

1	アフターコロナを見据えたインバウンドの推進について	
(1)	これまでの取り組み	1
(2)	長崎市観光・MICE戦略及び長崎市DMO事業計画	4
(3)	市場の現況	6
(4)	今年度の取り組み	8
(5)	令和4年度以降の取り組み	15
(6)	松が枝国際ターミナル2バース化に伴う交通結節点の整備	16
2	夜景観光の推進について	
(1)	これまでの夜景観光の取り組み	24
(2)	その他の夜景観光の取り組み	31
(3)	夜景観賞を目的とした長崎観光客等の割合	32
(4)	「世界夜景サミット in 長崎」の概要	32
(5)	今後の取組方針	33

文化観光部

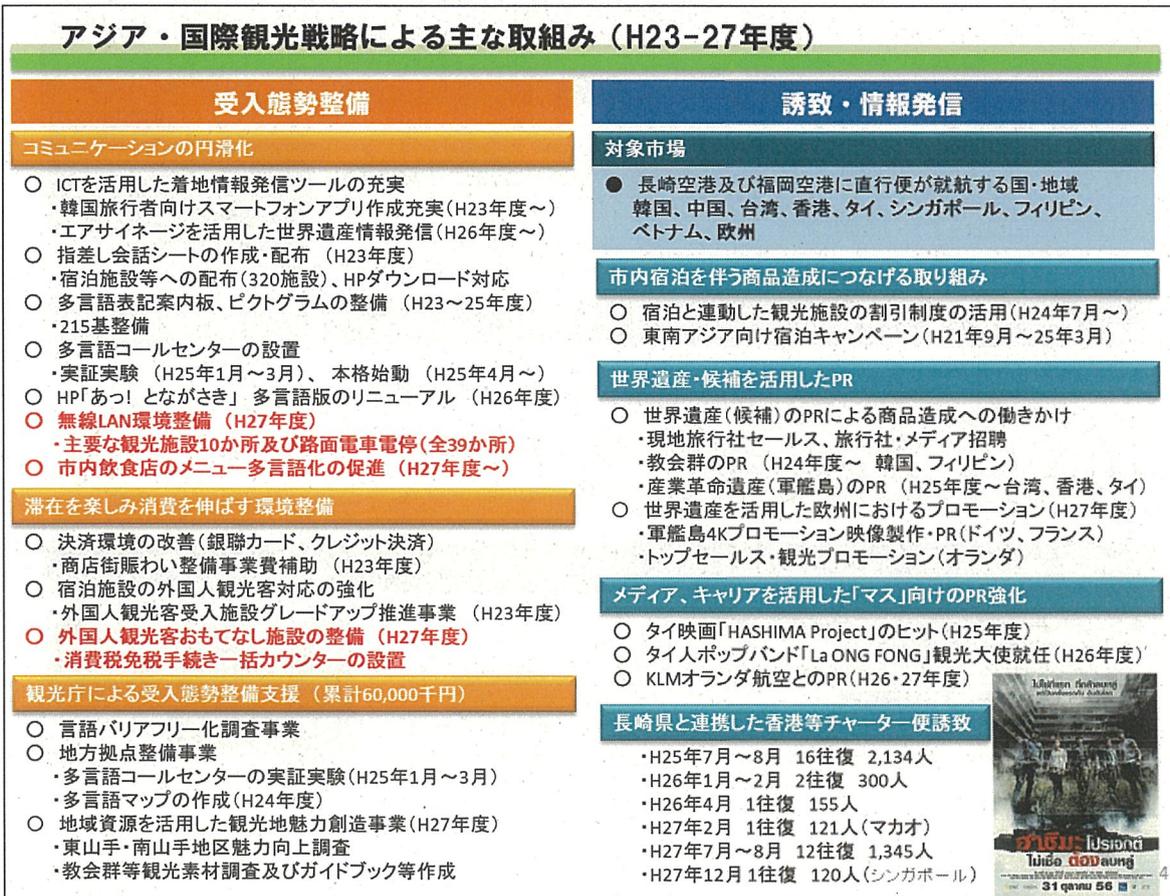
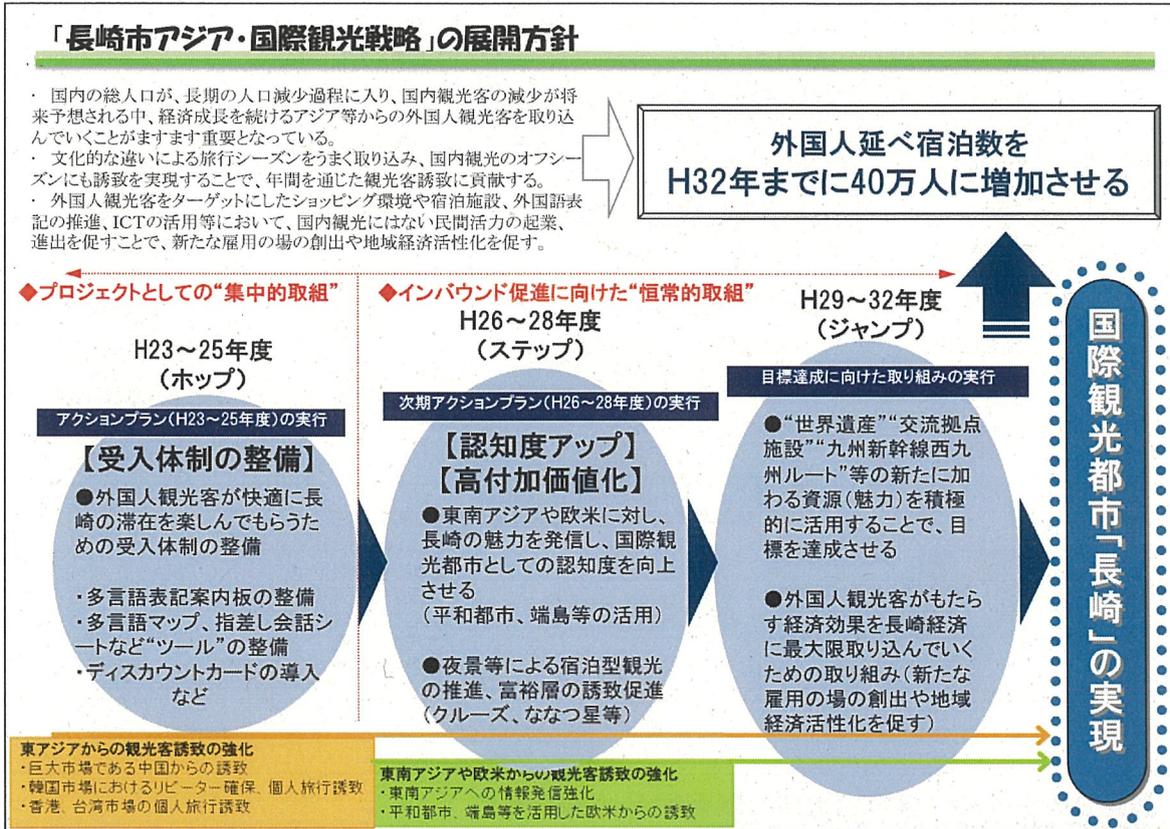
まちづくり部

令和3年11月

1 アフターコロナを見据えたインバウンドの推進について

(1) これまでの取り組み

ア アジアを中心としたインバウンド施策



イ 観光立国ショーケース（観光庁）選定・取り組み

観光立国ショーケース概要

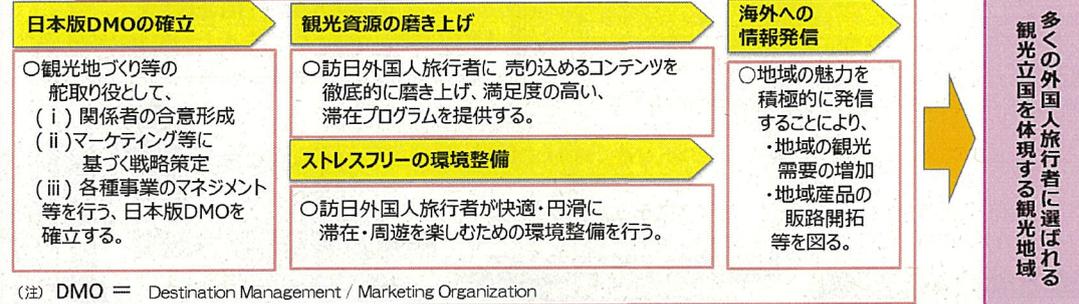
観光立国ショーケースの意義・目的

1. 多様な観光資源のポテンシャルを活かした世界に通用する魅力ある観光地域づくり
2. 訪日外国人旅行者を地方へ誘客するモデルケースの確立

・産業競争力会議での議論
→「日本再興戦略」改訂2015（平成27年6月30日閣議決定）

選定都市（釧路市、金沢市、長崎市）（H28.1.29大臣選定）における取組
（各市及び日本版DMOが、実施計画を策定して推進）

2020年



（注）DMO = Destination Management / Marketing Organization

関係省庁の施策の集中投入

関係省庁の連携を強化し、地域の取組を強力に支援



観光立国ショーケース重点項目の取組状況（長崎市）

①コンテンツ

●夜間景観の魅力向上

- ▶「中・近景」の夜間景観づくり（『景観まちづくり刷新支援事業』（国土交通省都市局）を活用）
観光施設等のライトアップや周遊ルートの街路灯が刷新され、長崎随一の観光コンテンツである夜間景観が、より一層磨き上げられ、魅力向上が図られた。
- ▶「長崎稲佐山スロープカー」の運行開始
2020年1月より、夜景の視点場「稲佐山展望台」への新たな移動手段として運行が開始された。



②受入環境

- ▶公衆無線LANの面的整備（『地方創生推進交付金』（内閣府）を活用）
これまで整備を推進してきた公衆無線LAN「Nagasaki City Wi-Fi」と民間事業者が運営する無線LANアプリとを連携させた。
アプリをダウンロードし、一度認証することで、再度認証手続きを行わず接続が可能となった。
- ▶民間事業者によるキャッシュレス決済環境整備の推進
商店街を中心に、各種補助金等を活用しながらキャッシュレス環境の充実が図られている。



③プロモーション

●ドイツ市場へ向けたデジタルプロモーションの実施

- ▶ドイツ市場向けの動画作成
ドイツ人クリエイターによるドイツ現地の志向を取り入れたプロモーション動画を作成した。
- ▶YouTube広告による動画配信
動画の広告配信で認知度向上を図った。また、今後の誘客に活かす趣向・属性を把握した。



ウ インバウンドの現状

【単位：人泊、％】

順位	平成30年		令和元年		令和2年			
	国・地域	推計	国・地域	推計	国・地域	推計	構成比	前年比増減
1	韓国	98,875	韓国	58,454	中国	6,682	17.7	▲88.1
2	中国	51,228	中国	56,029	韓国	4,917	13.0	▲91.6
3	台湾	36,814	香港	38,667	香港	4,121	10.9	▲89.3
4	アメリカ	16,494	台湾	37,730	台湾	3,981	10.5	▲89.4
5	香港	13,312	アメリカ	13,837	アメリカ	3,255	8.6	▲76.5
6	シンガポール	8,354	タイ	8,697	インドネシア	958	2.5	▲54.4
7	ドイツ	7,559	オーストラリア	8,083	フィリピン	905	2.4	▲81.5
8	タイ	6,396	イギリス	7,565	イギリス	800	2.1	▲89.4
9	オーストラリア	6,212	シンガポール	7,307	オーストラリア	794	2.1	▲90.2
10	イギリス	4,927	マレーシア	7,177	マレーシア	739	2.0	▲89.7
11	フィリピン	4,560	ドイツ	6,983	ドイツ	635	1.7	▲90.9
12	フランス	4,437	フィリピン	4,882	シンガポール	584	1.5	▲92.0
13	カナダ	2,571	フランス	4,623	タイ	557	1.5	▲93.6
14	オランダ	2,540	カナダ	3,136	ベトナム	530	1.4	▲34.4
15	マレーシア	2,418	インドネシア	2,101	フランス	456	1.2	▲90.1
-	その他	39,322	その他	58,035	その他	7,926	20.9	▲86.3
計		306,019		323,306		37,840	100.0	▲88.3

国内・国際クルーズ客船入港隻数及び乗客・乗務員数

【単位：隻、人、％】

	平成30年		令和元年		令和2年		
	隻数	推計	隻数	推計	隻数	推計	前年比増減
計	220隻	936,046	183隻	732,538	10隻	45,349	▲93.8

(2) 長崎市観光・MICE戦略及び長崎市DMO事業計画

ア 長崎市観光・MICE戦略（抜粋）

基本方針C 戦略的な魅力発信と誘致活動の推進

インバウンド誘致については、広域で周遊する海外の個人旅行者向けに、関係機関（JNTO、九州観光推進機構、交通事業者、北部九州や県内自治体等）と連携しながら、Web 配信を中心に、感染症収束後の復活期に向けた訪日・長崎旅行の期待感の醸成に取り組みます。また、訪日旅行需要回復後は、DMOにおいて、ターゲットとする国・地域の感染状況を見極めながら、市場に即した誘致・プロモーションを実施します。



インバウンド

（取り組みの課題）

- 旅行先としての認知度向上と選ばれるためのブランドコミュニケーション
- 長崎市の優位性が高い「欧米豪」と最大市場であるアジア主要国を中心とした誘致強化
- 宿泊率の向上と旅ナカ満足度の向上のための着地型コンテンツの造成と受入基盤強化

（主な取り組み）

- 平和資源など長崎市の強みを活かしたターゲット別FIT向けコンテンツの造成・磨上げ
- エアラインや関係機関と連携したセールスプロモーション
- 「旅ナカ」の満足度を高める受入体制強化

（戦略ステージ）

R3(2021)	R4(2022)	R5(2023)	R6(2024)	R7(2025)
・出島メッセ長崎開業	・新幹線開業	・新長崎駅開発完成	・スタジアムシティ開業	
コロナ禍における受入基盤整備	コロナ回復状況を見据えた段階的プロモーションの開始		本格的な回復期としての受入促進	持続可能な発展

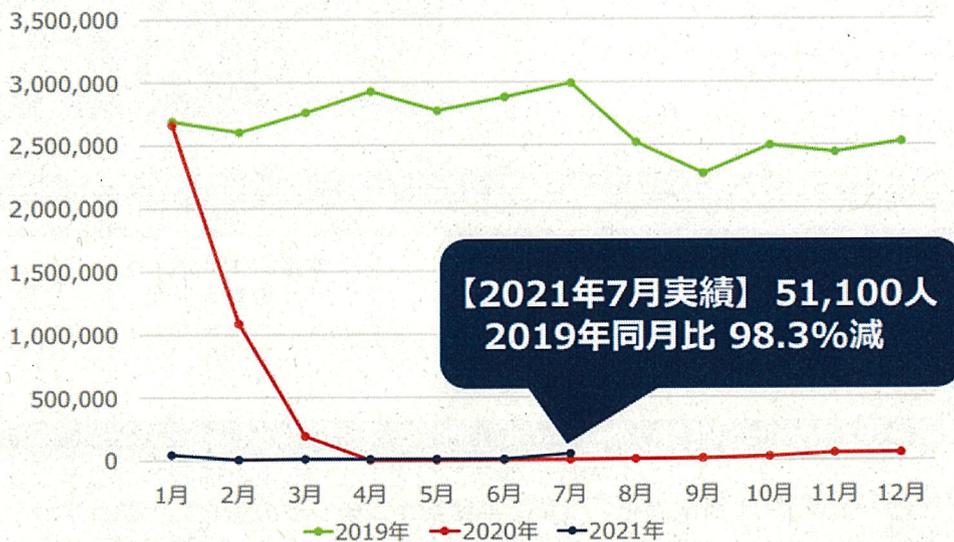
（主な事業）

1. ブランド戦略と連動したコンテンツの造成・磨上げ	
コンテンツ造成事業	インバウンド向けコンテンツとして、市中心部既存コンテンツの海外FIT対応強化（特に平和系コンテンツの強化）、郊外アウトドアコンテンツなどを事業等と連携し開発。また、宿泊率を高めるための多様な宿泊スタイルの提案とナイトコンテンツの造成。
2. 民間事業者や関係機関と連携したセールスプロモーション	
オンライン観光推進事業	コロナ禍での新たな誘客の導線の仕組みとして、オンライン観光メニューの開発とコンテンツの提供。
デジタルプロモーション事業	JNTOなどの関係機関と連携し、ターゲット国での認知度向上のための戦略的な動画配信、ウェブ・TV等広告の展開。新たな媒体チャネルなどを活用し、ターゲット国別・ペルソナ別でのデジタルプロモーションの強化。
セールスプロモーション事業	JNTOなどの関係機関と連携し、OTAや現地旅行会社、交通事業者と連携したセールスプロモーションを展開。
3. 「旅ナカ」の満足度を高める受入体制強化	
フードダイバーシティ推進事業（再掲）	食の多様化への対応強化として、ヴィーガン、ハラル等に対する事業者の知識向上や、メニュー開発・情報発信等の支援。
有償ガイド育成事業（再掲）	外国人向けのまち歩きや体験コンテンツの水先案内人となる有償ガイドの育成と派遣システムの構築。
デジタルプラットフォーム推進事業（再掲）	AIを活用したガイドシステムの導入や映像コンテンツの活用など、先進的なデジタルプラットフォームの構築。
クチコミ環境整備事業	個別の民間事業者のクチコミ情報発信を後押しするためのソーシャルメディアの活用支援など、クチコミ環境の整備。
受入環境整備事業	事業者が主体的に取り組むキャッシュレス機器やコミュニケーション機器の導入、多言語化などの取り組みについて、観光庁事業などを活用した実現化支援の実施。

(3) 市場の現況

日本政府観光局「第 24 回 JNTO インバウンドフォーラム」講演会資料抜粋
 (令和 3 年 9 月 14 日・15 日オンライン開催)

(1) 訪日外客数の推移 (全市場)

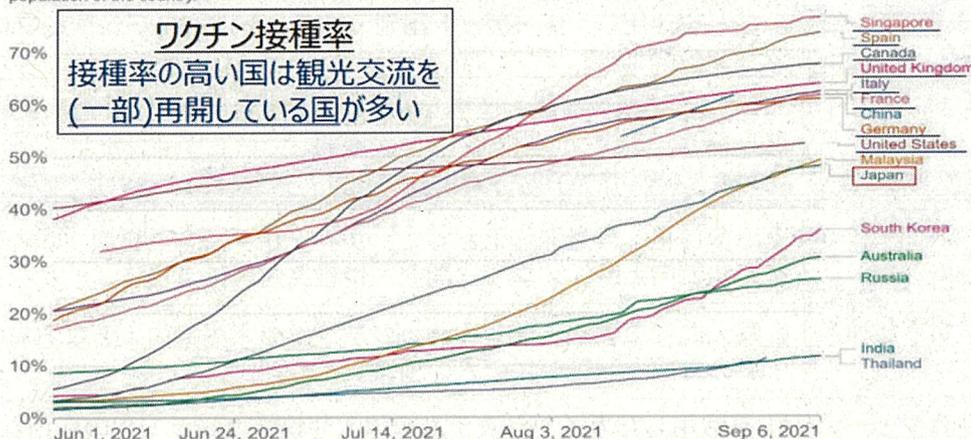


(2) 主要国の感染状況③ (ワクチン接種)



Share of the population fully vaccinated against COVID-19

Total number of people who received all doses prescribed by the vaccination protocol, divided by the total population of the country.



Source: Official data collated by Our World in Data. Alternative definitions of a full vaccination, e.g. having been infected with SARS-CoV-2 and having 1 dose of a 2-dose protocol, are ignored to maximize comparability between countries. 出典: COVID-19 Data Explorer (Our World in Data) <https://ourworldindata.org/covid-cases>

(3) 入国規制の状況①

● 日本における入国制限

入国者の滞在国・地域に応じて、主に以下の措置が講じられている。

- ①上陸：「特段の事情」のない限り、上陸拒否
- ②査証：査証の効力停止、査証免除措置の停止
- ③検疫：指定場所での隔離等

⇒現時点において、観光目的の外国人の入国は認められていない。

● 諸外国での渡航規制・自国民帰国時制限

<日本への渡航規制>

禁止勧告、自粛要請 等

<日本からの帰国時の制限>

陰性証明、PCR検査（入国時・数日後）、隔離 等

(3) 入国規制の状況②

● 重点市場における観光客受入再開（隔離免除等）の例

(1) 2国間の相互主義（トラベルバブル）

韓国＝サイパン（パッケージツアーから開始）

台湾＝パラオ

（参考）香港＝シンガポール：中止

(2) 相互主義ではない

①条件あり（相手国の感染状況、ワクチン接種証明等による）

英国、フランス、ドイツ、イタリア、ロシア、米国、カナダ、

中東地域：UAE（ドバイ・アブダビ）・トルコ等、

タイ（プーケット）、シンガポール（ドイツ等とのワクチン接種者TL）

②条件なし：スペイン、メキシコ

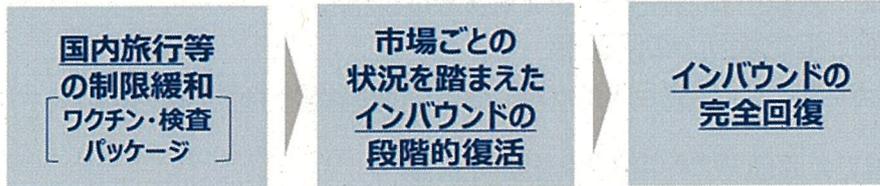
(4) 今年度の取り組み

ア 国の取組方針

インバウンドの段階的復活に向けて



今後、ワクチン接種の進展等により、行動制限・水際対策の段階的な緩和が想定される



(JNTOの取組の方向性)

- ・ インバウンドの段階的復活に備え、デジタルマーケティングを中心とした情報発信等を継続
- ・ 長期にわたり入国制限が継続する現状を踏まえ、Eコマースによる地域産品の物販を絡めた地域の観光情報の発信や日本語での観光情報の発信など新たな取組を実施

2021年度の主な取組方針（海外向け）



2030年訪日外国人旅行者数6,000万人、訪日外国人旅行消費額15兆円等の政府目標の達成に向けて、各国の出入国規制の動向を踏まえつつ、2021年度は下記に取り組む。

海外向け

1. 日本で開催される主要イベントと連携した情報発信
2. コロナの状況や出入国規制の変化に対応した、SNS・ウェブサイトによる情報発信その他の各種取組の機動的な実施
3. 上質な観光サービスを求める旅行者やテーマ特化型旅行者の誘客に資する関係者との連携強化
4. Eコマースによる地域産品の物販を絡めた地域の観光情報の発信
5. コロナ禍における訪日旅行の不安払拭に向けた情報発信

国内向け

1. 海外事務所・本部職員による国内インバウンド関係者（賛助団体・会員・その他）に対するコンサルティング・支援、海外市場動向に関する情報提供の拡充
2. プロモーションの本格的再開に向けた良質な観光コンテンツの収集と分類・整理・活用
3. JNTOウェブサイト日本語化など国内向け情報発信の実施
4. 出入国規制の動向やコロナ禍の旅行需要の動向に関する情報収集と国内インバウンド関係者への展開
5. コロナによる環境変化も踏まえたMICE誘致・開催に係る初級から上級までの体系的な人材の育成

イ DMOの取り組み

関係機関（日本政府観光局（JNTO）、九州観光推進機構、長崎県観光連盟等）と連携しながら、資源磨き・受入準備と Web での情報発信を中心に、感染症収束後の復活期に向けた訪日（九州・長崎）旅行の期待感の醸成に取り組んでいる。

(ア) 資源磨き・受入準備

a 郊外エリアのアクティビティ造成

ウィズコロナの三密回避を意識し、民間事業者と連携しながら、郊外エリアにおけるアウトドア体験型コンテンツの企画・開発を強化。

・コンテンツ例（外海、琴海、茂木、野母崎の4エリア）

外海（世界遺産エリア 手作りピザ×民泊）

琴海（森林×テントサウナ）

茂木（ふぐ雑炊×漁村散策）

野母崎（釣り×洞窟クルージング）

b 体験型商品提供事業者向けセミナー開催

体験を通じた長崎市の魅力発信を目的に、国内最大級の遊び・レジャーの予約・販売サイト「アソビュー！」を運営するアソビュー株式会社と連携し、「打ち出そう！長崎市への旅で体験できるコト」と題したセミナーを開催。

まずは、国内市場を対象に、コト消費を促進する仕組み・態勢を整えることで、今後海外向けにも展開していく。

開催期間	令和3年10月4日～6日（3日間）
会場	市内中心部、外海地区、野母崎地区（3会場）
参加者	約50名

（イ）情報発信・プロモーション

a ランドオペレーターとの商談会参加

- ・日程 令和3年9月29日～10月1日（3日間・オンライン開催）
- ・主催 九州観光推進機構
- ・参加者 在京ランドオペレーター 44社
九州の観光業関係者 55社
- ・商談実績 欧米豪市場を取扱う7社
※44社全社に対して長崎の最新の観光情報提供済み
- ・商談で得られた市場概況等
 - ワクチン接種率の高い欧米豪においては、海外旅行への意欲が高まっている一方、アジア市場の需要回復は遅い。
 - 欧米豪のツアー会社の多くは、2020年の予約を継続保持しており、日本の感染収束を待っている状況。2022年秋のツアー開始に向け、準備を進めている。
 - 欧米豪市場では特に体験型コンテンツやフードツアーなどの着地情報を求められている。
 - 九州を訪れる欧米豪のツアーは、ほぼ長崎市が行程に入っている。ヒルトン長崎、野母崎、伊王島、外海、茂木等の郊外の新たな魅力紹介について対しては、各社とも良好な反応が得られた。

b 台湾市場 Web プロモーション【令和元年度からの継続事業】

長崎県観光連盟と連携し、台湾の最大手訪日 WEB メディア「樂吃購（ラーチーゴー）」を活用し、県内の体験型コンテンツなど「コト消費」をメインとした個人観光客向けのプロモーションを展開している。

トップページでのバナー広告をはじめ、プラットフォームを観光連盟が準備し、DMOは、飲食店クーポン、宿泊施設紹介など記事紹介、周遊モデルコース記事の作成及び紹介を行う。

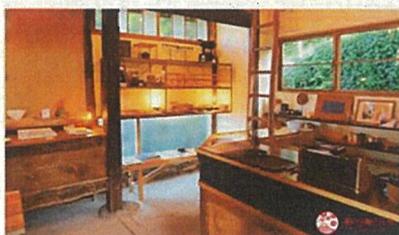


【樂吃購（ラーチーゴー）】

每月約 150 萬人 訪れる、台灣・香港で ユーザー数 No.1 の訪日メディア。ユーザーの 7 割が女性。観光情報、交通情報から飲食店、体験型コンテンツ、お土産まで網羅した個人観光客向けの様々な情報や日本人に人気のコンテンツを台湾人の現地スタッフが旅行者目線で発信する。SNS との連携により旅マエ・旅ナカの台湾・香港人観光客に向けて、効率的な情報拡散が可能。ユーザーは訪日旅行の情報収集だけでなく予約・手配まで完結できる。

【外海の大野教会とカフェの紹介記事】

穿過茂盛的花園走進「Café OZIMOC」，便會被內部沈靜、悠閒的空間感所吸引，而談起為何從原本居住的東京搬來此處，老闆小瀧先生表示當初在找地點時，因為迷路而到了這裡，卻反而覺得「就是這裡」了，便著手開始將這棟120年古民家，慢慢打造成自己夢想的咖啡館，一花就是10年，在如此有溫度的空間中，品嚐了小瀧太太手作的「法式鹹派與沙拉」，再配上一杯黑咖啡，長崎的早晨，美好得讓人也想移住此地了呢！



店內還有許多當地攝影家、藝術家的作品販售



品嚐完咖啡，再沿世界遺產「大野教堂」去散策

店內一角，展示著與當地藝術家、攝影師合作的商品，像是飾品、居家用品、攝影集，大家可以採購回去作為長崎自由行的紀念，而從這裡往上走不用五分鐘，就可以來到由法國神父所建造的石鐘「大野教堂」，不妨就去散散步吧！

c 豪州市場 北部九州連携事業

・豪州市場に向けた FIT オンラインプロモーション事業

訪日旅行に最も意欲のある 30 代～60 代の FIT 層をターゲットとし、在日インフルエンサーを招請し、九州ならではの食、自然、文化を体験及び情報発信を実施するとともに、旅行サイトで認知・興味喚起を目的とした広告宣伝を実施し、観光コンテンツ、安心・安全な感染対策を PR することで、認知度向上と往来再開後の九州への誘客促進を図る。

連携地域 福岡市、有田町、長崎市、熊本市、別府市
実施時期 招請 令和3年11月
情報発信 令和3年12月～令和4年3月

ウ 市の取り組み

(ア) 放送コンテンツによる地域情報発信力強化事業（総務省）

民間の放送事業者を実施主体とし、広域的に関係自治体とも連携を行い、長崎市の魅力を発信するコンテンツ（テレビ番組）を制作・放送する事業をドイツは令和元年度から、タイは令和2年度から行ってきた。

今後の感染症収束を見据えて、インバウンドのV字回復につなげるため、ドイツ及びタイ現地へ向けて情報発信を行う。

- ・実施主体：(株)長崎国際テレビ
- ・連携団体：長崎県、(一社)長崎県観光連盟、五島市、長崎市

【ドイツ向け番組制作】（現在制作中）

日々の人々の営みを通して地域の食文化や歴史、風土といった観光コンテンツへ広がりを持たせた『「食」を入り口にした「伝統文化」や「職人」にフォーカスしたドキュメンタリー番組』を制作する。地域の物産や伝統工芸に従事する方々の暮らしや思い・手仕事を通して、日本製品・物産の認知や愛着を醸成するとともに、ドイツ国内での消費を喚起する。

【タイ向け番組制作と現地での長崎食材のフェア開催】（現在制作中）

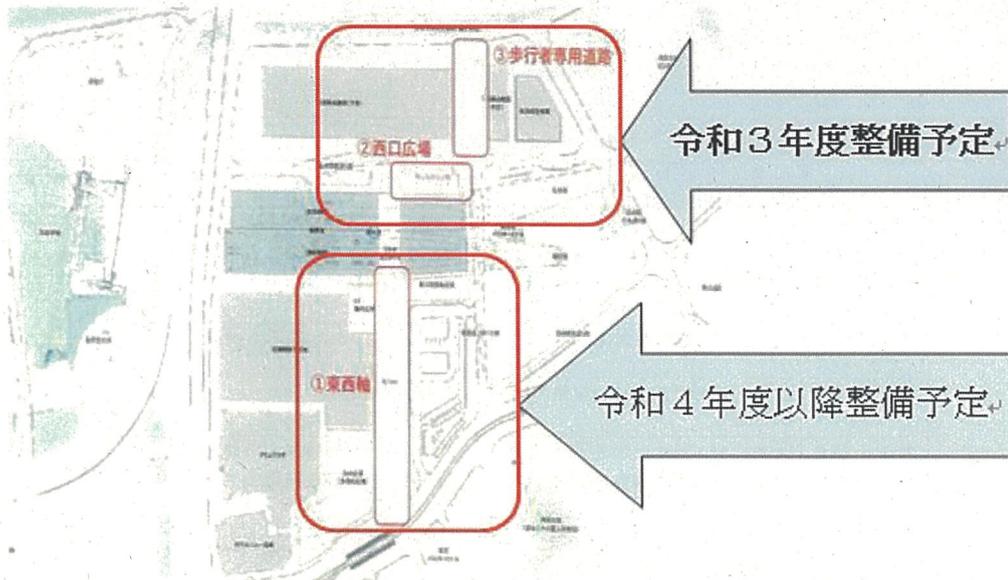
長崎在住のタイ人が、コロナ禍で会えないタイにいる大切な人に、長崎での生活や観光地や地元産品を映像で紹介してもらい、想いをリモートで伝える番組を制作する。

また、タイ現地の飲食店に長崎の食材を提供し、「Nagasaki Food Fair (仮)」を開催し、認知を図るとともに、長崎の食のニーズ調査を行う。

(イ) 公衆無線LAN環境の整備

平成27年より公衆無線LAN「Nagasaki City Wi-Fi」を整備しており、整備・開発が進む長崎駅周辺においても、令和3年度から、アクセスポイントの追加を順次行う。

- ・平成27年9月1日供用開始(8施設)
稲佐山展望台、グラバー園、平和公園、
長崎ペンギン水族館、眼鏡橋、永井隆記念館、
遠藤周作文学館、外海歴史民俗資料館
- ↓
- ・平成27年11月1日供用開始(1施設)
シーボルト記念館
- ↓
- ・平成27年12月1日供用開始(全39カ所)
路面電車電停
- ↓
- ・平成28年2月6日供用開始(1施設)
長崎ロープウェイ淵神社駅舎
- ↓
- ・令和2年2月1日供用開始(1施設)
長崎稲佐山スロープカー駅舎(山頂駅・中腹駅)



(ウ) クルーズ船の受入

長崎港において修理停泊中の「コスタ・アトランチカ号」でクラスターが発生したことに伴い、安全・安心なクルーズの再開に向け、港湾管理者である長崎県が本事案の検証を踏まえつつ、条例の改正やクルーズに係る関係者との情報共有と連携体制を整備し、国内クルーズ船を安全に受け入れる仕組みを構築した。

- ・ 会議名称 長崎港クルーズ船受入に関する感染症対応連絡調整会議
- ・ 設置時期 令和2年10月～

※これまでの取り組み

(長崎港クルーズ船受入に関する感染症対応連絡調整会議資料より抜粋)

項目	概要
①コスタ・アトランチカ事案の検証	・クラスター対応の検証評価及び報告書作成
②港湾管理条例の改正	・新型コロナウイルス感染症の発生など、港湾の適正な利用の支障となる事案に対応し、県民の安全・安心を確保することを目的に改正 (主な内容) 条例目的に「県民の安全・安心確保」を追加、船舶に対する措置命令の拡充、港湾の利用制限・船舶の情報提供依頼を新たに追加
③連絡調整会議の設立	・クルーズ関係者間の必要な情報共有および円滑な連絡調整を図るとともに、有事に備えた連携体制を構築することを目的に設立 (会議構成) 海上保安部、県警、CIQ機関、国交省、消防、県市等の危機管理・福祉保健(保健所)・観光・港湾部局、医療機関、クルーズ船社、代理店等
④受入の運用方針の策定	・国のガイドラインに定めのない事項を補足し、安全な受入の考え方を示すもの (主な内容) 受入可否判断の実施、接岸時の条件設定、船内情報の入手・共有
⑤緊急時対応計画の策定	・寄港するクルーズ船内で感染症が発生するなどの緊急の事案に対し、その解決に向け関係者が迅速かつ適切に対応するための行動計画 (主な内容) 船社・市・県の役割分担、現地の医療体制の構築、緊急連絡網の整備等
⑥緊急時対応の訓練の実施	・情報伝達訓練(緊急連絡時の確認)
	・感染者等搬送訓練

感染ステージを考慮した対応の考え方(国内クルーズ船)

感染段階 ステージ	基本的対応	具体的措置の例
ステージ1	クルーズ船は通常通り岸壁に接岸させる。	・基本的感染予防の徹底 ・運用方針に添った対応
ステージ2	ステージ1対応に加え、地域の感染症の状況を周知し、注意喚起を行う。	・船舶に対し感染情報を早期提供し、予定変更の有無等を確認 ・感染地域等への訪問について慎重に対応するよう要請
ステージ3 以上	入港の可否について判断する。 【可の場合】 ステージ2対応に加え、追加条件の有無を検討し接岸させる。 【不可の場合】 寄港地変更を要請する。要請を受入れられない場合は許可取消	【可の場合】 ・物資補給時以外の乗下船禁止等の条件付加 など 【不可の場合】 ・寄港地変更の検討を要請。必要に応じて国等関係機関と調整する。 ・状況に応じて岸壁使用許可取消を行う。

(5) 令和4年度以降の取り組み

ア DMOの事業

市場動向・環境変化への対応策：インバウンドを意識しながら国内誘客に傾注する2022年度へ

市場動向・環境変化	2022年度取組み方向性
<p>1. 観光市場の本格回復は、国内市場が先行し22年から、インバウンドが24年以降となる見込み。国内では21年秋からエアライン、旅行会社による「ワクチン接種キャンペーン」や観光庁による「ワクチン・検査パッケージ」の実証実験が開始されるなど、再始動への動きが活発化</p>	<p>国内観光の本格化へ向けて国内誘客に傾注</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 新幹線開業一福岡、広島、岡山 ● 観光本格再開一大都市圏（東京、大阪等） <p>インバウンドは回復に向けた準備をアジアから順次再開</p>
<p>2. 旅の本質的な目的が変化し、「消費型レジャー」から観光・生活を超越した「ライフスタイル」の実現へ</p>	<p>21年度から着手の“暮らすように旅をする”新観光スタイルの継続的な取組みと地域連携強化</p>
<p>3. 「一方的な情報発信」から、オンラインを活用した双方向コミュニケーション、ファンコミュニティによる旅ナカ・旅アトの「物語化〜共感・ファンづくり」へ</p>	<p>観光WEBサイトの刷新を図り、「訪問客一人ひとりに最適化した双方向コミュニケーション型サイトの実現</p>
<p>4. 1つの地域に滞在し、文化や暮らしを体感しじっくり楽しむ「滞在型観光」、密を回避する「分散型旅行」、新たな体験学習を取り入れた修学旅行、地域特産品の販売促進にも貢献するオンラインツアーなど、新しい観光トレンドの顕在化</p>	<p>郊外の体験コンテンツなど組み合わせた滞在・周遊型のプラン訴求、SDGsアクティブラーニングを導入した新しい修学旅行の提案</p>
<p>5. 「サステナブル・ツーリズム」の世界的な取組みが本格化</p>	<p>既存施策も最大活用しながら、地域の「環境」「文化」「経済」を守り・育む取組みを開始</p>
<p>6. 「泊食分離」「宿泊事業者による体験コンテンツ提供」「ユニバーサルツーリズム」など民間事業者による面的再生、収益の多角化</p>	<p>「朝たび」の昇華と連携拡大（より様々なシーンに応用していく）</p>
<p>7. 先端技術を取り入れたXR等の高付加価値コンテンツや、観光客の属性や購買データ、位置情報等を分析することで、リピート率を高めるためのCRM（顧客管理）活用などのDX化</p>	<p>XR等による高付加価値コンテンツ開発</p> <ul style="list-style-type: none"> → 各種公募事業の有効活用を検討 <p>CRMを活用したデジタルマーケティング</p> <ul style="list-style-type: none"> → 今年度から実施のマーケティングリサーチや新観光WEBサイトと連携したBtoCマーケティングシステムの開発、運用化へ（追加予算対応）



イ クルーズ船の受入

国際クルーズ船については、国においても取扱いを検討中の段階であり、現時点では再開の見通しが立っていない。今後、港湾管理者である長崎県を中心に国の方針を確認しつつ、受け入れ態勢を検討・整備していく。

(6) 松が枝国際ターミナル2バース化に伴う交通結節点の整備

1 松が枝国際ターミナルとその周辺の現状

(1) 松が枝国際ターミナルの状況

○岸壁の概要

・延長：L=410m 幅：W=20m 水深：H=-12m

○長崎港松が枝国際ターミナルの概要

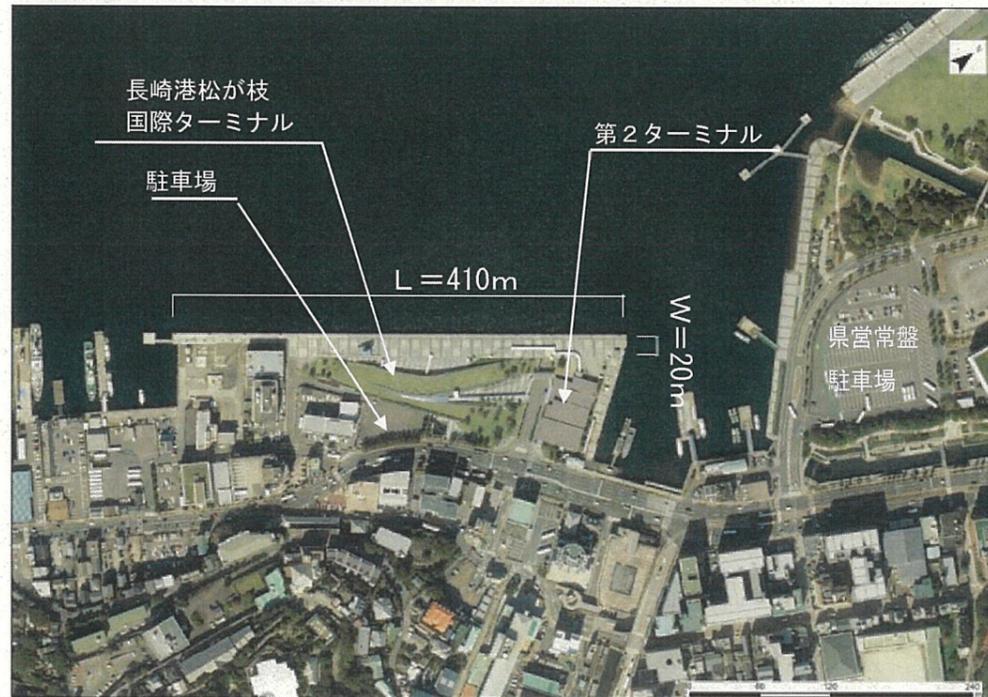
・機能：待合、インフォメーション 供用開始年：平成22年(2010年)
延床面積：1,996㎡

○第2ターミナルの概要

・機能：C I Q審査(税関、出入国管理、検疫) 供用開始年：平成24年(2012年)
延床面積：1,971㎡

○駐車場台数

・普通車61台(大型バスなどの場合は専用14台)
※不足の場合は県営常盤駐車場を使用



【国際クルーズ船入港時の観光バス稼働状況(参考値)】

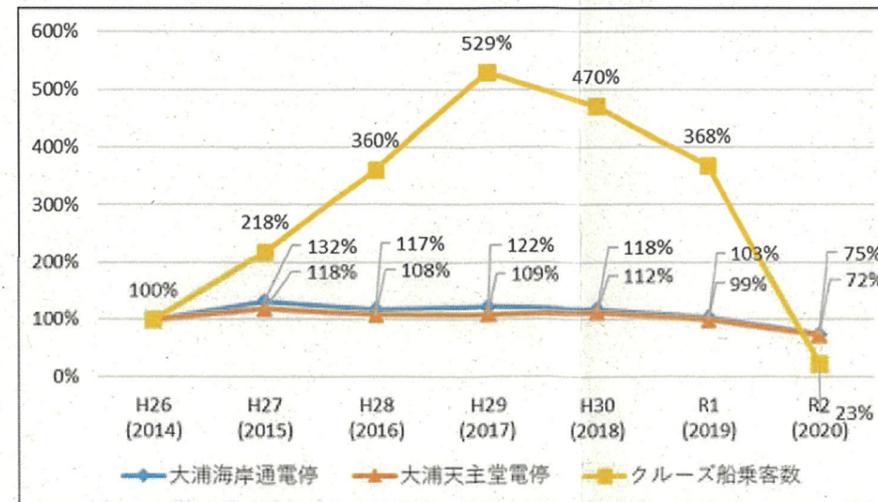
クルーズ船名	乗客・乗員総数 (乗客数)	観光バス台数	入出港日	入港時間
				出港時間
ノルウェー・ジョイ (16.8万トン)	6,229人 (4,411人)	105台	H30.4.28	8:00
				18:00
コスタ・フォーチュナ (10.3万トン)	4,177人 (3,264人)	80台	H30.5.2	15:00
				20:00
グローリー・シー (2.5万トン)	926人 (713人)	17台	H30.5.1	8:00
				泊
ロストラル (1.0万トン)	362人 (218人)	6台	H30.4.30	7:30
				18:30



(3) クルーズ船からの乗継の状況

- クルーズ船の乗客の多くは「中国」国籍であり、近隣駐車場からツアーバスを利用した移動が多い。
- クルーズ船乗客数は平成26年(2014年)比で5倍以上となっているのに対し、近隣電停の利用者数は1~2割程度の増に留まっている。

【クルーズ船乗客数と近隣電停の全利用者数の増減率推移(H26(2014)=100%)】



(2) クルーズ船の入港状況

- クルーズ船の入港は平成29年(2017年)の267隻が過去最大。
- 新型コロナウイルスの影響により、令和2年(2020年)3月以降、入港はない。

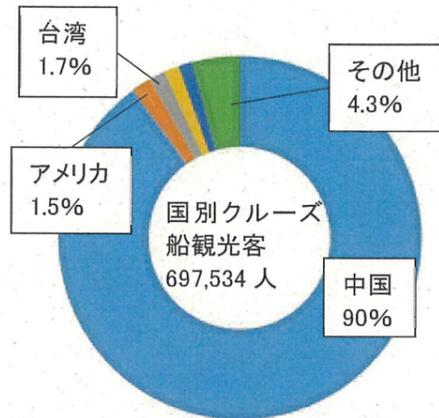
【国内・国際クルーズ客船入隻数・乗客数(乗務員含む推計値)】

	H26 (2014)	H27 (2015)	H28 (2016)	H29 (2017)	H30 (2018)
入隻数(隻)	75	131	197	267	220
乗客数(人)	199,031	434,543	717,288	1,052,455	936,046
	R1 (2019)	R2 (2020)			
入隻数(隻)	183	10			
乗客数(人)	732,538	45,349			

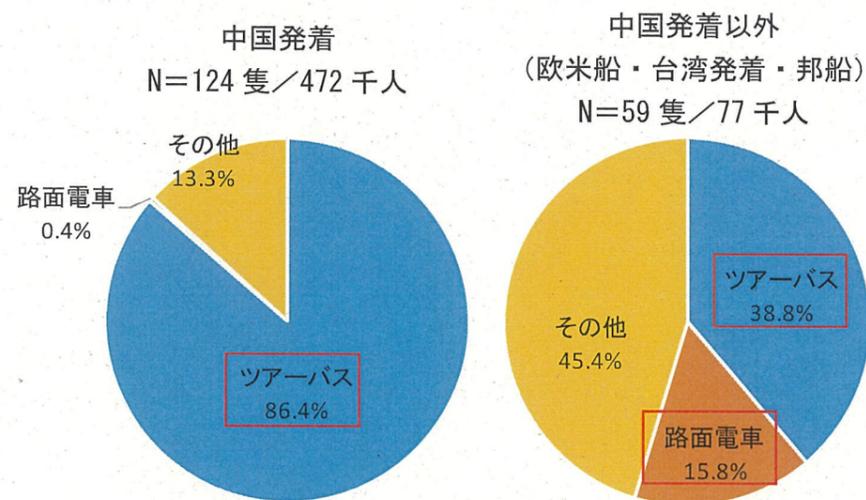
注) 暦年

1 松が枝国際ターミナルとその周辺の現状

【国際クルーズ船乗客数の国別割合 (H30(2018))】



【クルーズ旅客の2次交通分担率 (R1(2019))】



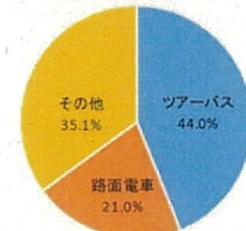
※算定根拠

バス：寄港船の乗客数実績、ツアーバス台数より算定

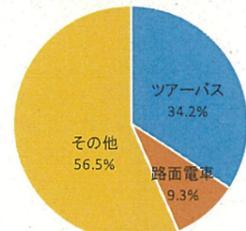
路面電車：寄港実績乗客数と、同年のクルーズ旅客への路面電車1日乗車券販売数より算定

その他：上記以外(タクシー、徒歩、レンタカー、路線バス、船に滞在)

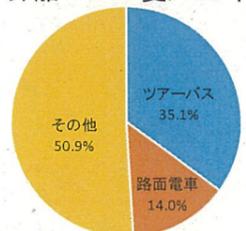
欧米船 N=36 隻/34 千人



台湾等発着 N=9 隻/21 千人



邦船 N=14 隻/22 千人

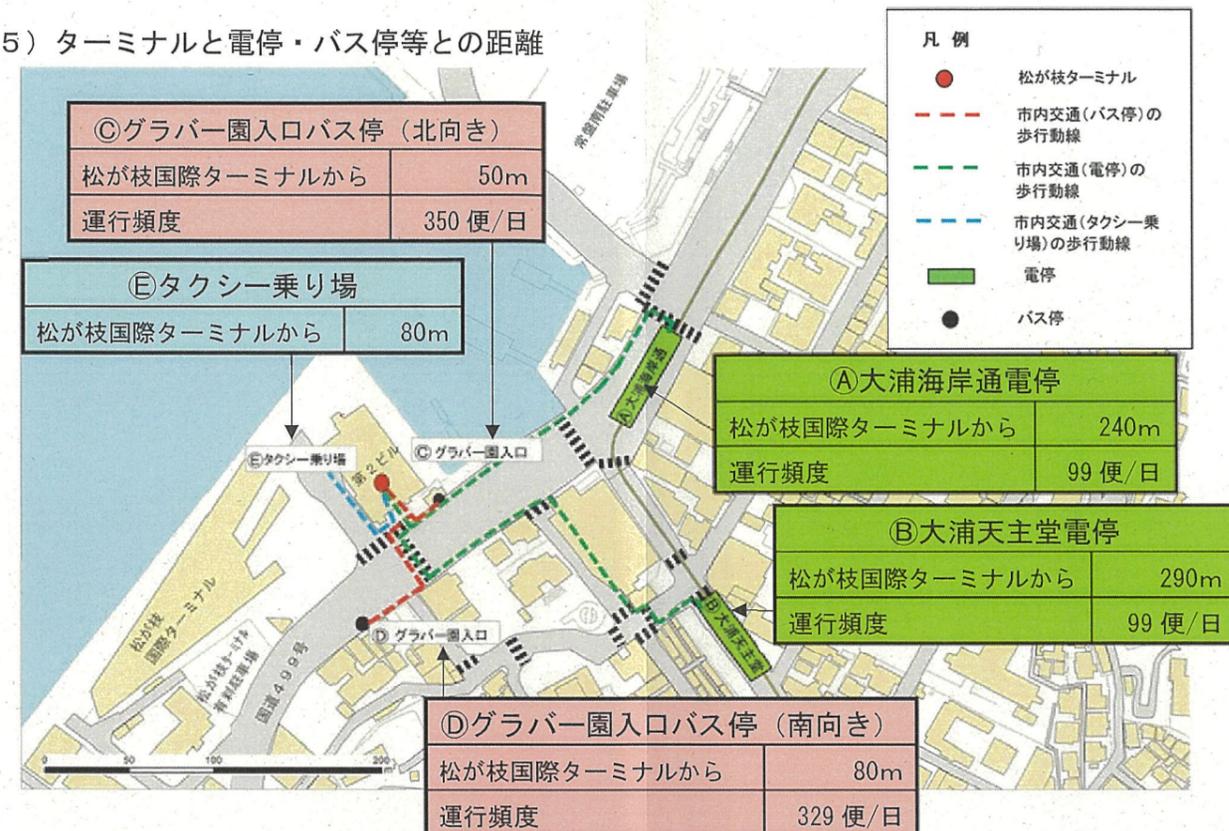


(4) 路面電車(5号系統)の運行状況

○大浦海岸通～石橋間が単線区間であるため、他の系統に比べ運行便数は少ない。

系統	区間	キロ程	所要時間	運行度数	運行間隔
①	赤迫～(西浜町)～崇福寺	7.3	35分	342本	約5分
②	蛸茶屋～(大波止)～赤迫	8.8	43分	1本	深夜最終便
③	赤迫～(桜町)～蛸茶屋	7.4	33分	277本	約6分
④	崇福寺～(浜町アケド)～蛸茶屋	2.9	16分	98本	約20分
⑤	石橋～(西浜町)～蛸茶屋	3.5	23分	198本	約9分

(5) ターミナルと電停・バス停等との距離



(6) バリアフリー状況(ターミナル)

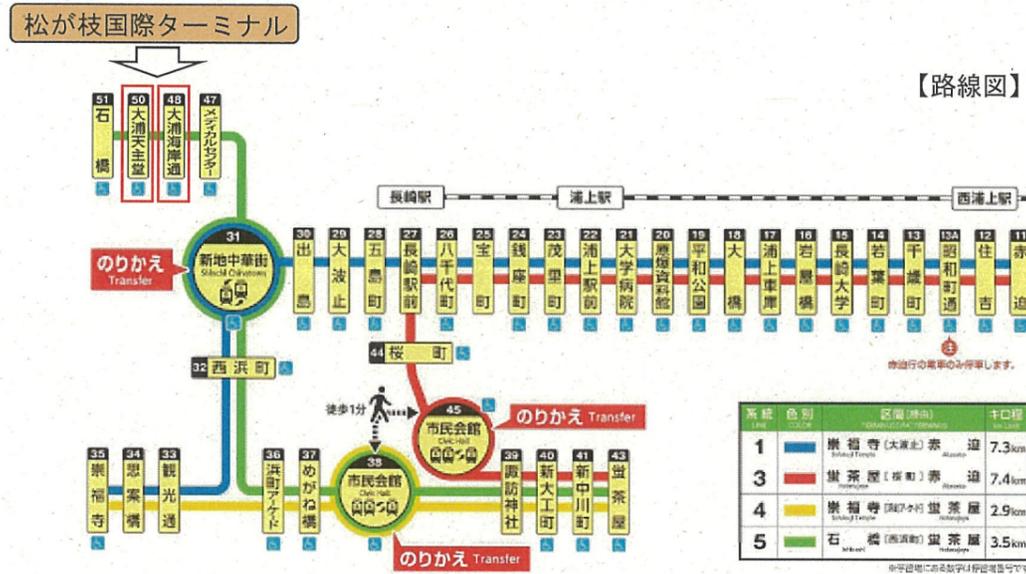
- 出入口は自動ドアが設置され、施設内には点字ブロックが設置されている。
- バリアフリー対応のトイレが設置されている。
- 施設には補助犬同伴を啓発するマークが表示されている。

スロープ設置	-	車椅子貸出(電動)	×
手すり	×	2次交通への電光掲示板	×
自動ドア	○	点字ブロック	○
車椅子対応エレベーター	○	点字案内	○
バリアフリー対応トイレ	○	窓口対応(筆談等の掲示)	○
オストメイト対応設備	○	周辺状況(2次交通への点字ブロック)	○
車椅子貸出	○		

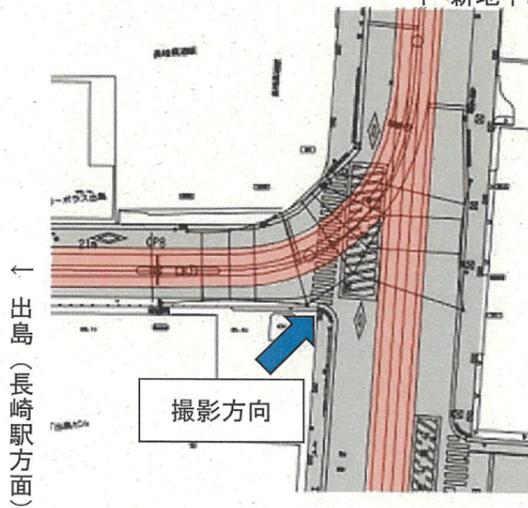
2 交通結節上の課題

(1) 市内各方面への回遊性

- 路面電車は新地町の分岐の構造上、松が枝方面と長崎駅方面との直通運行はできず、新地中華街電停で乗換えが必要である。
- 令和2年(2020年)7月からは市民会館電停でも乗換えが可能となっている。



【新地町分岐箇所：平面図】

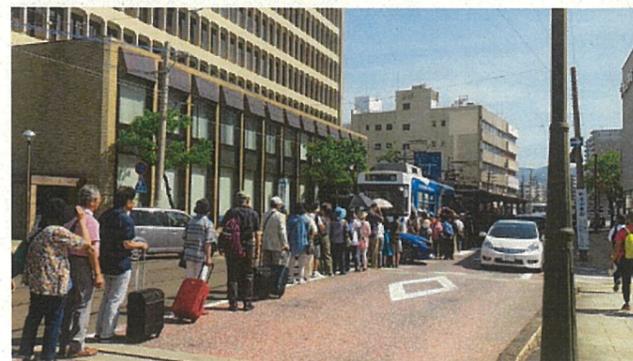


↓ メディカルセンター(松が枝方面)

(2) 新地中華街電停の混雑

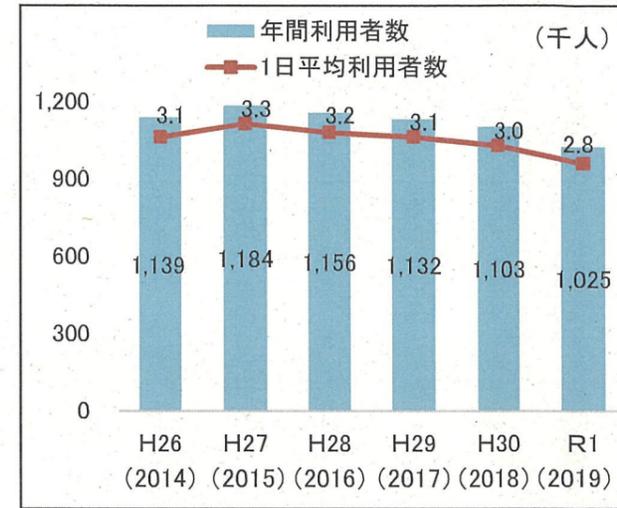
- ゴールデンウィークなどのピーク時には電車待ちの客が道路上に溢れている。
- 1号系統が約5分間隔で運行されていることに対し、5号系統が約9分間隔となっていることが混雑の主な原因であるが、大浦海岸通電停～石橋電停間が単線区間のため運行間隔を短縮できない。

【新地中華街電停の混雑状況(コロナ前)】



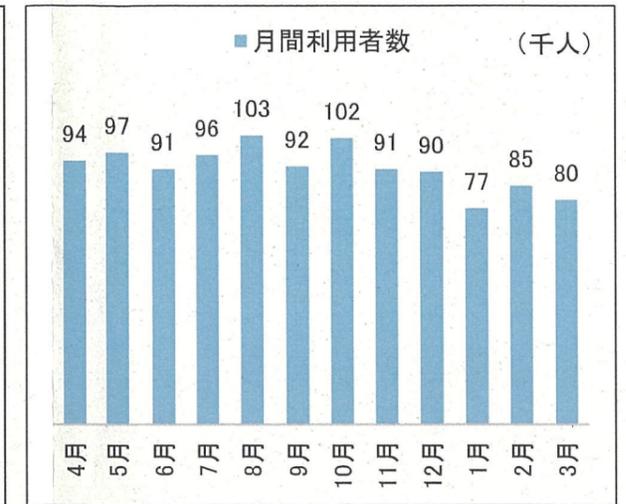
【新地中華街電停の乗降者数】

年別(コロナ前)



【新地中華街電停の乗降者数】

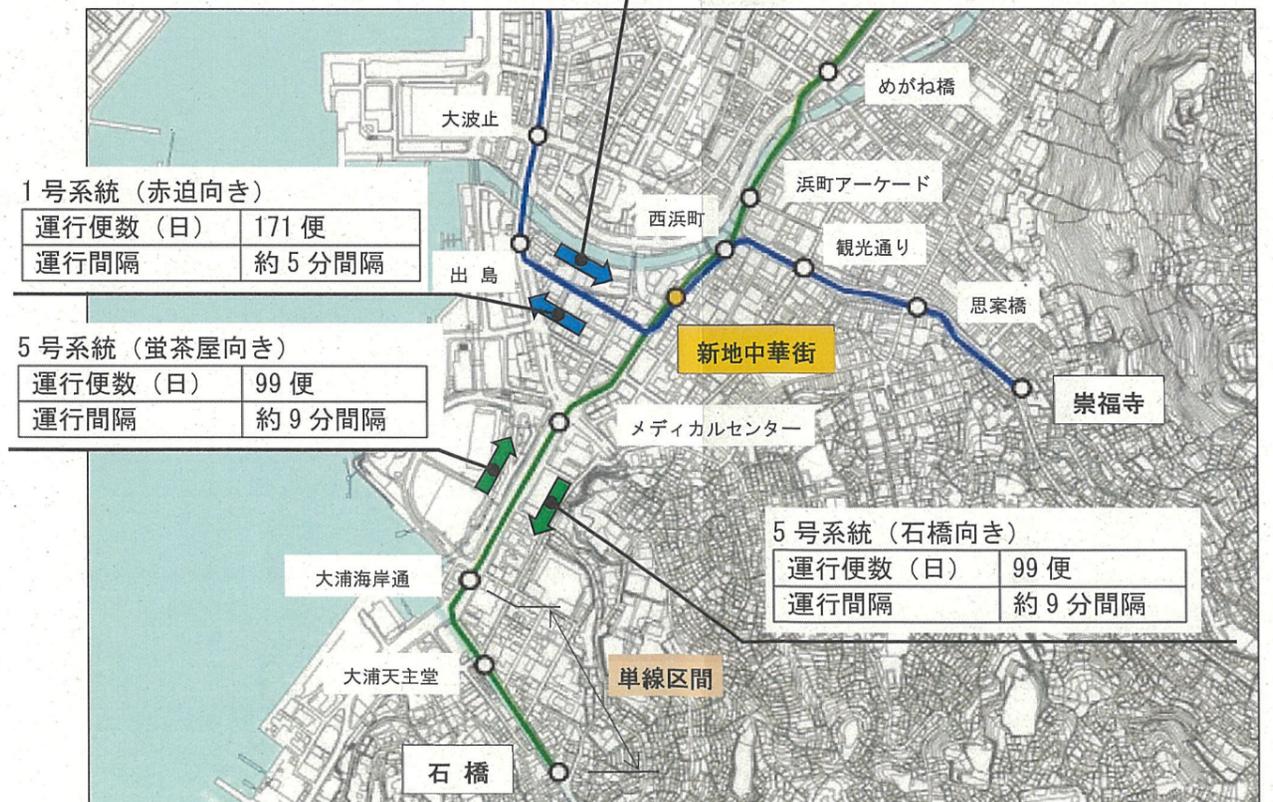
月別(H30年度(2018年度))



【1号系統と5号系統の運行状況】

1号系統(崇福寺向き)

運行便数(日)	171便
運行間隔	約5分間隔



	1号系統(赤迫～崇福寺)
	5号系統(石橋～螢茶屋)

3 交通結節機能強化に向けた取り組み

(1) 港湾機能の配置計画 (案)

○港湾計画 (2バース事業) の概要

【国土交通省資料】

【長崎港】松が枝地区旅客船ターミナル整備事業

国土交通省
九州地方整備局

【事業の目的】
アジアのクルーズ需要を確実に取り込むため、長崎港松が枝地区において、大型クルーズ船に対応した港湾施設の整備を行う。

【事業の概要】

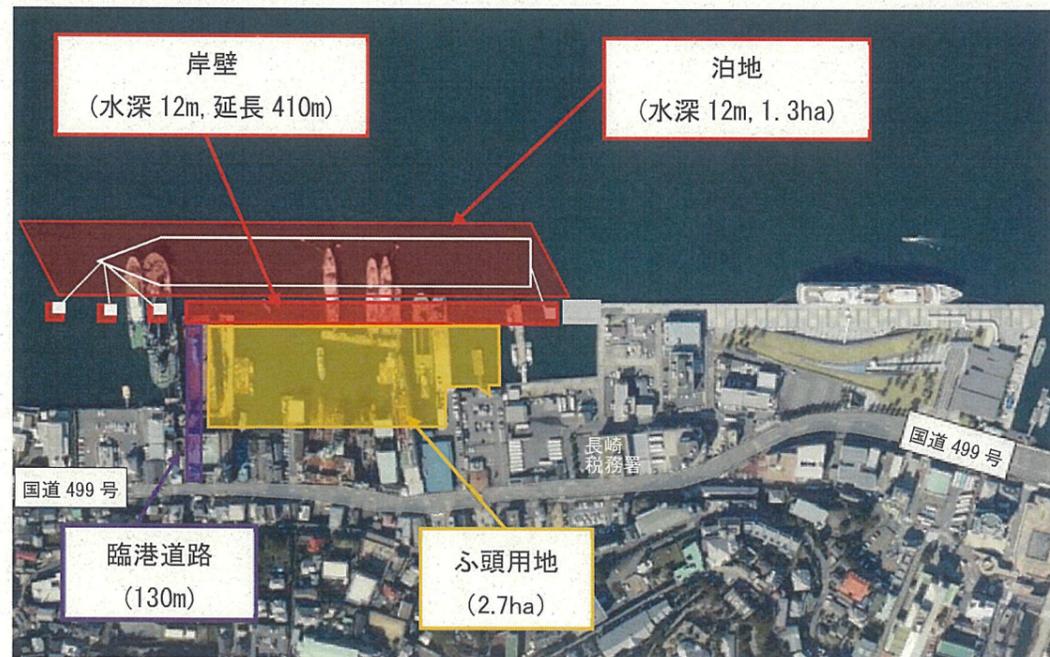
- 事業内容：岸壁(水深12m)、泊地(水深12m)、臨港道路、ふ頭用地
- 事業期間：令和2年度～令和7年度
- 総事業費：136億円
(うち港湾整備事業費100億円)



【整備スケジュール】

地区名	事業区分	施設名	全体数量	単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
松が枝	直轄	岸壁(水深12m)	410	m						
		泊地(水深12m)	1.3	ha						
	補助	臨港道路	130	m						
	起債	ふ頭用地	2.7	ha						

【国土交通省資料抜粋】



国土交通省整備：岸壁、泊地

長崎県整備：臨港道路、ふ頭用地

○再開発構想の概要

【県市作成資料】

松が枝地区再開発構想 (素案)

〈将来像〉

海の国際玄関口

～人々が交流する海陸のクロスロード～

〈開発コンセプト〉

- クルーズ客船の受入拠点となる国際ターミナル機能の強化
- 国内外の観光客の快適な移動を支える交通結節機能の強化
- 来訪者に充実したサービスと楽しさを提供する観光・交流機能の強化
- 地域の安心快適な暮らしを支える都市機能の強化



各機能の位置は、あくまでイメージであり、配置等を確認するものではありません。

長崎県・長崎市

○松が枝地区の整備に関する検討業務委託の概要 (県発注)

- 業務名：松が枝地区の整備に関するPPP/PFI導入可能性調査業務委託
- 業務期間：令和3年(2021年)8月23日～令和4年(2022年)3月1日
- 業務目的：新たな国際旅客ターミナルと背後の都市機能施設を一体的な建設・運営とした場合について、地域活性化等の効果を最大化するためのPPP/PFIの導入可能性を検討することを目的とした業務。また、路面電車の延伸及びタクシーや路線バス等の複合交通施設等の整備による交通結節機能の検討も併せて行うものである。
- 業務内容：①現状及び課題の整理 ②土地利用計画(案)の整理 ③交通結節機能の整理 ④事業手法の検討 ⑤導入可能性の評価 ⑥松が枝地区整備構想(案)のとりまとめ(①～⑤のまとめ)

3 交通結節機能強化に向けた取り組み

(2) 回遊性の向上

ア 路面電車

○路面電車を延伸し、クルーズ船と公共交通の結節を強化

○松が枝地区と長崎駅方面との直通運行

①出島～メディカルセンター間に三方分岐

②国道499号上に短絡軌道

○ただし、短絡軌道の整備にあたっては、国指定史跡「出島和蘭商館跡」の拡大や、地域高規道路南北幹線道路の夢彩都～出島バイパス間の計画との調整が必要である。

【長崎市中心部の交通結節機能強化の基本計画より抜粋】

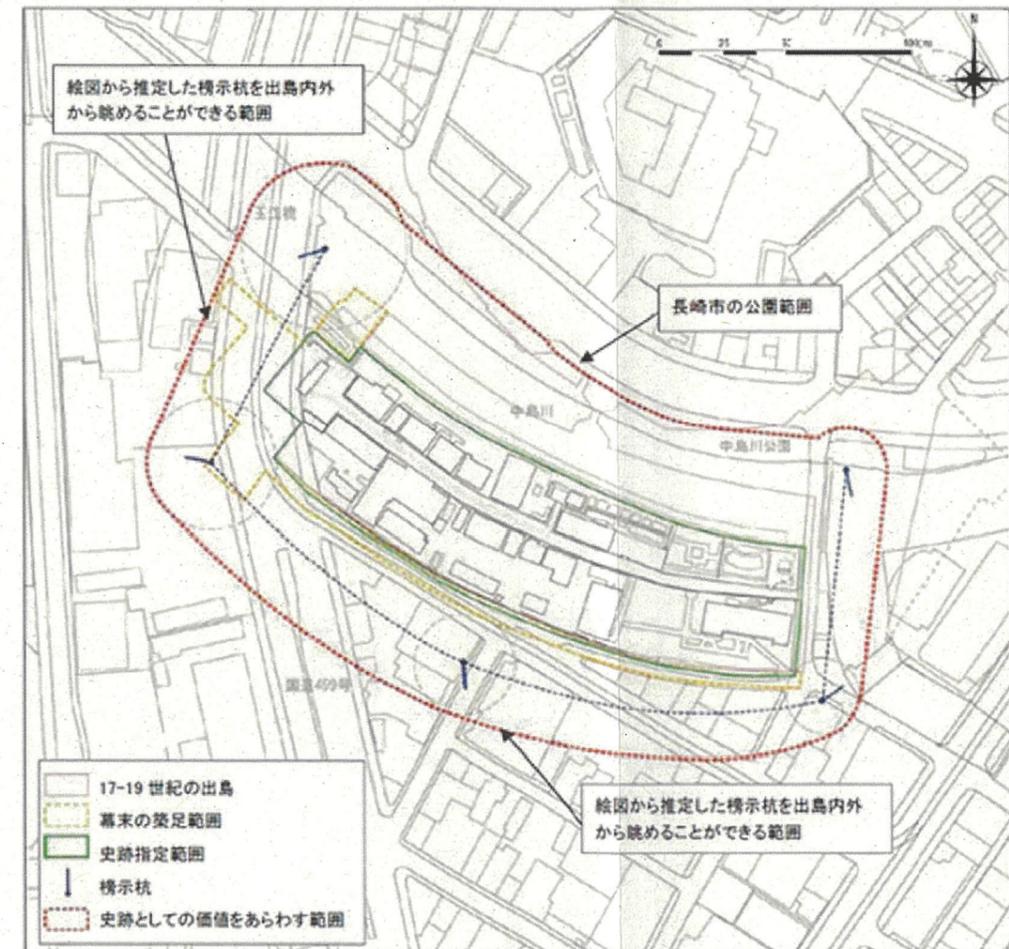


【参考1】「出島和蘭商館跡」保存活用計画の概要

○史跡の拡大の考え方

- 出島の史跡としての本質的価値となる要素を含め、史跡として一体的に保護しつつ、本来の海に浮かぶ島としての出島の姿を復元し後世へ伝えていくことを主な目的として、史跡「出島和蘭商館跡」復元整備計画書(平成8年)及び国指定史跡「出島和蘭商館跡」保存活用計画(平成28年)に基づき、史跡の拡大を検討する。

【国指定史跡「出島和蘭商館跡」保存活用計画】(追加指定範囲と拡大の考え方)



【国指定史跡「出島和蘭商館跡」保存活用計画】(整備のスケジュール)

1636	1641	1951 昭26	2000 平12	2013 平25	2018 平30	2022 令4	2036 令18	2041 令23	2051 令33	2100
事業期間				短中期 (2013-2022)			長期Ⅰ (2022-2041)	長期Ⅱ (2041-2051)		
史跡内の復元整備事業			I期	II期	III期					
出島築造					2022完了					
出島和蘭商館設置					2041完了					
整備着手					2051完了					長期計画の最終目標

3 交通結節機能強化に向けた取り組み

【参考2】地域高規格道路長崎南北幹線道路の概要

○出島バイパスから夢彩都前交差点までの区間が計画路線となっている。

【長崎市中心部の交通結節機能強化の基本計画より抜粋】



イ 周遊バス

○長崎バスが平成31年(2019年)4月8日より市内の主要観光地を結ぶバス路線を開通し運行しており、令和2年度(2020年度)には長崎駅西口発着へと変更された。(新型コロナウイルスの影響で令和2年(2020年)5月~9月、令和3年(2021年)5月~は運休)

○令和3年(2021年)11月1日からは、利用状況などが勘案され、新たなルートでの運行が開始される。

運行ルート：長崎駅西口 ⇄ 長崎県庁前 ⇄ 長崎港ターミナル ⇄ 出島表門橋 ⇄ 新地中華街 ⇄ オランダ坂入口 ⇄ グラバー園

片道所要時間：約15分

運行時間：平日9:00~16:30、土日祝9:00~18:30

運行便数：平日22便、土日祝28便(およそ20分間隔)

運賃：全区間160円(小学生まで80円)



※「新地中華街」バス停は、「長崎新地ターミナル」バス停部に併設
「オランダ坂入口」バス停は、「メディカルセンター」バス停部に併設

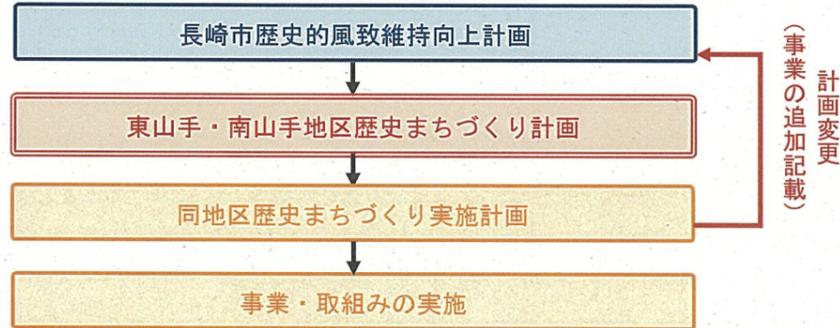
4 山手地区のまちづくりについて

(1) 事業概要

令和2年3月に国の認定を受けた長崎市歴史的風致維持向上計画の重点区域である東山手・南山手地区において、地域主体の長崎居留地歴史まちづくり協議会と行政が一体となって、地区の将来像や将来像の実現に向けた方針等を示す「歴史まちづくり計画」を策定し、歴史的建造物の保存・活用と周辺環境の整備を行う。

(2) 東山手・南山手地区歴史まちづくり計画の概要

ア 計画の位置付け



イ 主な現状と問題点

1 暮らしに関すること

- 居住者の減少、高齢化率の上昇
- 生活利便施設、防災拠点、住民の駐車場等の不足
- 空き家や老朽化した建物の増加
- 大浦川周辺の浸水 など

2 活動・営みに関すること

- 大浦くunch等伝統的な活動の継承者の減少
- ミッション・スクールと地域の関わりが希薄
- 観光客等が主要観光施設のみを訪れ、回遊範囲が限定的 など

3 地域資源に関すること

- 歴史的建造物が上手く活用されていない
- 主要な動線沿いの景観形成
- 樹木等による洋館や港への眺望の阻害 など

4 地域のブランディングに関すること

- 当地区の特別感が構築・発信されていない
- 便利な生活エリアであることが認知されていない
- 特徴的な景観の価値や魅力が効果的に発信できていない など

5 土地利用に関すること

- 動線周辺に店舗や宿泊施設が配置できない
- 建物規模が小さく、事業での収益が図りづらい
- 小学校跡地や歴史的建造物などが有効活用されていない など



旧杠葉本館



樹木等による眺望の阻害



動線沿いのブロック塀

ウ 目指す将来像と将来像の実現に向けた対応方針

目指す将来像

長崎の歴史・個性を示すシンボルエリアとして認知され、市民の活動の舞台となり、来訪者との交流の場として生まれ変わる。
営みとつながりが創る 新しい居留地物語
 ~居留地から居住地へ~

将来像の実現に向けた対応方針

【対応方針1】 時代のニーズに対応した暮らしの実現と快適性・利便性の向上

施策	取組みの具体例
住環境の整備	○広場機能の整備 ○浸水対策 ○危険な樹木の剪定・伐採 など
移住・定住の促進	○地区の暮らしを体験できる環境整備（ワーケーション等） ○移住希望者の支援 など

【対応方針2】 まちづくり活動や地域経済活動の活発化

施策	取組みの具体例
地域コミュニティが一体となった人づくり	○歴史文化を学ぶ環境や機会の創出 ○地域活動への参加促進 など
消費・交流の仕組みの創出	○魅力的な店舗の誘導 ○歴史文化を活かしたコンテンツの創出 ○松が枝地区との連携 など

【対応方針3】 歴史的資源や景観資産等の地域資源の保全と活用

施策	取組みの具体例
歴史的建造物等の魅力的な活用による保存	○民間活力を導入した活用の推進 ○出島メッセ長崎等と連携したユニークベニューの活用の推進 ○民間の歴史的建造物への新たな支援 など
総合的で細やかな景観形成	○洋館や港への眺望の確保 ○景観まちづくりガイドラインの作成 など

【対応方針4】 地域ブランディングの推進

施策	取組みの具体例
地域ブランディングの推進	○シビックプライドの醸成 ○ブランディングイメージの構築・発信 など

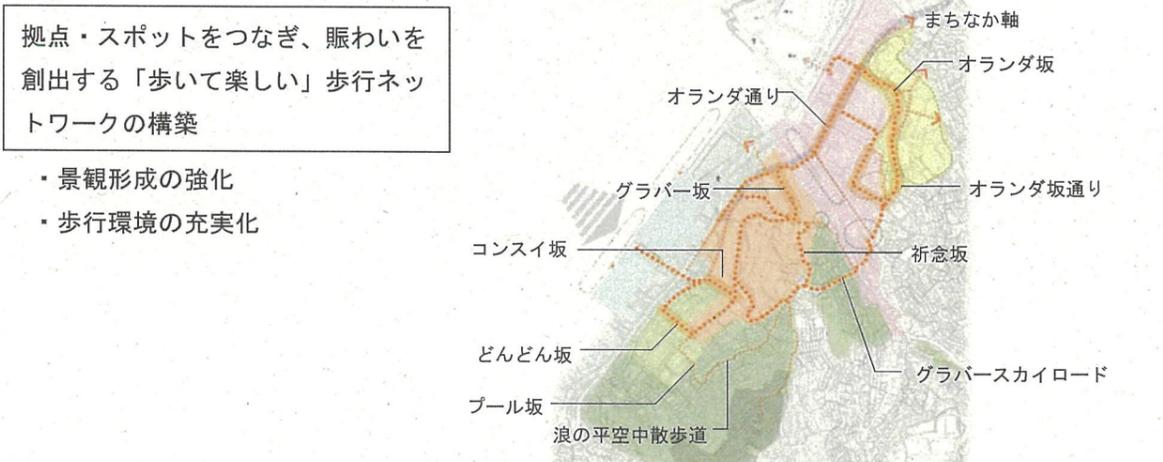
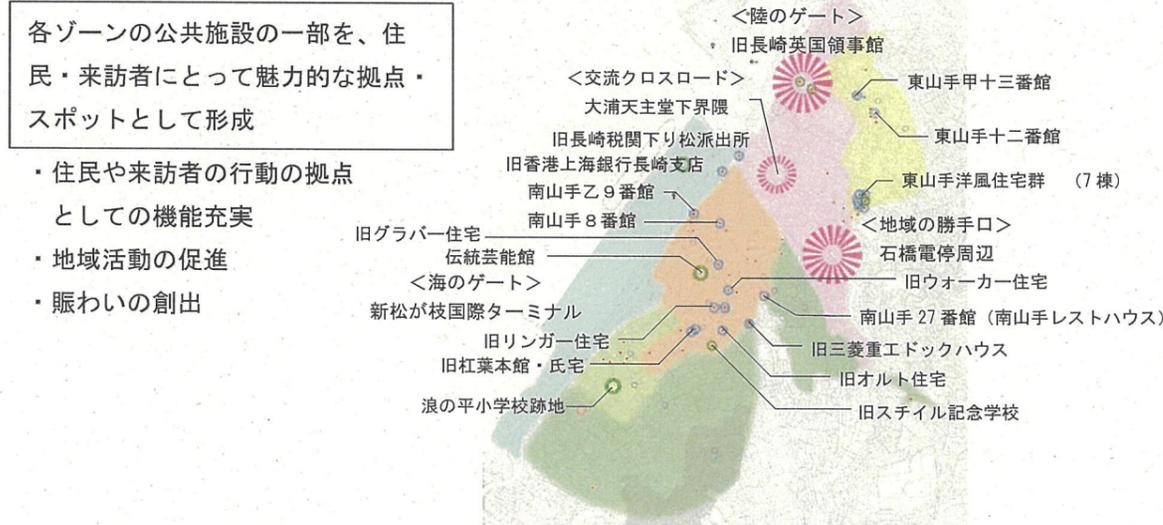
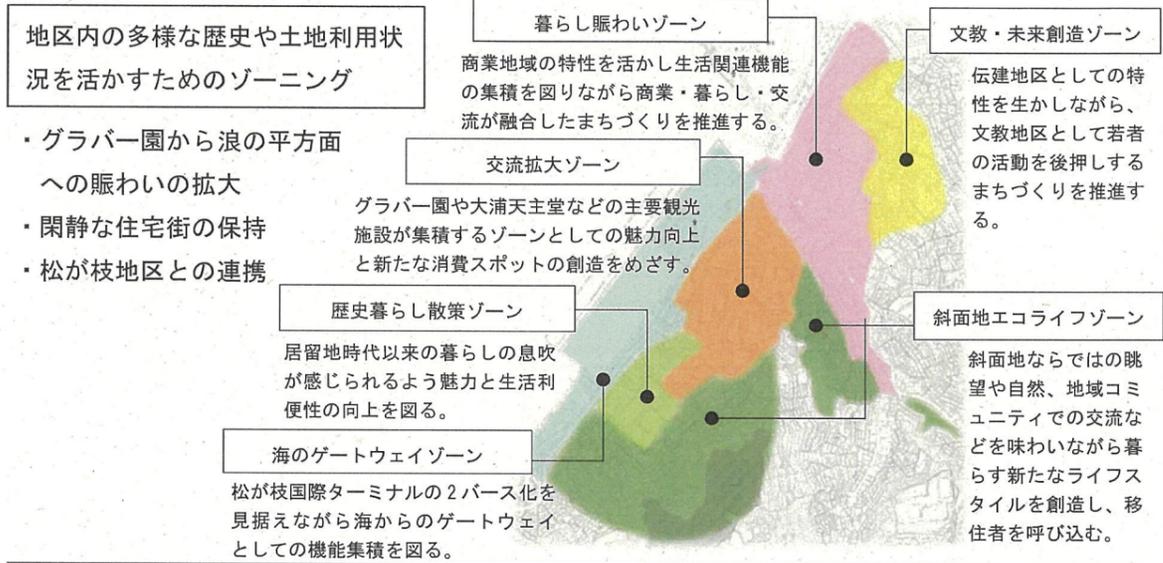
【対応方針5】 地域特性を踏まえた土地利用のあり方の検討

施策	取組みの具体例
地域特性を踏まえた土地利用のあり方の検討	○建物用途規制の緩和の検討 など

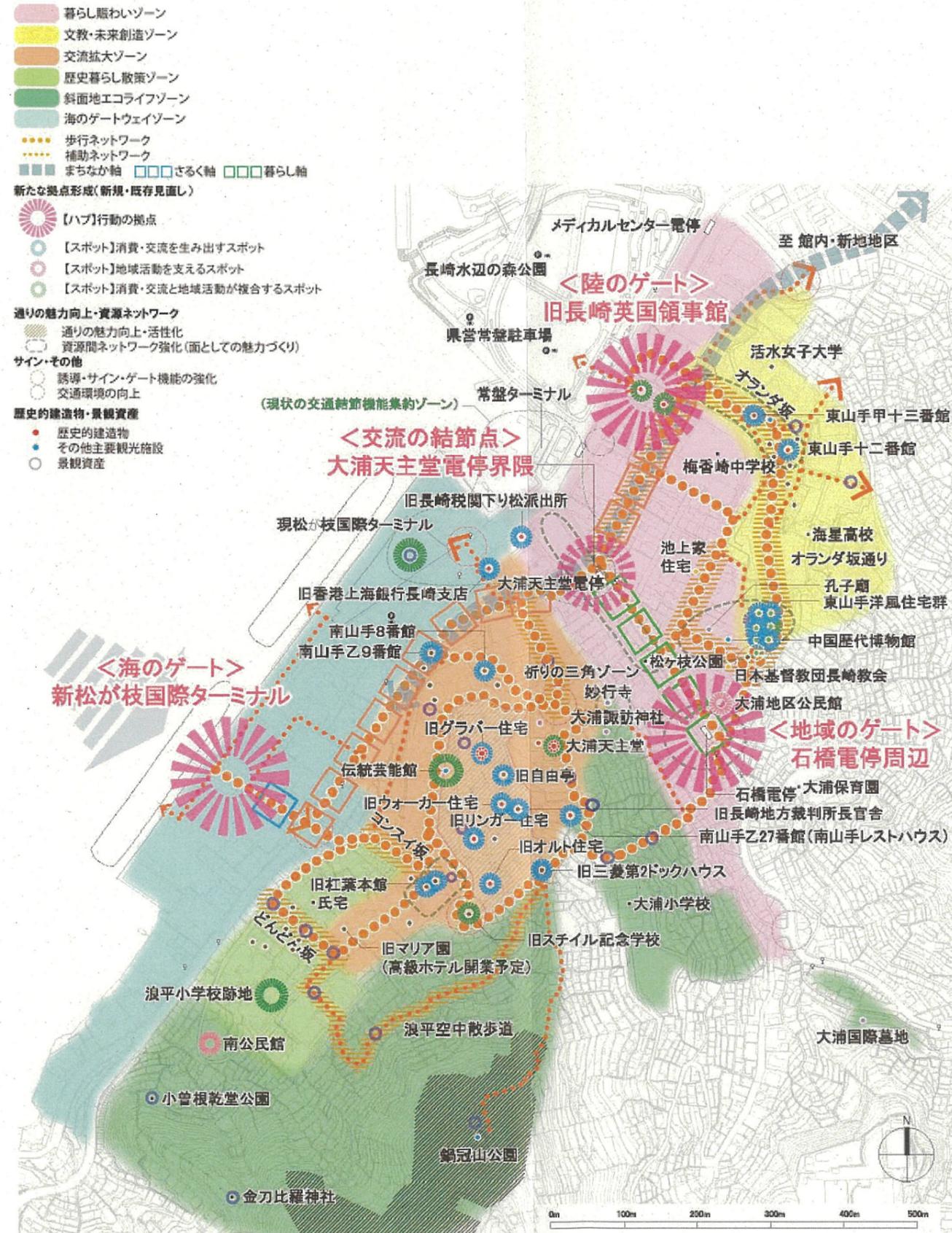
4 山手地区のまちづくりについて

エ 全体構想

地区の土地利用、歴史的建造物や道路の配置などの状況を踏まえ、各々の特性を生かすため、ゾーン、拠点・スポット、動線などまちづくりの方向性を示し、将来像の実現に向けた施策を実施する。



全体構想図



2 夜景観光の推進について

(1) これまでの夜景観光の取り組み

年 度	内 容
平成 5 年度	・ ライトスケープ基本計画策定
平成 7～8 年度	・ 主要な観光施設のライトアップ整備
平成 20 年度	・ 稲佐山魅力向上プラン策定 ・ 稲佐山山頂駐車場リニューアル [車両 40 台]
平成 21 年度	・ 無料送迎シャトルバス運行開始(スカイウェイ代替) ・ 「長崎ノ夜景」ホームページ開設
平成 22 年度	・ 稲佐山山頂展望台改修
平成 23 年度	・ 長崎ロープウェイゴンドラ改修 ・ 夜景サミット in 大阪 参加
平成 24 年度	・ 稲佐山山頂に“光のトンネル”完成 ・ 夜景サミット in 長崎 開催 ・ 【認定】世界新三大夜景(長崎・香港・モナコ)
平成 25 年度	・ 稲佐山遊歩道整備 ・ 観光丸ライトアップ整備 ・ 「長崎の夜景の在り方に関する検討会」開始 ・ 夜景サミット in 周南 参加 ・ 夜景サミット in 香港 参加
平成 26 年度	・ 稲佐山山頂展望台に“光のモニュメント”設置 ・ 中町教会ライトアップ整備 ・ イルミネーション事業の拡大(グラバー園) ・ 「長崎の夜景の在り方に関する検討会」報告書完成 ・ 夜景サミット in 北九州 参加 ・ 夜景サミット in 台湾 参加
平成 27 年度	・ 長崎ロープウェイ駅舎改修工事 ・ 夜景サミット in 神戸 参加 ・ 【認定】グラバー園が日本夜景遺産へ ・ 【認定】日本新三大夜景(長崎・札幌・神戸) ・ 【認定】日本百名月
平成 28 年度	・ 鍋冠山展望台改修 ・ 稲佐山山頂鉄塔ライトアップ整備 ・ 夜景サミット in 藤沢 参加 ・ 夜景サミット in ベトナム 参加

平成 29 年度	・ 出島ライトアップリニューアル
	・ 環長崎港夜間景観向上基本計画策定
	・ 夜景サミット in 足利 参加
	・ 夜景サミット in タイ 参加
平成 30 年度	【認定】日本新三大夜景(長崎・北九州市・札幌)に認定
	・ 夜景サミット in 札幌 参加
	・ 夜景サミット in マレーシア 参加
令和元年度	・ 平和公園エリアライトアップ開始
	・ 東山手・南山手エリアライトアップ開始
	・ 稲佐山公園スロープカー供用開始
	・ 夜景サミット in 静岡 参加
	・ 夜景サミット in 上海 参加
令和 2 年度	・ 中島川、寺町エリアほか 3 エリアライトアップ開始
	・ 稲佐山から見える夜景の演出照明運用開始
	・ 夜景 AR アプリ機能開発及び運用
令和 3 年度	・ 鍋冠山から見える夜景の演出照明運用開始
	・ 「長崎ノ夜景」パンフレット再作製
	・ 夜景サミット in むつ(オンライン開催) 参加
	・ 「世界夜景サミット in 長崎」開催予定
	・ 夜景サミット in 札幌(予定)

平成5年度

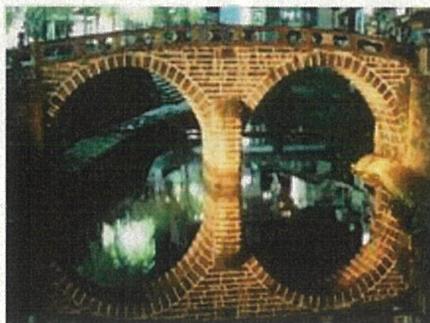
- ・ライトスケープ基本計画策定

平成7～8年度

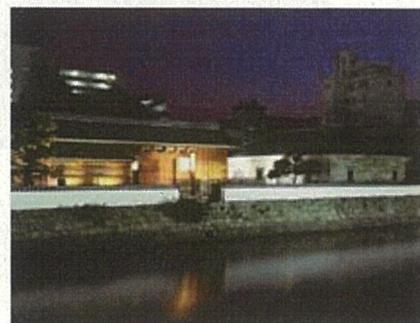
- ・主要な観光施設のライトアップ整備



大浦天主堂



眼鏡橋

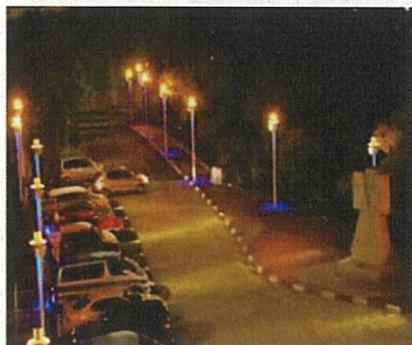


出島

平成20年度

- ・稲佐山魅力向上プラン策定
- ・稲佐山山頂駐車場リニューアル[車両40台]

事業費 86,000 千円



稲佐山山頂駐車場

平成21年度

- ・長崎ノ夜景ホームページ開設



平成 22 年度

- ・稲佐山山頂展望台改修

事業費 94,639 千円



稲佐山山頂展望台

平成 23 年度

- ・長崎ロープウェイゴンドラ改修

事業費 58,561 千円

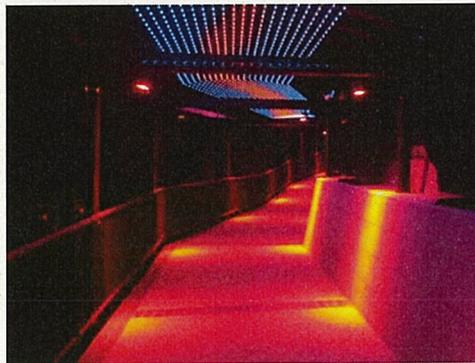


平成 24 年度

【認定】 世界新三大夜景（長崎・香港・モナコ）に認定

- ・“光のトンネル”の整備（稲佐岳駅舎連絡通路）

事業費 48,195 千円



平成 25 年度

- ・「長崎の夜景の在り方に関する検討会」開始
- ・稲佐山遊歩道整備

事業費 53438 千円

平成 26 年度

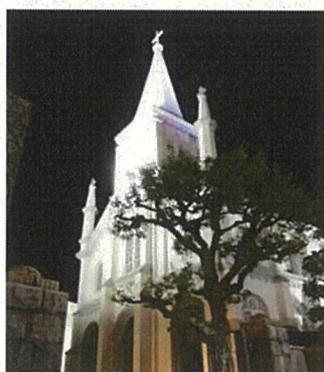
- ・ “光のモニュメント” の設置（稲佐山山頂展望台内）
- ・ 観光施設ライトアップ事業（中町教会ライトアップ）
- ・ グラバー園イルミネーションの拡充
- ・ 「長崎の夜景の在り方に関する検討会」 報告書の完成

事業費 4,995 千円

事業費 9,440 千円



光のモニュメント



中町教会

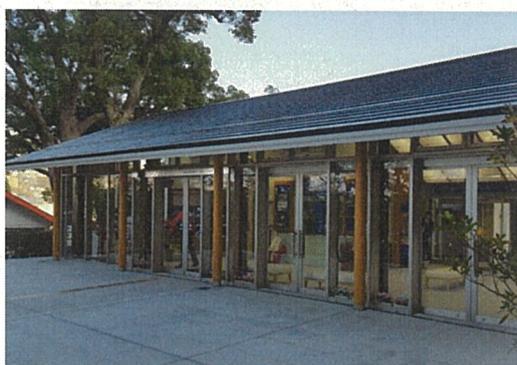


グラバー園

平成 27 年度

- 【認定】 グラバー園が日本夜景遺産に認定
- 【認定】 日本新三大夜景（長崎・札幌・神戸）に認定
- 【認定】 日本百名月に認定
- ・ 長崎ロープウェイ駅舎改修及びエレベーター設置

事業費 335,800 千円



長崎ロープウェイ淵神社待合所



長崎ロープウェイ稲佐岳駅舎待合室

平成 28 年度

- ・鍋冠山公園展望台リニューアル
- ・稲佐山山頂鉄塔ライトアップ整備

事業費 260,000 千円

事業費 49,162 千円



鍋冠山公園展望台



稲佐山山頂展望台電波塔

平成 29 年度

- ・出島ライトアップリニューアル
- ・環長崎港夜間景観向上基本計画策定

事業費 48,315 千円

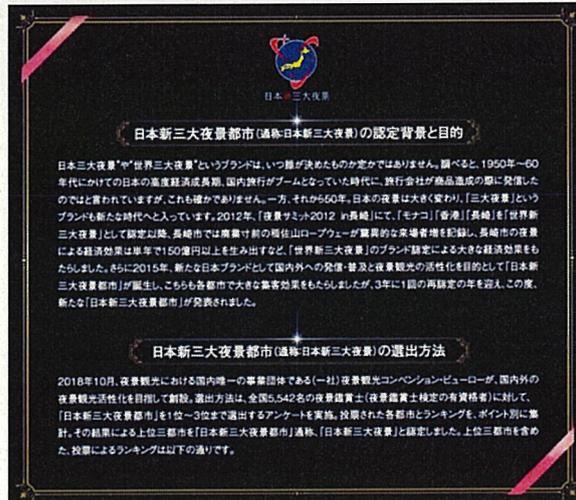
事業費 10,584 千円



出島

平成 30 年度

【認定】 日本新三大夜景（長崎・北九州・札幌）に認定

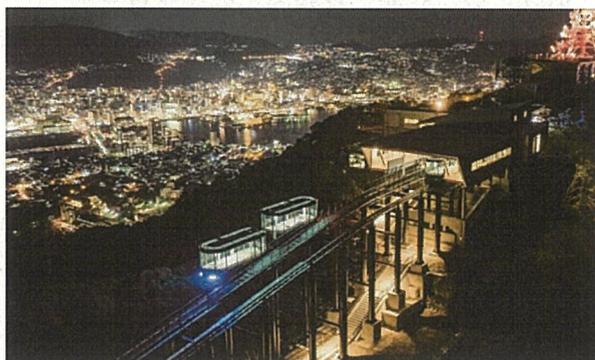


令和元年度

- ・ 平和公園エリア ライトアップ開始（中・近景の夜間景観づくり） 事業費 14,100 千円
- ・ 東山手・南山手エリアライトアップ開始（中・近景の夜間景観づくり） 事業費 169,000 千円
- ・ 稲佐山公園スロープカー供用開始 事業費 2,048,500 千円



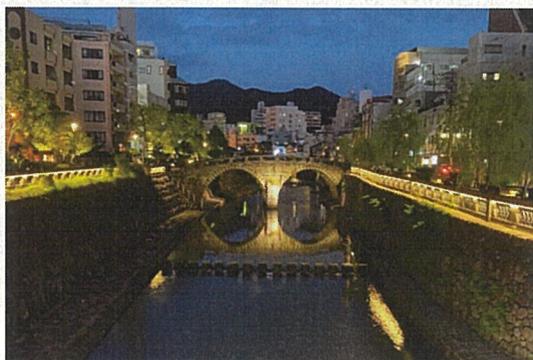
平和公園



稲佐山スロープカー

令和2年度

- ・ 中島川・寺町エリアほか3エリア ライトアップ開始（中・近景の夜間景観づくり） 事業費 225,700 千円
- ・ 稲佐山から見える夜景の演出照明運用開始（遠景の夜景みがき） 事業費 82,000 千円



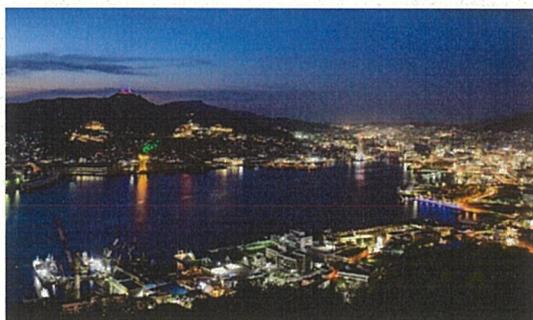
眼鏡橋



稲佐山から見る夜景

令和3年度

- ・ 鍋冠山から見える夜景の演出照明運用開始（遠景の夜景みがき） 事業費 22,000 千円
- ・ 「世界夜景サミット in 長崎」開催予定



鍋冠山から見る夜景



出島メッセ長崎

(2) その他の夜景観光の取り組み

ア 長崎夜景プロモーション実行委員会

長崎の夜景が世界新三大夜景に認定され、認知度・関心度の向上を図り、観光客誘致による交流人口を増大させるため「長崎夜景の楽曲製作」を行い、夜景観光の起爆剤として、長崎をPRしている。

【構成】事務局：長崎商工会議所青年部

構成団体：長崎商工会議所、長崎商工会議所青年部、長崎市、(株)十八銀行、
(一社)長崎国際観光コンベンション協会、
九州旅客鉄道(株)長崎支社、長崎都市経営戦略推進会議

【平成25年度】葉加瀬太郎氏による「長崎の夜景」をイメージした楽曲「長崎夜曲」製作

【平成26年度】稲佐山山頂展望台電波塔のライトアップ

【平成28年度】稲佐山電波塔イルミネーションショー実施、ねんりんピックを光でおもてなし

【平成29年度】長崎くんちを光でおもてなし、世界新三大夜景認定5周年記念レセプション開催

【平成30年度】「長崎夜曲」の再締結、「長崎夜曲」5周年感謝状贈呈式

【令和元年度】『祈りの光』点灯事業～平和公園から上る光の柱～

イ 交通事業者による夜景ツアーの実施

①長崎遊覧バス(株)



②長崎ラッキータクシーグループ



(3) 夜景観賞を目的とした長崎観光客等の割合

毎年実施している観光動向調査における、旅行の目的が「夜景」と答えた観光客は、平成27年は3.8%でしたが、日本新三大夜景への認定や、市が実施した夜景整備等により、令和2年は23.5%と大幅に増加しています。

		平成23年	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年	平成28年	平成29年	平成30年	令和元年	令和2年
観光客数	人	5,944,700	5,952,900	6,078,000	6,306,800	6,693,800	6,723,500	7,077,700	7,055,400	6,917,800	2,560,600
宿泊者数	人	2,529,300	2,586,800	2,694,100	2,741,500	2,879,800	2,515,700	2,556,900	2,665,600	2,705,200	1,160,000
稲佐山利用者	人	399,354	492,469	549,207	546,196	494,444	530,882	530,083	523,569	513,854	303,654
ロープウェイ利用者	人	107,426	156,781	180,182	190,365	60,762	195,218	201,584	195,329	169,463	54,105
観光消費額	千円	109,766,697	115,446,919	120,320,106	124,323,000	136,834,458	131,378,500	145,846,150	149,689,454	149,189,702	61,066,048
主目的が「夜景」動向調査【長崎市を旅行先に決めた理由・目的】	%					3.8	3.1	8.0	13.3	12.3	23.5
主な出来事		東日本大震災	世界新三大夜景認定	産業革命遺産世界遺産候補の推薦	がんばらんば国体	日本新三大夜景認定 産業革命遺産世界遺産認定 ロープウェイ9か月運休(駅舎改修)	熊本地震		日本新三大夜景再認定	新型コロナウイルス感染症拡大	新型コロナウイルス感染症拡大

(4) 「世界夜景サミット in 長崎」の概要

趣 旨：地域固有の資源である夜景を有効活用するため、各国・各都市の観光分野の代表者がリーダーシップをとり、“成長型夜景観光”について議論するサミット。

日 時：令和3年11月19日 10:30~19:30

場 所：出島メッセ長崎ほか

参加国等：【海外】スペイン、ハンガリー、ポルトガル、タイ、中国、台湾、フィリピン、モナコ、オーストラリア、トルコ

【国内】観光庁、長崎市、札幌市、北九州市

プログラム：【1部】世界夜景サミット共同宣言式（10:30~12:00）

- ・ 夜景観光ディスカッション
(近年の夜景観光に関する具体的取組・成果の説明や、意見交換)
- ・ 参加国による夜景観光発展の共同宣言。
(共同宣言書への署名)

【2部】講演会、「世界新三大夜景都市発表」（14:00~17:40）

- ・ 主催者挨拶、開催都市挨拶、観光庁挨拶、共催者挨拶
- ・ 参加国による夜景観光のプレゼンテーション。
- ・ 「世界夜景遺産」認定授与式
- ・ 「日本新三大夜景」中間報告
- ・ 「世界新三大夜景」認定式

【3部】市内夜景バスツアー（18:00~19:30）

- ・ 鍋冠山からの夜景の視察ほか

(5) 今後の取組方針

長崎市観光・MICE戦略 基本方針A 資源磨きと魅力あるコンテンツの創造

世界一の夜景都市を目指し、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、環長崎港夜間景観向上基本計画に基づき、「中・近景の夜間景観づくり」として観光施設のライトアップなどの整備を行い、夜景の魅力向上及び観賞メニューの充実を図ります。

ア ハード整備

環長崎港夜間景観向上基本計画に基づき「中・近景の夜間景観づくり」として、引き続き、観光施設のライトアップ等の夜間景観整備を行う。

イ ソフト整備

アフターコロナを見据え、DMOを中心として、世界新三大夜景・日本新三大夜景に選ばれている長崎の夜景の情報を発信していくとともに、「夜のまちあるき」をはじめとする夜間観光コンテンツの充実を図り、経済の活性化に繋げる。