

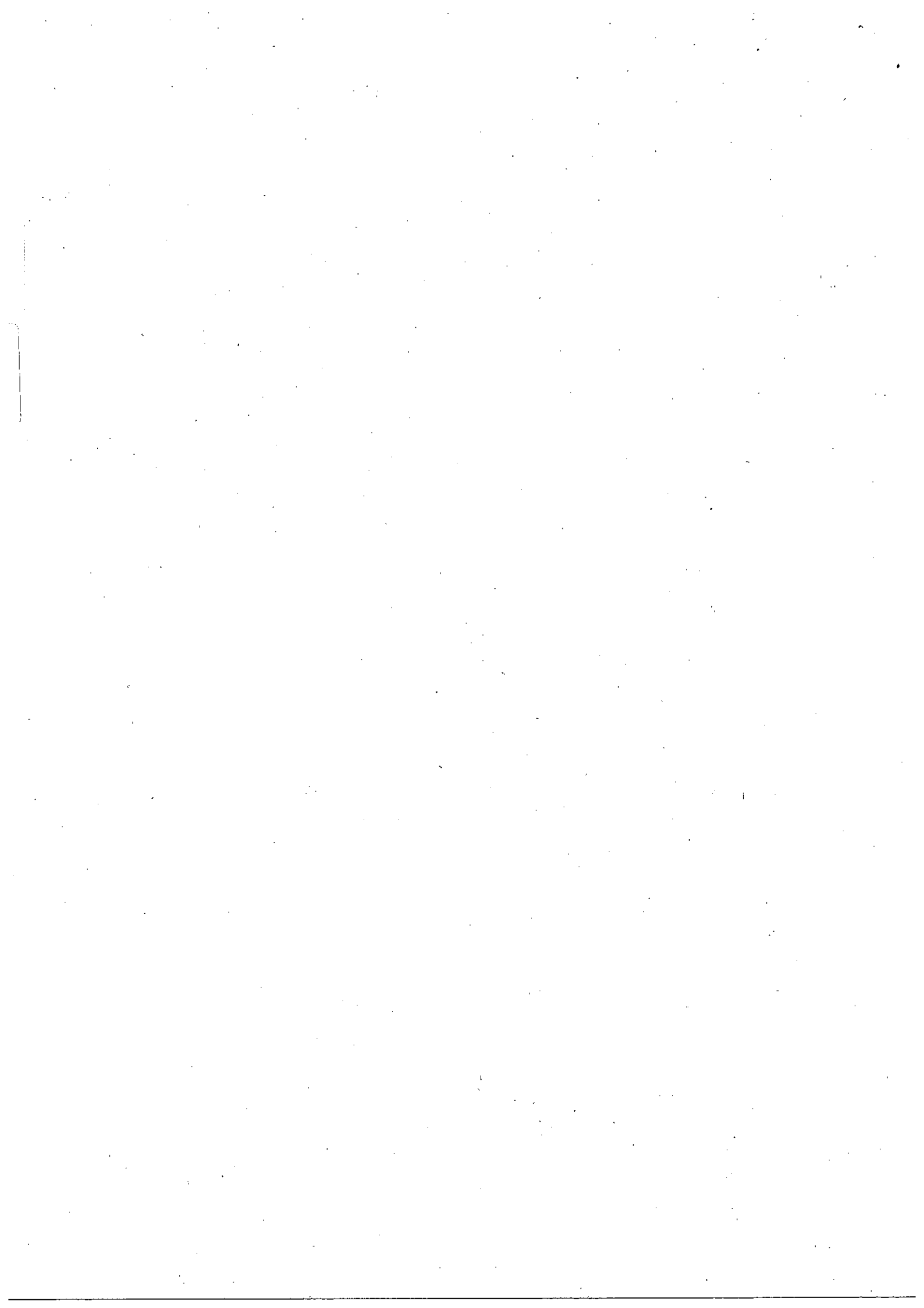
令和4年7月市議会臨時会 環境経済委員会資料

第91号議案 令和4年度長崎市一般会計補正予算（第5号）

〔文化観光部所管分〕

【目次】	(予算説明書頁)	(資料頁)
[7款 商工費]		
7・1・4 観光費		
1 観光振興対策費		
1 観光地域づくり推進費	18～19	1～4
2 観光資源魅力推進費	18～19	5～6
2 観光施設管理運営費		
1 観光施設キャッシュレス化推進費	18～19	7～8

文化観光部
令和4年7月



予 算 説 明 書					事 業 名	補正予算額
頁	款	項	目	番号		
18 ～ 19	7 商工費	1 商工費	4 観光費	1-1	観光地域づくり推進費	千円 15,444

1 概 要

新型コロナウイルス感染症の拡大により、外国人観光客の来訪はほぼ皆無の状態であり、令和2年からの約2年間は、渡航制限等の影響により、誘客セールス等の活動も全くできない状況であった。

しかしながら、令和4年6月7日に観光庁より、「外国人観光客の受入れ対応に関するガイドライン」が公表され、6月10日からは、長らく停止していたインバウンドの受入が、“添乗員付きパッケージツアー”という条件付きではあるが再開されたところである。

感染症の影響下で渡航制限がある中でも、海外からの訪日意欲は高く、今後は、FIT（訪日個人旅行）の解禁も視野に入れ、インバウンド誘客・受入について取組みを加速させ、インバウンドのV字回復につなげていくため、営業セールス活動と情報発信を行うもの。

2 現状における課題

(1) 営業・セールス活動

- ・コロナ禍で、送客する現地旅行会社やランドオペレーターの担当者が変わっており、人脈や関係の再構築が必要である。
- ・開業した施設、拡充した体験型コンテンツを旅行商品企画担当者に、体験してもらい、旅行商品造成を促す必要がある。
- ・長崎市の新たな魅力を含む最新の多言語セールスツールを整備する必要がある。

(2) 情報発信

- ・WEB プロモーションを行い、今後渡航解禁が期待される個人旅行者の滞在・周遊を促進する情報発信を強化する必要がある。
- ・体験型コンテンツのワンストップサイト「PLAY NAGASAKI」を多言語化し、インバウンドによる消費拡大につなげる必要がある。

3 事業内容

委託先：一般社団法人長崎国際観光コンベンション協会（長崎市・観光地域づくり法人）

(1) 営業・セールス活動 5,940千円

対象国：韓国、台湾、香港、東南アジア、欧州主要国、豪州 等

ア 現地旅行社等セールス活動 (1,188千円)

現地エージェントやランドオペレーターへのセールス活動を行い、旅行商品の造成等を促進する。

イ 旅行社・メディア等のキーパーソン招聘（2,376千円）

九州観光機構や長崎県観光連盟、近隣各都市と連携を行い、現地旅行社や在京等のランドオペレーターの招聘を行い、旅行商品の造成等を促進する。

ウ セールスツール制作（2,376千円）

海外現地及び招聘時間問わず活用できる、長崎市のシーズン情報や最新情報等の特集ページを中心としたデジタルパンフレットを制作する。

・言語：英語、韓国語、繁体字

(2) 情報発信 9,504千円

ア Web プロモーション（5,940千円）

(ア) 台湾・香港向けの日本観光情報サイトへ長崎市観光情報の記事を掲載するとともに、台湾国内への広告配信を行う。

(イ) ドイツ向けに制作した動画を活用し、YouTube 広告配信を行う。

・事業費内訳：台湾・香港向け記事制作・広告料 2,376千円
ドイツ向け YouTube 広告料 3,564千円

イ 「PLAY NAGASAKI」の多言語化（3,564千円）

体験型コンテンツのワンストップサイトを多言語化する。

・言語：英語、韓国語、繁体字、簡体字

4 事業費

委託料 15,444千円（管理費・消費税含む）

5 財源内訳

事業費		財源内訳				
		国庫支出金 ※	県支出金	地方債	その他	一般財源
予算現額	千円 175,065	千円 78,750	千円 —	千円 —	千円 —	千円 96,315
補正額	千円 15,444	千円 15,444	千円 —	千円 —	千円 —	千円 —
補正後の額	千円 190,509	千円 94,194	千円 —	千円 —	千円 —	千円 96,315

※ 予算現額分：地方創生推進交付金 充当率 50%

今回補正額分：新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金 充当率 100%

6 事業実施の必要性とその効果

(1) 必要性

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、これまで注力してきた外国人観光客の誘客に関する事業がほとんど停止している状況である。情報発信をはじめとするインバウンド対策を外国人観光客の往来が再開してから準備を行ってはいはV字回復がのぞめないため、現時点から継続的なプロモーション等を行うことで、他都市との差別化を図り、今後の感染症収束を見据え、多くの外国人観光客を呼び込むことで、長崎市の経済活性化に寄与できるよう事業を実施する必要がある。

(2) 効果

ア アジア主要対象国及びドイツ等における長崎市の認知度向上、旅行商品の造成が図られ、感染症収束後において誘客が促進される。

イ 体験型コンテンツのワンストップサイトを多言語化する等、コンテンツ周辺の整備を行うことで、来訪者の消費単価増加や満足度向上につながる。

7 事業スケジュール（予定）

	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
(1) ア 現地旅行社等セールス活動	調整	セールス実施							
(1) イ 旅行社・メディア等のキーパーソン招聘	九観機・県観連、 招聘対象者と調整		招聘実施						
(1) ウ セールスツール制作	調整	契約	制作						
(2) ア(ア) Webプロモーション（台湾・香港）	調整	契約	制作	Webプロモーション				効果検証	
(2) ア(イ) Webプロモーション（ドイツ）	ターゲット の選定等		契約	YouTube広告配信				効果検証	
(2) イ 「PLAY NAGASAKI」の多言語化	契約調整		契約	制作				公開	

(別紙) 観光地域づくり推進費 (インバウンド復活事業)

【長崎市観光・MICE戦略及び長崎市DMO事業計画】

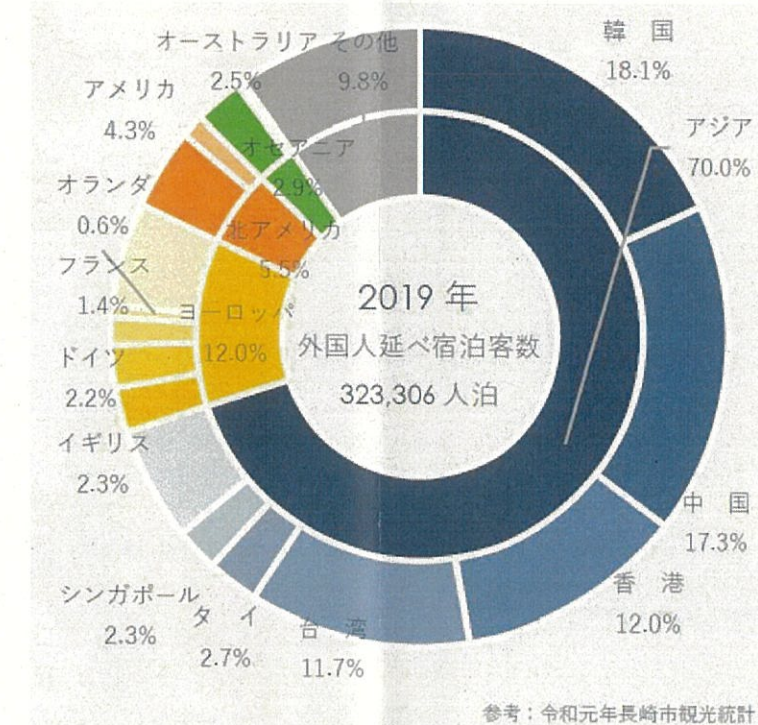
役割分担	
長崎市 (観光まちづくりの政策立案と基盤整備) 1 【観光・MICE戦略】策定・検証 <ul style="list-style-type: none"> ■ 戦略の策定 ■ 戦略の基本方針及び基本施策に基づく事業の実施と検証 2 地域資源(ハード)を活かした魅力づくり <ul style="list-style-type: none"> ■ 観光・MICE施設の整備等による魅力向上 ■ 市有の観光施設等の整備・維持管理 ■ 出島メッセ長崎の整備・維持管理 ■ 市有文化財等の保存・活用 など 3 ストレスフリーの環境整備・支援 <ul style="list-style-type: none"> ■ ユニバーサルデザインの促進 ■ 公衆無線LAN環境、総合観光案内所の設備等の整備 ■ 観光案内板や説明板の設置と維持管理 4 DMOの形成・確立支援 <ul style="list-style-type: none"> ■ 財政支援 ■ 庁内関係課(商工部、水産農林部等)との連携 	DMO (観光まちづくりのマーケティング・マネジメント) 1 データ収集・分析に基づく戦略策定・検証 <ul style="list-style-type: none"> ■ 訪問客に関するデータ収集・分析 ■ 分析結果の提供・公開 ■ 分析結果に基づく「長崎市版DMO事業計画」策定 ■ 長崎観光ブランド立案(シティプロモーションとの整合) 2 地域資源(ソフト)を活かした魅力づくりと消費拡大 <ul style="list-style-type: none"> ■ 魅力あるコンテンツ作成(食・体験型・ユニークペニュー・長崎さくら・遊学券等) ■ 関係事業者育成及び受注促進 3 ワンストップ誘致プロモーション・受入 <ul style="list-style-type: none"> ■ 訪問客(インバウンド・国内観光・MICE)の誘致、情報発信 ■ コンシェルジュ機能・受入強化(総合観光案内所等) 4 域内マネジメント <ul style="list-style-type: none"> ■ 域内事業者との連携

【対象国選定】

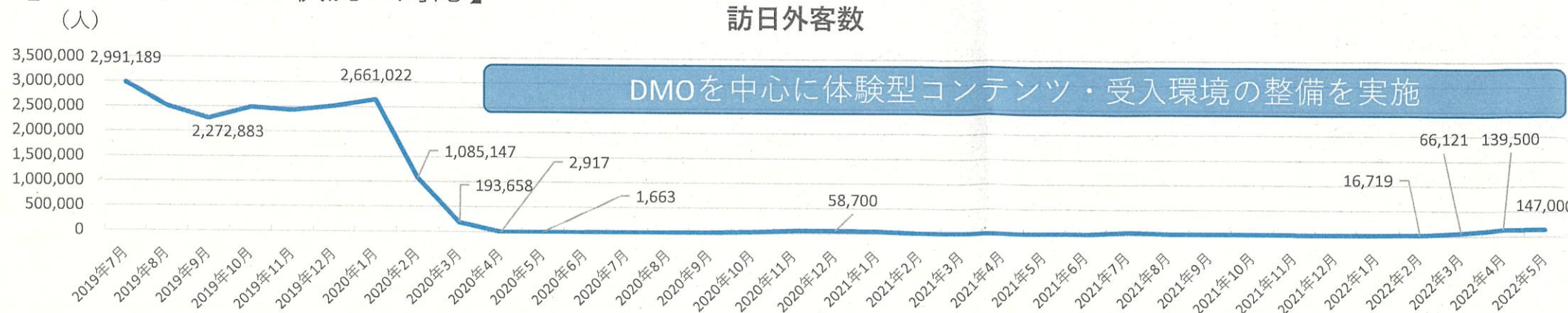
対象国	選定・非選定理由
韓国	最大ボリューム市場としてプロモーションを強化するため。 ※令和元年外国人延べ宿泊者数1位(長崎市観光統計)
中国 (今回非選定)	長崎県が注力して取り組んでおり、旅行市場の解禁遅れが懸念されるため。
香港	優位性は高くないものの、今後も成長が見込まれるため。 ※令和元年外国人延べ宿泊者数3位(長崎市観光統計)
台湾	優位性は高くないものの、今後も成長が見込まれるため。 ※令和元年外国人延べ宿泊者数4位(長崎市観光統計)
東南アジア	今後の市場拡大を見込み、プロモーション等を実施するため。
豪州	これまで航空会社と連携した取り組みを行っており、継続的なプロモーション等を実施するため。
ドイツ	これまでデジタルマーケティング等を実施しており、継続的なプロモーション等を実施するため。

(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

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。



【インバウンドの状況と対応】



予 算 説 明 書					事 業 名	補正予算額
ページ	款	項	目	番号		
18 ～ 19	7 商工費	1 商工費	4 観光費	1-2	観光資源魅力推進費	千円 1,834

1 概要

既存のさるく説明板は、板面スペースの問題により複数の画像が掲出できず、得られる情報が文字情報(4か国語対応)を中心としたものであることから、インターネットのウェブページを表示するQRコードが入った板面へと交換し、スマートフォンやタブレット端末等で建物の往時の様子など多くの画像を閲覧できるようにすることで、さるく参加者をはじめ、観光客の満足度向上を図るもの。

2 事業内容

(1)事業期間 約6か月間

(2)事業費

導入費用	ハード	ア 説明板製作等業務委託料 ・@27,500円×30基=825千円	825千円
	ソフト	イ 画像使用料 ・@3,300円×30基×3枚=297千円	991千円
		ウ 謝礼金〔調査・画像選定に係る謝礼金〕 ・@1,086円(人/時間)×2H×30基×3枚=196千円	
		エ ウェブデータベース作成等委託料 498千円	
	小計	1,816千円	
経常経費		オ データサーバーリース料 18千円	18千円
		小計	18千円
合計(補正予算額)			1,834千円

3 財源内訳

事業費		財 源 内 訳				
		国庫支出金※	県支出金	地方債	その他	一般財源
予算現額	千円 2,600	千円 —	千円 —	千円 —	千円 —	千円 2,600
補正額	千円 1,834	千円 1,816	千円 —	千円 —	千円 —	千円 18
補正後の額	千円 4,434	千円 1,816	千円 —	千円 —	千円 —	千円 2,618

※新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金

4 事業実施の必要性とその効果

(1) ポストコロナを見据えた観光コンテンツ

さるく説明板に画像コンテンツ等の閲覧ができる付加機能を持たせることで、さるく参加者をはじめとした観光客の満足度が高まることはもとより、観光客が回遊して楽しむ仕組みを構築することによる「新しい生活様式」を踏まえた周遊型観光の促進につながる。

(2) 訪日外国人観光客

円安やポストコロナにおける訪日外国人観光客増加への機運が高まりつつある中、インバウンド需要を呼び込むためには、外国人旅行者に対して訴求力のある「歴史コンテンツ」を充実する必要がある。

(3) 観光マスターブランドの具現化

長崎のまちを「歩いて楽しむ」ための基盤施設であるさるく説明板を充実させ、まちなかのいたるところに「暮らし」と「歴史」、「和華蘭文化」などが融合した長崎のまちの魅力を発信することは、長崎市観光マスターブランドにおけるコンセプト「暮らしのそばに、ほら世界。」の具現化につながる。

5 参考〔既存さるく説明板〕



予 算 説 明 書					事 業 名	補正予算額
ページ	款	項	目	番号		
18 ? 19	7 商工費	1 商工費	4 観光費	2-1	観光施設キャッシュレス化推進費	千円 1,531

1 概要

新型コロナウイルス感染症が感染拡大と収束を繰り返す中、「成長戦略フォローアップ(2019年6月閣議決定)」に基づき国が推進する、キャッシュレス決済システムを観光施設へ積極的に導入することで、施設利用者の感染リスクを低減が図られることはもとより、訪日外国人観光客も含め、現金を持ち歩く必要がないため、ストレスフリーな回遊が促進される。

2 事業内容

(1) 対象施設(11施設)

池島炭鉱体験施設、古写真資料館、べっ甲工芸館、亀山社中記念館、シーボルト記念館、外海歴史民俗資料館、中の茶屋(清水崑展示館)、ド・ロ神父記念館、野口彌太郎記念美術館、須加五々道美術館、遠藤周作文学館

※対象施設はキャッシュレス決済システム未導入の有料施設のうち、観光関連施設

(2) 事業費

ア システム導入費用[900千円]

・決済端末機器導入 @90千円×10台(施設)=900千円

イ 経常経費[631千円]

・システム利用料 ※6か月分 @3千円×10施設×6か月=180千円

・決済手数料 対象施設の6か月分利用料収入×40%(キャッシュレス決済比率)×3%(手数料率)=451千円

ウ 参考(決済手数料451千円の内訳)

施設名	施設利用料収入 (R元年度実績)	決済手数料	
		初年度(6か月)	次年度以降(年間)
池島炭鉱体験施設	26,132千円	157千円	314千円
古写真資料館	12,517千円	75千円	150千円
べっ甲工芸館	168千円	1千円	2千円
亀山社中記念館	272千円	2千円	3千円
シーボルト記念館	30,311千円	182千円	364千円
外海歴史民俗資料館	2,751千円	16千円	33千円
中の茶屋(清水崑展示館)	182千円	1千円	2千円
ド・ロ神父記念館	2,587千円	16千円	31千円
野口彌太郎記念美術館	148千円	1千円	2千円
須加五々道美術館	50千円	-	1千円
計	75,118千円	451千円	902千円

3 財源内訳

事業費	財 源 内 訳				
	国庫支出金※	県支出金	地方債	その他	一般財源
千円 1,531	千円 900	千円 —	千円 —	千円 —	千円 631

※新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金

4 事業実施の必要性とその効果

- (1) 令和4年6月、外国人観光客の受入れが再開される中、訪日旅行者にとってスタンダードとなりつつあるキャッシュレス決済の導入は、日本円に両替した現金通貨を持ち歩く必要がなく、インバウンド消費の高まりが期待される。
- (2) キャッシュレス決済システム(非接触式)を導入することで、施設利用者の新型コロナウイルス感染症の感染リスク低減が図られる。

5 長崎市及び他都市におけるキャッシュレス化状況(観光関連施設)

(1) 長崎市の状況

区分	施設名
導入済み	<u>稲佐山公園</u> 、 <u>長崎ロープウェイ</u> 、 <u>グラバー園</u> 、 <u>出島</u> 、 <u>原爆資料館</u>
導入予定	<u>池島炭鉱体験施設</u> 、 <u>古写真資料館</u> 、 <u>べっ甲工芸館</u> 、 <u>亀山社中記念館</u> 、 <u>シーボルト記念館</u> 、 <u>外海歴史民俗資料館</u> 、 <u>中の茶屋(清水崑展示館)</u> 、 <u>ド・ロ神父記念館</u> 、 <u>野口彌太郎記念美術館</u> 、 <u>須加五々道美術館</u> 、 <u>遠藤周作文学館</u>
別途検討	<u>長崎ペンギン水族館</u> 、 <u>恐竜博物館</u> 、 <u>軍艦島資料館</u> 、 <u>旧香港上海銀行長崎支店記念館</u>

※ _____ は指定管理施設

(2) 類似都市状況

都市名	導入状況
金沢市	・美術館等の観光施設についてはキャッシュレス化対応済。 ・新たに観光施設関連の駐車場 5 か所をキャッシュレス化予定。 ・現時点でその他の施設への導入は検討していない。
松山市	・松山城や温泉施設などの主要観光施設についてはキャッシュレス化対応済。
熊本市	・熊本城についてはキャッシュレス化対応済。 ・その他の施設への導入については検討中。
鹿児島市	・指定管理者が行うレストランや売店についてはキャッシュレス化対応済。 ・入館料については、水族館や美術館など歳入の多い施設について、R4 年度にキャッシュレス化を予定している。