

# 令和6年度の宿泊税活用成果と その効果

# 税収の使途及び活用額（R5～R6推移）

分 類		令和5年度 宿泊税充当額	令和6年度 宿泊税充当額	R6-R5比較	増減の主な内容 (単位：円)
①	サービス向上・消費拡大	44,025,205	57,660,141	13,634,936	<ul style="list-style-type: none"> <li>・長崎さるく推進費における商品造成費用の増</li> <li>・（新規）MICE推進費における、MICE開催に向けた機運醸成やユニークベニューを活用したレセプションの実施など</li> </ul>
②	情報提供	143,928,915	188,295,009	44,366,094	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光地域づくり推進費におけるtravel nagasakiでのプロモーション費の増</li> <li>・世界・日本新三大夜景推進費における域外への情報発信費用の増</li> <li>・（新規）インバウンド誘致広域連携事業費における他都市との連携プロモーション、海外デジタルノマド誘客費用</li> <li>・（新規）観光客誘致推進費における長崎市を舞台とした映画、ドラマ等の作品や出演する著名人を活用したPR費用</li> </ul>
③	受入環境整備	40,077,305	54,914,903	14,837,598	<ul style="list-style-type: none"> <li>・（新規）観光産業人材育成事業費における小中学校向けの観光教育出前授業の実施</li> <li>・観光地域づくり推進費におけるMICE向けコンテンツ造成、市民及び市内事業者のおもてなし機運醸成費用の増</li> </ul>
④	資源磨き	0	0	0	
⑤	緊急時の対応等	50,000,000	50,000,000	0	観光交流基金積立（緊急時の対応など）
●	宿泊税賦課費	19,139,575	11,562,647	▲7,576,928	<ul style="list-style-type: none"> <li>・会計年度職員報酬の減及びR5年4月宿泊税導入開始年度周知のための広告費の減</li> </ul>
合 計		297,171,000	362,432,700	65,261,700	

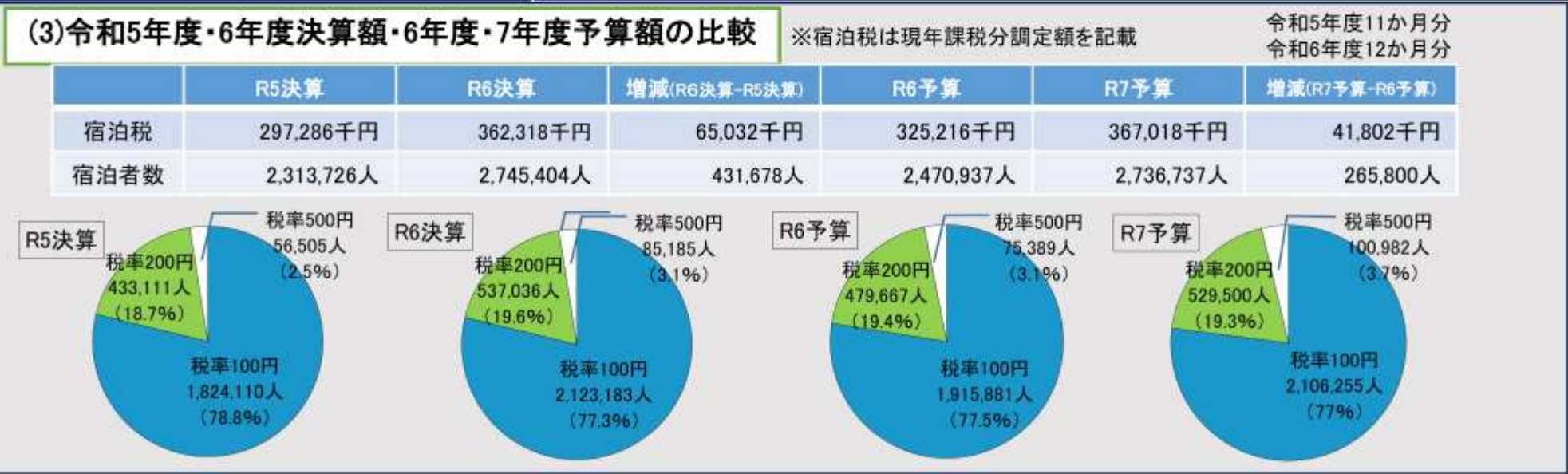
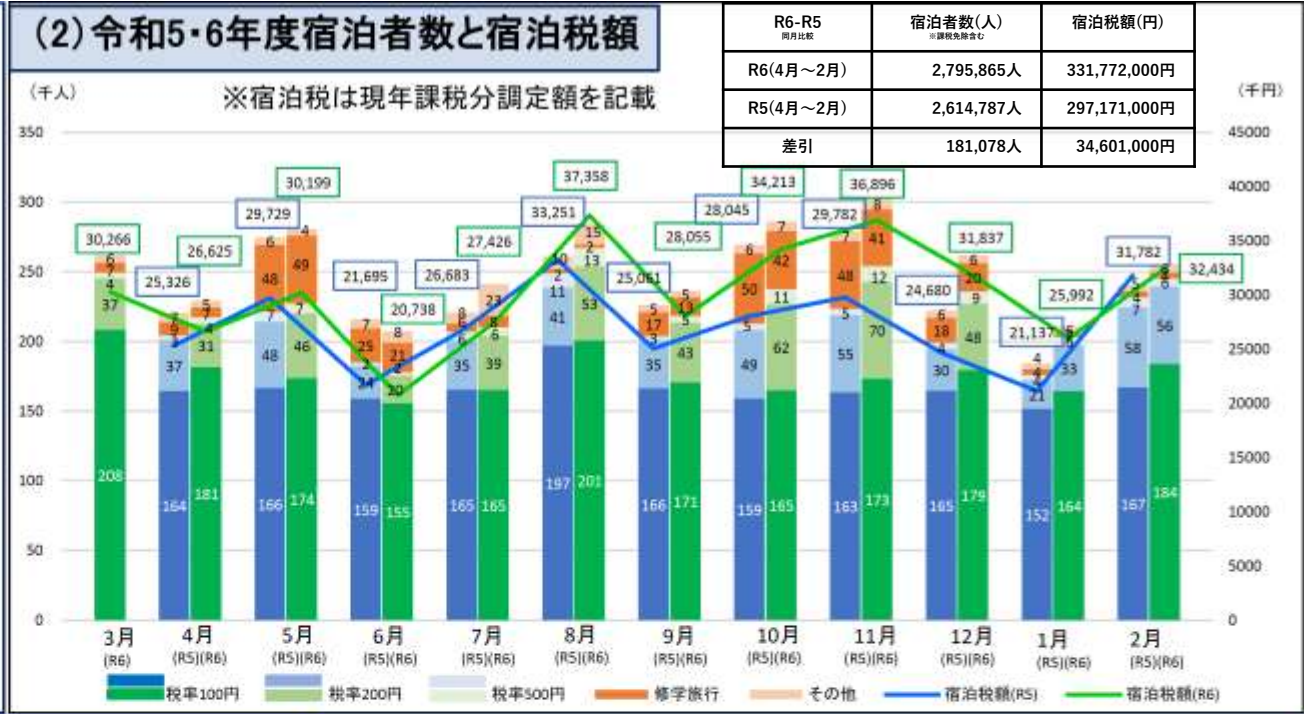
(1) 概要

ア 課税客体(税金のかかる対象)  
長崎市内の宿泊施設への宿泊行為

イ 納税義務者  
長崎市内の旅館・ホテル、簡易宿所、  
住宅宿泊事業に係る施設への宿泊者

ウ 税率

宿泊料金	税率
1万円未満	100円
1万円以上2万円未満	200円
2万円以上	500円



## 目的

観光商品の充実

## 令和6年度 宿泊税活用額/事業費

43,464千円/ 44,729千円

※本取組みは、観光地域づくり推進費の予算の一部を活用して実施した。

## 事業概要

観光商品の充実をさせるため、DMOが関係者と連携しながら、地域資源を活かした魅力づくりを行う。

## 主な実績と成果1

## 【実績】

- ・予約・販売サイト「play nagasaki」への商品掲載数 97件
- ・コンテンツ利用者数 255,183人(対前年15,444人増)

## 【成果】

体験コンテンツの増強により観光客の選択肢が増え、利用者数が増加するだけでなく、地域資源を顕在化させた長崎らしいコンテンツにより、リピーターの獲得にもつながった。



【公開中のHPの様子】



## 主な実績と成果2

### 【実績】

- ・高付加価値旅行者をターゲットとするサステナブルツーリズム(※)コンテンツ造成  
6事業者、5コンテンツ ⇒ 15事業者、11コンテンツ(9事業者、6コンテンツ増)

※サステナブルツーリズム

旅行者、観光関係事業者、受け入れ地域にとって、「環境」「文化」「経済」の観点で、持続可能かつ発展性のある観光を目指す(JNTOのHPより抜粋)

### 【成果】

インバウンド有識者からの伴走支援を通じて、地域の魅力を顕在化したコンテンツのブラッシュアップや新たな滞在型モデルプランを造成することで、高付加価値旅行者の誘客促進や地元事業者のビジネス拡大による経済活性化につながった。



【蚊焼包丁作り体験の様子】



【検番練習見学の様子】

## 目的

MICE誘致における  
来訪者満足度の向上

## 令和6年度 宿泊税活用額/事業費

3,208千円/4,721千円

## 事業概要

MICE開催に向けた機運醸成や、地域資源・ユニークベニュー(※)を活用した  
レセプション等を実施する。

※ユニークベニュー

歴史的建造物や公的空間等で、会議・レセプションを開催することで特別  
感や地域特性を演出できる会場

## 主な実績と成果

### 【実績】

- ・日ASEAN次官級交通政策会合歓迎レセプション（10か国、約60名）
- ・HSR2024ほか歓迎装飾(バナー設置 76箇所、懸垂幕 1箇所)（110の国と地域、1,552名）

### 【成果】

- ・国際会議等において、歓迎レセプションや装飾を実施することで、来訪者の満足度や国際MICE都市としてのイメージの向上につながり、さらには、今後のMICE開催地決定における決め手や再訪意欲の向上にもつながった。



【孔子廟でのレセプションのイメージ】



【出島メッセで開催されたHSR2024の様子】

## 目的

一貫した観光情報の発信  
新規旅行客の獲得

## 令和6年度 宿泊税活用額/事業費

154,652千円/171,332千円

※本取組みは、観光地域づくり推進費の予算の一部を活用して実施した。

## 事業概要

観光商品の充実をさせるため、DMOが関係者と連携しながら、地域資源を活かした魅力づくりを行う。

## 主な実績と成果1

## 【実績】

- ・市公式観光サイト「travel nagasaki」の訪問者数・閲覧数  
訪問者数:2,659,033人、閲覧数:6,971,350PV(計画比200%)
- ・Instagramのフォロワー数 25,651人(目標比121.9%)

## 【成果】

市公式観光サイトが情報発信のプラットフォームとして確立し、さらにInstagramの第2のプラットフォーム化を進めることで、訪問客が旅マエ～旅アトにおける情報を容易に取得できる環境整備が進んだ。



#みんなの長崎体験

長崎で、見たもの・体験したこと・感じたことを「みんなの長崎体験」に投稿していきましょう。おもしろくは「一瞥を長崎」よりご覧ください。



【公開中のWEBサイト「travel nagasaki」】



## 主な実績と成果2

### 【実績】

- ・西九州新幹線沿線の嬉野市、武雄市と連携した台湾香港向け訪日情報サイト「樂吃購(ラーチーゴー!)」を活用したプロモーションによるWebサイト訪問実績(前年比 台湾128.9% 香港133.8%)
- ・高付加価値旅行者をターゲットとするサステナブルツーリズムコンテンツ造成(15事業者、11コンテンツ増)【再掲】

### 【成果】

沿線都市との広域連携により東アジア向けプロモーションを実施したことで、単一プロモーションでは成しえなかった周遊ルートとして発信することで、旅マエの訪問意欲が高まり、誘客へ繋がった。また、外国人延べ宿泊者数において台湾が28.9%、香港が33.8%増えた。



【台湾香港向け訪日情報サイト「樂吃購(ラーチーゴー!)」】



## 目的

一貫した観光情報の発信

## 令和6年度 宿泊税活用額/事業費

10,988千円/36,440千円

## 事業概要

長崎のまちあるき「長崎さるく」の情報を一元的に発信することで、まち歩き団体・ガイドが実施するまち歩き観光を推進する。

## 主な実績と成果

## 【実績】

- ・長崎さるくホームページのページビュー数 353,149回
- ・長崎さるく参加者数 7,718人

## 【参加者の声(抜粋)】

- ・ガイドさんに地元のお店など教えてもらい本当にためになりました。
- ・観光案内にはない裏路地を案内していただき、歴史的背景や三菱造船所についても教えてくださり、大変勉強になりました。

## 【成果】

- ・長崎市での過ごし方としてニーズの高い「まち歩き」のコンテンツとして、長崎さるくを旅マエ・旅ナカで効果的に発信することで、来訪者の満足度向上が図られた。



【WEBサイト「長崎さるく」】

## 目的

誘客促進につながる情報発信

## 令和6年度 宿泊税活用額/事業費

19,999千円/19,999千円

## 事業概要

映画「きみの色」を活用したプロモーション

## 主な実績と成果

## 【実績】

・シネアド(映画本編前に上映される動画広告)の放映 全国20シアター、鑑賞者約255,000人

## 【成果】

・都市圏向けプロモーションを実施したことで、効率的に訪問意欲の醸成につなげることができた。

なお、鑑賞者アンケートによると、長崎市を訪れたいと感じた人は82.8%であった。

## 目的

インバウンド受入の基盤強化  
(インバウンド客の快適性向上)

## 令和6年度 宿泊税活用額/事業費

42,945千円/85,134千円

※本取組みは、観光地域づくり推進費の予算の一部を活用して実施した。

## 事業概要

観光商品の充実をさせるため、DMOが関係者と連携しながら、地域資源を活かした魅力づくりを行う。

## 主な実績と成果

## 【実績】

・クルーズ客を対象とした英語対応可能な有償ガイド「Nagasaki Crew」認定数24人 3月から活動開始

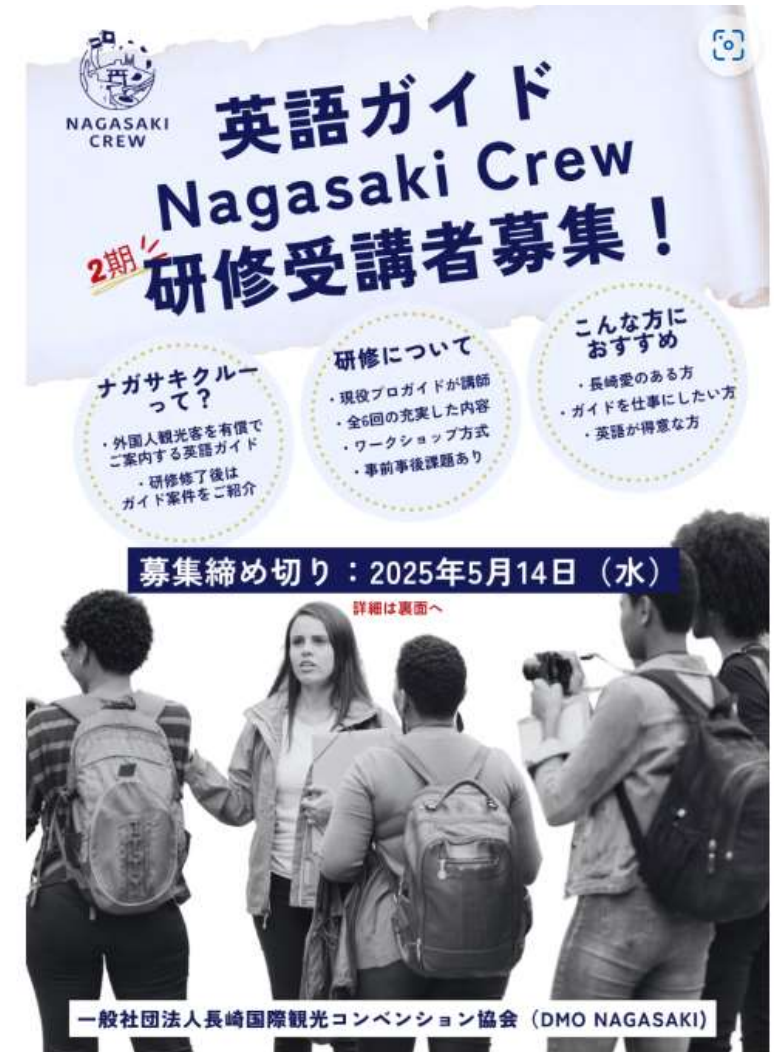
3月までの受注実績：340,250円、延べ8回活動

販売価格 お客様1人あたり半日17,250円(税込)、1日28,750円(税込)

・食の多様性(ヴィーガン対応など)メニューの開発に係るセミナー開催及び開発事業者に対する伴走支援の実施 2事業者

## 【成果】

インバウンドの受入れ環境基盤が整うことで、訪問客の快適な滞在に繋がり、満足度の向上につながった。



【英語ガイド研修受講者募集のチラシ】



#### 目的

オーバーツーリズム対策  
(市民の快適性向上)

#### 令和6年度 宿泊税活用額/事業費

2,146千円/11,134千円

※本取組みは、観光客受入環境整備費の予算の一部を活用して実施した。

#### 事業概要

乗客2,000人以上のクルーズ客船およびクルーズ客船の乗客の影響で混雑が予想される場合に、電停付近などにおいて、交通誘導業務を行う。

#### 主な実績と成果1

##### 【実績】

・乗客2,000人以上の大型クルーズ客船の入港時等、混雑が見込まれる電停への警備員配置(76回)

##### 【成果】

・オーバーツーリズム対策として、混雑電停に警備員を配置することで、訪問客と市民の安全確保が図られた。



#### 目的

観光客受入の基盤強化  
(来訪者の利便性向上)

#### 事業概要

外国人観光客が一人でも安心して、快適に滞在・周遊を楽しむための  
ストレスフリーな環境整備を行う。

#### 主な実績と成果2

##### 【実績】

・多言語案内板整備(更新) 市内主要箇所7箇所

(①長崎駅東口、②長崎駅南口(北部向け)、③長崎駅南口(南部向け)、④原爆資料館周辺(長崎駅向け)、⑤平和公園(長崎駅向け)、⑥ロープウェイ前(長崎駅向け)、⑦グラバー園(長崎駅向け))

・Wi-Fi整備(東口) 3ポイント整備

##### 【成果】

・多言語案内や通信環境の強化により、外国人観光客等の安全・安心、かつ、快適な滞在環境が向上することで、新規インバウンド客やリピーターの獲得につながった。



【多言語案内板(長崎駅前南口バス停)】

#### 目的

観光基盤の形成

令和6年度 宿泊税活用額/事業費

307千円/307千円

#### 事業概要

将来の観光産業を支える人材の育成のための、小中学校における「観光教育出前授業」の実施

#### 主な実績と成果

##### 【実績】

・将来の観光まちづくりの担い手育成の観点から、市内の小・中学生(小学校2校、中学校1校、計125人)向けの観光教育出前授業を実施した。

##### 【参加者の声(抜粋)】

・いろいろな琴海の魅力を発見することができた。これからは他の地区の人たちにも琴海の魅力やいいところをPRしたいと思った。

・観光産業の仕事の種類が多いことが分かった。観光系で働く数多くてびっくりした。

##### 【成果】

・地域への理解・愛着心や観光への興味・関心の向上につながった。



【市内の小学校で実施した出前授業の様子】



宿泊税を活用した様々な取組みなどにより、令和6年の観光統計において、前年と比較し訪問客数や宿泊者数、観光消費額の増、観光動向調査による観光客の満足度や再来訪意欲は90%台と高い数値を維持しており、訪問客の満足度・再訪意欲の向上に貢献しているものと考えられる。

令和6年観光統計・観光動向調査(前年・4年比較)						
		令和4年	令和5年	令和6年	前年比(%)	4年比(%)
市観光統計	訪問客数(人)	4,048,800	6,091,907	6,540,425	7.4	61.5
	宿泊者数(人)	1,768,400	2,206,000	2,337,924	6.0	32.2
	観光消費額(億円)	1,037	1,786	2,130	19.2	105.4
観光動向調査	観光客満足度(%) ※1	96.3	95.4	94.8	▲0.6	▲1.5
	再来訪意欲(%) ※2	95.3	94.2	92.0	▲2.2	▲3.3

※1 観光客満足度は「大変満足」と「満足」の合計  
※2 R4：「機会があれば再び訪れたい」と「1年以内に再び訪れたい」の合計。R5、R6：「大変そう思う」と「思う」の合計