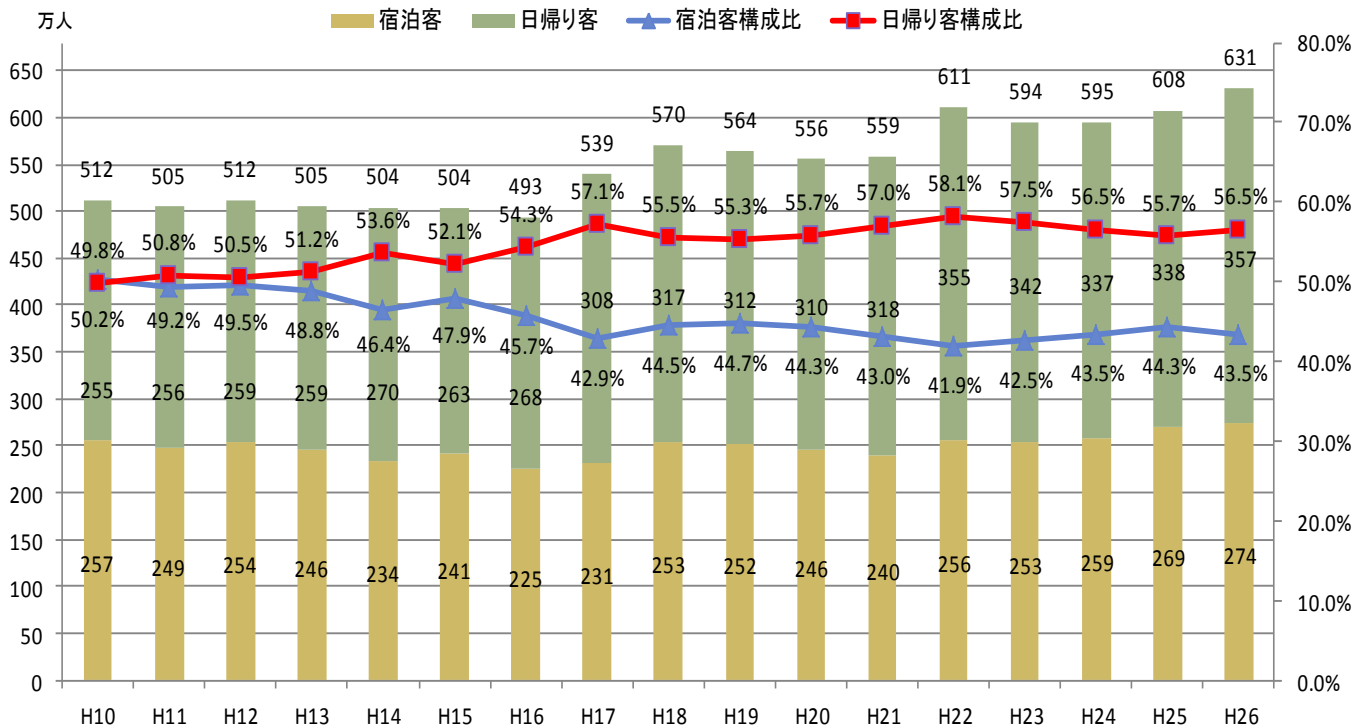


(3) 宿泊客と日帰り客

平成 26 年の宿泊客数は約 274 万人で、日帰り客数は 357 万人でした。宿泊客数については、平成 16 年まで減少傾向にありましたが、平成 18 年の長崎さるく博'06 を契機に増加し、その後、長崎ロープウェイゴンドラのリニューアルや平成 24 年の世界新三大夜景認定の効果により稲佐山を中心とした夜景観光の推進が図られ、近年は増加傾向になっています。

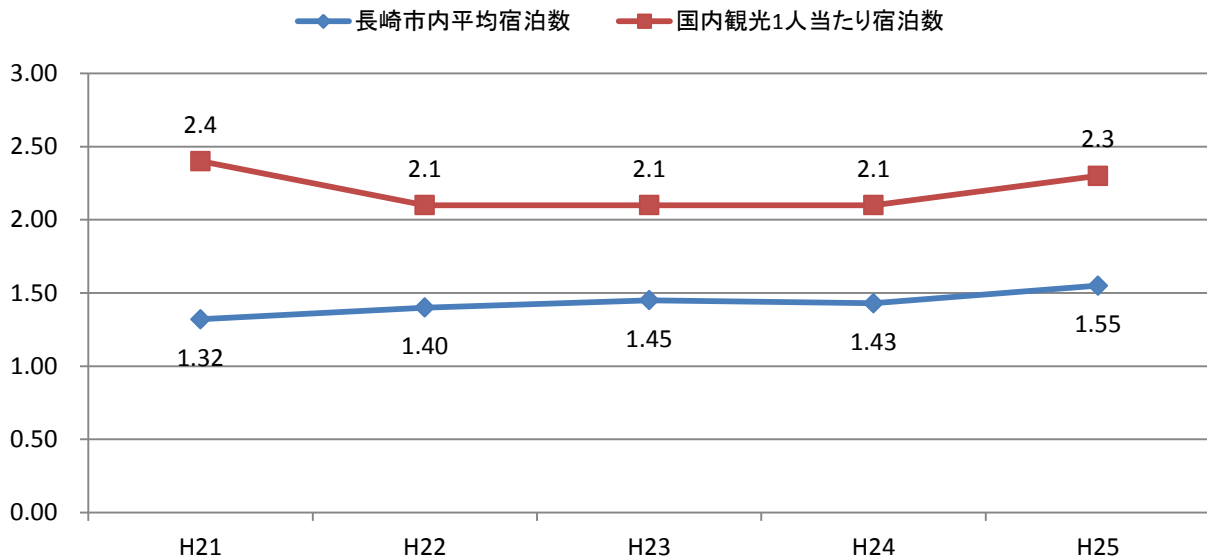
しかしながら、平成 26 年における全観光客数に占める宿泊客数の割合は、平成 10 年と比較して、6.7%減少しています。一方、日帰り客数については、全体的に増加傾向にあり、長崎さるくや資源磨きの取組みが本格化した平成 17 年以降、年別の増減はあるものの、大きく増加しており、平成 26 年における全観光客数に占める日帰り客数の割合は、56.6%となっています。

図 2-14 宿泊客・日帰り客の推移



出典) 長崎市観光統計

図 2-15 長崎市内平均宿泊数及び国内観光1人当たり宿泊数



出典) 観光庁「旅行・観光消費動向調査」及び長崎市観光動向調査結果を基に作成。

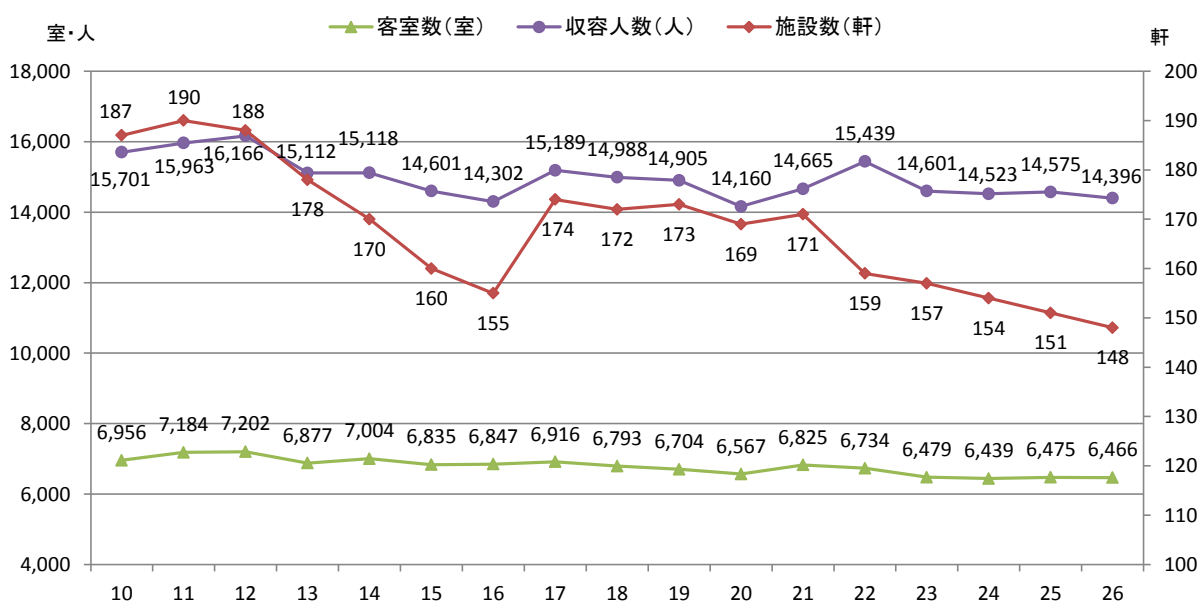
(4) 市内の宿泊施設

平成 26 年における市内の宿泊施設数等の状況は、平成 10 年に比べて、施設数で 20.9%減、客室数で 7.0%減、収容人数で 8.3%減少しています。

平成 26 年における実宿泊客数は約 274 万人であり、宿泊施設の年間収容人数は約 525 万人となっています。当該宿泊客数を過去 3 か年の平均宿泊数（1.48 泊）で延べ宿泊客数に換算すると約 406 万人となり、年間収容人数の約 77%と推計されます。

次に、種別による宿泊施設の状況としては、収容人員で、ホテル・ビジネスホテルが全体の約 60%を占めており、規模別では、200 人未満が全体の約 86%を占めています。

図 2-16 宿泊施設数等の推移



出典) 長崎市観光統計

(5) 修学旅行客

修学旅行客数については、平成 10 年の 557,500 人と比較して、平成 26 年では 285,200 人と全体的には減少傾向にあります。平成 19 年以降はやや増加してきているものの、観光客数全体に占める割合は 4.5%という状況です。

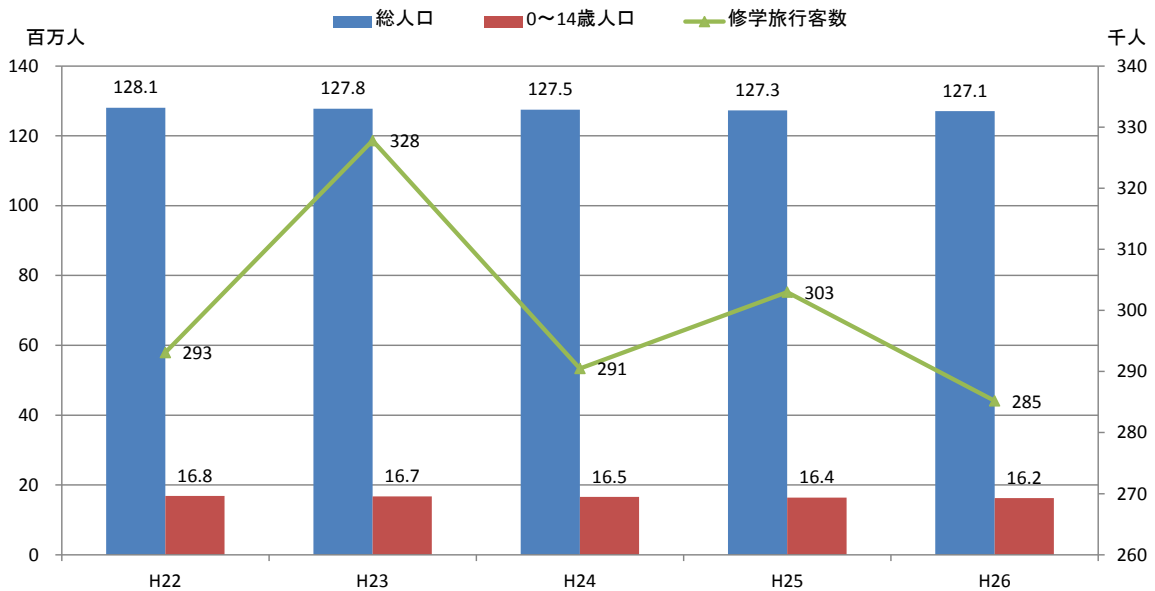
ア 国内の修学旅行

本市への修学旅行は、原爆資料館や被爆遺構を巡り被爆の実相に直接触れる平和学習を中心として、その他長崎特有の歴史文化に根づいた長崎の魅力を体験できる班別学習などを目的に、多くの学生に來訪いただいています。

近年の修学旅行客は、年間 30 万人程度（平成 26 年 28.5 万人）で子化が進む社会情勢の中、安定的に推移しています。

しかし、昨今の修学旅行を取り巻く背景としては、今後の更なる少子化に加え、体験を中心とした内容そのものの多様化、航空運賃の値上げ、経済不況の影響による修学旅行費の低額化傾向、旅費規程の見直しによる教職員の下見費用の削減等が挙げられます。

図 2 - 17 国内総人口・0～14 歳人口・長崎市修学旅行者数の推移



出典) 総務省統計局「人口推計」及び長崎市観光統計を基に作成

イ 海外の修学旅行

海外からの教育旅行については、「平和都市」を切り口に、長崎市教育委員会と連携した学校交流の充実を図ることにより推進し、市内宿泊への動機づけとしています。

平成 26 年度の学校交流の実施実績は、中国（小学校 2 校、中学校 1 校、外国語学校 1 校、105 人）、韓国（高校 1 校、20 人）、台湾（中学校 1 校、31 人）、マレーシア（高校 1 校、39 人）を市内 7 校で受入れ、延べ宿泊数は 318 泊となりました。

今後も学校交流を積極的に受け入れることにより、教育旅行の誘致及び市内宿泊につなげていきます。

(6) 外国人観光客

外国人延べ宿泊者数は、東日本大震災で大きく落ち込んだ平成 23 年以降は、円安基調、東南アジアにおけるビザ緩和、格安航空路線（LCC）の就航・増便を背景に増加が続いており、平成 26 年には過去最高の 212,524 人（前年比 19.0% 増）を記録しました。

エリア別には、特にアジアにおいて、韓国、台湾、東南アジア（タイ・シンガポール）、香港向けの旅行社とタイアップした PR 及び TV、雑誌等メディアを活用した一般消費者向けの PR が実を結んでいます。また、欧州においては、KLM オランダ航空が平成 25 年 4 月に福岡直行便を就航させて以来、伸びも堅調です。

図 2-18 外国人延べ宿泊者数の推移【単位：人】

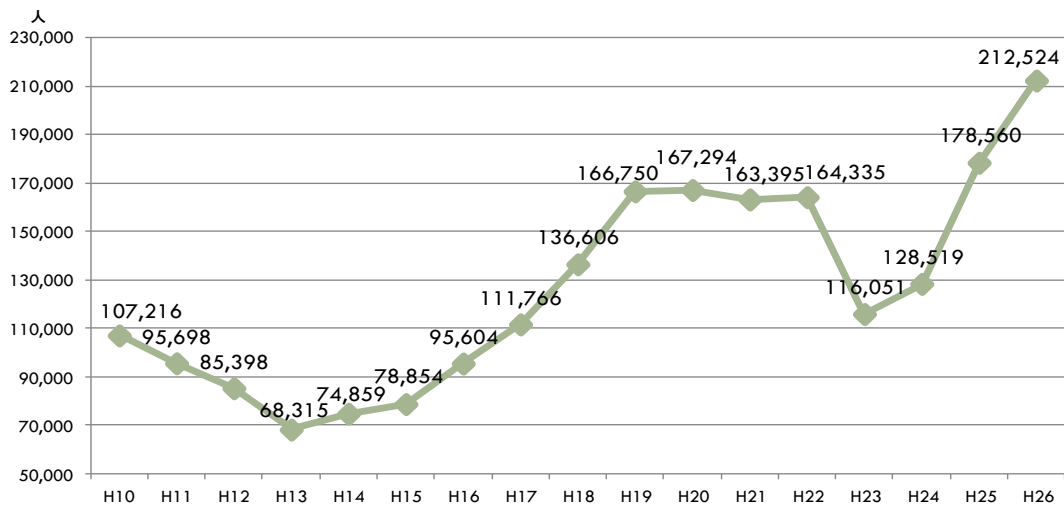
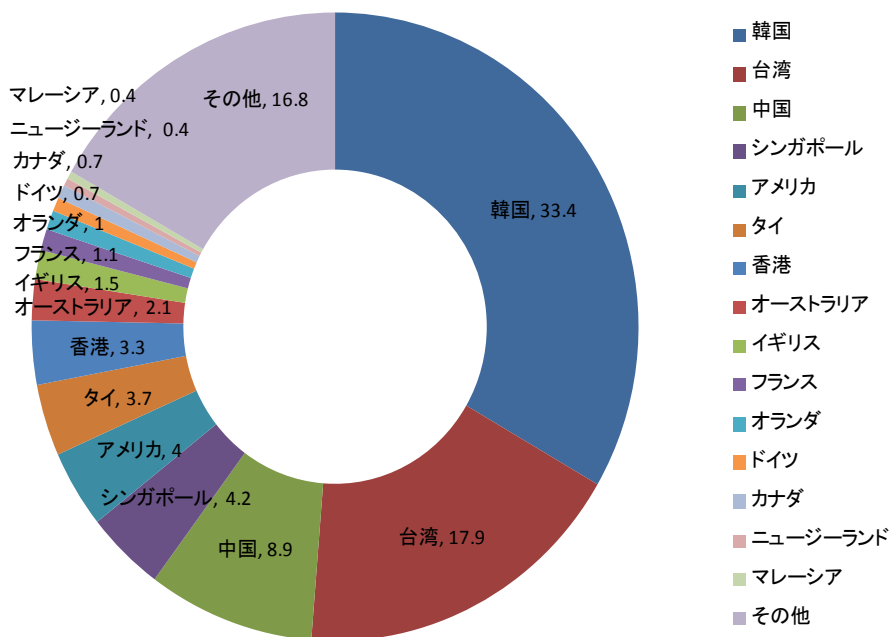


図 2-19 国・地域別外国人延べ宿泊者構成比【単位：%】



出典) 長崎市観光統計

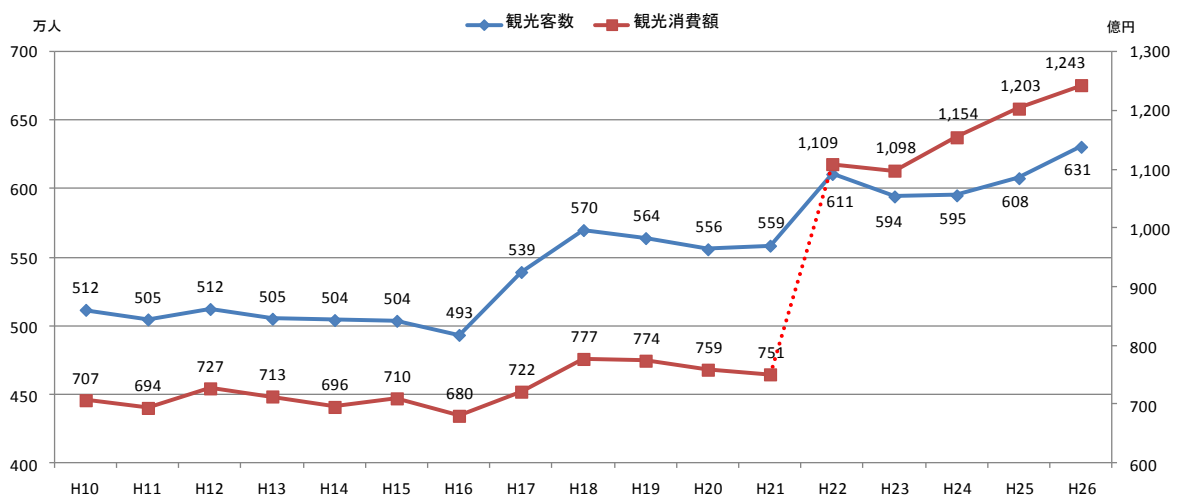
注) 構成比については、端数処理の関係上、合計と内訳が一致しない。

(7) 観光消費額

観光消費額については、長崎さるく博'06 が開催された平成 18 年以降、増加傾向にある。特に、世界新三大夜景認定や夜景観光の推進等により、平成 24 年以降は増加率も大きくなってきており、平成 23 年と比較して平成 26 年は約 13% 増加しています。

また、1 人当たりの観光消費単価は、一般観光客で宿泊・日帰りともに増加傾向にあります。一方で、宿泊・一般観光客の 1 日（1 泊）当たりの観光消費単価は減少傾向にあります。

図 2-20 観光客数・観光消費額の推移

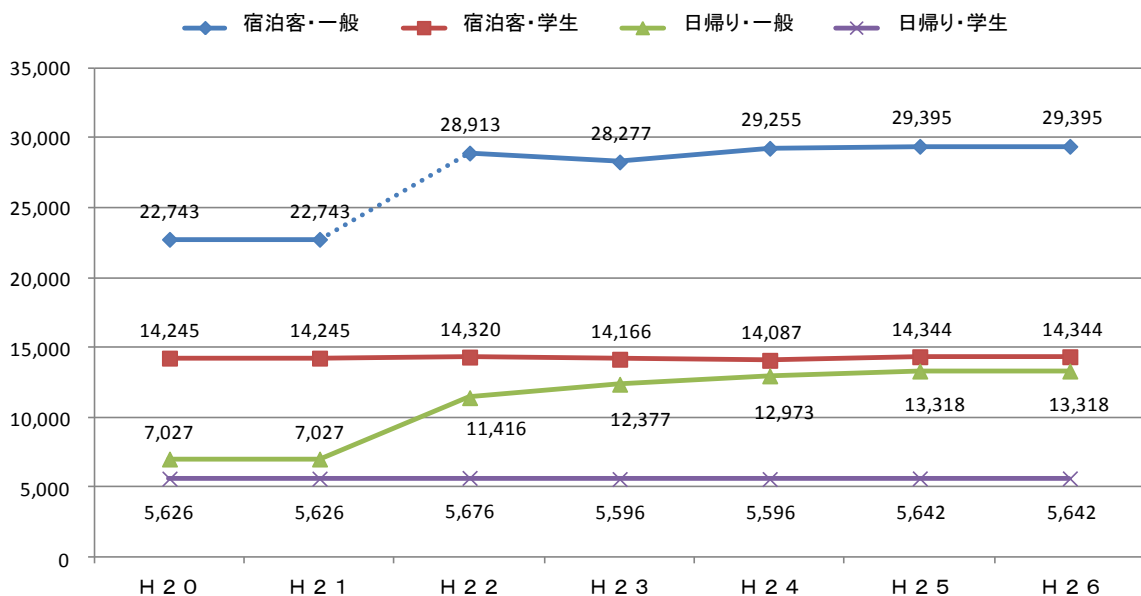


出典) 長崎市観光統計

注) ※観光消費額は、平成 22 年から次のとおり基礎数値を見直して算定している。

(旧) 平成 12 年度の一泊宿泊時の平均消費額 (新) 連泊を考慮した宿泊客全体の平均消費額計

図 2-21 1 人当たり観光消費単価の推移



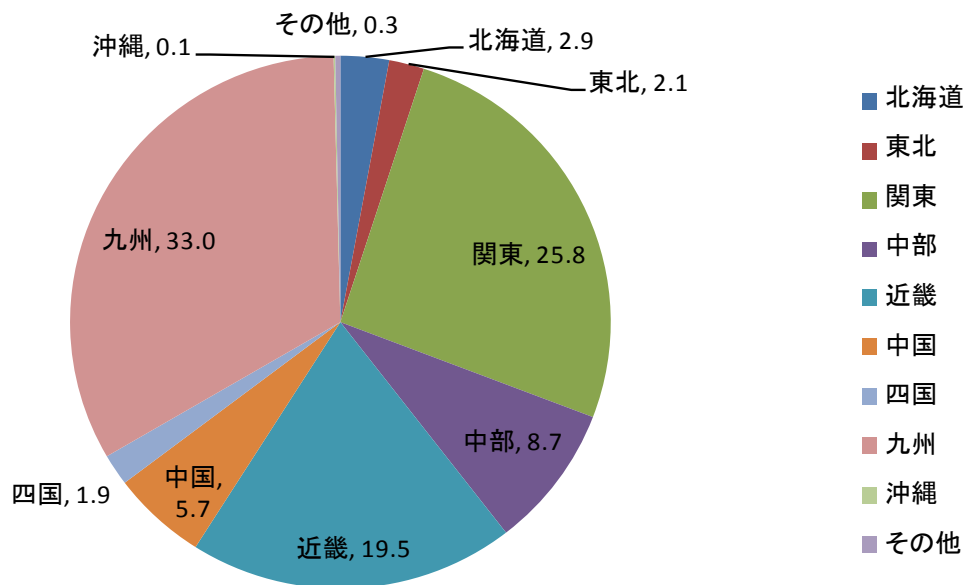
出典) 長崎市観光統計

(8) 観光客の特徴

平成 25 年度の観光動向調査（国内観光客）の結果から、長崎市を訪れている観光客には次のような特徴が見られます。

ア 属性 九州が 3 割強、県別では福岡県 15%、東京都 11%、大阪府 8%の順。

図 2-22 観光客発地の構成比【単位：%】



イ 旅行スタイル 個人・小グループ旅行（1人旅、家族旅行及び友人・知人との旅行）が 89.2%。情報源としては「友人・知人の勧め」22%、「雑誌」10%、「HP（旅行会社）」9%の順。

図 2-23 観光客旅行形態の構成比【単位：%】

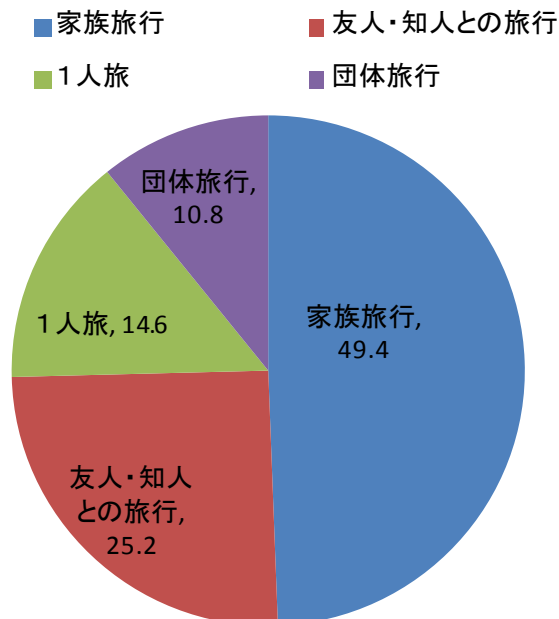
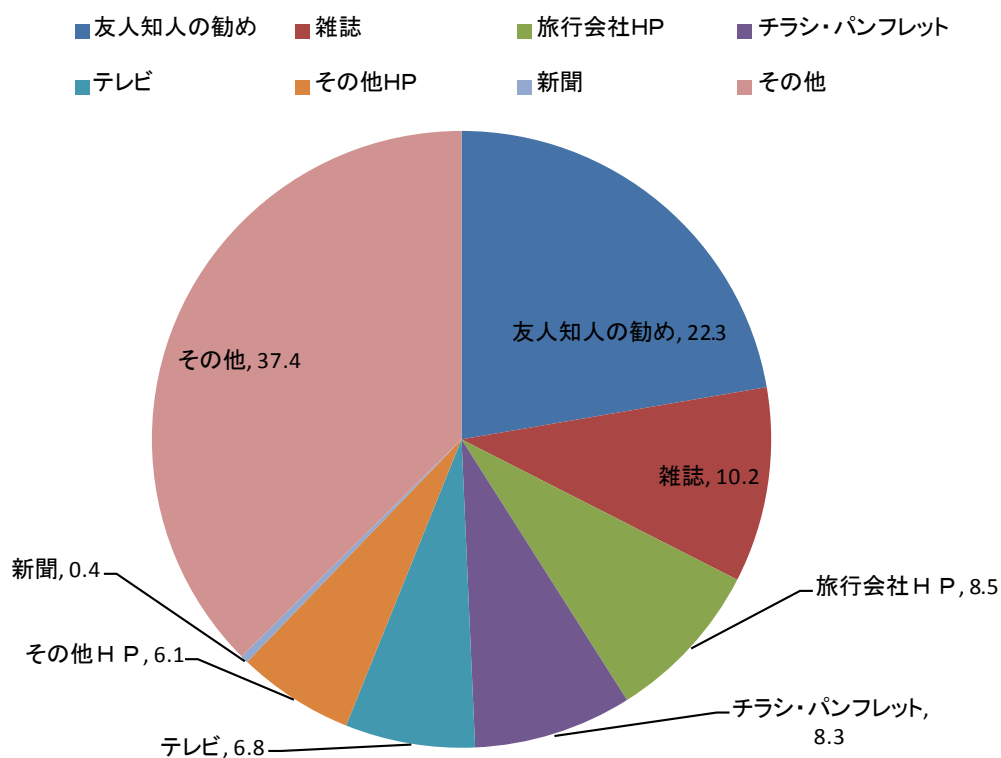
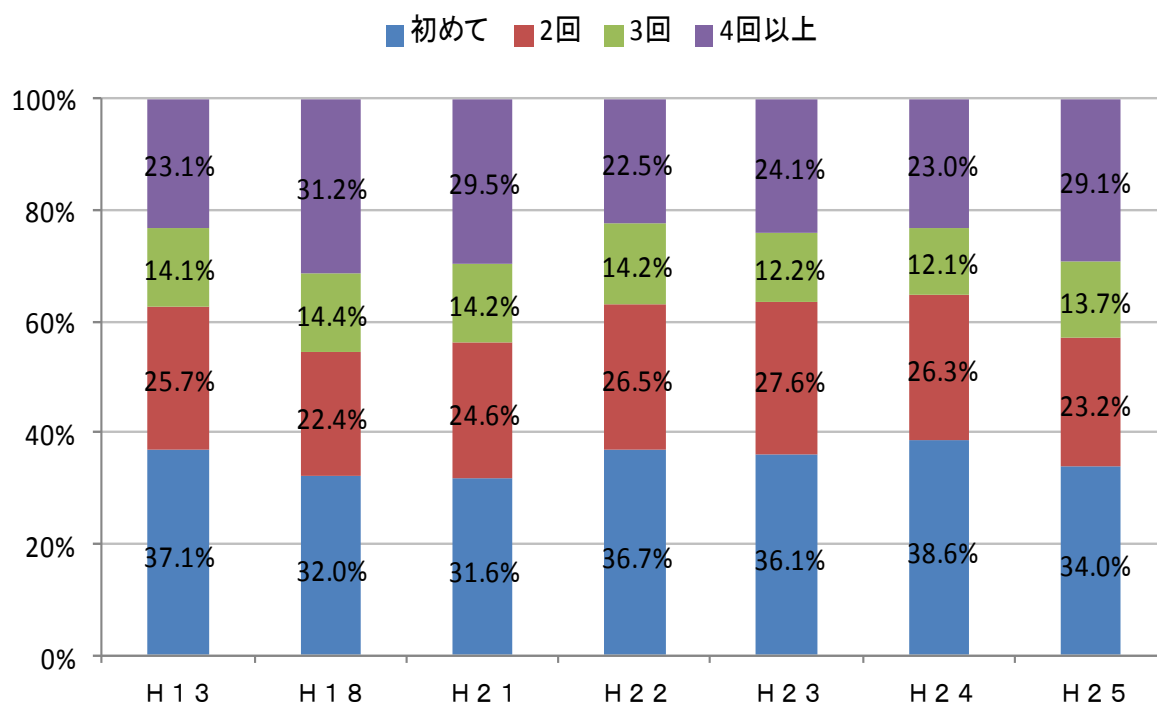


図 2-24 観光客情報源の構成比【単位：％】



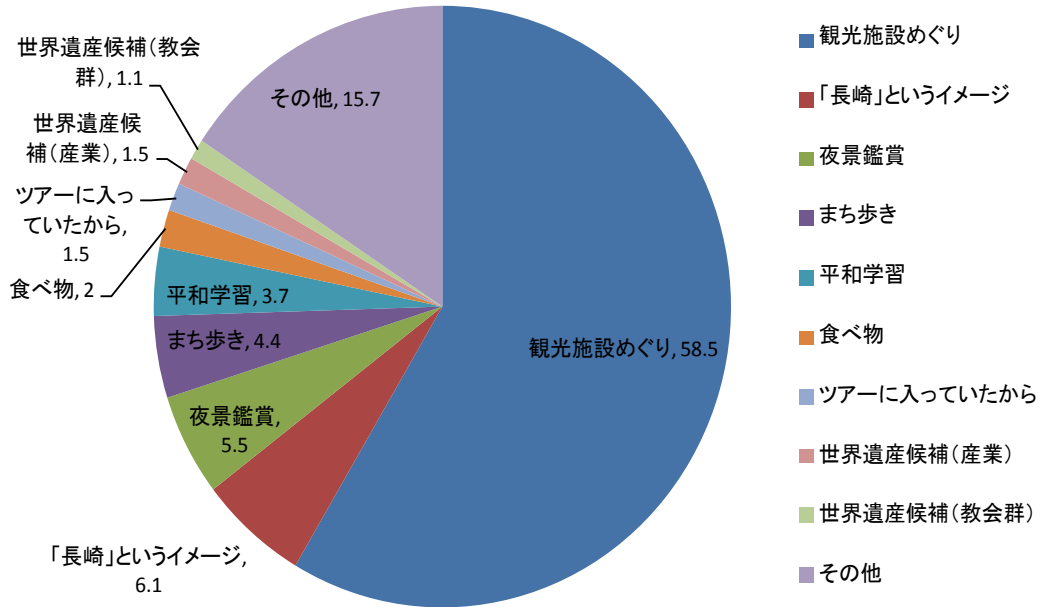
ウ 来訪回数 「初めて」は 34%。「2 回」23%、「3 回」14%、「4 回以上」29%
でリピーター率 66%。

図 2-25 観光客来訪回数の構成比【単位：％】



エ 長崎市訪問の主目的 「観光施設めぐり」が59%。

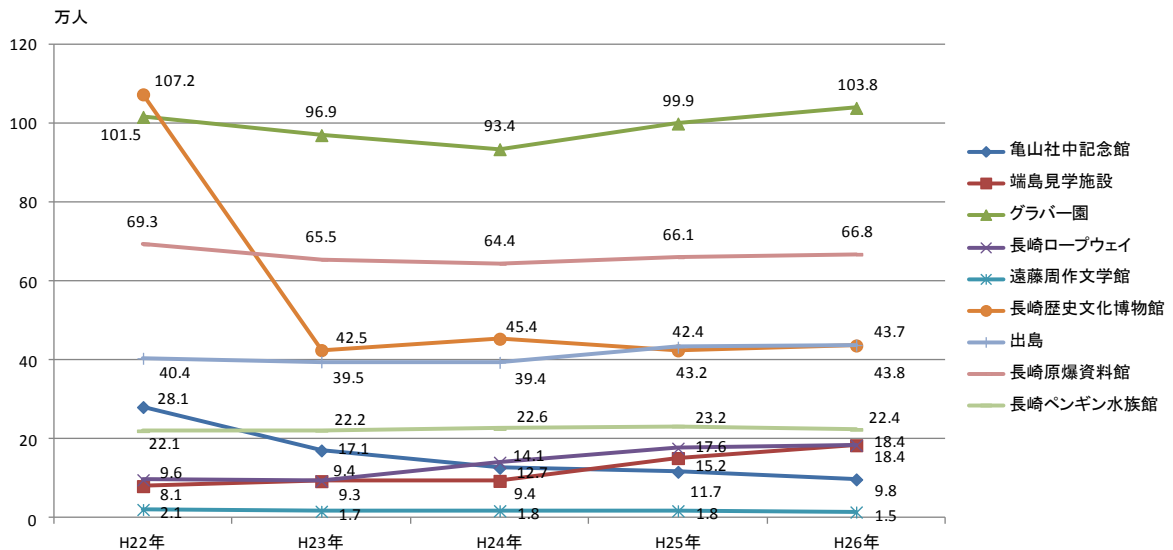
図 2-26 観光客来訪主目的の構成比【単位：%】



オ まち歩きの実施 「マップ等で自由にまち歩き」51%。「ガイド付きのまち歩き」4%、「まち歩き実施予定なし」45%。

カ 観光施設への訪問 グラバー園 75%、大浦天主堂 50%、出島 46%、長崎原爆資料館・平和公園 46%の順。なお、観光施設の入込状況は、図のとおり。

図 2-27 主要観光施設等の入場者数



キ 祭りや行事の認知度 長崎くんち 83%、精霊流し 56%、長崎ランタンフェスティバル 53%、ペーロン選手権大会 28%、長崎帆船まつり 16%の順。

ク 食事の傾向 ちゃんぽん・皿うどん等の中華料理 83%、魚料理 18%、トルコライス 17%の順。

ケ 土産品購入の傾向 カステラ 84%、角煮まんじゅう 20%、ちゃんぽん・皿うどん 17%の順。

コ 長崎市以外の訪問先 佐世保市（ハウステンボス） 24%、福岡県 14%、雲仙・小浜 14%の順。

サ 市内観光への要望 案内板等の整備 25%、交通の便の改善 21%、駐車場の整備 20%の順。

シ 満足度（旅行全体） 大変満足 54%、やや満足 45%。

ス 再訪意向 93%が再訪意向あり。

3 これまでの観光振興の主要な取組みと成果

(1) 観光振興に関する計画

長崎市においては、次に示すように、長崎市第四次総合計画「前期基本計画」を策定するとともに、同計画を踏まえ、観光戦略とアクションプランを国内・国外観光客の対象別に策定し、観光振興を図ってきました。

長崎市第四次総合計画「前期基本計画」

【計画期間：平成 23 年度～平成 27 年度】

次の基本施策と個別施策により進行管理を行い、観光振興を図っています。

ア 交流拠点としての機能を高めます

- (ア) コンベンション機能の充実を図ります
- (イ) 国際ゲートウェイの機能を再構築し、交流のための都市機能の充実を図ります

イ 観光交流で賑わいを創出します

- (ア) 長崎独自の資源を掘り起こし、磨きます
- (イ) 観光推進体制を整備・強化し、国内外に情報を発信します
- (ウ) 国際観光への取組みを推進します

長崎市観光戦略、長崎市観光戦略アクションプラン・観光地づくり実施計画

【計画期間：平成 24 年度～27 年度】

次の観光戦略の 3 つの柱に基づき、アクションプランを設定し、観光振興を図っています。

ア 長崎にしかない魅力を磨く

イ 観光とまちづくりの推進

ウ 観光推進態勢の強化

長崎市アジア・国際観光戦略、長崎市アジア・国際観光アクションプラン

【計画期間 第 1 期：平成 23～25 年度、第 2 期：平成 26～28 年度】

次の 2 つの柱に基づき、観光振興を図っています。

ア 受入体制の整備

イ 誘致活動・情報発信の強化

- (2) **長崎市観光戦略アクションプラン・観光地づくり実施計画における主な取組み**
 長崎市観光戦略の3つの柱の基に、さらに各施策別に体系付けて事業の進捗管理を行いました。各施策別の主な取組状況は次のとおりです。

I 長崎にしかない魅力を磨く

① 歴史の魅力を活かした個別事業

- ア 長崎さるくの定着・拡充（長崎さるくキャンペーンによるマップやコース設定の見直し等）
- イ 出島第Ⅲ期建造物の復元及び活用（出島表門橋、6棟整備等）
- ウ 歩いて楽しいまちづくり（まちなか軸）の取組み（まちなか魅力新発見等）
- エ 唐人屋敷跡の整備及び活用（唐人屋敷象徴門の設置等）
- オ ながさき歴史の学校創設の取組み

【主な取組みと成果】

長崎さるく博'06から10周年を前に、長崎さるくキャンペーン事業としてさるくマップやコース設定の見直しを実施し、修学旅行対応や料金体系等について検討しています。また、出島では、第Ⅲ期建造物の復元工事に着工し、平成28年度秋には6棟復元が完了予定であり、平成29年度には出島表門橋架橋を見込んでいます。

歩いて楽しいまちづくりについては、新大工から大浦に至るまちなか軸にある新大工、中島川・寺町、浜ん町・銅座、新地・館内、東山手・南山手の各エリアの魅力を高める仕組みとこのエリアを連動させる軸づくりに向けた観光メニュー及びルートづくりの取組みとして、長崎史談会との協働でまちなか魅力新発見事業を推進し、まちなか軸の歴史を当時の住民の方からの聞き取り調査や文献調査等に基づき、『まちなかガイドブック』Ⅰ・Ⅱを発行しました。さらに、唐人屋敷エリアの一層の顕在化、魅力の向上を図るため、象徴門資料館を設置しました。

ながさき歴史の学校については、歴史研究団体のネットワークにより、市民が教え、市民が学ぶまちづくりを目指し、ながさき歴史の学校が平成26年度の準備会を経て、平成27年度に開校しました。

② 風景と自然の魅力を活かした個別事業

- ア 夜景観光の推進を図るための稲佐山等の魅力向上（稲佐山・鍋冠山整備、観

光施設ライトアップ・イルミネーション整備)

イ 合併地区の観光資源の活用（野母崎水仙まつり、グリーンツーリズム¹推進、野母崎海の健康村運営見直し等）

ウ 長崎港周辺の活用（長崎帆船まつり開催、観光丸の活用促進等）

【主な取組みと成果】

稲佐山の魅力向上に向けて、平成 26 年度に稲佐山山頂展望台の写真撮影のメモリアルスポットとしてツリー型・ハート型のモニュメントを設置し、平成 27 年度においては、山頂鉄塔のライトアップを進めています。また、稲佐山以外の視点場の顕在化に向けて、平成 27 年度に鍋冠山整備事業を実施しています。

平成 7 年度から実施している観光施設ライトアップについては、ライトアップ施設を拡充するとともに、使用電気料の増加による環境負荷の低減を図るため、LED化改修を実施しました。

さらに、平成 21 年度から実施している「長崎クリスマス」でのイルミネーションを継続して実施し、平成 26 年度にはグラバー園全体にイルミネーションを設置する等、エリアを拡大し、より一層の魅力向上を図りました。

次に、合併地区の豊富な自然を活かした観光の推進については、グリーンツーリズムのホームページやPR冊子の作成を行いました。さらに、バスツアー・タクシーツアーや修学旅行生等誘致事業を実施しました。

③ 文化の魅力を活かした個別事業

ア 世界遺産への登録推進と整備、観光振興（世界遺産登録推進、駐車場・トイレ整備、案内板・説明板整備、シャトルバス実証実験等）

イ 夜型イベントの創出等（長崎ランタンフェスティバル、長崎クリスマス等の実施）

ウ 市民文化活動の活用（長崎郷土芸能大会開催、郷くんちの情報発信）

エ 食と物産の開発（ながさきの食・魚の魅力発信、ながさき和・華・蘭グルメフェスタ）

¹ 「グリーンツーリズム」：都市部に住む人たちが自然豊かな農山漁村地域に滞在し、様々な体験を通じ、地元のひとたちと交流を図りながら、自然・文化に触れ、人・地域と一緒に楽しむ新しいスタイルの滞在型余暇活動の総称。

【主な取組みと成果】

「明治日本の産業革命遺産」・「長崎の教会群とキリスト教関連遺産」（以下「長崎の教会群」と表記。）の世界遺産登録推進を図るとともに、登録後の観光客の増加を見据えた受入態勢の整備を実施しました。長崎の歴史・文化に基づく夜型イベントとして、中国の春節を祝う長崎ランタンフェスティバル、クリスマスの時期に合わせ大浦天主堂を含むグラバー園周辺や水辺の森等をエリアとするイルミネーションイベント長崎クリスマス等を実施しました。また、地域に根差す市民文化活動を推進するとともに、観光資源として活用するため、長崎郷土芸能大会の開催や長崎くんちの踊り会場の整備や郷くんちの情報発信を行いました。

食と物産の開発については、長崎市観光イメージアップ土産品開発支援事業を推進し、新たなお土産品開発のコンテスト開催及び商品PR等の取組みを推進しています。また、全国に十分に知られていない長崎の食と物産の魅力向上を図るため、魚をはじめとした長崎の食の魅力発信に努めるとともに、ながさき和・華・蘭グルメフェスタ等食のイベントを開催しました。

④ 産業都市としての魅力を活かした個別事業

ア 産業観光の推進（池島炭鉱ツアー、三菱史料館等の見学ツアー）

【主な取組みと成果】

平成23年度に長崎さるく特別メニューとして実施した「池島炭鉱坑道体験ツアー」が好評であったことから、平成24年度以降継続して実施しました。

また、同じく長崎さるくの特別メニューとして「三菱重工業（株）長崎造船所工場見学ツアー」を平成23年度に3回、平成24年度に2回、平成25年度に1回実施しました。

さらに、平成27年度に「明治日本の産業革命遺産」が世界遺産に登録され、三菱構内の資産は原則非公開ですが、そのうち旧木型場は現在史料館として唯一公開されています。平成27年7月から長崎駅発のシャトルバスを運行し、アクセス向上を図るとともに、スタッフを増員して、1日最大200名の受入れができる態勢としています。また、小菅修船場跡と高島炭坑（北溪井坑跡）においては、土日祝日を中心に地元の案内ボランティアを配置し、観光客の満足度向上を図っています。端島については、上陸（見学）施設を整備して、船会社が案内スタッフを配置し見学者の受入れを行っています。

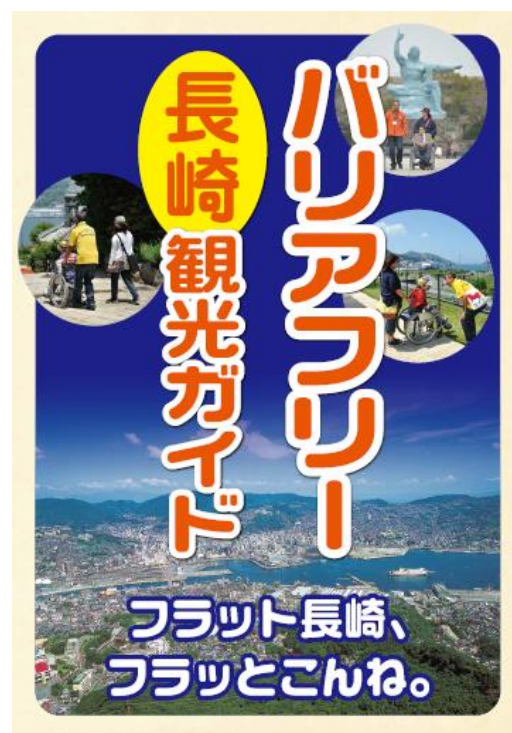
II 観光とまちづくりの推進

- ア ユニバーサルデザインの推進（バリアフリー観光の推進（ガイドブック・ホームページ製作、研修会の実施）
- イ 環境美化の推進（アダプトプログラムの推進、花のあるまちづくり等）
- ウ MICE環境の整備（MICE施設検討）
- エ 交通アクセスの整備・充実（九州新幹線西九州ルート建設促進等）

【主な取組みと成果】

長崎バリアフリー推進協議会との連携により、観光施設・宿泊施設等のバリアフリー対応状況の調査及びウェブサイトやガイドブックを通じた情報発信、公共交通機関の運転手などを対象とした実技研修会を実施し、平成26年度の「長崎がんばらんば国体・大会」の際にはガイドブックの配布を行いました。また、長崎さるくにおけるバリアフリーコースの設定を実施しました。

その他、環境美化の推進を図るため、地域の企業や団体と連携して地域の清掃を行ってもらうアダプトプログラムや、年間を通じて楽しめる四季折々の花を中心市街地の主要な観光ルートの道路植樹帯に植栽し整備する花のあるまちづくりを推進しました。



ガイドブック「バリアフリー長崎観光ガイド」

Ⅲ 観光推進態勢の強化

① 動向調査と立案・実施・検証過程の確立

ア 観光動向調査の定例的な実施及び検証の推進（観光動向調査の実施、観光戦略アクションプランの進行管理）

【主な取組みと成果】

観光動向調査について、平成 21 年度から 25 年度まで及び 27 年度に実施したほか、23・25 年度に軍艦島上陸観光動向調査、25・26 年度に夜景観光動向調査を実施し、磨き上げを行った観光資源に対する観光客の動向等について分析を行い、適宜、事業に反映させて推進しています。また、大型イベントの長崎ランタンフェスティバル及び長崎帆船まつりについては、集客数・経済波及効果の調査分析結果により、検証を行い、今後の計画・実施に活用しました。観光戦略アクションプランについても、各事業の進捗状況を調査し、進行管理を行っています。

② 効果的な観光情報の発信

ア 大都市圏における情報発信及び福岡を中心とした九州圏内への情報発信（大阪等でのランタン P R 等）

イ ICT を活用した観光情報の発信（ホームページのリニューアル、SNS による情報発信）

ウ 長崎独自の観光素材の効果的なアピール（J R 九州・西日本との連携事業等）

【主な取組みと成果】

ホームページのリニューアルにより利便性の向上を図るとともに、情報拡散力の高い SNS を活用した情報発信を実施した。また、海外の観光客への情報発信のため、多言語化を図りました。

平成 28 年度のデスティネーションキャンペーン²に向けたプレキャンペーン等の活用により、県内自治体、J R 九州・西日本など交通事業者と連携して効果的な P R を実施しています。

² 「デスティネーションキャンペーン」：J R と指定された自治体、地元の観光事業者等が協働で実施する大型観光キャンペーンのこと。

③ 観光・コンベンション誘致体制の強化

- ア 長崎国際観光コンベンション協会の企画及び販売力等の強化（民間企業の人材登用による着地型商品造成等）
- イ 観光関連団体との連携及び広域観光の推進（長崎県観光連盟との連携による誘致、ハウステンボスとの連携による宣伝、大分市等との着地型商品の造成連携）

【主な取組みと成果】

長崎国際観光コンベンション協会との連携により、観光・コンベンション誘致の効果的な実施を図るとともに、補助金・負担金等を通じて体制の強化を行いました。

また、長崎県観光連盟やハウステンボス、さらに県外都市との連携により、大都市圏での効果的な誘致活動を実施するとともに、広域観光の推進を図りました。

④ 観光案内体制の充実

- ア 観光ニーズに即した観光案内体制の整備（総合観光案内所の無線 LAN 等インターネット環境の整備、石碑説明板等の四カ国語化）
- イ おもてなし観光の推進（長崎県総おもてなし運動の推進、観光ネットワーク推進協議会による情報共有等）

【主な取組みと成果】

新たな観光動向・ニーズに即し、総合観光案内所の無線 LAN 環境の整備や、説明板・案内板の多言語表記（四カ国語化）を実施した。また、「明治日本の産業革命遺産」の世界遺産登録に合わせ、世界遺産観光案内所を設置し、合併地区も含めた周遊につなげるためのアクセスの案内、外国語（英語・韓国語）対応可能なスタッフの配置などを実施しました。

さらに、長崎県と連携した総おもてなし運動の推進を図るため、観光ネットワーク推進協議会を設置し、情報共有を図り官民一体となったおもてなし観光の推進に努めました。

(3) 長崎市アジア・国際観光アクションプランにおける主な取り組み

満足度日本一の国際交流都市「長崎」を実現し、平成 32 年までに外国人延べ宿泊者数を 60 万人まで増加させることを目標とした長崎市「アジア・国際観光戦略」を平成 23 年 3 月に策定しました。

外国人観光客が快適に長崎の滞在を楽しむための「受入体制整備」と海外における「誘致・情報発信」の強化を柱として、九州観光推進機構、長崎県をはじめ官民連携で取り組んでいます。なお、10 年間の計画期間を 3 期に分け、期間ごとのアクションプランを設け、情勢に即した事業を推進しています。

① 受入体制の整備

第 1 期アクションプラン（平成 23～25 年度）においては、市内交通拠点及び観光施設等における多言語案内板の設置、ピクトグラムの設置、多言語マップの整備等「受入体制整備」に重点的に取り組んだほか、平成 24 年 3 月観光庁による「訪日外国人旅行者の受入環境整備に係る地方拠点」の認定を受け、他都市に先駆け多言語コールセンターを設置しました。

第 2 期アクションプランにおいては、官民連携した無線 LAN 環境整備、商店街における免税店舗の拡充、飲食店における多言語メニュー導入の促進を図り、来訪者の満足度を高めるとともに、地域における消費拡大に取り組んでいきます。

ア コミュニケーションの円滑化

(ア) 無線 LAN 等インターネット環境の整備

(イ) 多言語表記案内板・ピクトグラムの整備、普及（端島炭坑や教会群等世界遺産候補の施設周辺の歩行者誘導サインの充実及び多言語表記の整備）

(ウ) ICT による着地情報発信ツールの整備、充実（ホームページ「あっ!とながさき」の内容充実及び多言語化・スマートフォン対応、韓国向けスマートフォンによる観光情報発信の充実）

イ 滞在を楽しめる環境整備

(ア) 宗教・文化的違いに配慮したおもてなしの醸成（写真付多言語メニュー等、食の嗜好に対応した受入体制の充実、宿泊施設と連携したムスリム³観光客の受入体制の整備）

(イ) ショッピングを楽しむ環境の充実（商店街等と連携したクレジットカード利用店舗の拡充、免税店等の誘致）

³ 「ムスリム」：アラビア語でイスラム教徒のこと。

(ウ) 思い出を売る「体験（アクティビティ）」の開発（長崎でしかできない体験プログラムの開発及び内容充実）

(エ) 外国人宿泊者限定ディスカウントカードの普及促進（取り扱い宿泊施設及び観光施設の拡充と周知徹底）

ウ 交通手段の充実

(ア) 福岡からの二次交通の充実

エ 着地でのニーズの把握

(ア) 訪日外国人、宿泊施設、観光施設等へのニーズ調査（定期的なアンケートの実施）

(イ) モニター調査等の実施（留学生等在住外国人による案内板・パンフレット等のチェック）

【主な取組みと成果】

外国人旅行者の市内移動の際の言語バリアフリー化を行うため、主要電停・バス停における多言語案内板の設置、タクシーの車内で利用できる指さし会話シートを全車配布するなどの取組みを行いました。

また、韓国市場においては、個人旅行者が多いことから、着地情報を効率的に提供できるよう、長崎県・佐世保市と連携しスマートフォンアプリを開発し普及を図りました。特に、外国人宿泊者を対象とした市内観光施設の割引制度については、観光客の満足度を高めると同時に、市内への宿泊の動機づけにつながっています。

② 誘致活動・情報発信の強化

ア 情報発信の強化

(ア) 世界遺産（候補）の活用

(イ) 長崎の「食」の魅力発信（しっぽく料理をはじめとする長崎の豊かな食文化及び料亭・検番等ラグジュアリー素材の情報発信）

(ウ) 長崎らしい「和」の演出（寺町界限、出島、検番等を活用した「和」のイメージの発信、「まちぶらプロジェクト」との連携）

(エ) 外国人向けさるくの魅力発信（市場や商品に応じた「さるく」の紹介及び情報発信）

(オ) ロケーション撮影誘致（映画・ドラマなど発信力のあるメディアのロケーション撮影誘致による認知度向上とイメージアップ）

イ 教育旅行の誘致

- (ア) 訪日教育旅行での学校交流行事の充実、発信（海外のニーズに応じた交流プログラムの拡充と情報発信）
- (イ) 文化・平和等体験学習プログラムの充実、発信（民間団体等と連携した長崎らしい体験プログラムの充実と情報発信）

ウ MICE の誘致

- (ア) キーパーソンの招聘事業等の実施（企業、各種大会関係者及び旅行社等キーパーソンの招聘）
- (イ) ユニークベニュー⁴の提案（歴史的な建築物、神社・仏閣、博物館・美術館等を活用した会場提供）
- (ウ) アフターコンベンション、エクスカーション⁵の充実（世界遺産候補等多彩な観光素材の活用）

エ 個人旅行の誘致

- (ア) 継続的なブランドイメージの発信（SNS、YouTube 等を活用した個人への情報発信及び拡散）
- (イ) モデルコースと魅力的な体験プログラムの情報発信
- (ウ) 宿泊予約・着地情報の充実（交通機関やレンタカー店と連携した交通・アクセス情報の提供、宿泊施設等ホームページの多言語化の促進）

オ クルーズ客船の誘致

- (ア) キーパーソンの招聘事業等の実施（船社及び旅行社等キーパーソンの招聘）
- (イ) 夜景観光等、停泊時間を長くするための素材の提案
- (ウ) 上陸後の顧客満足度の向上（料亭・検番等ラグジュアリー素材、魅力的なモデルコースの提案、入出港時の歓迎・見送りなど市民参加型のおもてなしの充実）

【主な取組みと成果】

長崎空港又は福岡空港に直行便が就航する国・地域を対象市場とし、「ゴールデンルート」、北海道、関西、中部等エリアの旅行経験がある訪日リピーターを主要ターゲットに、各市場の旅行成熟度や訪日旅行市場の状況を踏まえ、効果的・効率的な誘致活動及び情報発信に取り組んでいます。

⁴ 「ユニークベニュー」: 「特別な会場」「特別な場所」の意味。美術館、博物館、歴史的建築、文化施設などで会議やレセプションなどを開き、それによって特別感や地域特性、情緒を感じさせることのできる会場。

⁵ 「エクスカーション」: 訪問場所でガイドの解説を聞くとともに参加者が実際の体験や議論を通じて地域の自然、歴史、文化等への理解を深める見学会。

第2期アクションプランにおいては、世界遺産、世界新三大夜景、平和都市など世界レベルの素材を活用し情報発信を強化するとともに、ラグジュアリーツアーの誘致など、高付加価値化を図ることとしています。

(4) アクションプランの結果と検証等

継続した資源の掘り起こしと磨き上げにより、平成24年の世界新三大夜景、平成27年の日本新三大夜景への認定につながったほか、同年には「明治日本の産業革命遺産」が世界遺産に登録されました。また、出島は、平成28年度に6棟復元、平成29年度に出島表門橋架橋が見込まれ、着実に進捗が図られています。

観光客数については、平成27年度の目標としていた630万人を前年に達成し、宿泊客数についても夜景観光による宿泊滞在型観光の推進効果で増加しています。また、国際クルーズ客船乗客・乗務員数については、平成27年の目標8万人を、平成26年で19万7千人と大幅に超えている状況であり、平成27年はさらに増加する見込みです。このほか、観光消費額も1,243億円に達する等、全体的な観光振興の効果は出ています。

一方、外国人延べ宿泊者数については、平成26年に21万3千人まで伸びたものの、平成27年の目標30万人の達成は厳しい状況です。

また、MICEの推進については、長崎がんばらんば国体・大会の成果もあり、平成26年のMICE参加者数の目標39万人を超え、51万7千人を達成したものの、近年のMICE参加者数は30万人台で推移しています。

表 2-1 目標数値の達成状況

		基準値 平成 21 年	実績値 平成 26 年	達成率	目標値 平成 27 年
観光客数		559 万人	631 万人	100.2%	630 万人
宿泊客数		240.2 万人	274 万人	91.3%	300 万人
観光消費額	連泊考慮 なし	751 億円	855 億円	100.6%	850 億円
	連泊考慮 あり (再算定)	1,109 億円 (22 年)	1,243 億円	102.2%	1,216 億円
コンベンション 開催件数		1,034 件	1,019 件	92.6%	1,100 件
			1,071 件 (25 年)	97.4%	
コンベンション 参加者数		36.9 万人	51.7 万人	129.3%	40.0 万人
			36.6 万人 (25 年)	91.5%	
外国人延べ宿泊者数		16.3 万人	21.3 万人	71.0%	30.0 万人
国際クルーズ客船 乗客・乗務員数		60,381 人	197,223 人	246.5%	80,000 人

4 今後の観光動向の見込みと長崎市の観光の課題

(1) 今後の観光動向の見込み

ア 訪日外国人客数の増加

平成 27 年の訪日外国人旅行者数は、日本政府観光局（JNTO）の推計によると、1,973 万 7 千人と過去最高を記録しました。国は平成 32 年に訪日外国人客数 2,500 万人（平成 28 年に 1,800 万人）を目標に掲げていますが、計画年度に前倒して目標値を達成すると見込まれています。

観光庁の訪日外国人消費動向調査によると、平成 26 年の訪日外国人旅行者のうち、56%が地方（首都圏及び近畿圏の 2 大都市圏以外をいい、2 大都市圏及び地方を訪問する旅行者又は地方のみを訪問する旅行者）を訪問しています。

イ クルーズ船入港隻数の増加

世界のクルーズ人口は急速に増加しており、2000 年に 1,030 万人でしたが、2010 年には 2,116 万人となっています。今後は、特にアジアにおいて、経済成長とともにクルーズ人口が急増するといわれています。

国は、平成 32 年にクルーズ船で入国する外国人旅客数 100 万人を目標としていましたが、平成 27 年に約 112 万人と前倒して達成しています。なお、平成 27 年に外国船社及び日本船社が運航するクルーズ船が国内港湾へ寄港した回数は、過去最高の 1,452 回となりました。港湾別の寄港回数では、博多港の 259 回に続き、長崎港は 131 回と第 2 位の実績となっています。

ウ 世界遺産観光客の増加

平成 27 年 7 月に「明治日本の産業革命遺産」が世界遺産に登録されました。さらに、「長崎の教会群」においては、平成 29 年度の再推薦と平成 30 年の登録に向けて取組みを進めています。世界遺産に登録された場合、世界遺産を主目的に来訪する観光客数は、平成 24 年度に実施した「長崎市の世界遺産実現による経済効果推計業務調査報告書」（公益財団法人ながさき地域政策研究所）によると、登録初年度に「明治日本の産業革命遺産」で 6.5 万人～26 万人（中間値：約 16 万人）、「長崎の教会群」で 11 万人～26 万人（中間値：約 19 万人）が見込まれ、両遺産が登録された場合はさらに約 3 万人が見込まれます。また、2 年目以降は「明治日本の産業革命遺産」で 153.6 万人、「長崎の教会群」で 154.5 万人の潜在的来訪意向者があると推計されています。

(2) 長崎市の観光の課題

(1)のとおり全般的に観光客の増加が見込まれる好機にある中、課題として次に掲げる項目が考えられます。

ア 長崎独自の観光資源のさらなる磨き上げが必要

国が掲げる地方創生・観光立国のもとで、これまで観光に取り組んでいなかった都市も観光振興施策の充実に取り組んでおり、地域間競争は激化しています。訪日外国人旅行者数が増加する一方、国内旅行延べ旅行者数は国内の人口減少に伴い減少していくことが予想されますが、観光を主要産業の一つとする長崎市においては、豊富な観光資源を活かし、ニーズをとらえた一層の観光資源の磨き上げと更なる掘り起こしに取り組むことで、魅力の向上による誘客を図る必要があります。

イ 戦略的な事業展開のためのデータ分析と効果的な情報発信が不十分

現在、観光動向調査分析や同調査結果に基づく経済効果分析のほか、長崎ランタンフェスティバル等のイベント調査分析等を行っていますが、観光客の動向や多様化するニーズを的確に捉えるためにはデータの収集・分析が不十分です。また、宿泊施設の稼働状況・施設の現況調査等の精度を上げ、市内の受入態勢を正確に把握しておく必要があります。

また、効果的な情報発信や受入態勢の整備等を行っていくためには、ターゲットに応じたプロモーションや受入態勢整備のための戦略の策定や施策の展開、さらに成果検証を経て計画や施策の見直しといったPDCAサイクルを確立する必要があります。

年間の観光客数は増加していますが、6月及び12月から2月については、観光客数が少なく閑散期となっています。祭りやイベントの活用等による閑散期における観光客の底上げで高位平準化を図り、通年型観光を推進することで、宿泊施設の稼働率を高めるとともに、コンシェルジュ機能を高めるなど生産性の向上を図り、観光関連産業の経営安定化や強化を図る必要があります。

特に宿泊施設については、行楽シーズンや修学旅行シーズン等の繁忙期において宿泊客が集中するため、宿泊収容数が不足する場合がありますが、通年の状況としては、繁忙期以外の平日においては余裕がある状況です。したがって、年間を通しての観光事業者の経営を考えると、閑散期や平日への宿泊者・施設入館者の誘導やそのための施策の推進が必要です。

ウ 外国人観光客の受け入れやリピーターの獲得のための態勢整備やおもてなしの充実が不十分

国が平成 32 年までに訪日外国人客数 2,500 万人を掲げて取り組んでおり、長崎市においても外国人観光客は増加傾向です。平成 28 年 1 月に「観光立国ショーケース」に選定されたことに伴い、平成 32 年に向けて更なる誘客に向けて誘致を推進するとともに、受入態勢の充実を図るために、外国人観光客の動向を的確にとらえ、交通結節点における多言語による観光案内の充実や免税店舗の拡充等が必要です。

また、国内人口の減少に伴い国内旅行客の減少が懸念されますが、観光動向調査によると長崎市の観光客のうち国内観光客では 63.7%（平成 25 年～平成 23 年平均）がリピーターであることから、リピーターを継続して誘致するために、来訪時の満足度向上を図るとともに、再来訪を促す体験型観光等の観光資源を効果的に情報発信する必要があります。

修学旅行客については、少子化による影響で国内修学旅行の減少が懸念されますが、今後のリピーター候補としても重要であり、平和学習や 2 つの世界遺産をはじめ、教育に資する資産が豊富なことから、これらに加えて体験型観光メニューの充実を引き続き図るとともに、海外修学旅行客については、国際交流を深めること等により、国内・海外ともに修学旅行客の一層の誘客を図る必要があります。

エ 観光消費の拡大に向けた仕掛けづくりが必要

今後、市内人口の減少に伴い、市民による市内消費額の減少が見込まれますが、市内総生産における比率が高まっている観光消費によりこれを補うことが期待されています。観光消費額は、観光客数に観光消費単価を乗じて算出するため、観光客数の増加も必要ですが、観光消費単価をいかに上げるかが重要です。滞在時間を延ばし、地域での消費を促す仕組みとして、体験型観光等を取り入れた着地型旅行商品の企画造成や「あと 1 品」になるお土産品の開発等が必要です。また、外国人観光客のための情報発信や外国人観光客が買い物をしやすい環境の整備が不十分です。

主要な観光施設では入場者数が増加又は維持されている一方、比較的認知度の低い施設では、入場者数が減少傾向にあります。滞在型観光の推進に向けて、観光客に周遊してもらうためには、豊富な観光資源をつなぐストーリーが必要です。同一旅行で佐世保等近隣都市を訪れる県外観光客もいることから、広域連携を図

ることにより、長崎県全体又は九州全体の魅力向上を図る必要があります。

また、市内のホテル業態としては、エコノミーやバジェットタイプであり、ラグジュアリーやハイエンド⁶のホテルがない状況であり、今後、宿泊客の顧客階層を拡大するために、グレードの高いホテルの確保が課題といえます。

オ 広域観光の推進に向けた他の自治体等との連携強化や交通基盤整備の推進が必要

広域での周遊観光の誘致に向けて、他の自治体等との連携が不十分です。特に外国人観光客の誘致に当たっては、広域でのさらなる連携強化が必要です。

クルーズ船の入港実績が増加傾向にあります。今後も引き続き増加を図るためには、松が枝国際観光船埠頭 2 バース化の推進を図る必要があります。また、長崎市の交流人口拡大を一層促進するうえでも、長崎空港の 24 時間化の推進が必要です。

九州新幹線西九州ルートの開業は、観光振興計画 2020 の計画期間後の平成 34 年の見込みですが、これまでに新たに新幹線が開通した都市を見ると、いずれも新幹線開通後に観光客数を増やしており、新幹線の開通に伴う移動時間短縮効果による観光客数の増加、さらにはそれに伴う経済波及効果が期待されることから、早期開業に向けた、円滑な整備推進が必要です。

さらに、観光客の来訪手段としては自動車が多いため、九州横断道長崎大分線における長崎 I C～長崎多良見 I C の四車線化の整備推進も必要です。

カ 持続可能な観光推進体制の構築が必要

これまでも施設の指定管理制度の導入や県、観光連盟等との連携による観光振興を進めてきましたが、明確な方針と役割分担の共有化がなされていない状況です。

今後、持続的な観光振興を図るためには、産学官のより強固な連携や国、県等との広域連携が必要です。また、観光産業に携わる人材育成の促進も急務であり、異業種交流等によるイノベーション創出や民間事業者のセールスやおもてなしの強化を図るための施策を検討することが必要です。

⁶ 「エコノミー」、「バジェット」、「ラグジュアリー」、「ハイエンド」：ホテルの分類であり、客室単価が「エコノミー（普通）」は 1 万円台、「バジェット（低料金）」は 1 万円未満、「ラグジュアリー（最高級）」・「ハイエンド（高級）」は 3 万円以上のものをいう。なお、「ミドル」は、2 万円以上。

表 2-2 長崎市の観光・交流に関するSWOT分析

	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strengths) <ul style="list-style-type: none"> 平和都市としての世界的知名度の高さ 440年以上の歴史を持つ国際交流のまち 国際交流により育まれた「和華蘭」文化 異文化が融合した美しいまち並み 離島・半島地域の豊かな自然 地域資源の豊富さ・多様性 斜面市街地が創り出す立体的な夜景 (世界新三大夜景・日本新三大夜景の認定) 豊かな食文化 宗教の共存 アジアから福岡空港への直行便の多さ 個人旅行に適したまちのコンパクトさ 市民のおもてなし力の高さ 	弱み (Weaknesses) <ul style="list-style-type: none"> 都市ブランドの未確立 海外での観光都市としての認知度の低さ 着地情報・広域観光情報の発信不足 外国人観光客受入態勢の不足 タイ語など多言語対応ガイドの不足 繁忙期の宿泊収容能力の限界 富裕層受入能力の低さ 斜面市街地における環境整備不足 バリアフリー対応の遅れ(地形的困難) 滞在型・交流コンテンツの不足 九州の主要都市からの2次交通の弱さ 市内路線バスの使いにくさ 長崎空港の国際便の便数の少なさ (アウトバウンド人口の少なさ)
	機会 (Opportunity) <ul style="list-style-type: none"> 観光立国ショーケース選定に伴う受入態勢整備の加速及び情報発信の強化 産学官金労言の観光まちづくりに対する意識の醸成 円安によるインバウンドのさらなる拡大 中国クルーズ市場の拡大に伴う寄港数増 商店街における免税店舗の拡充 九州広域周遊ルートとの連携強化 九州新幹線西九州ルートの整備(2022年) 新幹線開通に伴う長崎駅周辺の整備促進 松が枝国際観光船埠頭ターミナルの2バース化 2つの世界遺産登録(予定) 国指定史跡「出島」の復元促進 公有施設・民有施設の活用の余地 	脅威 (Threat) <ul style="list-style-type: none"> 国内人口減少に伴う国内旅行需要、旅行消費の減 少子化に伴う国内修学旅行需要の減 世界遺産の保全・維持費の財政負担増 繁忙期の宿泊施設不足・貸切バス不足 国際関係の悪化に伴うクルーズ客船の寄港減のリスク 訪日客の母国の経済不況 少子高齢化の進行に伴う農業・漁業の担い手不足 市民ボランティアガイド等の高齢化 若年層の地元定着率の低さ (最低賃金の低さ) 新幹線開通によるストロー現象
外部環境		

1 計画目標

本計画においては、交流人口の増加・賑わいの創出により、経済の活性化を図り、若者が安心して働ける、やりがいのあるしごとを生むとともに、歴史と文化に彩られた長崎のまちの魅力を再認識できるまちづくりを通じて定住人口の維持・増加につなげていくことを目的としています。そこで、本計画における主要な目標（K P I：重要業績評価指標）は、次のとおりとします。

ア 交流人口の増加・賑わいの創出による経済の活性化

人口減少による地域経済の縮小を防ぎ、経済の活性化を図るため、観光客数年間 710 万人、1 人当たりの観光消費単価 22,535 円により、観光消費額（観光客数×観光消費単価）1,600 億円を目指します。

また、観光産業の稼ぐ力を強化し、観光消費による観光関連産業の就業者誘発数 35,600 人を目指します。

表 3-1 交流人口の増加・賑わいの創出による経済の活性化に向けた K P I

K P I		基準値 平成 26 年	目標値 平成 32 年
観光消費額		1,243 億円	1,600 億円
観光客数		631 万人	710 万人
観光消費単価		19,699 円	22,535 円
就業者誘発数（県内）		27,503 人	35,600 人
観光満足度 ^{注1)}		54.3% ※平成 25 年	60%
リピーター率 ^{注2)}	国内 観光客	63.8% ※平成 25～23 年の平均	67%
	外国人 観光客	—	14.5%

注 1) 観光満足度は、観光動向調査における「大変満足」の回答割合を示す。

注 2) 外国人観光客リピーター率は、平成 24 年度調査時は 11.2%。なお、平成 26 年訪日外国人消費動向調査（観光庁）によると 62.4%（全国籍・地域）。

観光客数の増に向けた評価指標として、次のとおり設定します。

表 3-2 観光客数の増に向けた評価指標

評価指標	基準値 平成 26 年	目標値 平成 32 年
延べ宿泊客数	414.3 万人	499.0 万人
うち国内客	393.0 万人	459.0 万人
うち外国客	21.3 万人	40.0 万人
日帰り客数	356.5 万人	397.0 万人
クルーズ客数	19.9 万人	55.0 万人
修学旅行生数	28.5 万人	35.0 万人
M I C E 参加者数	35.6 万人 ※平成 25・24・23 年平均	39.2 万人
主要観光施設入場者数	239.6 万人	286.0 万人
主要イベント集客数	104.2 万人	123.0 万人
ランタンフェスティバル	87.0 万人	100.0 万人
帆船まつり	17.2 万人	23.0 万人

※主要観光施設入場者数は、グラバー園、出島、大浦天主堂、端島見学施設及びロープウェイの入場者数（利用者数）としている。

観光消費単価の増に向けた評価指標として、次のとおり設定します。

表 3-3 観光消費単価の増に向けた評価指標

評価指標	基準値 平成 26 年	目標値 平成 32 年
一般宿泊客観光消費単価 (1 人当たり)	29,395 円	34,900 円
一般宿泊客観光消費単価 (1 人・1 日当たり)	19,935 円	21,800 円
一般日帰り客 観光消費単価	13,318 円	14,900 円
平均滞在日数	1.66 日	1.98 日
宿泊客平均滞在日数	2.51 日	2.65 日

イ 長崎のまちの魅力を再認識できるまちづくり

人口減少による地域の活力・生活の質の低下を防ぐため、長崎独自の歴史・文化等の資源磨きをはじめとした観光まちづくりに取り組むことで、市民が長崎のまちの魅力を再認識してまちに誇りや愛着を感じ、おもてなし活動への参加や情報発信に協力するなど、まちとの一体感を感じることで個人の満足度を高める社会の実現に向けて、長崎のまちなみや景観に誇りを感じる市民の割合87.6%を目指します。

表3-4 長崎のまちの魅力を再認識できるまちづくりに向けたK P I

K P I	基準値 平成 26 年	目標値 平成 32 年
長崎のまちなみや景観に誇りを感じる市民の割合	83.1%	87.6%

※長崎のまちなみや景観に誇りを感じる市民の人数は、市民意識調査において「長崎のまちなみや景観に誇りを感じますか」に対して「そう思う」及び「どちらかといえばそう思う」と回答した人の割合

長崎のまちなみや景観に誇りを感じる市民の割合の増に向けた評価指標として、次のとおり設定します。

表3-5 長崎のまちなみや景観に誇りを感じる市民の割合の増に向けた評価指標

評価指標	基準値 平成 26 年	目標値 平成 32 年
3年以内に観光施設・長崎さるくのいずれにも行っていない人の割合	50.0%	46.5%
実際に観光客への挨拶や清掃活動など、何らかのおもてなしに取り組んでいる人の割合	7.8%	8.5%

※3年以内に観光施設・長崎さるくのいずれにも行っていない人の割合は、市民意識調査において「3年以内に観光施設（グラバー園、ロープウェイ、亀山社中記念館、端島（軍艦島）、ガイド付きの長崎さるくのいずれかに行ったことがありますか」に対して「いずれにも行ったことがない」と回答した人の割合

実際に観光客への挨拶や清掃活動など、何らかのおもてなしに取り組んでいる人の割合は、市民意識調査において「実際に観光客への挨拶や清掃活動など、何らかのおもてなしに取り組むことを考えていますか」に対して「既に取り組んでいる」と回答した人の割合

長崎市観光振興計画2020の施策体系

観光振興の将来像

住む人が誇り、だれもが訪れたいまち
～「交流の産業化」による「人を呼んで栄えるまち」の実現～

現状

- 市内の人口減少と消費低迷の懸念
- 国内人口減少に伴う旅行者の減少
- 訪日外国人旅行者の増加
- 観光振興による地方創生への期待の高まり
- 地域間競争の激化

課題

- 長崎独自の観光資源のさらなる磨き上げが必要
- 戦略的な事業展開のためのデータ分析と効果的な情報発信が不十分
- 外国人観光客の受け入れやリピーター獲得のための態勢整備やおもてなしの充実が不十分
- 観光消費の拡大に向けた仕掛けづくりが必要
- 広域観光の推進に向けた他の自治体等との連携強化や交通基盤整備の推進が必要
- 持続可能な推進態勢の構築が必要

基準値【平成26年(2014年)】

- 観光消費額：1,243億円
- 観光客数：6,306,800人
- 観光消費単価：19,699円
- 就業者誘発数：27,503人(県内)
- 観光満足度：54.3%【平成25年】
- リピーター率：(国内)63.8%【平成23～25年の平均】(海外)－

重点施策と重点エリア

- 重点施策
 - 世界遺産(候補)の保存整備と活用
 - 夜間観光の進化
 - 外国人観光客誘致の取組みの推進
- 重点エリア
 - 中心市街地エリア
 - 浦上エリア
 - 外海エリア
 - 端島を中心とした南部エリア

計画の推進体制

- 計画の進行管理と推進体制
 - P D C Aサイクルによる進行管理
 - 産官学等の連携による推進体制
- 持続可能な推進体制の構築
 - 長崎市版DMOの確立
 - 長崎市版DMOの推進計画

課題の克服に向けた手段＝基本施策

- 長崎独自の歴史・文化等の資源磨き ～ひきつける～
- ビッグデータ等の分析に基づくマーケティングの推進 ～よびこむ～
- 受入態勢の整備とおもてなしの充実 ～もてなす～
- 観光消費拡大の仕掛けづくり ～しかける～
- 広域連携の強化 ～ととのえる～

施策の展開(基本施策・個別施策)

1 長崎独自の歴史・文化等の資源磨き

- 歴史・文化の資源磨き
 - 世界遺産(候補)の保存・活用
 - 歴史文化基本構想等に基づく歴史・文化の保存・活用
 - 出島保存管理計画に基づく国指定史跡の拡大と魅力向上
 - 海外の交流の歴史や平和都市としての情報発信
 - 芸術文化を活かした、まちの魅力向上
- 自然・景観や食文化の活用
 - 夜景の魅力向上
 - 早期観光資源の掘り起こしと活用
 - 周辺地域における地域特有の資源磨きと活用

2 ビッグデータ等の分析に基づくマーケティングの推進

- 観光動向の調査・分析
 - ビッグデータを活用した観光動向・消費動向の分析
 - 観光スマートシティ構想の推進
- 効果的な情報発信
 - 一元的なコンテンツプロモーションの展開
 - M I C E誘致対策の推進
 - 修学旅行の誘致強化
- 通年型観光の推進
 - 祭りの活用
 - 大型イベント(野外音楽・スポーツイベント)等誘致強化

5 広域連携の強化

- 国・県・市町村との連携強化
 - 国との連携強化
 - 九州との広域連携推進
 - 県内自治体・観光施設との連携推進
- 広域観光の基盤整備
 - 九州新幹線西九州ルート(佐賀及び関連事業)の推進
 - 伊松が枝国際観光母頭の2パス化
 - 長崎空港の24時間化
 - 九州横断自動車道長崎大分線における長崎10～長崎多良見10の四車線化

3 受入態勢の整備とおもてなしの充実

- 受入態勢の整備
 - 世界遺産(候補)の受入態勢整備
 - 外国人観光客の受入態勢整備
 - 観光ニーズに即した観光案内体制の整備
 - 交通アクセスの改善
 - 宿泊施設の強化
- おもてなしの充実
 - ユニバーサルツーリズムの推進
 - 専門的な人材の確保と育成に向けた推進体制の見直し
 - ウシビック・プライドとおもてなしの醸成

4 観光消費拡大の仕掛けづくり

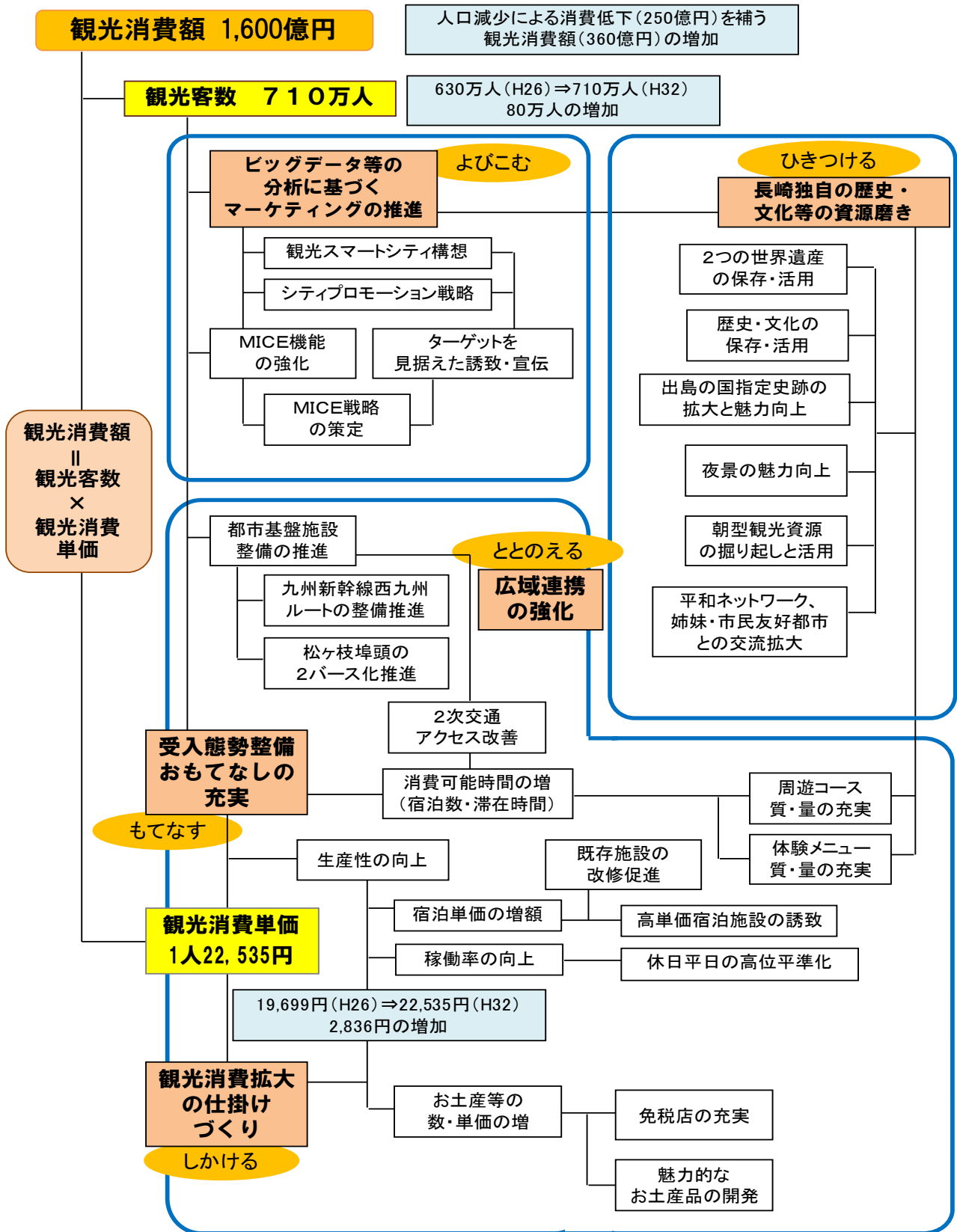
- 観光消費の拡大
 - 着地型旅行商品の企画作成
 - イ食と観光の連携強化
 - 外国人観光客による消費拡大
- 観光をけん引する産業の育成
 - 特区制度の検討
 - 同一テーマにおける他地域との連携

計画目標(KPI:重要業績評価指標)
【平成32年(2020年)】

- 観光消費額：1,600億円
- 観光客数：710万人
- 観光消費単価：22,536円
- 就業者誘発数：35,600人(県内)
- 観光満足度：60%
- リピーター率：(国内)67%・(海外)14.5%



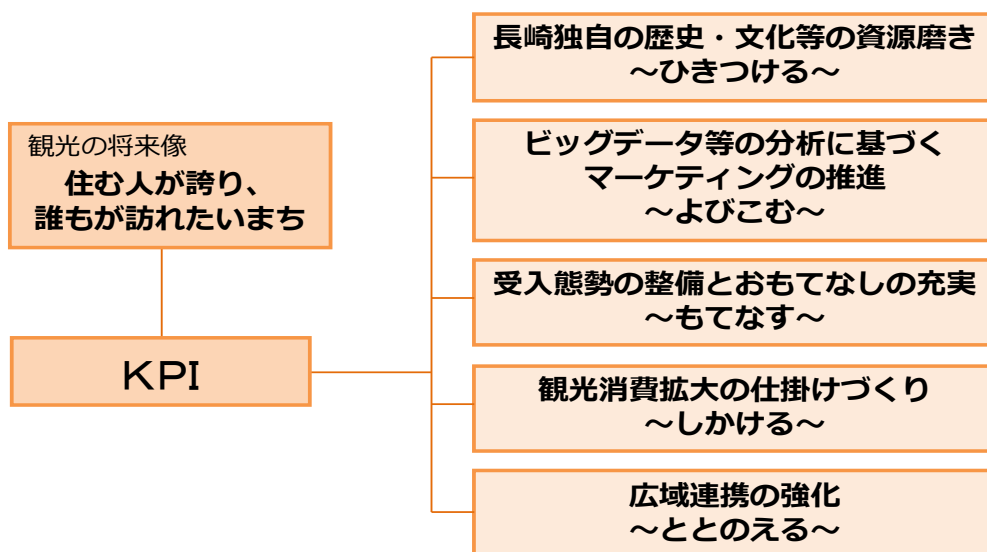
図 3 - 1 観光消費額の達成に向けた事業展開イメージ



3 基本施策・個別施策

本計画で定める観光の将来像である「住む人が誇り、だれもが訪れたいまち」の実現に向けて、計画目標（KPI）の達成を図るため、計画の柱として次の5つを基本施策とします。また、基本施策の5つの柱ごとに、個別施策として効果的な施策を講じ、国・県をはじめ関係機関との連携を図りつつ、官民一体となった取組みを推進します。

- 1 長崎独自の歴史・文化等の資源磨き
～ひきつける～
- 2 ビッグデータ等の分析に基づくマーケティングの推進
～よびこむ～
- 3 受入態勢の整備とおもてなしの充実
～もてなす～
- 4 観光消費拡大の仕掛けづくり
～しかける～
- 5 広域連携の強化
～ととのえる～



基本施策1：長崎独自の歴史・文化等の資源磨き

長崎市には独自の歴史や文化に由来する観光資源が豊富にあることから、その強みを十分に活かしていくことが極めて重要です。旧居留地のグラバー園や出島などをはじめとする長崎を代表する資源や、各所に点在する世界遺産関連資源の磨きのほか、歴史文化基本構想に基づく文化財の保存・活用を進め、長崎ならではの本物の魅力を提供し、来訪者の満足度を継続的に高めていきます。

また、港を中心に広がる斜面地ならではの景観や世界新三大夜景・日本新三大夜景に象徴される長崎の夜景、歴史文化に育まれた多様な街並みなど、魅力ある景観や視点場を有しています。一方、合併地区においては、石積み等の歴史的景観や島、海、温泉、棚田などの地域特有の風景や自然の魅力が豊富であり、一層の活用を図ります。さらに、和華蘭文化の影響を色濃く残した食文化や豊富な魚等の食材も長崎の強みであり、観光素材として重要な食の魅力を活かしていきます。

個別施策(1)：歴史・文化等の資源磨き

ア 世界遺産（候補）の保存・活用

「明治日本の産業革命遺産 製鉄・鉄鋼、造船、石炭産業」については、8県 11 市に存在する23の構成資産で世界遺産価値を示していることから（シリアルノミネーション⁷）、全体価値を理解するための説明戦略を策定します。端島炭坑・高島炭坑については、整備活用計画等に基づく保存・活用を図ります。旧グラバー住宅については、耐震化診断を基に改修工事や展示見直しを進めます。民間が所有する構成資産については、保存修理等必要な整備事業について、国・県とともに費用的・技術的な支援を行い、保存・活用を図ります。

また、世界遺産登録をめざす「長崎の教会群」については、250年に及ぶ禁教期の潜伏を経て復活したという世界の宗教史の中でも稀有な出来事についての理解を深めるとともに、地域住民の祈りの場としての共存を図ります。

イ 歴史文化基本構想に基づく歴史・文化の保存・活用

関係法令や歴史文化基本構想等を踏まえ、歴史的風致維持向上計画及び東山手・南山手地区の魅力向上プラン等を策定することにより、文化財の保存・維持管理及び活用を進めるとともに、民間と連携した市有洋館の有効活用を図ります。また、各施設の強みや関連施設とのストーリー性を活かし、まち

⁷ 「シリアルノミネーション」：複数の連続性のある資産の推薦のことをいう。

づくりの視点や整備手法等を取り入れて、環境整備や修景事業等を行い、地域全体の回遊性を促進します。

さらに、長崎独自の文化等について日本遺産の申請を行うことで、具体的な情報発信、人材育成等の事業につなげます。

ウ 出島保存管理計画に基づく国指定史跡の拡大と魅力向上

出島復元整備工事（6棟復元整備、出島表門橋架橋）を進めるとともに、出島保存復元計画（平成27年度策定）に基づき、史跡拡大を図ります。また、テーマやストーリー性のある施設（出島とシーボルト記念館等）の連携促進等によりソフトにおいてもさらなる魅力向上を図ります。

エ 海外との交流の歴史や平和都市としての情報発信

2つの世界遺産（候補）については、それぞれ、産業や宗教という分野において、海外との交流によって発展、振興してきた歴史や文化を今に伝えるものとなっています。また、出島は江戸時代に、長期に及ぶ鎖国政策のなかで唯一の西欧との交易の窓口でした。これらは長崎市が長きに渡り海外との交流を担ってきた歴史の証であり、長崎市がもつユニークな特性で外国人観光客に対する強みであるといえます。これらを歴史的に理解しやすいようにストーリー化し、海外に向けて発信することで外国人観光客の誘客につなげます。

また、被爆地を訪れ、直接被爆の実相に触れる機会としての平和学習メニューの提供や被爆体験の継承のため、家族・交流証言者への支援などに取組むとともに、平和首長会議加盟都市や長崎平和特派員などによる国際的なネットワークを広げ、長崎から平和をつくるという強いメッセージを発信していきます。併せて、被爆遺構等をガイドする「平和案内人」や世界の同世代の若者と交流しながら平和を理論的にアピールできる人材となる「ナガサキ・ユース代表団」を育成するほか、長崎が有する被爆（曝）者医療における交流などの拡大を図ります。

さらに、独自の歴史的背景をもとに長崎市は、姉妹（友好）都市や市民友好都市の提携を行っています。これらの都市とは、行政のみならず市民レベルでの「心でつながる都市間交流」が行われていますが、今後とも、各都市とのつながりの背景や平和に対する長崎市の取組みを各都市に発信していくことにより、国家間の情勢に左右されない交流の拡大につなげます。

オ 芸術文化を活かした、まちの魅力向上

長崎が物語の舞台となっている世界的に著名なオペラ「蝶々夫人」をテーマとした国際コンクールやコンサートなどを開催することにより、長崎の特色ある芸術文化を発信し、まちの魅力を高めます。

個別施策(2)：自然・景観や食文化の活用

ア 夜景の魅力向上

世界新三大夜景・日本新三大夜景の魅力を進化させるため、夜景観光の基本計画を策定し、夜景の全体的なあり方、中景・近景のライトアップ・イルミネーション等エリアごとの整備方針を定め、夜景の魅力向上及び観賞メニューの充実を図ります。

イ 朝型観光資源の掘り起こしと活用

朝型観光推進のため、民間事業者等と連携し朝市等資源の掘り起こしを行い、旅行商品・メニューの造成を図ります。

ウ 周辺地域における地域特有の資源磨きと活用

世界遺産登録をめざす「長崎の教会群」の構成資産である出津教会堂と関連施設や大野教会堂を中心とした外海地区における観光客の受入態勢の整備を図るとともに、周辺の地域資源との連携を図り、地域経済の活性化を促します。

また、端島を活用した野母崎地区等の観光資源について一層の資源磨きを図ります。特に、田の子地区の整備と併せて野母崎炭酸温泉 Alega 軍艦島や軍艦島資料館、恐竜化石等の豊富な観光資源の活用のほか、世界遺産構成資産である北溪井坑跡や高島石炭資料館を有する高島地区と、やすらぎ伊王島や馬込教会、伊王島灯台記念館等を有する伊王島地区との周遊観光を促進し、海運事業等を活かした観光振興を進めます。

基本施策2：ビッグデータ等の分析に基づくマーケティングの推進

これまで行ってきた観光動向調査分析に加え、官民連携によりビッグデータ等の活用による情報収集・分析を充実させることで、観光客の詳細な動向等の把握を図ります。また、ターゲットとなる顧客層、地域のコンセプトやブランディングを十分に練り、計画の策定・見直しを行いながら、地域で一体となって観光市場の変化に適応した観光振興策を展開します。

さらに、年間を通しての誘客による観光事業者の経営改善・強化に向けて、行楽シーズンや修学旅行シーズン等の繁忙期以外の閑散期や平日への宿泊者・施設入館者の誘導施策やリピーター確保による底上げを図り、高位での平準化を推進します。

個別施策(1)：観光動向の調査・分析

ア ビッグデータを活用した観光動向・消費動向の分析

国が提供する「地域経済分析システム（RESAS）」及び独自に収集するデータを活用し、観光客の行動・動態等を分析するとともに、効果的なマーケティング戦略を策定します。

イ 観光スマートシティ構想の推進

産学官連携のもと、Nagasaki City Wi-Fiをはじめとした無線LANサービスの統合認証システムを核に観光アプリ等様々な情報提供サービスと連携させることで観光動向の把握が可能なソーシャル・ビッグデータ収集・分析基盤を構築します。

また、地元金融機関等と連携し、交通系ICカードの普及・利便性拡大のための具体的な方法を検討します。また、公共交通機関、美術館・博物館、観光施設等で相互利用可能な共通パスの導入に向けて検討を進めます。

個別施策(2)：効果的な情報発信

ア 一元的なシティプロモーションの展開

文化、観光、産業、ものづくり、スポーツ等の都市の個性・魅力づくりの施策の一元化を図り、シティプロモーションの推進を図るとともに、既存のプロモーションの枠組・手法にとらわれないターゲットの趣向に即した、より機動的・効果的な手法を追求します。国内プロモーションについては、九州新幹線西九州ルートの開業を見据え、圏域人口が2000万人を超える関西、国内最大の商圈である関東をターゲットに、プロモーション活動を強化します。また、長崎県アンテナショップ「日本橋 長崎館」を活用し、効果的な

情報発信に努めます。インバウンドについては、国・地域別、ターゲット別のきめ細やかなプロモーションを行い、効果を一層高めます。

また、2つの世界遺産（候補）により、長崎特有の魅力が高められ、地域経済の活性化を図る重要な推進力となることが期待されることから、世界遺産に関する価値の理解に重点をおき、各種媒体を通してわかりやすくストーリーを伝えながら、旅行意欲を喚起するとともに、構成資産以外の関連施設も併せて価値や関連性を説明し観光ルートとして発信し、旅行代理店に対して商品造成への働きかけを行うことで、より一層の観光客誘致に取り組みます。

イ MICE誘致対策の推進

MICEの誘致については、将来を見据えた交流人口の拡大と地域経済の活性化のための重要な都市戦略として位置づけ、推進のための戦略を別途策定し、産学官の連携のもと、戦略的に取り組みます。

ウ 修学旅行の誘致強化

国内においては、関東以北の高校、関西・中四国の中学校をターゲットに、平和、世界遺産等の教育に資する素材を全面に打ち出し、新規校誘致を推進します。海外においては、韓国、中国、台湾、シンガポールを主な対象市場として、長崎市教育委員会と連携し学校交流を積極的に受け入れることにより、教育旅行誘致を推進します。



平和祈念像を訪れる修学旅行生

個別施策(3)：通年型観光の推進

ア 祭りの活用

長崎ランタンフェスティバル、長崎帆船まつりについては、更なる集客拡大に向けて持続可能な運営体制の構築を図ります。

イ 大型イベント（野外音楽・スポーツイベント）等の誘致強化

稲佐山、伊王島等の野外コンサート会場又はスポーツ施設を活用した集客力のある大型の音楽イベント又はスポーツコンベンション誘致を図ります。

図3-2 「平準化」に向けたプロセス

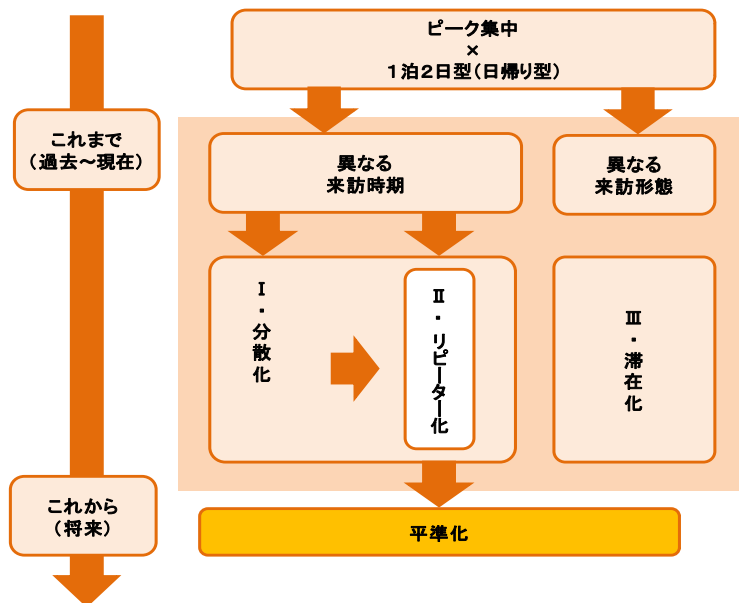
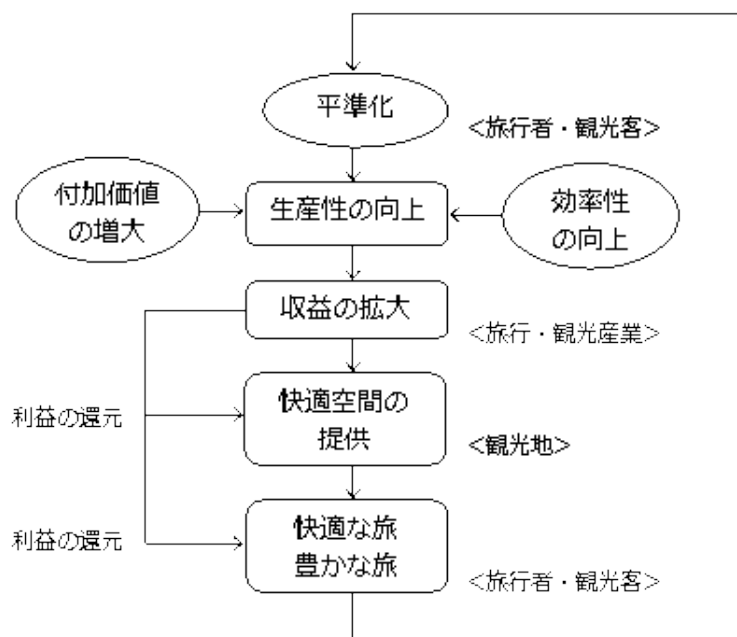


図3-3 「平準化」がもたらす“プラスのスパイラル”



(出所) 梅川智也・堀木美告「「平準化」-社会への期待、観光地への提案、そしてその先にあるもの」観光文化 227号

基本施策3：受入態勢の整備とおもてなしの充実

持続的な観光振興を図っていくためには、ハード・ソフトの両面において快適な受入態勢を整備し、来訪者の満足度を高める環境づくりが極めて重要です。特に、多言語対応や Wi-Fi 環境の整備等のインバウンドにおける外国人観光客の受入態勢やガイド等の案内機能の充実のほか、交通アクセスの改善や長崎市民の強みである市民性を活かしたおもてなしの一層の充実が必要です。

個別施策(1)：受入態勢の整備

ア 世界遺産（候補）の受入態勢整備

各遺産のストーリーや価値・魅力を観光客わかりやすく伝えるため、ICT の活用を含め、多言語での分かり易い解説・情報発信を行います。また、地域住民等と連携し、各地域・構成資産等における多様なガイドを育成・活用するとともに、継続的な研修を実施することにより質の確保に努めます。

イ 外国人観光客の受入態勢整備

「多言語対応ガイドライン（2014年3月）」に基づき、多言語による案内表示の整備及びピクトグラムの活用を促進するとともに、外国人観光客が展示物の本質的な価値を深く理解できるよう、観光施設等における展示解説や館内案内板における外国語表示、ICTを活用した情報提供、外国人向け体験メニューの充実等を図ります。

また、総合観光案内所の多言語対応の高度化を図るとともに、道の駅「夕陽が丘そとめ」について J N T O 認定の外国人観光案内所への整備を進めます。

さらに、災害等緊急時に備え、多言語による 119 番通報等に適切に対応できるよう通訳会社を介した通報受信体制の確立と観光施設宿泊施設等受入側におけるマニュアルを整備するとともに、関係機関と連携し、情報共有体制を構築します。また、災害時は Nagasaki City Wi-Fi 接続時の初期画面等を活用した情報発信等を行います。

ウ 交通アクセスの改善

交通事業者と連携して、空港、駅など交通拠点から観光地へのアクセスや地域間の周遊の利便性向上を図ります。観光バスによる交通混雑の解消を図るため、県、交通事業者等と連携して、駐停車スペース・待機場所の確保に取り組むほか、パーク&ライドの推進により都心部の交通混雑の緩和を図ります。

エ 宿泊施設の強化

長崎ランタンフェスティバル開催期間や連休期間など季節によっては、ホテル・旅館等の宿泊施設の供給が逼迫することが懸念されます。今後の観光客の増加を見据え、年間を通して宿泊施設の十分な供給確保を図るため、観光動向の調査・分析に基づき宿泊施設需要を的確に把握するとともに、長崎市の観光の方向性・目標・戦略等と併せて情報提供することで、今後不足の見込まれる宿泊施設の新規開設や改修等の投資を促します。

特に観光消費額の拡大に向けて富裕層を呼び込むため、グレードの高いホテル・旅館の誘致等に向けた支援策を検討していきます。さらに、外国人観光客に人気のあるゲストハウス等の多様な宿泊施設の活用を図ることで宿泊需要に弾力的に対応するとともに、芸術家が一定期間滞在し、制作活動等を実施するアーティスト・イン・レジデンスの取組みを推進します。

個別施策(2)：おもてなしの充実

ア ユニバーサルツーリズムの推進

2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会、九州新幹線西九州ルート開業等に向けて、バリアフリー観光についての計画設定を行います。また、ユニバーサルツーリズムに対応したまちづくりを推進するため、長崎市バリアフリー基本構想に基づき、バリア及びバリアフリー情報の収集・発信や移動支援等についての取組みを充実させるとともに、道路や公共交通等のバリアフリー化を推進し、景観やエリアの個性を生かした快適な散策ルートを整備します。

イ 専門的な人材の確保と育成に向けた推進体制の見直し

産学官の連携を強化し、観光産業における経営課題やその解決策に関する研究を促進するとともに、人材育成・経営改善につなげます。

また、観光に関する様々な形態のインターンシップにより観光産業に対する社会的関心・就業意欲を高め、優秀な人材の確保を図ります。

さらに、各地域・構成資産等における多様なガイドを育成・活用するとともに、継続的な研修を実施することにより質の確保に努めます。

ウ シビック・プライドとおもてなしの醸成

市民に対する魅力的な地域資源に関する情報発信を強化すること等により、観光施設等への来訪や地域の祭り・イベントへの参加を促進するとともに、

「長崎市民」としてのアイデンティティ（地域への帰属意識）を深め、「シビック・プライド（市民の長崎市への愛着・誇り）」の醸成を図ります。

また、環境美化に関する周知・啓発、ボランティア団体と連携しながら市街地や主要な観光ルート等の道路花壇やフラワーポットに四季折々の花を植栽し、魅力的な観光都市づくりを図る等、おもてなしの心を醸成し、観光まちづくりへの市民の積極的な参画につなげます。

さらに、外国から来られた観光客と進んでコミュニケーションを図ろうとする中学生を育てるため、中学生に英語でおもてなしができる力を育てる「英語寺子屋事業」を実施するほか、大型公民館では「英語でおもてなし講座」を実施し、子どもから大人まで、外国人に対し、「おもてなし」の気持ちや態度で接する光景があたり前のように存在するまちづくりを、国際理解教育を通して推進します。

また、長崎県の「長崎県総おもてなし運動」と連携しておもてなし実践の推進を図ります。

基本施策4：観光消費拡大の仕掛けづくり

今後、人口減少に伴う消費額の減少が見込まれる中、それを補うために交流人口の拡大による観光消費額の増加を持続的に実現することが求められており、そのための仕掛けづくりが急務となっています。

長崎市が誇る地域資源に磨きをかけ、国内外への情報発信を強化し、新たな交流を生み出すとともに、長崎ならではの地域資源を活用した上質なモノやサービスを提供することにより、新たな事業機会や消費拡大をもたらし、雇用創出や所得向上をめざしていきます。

個別施策(1)：観光消費の拡大

ア 着地型旅行商品の企画造成

エリアごとの特性を活かし、テーマ性を持った周遊・滞在ルートを構築し、多様性に富んだ魅力ある旅行商品を提供・発信します。自然、景観に恵まれた離島・半島エリアにおいては、農業・漁業体験や農産物・水産物加工体験、農林漁家民泊等のグリーンツーリズム等の普及・拡大を図ります。

また、「長崎さるく」においては、長崎の食や物産、体験、宿泊につながる企画を充実させるとともに、民間事業者の参画を促し、地域経済の活性化に繋がります。

イ 食や物産と観光の連携強化

「なつたより」・「長崎和牛・出島ばらいろ」・「長崎の魚」や「観光イメージアップ土産品開発」などの食や物産と観光の連携を強化し、地域ブランドの核となる素材、メニュー等の選定や課題の把握、プロモーション展開を図ります。

また、飲食店における多言語メニューの導入を促進するとともに外国人観光客向けの情報発信を充実させることにより、食による消費拡大を推進します。

ウ 外国人観光客による消費拡大

地元金融機関と連携し、外貨両替機の設置及び海外発行クレジットカード等が利用可能なATMの導入推進し、外国人観光客が買い物をしやすい環境を整えます。また、商店街等と連携し、消費税免税店舗の拡充を推進します。

さらに、「道の駅」を核として、周辺の農林漁業者等と連携し、農林水産物や、地域の特色を活かした商品販売を促進します。

個別施策(2)：観光をけん引する産業の育成

ア 特区制度の検討

国の特区制度又は観光圏整備法に基づく観光地域づくりの導入により、「地域の一体性を確保した観光地域づくり」や「圏域内の滞在・回遊」、「地域住民の観光地域づくりへの参画」等を促し、国による総合的な支援を活用することについて検討を行います。

イ 同一テーマにおける他地域との連携

長崎特有の地域資源の活用だけではなく、シュガーロードや長崎街道、夜景やペーロン、産業遺産など、他地域との共通のテーマを切り口とした都市間連携を強化します。

なお、先述の同一テーマにおける、都市間連携の進捗状況を踏まえて、そのあり方を検討します。

基本施策5：広域連携の強化

今後とも増加が予想されるインバウンドへの対応を含め、鉄道、道路・港湾等の交通基盤の整備や周遊パス造成の検討など、交通結節点における利便性の向上を図ることで、交通アクセスの向上を促すとともに、国や九州内外の他地域、県内地域等との連携を強化した広域連携による観光振興を図っていく必要があります。

個別施策(1)：国・県・他市町との連携強化

ア 国との連携強化

「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」の方針に従い、訪日外国人の「地方への誘客」の一翼を担うべく、「ビジット・ジャパン地方連携事業」等をはじめとする国の様々な支援制度を活用し誘客及び受入環境整備の展開を図ります。また、JNTOが行うプロモーション事業との連携強化に努めます。

イ 九州との広域連携推進

「第2期九州観光戦略及び長崎県観光推進基本計画」との整合性及び連携を図り、観光振興の各施策に取り組みます。また、「温泉アイランド九州 広域観光周遊ルート」を活用した九州全体による広域連携をはじめ、世界遺産の「明治日本の産業革命遺産」及び世界遺産登録をめざす「長崎の教会群」の関係自治体と誘客・情報発信において連携を図ります。

ウ 県内自治体・観光施設との連携推進

県内自治体及びハウステンボス等観光施設と連携することで、周遊観光を促進するとともに、地域全体の魅力を複合的に向上させることで、国内外に向けた効率的なプロモーション展開を図ります。

個別施策(2)：広域観光の基盤整備

ア 九州新幹線西九州ルート of 整備及び関連事業の推進

陸の交通アクセス向上を図るため、九州新幹線西九州ルート of 整備、JR 長崎本線連続立体交差事業、長崎駅周辺土地地区画整理事業による長崎駅周辺地区の再整備を行い、都市基盤の整備を図ります。

イ 松が枝国際観光船埠頭の 2 バース化

大型クルーズ船の寄港数の増加と大型化、2 隻同時着岸等のニーズに対応し、海のアクセス向上を図るため、松が枝国際観光船埠頭の 2 バース化による都市基盤施設の整備に向けて、長崎県等に要望を行い、その実現を目指します。

ウ 長崎空港 24 時間化

人流・物流の活性化の面から、長崎空港の 24 時間化の推進は、重要な課題といえます。長崎市の交流人口拡大を一層促進するうえでも、香港や東南アジア等の中距離航空路線誘致に大きく寄与する長崎空港の 24 時間化は必要であり、官民一体となって空港の管理者である国等に要望活動を継続的に行い、その実現を目指します。

エ 九州横断自動車道長崎大分線における長崎 IC～長崎多良見 IC の四車線化

九州横断自動車道長崎大分線は、九州縦貫自動車道とともに、九州の一体化を進め、地域振興に重要な路線です。このうち、長崎 IC～長崎多良見 IC 間の四車線化は、供用中の長崎自動車道を暫定 2 車線から完成 4 車線へ拡幅する事業であり、観光面においても地域の活性化や利便性の向上に大きく寄与することから、官民一体となって国等に対して要望活動を継続的に行い、その実現を目指します。

4 重点施策・重点エリア

2において体系付けられた施策のうち、今後の観光振興において、特に、観光客誘致及び観光消費額拡大に寄与する3つの施策を重点施策として位置づけます。また、新たに、今後5年間において施策を展開し、重点的に観光振興を図るエリアを4つ定め、観光まちづくりの視点から一層の長崎の魅力の見える化に努め、来訪者に各エリア特有の魅力を体感していただく施策を展開します。

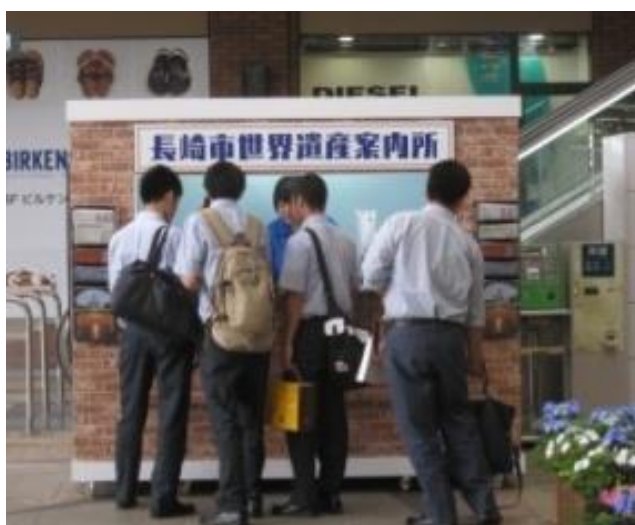
(1) 重点施策

重点施策1：世界遺産（候補）の保存整備と活用

平成27年に世界遺産に登録された「明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業」と世界遺産登録を目指す「長崎の教会群とキリスト教関連遺産」に関連した施設の保存整備を行うとともに、観光客の受入態勢の整備と地域活性化を図っていきます。

重点施策2：夜景観光の進化

平成24年認定の世界新三大夜景や平成27年認定の日本新三大夜景の強みを積極的に活かし、宿泊型観光の一層の推進を図るため、平成28年度に長崎の夜景に関する基本計画を策定し、年次計画でエリア（出島、居留地、寺町など）毎に夜景を進化させる取組みを行っていきます。また、観光施設等のライトアップのほか、長崎ランタンフェスティバルや長崎ロマンティックイルミネーション等の夜型イベントを継続的に推進していきます。



世界遺産観光案内所
(長崎駅かもめ広場)

重点施策3：外国人観光客誘致の取組みの推進

2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催に向け、国のアクション・プログラムの方針を踏まえ、「攻め」の受入環境整備を行うことで、外国人観光客による消費拡大を推進し、地域経済の活性化につなげます。

また、ターゲットとする国・地域の市場の成熟度及び嗜好等に応じ、誘客を推進するとともに、世界遺産、世界・日本新三大夜景、平和都市としての知名度の高さ等を世界に誇れる素材を活用し、ブランドイメージと国際観光都市としての認知度の向上を図ります。

(2) 重点エリア

重点エリア1：中心市街地エリア

陸の玄関口である長崎駅周辺や、海の玄関口である松が枝周辺等の周辺施設との連携軸の整備に合わせ、観光まちづくりの観点からエリアの魅力向上を図るとともに、まちなかエリア（新大工、中島川・寺町・丸山、浜町・銅座、館内・新地、東山手・南山手）における観光客の回遊性を高める仕掛けづくりを行い、観光消費額の拡大に努めていきます。

特に、出島では、「世界につながる出島」をテーマにした出島表門橋の架橋及び6棟復元に伴う整備を行います。また、平成28年度の復元建物6棟の完成、平成29年度の出島表門橋架橋に伴い、リニューアルオープン記念事業及び企画展を開催します。さらに、出島保存管理計画を策定し、出島完全復元に向けた取組みを推進していきます。

また、東山手・南山手地区では、魅力向上プランを策定し、洋館等の文化財としての保存整備を進めるとともに、民間との協働事業を含めた市所有の洋館の有効な活用を図ります。さらに、まちづくりの視点や整備手法等を取り入れ、地区の環境整備や修景事業等を実施し、エリアとしての回遊性を促進していきます。

重点エリア2：浦上エリア

被爆者や家族・交流証言者の講話等による被爆の実相や世界恒久平和への取組みの紹介、それらをテーマとしたまち歩き観光・長崎さるく、平和案内人による被爆遺構等ガイドを継続的に実施し、体験・学習型観光を推進することで来訪者の満足度向上を図ります。

特に、平和学習を中心とした修学旅行への対応については、ICTを活用した案内の強化や世界遺産等と組み合わせた周遊、また、青少年ピースボランティア

ィアなど同世代との交流により、学習効果を高め、教育旅行の多様なニーズに対応していきます。

さらに、旧城山国民学校校舎や山王神社二の鳥居など、原爆遺跡の史跡指定に向けた取組みを推進するとともに、浦上天主堂など、当該エリアのキリスト教の歴史にも着目し、「キリスト教の伝播、普及、禁教、潜伏、復活」という長崎ならではのストーリー性を持たせた観光推進を図っていきます。

重点エリア3：外海エリア

世界遺産登録を目指す「長崎の教会群」の構成資産である出津教会堂と関連施設や大野教会堂を中心として、観光客の受入態勢の整備を図ります。また、構成資産周辺のキリスト教関連資産や体験型観光が楽しめる池島炭鉱、遠藤周作文学館、道の駅夕陽が丘そとめ等の地域資源の連携を図ることで回遊を促し、地域経済の活性化を図ります。

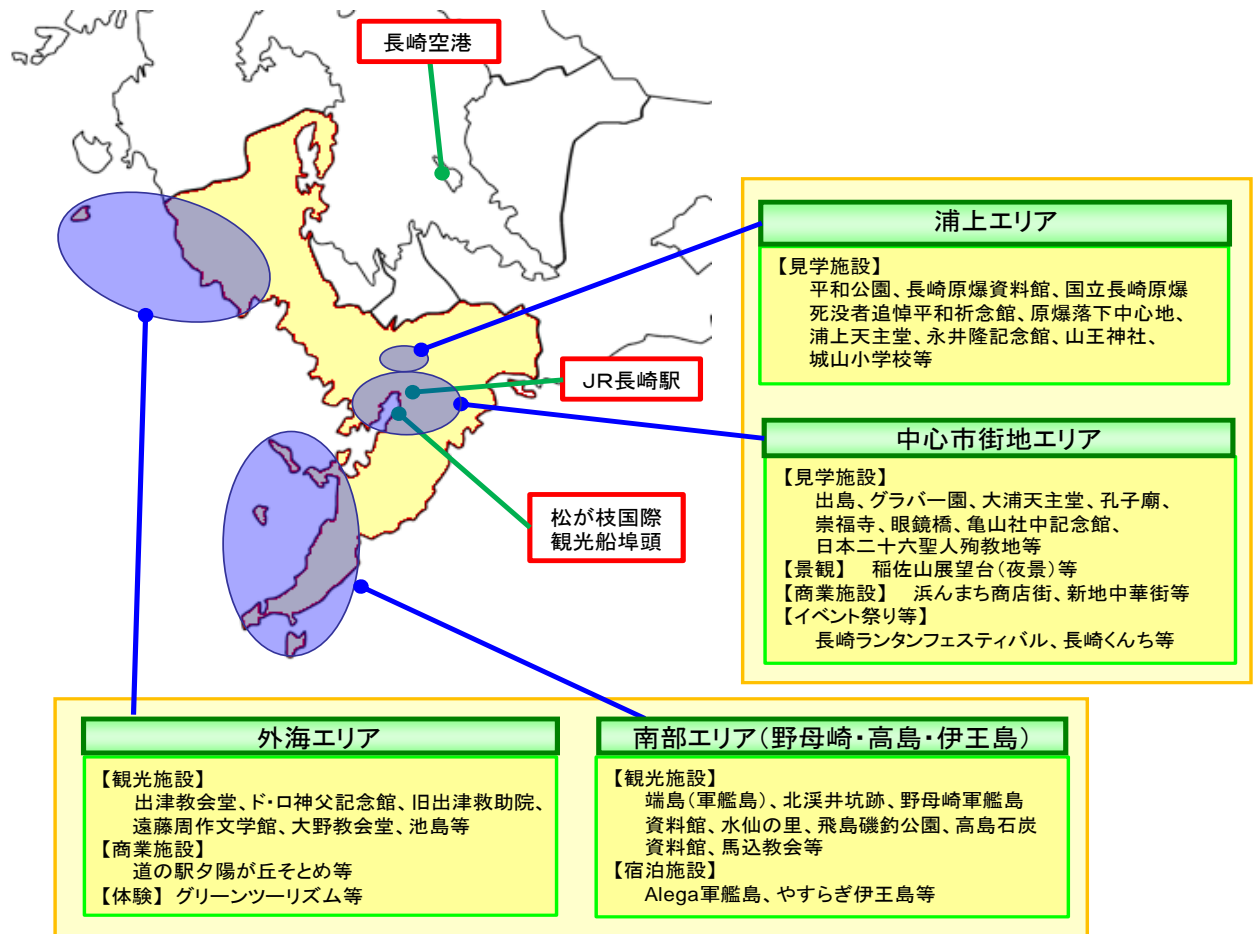
重点エリア4：端島を中心とした南部エリア

世界遺産構成資産の端島を活用した野母崎地区や伊王島、高島地区の観光資源について一層の資源磨きを図ります。特に、野母崎地区では、田の子地区の整備と併せて野母崎炭酸温泉 Alega 軍艦島や軍艦島を眺望できる軍艦島資料館、恐竜化石、冬の水仙まつり等の豊富な観光資源の活用を図ります。また、世界遺産構成資産である北溪井坑跡や高島石炭資料館を有する高島地区と、やすらぎ伊王島や馬込教会、伊王島灯台記念館等を有する伊王島地区との周遊観光を促進し、海運事業等を活かした観光振興を進めます。



野母崎炭酸温泉 Alega 軍艦島
(平成 27 年 12 月リニューアル)

図3-4 重点エリアと観光資源



5 アクションプラン

長崎市観光振興計画2020アクションプラン個別事業一覧

基本施策1 長崎独自の歴史・文化等の資源庫き～ひきつける～

個別施策	個別事業(事業名等)	事業概要	主管課	関係課	具体的実施項目	県	市	CV	民間	H32年度もしくは最終年度目標値
7	2つの世界遺産の保存・活用	個別事業(事業名等)	文化財課、観光政策課、観光推進課	ユネスコ国際対応	保存・整備	◎	◎	◎	◎	平成29年度
	① 「明治日本の産業革命遺産 遺跡・製鉄、造船、石炭産業」の保存・活用	構成員を適切に保存し、世界遺産価値の国際促進を図る。	世界遺産推進室	文化財課、観光政策課、観光推進課	保存・整備	◎	◎	◎	◎	平成30年度
	② 「長崎の教会群とキリスト教関連遺産」の保存・活用	早期の世界遺産登録を目指す。	世界遺産推進室	文化財課、観光政策課、観光推進課	モニタリング	◎	◎	◎	◎	
	③ 長崎の教会群とキリスト教関連遺産の保存・活用	早期の世界遺産登録を目指す。	世界遺産推進室	文化財課、観光政策課、観光推進課	整備活用の検討・実施	◎	◎	◎	◎	
イ	歴史文化基本情報に基づく歴史・文化の保存・活用	重要文化財 旧グラハム住宅・旧長崎英國領事館等の保存修理及び活用	文化財課	観光政策課	整備活用の検討・実施	◎	◎	◎	◎	100%
	① 重要文化財 旧グラハム住宅・旧長崎英國領事館等の保存修理及び活用	東山手、南山手の洋館の効率的な活用を推進する。	文化財課	観光政策課	整備活用の検討・実施	◎	◎	◎	◎	193,200人
	② 東山手、南山手地区における洋館の活用	文化財やその周辺を合わせた保存活用を実施し、歴史を伝えていく。	文化財課	観光政策課	整備活用の検討・実施	◎	◎	◎	◎	30%
	③ 歴史的風致維持向上計画に基づき文化財を活かしたまちづくりの推進	文化財やその周辺を合わせた保存活用を実施し、歴史を伝えていく。	文化財課	観光政策課	整備活用の検討・実施	◎	◎	◎	◎	600,000人
ウ	出島保存管理計画に基づく園芸史跡の保全と魅力向上	出島保存管理計画に基づき、史跡拡大と公共化、特別史跡の指定に向けて検討を行う。	出島復元整備室	観光政策課	出島復元整備	◎	◎	◎	◎	600,000人
	① 出島表門橋の整備	出島表門橋の整備工事を(6棟)を実施する。	出島復元整備室	観光政策課	出島復元整備	◎	◎	◎	◎	600,000人
	② 出島第三南庭建物の復元及び活用	出島表門橋の整備工事を(6棟)を実施する。	出島復元整備室	観光政策課	出島復元整備	◎	◎	◎	◎	600,000人
	③ 保存活用計画の策定と、園芸史跡範囲の拡大	出島表門橋の整備工事を(6棟)を実施する。	出島復元整備室	観光政策課	出島復元整備	◎	◎	◎	◎	80,000人
エ	海外との交流の歴史と平和都市としての情報発信	「つながらぬDejima」プロジェクトの推進	国際課	観光政策課	出島復元整備	◎	◎	◎	◎	5人
	① 姉妹(友好)都市職員の招へい	総務省と一泊二日研修機会が実現している事業を活用し、海外の姉妹都市等の職員を招き入れる。滞在中に長崎市が持つユニークな歴史的特徴を説明してもらい、姉妹都市間の情報交換などの活動につなげる。	国際課	観光政策課	出島復元整備	◎	◎	◎	◎	570人
	② 市民レベール(姉妹都市委員会を含む)での交流活動	教育、文化、平和など様々な分野で活動する国際交流につながる環境を整えるため、姉妹都市、市民友好都市等との交流事業の推進。都市に関する情報提供、市民レベールの主体的な国際交流の推進などを実施する。	国際課	観光政策課	出島復元整備	◎	◎	◎	◎	10,000都市
オ	芸術文化を活かした、まちの魅力向上	長崎が誇る舞台とつなげている世界的に著名なオペラ、バレエ、コンサート、音楽祭、映画祭、アート、映画祭、フェスティバル、国際コンクール(含む)の推進	文化振興課	観光政策課	出島復元整備	◎	◎	◎	◎	3,636人
	① マダム・バウワンプライエティバル(国際コンクール(含む)の推進	長崎が誇る舞台とつなげている世界的に著名なオペラ、バレエ、コンサート、音楽祭、映画祭、アート、映画祭、フェスティバル、国際コンクール(含む)の推進	文化振興課	観光政策課	出島復元整備	◎	◎	◎	◎	3,636人

長崎市観光振興計画2020アクションプラン個別事業一覧

基本施策1 長崎独自の歴史・文化等の資源磨き ～ひきつける～

個別施策	個別事業(事業名等)	事業概要	主管課	関係課	具体的実施項目	県	市	CV	民間	H32年度もしくは最終年度の目標値
ア 夜景の魅力向上	① 夜景観光推進基本計画の策定 ② 夜景観光推進基本計画に基づき整備	平成26年度策定の「長崎の夜景の在り方に関する検討委員会報告書」を踏まえ、長崎の夜景の魅力向上を図るため、中心市街地の昼間や観光周遊圏の重点地区の在り方の整備等に向けた総合的な夜景観光まちづくりの推進に係る基本計画を策定する。	観光政策課 出島復元整備室	まちづくり推進室	基本計画策定 出島施設設計	☆	◎	☆	☆	計画策定数 1件 計画策定数 1件
		基本計画に基づき、年次計画で、遠景・中近景の視点から長崎の夜景の整備を行い、世界新三大夜景都市としての魅力向上を図り、宿泊滞在型観光を一層推進する。	観光政策課 各担当課	出島復元整備室	出島復元整備室	各エリア実施設計 各エリア設置工事	◎	◎	◎	◎
イ 朝型観光資源の掘り起こしと活用	① 民間等における朝型観光商品造成の促進 ② 観光・イルミネーション事業の推進	長崎の地域資源を活かした、通年型観光及び宿泊型観光推進の取り組みとして、朝型観光メニューの造成を促進するため、旅行代理店に対する動向制度を整備する。	観光政策課	観光政策課	旅行代理店に対する動向制度の整備	☆	◎	◎	◎	宿泊者数 300万人
		観光・農業体験、農産物・水産物加工体験、農林漁家民泊等グリーンツーリズムの普及、拡大	観光政策課	観光政策課	イルミネーションの実施 イルミネーションのPR	☆	◎	◎	◎	グリーンツーリズム団体入園者数 宿泊者数 300万人
ウ 周辺地域における地域特有の資源磨きと活用	① 農業・漁業体験、農産物・水産物加工体験、農林漁家民泊等グリーンツーリズムの普及、拡大 ② 地域の豊かな自然を活かした魅力の発信強化 ③ のもぎき水仙まつり等地域の魅力を活かしたイベントの推進	長崎の地域資源を活かした、通年型観光及び宿泊型観光推進の取り組みとして、朝型観光メニューの造成を促進するため、旅行代理店に対する動向制度を整備する。	観光政策課	観光政策課	旅行代理店に対する動向制度の整備	☆	◎	◎	◎	宿泊者数 300万人
		ツーリズム団体の育成強化、地域連携によるツーリズム活動の推進により、県民を巻き込み観光地や観光地帯の活性化を図る。	観光政策課	観光政策課	ツーリズム団体への支援、PR	☆	◎	◎	◎	グリーンツーリズム団体プログラム参加者数 8,400人
		石鐘み等の歴史的景観や、海、温泉、棚田などの地域特有の風景や自然の魅力を発信することにより、旅行商品造成、誘致に取り組む。	観光政策課	観光政策課	観光商品素材集やHPを活用したPR	☆	◎	◎	◎	WEBアクセス数 300万件
		地元団体と地域資源を活かしたイベントを協働開催することで、合併地区の活性化・地域間交流の拡大を図る。	野母崎行政センター 伊王島行政センター	野母崎行政センター 伊王島行政センター	野母崎行政センター 伊王島フェスタ	◎	◎	◎	◎	来場者数 30,000人 参加者数 2,000人
		観光客が増加し、認知度が高い頭島及び軍艦島クルーズとの連携により、野母崎除硫黄 Aiega 軍艦島や軍艦島資料館への訪客促進を図るほか、田の子地区の整備と併せて数電化石等の新たな観光資源を活用した魅力向上を図る。	高島行政センター	高島行政センター	高島フェスタ	◎	◎	◎	◎	高島フェスタ(双六)高島、高島小学生(ドミン)トン大会、JMB(AIZ in 高島、高島1周リレーマラソン)の参加者数 3,500人
④ Aiega 軍艦島と軍艦島クルーズ、軍艦島資料館等の連携による活用	琴海行政センター	琴海行政センター	琴海フェスタ	◎	◎	◎	◎	イベント来場者数 延 6,000人		
⑤ 地島炭鉱と外海地区の教会群等の連携による活用	野母崎行政センター	野母崎行政センター	野母崎行政センター	野母崎行政センター	連携プロモーションの実施	◎	◎	◎	◎	Aiega 軍艦島利用者数 154,000人
		長崎国際観光コンベンション協会や地元交通事業者と連携を図り、産業革命遺産の関連施設である、九州最後の炭坑「地島炭坑」での体験や、世界遺産登録を目指す、外海地区の出稼教会等の教会群の素材を組み合わせ、ハズアワー等、着地型旅行商品の造成を促進する。	観光政策課	観光政策課	地元交通事業者との連携、旅行代理店に対するセールス、WEB等による情報発信の強化	◎	◎	◎	◎	観光客数 710万人

長崎市観光振興計画2020アクションプラン個別事業一覧

基本施策2 ビッグデータ等の分析に基づきマーケティングの推進 ～よびこむ～

	個別施策	個別事業(事業名等)	事業概要	主管課	関係課	具体的実施項目	◎:主体 ☆:協力			H22年度もしくは最終年度の日構値目標
							県	市	民間	
(1) 観光動向の調査・分析	ア ビッグデータを活用した観光動向・消費動向の分析	① DMOの推進(ビッグデータ収集・分析)	地域の多様な関係者を巻き込みつつ、科学的アプローチを取り入れた観光動向及び旅行動向に関するDMOについて産官が連携して推進し、ビッグデータの収集・分析等のマーケティング機能の充実に努める。	観光推進課	観光政策課	ビッグデータ等の収集・分析 観光の調査・運用 プロモーションの推進 地域関係者の連携強化	☆ ◎ ☆	☆ ◎ ☆	◎	調査等実施回数 1回/年
		② 観光動向調査分析の実施	長崎市を訪問している国内・外国人観光客の属性・訪問場所・消費額等に関する調査に基づき分析により明らかになる観光施策のPDCA計画・実行・評価・改善)につなげる。	観光政策課	観光政策課	観光動向調査の実施 長崎県地まつり及び長崎ランタンフェスティバルの来客数・経済効果の調査・分析の実施	◎ ☆	◎ ☆	◎	年間調査分析件数 8件
(2) 効果的な情報発信	イ 観光スマートシティ構想の具現化	① 観光スマートシティ構想の具現化	産官の連携により、市内に整備したWi-Fi設備やCTを活用し、様々なサービスを案内できるスマートフォン型端末の導入を進め、観光客の滞在向上を図るとともに、今後、マーケティングに活用できるデータ収集・分析システムの構築を行う。	観光推進課	観光政策課	観光ID認証基盤の構築に向けた実証試験 産官連携による観光ID認証基盤の構築及び同基盤を活用したサービスの検討	☆ ◎ ☆	☆ ◎ ☆	◎	観光ID認証基盤を活用したサービスの数 10
		① 国・地域等市場・ターゲットを絞った誘致・プロモーションの実施	国内誘致では、九州新幹線九州ルートの開業を捉え、圏域人口が2000万人を超える関西、国内最大の圏域である関東圏をターゲットに、プロモーション活動の強化を図る。海外誘致では、国・地域別、ターゲット別のきめ細やかなプロモーションを行い、効果を一層高める。	観光推進課	観光推進課	誘致セールス、プロモーション	☆ ◎ ☆	☆ ◎ ☆	◎	観光客数 710万人
(2) 効果的な情報発信	ア 一元的なシティ・プロモーションの展開	② 世界遺産、夜景、食など世界レベルの魅力の国内外への情報発信強化	世界遺産についてわかりやすくストーリーを伝える、旅行意欲を喚起し、構成資産以外の関連施設も併せて価値や関連性を説明し観光ルートとして発信し、旅行代理店に対して商品作成への働きかけを行う。	観光推進課	観光推進課	誘致セールス、プロモーション	☆ ◎ ☆	☆ ◎ ☆	◎	観光客数 710万人
		③ 国内外からの個人旅行の誘致強化	世界遺産、長崎の夜景等の素材をメイン素材とし、出身地門構、長崎食、長崎の食などを組み合わせ、年齢層やターゲットエリア毎に、広告媒体を選定し、効果的な誘致を行う。	観光推進課	観光推進課	誘致プロモーション	☆ ◎ ☆	☆ ◎ ☆	◎	観光客数 710万人
(2) 効果的な情報発信	イ MICR誘致対策の推進	④ クルーズ客船の誘致	長崎県クルーズ審議会がクルーズ客船が訪れるに際し、国内外のクルーズ船社及び旅行代理店に対し長崎のPRを行う。	観光推進課	観光推進課	東京、大阪のクルーズ船社、旅行代理店へのセールス(年1回)	◎ ☆	◎ ☆	◎	クルーズ客数 55万人
		⑤ 県アンテナショップを活用した効果的な情報発信	ランタンフェスティバルや噴船まつり等の四季折々のイベントを、実施時期に合わせてPRする。また、世界遺産等の有るコンテナショップをPRし、首都圏に対して積極的な情報の発信を図る。	観光推進課	観光推進課	誘致プロモーション	◎ ☆	◎ ☆	◎	観光客数 710万人
(2) 効果的な情報発信	ウ 修学旅行の誘致強化	① MICR誘致の強化	MICRの誘致については、将来を担った交流人口の拡大と地域経済の活性化のための重要な都市職能として位置づけしており、推進のための戦略を別途策定し、産官の連携のもと、戦略的に取り組む。	観光推進課	観光推進課	MICR戦略策定し、誘致を強化	◎ ☆	◎ ☆	◎	MICR参加者数 39万人
		① 国内外からの教育旅行の誘致	国内誘致では、関東以北の高校、関西・中国の中学校をターゲットに、平和、世界遺産等の教育に資する素材を全面に打ち出し、新規校誘致を推進する。海外誘致では、韓国、中国、台湾、シンガポールを主な対象市場として、教育委員会と連携し学校交流を積極的に行き入れる。	観光推進課	観光推進課	誘致セールス、学校交流 要人	◎ ☆	◎ ☆	◎	修学旅行者数 32万人

長崎市観光振興計画2020アクションプラン個別事業一覧

基本施策2 ビッグデータ等の分析に基づくマーケティングの推進 ～よびこむ～

個別施策	個別事業(事業名等)	事業概要	主管課	関係課	具体的実施項目	◎:主体 ☆:協力			H32年度もしくは最終年度の目標値						
						県	市	CV							
ア 祭りの活用	① 長崎特有の歴史、文化等の魅力を活かした四季折々のイベント実施による観光促進	祭り、イベントを活用し、観光客の平準化を旨とする。また、更なる集客拡大に向けて、新たな魅力創出、積極的な情報発信を行う。	観光推進課		祭り、イベントの新たな魅力創出力	☆	◎	◎	観光客数	710万人					
						① 稲佐山野外コンサート等の誘致宣伝	稲佐山、伊王島等の野外コンサート会場を活用した大型の音楽イベントの誘致を促進する。	観光推進課		コンサート主催者等に対するセールス強化	◎	☆	☆	コンサート誘致件数	5件 (1件/年)
											② ラグビーワールドカップキャンペーンの誘致	ラグビーワールドカップ2019における各国選手団のキャンプを長崎市に誘致することで、世界のトップ選手との親交、出会いなどを通じた国際交流を行い、地域活性化につなげる。また、長崎市のスポーツ振興を図る。	スポーツ振興課		事前キャンプ誘致交渉 公認キャンプ開催地への立候補、視察受入 交流事業の開催
③ 東京オリンピック・パラリンピックキャンペーンの誘致	2020年東京オリンピック・パラリンピックにおける各国選手団、選手村を長崎中に誘致すること。市民のトップ選手との親交、出会いなどを通じた国際交流を行い、地域活性化につなげる。また、長崎市のスポーツ振興を図る。	スポーツ振興課		長崎市にゆかりがある国に対する誘致活動の実施 大委組織委員会が作成する「事前トレーニングキャンプ」候補地ガイドへの登録	◎	◎	☆	キャンプを開催した国の数	1						



長崎市観光振興計画2020アクションプラン個別事業一覧

基本施策3 受入態勢の整備とおもてなしの充実 ～もてなす～

個別施策	個別事業(事業名等)	事業概要	主管課	関係課	具体的実施項目	①の主体			H22年度もしくは最終年度の目標値
						市	CV	民間	
ア 2つの世界遺産の受入態勢整備	① 世界遺産観光客受入事業の推進	世界文化遺産「明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業」及び世界遺産登録を目指す「長崎の教会群とキリスト教関連遺産」に係る観光客受入態勢の整備を推進し、観光客の満足度を向上を図る。	観光政策課		世界遺産案内所の運営	◎	☆	◎	世界遺産案内所年間利用者数 65,000人
		旧木型場の見学の実施	観光政策課		旧木型場の見学ツアー	◎	☆	◎	旧木型場の見学ツアー 27,000人
イ 外国人観光客の受入態勢整備	① コミュニケーションの円滑化	Wi-Fi環境の充実、「多言語対応ガイドライン(2014年3月)」に基づき多言語表示の徹底及びビクトグラムの活用を促進する。	観光政策課		多言語案内板・ビクトグラムの充実	◎	☆	◎	外国人観光客の滞在満足度 80%
		Wi-Fi環境の充実	観光政策課		外灘地区の駐車場の管理運営	◎	☆	◎	外国人観光客の滞在満足度 80%
ウ 観光ニーズに即した観光案内体制の整備	② 観光案内体制の強化	Wi-Fi環境の充実、「多言語対応ガイドライン(2014年3月)」に基づき多言語表示の徹底及びビクトグラムの活用を促進する。	観光政策課		IoTによる着地情報提供ツールの整備・充実	◎	☆	◎	外国人観光客の滞在満足度 80%
		Wi-Fi環境の充実	観光政策課		外国人観光客の滞在満足度の向上を図る	◎	☆	◎	外国人観光客の滞在満足度 80%
エ 交通アクセスの改善	① 交通手段の充実	観光動向調査、留学生・インターン等を通じ、着地における満足度調査及びニーズ把握を行う。	観光政策課		「EAT」長崎は活用した飲食店・観光事業者の多言語対応の促進	◎	☆	◎	外国人観光客の滞在満足度 80%
		観光動向調査、留学生・インターン等を通じ、着地における満足度調査及びニーズ把握を行う。	観光政策課		外国人観光客の滞在満足度の向上を図る	◎	☆	◎	外国人観光客の滞在満足度 80%
オ 宿泊施設等の強化	① 宿泊施設需要の的確な把握	災害発生時の観光施設宿泊施設等受入体制における情報共有体制及び、急病人発生時の多言語サポート体制を構築する。	観光政策課		観光案内所の管理運営	◎	☆	◎	観光案内所利用者数 210,000人
		観光案内所の管理運営	観光政策課		観光案内所の管理運営	◎	☆	◎	観光案内所利用者数 210,000人
イ 観光案内体制の整備	② 観光案内体制の整備	総合観光案内所の充実を図るとともに、市域における観光案内所に関する連携を推進する。	観光政策課		長崎観光案内所の管理運営	◎	☆	◎	観光案内所利用者数 210,000人
		総合観光案内所の充実を図るとともに、市域における観光案内所に関する連携を推進する。	観光政策課		長崎観光案内所の管理運営	◎	☆	◎	観光案内所利用者数 210,000人
エ 交通アクセスの改善	① 交通手段の充実	観光動向調査、留学生・インターン等を通じ、着地における満足度調査及びニーズ把握を行う。	観光政策課		観光案内所の管理運営	◎	☆	◎	観光案内所利用者数 210,000人
		観光動向調査、留学生・インターン等を通じ、着地における満足度調査及びニーズ把握を行う。	観光政策課		観光案内所の管理運営	◎	☆	◎	観光案内所利用者数 210,000人
オ 宿泊施設等の強化	① 宿泊施設需要の的確な把握	観光動向調査、留学生・インターン等を通じ、着地における満足度調査及びニーズ把握を行う。	観光政策課		観光案内所の管理運営	◎	☆	◎	観光案内所利用者数 210,000人
		観光動向調査、留学生・インターン等を通じ、着地における満足度調査及びニーズ把握を行う。	観光政策課		観光案内所の管理運営	◎	☆	◎	観光案内所利用者数 210,000人
オ 宿泊施設等の強化	② 手ふらで観光サポート事業の実施	観光動向調査、留学生・インターン等を通じ、着地における満足度調査及びニーズ把握を行う。	観光政策課		観光案内所の管理運営	◎	☆	◎	観光案内所利用者数 210,000人
		観光動向調査、留学生・インターン等を通じ、着地における満足度調査及びニーズ把握を行う。	観光政策課		観光案内所の管理運営	◎	☆	◎	観光案内所利用者数 210,000人

(1) 観光案内体制の整備

長崎市観光振興計画2020アクションプラン個別事業一覧

基本施策3 受入態勢の整備とおもてなしの充実 ～もてなす～

個別施策	個別事業(事業名等)	事業概要	主 眼 課	関係課	具体的実施項目	◎:主体 ☆:協力	CV/民間	指標	H22年度もしくは最終年度の目標値
ア ユニバーサルツーリズムの推進	① ハリア及びハリアアの情報収集・発信や移動支援等の充実	ハリアア観光の情報発信等を行い、高齢者や障 害者をはじめ誰もが安心して観光を楽しむ観 光地づくりを図る。	観光政策課	障害福祉課 土木企画課	ハリアア観光情報発信 Pのアクセス数	☆	◎	ハリアア観光情報Pのアクセス数	5,000アクセス
	② 回遊ルートの整備	観光客がわかりやすく、快適に観光できるように、主 ちなみ景観に配慮した道路整備を進め、歩行環境の 向上や回遊性の向上を図る。	道路建設課 土木維持課		都市計画道路整備、路地 整備、河川整備等(まちな み地区、平和公園地区、 長崎駅周辺)	◎	☆	-	-
	③ 交通ハリアアの推進	長崎市ハリアア特定事業計画に基づき、道路や 公共交通等のハリアア化を推進する。	土木企画課		ハリアア特定事業の進 捗状況の把握並びに事業 間の調整	◎	☆	ハリアア特定事業 の進捗率	94.0%
イ 専門的な人材の確保と育成に向けた推進体制の厚層 し	① 人材育成等事業の実施	産学官と連携し人材育成、技能改善を図るとともに、 インターンシップにより優秀な人材の確保を行い、併 せてガイド育成のための研修の充実を図る。	観光推進課		セミナー開催、インター ンシップ、研修	☆	◎	セミナー等開催数	25件 (5件/年)
	② ながさき歴史の学校の運営	地域の歴史について、誰もが気軽に学べ、お互い に教え合える学びの場としての「歴史の学校」の運営 に当たり、運営協議会を設け、歴史の学校運営に 関する業務を行う。また歴史の学校講座を企画し、実 施する。	文化財課		「歴史の学校」講座開設	◎	☆	「歴史の学校」講座定 員に対する受講者の割合	100%
ウ シェンク・ブランドとおもてなしの醸成	③ 地域の環境美化の推進	地域住民のボランティア清掃活動を積極的に支援す るとともに、観光地等でのごみの散乱を防止するため、ボ ランティア喫煙禁止条例の遵守やごみの持ち帰り等、 環境美化に関するマナーの周知・啓蒙に努める。	廃棄物対策課		アタプトプログラムの軍 艦、ボランティア清掃用ご み袋の支給、ごみ回収車 の手配など、ボランティア 喫煙禁止キャンペーン及び、 日々のハードウェアによるボ ランティア喫煙禁止地区にお ける指導。	◎	☆	アタプトプログラムの里 親数	166団体
	④ 花のあるまちづくりの推進	市街地の主要な観光ルート等の道路花壇やフラー ワートへ四季折々の花を植栽し、さらりと潤いのある 生活環境の創造と魅力的な観光都市づくりを図る。	みどりの課		道路花壇、フラーワートへ の植栽	◎	☆	花壇寄附户数(自治会 等ボランティア団体と協 働し植栽した花壇数)	137,000株
	⑤ 英語等子屋事業の実施	中学生に、市内を訪れる外国人に積極的に関わり、こ とができるコミュニケーション能力の育成を図る。	学校教育課		中学校の放課後に英語イ ンストラクターやALTを派遣 し、「英語寺子屋」を実施	◎		中学校の放課後の英語力 が身に付いた生徒の割合	0.96
	⑥ 英語でおもてなし講座の実施	市民が外国人と接する機会が増えているため、外国 人に対し、「おもてなし」の気持ちや態度で、英語で自 然に対応ができる市民の育成を図る。	生涯学習課		大野公民館で「英語でおも てなし講座」を実施	◎		受講者数	600人



長崎市観光振興計画2020アクションプラン個別事業一覧

基本施策4 観光消費拡大の仕掛けづくり ～しかける～

個別施策	個別事業(事業名等)	事業概要	主管課	関係課	具体的実施項目	◎:主体 ☆:協力		H22年度もしくは最終年度の目標値	
						市	民間		
(1) 観光消費の拡大	7 着地型旅行商品の企画・造成	① 「長崎さくら」の充実及び民間等による食・体験等多言語対応着地型商品の企画・造成	観光推進課		長崎さくらでの民間企画商品造成、長崎国際観光コンベンション協会や観光関連事業者と連携した商品造成	☆ ◎	◎	13,000人	
		② まちからプロジェクトを活かした着地型旅行商品の企画・造成など	観光推進課		長崎さくらでの民間企画商品造成、長崎国際観光コンベンション協会や観光関連事業者と連携した商品造成	☆ ◎	◎	10本	
		① 観光客が楽しめるながさきの「食」の魅力発信及びメニューの開発	水産農林政策課	観光推進課	地域ブランドの核となる素材、メニュー等を開発し、情報発信を充実させることにより、食による消費拡大を図る。	◎	◎	◎	0.481
		② 飲食店におけるメニューの多言語化	観光推進課	水産農林政策課、商業振興課	飲食店におけるメニューの多言語化を促進し、外国人観光客が気軽に長崎の食を楽しむ環境を整え、消費拡大を図る。	◎	◎	☆	300店舗
		③ 新しいお土産商品の開発	商業振興課	商業振興課	観光資源を活かしたお土産商品開発、コンテストや商品PRを実施することで、事業者による新たなお土産商品の開発を促進するとともに、観光のイメージアップにつなげる。	◎	◎	☆	30品(H28年度)
		① ショッピングリズムの推進	観光推進課	商業振興課	商店街等と連携し免税店舗の拡充を図る。	☆	◎	◎	300店舗
		② 商工会議所の「経営発達支援事業」と連携した小規模事業者による外国人観光客対応店舗の拡充	商業振興課	商業振興課	外国人観光客を新たな顧客層として、その誘客・消費拡大につながる意識とアイデアのあるまちなか事業者が実施する事業を支援する。	◎	◎	◎	25事業者(H22年度)
		③ 「道の駅」等を活用した農水産物販売促進及び第6次産業商品等の開発促進	水産農林政策課	水産農林政策課	道の駅や道の駅が丘外海においての農林水産物及び地域の特色を活かした商品等の販売を促進することで、地元消費の拡大を図る。	◎	◎	◎	232000
		① 各種法律の特例等を活用した観光地域づくりの検討	観光政策課	観光政策課	総合特別区域法や観光圏整備法に基づく各種法律の特例等を活用し、国際競争力の高い魅力ある観光地域づくりの推進について検討を行う。	◎	◎	◎	-
		(2) 観光をけん引する事業を引きこめる	イ 同一テーマにおける他地域との連携	① 2つの世界遺産(候補)、ひかりと祈り光輝の街長崎等の有るテーマに、関連観光を促進するとともに、地域全体の魅力を総合的に向上させることで、広域観光の推進を図る。	観光推進課	長崎県、観光事業者と連携した宣伝	長崎県、観光事業者と連携した宣伝	◎ ◎	◎
② 長崎街道シュガーロードの推進	商業振興課			観光推進課、文化財課	シュガーロード連絡協議会(長崎市、諫早市、佐賀市、福岡市、小倉市、佐賀市、熊本県、北九州市)によるシュガーロードネットワーク等のPR事業	◎	◎	◎	36,000件



長崎市観光振興計画2020アクションプラン個別事業一覧

基本施策5 広域連携の強化 ～とのえる～

個別施策	個別事業(事業名等)	事業概要	主管課	関係課	具体的実施項目	◎ 主体 ☆ 協力			H32年度もしくは最終年度の目標値
						県	市	CV 民間	
(1) 国・県・市町との連携強化	ア 国との連携強化	① ビジットジャパン地方連携事業等の活用促進	観光推進課		ビザ要件の緩和等、今後成長が期待できるアジア市場における活用	◎ ☆	☆	外国人延べ宿泊者数	40万人
	イ 九州との広域連携推進	① 世界遺産関係自治体連携事業の推進 ② 「温泉アトラランド九州 広域観光周遊ルート」との連携	観光推進課		明治日本の産業革命遺産 銭湯・銭敷、造石、石段産業の構成資産が所在する福岡県や鹿児島県と連携し、広域、周遊型観光商品開発の促進のために旅行代理店に直接的なプロモーションを行う。 全国一の温泉源泉数と湧出量を誇る温泉、自然、食文化、歴史・文化遺産など、九州1県の多様な魅力を最大限に広域観光周遊ルートの計画策定、メンバー登録、交流事業開催、交通アクセスの円滑化、対象市場に向けた情報発信、プロモーションを行う。	◎ ☆	☆	観光客数	710万人
	ウ 県内自治体・観光施設との連携推進	① 県内各地域が連携した広域観光の促進 ② ハウステンポス等民間施設と連携したPRの推進 ③ 交通事業者と連携した誘客の促進	観光推進課		世界遺産登録を目指す長崎の教会群とキリスト教関係遺産の構成資産が所在する県内各市町と連携し、広域周遊型観光商品開発の促進のために旅行代理店に直接的なプロモーションを行う。 ハウステンポス等観光施設と連携することで、周遊観光を促進するとともに、地域全体の魅力を複合的に向上させ、国内外に向けた効果的なプロモーション展開を図る。 交通事業者、県内観光施設、自治体、観光事業者等と協働で、滞在時間短縮、観光経路を拡大する仕組みづくりに取り組み、周遊型観光を推進するとともに、連携した情報発信、誘客活動に取り組む。	◎ ☆	☆	観光客数	710万人
	ア 九州新幹線西九州ルートの整備及び関連事業の推進	① ソフト、ハードの両面からの観光まちづくりの推進	長崎駅前広場整備課		平成34年の九州新幹線西九州ルート開業を目標として、JR長崎本線連絡立体交差事業、長崎駅前広場地区広域整備事業等の関連事業を推進する。	◎ ☆	☆	事業費の執行率	H34年度新幹線開業
	イ 松が枝国際観光船埠頭の2バース化の早期整備	① 松が枝国際観光船埠頭の2バース化の早期整備	都市計画課		近年の東アジアクルーズ市場の拡大やクルーズ客船の大型化に対応した整備を行う。	◎ ☆	☆	事業費の執行率	H32年度連立事業完了
	ウ 長崎空港24時間化	① 長崎空港の運用時間の延長	観光推進課		長崎空港の運用時間延長することにより、地域の活性化や利便性の向上を図る。	◎ ☆	☆	事業費の執行率	H35年度区画整理事業完了
	エ 九州横断自動車道長崎大分線(長崎IC～長崎IC)の車線化の早期整備	① 九州横断自動車道長崎大分線(長崎IC～長崎IC)の車線化の早期整備	土木企画課		暫定2車線区間である長崎ICから長崎多良見IC間の完全4車線化を早期実現させ、地域の活性化や利便性の向上を図る。	◎ ☆	☆	事業費の執行率	-
	オ 長崎市内観光施設の大規模リニューアル	① 長崎市内観光施設の大規模リニューアル	観光推進課		長崎市内観光施設の大規模リニューアルを行う。	◎ ☆	☆	事業費の執行率	-
	カ 長崎市内観光施設の整備	① 長崎市内観光施設の整備	観光推進課		長崎市内観光施設の整備を行う。	◎ ☆	☆	事業費の執行率	-
	キ 長崎市内観光施設の整備	① 長崎市内観光施設の整備	観光推進課		長崎市内観光施設の整備を行う。	◎ ☆	☆	事業費の執行率	-



1 計画の進行管理と推進体制

(1) P D C A サイクルによる進行管理

本計画については、P D C A（計画・実行・評価・改善）サイクルを構築・実施して進捗管理を行い、重点事業については、事業の進捗度に応じて、新たな改善案の立案や実施を徹底します。

また、施策毎に、実施主体を定め、長崎市、長崎県、長崎国際観光コンベンション協会、民間事業者の役割分担も明確にし、具体的な事業の推進を図ります。

なお、評価の頻度については、年2回（上期・下期）行うこととします。

(2) 産学官等の連携による推進体制

観光振興に関する施策は、非常に幅広い分野に及んでいます。したがって、本計画の確実な推進を図るためには、長崎市は文化観光部だけでなく、庁内の各部署が連携・調整を行います。また、庁内だけではなく、関連した行政、観光事業者や経済団体等の意見や提案を踏まえながら、計画策定と検証・改訂を行い、継続的な推進を図っていきます。

図4-1 P D C A サイクルのイメージ



2 持続可能な推進体制の構築

(1) 長崎市版 DMO の確立

今後、観光まちづくりを推進するうえで重要なことは、地域内の既存の業種（宿泊業、旅客運輸業、飲食業等）にイノベーションを喚起させ、新たな業種や業態を生み出し、雇用を創出させることです。

今後、その実現を図るために、観光まちづくりの中心となるプラットフォーム型組織「長崎市版 DMO」を確立し、多様多様な地域の人や組織と連携しながら、観光まちづくりを積極的に推進します。

長崎市版 DMO の確立により、新たな業種・業態や雇用の創出を目指し、一層の交流人口拡大と観光消費の増大を図ります。

「観光地域づくりプラットフォーム」に求められる機能は多岐にわたりますが、特に次の7つの機能が重要とされています。また、これらの機能を実践するためには、適切かつ十分な人材の確保・育成が欠かせません。

1. 観光地域づくり実施基本方針の作成
2. マーケティングの実施
3. 地域の特性を生かした滞在コンテンツづくり
4. 地域外の顧客に対する滞在プログラムの提案
5. 販売促進活動の実施
6. 来訪者及び市場に対するワンストップ窓口づくり
7. 各機能の提供に係るマネジメント

(2) 長崎市版 DMO の推進計画

長崎市版 DMO の確立及び事業推進については、国が「まち・ひと・しごと創生基本方針」(平成 27 年 6 月閣議決定)で掲げる日本版 DMO の推進計画を踏まえ、以下の年次計画をベースにして具体的な取組みを産学官で連携して検討します。

表 4 - 1 長崎市版 DMO の推進年次計画

長崎市版 DMO の 推進目標年度	日本版 DMO の推進計画		
	レベル別に求められる機能		全国での 構築目標数
平成 28 年度	レベル 1 (初期段階)	<ul style="list-style-type: none"> ・ビッグデータ等を活用したデータ分析 ・KPI の設定、PDCA の導入 ・官民連携による観光地域づくりのビジョン策定 	50 箇所 程度
平成 28 年度・ 平成 29 年度	レベル 2 (中期段階)	レベル 1 に加えて <ul style="list-style-type: none"> ・ワンストップサイトの活用等による本格的マーケティング ・観光産業を中心とするプラットフォームの形成 	10~30 箇所 程度
平成 30 年度	レベル 3 (最終段階)	レベル 1、2 に加えて <ul style="list-style-type: none"> ・地域資源を活用する多様な主体のプラットフォームの形成 ・安定的な財源確保による自律的経営の実施 ・専門的人材の確保と育成 ・民間投資の拡大 ・広域連携 	5~10 箇所 程度



長崎市観光振興計画 2020

長崎市経済局文化観光部観光政策課

〒850-8685

長崎市桜町 4-1 (長崎商工会館 4 階)

電話番号 095-829-1152

FAX 番号 095-829-1232

発行：平成 28 年 3 月