

長崎市DMO第1期中期目標

前文

近年、観光を取り巻く社会環境、市場環境は大きく変化し、この変化に柔軟かつ的確に対応する主体的・戦略的な観光振興の体制整備の必要性が高まってきた。このような中、長崎市においては、「選ばれる21世紀の交流都市」の実現に向けて、これまでの行政主導の観光振興から、民間的な発想・手法を取り入れた観光振興へと転換を図るため、DMOの形成・確立を推し進め、長崎市第五次総合計画に掲げる「交流のための都市機能を高め、賑わいを創出し、観光まちづくりを進める」ことを目指し、次に掲げる4つの施策のもと観光・MICE振興に取り組んでいる。

- 1 観光資源を磨き、魅力あるコンテンツを創造すること。
- 2 戦略的な魅力発信と誘致活動を推進すること。
- 3 交流のための都市機能を高め、安全安心・快適な滞在環境づくりを推進すること。
- 4 観光・MICE関連産業を活性化すること。

長崎市は、出島メッセ長崎の開業、西九州新幹線の開業に伴う長崎駅周辺再整備、長崎スタジアムシティプロジェクトなど都市機能が向上し、100年に一度と言えるまちの進化の時期を迎えている。これを契機として、長崎市が誇る有形・無形の地域資源に磨きをかけ、「人」の交流を生み出し、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、雇用創出と所得向上につなげる「交流の産業化」の取組みを加速させることが重要で、その推進体制として、長崎市DMOを観光まちづくりのパートナーと位置付けるとともに、観光振興策の新たな財源として令和5年度から宿泊税を導入する。

また、令和2年には新型コロナウイルス感染症が全世界で猛威を振るい、以降、人の移動や交流のあり方は大きく変化してきた。ウィズコロナにおいて、官民が

一体となって裾野の広い関連産業の体質強化を図り、経済活動を活性化することが重要であり、ニューノーマルを取り入れた変化に強いまちづくりを進めていく必要がある。

長崎市DMOにおいては、観光・MICE振興ビジョン「選ばれる21世紀の交流都市」の実現に向け、高い公益性を有する長崎市の観光まちづくりのパートナーとして、民間的な手法を用いてより効果的・効率的な事業に主体的に取り組むことを求める。また、「交流の産業化」による「人を呼んで栄えるまち」の実現に向け、観光施設や宿泊施設のみならず、飲食業、交通機関、農林水産業など多様な関係者が観光まちづくりに参画し、それぞれのビジネスを活性化させるよう、長崎市DMOが旗振り役となって取り組むことを求める。

さらに、長崎市DMOが取り組む多くの事業には公費が投入され、裁量を持って実施することから、自らの活動の意義、内容、成果、KPIの達成状況等について見える化し、多様な関係者に共有することを求める。

第1 中期目標の期間

令和5年4月1日から令和8年3月31日まで

第2 長崎市観光・MICE戦略

1 KGI・KPI

長崎市観光・MICE戦略の最終目標として次のKGIを設定し、KGI達成のために重要なプロセスの中間指標として次のKPIを設定している。

KGI（重要目標達成指標）		
指 標	基準値（令和元年）	目標値（令和7年）
旅行消費額	1,492億円	1,604億円
MICE消費額	56億円	194億円
訪問客の満足度 （満足以上）	91.9%	94.0%

事業者の満足度 (満足以上)	33.3% (令和3年)	40.0%
市民の満足度 (満足以上)	70.5% (令和2年)	80.0%

主なKPI (重要業績評価指標)		
指 標	基準値 (令和元年)	目標値 (令和7年)
訪問客数	6,917,800人	7,300,000人
日本人延べ宿泊者数	3,077,641人	3,552,000人
外国人延べ宿泊者数	323,306人	339,000人

2 基本方針

- (1) 基本方針A 資源磨きと魅力あるコンテンツの創造
- (2) 基本方針B 安全安心・快適な滞在環境の整備
- (3) 基本方針C 戦略的な魅力発信と誘致活動の推進
- (4) 基本方針D 観光・MICE関連産業の活性化

第3 長崎市DMOの役割

観光・MICE振興ビジョンの実現のため、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する地域経営の視点に立った公益性の高い観光まちづくりの司令塔として、多様な関係者と協働しながら、次の役割を果たすこと。

- 1 長崎市DMOを中心としてソフト面の観光まちづくりを行うことについての多様な関係者との合意形成
- 2 各種データ等の継続的な収集・分析、データ等に基づく明確なコンセプトに基づいた中期的な事業計画の策定、KPIの設定、PDCAサイクルの確立
- 3 地域の魅力向上に資する観光資源の磨き上げや観光案内機能の充実など

ワンストップの受入態勢の整備

- 4 関係者が実施する観光関連事業と長崎市DMO事業計画との整合性に関する調整・仕組みづくり、プロモーション

第4 「選ばれる21世紀の交流都市」の実現に向けて長崎市DMOが取り組む事項

1 資源磨きと魅力あるコンテンツの創造に関すること

- (1) ストーリー性・テーマ性に富んだ魅力あるコンテンツへの磨き上げ
 - ① 長崎固有の歴史文化とストーリー性を活かした新たな魅力の顕在化を図ること。
 - ② 民間事業者と連携し、自然環境や食など長崎の魅力を活かしたコンテンツの造成に取り組むとともに、滞在型の新しい旅のスタイルを創造すること。
 - ③ 富裕層誘致を視野に入れた高付加価値な旅行体験の醸成に取り組むこと。

2 安全安心・快適な滞在環境の整備に関すること

- (1) 安全安心な滞在環境づくり
 - ① 新型コロナウイルスをはじめとする感染症対策に取組み、官民一体となって安全安心の滞在環境づくりを促進すること。
- (2) 快適な滞在環境づくり
 - ① 訪問客の快適な旅行体験を提供できるよう、ICTを活用した様々なツールの導入を検討し、情報発信の強化を図ること。
 - ② 訪問客の多様なニーズに対応できるよう、人材育成によるおもてなしを強化することで、滞在満足度向上とリピーターの増加を図ること。
 - ③ クルーズ客船来港の経済効果を最大化できるよう、クルーズ客の消費拡大の取組みを推進すること。

3 戦略的な魅力発信と誘致活動の推進に関すること

(1) 市場分析等に基づく戦略的な誘客・MICE誘致の展開

- ① ICTなどを活用して各種マーケティングデータを収集・分析し、戦略的な誘客を実施すること。
- ② 長崎の強みや特色を活かし、経済効果が高く、都市ブランドの向上につながる誘致ターゲットを設定し、誘致を展開すること。
- ③ AIなどの先端技術を活用したデジタルマーケティングの強化を図り、訪問客の満足度向上と効果的な情報発信を促進すること。

(2) 長崎ブランドの確立と効果的なプロモーションの推進

- ① 長崎市観光マスターブランドの域内・域外への浸透・認知拡大と市内事業者への定着を図るとともに、一貫性のある誘客施策につなげること。
- ② 長崎市のMICEブランドタグライン「Nagasaki JAPAN. A city of legacies」を活用し、国際会議の誘致等に取り組むこと。
- ③ 西九州新幹線の開業を活用したプロモーションを行い、新幹線を利用した訪問客の増加を図ること。
- ④ 様々な関係団体が行う感染症対策などの安全安心の取組みについて可視化し、適切に発信すること。

(3) DMOを中心としたワンストップの誘客・MICE誘致

- ① デジタルプロモーションを促進し、旅マエ・旅ナカ・旅アトなどシーンごとに、ニーズに即した情報を発信するなど、戦略に基づいた一元的なプロモーションを実施することで誘客効果の最大化を図ること。
- ② 出島メッセ長崎の施設運営者である（株）ながさきMICEや市と情報を共有し、役割分担を明確にして、関係団体と連携しながら誘致を推進すること。
- ③ JNTO・九州観光推進機構・県等と連携し、インバウンド誘致に向けて効果的な広域プロモーションを展開すること。

4 観光・MICE関連産業の活性化に関すること

(1) DMOを中心とした観光まちづくりの推進体制の充実

- ① 多様な関係者の参画と合意形成を促進し、長崎市の地域が一体となった観光まちづくりを推進すること。
- ② 計画に基づく各種事業の進捗管理と業務評価等の実施によるPDCAサイクルを確立すること。

(2) 民間事業者の稼ぐ力の向上

- ① 観光・MICE産業の持続的成長を支えるため、人材育成の仕組みの構築など、担い手づくりに取り組むこと。
- ② 満足度調査等の実施とサービス提供者へのフィードバックを行うことで、観光・MICEサービスの質の向上と高付加価値化を図ること。
- ③ 「長崎MICE事業者ネットワーク」に参画する民間事業者の充実を図るなどMICE業務の受注拡大に取り組むこと。

(3) まちMICEプロジェクトの推進

- ① 歴史的建造物などのユニークベニューでの活用促進と周遊・滞在プログラムの充実により、訪問客の滞在時間の拡大と満足度の向上を図ること。
- ② 市民のMICEに関する理解促進と参画できる仕組みづくりにより、まち全体でMICE開催を歓迎する機運を醸成すること。

第5 長崎市DMOの業務運営の改善及び効率化に関する事項

1 PDCAサイクルの徹底による業務運営の改善

内部統制の運用を進め、PDCAサイクルを徹底した適切な進捗管理を行い、経営環境を的確に見極めた効果的な戦略を持って業務運営を遂行すること。

2 職員の適正配置及び質の向上を目指した組織づくり

観光まちづくりの推進に必要な職員の適正配置を行うとともに、職員の意欲向上、専門性の向上及び組織の活性化を図ること。また、職員のワークライフバランスの推進に努め、働きがいと誇りをもって業務に精励できるよう働きやすい環境を整えること。

3 持続可能な経営基盤の確立

将来にわたって安定的かつ持続可能な経営基盤の確立を目指した計画を立て、業務運営を行うとともに、経営状況の的確な分析を行い、改善や効率化に向けた取組みを随時行うこと。