

交流人口拡大のための取組と今後の展開について

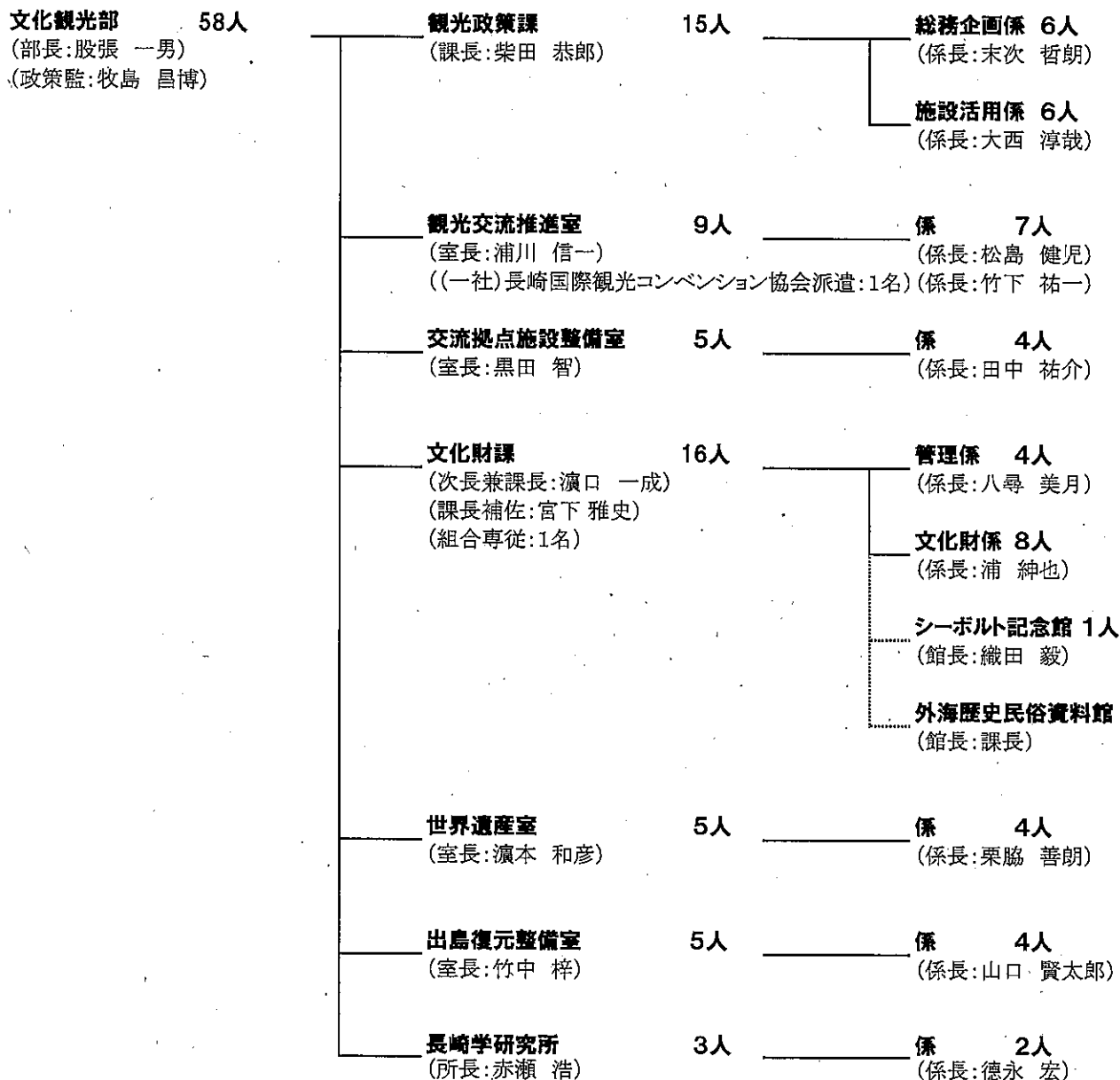
| 目次 | ページ |
|---------------------------|-------|
| 1 長崎市の観光・MICEの現状について | |
| (1) 文化観光部の組織及び事務分掌 | 1～6 |
| (2) 長崎市観光・MICE戦略 | 7～11 |
| (3) 長崎市DMO事業計画 | 12～20 |
| (4) 令和2年長崎市観光統計（速報値） | 21～41 |
| 2 交流人口拡大のための取組と今後の展開 | |
| (1) 令和3年度 文化観光部の当初予算の主な内容 | 42～45 |
| (2) 資源磨きと魅力あるコンテンツの創造 | 46～54 |
| (3) 安全安心・快適な滞在環境の整備 | 55～62 |
| (4) 戦略的な魅力発信と誘致活動の推進 | 63～74 |
| (5) 観光・MICE関連産業の活性化 | 75～81 |
| 参考 重要文化財等 保存整備状況（文化財課） | 82～91 |

文化観光部

令和3年5月

1 文化観光部の組織及び分掌事務

(1) 組織機構図 (令和3年4月現在)



(2) 分掌事務 (令和3年4月1日現在)

| <p>観光政策課</p> | <p>(1) 部の統括に関すること。 (2) 観光事業の計画及び観光統計の調査・分析に関すること。 (3) 観光交流推進室及び交流拠点施設整備室に係る予算の経理に関すること。 (4) 観光資源となる施設等（文化財を除く。）の保存及び活用に関すること。 (5) 総合観光案内所との連絡調整に関すること。 (6) 端島見学施設運営審議会に関すること。 (7) べつ甲工芸館、古写真資料館、埋蔵資料館、旧居留地私学歴史資料館、しまの宿五平太、端島見学施設、亀山社中記念館との連絡調整に関すること。 (8) グラバー園、旧香港上海銀行長崎支店記念館、索道施設、軍艦島資料館及び池島炭鉱体験施設に関すること。 (9) 一般財団法人長崎ロープウェイ・水族館その他の関係の団体との連絡調整に関すること。 (10) 部内事務の連絡調整に関すること。</p> <p>【利用者数（単位：人）】</p> <table border="1" data-bbox="678 1088 1391 1451"> <thead> <tr> <th>施設名</th> <th>令和元年度</th> <th>令和2年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>グラバー園</td> <td>769,218</td> <td>239,380</td> </tr> <tr> <td>旧香港上海銀行長崎支店記念館</td> <td>6,573</td> <td>3,125</td> </tr> <tr> <td>ロープウェイ</td> <td>169,463</td> <td>54,105</td> </tr> <tr> <td>軍艦島資料館</td> <td>14,494</td> <td>2,976</td> </tr> <tr> <td>池島炭鉱体験施設</td> <td>4,123</td> <td>381</td> </tr> </tbody> </table> | 施設名 | 令和元年度 | 令和2年度 | グラバー園 | 769,218 | 239,380 | 旧香港上海銀行長崎支店記念館 | 6,573 | 3,125 | ロープウェイ | 169,463 | 54,105 | 軍艦島資料館 | 14,494 | 2,976 | 池島炭鉱体験施設 | 4,123 | 381 |
|---|--|----------------|-------|-------|-------|---------|---------|----------------|-------|-------|--------|---------|--------|--------|--------|-------|----------|-------|-----|
| 施設名 | 令和元年度 | 令和2年度 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| グラバー園 | 769,218 | 239,380 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 旧香港上海銀行長崎支店記念館 | 6,573 | 3,125 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ロープウェイ | 169,463 | 54,105 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 軍艦島資料館 | 14,494 | 2,976 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 池島炭鉱体験施設 | 4,123 | 381 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>東山手十二番館 (旧居留地私学歴史資料館)</p> | <p>(1) 施設の維持管理に関すること。 (2) 資料の収集、保存及び展示に関すること。</p> <table border="1" data-bbox="678 1592 1391 1697"> <thead> <tr> <th>入館者数 (単位：人)</th> <th>令和元年度</th> <th>令和2年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td>30,064</td> <td>8,771</td> </tr> </tbody> </table> | 入館者数 (単位：人) | 令和元年度 | 令和2年度 | | 30,064 | 8,771 | | | | | | | | | | | | |
| 入館者数 (単位：人) | 令和元年度 | 令和2年度 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 30,064 | 8,771 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>べつ甲工芸館 (旧長崎税関下り松派出所)</p> | <p>(1) 施設の維持管理に関すること。 (2) 資料の保存及び展示に関すること。</p> <table border="1" data-bbox="678 1821 1391 1926"> <thead> <tr> <th>入館者数 (単位：人)</th> <th>令和元年度</th> <th>令和2年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td>3,071</td> <td>1,220</td> </tr> </tbody> </table> | 入館者数 (単位：人) | 令和元年度 | 令和2年度 | | 3,071 | 1,220 | | | | | | | | | | | | |
| 入館者数 (単位：人) | 令和元年度 | 令和2年度 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 3,071 | 1,220 | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | |
|--------------------|--|--------------------|-------|-------|--|-------------|--------|
| 古写真資料館 | <p>(1) 施設の維持管理に関すること。 (2) 古写真の保存及び展示に関すること。</p> <table border="1" data-bbox="671 300 1386 405"> <tr> <td data-bbox="671 300 908 405">入館者数 (単位：人)</td> <td data-bbox="912 300 1147 349">令和元年度</td> <td data-bbox="1152 300 1386 349">令和2年度</td> </tr> <tr> <td></td> <td data-bbox="912 356 1147 405">1,788</td> <td data-bbox="1152 356 1386 405">965</td> </tr> </table> | 入館者数 (単位：人) | 令和元年度 | 令和2年度 | | 1,788 | 965 |
| 入館者数 (単位：人) | 令和元年度 | 令和2年度 | | | | | |
| | 1,788 | 965 | | | | | |
| 埋蔵資料館 | <p>(1) 施設の維持管理に関すること。 (2) 埋蔵文化財の保存及び展示に関すること。</p> <table border="1" data-bbox="671 530 1386 636"> <tr> <td data-bbox="671 530 908 636">入館者数 (単位：人)</td> <td data-bbox="912 530 1147 580">令和元年度</td> <td data-bbox="1152 530 1386 580">令和2年度</td> </tr> <tr> <td></td> <td colspan="2" data-bbox="912 586 1386 636">古写真資料館に含まれる</td> </tr> </table> | 入館者数 (単位：人) | 令和元年度 | 令和2年度 | | 古写真資料館に含まれる | |
| 入館者数 (単位：人) | 令和元年度 | 令和2年度 | | | | | |
| | 古写真資料館に含まれる | | | | | | |
| しまの宿五平太 | <p>(1) 施設の維持管理に関すること。</p> <table border="1" data-bbox="671 719 1386 824"> <tr> <td data-bbox="671 719 908 824">宿泊者数 (単位：人)</td> <td data-bbox="912 719 1147 768">令和元年度</td> <td data-bbox="1152 719 1386 768">令和2年度</td> </tr> <tr> <td></td> <td data-bbox="912 775 1147 824">1,194</td> <td data-bbox="1152 775 1386 824">481</td> </tr> </table> | 宿泊者数 (単位：人) | 令和元年度 | 令和2年度 | | 1,194 | 481 |
| 宿泊者数 (単位：人) | 令和元年度 | 令和2年度 | | | | | |
| | 1,194 | 481 | | | | | |
| 端島見学施設 | <p>(1) 施設の維持管理に関すること。</p> <table border="1" data-bbox="671 898 1386 1003"> <tr> <td data-bbox="671 898 908 1003">入場(上陸)者数 (単位：人)</td> <td data-bbox="912 898 1147 947">令和元年度</td> <td data-bbox="1152 898 1386 947">令和2年度</td> </tr> <tr> <td></td> <td data-bbox="912 954 1147 1003">124,935</td> <td data-bbox="1152 954 1386 1003">53,050</td> </tr> </table> | 入場(上陸)者数 (単位：人) | 令和元年度 | 令和2年度 | | 124,935 | 53,050 |
| 入場(上陸)者数 (単位：人) | 令和元年度 | 令和2年度 | | | | | |
| | 124,935 | 53,050 | | | | | |
| 亀山社中記念館 | <p>(1) 施設の維持管理に関すること。 (2) 資料の収集、保存及び展示に関すること。</p> <table border="1" data-bbox="671 1122 1386 1227"> <tr> <td data-bbox="671 1122 908 1227">入館者数 (単位：人)</td> <td data-bbox="912 1122 1147 1171">令和元年度</td> <td data-bbox="1152 1122 1386 1171">令和2年度</td> </tr> <tr> <td></td> <td data-bbox="912 1178 1147 1227">49,925</td> <td data-bbox="1152 1178 1386 1227">19,202</td> </tr> </table> | 入館者数 (単位：人) | 令和元年度 | 令和2年度 | | 49,925 | 19,202 |
| 入館者数 (単位：人) | 令和元年度 | 令和2年度 | | | | | |
| | 49,925 | 19,202 | | | | | |
| 伊王島ふれあい広場 | <p>(1) 施設の維持管理に関すること。</p> <table border="1" data-bbox="671 1312 1386 1417"> <tr> <td data-bbox="671 1312 908 1417">利用者数 (単位：人)</td> <td data-bbox="912 1312 1147 1361">令和元年度</td> <td data-bbox="1152 1312 1386 1361">令和2年度</td> </tr> <tr> <td></td> <td data-bbox="912 1368 1147 1417">-</td> <td data-bbox="1152 1368 1386 1417">-</td> </tr> </table> | 利用者数 (単位：人) | 令和元年度 | 令和2年度 | | - | - |
| 利用者数 (単位：人) | 令和元年度 | 令和2年度 | | | | | |
| | - | - | | | | | |
| 交流拠点施設整備室 | <p>(1) 交流拠点施設の整備に関すること。 (2) 出島メッセ長崎に関すること。</p> | | | | | | |
| 観光交流推進室 | <p>(1) DMOとの連携の推進に関すること (2) MICEの誘致及び受入に関すること (3) 国内の観光客の誘致・受入に関すること (4) 観光資源となるイベント等の推進に関すること (5) 観光関係団体との連絡調整に関すること。</p> | | | | | | |

| 文化財課 | <p>(1) 文化財(出島和蘭商館跡を除く。)の保存及び活用に関すること。</p> <p>(2) 民俗資料の保存に関すること。</p> <p>(3) 文化施設の建設及び設置に関すること(文化振興課の所管に係るものを除く。)</p> <p>(4) 文化財調査検討委員会、資料取得委員会及び歴史民俗資料館運営委員会に関すること。</p> <p>(5) 長崎歴史文化博物館、伊王島灯台記念館及び歴史民俗資料館に関すること。</p> <p>(6) 長崎学研究所に係る予算の経理及び連絡調整に関すること。</p> <p>(7) サント・ドミンゴ教会跡資料館、町並み保存センター、須加五々道美術館、南山手レストハウス、外海歴史民俗資料館、中の茶屋、ド・ロ神父記念館、高島石炭資料館、野口彌太郎記念美術館、心田庵、シーボルト記念館及び長崎(小島)養生所跡資料館との連絡調整に関すること。</p> <p>【入館者数(単位:人)】</p> <table border="1" data-bbox="638 1010 1404 1305"> <thead> <tr> <th>施設名</th> <th>令和元年度</th> <th>令和2年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>長崎歴史文化博物館</td> <td>367,840</td> <td>125,635</td> </tr> <tr> <td>長崎近代交流史と孫文・梅屋庄吉ミュージアム</td> <td>6,573</td> <td>3,125</td> </tr> <tr> <td>伊王島灯台記念館</td> <td>8,272</td> <td>3,528</td> </tr> <tr> <td>歴史民俗資料館</td> <td>21,300</td> <td>7,409</td> </tr> </tbody> </table> | 施設名 | 令和元年度 | 令和2年度 | 長崎歴史文化博物館 | 367,840 | 125,635 | 長崎近代交流史と孫文・梅屋庄吉ミュージアム | 6,573 | 3,125 | 伊王島灯台記念館 | 8,272 | 3,528 | 歴史民俗資料館 | 21,300 | 7,409 |
|------------------------------|---|----------------|-------|-------|-----------|---------|---------|-----------------------|-------|-------|----------|-------|-------|---------|--------|-------|
| 施設名 | 令和元年度 | 令和2年度 | | | | | | | | | | | | | | |
| 長崎歴史文化博物館 | 367,840 | 125,635 | | | | | | | | | | | | | | |
| 長崎近代交流史と孫文・梅屋庄吉ミュージアム | 6,573 | 3,125 | | | | | | | | | | | | | | |
| 伊王島灯台記念館 | 8,272 | 3,528 | | | | | | | | | | | | | | |
| 歴史民俗資料館 | 21,300 | 7,409 | | | | | | | | | | | | | | |
| サント・ドミンゴ教会跡資料館 | <p>(1) 施設の維持管理に関すること。</p> <p>(2) サント・ドミンゴ教会遺構等の資料の収集、保存及び展示に関すること。</p> <table border="1" data-bbox="678 1494 1391 1601"> <thead> <tr> <th>入館者数 (単位:人)</th> <th>令和元年度</th> <th>令和2年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td>4,694</td> <td>1,685</td> </tr> </tbody> </table> | 入館者数 (単位:人) | 令和元年度 | 令和2年度 | | 4,694 | 1,685 | | | | | | | | | |
| 入館者数 (単位:人) | 令和元年度 | 令和2年度 | | | | | | | | | | | | | | |
| | 4,694 | 1,685 | | | | | | | | | | | | | | |
| 南山手町並み保存センター 東山手町並み保存センター | <p>(1) 施設の維持管理及び利用に関すること。</p> <table border="1" data-bbox="678 1697 1391 1861"> <thead> <tr> <th colspan="2">利用者数</th> <th>令和元年度</th> <th>令和2年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">(単位:人)</td> <td>南山手</td> <td>6,604</td> <td>3,813</td> </tr> <tr> <td>東山手</td> <td>11,181</td> <td>6,035</td> </tr> </tbody> </table> | 利用者数 | | 令和元年度 | 令和2年度 | (単位:人) | 南山手 | 6,604 | 3,813 | 東山手 | 11,181 | 6,035 | | | | |
| 利用者数 | | 令和元年度 | 令和2年度 | | | | | | | | | | | | | |
| (単位:人) | 南山手 | 6,604 | 3,813 | | | | | | | | | | | | | |
| | 東山手 | 11,181 | 6,035 | | | | | | | | | | | | | |

| 須加五々道美術館 | <p>(1) 施設の維持管理に関すること。 (2) 須加五々道画伯の美術作品及び資料の保存並びに展示に関すること。</p> <table border="1" data-bbox="678 347 1385 459"> <thead> <tr> <th data-bbox="678 347 909 392">入館者数 (単位：人)</th> <th data-bbox="917 347 1149 392">令和元年度</th> <th data-bbox="1157 347 1385 392">令和2年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="678 392 909 459"></td> <td data-bbox="917 392 1149 459">922</td> <td data-bbox="1157 392 1385 459">712</td> </tr> </tbody> </table> | 入館者数 (単位：人) | 令和元年度 | 令和2年度 | | 922 | 712 |
|----------------|--|----------------|-------|-------|--|--------|-------|
| 入館者数 (単位：人) | 令和元年度 | 令和2年度 | | | | | |
| | 922 | 712 | | | | | |
| 南山手レストハウス | <p>(1) 施設の維持管理に関すること。 (2) 旧居留地の資料の保存及び展示に関すること。</p> <table border="1" data-bbox="678 571 1385 683"> <thead> <tr> <th data-bbox="678 571 909 616">利用者数 (単位：人)</th> <th data-bbox="917 571 1149 616">令和元年度</th> <th data-bbox="1157 571 1385 616">令和2年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="678 616 909 683"></td> <td data-bbox="917 616 1149 683">17,277</td> <td data-bbox="1157 616 1385 683">7,945</td> </tr> </tbody> </table> | 利用者数 (単位：人) | 令和元年度 | 令和2年度 | | 17,277 | 7,945 |
| 利用者数 (単位：人) | 令和元年度 | 令和2年度 | | | | | |
| | 17,277 | 7,945 | | | | | |
| 外海歴史民俗資料館 | <p>(1) 施設の維持管理に関すること。 (2) 資料の収集、保存及び展示に関すること。</p> <table border="1" data-bbox="678 801 1385 913"> <thead> <tr> <th data-bbox="678 801 909 846">入館者数 (単位：人)</th> <th data-bbox="917 801 1149 846">令和元年度</th> <th data-bbox="1157 801 1385 846">令和2年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="678 846 909 913"></td> <td data-bbox="917 846 1149 913">15,519</td> <td data-bbox="1157 846 1385 913">3,652</td> </tr> </tbody> </table> | 入館者数 (単位：人) | 令和元年度 | 令和2年度 | | 15,519 | 3,652 |
| 入館者数 (単位：人) | 令和元年度 | 令和2年度 | | | | | |
| | 15,519 | 3,652 | | | | | |
| 中の茶屋 | <p>(1) 施設の維持管理に関すること。 (2) 清水崑画伯の美術作品及び資料の保存並びに展示に関すること。</p> <table border="1" data-bbox="678 1077 1385 1189"> <thead> <tr> <th data-bbox="678 1077 909 1122">入館者数 (単位：人)</th> <th data-bbox="917 1077 1149 1122">令和元年度</th> <th data-bbox="1157 1077 1385 1122">令和2年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="678 1122 909 1189"></td> <td data-bbox="917 1122 1149 1189">15,519</td> <td data-bbox="1157 1122 1385 1189">3,652</td> </tr> </tbody> </table> | 入館者数 (単位：人) | 令和元年度 | 令和2年度 | | 15,519 | 3,652 |
| 入館者数 (単位：人) | 令和元年度 | 令和2年度 | | | | | |
| | 15,519 | 3,652 | | | | | |
| ド・ロ神父記念館 | <p>(1) 施設の維持管理に関すること。 (2) ド・ロ神父に関する資料の収集、保存及び展示に関すること。</p> <table border="1" data-bbox="678 1352 1385 1464"> <thead> <tr> <th data-bbox="678 1352 909 1397">入館者数 (単位：人)</th> <th data-bbox="917 1352 1149 1397">令和元年度</th> <th data-bbox="1157 1352 1385 1397">令和2年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="678 1397 909 1464"></td> <td data-bbox="917 1397 1149 1464">18,499</td> <td data-bbox="1157 1397 1385 1464">4,589</td> </tr> </tbody> </table> | 入館者数 (単位：人) | 令和元年度 | 令和2年度 | | 18,499 | 4,589 |
| 入館者数 (単位：人) | 令和元年度 | 令和2年度 | | | | | |
| | 18,499 | 4,589 | | | | | |
| 高島石炭資料館 | <p>(1) 施設の維持管理に関すること。 (2) 資料の収集、保存及び展示に関すること。</p> <table border="1" data-bbox="678 1583 1385 1695"> <thead> <tr> <th data-bbox="678 1583 909 1628">入館者数 (単位：人)</th> <th data-bbox="917 1583 1149 1628">令和元年度</th> <th data-bbox="1157 1583 1385 1628">令和2年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="678 1628 909 1695"></td> <td data-bbox="917 1628 1149 1695">63,745</td> <td data-bbox="1157 1628 1385 1695">2,792</td> </tr> </tbody> </table> | 入館者数 (単位：人) | 令和元年度 | 令和2年度 | | 63,745 | 2,792 |
| 入館者数 (単位：人) | 令和元年度 | 令和2年度 | | | | | |
| | 63,745 | 2,792 | | | | | |
| 野口彌太郎記念美術館 | <p>(1) 施設の維持管理に関すること。 (2) 野口彌太郎画伯の美術作品及び資料の保存並びに展示に関すること。 (3) 野口彌太郎記念美術館運営委員会に関すること。</p> <table border="1" data-bbox="678 1899 1385 2011"> <thead> <tr> <th data-bbox="678 1899 909 1944">入館者数 (単位：人)</th> <th data-bbox="917 1899 1149 1944">令和元年度</th> <th data-bbox="1157 1899 1385 1944">令和2年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="678 1944 909 2011"></td> <td data-bbox="917 1944 1149 2011">1,963</td> <td data-bbox="1157 1944 1385 2011">1,125</td> </tr> </tbody> </table> | 入館者数 (単位：人) | 令和元年度 | 令和2年度 | | 1,963 | 1,125 |
| 入館者数 (単位：人) | 令和元年度 | 令和2年度 | | | | | |
| | 1,963 | 1,125 | | | | | |

| | | | | | | | |
|----------------|---|----------------|-------|-------|--|---------|---------|
| 心田庵 | <p>(1) 施設の維持管理に関すること。 (2) 美術作品及び資料の保存並びに展示に関すること。</p> <table border="1" data-bbox="679 293 1391 405"> <tr> <td data-bbox="679 293 914 349">入館者数 (単位：人)</td> <td data-bbox="914 293 1155 349">令和元年度</td> <td data-bbox="1155 293 1391 349">令和2年度</td> </tr> <tr> <td></td> <td data-bbox="914 349 1155 405">7,566</td> <td data-bbox="1155 349 1391 405">963</td> </tr> </table> | 入館者数 (単位：人) | 令和元年度 | 令和2年度 | | 7,566 | 963 |
| 入館者数 (単位：人) | 令和元年度 | 令和2年度 | | | | | |
| | 7,566 | 963 | | | | | |
| シーボルト記念館 | <p>(1) 施設の維持管理に関すること。 (2) シーボルトに関する資料の収集、保存及び展示に関すること。</p> <table border="1" data-bbox="679 577 1391 689"> <tr> <td data-bbox="679 577 914 633">入館者数 (単位：人)</td> <td data-bbox="914 577 1155 633">令和元年度</td> <td data-bbox="1155 577 1391 633">令和2年度</td> </tr> <tr> <td></td> <td data-bbox="914 633 1155 689">9,895</td> <td data-bbox="1155 633 1391 689">3,271</td> </tr> </table> | 入館者数 (単位：人) | 令和元年度 | 令和2年度 | | 9,895 | 3,271 |
| 入館者数 (単位：人) | 令和元年度 | 令和2年度 | | | | | |
| | 9,895 | 3,271 | | | | | |
| 長崎（小島）養生所跡資料館 | <p>(1) 施設の維持管理に関すること。 (2) 長崎（小島）養生所遺構等の資料の収集、保存及び展示に関すること。</p> <table border="1" data-bbox="679 864 1391 976"> <tr> <td data-bbox="679 864 914 920">入館者数 (単位：人)</td> <td data-bbox="914 864 1155 920">令和元年度</td> <td data-bbox="1155 864 1391 920">令和2年度</td> </tr> <tr> <td></td> <td data-bbox="914 920 1155 976">-</td> <td data-bbox="1155 920 1391 976">1,880</td> </tr> </table> <p>※令和2年4月6日開館</p> | 入館者数 (単位：人) | 令和元年度 | 令和2年度 | | - | 1,880 |
| 入館者数 (単位：人) | 令和元年度 | 令和2年度 | | | | | |
| | - | 1,880 | | | | | |
| 世界遺産室 | <p>(1) 世界遺産に関すること。</p> | | | | | | |
| 出島復元整備室 | <p>(1) 出島和蘭商館跡の復元整備に関すること。 (2) 出島に係る資料の収集、保存及び展示に関すること。 (3) 出島に関すること。</p> <table border="1" data-bbox="638 1294 1347 1406"> <tr> <td data-bbox="638 1294 873 1350">入場者数 (単位：人)</td> <td data-bbox="873 1294 1107 1350">令和元年度</td> <td data-bbox="1107 1294 1347 1350">令和2年度</td> </tr> <tr> <td></td> <td data-bbox="873 1350 1107 1406">459,147</td> <td data-bbox="1107 1350 1347 1406">165,191</td> </tr> </table> | 入場者数 (単位：人) | 令和元年度 | 令和2年度 | | 459,147 | 165,191 |
| 入場者数 (単位：人) | 令和元年度 | 令和2年度 | | | | | |
| | 459,147 | 165,191 | | | | | |
| 長崎学研究所 | <p>(1) 長崎学に係る調査研究に関すること。 (2) 長崎学の普及及び継承に関すること。 (3) 長崎学に係る関係団体等との連絡調整に関すること。</p> | | | | | | |

趣旨



交流人口の拡大による経済活性化と市民生活との調和を図るため、行政、事業者、DMO、市民など多様な関係者がめざすべきビジョンを共有し、そのビジョンを達成するための基本的な方向性や重点的に進めるべき取組みの指針を示すものです。

位置づけと期間

| | 2020年度 | 2021年度 | 2022年度 | 2023年度 | 2024年度 | 2025年度 |
|----------------------------|--------|--|-----------------------------|--------|--------|--------|
| 長崎市第五次総合計画 | 四次総 | | 五次総 基本構想計画期間 (9年間) 2030年度まで | | | |
| | (期間延長) | | 五次総 前期基本計画期間 (4年間) | | | |
| 長崎市観光・MICE戦略 | 策定 | 戦略期間 (5年間) 上位計画との整合、トレンドの変化に合わせた見直し、PDCAサイクルによる進行管理 | | | | |
| 長崎市観光・MICE計画 / 長崎市版DMO事業計画 | 策定 | 計画期間 (5年間) 上位計画との整合、トレンドの変化に合わせた見直し、PDCAサイクルによる進行管理 | | | | |

ビジョン

選ばれる21世紀の交流都市

—— まちは変わる。ひとが、訪れる価値をつくっていく。

長崎市の将来像

1 訪問客がまた来たい・もっと過ごしたいと思うまち

- ✓ 観光のみならず、MICE、スポーツ、文化など多様な目的で訪問客が国内外から訪れています。
- ✓ 安全安心・快適な環境の中で、長崎市の魅力を満喫しています。

2 事業者が交流で潤い、成長するまち

- ✓ DMOを中心とした民間の主体的な参画により、「人」の交流を生み出しています。
- ✓ 質の高いサービスにより外貨を稼ぎ、雇用創出と所得の向上につながっています。

3 市民が誇りを持ち、住み続けたいと思うまち

- ✓ 市民が地元の魅力に満足し、自ら長崎市の魅力を発信しています。
- ✓ 観光・MICEの振興によって、市民の生活の質が向上しています。

4 危機管理に強いまち

- ✓ 感染症、災害、国際情勢などの環境の変化に柔軟に対応しています。

訪問客・事業者・市民がともにWin-Win

長崎市観光振興計画2020の振り返り

| 項目 | 単位 | 区分 | 2014年 | 2015年 | 2016年 | 2017年 | 2018年 | 2019年 | 2020年 |
|----------------|----|-----|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 観光消費額 | 億円 | 目標 | - | - | 1,360 | 1,400 | 1,480 | 1,530 | 1,600 |
| | | 実績 | 1,243 | 1,368 | 1,314 | 1,458 | 1,496 | 1,492 | - |
| | | 達成率 | - | - | 96.6% | 104.1% | 101.1% | 97.5% | - |
| 観光客数 | 人 | 目標 | - | - | 6,600,000 | 6,700,000 | 6,750,000 | 6,900,000 | 7,100,000 |
| | | 実績 | 6,306,800 | 6,693,800 | 6,723,500 | 7,077,700 | 7,055,400 | 6,917,800 | - |
| | | 達成率 | - | - | 101.9% | 105.6% | 104.5% | 100.3% | - |
| 観光消費単価 | 円 | 目標 | - | - | 20,299 | 20,741 | 21,449 | 22,014 | 22,535 |
| | | 実績 | 19,713 | 20,442 | 19,540 | 20,606 | 21,216 | 21,566 | - |
| | | 達成率 | - | - | 96.3% | 99.3% | 98.9% | 98.0% | - |
| 就業誘発者数 (県内) | 人 | 目標 | - | - | 30,300 | 31,200 | 32,900 | 34,000 | 35,600 |
| | | 実績 | 27,503 | 30,749 | 29,036 | 32,693 | 33,448 | 24,186 | - |
| | | 達成率 | - | - | 95.8% | 104.8% | 101.7% | 71.1% | - |
| 観光満足度※ | % | 目標 | - | - | 56.0 | 57.0 | 58.0 | 59.0 | 60.0 |
| | | 実績 | - | 55.8 | 54.5 | 81.6 | 90.0 | 91.9 | - |
| | | 達成率 | - | - | 97.3% | 143.2% | 155.2% | 155.8% | - |
| リピーター率 (国内) | % | 目標 | - | - | 65.0 | 65.5 | 66.0 | 66.5 | 67.0 |
| | | 実績 | - | 61.7 | 68.2 | 66.3 | 63.2 | 63.9 | - |
| | | 達成率 | - | - | 104.9% | 101.2% | 95.8% | 96.1% | - |
| リピーター率 (国外) | % | 目標 | - | - | 12.5 | 13.0 | 13.5 | 14.0 | 14.5 |
| | | 実績 | - | - | - | - | 13.2 | 13.7 | - |
| | | 達成率 | - | - | - | - | 97.8% | 97.9% | - |

※観光満足度については、2017年から調査項目を修正している。
 (2015年～2016年：4段階評価、2017年～2018年：7段階評価、2019年：5段階評価)
 ※2014年は観光動向調査を実施していない。

SWOT分析 プラス要因

Strength 強み

内的環境

- 特徴ある歴史・文化を有する観光施設や文化財などの豊富さ
- 立体的・俯瞰的な世界新三大夜景の魅力
- 平和都市としての認知度
- 長崎大学の高い研究力、国際機関との連携（MICE）
- まちあるき観光のさきがけ
- ちゃんぽんなど知名度の高い食

Weakness 弱み

マイナス要因

- 長崎空港の国際便の少なさ等の交通の便の悪さ
- 案内板や駐車場、バリアフリー化などの整備が必要
- 戦略的マーケティングが不十分
- ナイトタイムの仕掛けが不十分
- 観光産業の労働生産性の低さ

Opportunity 機会

外的環境

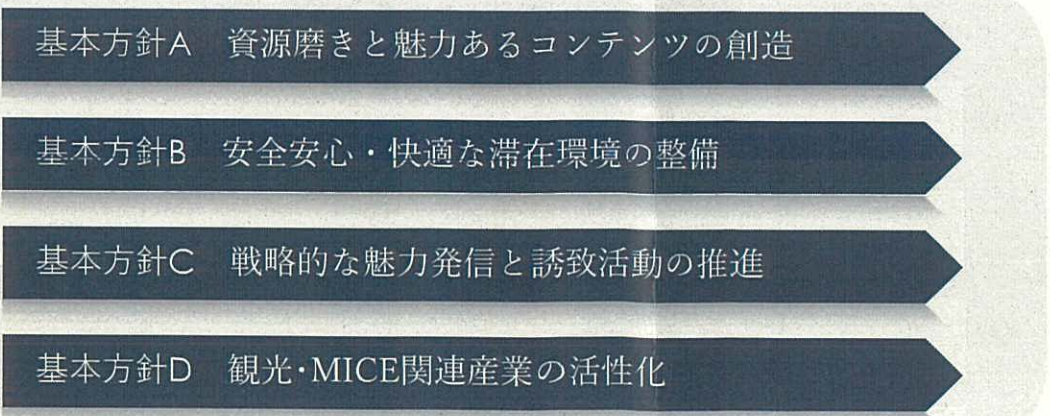
- 「100年に一度」のまちの変革
- 民間の地方創生の動き加速化
- コロナを契機とした働き方の多様化
- society5.0への社会変革（DX）

Threat 脅威

- 人口減少、少子高齢化
- 全国総観光地化
- 新型コロナウイルス感染症、自然災害、国際情勢の悪化など

課題

- 顧客ニーズに対応した資源磨きと魅力あるコンテンツの充実が不可欠
- スポーツや文化・芸術、食を活用した新たな魅力の創出が必要
- 環境の変化に応じた安全・安心・快適な滞在環境の整備が必要
- 交通アクセスの充実や周遊を楽しめる環境づくりが必要
- 戦略的なマーケティングと効果的なプロモーションが必要
- DMOにおける関係機関や事業者と連携した魅力発信と誘致活動が必要
- DMOにおける観光まちづくり推進体制の充実が不可欠
- サービスの高付加価値化・上質化と観光事業者の収益力向上が必要



目標

| KGI (重要目標達成指標) | | |
|----------------|--|-------------|
| 指標 | 基準値 (2019年) | 目標値 (2025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 | ※本指標は新たに設定するものですが、基準値がなく、新型コロナウイルス感染拡大の状況のなかで、数値の捕捉も困難であるため、本戦略の期間中に改めて設定することとします。 | |
| 市民の満足度 | | |

| KPI (重要業績評価指標) | | |
|-------------------|-------------|-------------|
| 指標 | 基準値 (2019年) | 目標値 (2025年) |
| 訪問客数 | 6,917,800人 | 7,300,000人 |
| MICE客数 | 430,000人 | 1,730,000人 |
| 国際会議開催件数 (JNTO基準) | 8件 | 15件 |
| 日本人延べ宿泊者数 | 3,077,643人 | 3,552,000人 |
| 外国人延べ宿泊者数 | 323,306人 | 339,000人 |
| クルーズ客数 | 732,538人 | 795,000人 |
| 日本人旅行消費単価 | 20,694円 | 21,970円 |
| 外国人旅行消費単価 | 54,740円 | 58,110円 |
| クルーズ客消費単価 | 29,350円 | 30,250円 |
| リピーター率 (国内) | 63.9% | 66.9% |

※その他の詳細なKPIは、DMOが策定する長崎市版DMO事業計画において、別途設定します。
 ※KGI・KPIの目標値は、コロナ禍からの回復状況等も踏まえ、適切に見直しを図ります。

重要な視点

■ 旅行消費額の拡大

「量」より「質」を重視し、いかに満足度を向上させ、お金を落としてもらうか。

- ✓ コンテンツ・サービスの上質化
- ✓ インバウンド・MICE客・富裕層の誘客
- ✓ 消費単価・滞在日数の増加 など

■ 観光需要の平準化

閑散期対策を主眼に置き、観光需要の平準化を図り、観光産業の安定化と成長を図る。

- ✓ 閑散期に誘客が見込めるマーケットの選定
- ✓ 選定したマーケットと親和性の高い閑散期の魅力づくり など

■ 連携 (広域・産学官)

競合地域との差別化を図りながら、事業効果の高い周辺地域や団体と連携する。

- ✓ 優位性を活かした連携
- ✓ 長崎県内・九州北部・世界遺産構成資産関連都市・日本新三大夜景都市 など

■ 環境変化への柔軟な対応

外的要因の影響を受けやすい観光産業の体質強化を図る。

- ✓ 感染症・自然災害・国際情勢等のリスクマネジメント
- ✓ society5.0への変革
- ✓ オーバーツーリズムへの対応 など

基本方針

基本方針A 資源磨きと魅力あるコンテンツの創造

基本施策

- A-1 長崎独自の歴史・文化、自然・景観を守り、活かす。
- A-2 ストーリー性・テーマ性に富んだ魅力あるコンテンツへ磨き上げる。
- A-3 スポーツや文化・芸術など新しい交流の領域を切り開く。

基本方針C 戦略的な魅力発信と誘致活動の推進

基本施策

- C-1 市場分析等に基づく戦略的な誘客・MICE誘致を展開する。
- C-2 長崎ブランドの確立と効果的なプロモーションを推進する。
- C-3 DMOを中心としたワンストップの誘客・MICE誘致を行う。

基本方針B 安全安心・快適な滞在環境の整備

基本施策

- B-1 安全安心な滞在環境をつくる。
- B-2 快適な滞在環境をつくる。
- B-3 交通アクセスを充実させ、周遊しやすい環境をつくる。

基本方針D 観光・MICE関連産業の活性化

基本施策

- D-1 DMOを中心とした観光まちづくりの推進体制の充実を図る。
- D-2 民間事業者の稼ぐ力を向上させる。
- D-3 まちMICEプロジェクトを推進する。

推進体制

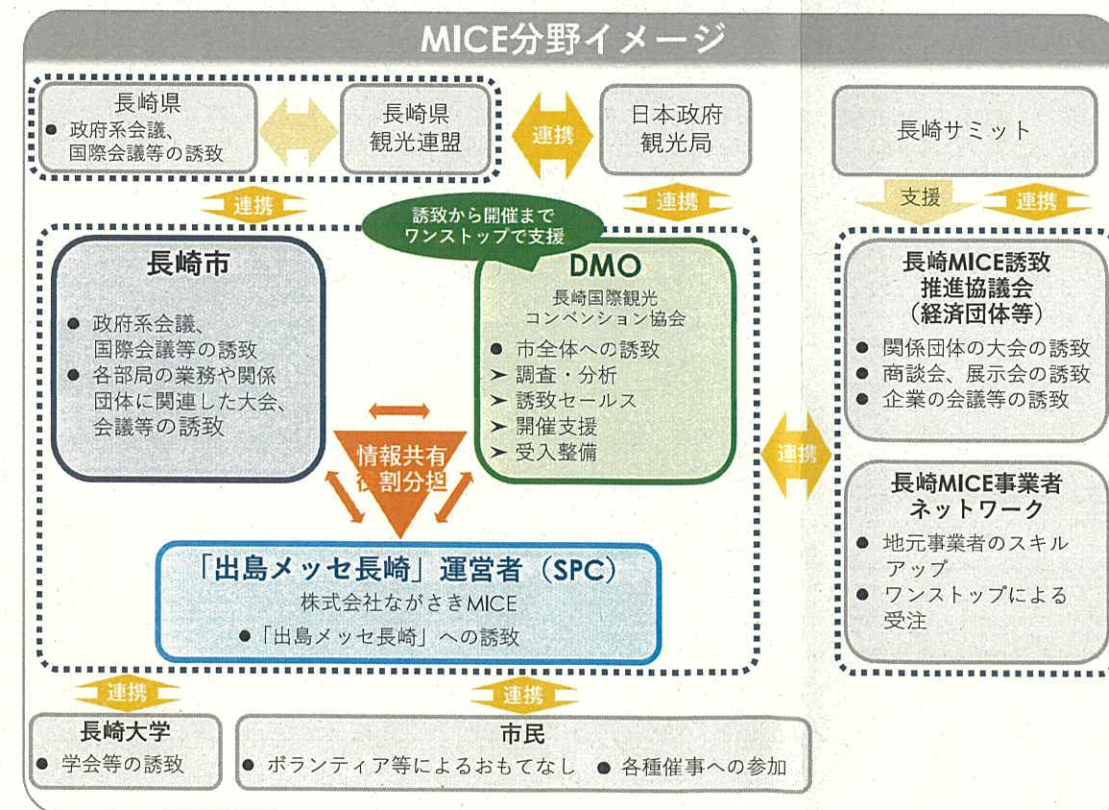
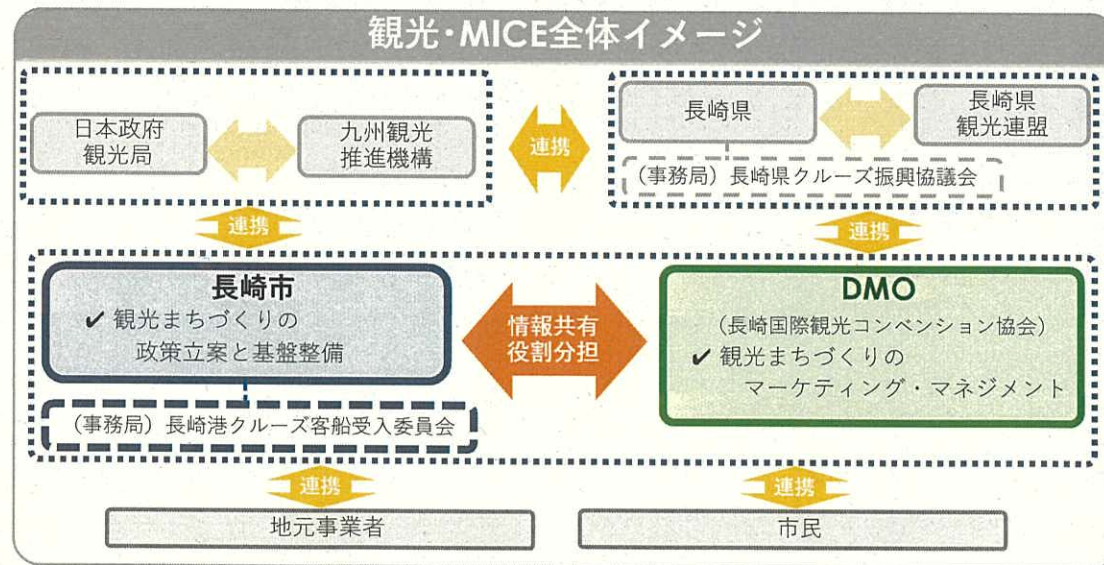
役割分担

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
 - 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
 - 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
 - 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
 - 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
 - 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
 - 魅力あるコンテンツ造成（食・体験型・ユニークベニュー・長崎さるく・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
 - 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
 - 域内事業者との連携





一般社団法人 長崎国際観光コンベンション協会
Nagasaki International Tourism and Convention Association

長崎市DMO事業計画

DMO NAGASAKI Destination Business Plan

Ver.1.0

2021-2025

《抜粋版》



長崎市 DMO の主な取組み

<インバウンド>

| 情報発信・プロモーション | |
|---------------------|--|
| 2017 年度 平成 29 年度 | <p>○ワンストップサイト構築事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・長崎市の公式観光サイト「あっ！とながさき」の操作環境の再構築（運営側でタイムリー操作） ・「長崎さるく」「浪漫ながさき旅情報」「夜景コンテンツ」などの一体的デザインと長崎市の観光情報などのワンストップ提供 ・外国人訪問客の増加に対応した対応言語の4カ国語（英、韓国、中国(簡体・繁体)）から10カ国語（フランス、スペイン、オランダ、イタリア、ベトナム、タイ）への拡充 <p>○ICTを活用した情報発信事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・SNSによる韓国、台湾への観光情報発信、ハイ・アクセスWEBメディア情報発信 ・情報発信のための動画コンテンツ制作 ・台北共同広告プロモーションCPサイト構築等の実施（外国人訪問客を呼び込むための情報発信強化施策として、インバウンド戦略の第1ターゲットである韓国、台湾に向け、韓国人・台湾人プロガーによるブログやFacebookでの情報発信、FacebookやWEBサイトでの広告配信、VISITNAGASAKI（ながさき旅ネット）等への誘導） |
| 2018 年度 平成 30 年度 | <p>○総合観光ワンストップサイトを活用した情報発信事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・2017年度構築のワンストップサイトの更新・充実 <p>○現地、越境 EC の売上の拡大に向けた基本計画策定事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・越境 EC の今後の方向性や着手すべき事項の明確化のための事業者調査の実施 <p>○台湾向け観光プロモーション事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・台湾からの旅行者の宿泊者数の増加に向けた台湾大手旅行者との旅行商品の造成 ・WEB バナー広告を掲載する等のプロモーションの実施 <p>○WEB サイト・SNS 等活用支援事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・WEB サイトや SNS 活用に関する現状分析と課題抽出 |
| 2019 年度 令和元年度 | <p>○SNS による情報発信事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・英語版 Facebook アカウント「Visit Nagasaki」の開設 ・長崎の観光情報記事の投稿の実施及び「いいね広告」等の継続的な展開によるフォロワー獲得 <p>○ANA と連携したメディア及び旅行社の招聘とプロモーション事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・長崎の伝統行事「おくんち」期間中における豪州現地メディア担当者4名の招聘 ・現地雑誌やWEB等による情報発信 <p>○令和元年度インバウンド誘致用WEBサイト構築準備事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・インバウンド向けのコンテンツ造成並びにプロモーション ・インバウンド向け予約等受付機能を有したWEBサイト構築に向けた必要機能等の調査並びにサイト設計 <p>○JR 博多駅総合案内所における長崎専属コンシェルジュによる誘客プロモーション事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・九州における外国人訪問客の主なゲートウェイとなる博多駅の観光案内所における長崎市への誘客を行うコンシェルジュの配置 ・外国人訪問客の訪問意向を聴取と長崎市内のおすすめの観光情報の提案による行動変化の調査 |
| 受入環境整備 | |
| 2017 年度 平成 29 年度 | <p>○長崎市 DMO キックオフフォーラム開催事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・オール長崎での長崎市 DMO 形成に向けたキックオフフォーラムの開催 ・関係者総参加による長崎市 DMO のビジョンや展開方針などの議論・共有 <p>○長崎市 DMO セミナー開催(山田敬一郎、瀬谷浩介、日本政策投資銀行)事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・長崎市 DMO 形成に向けた各種セミナー開催 <p>○商品案内システム Payke 構築事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商品バーコード読取りにより多言語でスマートフォンに表示させるシステム「Payke(ペイク)」の専用タブレットの試験導入(8店舗) |
| 2018 年度 平成 30 年度 | <p>○キャッシュレス受入れ整備実証事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・キャッシュレス環境の整備推進・効果検証 <p>○受入環境水準調査事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光庁水準に応じた観光関連事業者の訪日外国人旅行者の受入環境水準調査 |



(受入環境整備の続き)

| | |
|------------------|---|
| 2018年度 平成30年度 | <p>◎マーケティング委員会・ラボ・ワーキング開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「長崎市 DMO」のオール長崎の体制づくりに向けた各種調査及びデータ等の分析結果の共有 ・課題解決を図るためのマーケティング委員会、マーケティング・ラボ、ワーキンググループの開催 <p>◎2017年度補正経済産業省「IoT活用おもてなし実証事業」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・訪日外国人観光客が所有するスマートフォンを活用した属性情報（国籍、年齢、性別等）、位置情報、滞在時間、決済情報等データの収集・分析 （アプリ開発を行う日本ユニシスを中心に、NTT 西日本、NTT アド、長崎大学、加えて熊本DMC、熊本国際観光コンベンション協会、大分の由布まちづくり観光協等とも連携） |
| 2019年度 令和元年度 | <p>◎多言語パンフレット作成等事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・英語、韓国語、簡体字、繁体字のMAP データを活用した多言語パンフレットの作成（MAP データは長崎市より提供） ・海外の旅行博や展示会等ならびに市内ホテルやランドオペレーター社等への発送・PR <p>◎関係団体と連携したプロモーション、教育旅行対応事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ファミトリップ等実施にあたっての観光施設減免対応や当日のアテンド対応 （JNTO、九州観光推進機構、県観光連盟との連携およびランドオペレーター事業者等との直接対応により実施） <p>◎マーケティング委員会・ラボ・ワーキング事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「長崎市 DMO」のオール長崎の体制づくりに向けた各種調査及びデータ等の分析結果の共有 （課題解決を図るためのマーケティング委員会、マーケティング・ラボ、ワーキンググループは新型コロナウイルス感染症の影響により延期） |
| 観光資源の磨上げ | |
| 2017年度 平成29年度 | <p>◎インバウンド向け主要コンテンツ形成事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・定期観光列車運行企画実証実験、長崎の寺社文化財特別拝観企画実証、中島川カフェプロジェクト2018実施、キリシタン関連ツアー造成、欧米系クルーズモニター事業等の実施 ・訪日外国人訪問客の増加と滞在時間の延長・観光消費額の増加を図るためのインバウンド向け体験型旅行商品の造成に向けた実証実験 <p>◎「滞在型コンテンツの開発・販売」ワークショップ事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・魅力的な滞在型コンテンツの開発・販売を行うためのワークショップ開催 |
| 2018年度 平成30年度 | <p>◎観光インキュベーション事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・民間事業者の視点による地域事業者へのコンサルティング等の実施 <p>◎観光庁「最先端観光コンテンツインキュベーター事業(ナイトタイムコンテンツ)」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市内中心部の宿泊事業者・飲食事業者と長崎市伊王島の新たな夜間メインコンテンツ「体験型マルチメディア・ナイトウォーク（アイランド・ルミナ）」が連携したナイトタイムの回遊性強化と消費拡大のための実証事業 |
| 2019年度 令和元年度 | <p>◎観光庁「グローバルキャンペーンに対応したコンテンツ造成事業」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・欧米豪市場を中心とした観光庁・JNTO による情報発信「Enjoy my Japan グローバルキャンペーン」に活用できる新たな滞在型コンテンツ等の造成（長崎刺繍、長崎真珠等を活かしたコンテンツ） |

<MICE>

| | |
|-----------------|--|
| 2019年度 令和元年度 | <p>①観光庁「コンベンションビューロー機能高度化事業」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・MICE に特化したブランド開発 ・地域のステークホルダーと連携した自都市の地域資源の分析 ・国際会議誘致の際のビッドペーパー作成スキル向上 <p>②MICE 誘致強化の取組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ・長崎市、株式会社ながさき MICE との連携強化 ・商談会への参加 ・セールス（首都圏、地元） <p>③MICE 関係支援について</p> <p>④MICE 受入態勢の構築の取組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ワンストップ型の受入環境の整備 ・官民による受入態勢の構築 <p>⑤長崎 MICE 誘致推進協議会、長崎 MICE 事業者ネットワークの取組み</p> |
|-----------------|--|



今後の観光・MICEで求められる視点

1

「量」ではなく「質」の重視

長崎市 DMO では、訪問客数の増加を追い求めるプロモーション先行の取組みではなく、既存の商品やサービスを抜本的に見直し、満足度が高い“選ばれる”商品やサービスへの徹底した磨上げによる「質の向上」を目指します。その結果、消費単価の向上を実現し、市全体での観光消費額を増額させるとともに、訪問客の満足度がソーシャルメディアを通じて社会全体にしみ出し、ロイヤルカスタマーと新たなファンを獲得する好循環を生み出します。

国内

質の高い商品・サービスの提供による、消費単価の増加を実現します。

インバウンド

外国人に選ばれるための「真の魅力づくり」と発信、受入基盤を整備します。



2

ロングスティの受入環境づくり

現代社会においてはニーズが多様化しており、旅の目的も従来型の観光(物見遊山)に加え、当地の生活文化体験やワーケーション、二地域居住などそれぞれのスタイルにあわせた形態が生まれています。

情緒豊かで様々な表情とストーリーを持つ街(ゾーン)を“周遊”しながら、多様なスタイルでできるだけ長く“滞在”できる街を作ることで、満足度の向上と消費拡大を実現します。

3

安心・安全モデルの創出

アフターコロナの観光にとって、安心・安全の観光地づくりは必須の課題です。長崎市では全国に先駆け、官民学が一体となったチームナガサキセーフティによる安全・安心の観光地づくりを進めています。

今後は、「安全・安心」が長崎の新たな強みの一つとしてブランド化し定着するよう、地域と行政が連携した取組みを推進します。

(仮称)DMO ネットワークで実現

MICE

出島メッセ長崎の開業を契機とした誘致・受入のワンストップ体制づくりを基本に、まち全体への効果の波及と地域が稼ぐ機会を創ります。

修学旅行

長崎市にしかない歴史文化と平和を基軸に、SDGs やアクティブラーニングなど新たな学びへの対応を強化します。



国内

(取組みの課題)

- ブランディングと連動した戦略的プロモーション
- 多様化する旅行スタイルへの対応と宿泊客の誘引強化
- 訪問客の消費単価の向上
- 閑散期対策による年間を通じた訪問客の誘引

(主な取組み)

- ブランド戦略と連動したコンテンツの造成・磨上げ
- ターゲットや季節に応じたきめ細かなプロモーション
- OTA、決済サイト、旅行代理店、交通事業者、関係機関と連携したセールス
- 「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 | 新幹線開業に合わせた誘客促進 | 本格的な回復期としてのプロモーション強化 | 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

| | |
|------------|--|
| ブランド戦略構築事業 | マスターブランドの構築とともに、長崎市全体の PR 手法の整備と効果的な発信方法を確立。 |
| コンテンツ造成事業 | 新鮮な海の幸などの素材の力を活かした「食」のコンテンツ、歴史文化・眺望などと連携した「まちあるき」コンテンツ、温泉に加え展望風呂などの「湯」のコンテンツ、自然環境を舞台とした「アクティビティ」などをテーマとしたコンテンツを事業者と連携して造成。 |

2. ターゲットや季節に応じたきめ細かなプロモーション

| | |
|-----------------|---|
| デジタルプロモーション推進事業 | WEB サイトや SNS などのデジタル媒体を活用し、ターゲットに応じた効果的な広告宣伝活動。 |
|-----------------|---|

3. OTA、決済サイト、旅行代理店、交通事業者、関係機関と連携したセールスプロモーション

| | |
|--------------|---|
| OTA・旅行会社連携事業 | OTA との連携強化による効果的なプロモーションと、旅行会社 (OTA 含む) へのセールス、アプローチの強化促進。 |
| 交通事業者連携事業 | 国内外エアライン、JR、バス、レンタカー等交通事業者やマスメディア等民間企業との連携したセールス活動。 |
| 観光関係機関連携事業 | 長崎県観光連盟、九州観光推進機構などの関係団体との連携を強化し、九州及び県レベルでのプロモーションや商談会等のセールス活動。 |
| 地域連携事業 | 長崎市との前後の訪問地となっている長崎県内 (ハウステンボス、雲仙、小浜など) や佐賀県内 (武雄、嬉野、鹿島など) との連携強化による共同プロモーションや商品造成。 |
| 体験型決済サイト構築事業 | 体験型コンテンツの情報発信や決済をワンストップで行える WEB サイトの整備。 |

4. 「旅ナカ」の満足度を高める受入体制強化

| | |
|------------------|--|
| 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。 |
| 有償ガイド育成事業 | 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。 |
| フードダイバーシティ推進事業 | 食の多様化への対応強化として、ヴィーガン、ハラー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。 |
| デジタルプラットフォーム推進事業 | 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。 |



インバウンド

(取組みの課題)

- 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、ハラー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。 |



MICE

(取組みの課題)

- 経済効果が期待される学会や大会、会議等の戦略的な誘致
- 展示会やイベントなどの開催促進
- 「まち MICE」による主催者・参加者双方の消費拡大・満足度向上のための受入体制強化
- 域内調達率向上に向けた事業者連携
- コロナ禍・ニューノーマルでの継続的な市場開拓

(主な取組み)

- オンライン＆ハイブリッド開催の体制整備
- 誘致強化に向けた企画提案力の育成と戦略的セールスの展開
- MICE ブランドを軸とした情報発信、コミュニケーション展開
- メディアやプロモーター、金融機関等と連携した展示・イベント開催
- ビジネス、訪問客の滞在時間と回遊性を高める仕掛けづくり～まち MICE の展開～
- 事業者ネットワークの強化

(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 | |
| ワンストップ機能の基盤構築 | ワンストップ機能の強化 | ワンストップ機能の確立 | 観光 MICE 都市としての実現 | 観光 MICE 都市としての進化 |

(主な事業)

1. ワンストップの基盤構築から確立へ

| | |
|---------------------------------------|---|
| ワンストップ基盤確立事業 | 関係機関と連携した誘致から受入までをワンストップで対応できる体制の整備・確立。 |
| 2. 誘致強化に向けた企画提案力の育成と戦略的セールスの展開 | |
| 企画提案力強化事業 | 長崎市の魅力をストーリーとして表現できる企画提案力の強化とデジタル素材集などの整備。 |
| セールス強化事業 | 商談会への参加 (IME、MEET JAPAN)、首都圏セールス、キーパーソン招聘 (FAM トリップ等) |
| 開催サポート事業 | オンライン＆ハイブリッド開催に向けた企画提案や技術サポート。また、開催助成金の制度見直しと運用化。 |
| ワンストップサイト構築事業 | 旅行情報や MICE 向けグルメ情報の発信から、コンテンツの予約・決済を一元化した新たな HP の構築と運営。 |

3. MICE ブランドを軸とした情報発信、コミュニケーション展開

| | |
|----------------|--|
| デジタル素材整備事業 | 国際会議主催者向けプロモーション動画の制作。 |
| プロモーション事業 | 多様なメディア・媒体を活用し、長崎市の MICE ブランドを広く周知するための広報・宣伝活動。 |
| 情報プラットフォーム構築事業 | MICE 関係者との継続的交流による情報収集を図りつつ、CRM (顧客管理)・SFA (営業支援)、主催者・訪問客の満足度や消費動向等を一元的に収集・分析できるシステムの構築。 |

4. ビジネス、訪問客の滞在時間と回遊性を高める仕掛けづくり (モノ・コト・移手段) ～まち MICE～

| | |
|------------------------------------|--|
| コンテンツ整備事業 | 主催者や訪問客の満足度を高めるためのユニークベニューや体験コンテンツの拡充と、ワンストップで提供できる体制の整備。 |
| (仮称)DMO ネットワーク構築事業 (再掲)※MICE 部会 | 情報共有や事業者ネットワークの強化、人材育成、安心・安全・快適の受入基盤整備などを関係者が一丸となって推進するプラットフォームとして(仮称)DMO ネットワークの構築。 |



修学旅行

(取組みの課題)

- 修学旅行先として選ばれるための付加価値の高い学習・体験プログラムの開発
- 満足度を高めるための受入態勢の強化
- 誘致実現のためのセールスプロモーションの強化

(主な取組み)

- 平和学習を中心とした付加価値の高い学習・体験プログラムの開発
- 平和ガイドの育成など地域が一体となった受入体制整備
- 魅力的な商品造成と関係機関と連携した戦略的な誘致活動

(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 | |
| 新しい修学旅行の仕組みづくり | 受入体制の強化 | セールスプロモーションの強化 | 受入体制の強化(第2段階) | セールスプロモーションの強化(第2段階) |

(主な事業)

| 1. 平和学習を中心とした付加価値の高い学習・体験プログラムの開発 | |
|-----------------------------------|---|
| コンテンツ整備事業 | 修学旅行向けの平和学習、SDGs、世界遺産などの長崎市の強みを活かすプログラム開発と磨上げ。 |
| アクティブラーニングプログラム整備事業 | デジタル型、ワークショップ型など学校のニーズに応えるアクティブラーニングプログラムの造成。 |
| 2. 平和ガイドの育成など地域が一体となった受入体制整備 | |
| 平和ガイド育成事業 | 平和ガイドの担い手づくりやガイド力向上のための育成活動。 |
| 受入基盤強化事業 | 各種の観光関連施設やホテルと連携した商品造成や、人材育成など満足度向上に向けた取組みの支援。 |
| 3. 魅力的な商品造成と関係機関と連携した戦略的な誘致活動 | |
| 素材整備事業 | 営業用ツールとなるモデル商品一覧リストの作成や、修学旅行ナビ本の作成、遊学券の販売。 |
| 誘致事業 | 旅行代理店への営業、助成、招聘や学校への直接営業を実施するとともに、現地アドバイザーなどキーマンの発掘と連携強化。また、長崎県観光連盟、長崎市宿泊施設協議会、九州観光推進機構と連携した誘致活動や、国内観光誘致推進実行委員会主催によるセールス活動を行うとともに、全国修学旅行協会、日本修学旅行連盟への情報提供を強化。 |



(4) 令和2年長崎市観光統計(速報値)

ア 令和2年の観光動向

(ア) 全国の観光動向

| | | | |
|-------------------------|-----------|---------------|--------------|
| 日本人国内旅行消費額 | | | |
| 9兆9,738億円 | 前年比54.5%減 | (11兆9,574億円減) | |
| ① 宿泊旅行 | 7兆7,723億円 | 前年比54.7%減 | (9兆3,837億円減) |
| ② 日帰り旅行 | 2兆2,015億円 | 前年比53.9%減 | (2兆5,737億円減) |
| 日本人国内延べ旅行者数 | | | |
| 2億9,341万人 | 前年比50.0%減 | (2億9,369万人減) | |
| ① 宿泊旅行 | 1億6,070万人 | 前年比48.4%減 | (1億5,092万人減) |
| ② 日帰り旅行 | 1億3,271万人 | 前年比51.8%減 | (1億4,277万人減) |
| 日本人国内旅行1人あたり旅行単価 | | | |
| 33,993円 | 前年比9.0%減 | (3,362円減) | |
| ① 宿泊旅行 | 48,365円 | 前年比12.2%減 | (6,689円減) |
| ② 日帰り旅行 | 16,589円 | 前年比4.3%減 | (745円減) |

日本人の国内旅行消費額は、前年比54.5%減(11兆9,574億円減)の9兆9,738億円であった。日本人の国内延べ旅行者数は、宿泊旅行が前年比48.4%減(1億5,092万人減)の1億6,070万人、日帰り旅行が前年比51.8%減(1億4,277万人減)の1億3,271万人で、全体として前年比50.0%減(2億9,369万人減)となり、日本人国内旅行の1人1回当たり旅行単価は前年比9.0%減(3,362円減)の33,993円となった。

(出典)観光庁「旅行・観光消費動向調査」2020年年間値(確報)

【参考】

・台風発生数等

| | 令和2年 | 令和元年 | 平年値 |
|---------|------|------|------|
| 台風発生数 | 23 | 29 | 25.6 |
| 台風上陸数 | 0 | 5 | 2.7 |
| 全国接近数 | 7 | 15 | 11.4 |
| 九州北部接近数 | 3 | 5 | 3.2 |

(出典)気象庁「2020年(令和2年)の台風について(速報)」

訪日外客数

411万5,900人 前年比87.1%減(約2,776万人減)

令和2年に日本を訪れた外国人(訪日外客数)は、前年比87.1%減(約2,776万人減)の411万5,900人と激減した。これは、1月下旬以降の新型コロナウイルス感染症の拡大により、2月以降順次水際対策が強化されたことによるものである。

なお、7月以降は国際的な人の往来再開に向けた措置が段階的に進められ、ビジネス目的の入国が限定的ながら再開されたが、観光目的での入国は現在まで認められていない。

(出典)日本政府観光局(JNTO)「2020年年間推計値」

外国人延べ宿泊者数

1,803万570人泊 前年比84.4%減(約8,340万人泊減)

外国人延べ宿泊者数は、前年比84.4%減(約8,340万人泊減)の1,803万570人と、調査を開始した平成19年以降過去最低となった。

また、国籍(出身地)別外国人延べ宿泊者数は、第1位が中国(約408万人泊、シェア26.3%)、第2位以下は台湾(約214万人泊、シェア13.8%)、アメリカ(約129万人泊、シェア8.3%)、香港(約117万人泊、シェア7.6%)、韓国(約86万人泊、シェア5.5%)と続き、上位5か国・地域で全体の約61.5%を占める。

※国籍(出身地)別外国人延べ宿泊者数は、従業者数10人以上の施設に対する調査から作成されており、全体で15,50万4,160人泊となっている。

(出典)観光庁「宿泊旅行統計調査(令和2年年間値(速報))」

訪日外国人旅行消費額

7,446億円 前年比84.5%減(4兆689億円減)

訪日外国人旅行者1人当たり旅行支出

18万5,413円 前年比17.0%増(26,882円増)

訪日外国人の旅行消費額は前年比84.5%減(4兆689億円減)の7,446億円と大幅に減少したが、1人当たりの旅行支出は前年比17.0%増(26,882円増)の18万5,413円と増加した。

国籍・地域別の旅行消費額では、中国が最も高く(2,536億円、シェア34.1%)、次いで台湾(5,517億円、シェア11.5%)、韓国(4,247億円、シェア8.8%)、香港(1,084億円、シェア14.6%)、香港(576億円、シェア7.7%)の順となっており、上位5か国・地域で全体の68.2%を占める。

1人当たり旅行支出は、ベトナムが最も高く(26万3千円)、次いで中国(25万6千円)、オーストラリア(23万9千円)の順で高い。

※ 新型コロナウイルス感染症の影響により、観光庁が例年実施している「訪日外国人消費動向調査」は1-3月期のみ実施し、4-6月期、7-9月期、10-12月期が中止となったため、2020年訪日外国人の旅行消費額は例年と異なる推計となっている。

(出典)観光庁「2020年の訪日外国人旅行消費額(試算値)」

(イ) 長崎市の観光動向

| | | | |
|--------------------------|-----------|---------------|---------------------------|
| 観光客数 | | | |
| 256万600人 | 前年比63.0%減 | (435万7,200人減) | |
| ① 宿泊客数 | 116万人 | 前年比 57.1%減 | (154万5,200人減) |
| 日帰り客数 | 140万600人 | 前年比 66.8%減 | (281万2,000人減) |
| ② 個人客数 | 221万500人 | 前年比 64.3%減 | (398万700人減) |
| 団体客数 | 35万100人 | 前年比 51.8%減 | (37万6,500人減) |
| 〔一般団体客数 | 22万4,500人 | 前年比50.9%減 | (23万2,700人減) |
| 〔学生団体客数(修学旅行生) | 12万5,600人 | 前年比53.4%減 | (14万3,800人減) |
| 外国人延べ宿泊客数 | | | |
| 3万7,840人泊 | 前年比88.3%減 | (28万5,466人泊減) | |
| クルーズ客船入港数、乗客・乗務員数 | | | |
| 入港数 | 10隻 | 前年比94.5%減 | (173隻減) |
| 乗客・乗務員数 | 4万5,349人 | 前年比93.8%減 | (68万7,189人減) |
| 国内クルーズ船 | 入港数 | 0隻 | 前年比0% (4隻減) |
| | 乗客・乗務員数 | 0人 | 前年比0% (3,272人減) |
| 国際クルーズ船 | 入港数 | 10隻 | 前年比94.1%減 (169隻減) |
| | 乗客・乗務員数 | 4万5,349人 | 前年比93.8%減 (68万3,917人減) |

| | | | |
|------------------------|------------|------------|-----------|
| 観光消費額 | | | |
| 653億5,367万円 | 前年比 56.2%減 | (約838億円減) | |
| 経済波及効果(長崎県内) | | | |
| ※確報版にて算出 | | | |
| 観光客1人あたり市内観光消費額 | | | |
| 平均 | 25,523円 | 前年比 18.3%増 | (3,957円増) |
| 宿泊客 | 37,362円 | 前年比 17.7%増 | (5,607円増) |
| 日帰り客 | 15,718円 | 前年比 4.6%増 | (695円増) |

令和2年の長崎市の観光客数は前年比63.0%減(435万7,200人減)の256万600人で、過去11番目に少ない観光客数となり、昭和42年以来の300万人を下回る結果となった。

このうち日帰り客数は前年比66.8%減(281万2,000人減)の140万600人、宿泊客数は前年比57.1%減(154万5,200人減)の116万人と前年を下回った。

また、旅行形態別にみると、個人客数が前年比64.3%減(398万700人減)の221万500人、団体客数が前年比51.8%減(37万6,500人減)の35万100人となった。

外国人延べ宿泊客数については、前年比88.3%減(28万5,466人泊減)の3万7,840人泊となり、前年を大幅に下回った。国・地域別に見ると、上位3つの国・地域は中国、韓国、香港であり、

これらの占有率は約41.6%で、前年(約47%)から減少したものの、アジア地域で全体の約67%を占めている。

令和元年の観光消費額は、前年比約838億円減(56.2%減)の653億5,367万円で前年を下回った。(長崎県内への経済波及効果については、確報版において算出)

以上の観光動向に影響を与えた要因を以下のとおり分析した。

【減の要因】

■ 新型コロナウイルス感染症の世界的流行

令和元年12月に中国湖北省武漢市にて新型コロナウイルス感染症が確認されて以来、中国を中心に感染が国際的に拡大をみせ、わが国においても令和2年2月より外国からの入国に対する上陸拒否措置の開始や同年4月上旬から5月下旬までの緊急事態宣言の発出、等に伴う人流の抑制、また、緊急事態宣言解除後も度重なる同感染症拡大の波による全国的な移動自粛傾向の影響から、例年に類を見ない観光客数の減少が生じた。

令和2年における長崎市の年間観光客数は、前年比約63.0%減(約435万人減)の約256万人となっており、特に上記緊急事態宣言下における5月については、本市所有の主要な観光施設が閉鎖されていた影響もあり、前年比約97.4%減(約60万人)の約1万6,000人となった。

また、全国屈指のクルーズ船寄港地である本市においては、当該感染症拡大に伴うクルーズ船運休の影響が顕著であり、国内クルーズ船の入港は皆減するとともに国際クルーズ船の入港は前年比約93.8%減(約68万人減)となった。

■ 相次ぐ自然災害の発生

令和2年9月上旬に発生した台風9号および10号の九州北部への接近により、端島の見学施設等に一部被害が生じたことから、端島(軍艦島)見学施設の上陸を一定期間停止した。

【その他の要因】

■ 国、県および市の宿泊割引キャンペーンの実施

新型コロナウイルス感染症拡大に伴い、失われた旅行需要の喚起を図るため、感染症拡大が一定収まった令和2年6月から、長崎県が県民を対象とした「ふるさと再発見の旅～宿泊施設応援キャンペーン～」や全国を対象とした「ながさき癒し旅“ウェルカムキャンペーン”」を実施し、続いて長崎市も独自の施策として、県民を対象とした「お得に泊まって長崎市観光キャンペーン」を実施し、域内外の需要に対し宿泊助成による地域経済の活性化を図った。

また、令和2年7月からは国の「Go To トラベルキャンペーン」が開始され、当初は期待していたほどの効果が見られなかったが、同年10月から東京都発着の旅行が対象となり、地域共通クーポンの発行も始まることで、全国的な観光客の動きが徐々に広がった。

長崎県および長崎市の施策が開始された6月の観光客数は前年比約86.0%減(約6万4千人)、「Go To トラベルキャンペーン」が開始された7月の観光客数は前年比約72.4%減(約159万人)、また、長崎市の「第二弾お得に泊まって長崎市観光キャンペーン」の開始と「Go To トラベルキャンペーン」に東京都が追加された10月の観光客数は前年比約51.9%減(約33万人)、11月の観光客数は前年比約35.7%減(約43万人)と前年比最低月の5月から漸次回復傾向となった。

イ 観光統計総括表

【単位：人、億円、％】

| | | 令和元年 | 令和2年 | 構成比 | 前年比増減 |
|--------|-------|-----------|-----------|-------|-------|
| 観光客数 | | 6,917,800 | 2,560,600 | 100.0 | ▲63.0 |
| 宿泊の有無別 | 宿泊客数 | 2,705,200 | 1,160,000 | 45.3 | ▲57.1 |
| | 日帰り客数 | 4,212,600 | 1,400,600 | 54.7 | ▲66.8 |
| 旅行形態別 | 個人客数 | 6,191,200 | 2,210,500 | 86.3 | ▲64.3 |
| | 団体客数 | 726,600 | 350,100 | 13.7 | ▲51.8 |
| | 一般 | 457,200 | 224,500 | 8.8 | ▲50.9 |
| | 学生 | 269,400 | 125,600 | 4.9 | ▲53.4 |
| 交通機関別 | J R | 1,323,300 | 536,300 | 21.0 | ▲59.5 |
| | 自動車 | 3,926,200 | 1,595,200 | 62.3 | ▲59.4 |
| | 船舶 | 897,700 | 113,500 | 4.4 | ▲87.4 |
| | 航空機 | 770,600 | 315,600 | 12.3 | ▲59.0 |
| 観光消費額 | | 1,492 | 653 | | ▲56.2 |
| 経済波及効果 | | 2,117 | ※確報にて算出 | | |

ウ 観光客数・観光消費額の推移

【単位：人、千円、％】

| 年 | 観光客数 | 前年比増減 | | 観光消費額 | 前年比増減 | |
|-------|-----------|------------|-------|-------------|-------------|-------|
| | | | | | | |
| 平成18年 | 5,699,300 | 305,800 | 5.7 | 77,721,719 | 5,571,511 | 7.7 |
| 平成19年 | 5,640,900 | ▲ 58,400 | ▲ 1.0 | 77,422,055 | ▲ 299,664 | ▲ 0.4 |
| 平成20年 | 5,559,500 | ▲ 81,400 | ▲ 1.4 | 75,890,453 | ▲ 1,531,602 | ▲ 2.0 |
| 平成21年 | 5,585,600 | 26,100 | 0.5 | 75,101,615 | ▲ 788,838 | ▲ 1.0 |
| 平成22年 | 6,108,300 | 522,700 | 9.4 | 110,880,935 | 35,779,320 | 47.6 |
| 平成23年 | 5,944,700 | ▲163,600 | ▲ 2.7 | 109,766,697 | ▲ 1,114,238 | ▲ 1.0 |
| 平成24年 | 5,952,900 | 8,200 | 0.1 | 115,446,919 | 5,680,222 | 5.2 |
| 平成25年 | 6,078,000 | 125,100 | 2.1 | 120,320,106 | 4,873,187 | 4.2 |
| 平成26年 | 6,306,800 | 228,800 | 3.8 | 124,323,000 | 4,002,894 | 3.3 |
| 平成27年 | 6,693,800 | 387,000 | 6.1 | 136,834,458 | 12,511,458 | 10.1 |
| 平成28年 | 6,723,500 | 29,700 | 0.4 | 131,378,500 | ▲5,455,958 | ▲ 4.0 |
| 平成29年 | 7,077,700 | 354,200 | 5.3 | 145,846,150 | 14,467,650 | 11.0 |
| 平成30年 | 7,055,400 | ▲ 22,300 | ▲ 0.3 | 149,689,454 | 3,843,304 | 2.6 |
| 令和元年 | 6,917,800 | ▲137,600 | ▲ 2.0 | 149,189,702 | ▲ 499,752 | ▲ 0.3 |
| 令和2年 | 2,560,600 | ▲4,357,200 | ▲63.0 | 65,353,673 | ▲83,836,029 | ▲56.2 |

※ 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

図1 観光客数・観光消費額の推移

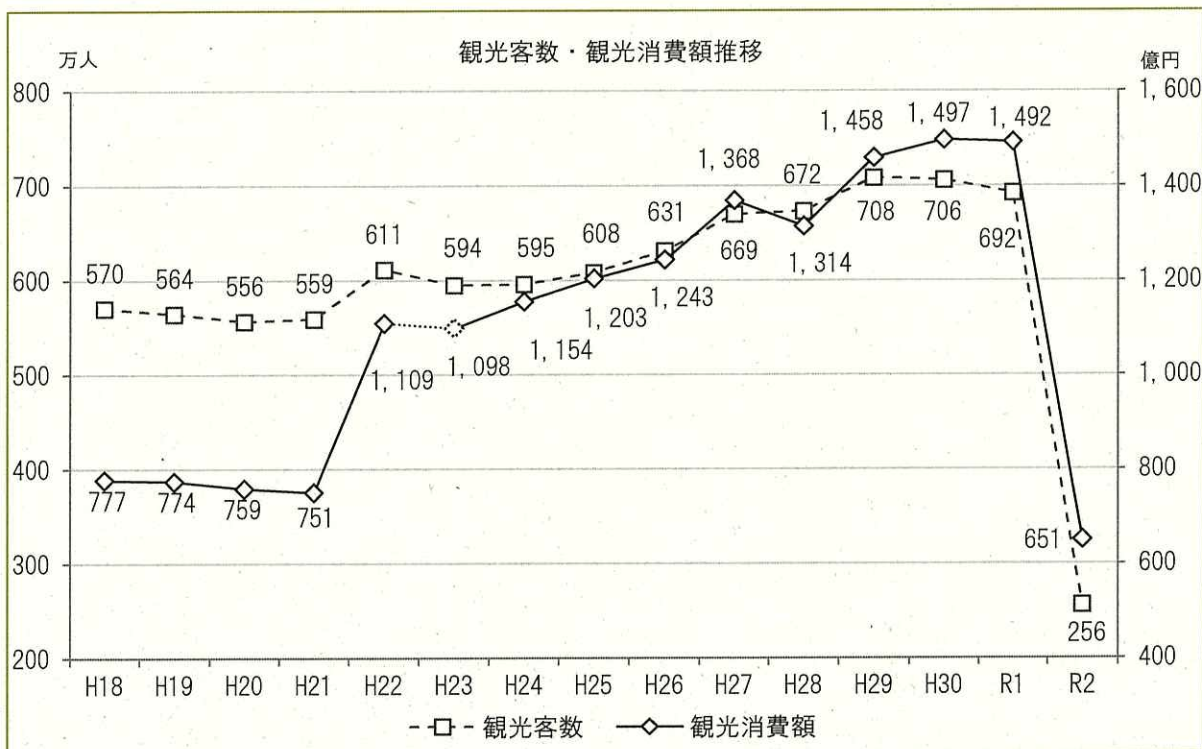
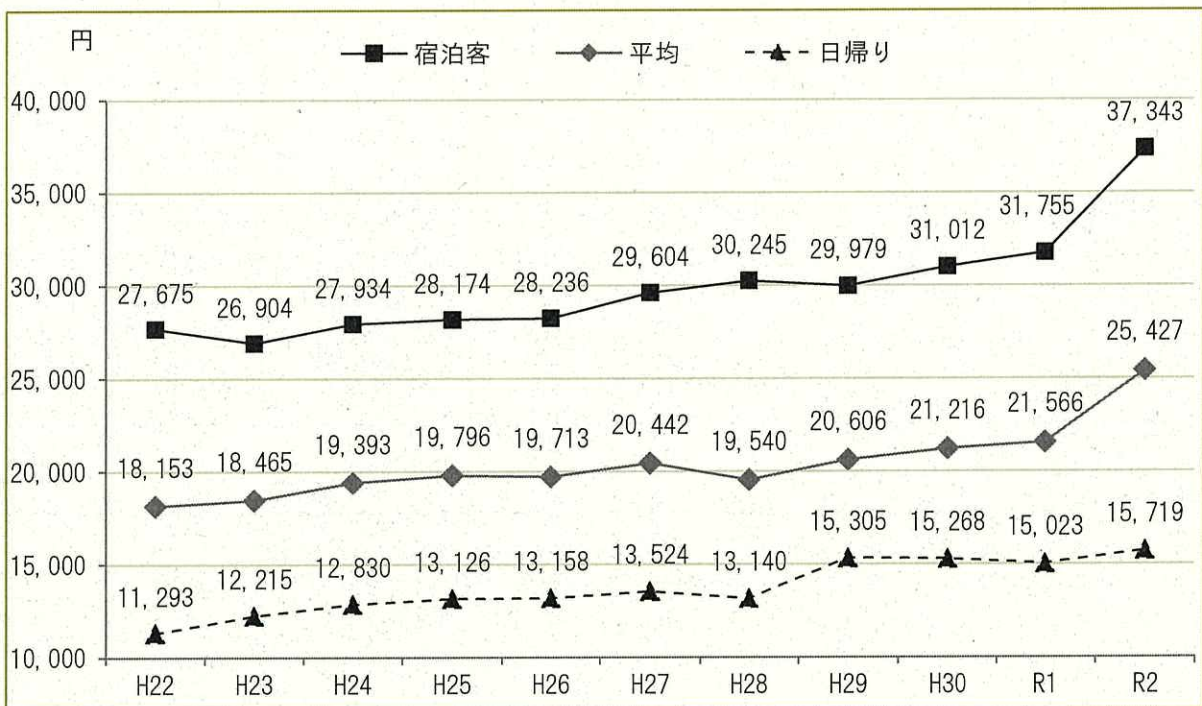


図2 平均観光消費単価の推移

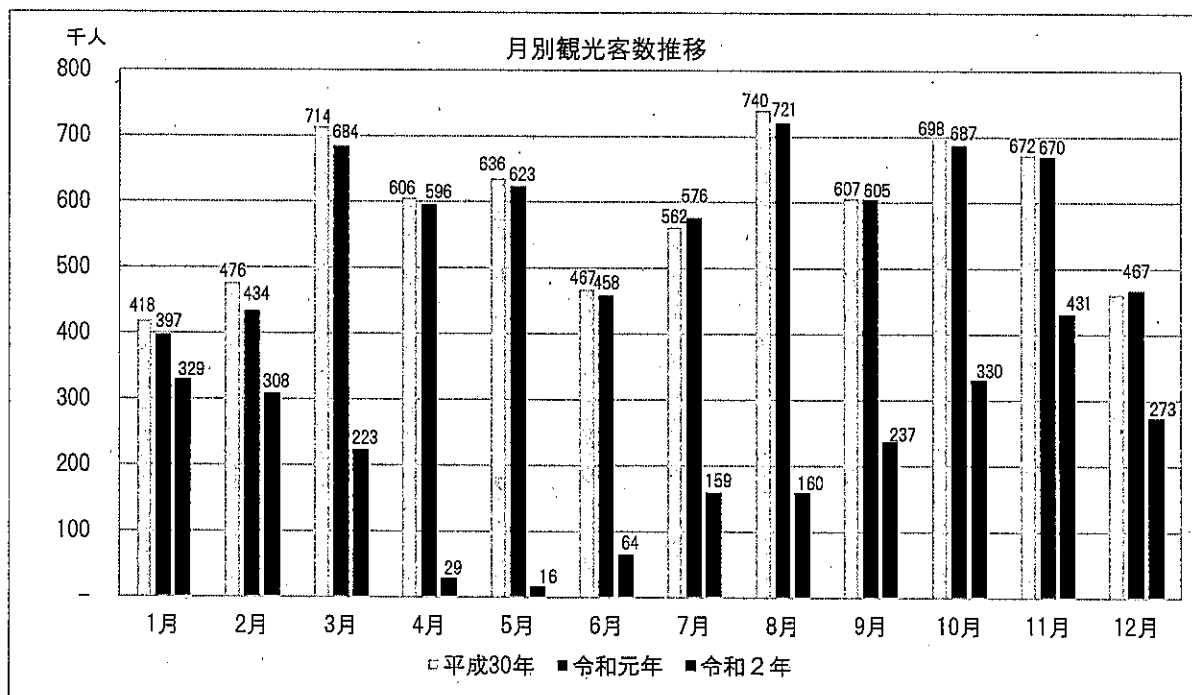


エ 月別観光客数

【単位：人、％】

| 月 | 平成30年 | 令和元年 | 令和2年 | 令和2年 | |
|-----|-----------|-----------|-----------|-------|-------|
| | | | | 構成比 | 前年比増減 |
| 1月 | 418,300 | 397,200 | 329,300 | 12.9 | ▲17.1 |
| 2月 | 476,000 | 433,900 | 308,400 | 12.1 | ▲28.9 |
| 3月 | 713,700 | 683,700 | 223,300 | 8.7 | ▲67.3 |
| 4月 | 605,900 | 595,500 | 29,000 | 1.1 | ▲95.1 |
| 5月 | 635,600 | 623,200 | 16,400 | 0.6 | ▲97.4 |
| 6月 | 467,000 | 458,400 | 64,300 | 2.5 | ▲86.0 |
| 7月 | 561,500 | 576,300 | 159,300 | 6.2 | ▲72.4 |
| 8月 | 740,000 | 720,500 | 159,600 | 6.2 | ▲77.8 |
| 9月 | 606,500 | 604,800 | 236,800 | 9.2 | ▲60.8 |
| 10月 | 697,500 | 687,400 | 330,400 | 12.9 | ▲51.9 |
| 11月 | 672,000 | 669,600 | 430,500 | 16.9 | ▲35.7 |
| 12月 | 461,400 | 467,300 | 273,300 | 10.7 | ▲41.5 |
| 計 | 7,055,400 | 6,917,800 | 2,560,600 | 100.0 | ▲63.0 |

図3 月別観光客数の推移

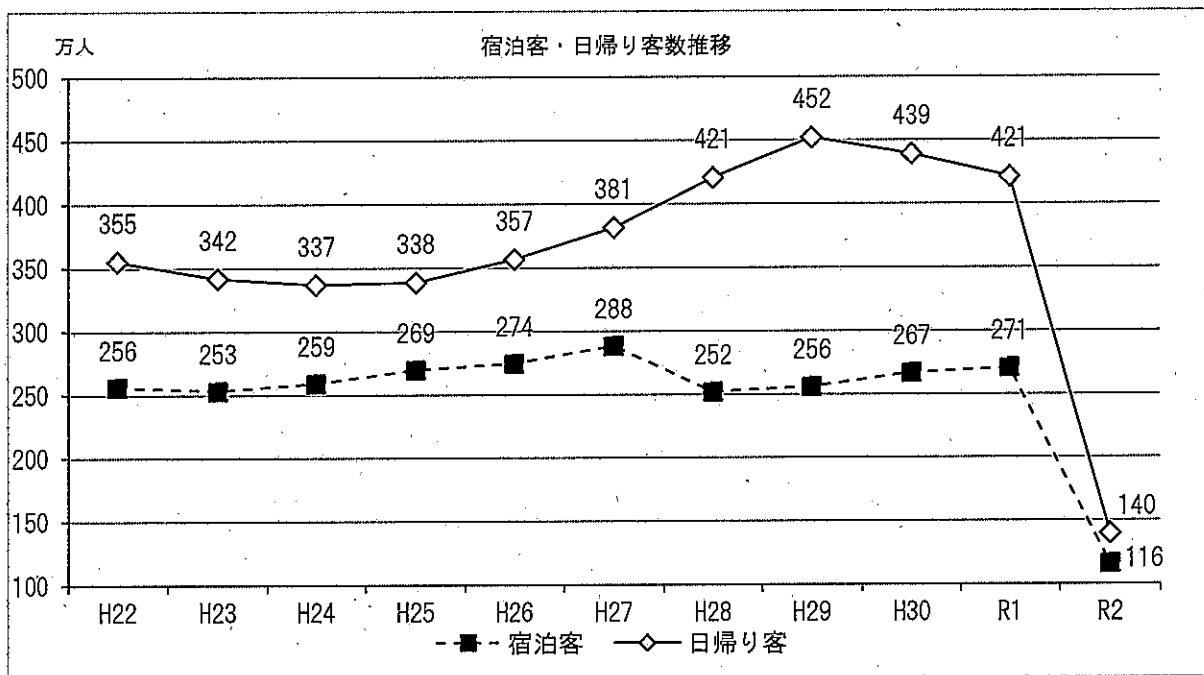


オ 宿泊客・日帰り客の推移

【単位：人、％】

| 年 | 宿泊客 | | | 日帰り客 | | |
|-------|-----------|------|-------|-----------|------|-------|
| | 人数 | 構成比 | 前年比増減 | 人数 | 構成比 | 前年比増減 |
| 平成18年 | 2,533,600 | 44.5 | 9.6 | 3,165,700 | 55.5 | 2.7 |
| 平成19年 | 2,521,500 | 44.7 | ▲0.5 | 3,119,400 | 55.3 | ▲1.5 |
| 平成20年 | 2,460,100 | 44.3 | ▲2.4 | 3,099,400 | 55.7 | ▲0.6 |
| 平成21年 | 2,401,700 | 43.0 | ▲2.4 | 3,183,900 | 57.0 | 2.7 |
| 平成22年 | 2,557,700 | 41.9 | 6.5 | 3,550,600 | 58.1 | 11.5 |
| 平成23年 | 2,529,300 | 42.5 | ▲1.1 | 3,415,400 | 57.5 | ▲3.8 |
| 平成24年 | 2,586,800 | 43.5 | 2.3 | 3,366,100 | 56.5 | ▲1.4 |
| 平成25年 | 2,694,100 | 44.3 | 4.1 | 3,383,900 | 55.7 | 0.5 |
| 平成26年 | 2,741,500 | 43.5 | 1.8 | 3,565,300 | 56.5 | 5.4 |
| 平成27年 | 2,879,800 | 43.0 | 5.0 | 3,814,000 | 57.0 | 7.0 |
| 平成28年 | 2,515,700 | 37.4 | ▲12.6 | 4,207,800 | 62.6 | 10.3 |
| 平成29年 | 2,556,900 | 36.1 | 1.6 | 4,520,800 | 63.9 | 7.4 |
| 平成30年 | 2,665,600 | 37.8 | 4.3 | 4,389,800 | 62.2 | ▲2.9 |
| 令和元年 | 2,705,200 | 39.1 | 1.5 | 4,212,600 | 60.9 | ▲4.0 |
| 令和2年 | 1,160,000 | 45.3 | ▲57.1 | 1,400,600 | 54.7 | ▲66.8 |

図4 宿泊客・日帰り客の推移

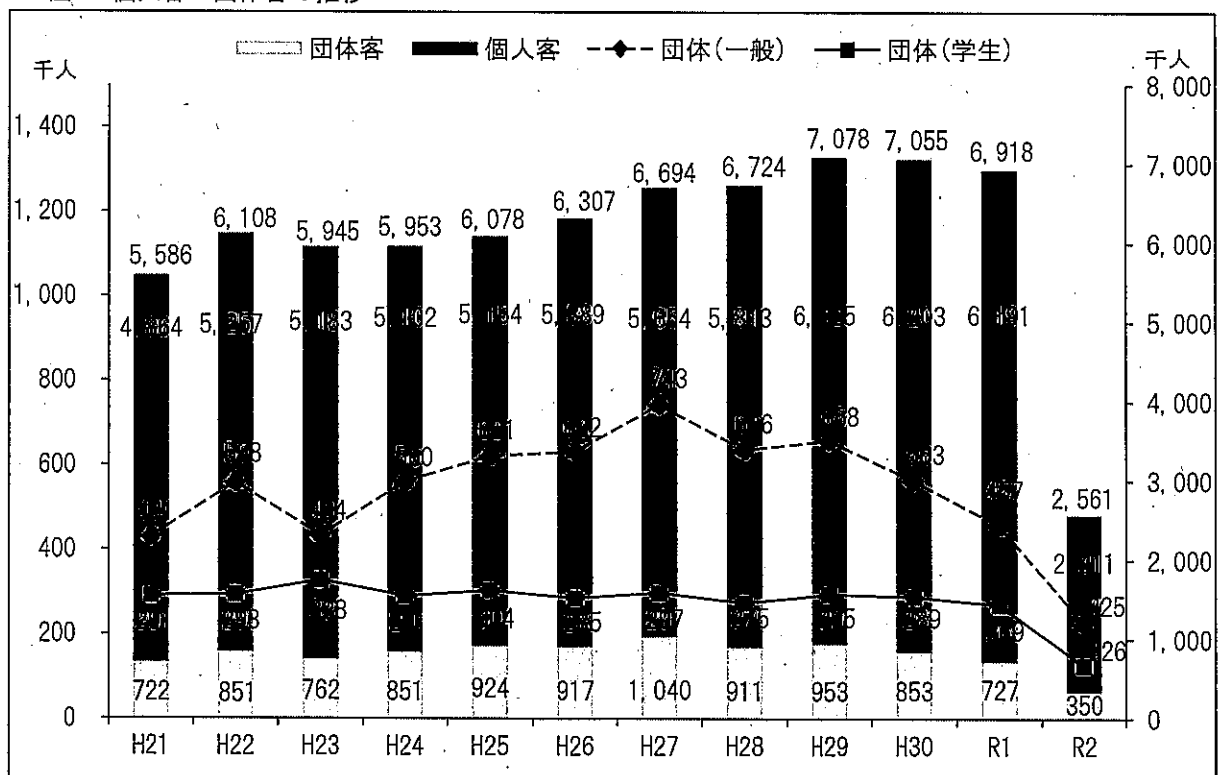


カ 個人客・団体客の推移

【単位：人、％】

| 年 | 個人客 | | 団体客 | | 一般 | | 学生 | |
|-------|-----------|-------|-----------|-------|---------|-------|---------|-------|
| | 人数 | 前年比増減 | 人数 | 前年比増減 | 人数 | 前年比増減 | 人数 | 前年比増減 |
| 平成18年 | 4,889,300 | 5.7 | 810,000 | 5.3 | 533,000 | 10.9 | 277,000 | ▲4.1 |
| 平成19年 | 4,839,000 | ▲1.0 | 801,900 | ▲1.0 | 535,500 | 0.5 | 266,400 | ▲3.8 |
| 平成20年 | 4,779,800 | ▲1.2 | 779,700 | ▲2.8 | 508,000 | ▲5.1 | 271,700 | 2.0 |
| 平成21年 | 4,863,800 | 1.8 | 721,800 | ▲7.4 | 430,500 | ▲15.3 | 291,300 | 7.2 |
| 平成22年 | 5,256,900 | 8.1 | 851,400 | 18.0 | 558,300 | 29.7 | 293,100 | 0.6 |
| 平成23年 | 5,182,900 | ▲1.4 | 761,800 | ▲10.5 | 434,000 | ▲22.3 | 327,800 | 11.8 |
| 平成24年 | 5,102,100 | ▲1.6 | 850,800 | 11.7 | 560,300 | 29.1 | 290,500 | ▲11.4 |
| 平成25年 | 5,154,000 | 1.0 | 924,000 | 8.6 | 620,500 | 10.7 | 303,500 | 4.5 |
| 平成26年 | 5,389,400 | 4.6 | 917,400 | ▲0.7 | 632,200 | 1.9 | 285,200 | ▲6.0 |
| 平成27年 | 5,653,900 | 4.9 | 1,039,900 | 13.4 | 742,600 | 17.5 | 297,300 | 4.2 |
| 平成28年 | 5,812,600 | 2.8 | 910,900 | ▲12.4 | 636,300 | ▲14.3 | 274,600 | ▲7.6 |
| 平成29年 | 6,124,800 | 5.4 | 952,900 | 4.6 | 658,100 | 3.4 | 294,800 | 7.4 |
| 平成30年 | 6,202,900 | 1.3 | 852,500 | ▲10.5 | 563,300 | ▲14.4 | 289,200 | ▲1.9 |
| 令和元年 | 6,191,200 | ▲0.2 | 726,600 | ▲14.8 | 457,200 | ▲18.8 | 269,400 | ▲6.8 |
| 令和2年 | 2,210,500 | ▲64.3 | 350,100 | ▲51.8 | 224,500 | ▲50.9 | 125,600 | ▲53.4 |

図5 個人客・団体客の推移

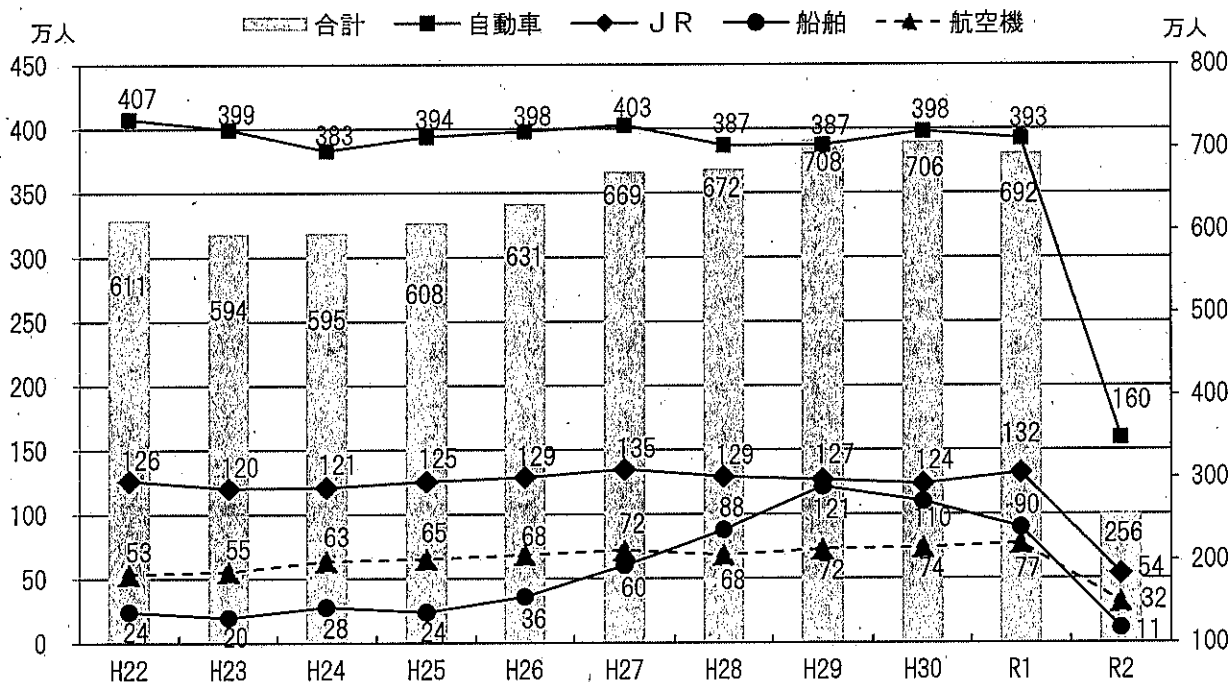


キ 交通機関別観光客数の推移

【単位：人、％】

| 年 | JR | | 自動車 | | 船舶 | | 航空機 | |
|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|---------|-------|
| | 観光客数 | 前年比増減 | 観光客数 | 前年比増減 | 観光客数 | 前年比増減 | 観光客数 | 前年比増減 |
| 平成18年 | 1,297,500 | 0.2 | 3,530,100 | 8.3 | 239,200 | 5.9 | 632,500 | 2.9 |
| 平成19年 | 1,260,200 | ▲2.9 | 3,566,000 | 1.0 | 219,400 | ▲8.3 | 595,300 | ▲5.9 |
| 平成20年 | 1,262,500 | 0.2 | 3,533,800 | ▲0.9 | 191,400 | ▲12.8 | 571,800 | ▲3.9 |
| 平成21年 | 1,191,600 | ▲5.6 | 3,639,000 | 3.0 | 222,100 | 16.0 | 532,900 | ▲6.8 |
| 平成22年 | 1,260,400 | 5.8 | 4,074,700 | 12.0 | 242,200 | 9.0 | 531,000 | ▲0.4 |
| 平成23年 | 1,201,900 | ▲4.6 | 3,994,900 | ▲2.0 | 198,300 | ▲18.1 | 549,600 | 3.5 |
| 平成24年 | 1,207,900 | 0.5 | 3,832,000 | ▲4.1 | 278,300 | 40.3 | 634,700 | 15.5 |
| 平成25年 | 1,253,900 | 3.8 | 3,938,700 | 2.8 | 236,500 | ▲15.0 | 648,900 | 2.2 |
| 平成26年 | 1,285,800 | 2.5 | 3,979,300 | 1.0 | 358,500 | 51.6 | 683,200 | 5.3 |
| 平成27年 | 1,347,700 | 4.8 | 4,028,300 | 1.2 | 600,600 | 67.5 | 717,200 | 5.0 |
| 平成28年 | 1,291,700 | ▲4.2 | 3,870,900 | ▲3.9 | 879,200 | 46.4 | 681,700 | ▲4.9 |
| 平成29年 | 1,266,400 | ▲2.0 | 3,872,800 | 0.1 | 1,213,600 | 38.0 | 724,900 | 6.3 |
| 平成30年 | 1,236,000 | ▲2.4 | 3,979,400 | 2.8 | 1,098,200 | ▲9.5 | 741,800 | 2.3 |
| 令和元年 | 1,323,300 | 7.0 | 3,926,200 | ▲1.3 | 897,700 | ▲18.3 | 770,600 | 3.9 |
| 令和2年 | 536,300 | ▲59.5 | 1,595,200 | ▲59.4 | 113,500 | ▲87.4 | 315,600 | ▲59.0 |

図6 交通機関別観光客数の推移



ク クルーズ客船入港隻数及び乗客・乗務員数

(ア) 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 |

(イ) 国内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 | 4隻 | 2,748 | 4隻 | 3,272 | 0隻 | 0 | ▲100.0 |

(ウ) 国際クルーズ客船入港隻数及び乗客・乗務員数

① 乗客数

【単位：人、％】

| 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 |
| 1 | 中国 | 627,789 | 中国 | 460,104 | 中国 | 34,331 | 98.0 |
| 2 | 台湾 | 11,756 | 台湾 | 18,094 | 日本 | 253 | 0.7 |
| 3 | アメリカ | 10,082 | 日本 | 17,116 | モンゴル | 82 | 0.3 |
| 4 | 日本 | 9,186 | アメリカ | 14,997 | アメリカ | 71 | 0.2 |
| 5 | オーストラリア | 8,646 | オーストラリア | 8,598 | 台湾 | 41 | 0.1 |
| - | その他 | 30,075 | その他 | 28,674 | その他 | 236 | 0.7 |
| 計 | - | 697,534 | - | 547,583 | - | 35,014 | 100.0 |

② 乗務員数

【単位：人、％】

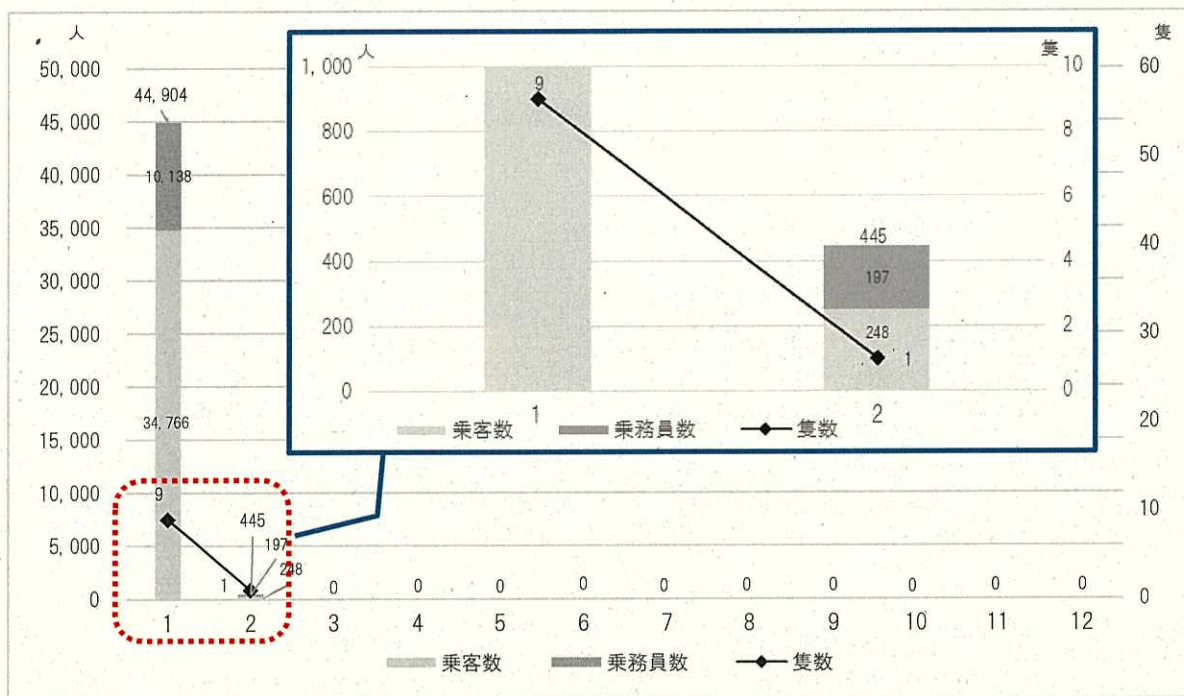
| | 平成 30 年 | | 令和元年 | | 令和 2 年 | | |
|---|---------|---------|------|---------|--------|--------|-------|
| | 国・地域 | 推 計 | 国・地域 | 推 計 | 国・地域 | 推 計 | 前年比増減 |
| 計 | - | 235,764 | - | 181,683 | - | 10,335 | ▲94.3 |

③ 乗客・乗務員数(①+②)

【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 | 216 隻 | 933,298 | 179 隻 | 729,266 | 10 隻 | 45,349 | ▲93.7 |

図7 月別クルーズ客船入港隻数及び乗客・乗務員数

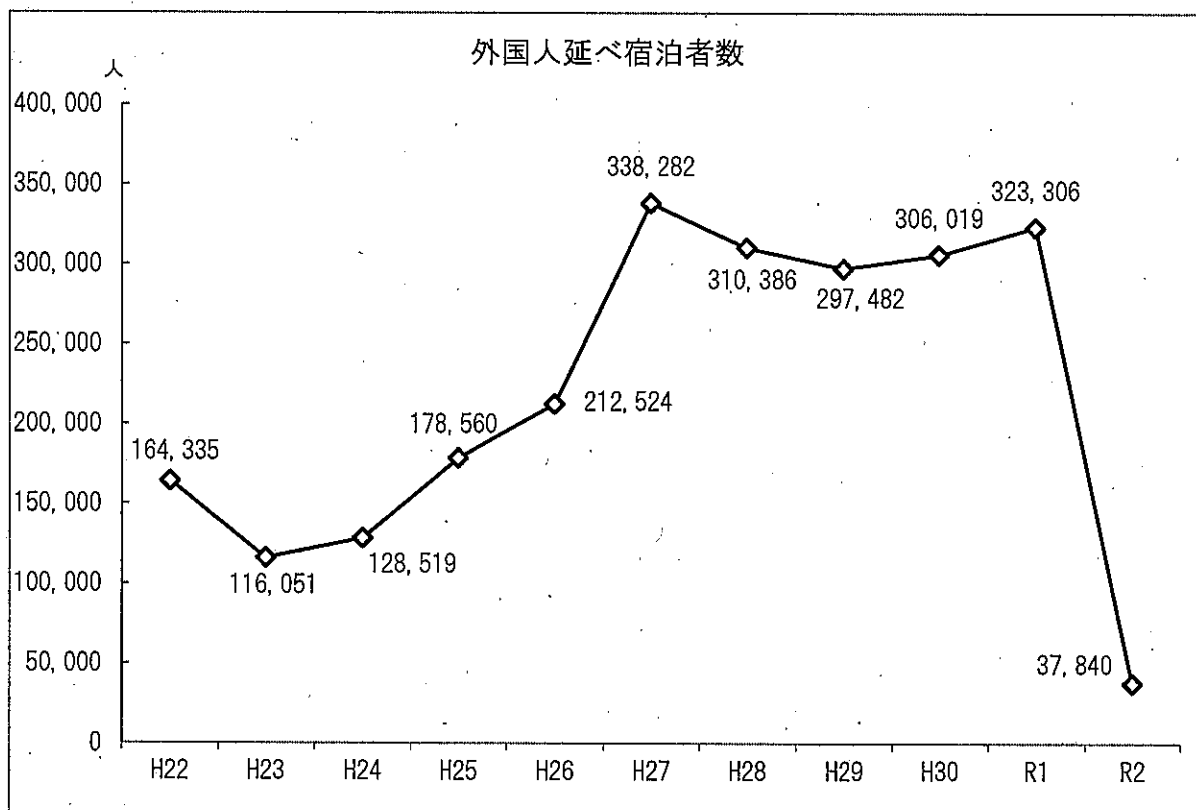


ケ 外国人延べ宿泊者数の推移

【単位：人泊、％】

| 年 | 外国人延べ宿泊者数 | 前年比増減 |
|-------|-----------|-------|
| 平成18年 | 136,606 | 22.2 |
| 平成19年 | 166,750 | 22.1 |
| 平成20年 | 167,294 | 0.3 |
| 平成21年 | 163,395 | ▲ 2.3 |
| 平成22年 | 164,335 | 0.6 |
| 平成23年 | 116,051 | ▲29.4 |
| 平成24年 | 128,519 | 10.7 |
| 平成25年 | 178,560 | 38.9 |
| 平成26年 | 212,524 | 19.0 |
| 平成27年 | 338,282 | 59.2 |
| 平成28年 | 310,386 | ▲ 8.2 |
| 平成29年 | 297,482 | ▲ 4.2 |
| 平成30年 | 306,019 | 2.9 |
| 令和元年 | 323,306 | 5.6 |
| 令和2年 | 37,840 | ▲88.3 |

図8 外国人延べ宿泊者数の推移

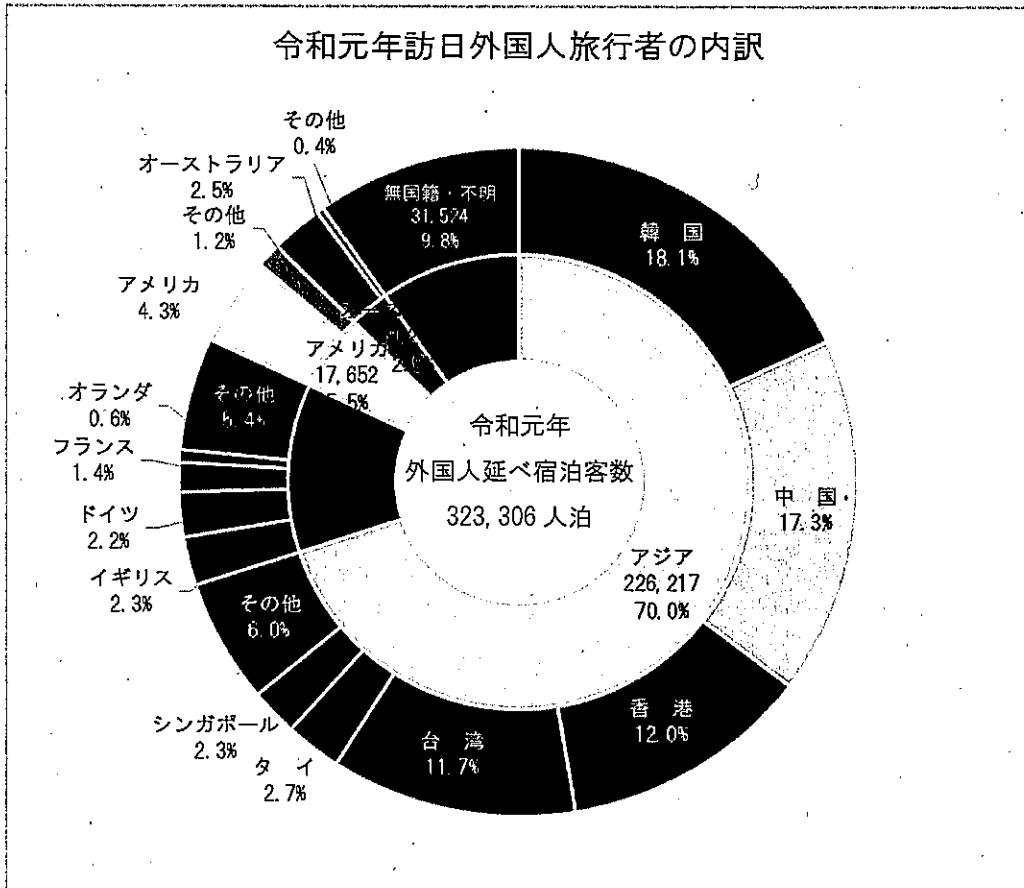
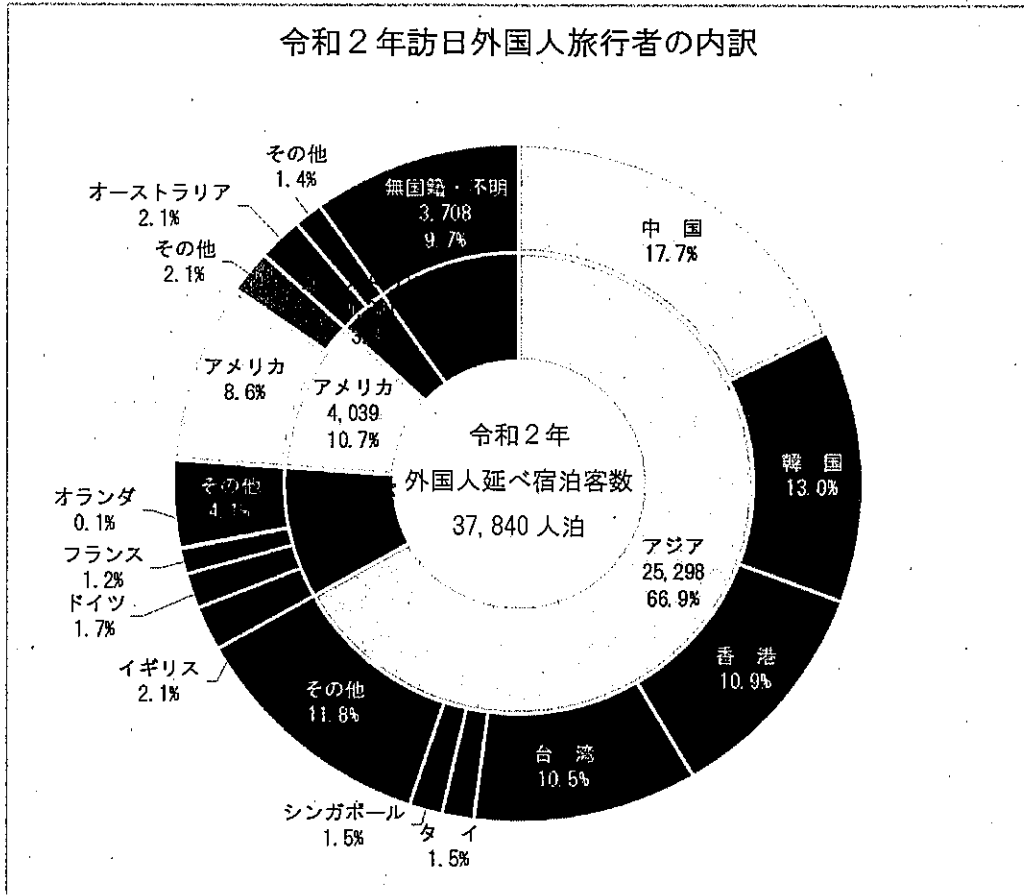


コ 国・地域別外国人延べ宿泊者数

【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 |

図9 国・地域別外国人延べ宿泊者数構成



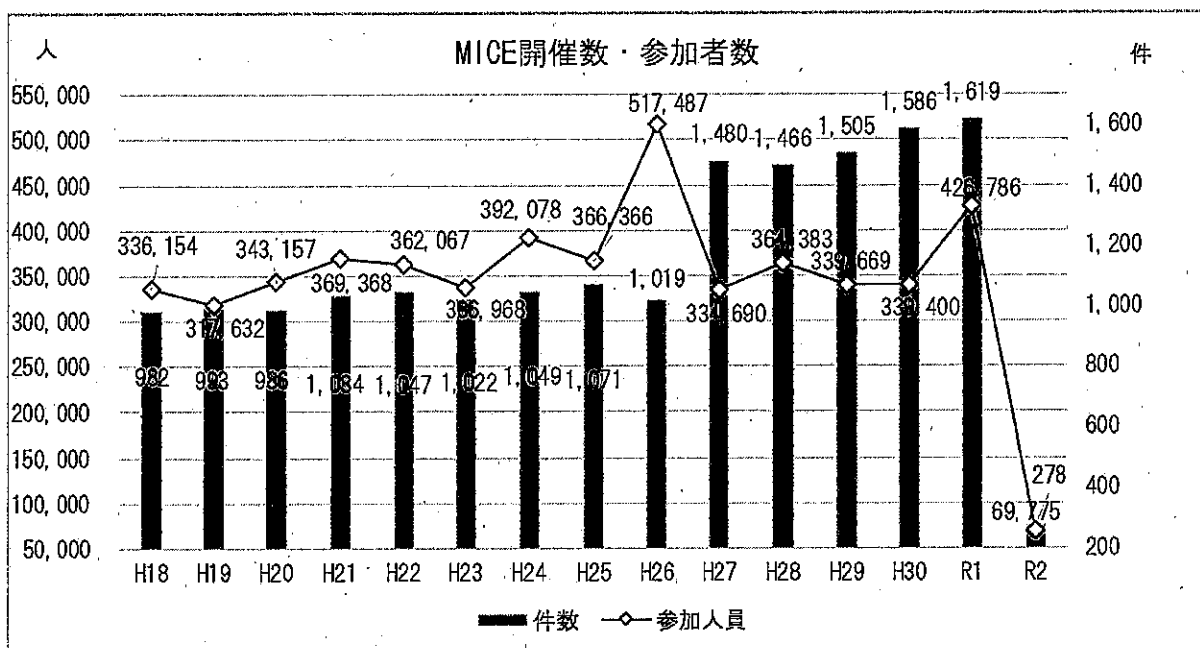
サ MICE統計

(ア) 長崎県内以上の大会・会議の開催件数及び参加人員

【単位：件、人】

| 年 | 件数 | 参加人員 | |
|-------|-------|---------------|-------------|
| | | 文化・学術コンベンション等 | スポーツコンベンション |
| 平成18年 | 982 | — | — |
| 平成19年 | 993 | — | — |
| 平成20年 | 986 | — | — |
| 平成21年 | 1,034 | — | — |
| 平成22年 | 1,047 | — | — |
| 平成23年 | 1,022 | — | — |
| 平成24年 | 1,049 | 745 | 304 |
| 平成25年 | 1,071 | 768 | 303 |
| 平成26年 | 1,019 | 797 | 222 |
| 平成27年 | 1,480 | 1,246 | 234 |
| 平成28年 | 1,466 | 1,217 | 249 |
| 平成29年 | 1,505 | 1,214 | 291 |
| 平成30年 | 1,586 | 1,323 | 263 |
| 令和元年 | 1,619 | 1,313 | 306 |
| 令和2年 | 278 | 214 | 64 |

図10 長崎県内以上の大会・会議の開催件数及び参加人員の推移



(イ) 規模別の開催件数

① 文化・学術コンベンション等

【単位：件、人、％】

| 規模 | 件数 | | | | 参加人員 | | | |
|-----------------------|-------|------|-------|-------|---------|--------|-------|-------|
| | 令和元年 | 令和2年 | 構成比 | 前年比増減 | 令和元年 | 令和2年 | 構成比 | 前年比増減 |
| 100人未満 | 684 | 118 | 55.2 | ▲82.7 | 36,405 | 6,333 | 17.1 | ▲82.6 |
| 100人以上～ 300人未満 | 458 | 77 | 36.0 | ▲83.2 | 68,835 | 10,921 | 29.6 | ▲84.1 |
| 300人以上～ 500人未満 | 101 | 13 | 6.1 | ▲87.1 | 34,892 | 4,670 | 12.6 | ▲86.6 |
| 500人以上～ 1,000人未満 | 39 | 2 | 0.9 | ▲94.9 | 24,539 | 1,400 | 3.8 | ▲94.3 |
| 1,000人以上～ 2,000人未満 | 21 | 2 | 0.9 | ▲90.5 | 26,816 | 2,600 | 7.0 | ▲90.3 |
| 2,000人以上 | 10 | 2 | 0.9 | ▲80.0 | 64,640 | 11,032 | 29.9 | ▲82.9 |
| 計 | 1,313 | 214 | 100.0 | ▲83.7 | 256,127 | 36,956 | 100.0 | ▲85.6 |

② スポーツコンベンション

【単位：件、人、％】

| 規模 | 件数 | | | | 参加人員 | | | |
|-----------------------|------|------|-------|-------|---------|--------|-------|-------|
| | 令和元年 | 令和2年 | 構成比 | 前年比増減 | 令和元年 | 令和2年 | 構成比 | 前年比増減 |
| 100人未満 | 43 | 6 | 9.4 | ▲86.0 | 2,306 | 426 | 1.3 | ▲81.5 |
| 100人以上～ 300人未満 | 112 | 26 | 40.6 | ▲76.8 | 19,465 | 4,376 | 13.3 | ▲77.5 |
| 300人以上～ 500人未満 | 49 | 12 | 18.8 | ▲75.5 | 17,393 | 4,091 | 12.5 | ▲76.5 |
| 500人以上～ 1,000人未満 | 59 | 10 | 15.6 | ▲83.1 | 36,788 | 6,511 | 19.8 | ▲82.3 |
| 1,000人以上～ 2,000人未満 | 32 | 7 | 10.9 | ▲78.1 | 39,635 | 7,665 | 23.4 | ▲80.7 |
| 2,000人以上 | 11 | 3 | 4.7 | ▲72.7 | 55,072 | 9,750 | 29.7 | ▲82.3 |
| 計 | 306 | 64 | 100.0 | ▲79.1 | 170,659 | 32,819 | 100.0 | ▲80.8 |

(ウ) 大会規模別の開催件数

① 文化・学術コンベンション等

【単位：件、人、％】

| 規模 | 件数 | | | | 参加人員 | | | |
|-------|-------|------|-------|--------|---------|--------|-------|--------|
| | 令和元年 | 令和2年 | 構成比 | 前年比増減 | 令和元年 | 令和2年 | 構成比 | 前年比増減 |
| 県内大会 | 1,008 | 183 | 85.5 | ▲81.8 | 147,770 | 24,923 | 67.4 | ▲83.1 |
| 九州大会 | 139 | 16 | 7.5 | ▲88.5 | 22,917 | 2,774 | 7.5 | ▲87.9 |
| 西日本大会 | 15 | 2 | 0.9 | ▲86.7 | 1,781 | 400 | 1.1 | ▲77.5 |
| 全国大会 | 130 | 13 | 6.1 | ▲90.0 | 40,463 | 8,859 | 24.0 | ▲78.1 |
| 国際大会 | 21 | 0 | 0.0 | ▲100.0 | 43,196 | 0 | 0.0 | ▲100.0 |
| 計 | 1,313 | 214 | 100.0 | ▲83.7 | 256,127 | 36,956 | 100.0 | ▲85.6 |

② スポーツコンベンション

【単位：件、人、％】

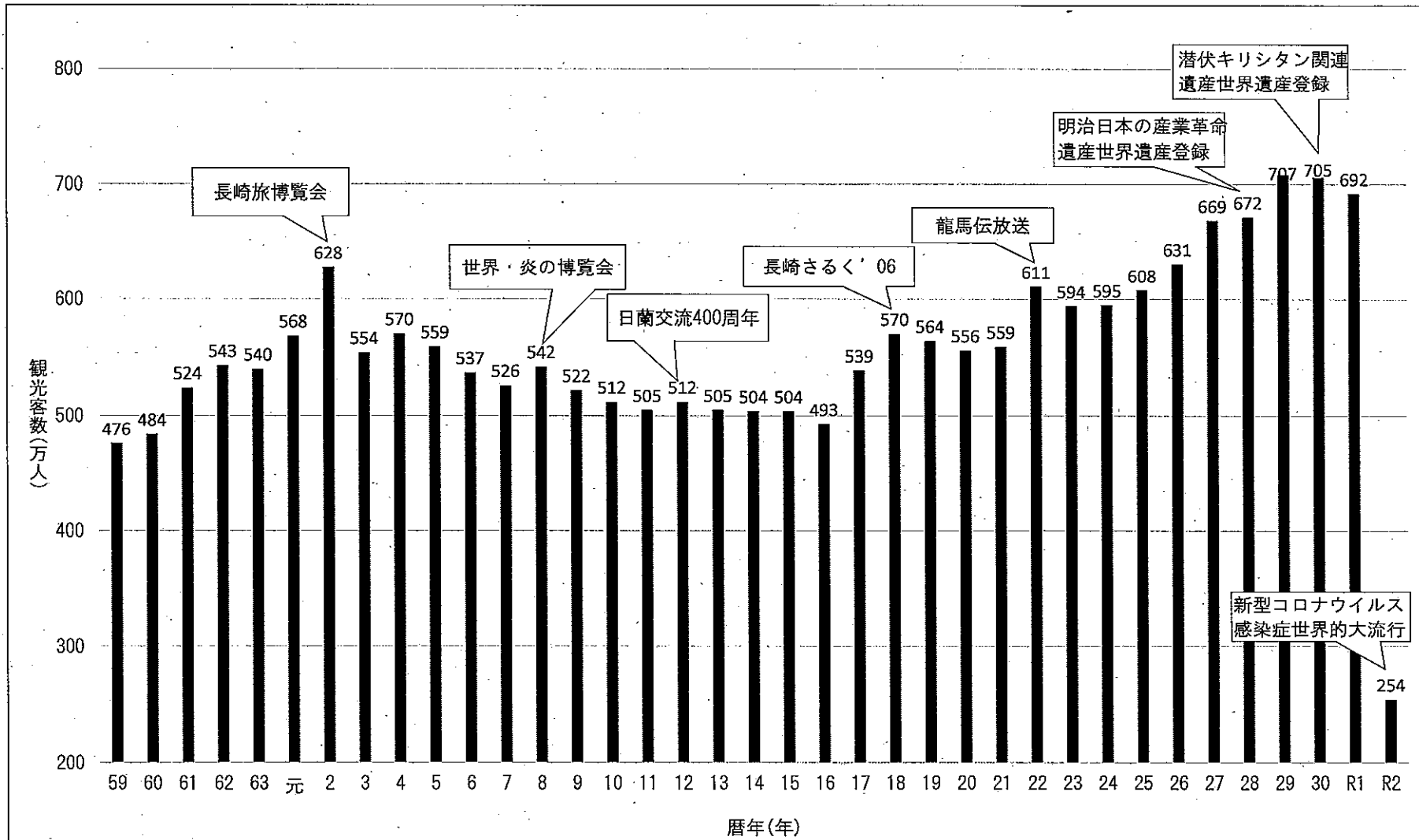
| 規模 | 件数 | | | | 参加人員 | | | |
|-------|------|------|-------|--------|---------|--------|-------|--------|
| | 令和元年 | 令和2年 | 構成比 | 前年比増減 | 令和元年 | 令和2年 | 構成比 | 前年比増減 |
| 県内大会 | 216 | 56 | 87.5 | ▲74.1 | 103,774 | 26,269 | 80.1 | ▲74.7 |
| 九州大会 | 61 | 6 | 9.4 | ▲90.2 | 24,674 | 5,950 | 18.1 | ▲75.9 |
| 西日本大会 | 3 | 0 | 0.0 | ▲100.0 | 1,800 | 0 | 0.0 | ▲100.0 |
| 全国大会 | 26 | 2 | 3.1 | ▲92.3 | 40,411 | 600 | 1.8 | ▲98.5 |
| 国際大会 | 0 | 0 | 0.0 | 0.0 | 0 | 0 | 0.0 | 0.0 |
| 計 | 306 | 64 | 100.0 | ▲79.1 | 170,659 | 32,819 | 100.0 | ▲80.8 |

(エ) 月別の開催件数及び参加人員

【単位：件、人、％】

| 月 | 件数 | | | 参加人員 | | |
|-----|-------|------|-------|---------|--------|-------|
| | 令和元年 | 令和2年 | 構成比 | 令和元年 | 令和2年 | 構成比 |
| 1月 | 114 | 101 | 36.3 | 16,885 | 27,055 | 38.8 |
| 2月 | 135 | 39 | 14.0 | 26,450 | 7,155 | 10.2 |
| 3月 | 110 | 9 | 3.2 | 34,874 | 623 | 0.9 |
| 4月 | 74 | 2 | 0.7 | 39,538 | 110 | 0.2 |
| 5月 | 53 | 5 | 1.8 | 13,221 | 326 | 0.5 |
| 6月 | 177 | 10 | 3.6 | 39,169 | 1,482 | 2.1 |
| 7月 | 169 | 22 | 7.9 | 41,018 | 2,737 | 3.9 |
| 8月 | 148 | 19 | 6.9 | 45,757 | 4,181 | 6.0 |
| 9月 | 115 | 15 | 5.4 | 32,900 | 2,830 | 4.0 |
| 10月 | 168 | 18 | 6.5 | 35,973 | 11,387 | 16.3 |
| 11月 | 244 | 30 | 10.8 | 76,897 | 10,089 | 14.5 |
| 12月 | 112 | 8 | 2.9 | 24,104 | 1,800 | 2.6 |
| 計 | 1,619 | 278 | 100.0 | 426,786 | 69,775 | 100.0 |

シ 観光客数の推移



2 交流人口拡大のための取り組みと今後の展開
 (1) 令和3年度 文化観光部の当初予算の主な内容

令和3年度 当初予算の主な内容

文化観光部

| 重点的 施策1 | 資源磨きと魅力あるコンテンツの創造 | |
|------------|---|------------|
| 予算区分 | 事業名及び内容 | R3予算額 |
| 拡大 | <p>事業名:【補助】文化財保存整備事業費 国指定重要文化財旧長崎英国領事館 事業費:R3 429,100千円 (通常分:400,000千円 拡大分:29,100千円)</p> <p>事業概要:国指定重要文化財旧長崎英国領事館の保存及び防災・活用に係る整備を行う。 総事業費:3,911,000千円(継続費設定分) 事業期間:H27~R7 保存修理工事(継続費設定分) H27 150,000千円 H28 500,000千円 H29 400,000千円 H30 450,000千円 R1 400,000千円 R2 400,000千円 R3 400,000千円 R4 300,000千円 R5 300,000千円 R6 300,000千円 R7 311,000千円</p> <p style="text-align: right;">防災・活用に係る整備(拡大分) R3 29,100千円</p> <p>R3事業内容:本館の小屋内鉄骨・2階合板補強、本館・附属屋・職員住宅煉瓦棟の各種補修復旧工事 400,000千円 防災・活用事業に係る実施設計 29,100千円</p> <p>拡大内容:R元年度からR2年度に策定した保存活用計画に基づき、防災・消防・便益施設の整備を行う。</p> <p>財源:保存整備事業 国庫:補助率50%、合併特例債:95% 防災事業 国庫:補助率50%、県費:補助率20%、一般補助施設整備等事業債:90% 活用事業 国庫:補助率55%、一般補助施設整備等事業債:90%</p> | 429,100 千円 |
| | <p>事業名:【補助】文化財保存整備事業費 国指定重要文化財旧グラバー住宅 事業費:R3 211,300千円</p> <p>事業概要:国指定重要文化財旧グラバー住宅の保存修理工事を行う。 総事業費:471,600千円 事業期間:H30~R3(継続費) 継続費年割額:H30 43,300千円 R1 197,000千円 R2 20,000千円 R3 211,300千円</p> <p>R3事業内容:建物保存修理工事 195,920千円 設計管理委託 12,587千円 その他(委員会開催経費等)2,793千円</p> <p>公開予定日:令和3年11月</p> <p>財源:国庫:補助率50%、県費:補助率20%、合併特例債:95%</p> | 211,300 千円 |
| 新規 | <p>事業名:心田庵整備検討費 事業費:R3 246千円(新規)</p> <p>事業概要:市指定史跡心田庵について、劣化が著しい建物や庭園等の整備や活用方針等を定めるため、有識者から意見を聴取し、保存活用計画を策定する。</p> <p>R3事業内容:保存活用計画を策定するため、心田庵保存・整備委員会(委員数:4人、開催予定回数:4回)の開催及び現地調査を行う。</p> | 246 千円 |

文化観光部

| 予算区分 | 事業名及び内容 | R3予算額 |
|------|---|-----------|
| 新規 | <p>事業名:【補助】世界遺産保存整備事業費「明治日本の産業革命遺産」 事業費:R3 60,000千円(新規)</p> <p>事業概要:端島炭坑跡護岸について、老朽化や台風等の影響による機能低下が著しい状態であるため、補強整備により機能の向上を図り、護岸の倒壊を防止することで遺跡の保護を図る。</p> <p>R3事業内容:端島炭坑跡護岸改良基本設計 13,000千円 端島炭坑跡海側護岸海中空洞部充填工法検討 22,000千円 端島炭坑跡護岸現況測量等 25,000千円</p> <p>財源:国庫支出金1/3、過疎対策事業債 100%</p> | 60,000 千円 |
| 新規 | <p>事業名:アニメツーリズム推進費 事業費:R3 15,469千円(新規)</p> <p>事業概要:長崎港開港450周年記念連携事業として、長崎市出身の漫画家(渡辺航氏)の人気漫画「弱虫ペダル」とコラボし、長崎市の新たな魅力的なコンテンツの造成を図り、アニメツーリズムを推進することで観光客の誘客を促進する。</p> <p>事業内容:弱虫ペダル原画展 6,085千円 開催期間:約2か月間(令和3年度夏以降) デザインマンホールを活用した周遊コースの設定及びスタンプラリーの実施 7,293千円 デザインマンホール製作箇所:21か所 周遊設定コース:6コース スタンプラリー開催期間:約6か月 記念ライド事業 1,916千円 開催時期:令和3年度秋頃 開催場所:周遊コースの一部 講演会 175千円 開催時期:令和3年度秋頃</p> <p>財源:地方創生推進交付金 50%</p> | 15,469 千円 |

重点的施策2 安全安心・快適な滞在環境の整備

| 予算区分 | 事業名及び内容 | R3予算査定額 |
|------|---|-----------|
| 新規 | <p>事業名：〔単独〕観光施設整備事業費 野母漁港浮棧橋 事業費：R3 53,000千円</p> <p>事業概要：令和2年7月に経年劣化等により浸水・水没した野母漁港浮棧橋は、軍艦島観光に係る船舶の発着場所として、また、地元漁業者が運航する軍艦島周遊クルーズの発着場所として利用されており、今後も地域の振興のために必要不可欠な施設であるため、再設置を行う。</p> <p>総事業費：57,683千円 事業期間：R2～R3 R2 水没した野母漁港浮棧橋の撤去及び実施設計 R3 野母漁港浮棧橋再設置工事</p> <p>R3事業内容：野母漁港底質調査業務委託 1,127千円 野母漁港浮棧橋設置工事 51,889千円</p> <p>財源：過疎対策事業債 100%</p> | 53,000 千円 |
| 拡大 | <p>事業名：外国人観光客受入環境整備費 全体事業費：R3 10,075千円(拡大分：2,075千円)</p> <p>事業概要：長崎駅周辺において、令和3年度の出島メッセ開業、令和4年度の新幹線暫定開業が予定されており、交流人口の拡大が見込まれるため、公衆無線LAN環境の整備を行う。</p> <p>拡大内容：交流人口の拡大が見込まれる長崎駅周辺において、公衆無線LAN環境の整備を行う。 ・アクセスポイントの設置 2,075千円 長崎駅西口広場 971千円 西側歩行者専用道路 1,104千円</p> | 2,075 千円 |
| 拡大 | <p>事業名：観光資源魅力推進費 事業費：R3 3,866千円</p> <p>事業概要：市内を訪れる観光客に対して説明板の設置による受入環境を充実させ、回遊性や利便性を高める。また、既に設置されている観光案内板の維持管理を行う。</p> <p>拡大内容：令和3年11月予定の出島メッセ長崎の開業に合わせ、経年劣化しているさるく看板の整備を行う。 ・さるく看板の修繕(10か所) 1,596千円 ・さるく看板の修繕に伴う翻訳(10か所) 120千円</p> <p>財源：地方創生推進交付金 50%</p> | 3,866 千円 |

重点的施策3 戦略的な魅力発信と誘致活動の推進

| 予算区分 | 事業名及び内容 | R3予算額 |
|------|---|-----------|
| 拡大 | <p>事業名：世界・日本新三大夜景推進費 事業費：R3 18,237千円</p> <p>事業概要：長崎夜景ブランドの認知度向上を図り、インバウンドや宿泊につながる観光客の誘致及び観光消費額を増加させることを目的として、長崎夜景の魅力を国内外に発信するもの。</p> <p>拡大内容：令和3年11月に(一社)夜景観光コンベンション・ビューローが開催する世界夜景サミットに係る経費を負担する。 総事業費：13,122千円 R3負担金：9,096千円 負担割合：1/3 開催時期：令和3年11月 開催場所：出島メッセ長崎 実施主体：(一社)夜景観光コンベンション・ビューロー 平成24年に作成した「長崎ノ夜景」デジタルパンフレットを更新する。 ・「長崎ノ夜景」HP更新等委託料 7,150千円</p> <p>財源：地方創生推進交付金 50%</p> | 18,237 千円 |

文化観光部

| 予算区分 | 事業名及び内容 | R3予算額 |
|------|--|-----------|
| 拡大 | <p>事業名:交通事業者連携事業費 事業費:R3 10,075千円(拡大)</p> <p>事業概要:各交通事業者が長崎への送客を増やすことは、長崎市に観光客を増やすことに繋がるため、従来のエージェント(旅行代理店等)との連携のみでなく交通事業者と直接連携を図りながら、情報発信をはじめとした露出そのものを高めることで、観光都市長崎の知名度をさらに高め、観光客の誘客を図るもの。</p> <p>拡大内容:佐賀・長崎デスティネーションキャンペーンに係る経費を負担する。 ・R3佐賀・長崎デスティネーションキャンペーン負担金 8,624千円 事業期間:R3~R4 R3.10~12 プレキャンペーン R4.10~12 デスティネーションキャンペーン 総事業費:200,000千円(2か年、長崎県50%、佐賀県50%) 長崎県負担金:50,000千円(2か年) 長崎市町負担金:40,000千円(R3 20,007千円、R4 19,993千円) うち、長崎市負担金 17,247千円(R3 8,624千円、R4 8,623千円) 民間協賛金:10,000千円(2か年)</p> | 10,075 千円 |

重点的施策4 観光・MICE関連産業の活性化

| 予算区分 | 事業名及び内容 | R3予算額 |
|------|---|--------------|
| | <p>事業名:【補助】交流拠点施設整備事業費 交流拠点施設 事業費:R3 4,196,900千円</p> <p>事業概要:交流人口の拡大による地域経済の活性化を図るため、新長崎駅西側の用地において、国内外から多くの来訪者を呼び込むとともに市民交流を促進する「出島メッセ長崎」と、都市ブランドの向上を図るホテル、地域の賑わいと活力を生み出す民間収益施設からなる交流拠点施設を整備するもの。</p> <p>総事業費:14,700,000千円 事業期間:H30~R3 H30 基本設計 236,000千円 R1 実施設計・工事 2,263,000千円 R2 工事 8,010,000千円 R3 工事 4,191,000千円</p> <p>R3事業内容:(仮称)長崎市交流拠点施設整備・運営事業 4,191,000千円 法務支援業務委託 1,871千円 周知啓発事業 2,484千円 事務費等 1,545千円</p> <p>財源:社会資本整備総合交付金 40% 地方創生推進交付金 50% 公共事業等債 90% 一般単独事業債(中心市街地再活性化等特別対策事業) 75%</p> | 4,196,900 千円 |
| 拡大 | <p>事業名:観光地域づくり推進費 事業費:R3 165,817千円</p> <p>事業概要:DMOが実施する観光地域づくりに係る取組みについて支援する。 観光まちづくりの舵取り役としての役割を果たす観光地域づくり法人(DMO)において、多様な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とともに、観光客やMICEの誘致・受入を推進し、地域経済の活性化につなげるもの。</p> <p>拡大内容:これまで市(観光推進課)が実施してきた国内誘致プロモーション事業をDMOに移行する。 ・誘客プロモーション業務委託(今回移行分) 24,477千円 FFGが主催する出島メッセ長崎こけら落としイベントと連携し、地域全体を巻き込む仕掛けづくりを行い、まち全体の機運醸成を図る。 2,750千円</p> <p>財源:地方創生推進交付金 50%</p> | 165,817 千円 |

(2) 資源磨きと魅力あるコンテンツの創造【基本方針A】

A-1 長崎独自の歴史・文化、自然・景観を守り、活かす。

長崎市の強みである、2つの世界遺産や国指定史跡・出島などの長崎を代表する歴史遺産や独特の斜面地が創り出す世界新三大夜景・日本新三大夜景、風光明媚な野母崎や外海エリアの自然など、長崎の貴重な歴史・文化、自然・景観を守り、活かす。

また、まちなかにおいても、まちぶらプロジェクトの推進により、歴史・文化などを活かした魅力の向上と賑わいの創出を図る。

(1) 世界遺産の保存・活用

【観光・MICE戦略の方針】

「明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業」及び「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」の2つの世界遺産は、整備活用計画などに基づいて保存・活用を図る。

【これまでの主な取組み】

世界遺産を守り後世に引き継ぐため、構成資産である「旧グラバー住宅」、「高島炭坑」等の修復・整備工事を行っている。

また、世界遺産価値や構成資産の歴史を伝えるガイダンス施設となる「旧三菱第2ドックハウス」、「三菱史料館」、「外海歴史民俗資料館」等の整備及び便益施設となる「来訪者用駐車場」等の整備とともに、ガイドマップの制作やガイド研修会を開催し、来訪者受入れ体制を整えた。

| 世界遺産名称 | エリア | 世界遺産登録年 | 構成資産 |
|---------------------------|------------|---------|---|
| 明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業 | 8県11市 | 平成27年 | 旧グラバー住宅 小菅修船場跡 三菱長崎造船所第三船渠 三菱長崎造船所ジャイアント・カンチレバークレーン 三菱長崎造船所旧木型場 三菱長崎造船所占勝閣 高島炭坑 端島炭坑 |
| 長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産 | 2県6市 2町 | 平成30年 | 外海の出津集落 外海の大野集落 大浦天主堂 |



旧グラバー住宅修復工事



旧三菱第2ドックハウス



上大野町駐車場

【これからの主な取組み】

ガイドランス施設のリニューアルや各構成資産の説明板・案内誘導板等を設置しガイド機能を充実することにより2つの世界遺産への誘客を図る。

また、離島であるため台風等の被害を受けやすく建造物の劣化が進行している「端島炭坑」について、平成30年度から30年間を計画期間とする整備活用基本計画に基づき護岸遺構を優先して整備工事を実施する。

(2) 歴史文化基本構想等に基づく歴史・文化の保存・活用

【観光・MICE戦略の方針】

歴史文化基本構想等を踏まえ、歴史的風致維持向上計画等に沿って、民間と連携した市有洋館などの歴史的建造物等の保存・維持管理及び活用を図る。

また、周辺環境整備や修景整備等を行い、地域全体の回遊性を高め、賑わいを創出する。

【これまでの主な取組み】

重要文化財建造物の保存整備のため、旧長崎英国領事館の保存修理、耐震補強工事を平成27年度から令和7年度の工期で実施している。また、旧グラバー住宅の保存修理、耐震補強工事については、平成30年度から令和3年度の工期で実施している。

【これからの主な取組み】

旧オルト住宅の保存修理、耐震補強工事を令和4年度から令和7年度の工期で、旧リンガー住宅の保存修理、耐震補強工事を令和8年度から令和11年度の工期で実施予定である。

伝統的建造物のマリア園については、令和3年度から令和5年度にかけて保存修理、耐震補強工事を実施し、竣工後、令和5年12月にホテルとして開業予定としているため、引き続き支援を行う。また、市指定史跡の心田庵については、令和3年度に有識者から意見を聴取し、保存活用計画を策定する予定であり、令和5年度から令和6年度にかけて、保存活用計画に基づいた史跡内の整備を行う予定である。

※参照P82～P91（各施設の工事業業概要）

(3) 国指定史跡「出島和蘭商館跡」保存活用計画に基づく出島の魅力向上

【観光・MICE戦略の方針】

国指定史跡「出島和蘭商館跡」保存活用計画に基づき史跡の拡大を図る。

さらに、ソフト面もさらなる魅力の向上を図る。

【これまでの主な取組み】

平成8年度から第Ⅰ期復元整備事業に着手し、平成28年度に第Ⅲ期復元整備事業までを終えて、16棟の復元建造物が完成している。

さらに、平成29年度には出島表門橋が完成し、水面を渡り出島へ入場できるようになった。

また、出島の完全復元に向けて史跡の拡大が必要とされる区域を設定し、先行して出島南側の2か所の土地については、所有者の同意のもと国指定史跡として指定を行った。

令和2年4月1日からは、指定管理者制度を導入し、民間の能力とノウハウを活用した施設の管理運営を行っている。

【これからの主な取組み】

引き続き史跡の拡大を推し進めるため、出島護岸周辺の史跡調査を実施し、最終的には、長期計画に掲げている四方を海に囲まれる形を目指す。

また、ソフト面では、ポストコロナを見据えながら指定管理者と連携し、出島の魅力を高めるためのイベントや展示等を実施するとともに、出島の価値と魅力を発信する。

(4) 世界・日本新三大夜景である夜間景観の整備と魅力向上

【観光・MICE戦略の方針】

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る。

【これまでの主な取組み】

「遠景の夜景みがき」として、令和元年度に視点場である稲佐山から望む夜景の中に新たな見どころを加えるため、風頭方面に長崎にちなんだ星座7種と西坂方面にハートの演出照明を整備し、令和2年度に鍋冠山に向けた演出照明を水の浦方面に整備した。

また、「中・近景の夜間景観づくり」として、観光施設をはじめとする公共施設や民間施設のライトアップ(46施設)、東山手・南山手エリアをはじめとする回遊路の街路灯など(12路線)を整備した。

さらに、「夜景視点場整備」として、平成28年度に鍋冠山公園展望台をリニューアルし、令和元年度には、稲佐山中腹駐車場と山頂を結ぶスロープカーを整備した。

【これからの主な取組み】

「中・近景の夜間景観づくり」として、中島川・寺町エリア、館内・新地エリア、東山手・南山手エリアなどにおいて、観光施設等をライトアップする照明や回遊路の街路灯等の整備を計画的に進める。

A-2 ストーリー性・テーマ性に富んだ魅力あるコンテンツへ磨き上げる。

長崎開港以来の歴史、伝統文化等が有する多彩なストーリー性や長年にわたる世界との交流の歴史の中から生まれた「和華蘭文化」等の長崎固有のテーマ性を活かし、何度でも訪れたい魅力的なコンテンツを創造する。また、自然や食などのテーマ性を持たせた体験型コンテンツの充実や滞在型の新しい旅のスタイルを創造していく。

(1) 長崎学研究等を活用した新たな魅力の顕在化

【観光・MICE戦略の方針】

DMOにおいて、長崎学研究や長崎固有の歴史文化とテーマ性を活かしたコンテンツの磨き上げや造成により、新たな魅力の顕在化を図り、魅力発信する。

【これからの主な取組み】

DMOを中心に、歴史文化を堪能できる魅力あるコンテンツの造成や、MICE参加者向けのユニークベニュー※としての活用検討等により、訪問客が長崎ならではの体験をすることで満足度が向上し、リピーター獲得につながる。



※ユニークベニュー

歴史的建造物、文化施設等において、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のこと。

(2) 滞在型の新しい旅のスタイルの創造

【観光・MICE戦略の方針】

DMOと民間事業者が連携し、市内周遊の仕組みづくりの促進や夜間・早朝の魅力づくり等により、滞在時間と観光消費の拡大を図る。

また、ナイトクルーズや夜間のフォトスポット等のナイトタイムコンテンツの充実を図るとともに、長崎の食材を使った朝食プランの造成など、新たな魅力づくりを促進する。

【これまでの主な取組み】

市内の宿泊事業者、飲食事業者、体験事業者と連携し、長崎の食材を使用した特別な朝食と、朝の体験型コンテンツを提供し、長崎市への訪問客に「新しい価値」を感じてもらうための取り組みとして「出島ワーフ de 朝活」プロジェクトを立ち上げ、宿泊促進と消費拡大を図るとともに、訪日外国人のニーズに合わせた「泊食分離」を推進する取組みを実施した。



リニューアルした朝食

モニターツアーの実施や販売を通して抽出した課題やニーズを関係事業者に共有し、令和3年度以降の参画事業者の拡大と消費拡大を図る。

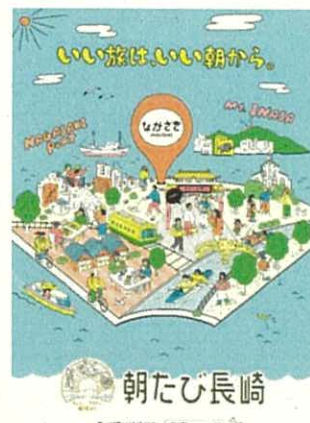
- ・参画事業者：宿泊事業者（3者）
飲食事業者（2者）
体験事業者（1者）
- ・利用実績：延べ利用者 263名（1,816,800円）

【これからの主な取組み】

ポストコロナを見据え、県内外からの訪問客に「コト消費」と「トキ消費」を促すために、「朝たび長崎 2021 プロジェクト」を始動した。

参画事業者が増えることで、利用可能日やコンテンツの拡充など、訪問客の利便性と満足度の向上が図られる。

- ・参画事業者：宿泊事業者（11 者）
飲食事業者（3 者）
体験事業者（5 者）



朝たび長崎 2021 プロジェクト

(3) 自然環境を活かした体験型コンテンツの充実

【観光・MICE戦略の方針】

DMOと民間事業者が連携し、野母崎や外海、琴海、茂木等の豊かな自然環境を活かしたアウトドアの体験型コンテンツの充実を図る。

【これまでの主な取組み】

DMOにおいて、民間の体験事業者と連携し、既存のアウトドア体験コンテンツの紹介動画を制作した。

【これからの主な取組み】

DMOにおいて、体験事業者と連携し、アウトドア体験コンテンツの磨き上げと拡充を図る。

(4) 食を活かした魅力づくり

【観光・MICE戦略の方針】

DMOと民間事業者が連携し、食と体験を組み合わせたコンテンツ造成により、消費につながる取組みを推進するとともに、効果的な情報発信に取り組む。

また、日本遺産のさらなる認知度向上を図るため、令和4年度まで交付される国の補助金を活用し、シュガーロード沿線自治体と連携を図りながら普及啓発等に資する事業やシュガーロードに由来する菓子等のPRなど、「シュガーロード」が長崎市来訪のきっかけとなる取組みを行う。

【これまでの主な取組み】

「出島ワーフ de 朝活」プロジェクトのほか、長崎街道・シュガーロードの歴史や文化を活かした地域振興について、長崎街道沿線の各市がそれぞれ独自に取り組んでいたものに加え「砂糖文化」「シュガーロード」をキーワードに、シュガーロード沿線8市（長崎市、諫早市、大村市、嬉野市、小城市、佐賀市、飯塚市、北九州市）を中心に、3県（長崎県、佐賀県、福岡県）、民間事業者と連携して、市民や観光客にシュガーロードの魅力発信を行うことで、北部九州一帯の活性化を図ることを目的に、平成20年10月に「シュガーロード連絡協議会」が設立された。

協議会では、シュガーロードの情報発信のため、合同で催事やイベントに取り組んできた。

【これからの主な取組み】

「朝たび長崎プロジェクト」のほか、水産農林部の「さしみシティ」や食のイベントのプロモーションにDMOが連携していくことで、効率的・効果的な誘客を図っていくなど、今後、DMOが主体となり、食と体験を合わせたコンテンツの造成を進めていく。

(5) 人との交流を活かした平和プログラムの充実

【観光・MICE戦略の方針】

公益財団法人長崎平和推進協会等と連携し、訪問客に対する平和プログラムの充実を図る。

【これまでの主な取組み】

(一社)長崎国際観光コンベンション協会が窓口となり、修学旅行に訪れる学生に、被爆講話の手配や被爆の遺跡等を巡る「平和ガイド」を催行し、被爆都市長崎でしか体験することができない、平和を学ぶ場を提供している。

【これからの主な取組み】

DMOが主体となり、「平和を継続していくにはどうしたらよいか。」自ら考えることに主眼を置き、SDGsの考え方を取り入れた、新たな平和学習プログラムの造成を進めている。

A-3 スポーツや文化・芸術など新しい交流の領域を切り開く。

長崎市は、歴史と伝統に培われた長崎くんちや長崎ペーロン等の祭り、伝統行事や長崎刺繍、ガラス工芸、ハタづくり等の伝統工芸が今もなお楽しめるまちである。

また、長崎のまちは、数多くの映画やアニメーション等の舞台としても知られており、これらの文化・芸術の魅力は、地域活性化につなげる貴重な観光資源といえる。

さらに、令和6年の開業を目指し、長崎スタジアムシティプロジェクトが進められており、スポーツによる交流人口の拡大も期待されている。

このような芸術・文化、スポーツ等の長崎の新しい領域を活かしたツーリズムを促進し、訪問客の裾野を広げる。

(1) プロスポーツ（サッカー・バスケットボール）等の新たな魅力の活用

【観光・MICE戦略の方針】

長崎市を本拠地とするプロスポーツチーム（サッカー・バスケットボール）の誕生と、民間主導による長崎スタジアムシティプロジェクトの実現を機に、長崎の新たな魅力としてスポーツを活用し、人の交流を生み出し、まちなかへの誘導などにより地域の活性化を図る。

【これまでの主な取り組み】

V・ファーレン長崎のアウェイ戦において、対戦相手のスタジアムにロマン長崎の派遣や観光ブースの出展などを行い、ホーム戦の際、長崎市を訪れてもらえるようPR活動を行った。

また、ホーム戦の際に、スタジアム周辺にランタン装飾の協力を行い、来場者にPRを行った。

【これからの主な取り組み】

スタジアムシティの建設を見据え、V・ファーレン長崎との連携を一層強化し、合わせて、バスケットボールチーム「ヴェルカ長崎」との連携を進め、アウェイ客の誘致とおもてなしを協働で進めていく。

(2) 芸術文化を活かしたまちの魅力向上

【観光・MICE戦略の方針】

歴史伝統に培われた長崎くんち等の祭りや伝統行事、長崎刺繍、ガラス工芸等の伝統工芸をはじめとした芸術文化の魅力を観光資源として地域活性化に活かす。

また、映画や音楽、アニメーションなど、長崎を舞台とした芸術文化が息づくまちとして、新たな人の流れを生み出すため、エンターテインメントに関する情報の集約・発信や、イベントの実施・支援を行うことで、エンターテインメントによる賑わいを生み出し、まちの魅力を高める。

【これまでの主な取り組み】

春は帆船まつり、夏はペーロン大会とみなとまつり、秋はくんち、冬はランタンフェスティバルと季節に応じ、長崎の歴史と文化が息づいたイベントが行われ、地域活性化を図ってきた。

また、長崎は、ドラマ、映画及びアニメの舞台となることも多く、これまで多くのロケなどが行われ、これらの情報を発信することで誘客につなげてきた。

【これからの主な取組み】

長崎開港 450 周年記念連携事業として、長崎市出身の漫画家の人気作品「弱虫ペダル」とタイアップし、長崎市の新たな魅力ある観光コンテンツの造成を図り、アニメツーリズムの推進により、観光客の誘客及び周遊の促進を図る。

(参考) 「弱虫ペダル」について

1 作品の概要

秋田書店の『週刊少年チャンピオン』に平成 20 年から連載中であり、単行本は 70 巻発刊され、売上げ総数は 2,500 万部を超える人気作品であり、令和 2 年夏には、人気アイドルを起用し、実写映画化されている。

2 作者について

『弱虫ペダル』の作者は長崎市出身の漫画家・渡辺航（わたる）氏であり、本事業における企画展やデザインマンホールの製作等ご協力をいただけることとなっており、アニメを活用するにあたって課題となる著作権等の許可関係が比較的容易となり、事業が行いやすく、今後のタイアップの継続が見込める。

3 ストーリーについて

ママチャリで千葉から秋葉原に通う、いわゆるオタク高校生である主人公の小野田坂道がチームで戦う自転車競技を題材にした物語となっており、インターハイ優勝を目標に、全国のライバル校と切磋琢磨するスポーツ漫画である。

4 登場人物（キャラクター）について

1 チーム 6 人で競技を行う自転車競技（ロードレース）において、各登場人物には個性がある。例えば、主人公の小野田坂道は、小学生の頃からママチャリで秋葉原に通ったことで、登り坂を得意として活躍するといった特徴があり、これまでサイクリングのイメージが無かった長崎市においても、本作品との親和性が高い。

(ア) 事業内容

○ 「弱虫ペダル」周遊コースの造成 【実施時期：令和 3 年夏～秋頃予定】

渡辺氏に新たに執筆いただき「弱虫ペダル」のキャラクターや各設置場所の風景を活かした、デザインマンホールを製作し、市内（広域）21 カ所に設置し、景観等地域の魅力と作品のキャラクターの特徴を活かした周遊コースを 6 コース設定する。また、コースの各チェックポイントに設置したマンホールを活かし、スマホを活用したデジタルスタンプラリーを実施する。

(参考：デザインマンホール)



「日蘭交流 400 周年記念」



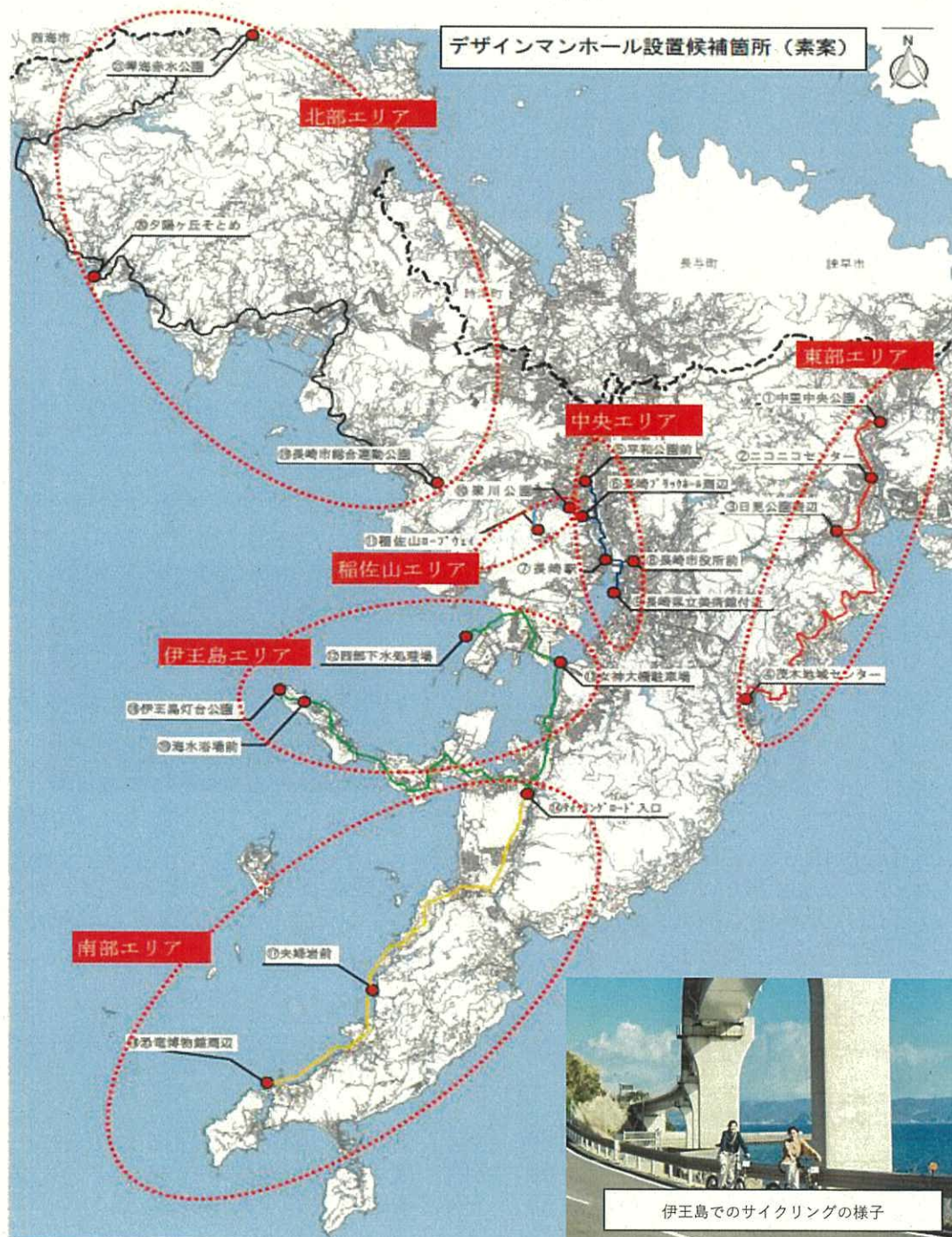
「紫陽花」



「世界遺産 軍艦島」

- コース完成・コラボ記念ライド 【実施時期：令和3年秋頃予定】
周遊コースの一部において、渡辺氏や関係者・サイクリング団体等と記念ライドイベントを実施し、サイクリング試走する。
- 漫画家・渡辺航氏の講演会 【実施時期：令和3年秋頃予定】
教育委員会と連携し、渡辺氏の地元の中学校で記念講演会を実施する。
- 「弱虫ペダル」原画等企画展 【実施時期：令和3年秋以降予定】
作者・渡辺航氏の協力をいただき、人気作品「弱虫ペダル」の肉筆原画や資料等を展示する企画展を長崎市で開催する。

(イ) マンホール設置予定箇所と周遊コース(案)



(3) 安全安心・快適な滞在環境の整備【基本方針B】

B-1 安全安心な滞在環境をつくる。

観光・MICE施設における感染症対策を徹底するとともに、産官学が連携し、安全安心な旅を提供する「team NAGASAKI SAFETY」の取り組みなどを進める。また、災害や緊急時の医療機関などにおける外国人患者の受入態勢の強化や公衆無線LANを活用した情報発信等、安全安心な滞在環境づくりを進める。

(1) 新型コロナウイルス感染症などに対する安全安心の滞在環境づくり

【観光・MICE戦略における方針】

観光・MICE施設においては、新型コロナウイルス等の感染症対策に継続的に取り組む。また、感染症拡大の段階に応じ、観光・MICE関連事業者のガイドラインの順守や受入の徹底を図るとともに、訪問客への適切かつ効果的な情報発信を行う。

また、新型コロナウイルス感染症の予防対策に取り組む宿泊施設等の認証制度「team NAGASAKI SAFETY」を推進し、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。

【これまでの主な取り組み】

長崎市、雲仙市及び佐世保市の観光事業者等で新型コロナウイルス予防対策認定実行委員会を立ち上げ、長崎大学の監修を受けた独自の宿泊施設ガイドライン「team NAGASAKI SAFETY」を策定し、施設の認定・推進を行った。

- ・令和2年度末の認定数 76 施設（対象施設数 256 施設（令和2年10月時点））
（参考）宿泊施設の取り組みの例



【これからの主な取り組み】

「team NAGASAKI SAFETY」の取り組みを継続及び拡充するとともに、対象を宿泊施設以外の業種に拡大することで長崎市における安全・安心に関する取り組みを強化し、誘客につなげるもの。

○宿泊施設の取り組み継続と拡大

- ・令和3年度認定目標数 100 施設（令和2年度認定施設の更新を含む。）

○対象業種の拡大

- ・観光施設 目標数 50 （例：グラバー園、孔子廟など）
- ・交通事業者 目標数 30 （例：夜景観光バスツアーなど）
- ・観光体験 目標数 30 （例：軍艦島上陸クルーズなど）

(2) 災害発生時における訪問客への情報発信、避難・誘導體制の充実

【観光・MICE戦略における方針】

災害時における避難・誘導初動対応マニュアルや指差し会話集等の各種ツールを活用し、各観光・MICE施設等において、災害発生時の体制の充実を図る。

【これまでの主な取り組み】

災害発生時、観光施設における訪日外国人旅行者の避難誘導初動対応を強化することを目的として、観光施設で使用できるマニュアルや避難誘導時等に活用する指差しシートを作成し、観光施設（41施設）へ配布している。また、平成30年1月にはグラバー園において、大規模地震の発生を想定した外国人の避難誘導訓練に取り組んでいる。



【これからの主な取り組み】

新型コロナウイルス感染症が収束し、外国人観光客の来日が再開する際には、これらの取り組みを一層推進する。

(3) 医療機関等における外国人患者の受入態勢の強化

【観光・MICE戦略における方針】

訪日外国人旅行者受付・診療マニュアルや指差し会話集等の各種ツールを活用し、医療機関とも連携し、受入態勢の強化を図る。

【これまでの主な取り組み】

訪日外国人観光客と医療機関の双方が安心して治療等できる態勢を強化するため、訪日外国人旅行者の受付・診療マニュアルや指差しシートを作成し、医療機関（875施設）へ周知した。（実施年度：平成29年度）



【これからの主な取り組み】

新型コロナウイルス感染症が収束し、外国人観光客の来日が再開する際には、これらの取り組みを一層推進し、外国人が安心して訪れられる環境を確保する。

B-2 快適な滞在環境をつくる。

多言語対応や公衆無線LANの整備等による訪問客の受入環境整備や、観光案内所におけるコンシェルジュ機能の充実、ICTを活用した観光案内と情報発信の推進により、快適な滞在環境づくりを進める。

(1) ユニバーサルデザインによる誰にでもわかりやすい案内の充実

【観光・MICE戦略における方針】

多言語対応や視覚的・聴覚的工夫等、多様な訪問客に対する配慮によって、だれもが必要な情報を得られる案内を充実させ、ストレスフリーな滞在と回遊を実現する。

【これまでの主な取組み】

案内サインについては2か国語対応、誘導サインについては4か国語対応とし、主要施設であるトイレ（身障者用、オストメイト、ベビーベッドを区別）について、ピクトグラムを用いて表示している。

【これからの主な取組み】

公共サインの案内・誘導の考え方や表示内容に関するデザインガイドラインを作成し、庁内で統一化を図る。

(2) 公衆無線LANの整備による通信環境の改善

【観光・MICE戦略における方針】

主要観光施設や交通結節点等における公衆無線LAN環境の整備・運営を行い、訪日外国人観光客などの訪問客の通信環境を向上させる。

【これまでの主な取組み】

公衆無線LAN「Nagsaki City Wi-Fi」を主要観光施設（12か所）及び交通拠点である路面電車電停（39か所）に設置、主に外国人観光客の滞在満足度向上を図った。

【これからの主な取組み】

長崎駅西口広場及び西側歩行者専用道路の整備に併せ、アクセスポイントを設置する。

(3) ICTを活用した情報発信の強化

【観光・MICE戦略における方針】

訪問客の旅行中・旅行前後の疑問・質問に対して、多言語で対応ができるAIチャットボット*の導入など、訪問客が知りたい情報を24時間いつでもリアルタイムで簡単に入手できるコミュニケーションツールによって、快適な旅の実現を図る。さらに、飲食店や体験型商品の予約、最適なルート案内、旅行ニーズに応じたおすすめ情報のプッシュ通知など、多様な機能によって、快適な旅行体験を提供できるよう検討する。

※AIチャットボット

人間と会話（チャット）しているような受け答えを、ロボットが自動で行うコミュニケーションツールで、AI（人工知能）の学習機能によって、利用者のフィードバックを元に質問内容を自動で学習し、意図を理解できる質問の幅を自ら拡大して、回答精度を向上させることができる。

【これまでの主な取組み】

DMOにおいて、長崎市公式観光サイト「あっ！とながさき」及びFacebook（日・英）を活用して国内外への情報発信を行っている。

【これからの主な取組み】

令和4年度のDMO本格稼働に向けて、DX（デジタルトランスフォーメーション）^{※1}の推進と、SNSやAIチャットボット等ICTを活用し、ワンストップで情報収集・発信ができる仕組みを構築する。それにより、DMOにおいて、戦略的かつ効果的な誘致・プロモーション展開と、旅マエ・旅ナカ・旅アトにおけるタイムリーな情報発信が可能となることで、更なる誘客のための発信強化と、訪問客の満足度向上、消費拡大を図る。

また、AI機能の搭載やユーザーデータを分析・活用することで、デジタルマーケティング^{※2}を強化し、訪問客の満足度向上と効果的な情報発信を促進していく。

※1 DX（デジタルトランスフォーメーション）

企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること。

※2 デジタルマーケティング

様々な形態のデジタルメディアを活用したマーケティング活動のこと。

（4）ストーリーが伝わるわかりやすい多言語表記・説明の充実

【観光・MICE戦略における方針】

外国人目線の翻訳やストーリーチェックにより、適切な多言語化を図り、多種多様なバックグラウンドをもつ訪問客にとって魅力的かつ有益なストーリーをわかりやすく伝えるツールを充実させる。

【これまでの主な取組み】

外国人滞在満足度向上を図るため、多言語対応の文化財説明板の設置を11か所行い、快適な滞在環境づくりを進めた。

【今後の主な取組み】

今後も外国人滞在満足度向上を図るため、文化財説明板の多言語対応について、取組みを進める。

（5）人材育成によるおもてなしの強化

【観光・MICE戦略における方針】

DMOにおいて、観光関連事業者等を対象としたセミナーの実施や有償ガイドを育成する仕組みづくりなどを推進することにより、訪問客の多様なニーズに対応し、滞在満足度向上とリピーター増加を図る。

【これまでの主な取組み】

既存のまちあるきガイド団体や20代～30代を中心とした団体等と連携し、有償ガイド育成プログラムの策定や、モニターツアーのフィードバックによる課題を抽出した上でのスキルアッププログラムを策定した。また、口コミサイト（TripAdviser）

に高評価を数多く集め拡散効果を高めるとともに、OTA（オンライントラベルエージェント）で売れるような仕組みづくりを行った。

- ・実施期間 令和2年11月12日～令和3年3月23日
- ・セミナー参加者 16名
- ・新たにインバウンド向けガイドとして育成した数 7名
- ・国内在住の外国人モニター参加者数 41名
- ・口コミサイトへの投稿数 163件

【これからの主な取組み】

ポストコロナを見据え、ガイド機会の提供ができる仕組みの構築と、ガイド育成のための研修会等を開催することで、コロナ禍におけるガイドのモチベーションの維持と、訪問客の満足度向上を図る。

(6) クルーズ客船による訪問客の受入環境の充実

【観光・MICE戦略における方針】

長崎港に来港するクルーズ客船の訪問客の接遇・受入行事を行い、満足度向上を図り、長崎市への経済効果を最大限に発揮できるように、訪問客のまちなかへの回遊促進等消費拡大へ向けた取組みを推進する。

【これまでの主な取組み】

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業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。

(参考) これまでの取組み

(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・アトランチカ事業の検証 | ・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、国文省、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的事案に対し、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 |

【これからの主な取組み】

国際クルーズについて、国において取扱いを検討中であり、現時点では再開の見通しが立っていない。今後、長崎県が国の方針を確認のうえ、受け入れ態勢を検討していくこととなる。

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。 | <ul style="list-style-type: none"> ・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。 | <ul style="list-style-type: none"> ・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 | <p><u>入港の可否について判断する。</u></p> <p>【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。</p> <p>【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</p> | <p>【可の場合】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・物資補給時以外の乗下船禁止等の条件付加 など <p>【不可の場合】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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。 |

B-3 交通アクセスを充実させ、周遊しやすい環境をつくる。

二次交通の充実やユニバーサルツーリズムの推進、ICTの活用などにより楽しみながら快適に周遊できる環境づくりを進める。

(1) ICTを活用したわかりやすい交通案内・情報発信の強化

【観光・MICE戦略における方針】

市内の観光スポットの周遊を促進するため、交通事業者と連携し、観光型MaaS※1等により、バスやタクシーなどの移動手段をサービスとして提供し、検索から予約、決済、利用まで総合的に対応できるような周遊の検討を行う。また、観光スポットや移動経路の混雑を回避する機能により、訪問客の需要の平準化を図り、ニーズに応える快適な周遊環境を提供できるよう検討する。

※観光型MaaS (Mobility as a Service)

あらゆる交通手段をルート検索から決済までシームレスにする概念のこと。観光型MaaSによって、観光客の回遊性の向上を図ることが可能になる。

【これまでの主な取り組み】

令和2年度に長崎県MaaS導入推進協議会（事務局：長崎県）を設置した。県内の交通事業者（バス、鉄道、タクシー等）や関係団体、行政で構成され、長崎市もオブザーバーとして出席した。協議会においては、九州新幹線西九州ルートの開業やIRの誘致を見据え、周辺促進と経済効果を波及させるため、その手法としてMaaS等の新たなモビリティサービスの本県への導入・開発について検討し、「長崎県MaaS導入指針」を策定した。

【これからの主な取り組み】

ア 上記指針に沿って検討・議論を進め、令和3年度中に初期導入エリアや機能等を定めることを目指す。その後、実証実験、知見・課題を踏まえた改善を行い、令和5年度内にMaaS導入を実現することを目指す。

イ DMOにおいて、民間事業者と連携した取り組みとして、株式会社ゼンリンにおいて長崎市の歴史・文化などの観光情報と公共交通サービスをデジタル化して、スマートフォンアプリを介して提供する観光型MaaSの実証実験を今年度より開始する。本実証実験では、グラバー園・出島・平和公園などの長崎市内の各観光エリア間の移動を喚起するためのストーリー型コンテンツと公共交通サービス・民間サービスを連携させることにより、人の行動を地域活性化につなげることを目指す。

(2) 交通事業者と連携した快適な二次交通の充実

【観光・MICE戦略における方針】

駅前広場の整備やエレベーターなどの設置により、快適に二次交通を利用できる環境を整備する。さらに、交通事業者に対して、新規バス路線の運行やロケーションシステムの導入を働きかけ、二次交通の充実を図る。

【これまでの主な取組み】

駅前広場に整備する公共交通への乗換施設について、交通事業者と協議を行い設計に反映させるとともに、国道上の横断歩道橋へアクセスするエレベーター施設等の設計を行った。

【これからの主な取組み】

ア 関連工事との調整を図りながら、駅前広場やエレベーター施設等の早期完成を図る。

イ 長崎県・交通事業者と連携した実証事業

DMOにおいて、長崎県及び交通事業者と連携し、令和3年11月の「出島メッセ長崎」の開業、来年秋の西九州新幹線の開業に合わせ、各施設間の周遊バスの運行や、周遊乗車パスの発行等、交通事業者との連携による施設間の周遊促進を図るための実証事業等を実施予定。

各施設を効率的に巡る旅ルートを提案するアプリやWEBコンテンツの整備、また移動・宿泊・体験・飲食が一括で予約・生産可能な機能等を有するスマホアプリの実証事業を行うとともに、各施設への観光案内誘導板（多言語）の整備を行い、国内外問わず全ての観光客がスムーズに移動できる環境を整える。（最寄りのバス停、電停、道路など）

(4) ユニバーサルツーリズムの推進

【観光・MICE戦略における方針】

高齢者、障がい者、妊婦、幼児、外国人等、だれもがストレスフリーで楽しむことができる旅を提供するため、長崎空港内のUT（ユニバーサルツーリズム）センターと長崎市総合観光案内所の連携などにより、ユニバーサルツーリズムの推進に向けて、民間事業者の取組みを主体としながら、快適な環境づくりを進める。

【これまでの主な取組み】

長崎市公式観光サイト「あっ！とながさき」に、施設ごとのバリアフリー対応状況やバリアフリーを踏まえた観光モデルコース（4コース）を掲載している。

【今後の主な取組み】

バリアフリー情報の充実を図るとともに、UTセンターとの連携を推進していく。

(4) 戦略的な魅力発信と誘致活動の推進【基本方針C】

C-1 市場分析等に基づく戦略的な誘客・MICE誘致を展開する。

従来の観光動向調査等に加え、訪問客の属性やニーズ、消費行動等のデータを収集、分析し、国内観光・インバウンド・MICE等の各分野におけるターゲットを設定し、各種施策につなげる。

(1) マーケティングデータの収集・分析と積極的な活用

【観光・MICE戦略における方針】

DMOにおいて、ICTなどを活用して訪問客のニーズや動向等のマーケティングデータを収集・分析し、積極的に活用することで、戦略的な誘客を実施する。

【これまでの主な取組み】

DMOにおいて、モバイル空間統計データの継続的な収集・分析やNagasaki City Wi-Fiのデータ分析等を行い、戦略等に反映してきた。

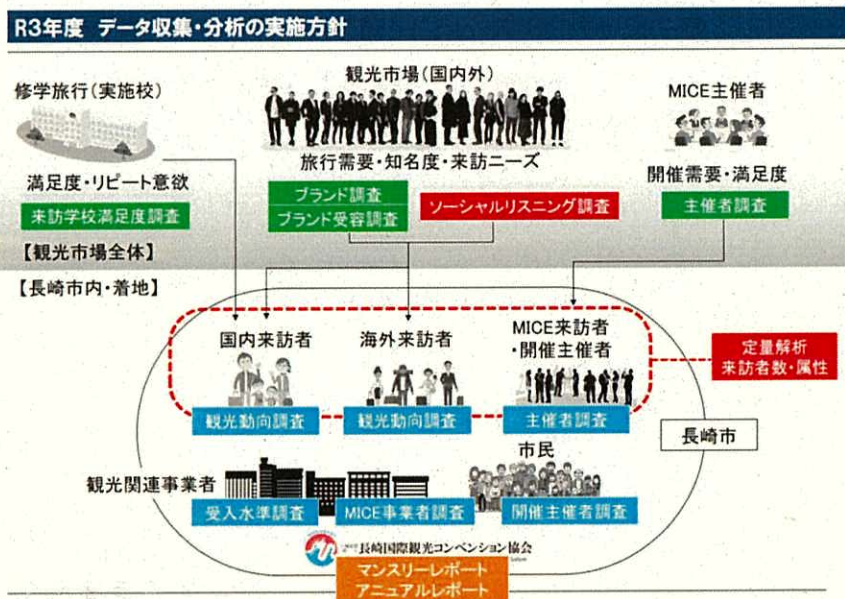
令和2年度においては、これまで分析したデータを元に、上位計画である「長崎市観光・MICE戦略」に基づき、「長崎市DMO事業計画」を策定した。

MICE分野については、長崎市、DMO、(株)ながさきMICEの3者が連携して、データベースから具体的な誘致案件を抽出し、優先順位を付け、誘致活動に取り組んできた。

【これからの主な取組み】

これまで行政やDMOにおいて、目的・項目ごとに実施していたデータの収集・分析について、令和3年度からDMOで一括管理することでより効率的・効果的に実施するとともに、年次・月次の報告により、多様な関係者との情報共有に努める。

MICE分野については、誘致活動で得た情報を3者で一元管理し、情報を蓄積しながら戦略的な誘致活動を進める。



(2) 各分野（国内／インバウンド／MICE）におけるターゲットの設定

【観光・MICE戦略における方針】

長崎大学の研究の強み・特徴を活かした分野（熱帯医学、放射線医学、海洋科学）や被爆の実相を広く伝える取組みを強みとして活かした分野（平和関係）など、他都市との差別化が可能な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。

ア 誘致ターゲットの設定

他都市との差別化が可能な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大会・学会等を重点ターゲットとして設定する。

(ア) 重点分野

長崎大学の研究の強み、特徴を活かした分野（熱帯医学、放射線医学、海洋科学）
被爆地としての強みを活かした分野（平和関係）

(イ) 規模

1,000人～3,000人程度の九州大会以上の学会・大会

(ウ) その他

都市ブランドの向上につながる政府系会議
会期の長い国際会議

【これまでの主な取組み】

長崎市、DMO、(株)ながさきMICEの3者が連携して、新型コロナウイルス感染症拡大の状況に応じ、全国的な主催者の動きを把握しながら、ターゲットごとに営業活動とPRを展開してきた。

ア 学会

(ア) 中型～大型の国内学会

首都圏の医学会や関連団体事務局に電話又は訪問営業するとともに、長崎においては長崎大学医学部を中心に訪問営業を行った。

(イ) 地方会・分野別研究会

九州地方会事務局や関係団体事務局に電話又は訪問営業を行った。

(ウ) 長崎大学主催の国内学会

200人以下の学会等を対象とした初回限定のモニター割引を創設し、訪問営業を行った。

イ 一般会議

(ア) 中規模（500名以上）会議

訪問営業済の260件の県内団体・事業者の中から、全国大会、九州大会等を開催する確率の高い団体をターゲットに再営業を行った。

(イ) 国家・民間資格試験主催者

ダイレクトメール（DM）を送付した国家・民間資格試験実施団体570件から開催可能性がある団体を中心に営業を行った。

(ウ) 小規模会議

令和2年11月から受付を開始した企業の会議やセミナーなど小規模な会議については、直前の申込となるため、会議室紹介チラシを作成し、地元事業者を中心に営業を行った。

ウ 展示・イベント

イベント企画については、開催1年前から会場等の検討を行うため、地元メディア各社と定期的な意見交換を実施するとともに、福岡のイベント会社への営業を行った。

【これからの主な取組み】

11月1日の出島メッセ長崎開業に向けて、コロナ禍における目標達成に向けた短期計画として、5つの方針を立てて営業活動を行っていく。

ア コロナ対策の周知

プラズマクラスター技術を導入したエレベーターの設置や抗ウイルス対応の壁紙の使用など最新の感染症対策を施し、かつ、大容量の光回線対応の安定的な通信環境を備え、コロナ禍においても安全・安心に開催できる会場として、主催者へのPRや働きかけを強化している。

- 「感染拡大防止への取組み」の周知（DM、ホームページ）
- 「WEB配信パッケージ」の周知（DM、ホームページ）

イ 広報活動による新規顧客の獲得

令和3年1月から、首都圏や福岡、長崎を中心に行っているWEB広告を大阪、九州全域に拡大するとともに、会議室検索サイト等への掲載も強化し、新規顧客の獲得につなげる。

- WEB広告（Google、Yahoo、Facebook、LINE）のエリア拡充
- 会議室検索サイト（会議室.com、会場ベストサーチ）掲載

ウ 訴求力のあるパッケージプランの提案

WEB配信用に通信機材等の附属設備をセットにした使い勝手のよい「ハイブリッド会議パッケージプラン」など、訴求力があり、施設の話題性も高まるようなプランを作成し、主催者に提案する。

- 「ハイブリッド会議パッケージプラン」の造成
- モニター割引の対象大学拡充

エ 新領域開拓

これまでターゲット外としてきた団体や分野の新規開拓を行う。

- 国家・民間資格試験団体（117団体）
- 格闘技団体（19団体）
- 生命保険会社（18社） 等

オ 定期イベント等へのアプローチ

コロナ禍でも定例的に開催される催事の主催者について、重点的に営業する。

- 国家・民間資格試験団体（117団体）※再掲
- 県内企業（65社）

カ 開業後1年間の誘致状況（令和3年11月～令和4年10月）
（千人）

| 種別 | 目標利用者数 | 利用想定人数※ | 達成率 |
|------------|--------|----------|------|
| | | R3.4月末時点 | |
| 学会 | 50.8 | 約40.1 | 約79% |
| 一般会議 | 155.5 | 約43.8 | 約28% |
| イベント 展示 | 404.0 | 約384.1 | 約95% |
| 合計 | 610.3 | 約468.0 | 約77% |

目標達成率
R3.2月末 約66%
R3.5月末 約75%
R3.8月末 約81%
R3.11月末 100%

※利用想定人数…決定・内定及び日程調整中の案件について、主催者の参加見込人数から算出

(3) AIなどを活用したデジタルマーケティングの強化

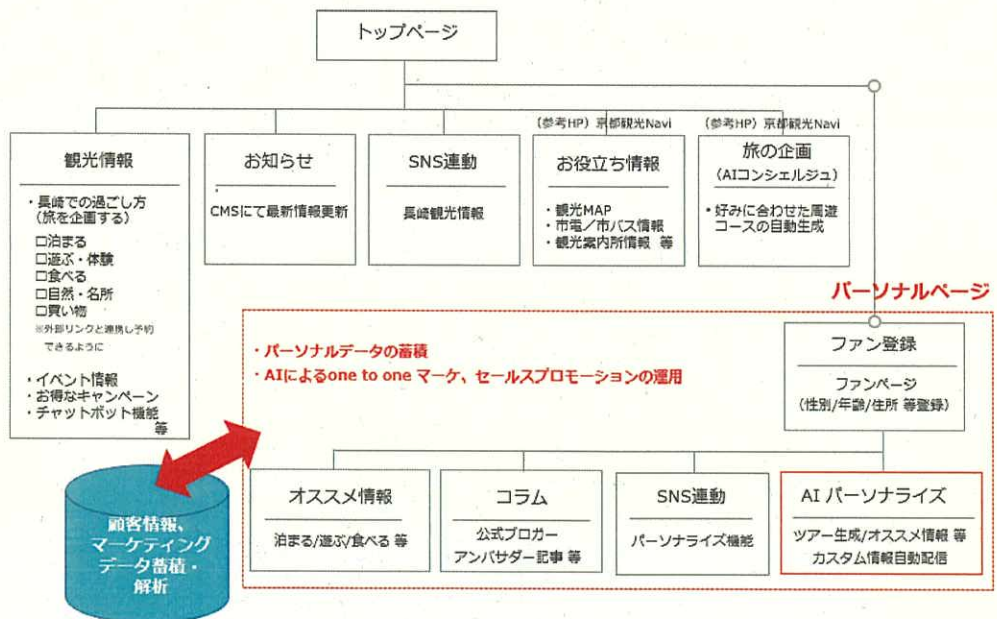
【観光・MICE戦略における方針】

AI（人工知能）等の先端技術を活用したデジタルツールや観光サービスにより得られるデータの活用について検討を進め、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。

【これからの主な取組み】

（再掲）令和4年度のDMO本格稼働に向けて、DX（デジタルトランスフォーメーション）の推進と、SNSやAIチャットボットなどICTを活用し、ワンストップで情報収集・発信ができる仕組みを構築する。それにより、DMOにおいて、戦略的かつ効果的な誘致・プロモーション展開と、旅マエ・旅ナカ・旅アトにおけるタイムリーな情報発信が可能となることで、更なる誘客のための発信強化と、訪問客の満足度向上、消費拡大を図る。

また、AI機能の搭載やユーザーデータを分析・活用することで、デジタルマーケティングを強化し、訪問客の満足度向上と効果的な情報発信を促進していく。



(2) 九州新幹線西九州ルート of 暫定開業を活用したプロモーション

【観光・MICE戦略における方針】

佐賀・長崎デスティネーションキャンペーンを中心に、九州新幹線西九州ルートの暫定開業と開業に向けて培ってきた観光コンテンツ等の魅力を域外へ情報発信し、民間事業者や関係団体等と連携しながら、新幹線を利用した訪問客の増加を図る。

【これまでの主な取組み】

JRグループ旅客6社（JR北海道、JR東日本、JR東海、JR西日本、JR四国及びJR九州）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「佐賀・長崎デスティネーションキャンペーン」が令和4年度（令和3年度はプレキャンペーン）に実施されることから、長崎県内自治体や観光事業者で構成されるデスティネーションキャンペーン長崎実行委員会に長崎市も参画し、各団体と連携体制づくりを行った。

【これからの主な取組み】

令和3年秋にプレキャンペーンとして開催される全国宣伝販売促進会議において、全国の旅行代理店等に対して観光物産PRや商談、現地視察ツアーを実施し、令和4年10月～12月のキャンペーン本番に向けて積極的なPRを行う。

(3) 長崎とゆかりのある人や地域を活かしたプロモーションの展開

【観光・MICE戦略における方針】

全国各地で活躍する長崎ふるさと大使や長崎市観光大使等の著名人との連携によるプロモーションや市民によるSNSなどを活用した情報発信により、長崎市の魅力を積極的に発信する。また、長崎とゆかりのある国や地域との連携による観光プロモーションを展開する。

【これまでの主な取組み】

長崎市観光大使を活用した情報発信や著名人自身のSNSなどを活用した情報発信を実施している。



長崎市観光大使
(森保まどか氏) の活用



クリエイティブディレクターに長崎市ふるさと大使
(福山雅治氏) を迎え、実施しているイベント

【これからの主な取組み】

ア 長崎市観光大使

観光大使等が持つ情報発信力で長崎の魅力を伝えてもらい、また、既存のイベントと連携して魅力向上を図り、誘客につなげていく。

イ 長崎市MICEアンバサダー

長崎市のMICE誘致を推進し、MICE都市としての存在感を高めるため、MICE関連産業、大学、経済団体、スポーツ関係団体等から、MICEに関して優れた識見を有し、かつ、本市のMICE都市としての存在感を高めるために、MICE誘致に係る協力、助言、情報発信等を行っていただけるアンバサダー(=大使)として6名に就任いただくこととなった。(令和3年5月27日就任式)

選任する長崎市MICEアンバサダー (五十音順)

池上 国広 氏 (長崎総合科学大学 学長)
河野 茂 氏 (長崎大学 学長)
高田 春奈 氏 (株式会社V・ファーレン長崎 代表取締役社長)
高橋 広行 氏 (株式会社JTB 取締役会長)
福島 伸一 氏 (株式会社大阪国際会議場 代表取締役社長)
宮脇 雅俊 氏 (長崎商工会議所 会頭)

(4) 安全安心の取組みの可視化

【観光・MICE戦略における方針】

行政、観光・MICE施設、宿泊施設、交通事業者、飲食店等の様々な関係団体が行う感染症対策等安全安心の取組みについて、ニューノーマルの時代の新しい長崎の旅のスタイルとして可視化するとともに、状況に応じ適切に発信する。

【これまでの主な取組み】


一般旅行、修学旅行、MICE、それぞれの旅やMICE開催のスタイルに応じて、新型コロナウイルス感染症の基礎知識・緊急時の行動フローや「team NAGASAKI SAFETY」などの各観光事業者の感染症対策を一堂にまとめて「見える化」した「新しい長崎の旅スタイルガイドブック」を作成した。

(参考) 新しい長崎の旅スタイル (抜粋)



あんしん あんぜんのポイント


1



受付時の案内で館内の密をなくす

総合案内のスタッフが、館内の動線や人が密になりがちな場所の確認、閲覧コーナーへの誘導を行い、入り口付近の混雑を防ぎます。


2



速やかな検温入館後はスムーズに

サーモグラフィによるスピーディーな検温後、閲覧コーナーの密を避けるようスタッフが誘導、混雑時は別の動線を設けます。

3



来館予定者数をホームページにアップ

個人の来館者が混雑を回避できるよう、ホームページのトップ画面に団体客の人数と時間をアップ、スタッフが来館者数を共有するためにも活用しています。

各観光事業者の取組み

新型コロナウイルス感染症の疑いが発生した場合の行動フロー [1/2]

旅中に新型コロナウイルス感染症の疑いが出た場合

症状
経過
など

呼吸困難、倦怠感、発熱などの症状がある。
基礎疾患のある方で、軽い風邪の症状がある。
軽い風邪の症状が続いている。

長崎県観光相談センターへ連絡
TEL 0120-409-745 (土日祝も24時間対応)

対応可能な医療機関を案内

医療機関で医師による診断

【このタイミングでお願したいこと】

- ・症状二日間は特にけいれん等の行動変化と症状状況を確認し、濃厚接触の可能性がある方のリストアップをお願いします。陽性になった場合の対応に繋がります。
- ・同行者の中に、発熱や体調不良がないか確認しましょう。
- ・発熱方法を把握、発熱の自覚した時刻を把握しておきましょう。
- ・医療機関までの移動には、公共交通機関以外でお越しください。公共交通機関にはタクシーも含まれます。可能な限り乗っていただき、乗車中の会話や咳などをご利用ください。

行動フロー

【これからの主な取組み】

新しい長崎の旅ガイドブックを長崎市観光サイト「あっ！とながさき」や観光商品素材集等で周知を図ることで、訪問者の旅マエ、旅ナカ、旅アト、それぞれのフェーズに応じた情報を提供し、安全・安心に長崎を訪れていただけるように情報発信を行い、今後の観光客誘致につなげていく。

C-3 DMOを中心としたワンストップの誘客・MICE誘致を行う。

DMOと民間事業者との連携によるワンストップの情報発信と誘致活動を進め、誘客を図ります。また、観光ルートや観光ガイド、宿泊施設、交通アクセス等についてワンストップで案内できる機能をもった総合観光案内所を設置し、訪問客の利便性の向上を図る。

(1) デジタルプロモーションの促進

【観光・MICE戦略における方針】

旅行形態が団体旅行から個人旅行へと変化している中、デジタルプロモーションを促進することで、受け手ごとに応じた、タイミングやメディアツール、ニーズに即した情報を発信し、プロモーション効果の最大化を図る。

【これまでの主な取り組み】

(再掲) DMOにおいて、長崎市公式観光サイト「あっ!とながさき」及び、Facebook(日・英)を活用して国内外への情報発信を行っている。

【これからの主な取り組み】

令和3年度にDMOにおいて、「観光のDX化」に対応できるワンストップの仕組みと情報収集・発信の基盤を整備し、SNSを含むデジタルプロモーションを強化するとともに、効果的なプロモーションの仕組みづくりとCRM(顧客情報管理)によるマーケティングの確立を組織強化も含め検討・推進していく。

ア 訪問客

従来のようにWEBサイトから情報を探すだけでなく、自身の趣味嗜好にあった情報を受け取ることができる。また、商品の検索、予約、決済までを一つのサイトで完結する。

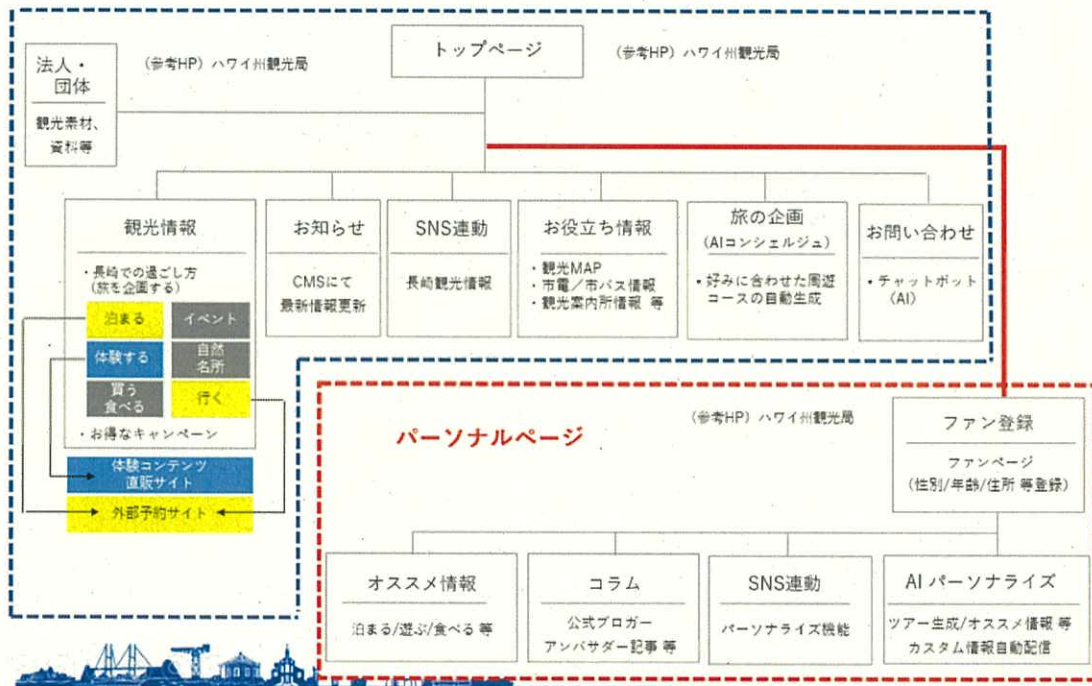
イ DMO

観光情報の一元管理により、最新情報をスピーディーに発信することができる。訪問客(ユーザーデータ・実際に訪れた人)から収集したデータを分析・活用して戦略的なプロモーションを行うことができる。

ウ 事業者

DMOとマーケティングデータの分析結果をタイムリーに共有でき、また、自ら情報を掲載・発信することができる。

訪問客向けWEBサイト：新規構築イメージ



(2) 旅マエ・旅ナカ・旅アトの情報発信

【観光・MICE戦略における方針】

旅マエ（旅行前のシーン）、旅ナカ（旅行中のシーン）、旅アト（旅行後のシーン）と、シーンごとにプロモーションをすべき業種、タイミング、そして適切な広告等の配信先を見極めながら効果的な情報発信を実施する。

旅ナカにおいては、訪問客が求める観光情報やコンテンツを円滑に提供できるよう、ワンストップで案内できる機能を持った新たな総合観光案内所を長崎駅に設置し、訪問客の利便性と満足度向上を図る。

【これまでの主な取組み】

（再掲）DMOにおいて、長崎市公式観光サイト「あっ！とながさき」及びFacebook（日・英）を活用して国内外への情報発信を行っている。

【これからの主な取組み】

（再掲）令和4年度のDMO本格稼働に向けて、DX（デジタルトランスフォーメーション）の推進と、SNSやAIチャットボット等ICTを活用し、ワンストップで情報収集・発信ができる仕組みを構築する。それにより、DMOにおいて、戦略的かつ効果的な誘致・プロモーション展開と、旅マエ・旅ナカ・旅アトにおけるタイムリーな情報発信が可能となることで、更なる誘客のための発信強化と、訪問客の満足度向上、消費拡大を図る。

また、AI機能の搭載やユーザーデータを分析・活用することで、デジタルマーケティングを強化し、訪問客の満足度向上と効果的な情報発信を促進していく。

(3) 多様な関係者と連携した誘客プロモーション

【観光・MICE戦略における方針】

観光・MICEに関わる各ステークホルダーが、各々にプロモーションを実施するのではなく、データの収集分析により策定した戦略に基づき、DMOを中心とし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。

また、MICEにおいては、出島メッセ長崎の施設運営者である(株)ながさきMICE、DMO及び市が主体となり、誘致ターゲットやセールス情報について情報共有し、役割分担を明確にして、大学や経済界、長崎県、長崎県観光連盟など関係団体と連携しながら誘致を推進する。

【これまでの主な取組み】

(再掲)DMOにおいて、長崎市公式観光サイト「あっ！とながさき」及び、Facebook(日・英)を活用して国内外への情報発信を行っている。

【これからの主な取組み】

(再掲)令和4年度のDMO本格稼働に向けて、DX(デジタルトランスフォーメーション)の推進と、SNSやAIチャットボットなどICTを活用し、ワンストップで情報収集・発信ができる仕組みを構築する。それにより、DMOにおいて、戦略的かつ効果的な誘致・プロモーション展開と、旅マエ・旅ナカ・旅アトにおけるタイムリーな情報発信が可能となることで、更なる誘客のための発信強化と、訪問客の満足度向上、消費拡大を図る。

また、AI機能の搭載やユーザーデータを分析・活用することで、デジタルマーケティングを強化し、訪問客の満足度向上と効果的な情報発信を促進していく。

(4) 日本政府観光局(JNTO)・九州観光推進機構・県等と連携した広域プロモーション

【観光・MICE戦略における方針】

インバウンドについては、対象市場や保有コンテンツを勘案し、JNTOや九州観光推進機構のほか長崎県や関係する自治体、長崎県観光連盟や交通機関などの民間事業者と連携した、効果的な広域プロモーションを実施する。

【これまでの主な取組み】

関係機関(JNTO、九州観光推進機構等)と連携し、SNS等を活用した情報発信や観光展への出展を実施してきた。

【これからの主な取組み】

ア JNTOとの連携

(ア) 体験型観光コンテンツのプロモーション

JNTOが運用する体験型観光コンテンツ紹介サイト「Experiences in Japan」に、2つの世界遺産、出島、料亭文化、まつり(長崎くんち)、平和、アートアクティビティ(伊王島 ISLAND LUMINA)の7つのコンテンツを掲載している。これらに加え、令和3年度に造成した新たなコンテンツについて、世界に誇れる素材として掲載してもらえるよう、磨き上げを行っていく。

(イ) JNTOを通じた地域観光情報発信

訪日旅行を検討する海外の旅行者に対して、JNTOのSNS等を活用した情報発信は訴求力が高いことから、季節を感じる体験型コンテンツを中心に、定期的な募集に沿って応募・提出していく。

(ウ) 地域コンサルティング

長崎の地域特性とコロナの収束状況等を踏まえ、JNTOからの助言をもらいながら、ターゲットを見極めていく。

(エ) MICEにおける情報発信

「出島メッセ長崎」の開業に伴い、DMO、行政、施設管理者と連携し国際会議の誘致に注力しており、令和元年度は観光庁の「コンベンションビューロー機能高度化事業」の支援を受け、JNTOとも連携しながら、国際会議誘致のMICEブランド構築、スキルアップに取り組んできた。また、令和2年度には、国際会議開催都市(16都市)の一つとして、英語版のパンフレットを作成いただいている。昨年度から官民連携してユニークベニュー・魅力的なプレ・ポストプログラムの充実を図っており、JNTOのサイトでも紹介いただける素材について、引き続き掲載をお願いしていく。

イ 九州観光推進機構・長崎県観光連盟との連携・役割分担

滞在期間が長く、より広域に移動する欧州・豪州の誘致・プロモーションについては、広域連携DMOである九州観光推進機構及び長崎県観光連盟等と連携し、ターゲットに訴求する効果的なプロモーションを実施する。

(5) 観光・MICE関連産業の活性化【基本方針D】

D-1 DMOを中心とした観光まちづくりの推進体制の充実を図る。

「長崎市版DMO」の一層の確立を図り、観光まちづくりの舵取り役として、域内マネジメントを行いながら、地域の稼ぐ力を引き出す。また、観光まちづくりを推進し、都市の魅力を高めていくために必要な新たな財政需要に適切に対応するため、持続的な財源となり得る宿泊税の導入の検討を進める。

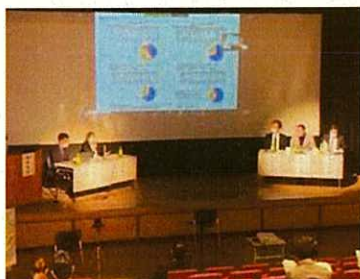
(1) 多様な関係者の観光まちづくりへの参画と合意形成の促進

【観光・MICE戦略における方針】

長崎商工会議所や長崎経済同友会などの経済団体、各事業者団体や長崎都市経営戦略会議、長崎青年協会や長崎青年会議所及び長崎大学などの組織と連携して、観光関連事業者だけでなく、市民やまちづくり団体、水産、農林事業者等の多様な関係者の参画を促し、合意形成を図りながらそれらの業務支援を行い、長崎市の地域が一体となった観光地域づくりを推進する。

【これまでの主な取り組み】

| 年度 | 内容 |
|-----|---|
| H29 | <ul style="list-style-type: none"> ●オール長崎でのDMOの形成に向け、講演会や意見交換会、分科会を開催した。 ●意見集約を得て、2月に「長崎市版DMOキックオフフォーラム」を開催し、3月に日本版DMOに登録された。 |
| H30 | <ul style="list-style-type: none"> ●マーケティングデータ等の分析結果の共有・活用、課題の解決を図るため、マーケティング委員会、マーケティングラボ、ワーキンググループを開催した。 |
| R元 | <ul style="list-style-type: none"> ●マーケティングラボ（DMOのプロジェクトについての報告会）を開催予定であったが、直前で、コロナの影響により中止。 |
| R2 | <ul style="list-style-type: none"> ●マーケティングラボ（「出島ワーフde朝活」プロジェクトの成果と課題）を開催し、プロジェクトの参画事業者とパネルディスカッション形式で実施した。 ●令和3年度から令和7年度を計画期間とする「長崎市DMO事業計画」を策定した。 |



令和2年度マーケティングラボ

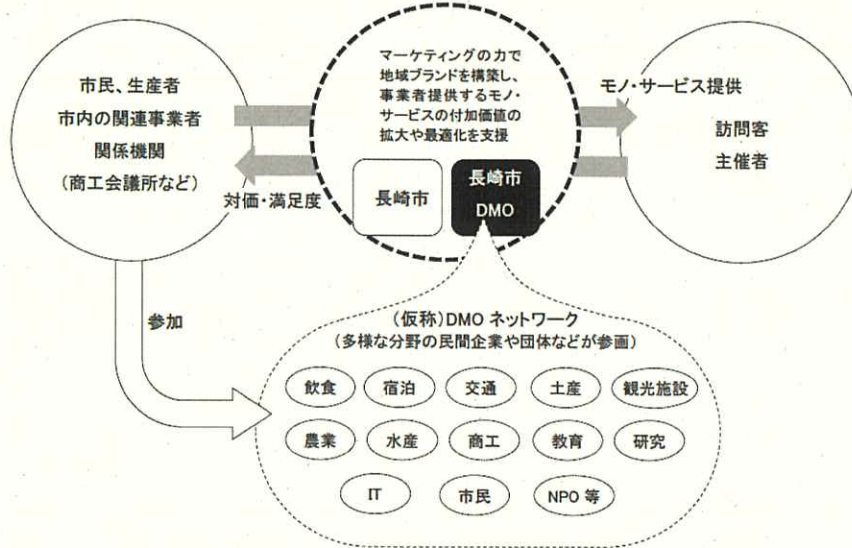


長崎市DMO事業計画

【これからの主な取組み】

ア DMOにおいて、多様な関係者が提供するモノやサービスの高付加価値化を図り、地域全体の活性化をめざし、交流・合意形成の場となる（仮称）DMOネットワークを観光地域づくりの地域プラットフォームとして構築する。

（例）長崎の食をテーマとしたネットワークワーキング
修学旅行の充実をテーマとしたワーキング など



イ 令和4年秋の宿泊税導入を目指し、関係機関及び団体等と協議・検討を進める。

(2) PDCAサイクルの確立

【観光・MICE戦略における方針】

DMOにおいては、「長崎市観光・MICE戦略」に基づく具体的な事業計画である「長崎市版DMO事業計画」を策定し、各種事業の進行管理の徹底を図る。また、データ収集・分析などに基づいた事業計画のもと、PDCAサイクルによる業務評価等を行う。

【これまでの主な取組み】

「長崎市観光振興計画2020」に基づき、「観光消費額」や「観光客数」等の振返りを実施し、長崎市の観光施策の効果を検証した。

【これからの主な取組み】

DMOが収集・分析する様々なデータを用い、長崎市の観光に関する最新状況をデータとコラムで解説・共有することで、DMOとしての多様な関係者の巻き込みと地域全体のマネジメント機能の強化を図る。

(3) 持続的な財源確保のための宿泊税の導入検討

【観光・MICE戦略における方針】

「訪問客への還元」という基本方針に基づき、宿泊税を導入して効果的な施策に活用することにより、宿泊客の増加、宿泊税の増収、新たなサービスの提供という好循環を生み出し、都市の魅力を高めていくうえで必要な新たな財政需要に適切に対応する。

【これまでの主な取組み】

令和元年度から令和2年度かけて、長崎市宿泊税検討委員会を設置し、有識者による検討を行った結果、「使途」、「課税要件」、「導入までの取組み」、「基金」の4項目についての提言を踏まえたうえで、「宿泊税を長崎市において導入することは適当である」とする報告書が提出された。

〈使途〉

提言1 宿泊税の使途となる観光振興施策については、「宿泊税の導入に係る基本的な考え方」を踏まえ、次の点に十分留意しつつ、方向性や優先順位を明確にしたうえで取り組む必要がある。

- ①宿泊税は、「訪問客への還元」という方針に基づき、現在、策定に向けた議論が進んでいる（仮称）長崎市観光・MICE戦略等（※）との整合を図るとともに、観光動向や経済状況等の変化に対応しながら、訪問客の再訪を促すような効果的な施策に充当すること。（※当時）
- ②基本的に、新規及び既存事業の拡充を中心に充当することとし、既存事業の財源の振替となることのないようにすること。
- ③納税者や関係事業者、市民等に対して使途の内容に関するわかりやすい説明、情報発信をしっかりと行っていくこと及び宿泊税の効果の検証を確実に実施すること。

〈課税要件〉

提言2 課税要件については、本委員会で示された案について、各項目の要件、考え方ともに一定の妥当性はあると判断されるが、これまでに各委員から出された意見や長崎市の観光を取り巻く状況、関係事業者の意見等も踏まえ、内容を更に精査したうえで決定することを求める。

〈導入までの取組み〉

提言3 関係事業者への意見聴取などを十分に行うとともに、納税者となる宿泊者への周知広報に努めるなど、導入への理解を得る努力を続け、長崎市の観光を取り巻く状況を把握したうえで、導入時期も含め、導入についての決定及び制度構築を行うことを求める。

〈基金〉

提言4 コロナ禍のような不測の事態や、緊急的な実施が長崎市の観光にとって有効であると判断される事業の実施等に対応する財源として宿泊税の一部を活用するための手法として、基金の設置についても前向きに検討されたい。

【これからの主な取組み】

令和4年秋の宿泊税導入を目指し、関係機関及び団体等と意見交換等を行いながら準備を進める。

D-2 民間事業者の稼ぐ力を向上させる。

観光・MICE関連産業の多様な関係者の人材育成を行うとともに、顧客ニーズに即したモノやサービスの高品質化に取り組み、観光・MICE産業の持続的成長を支える民間事業者の「稼ぐ力」を引き出す。さらに、訪問客のターゲットと提供するコンテンツに応じた、最適な流通形態を確立し、地域が稼ぐ仕組みづくりを進める。

(1) 観光・MICE関連産業の持続的成長を支える担い手づくり

【観光・MICE戦略における方針】

DMOにおいて、有償ガイドを育成する仕組みづくりを推進することにより、個人観光客やMICE参加者の多様なニーズに対応し、満足度の向上とリピーターの増加を図る。

また、長崎の地域活性化に資することを目的に設立された「長崎MICE事業者ネットワーク」に参画する事業者の充実を図り、MICE関連産業の持続的な成長を支える。

【これまでの主な取り組み】

ア 有償ガイドの育成

(再掲) 既存のまちあるきガイド団体や20代~30代を中心とした団体などと連携し、有償ガイド育成プログラムの策定や、モニターツアーのフィードバックによる課題を抽出した上でのスキルアッププログラムを策定した。また、口コミサイト(TripAdviser)に高評価を数多く集め拡散効果を高めるとともに、OTA(オンライントラベルエージェント)で売れるような仕組みづくりを行った。

- ・実施期間 令和2年11月12日~令和3年3月23日
- ・セミナー参加者 16名
- ・新たにインバウンド向けガイドとして育成した数 7名
- ・国内在住の外国人モニター参加者数 41名
- ・口コミサイトへの投稿数 163件

イ 長崎MICE事業者ネットワーク

152(令和3年3月現在)の地元企業・団体が会員となっている長崎MICE事業者ネットワークにおいては、業種の枠を越えて連携し、MICE業務の受注拡大を図り、地域の稼ぐ仕組みづくりの構築を目指し、取り組んでいる。

【これからの主な取り組み】

ア (再掲) ポストコロナを見据え、ガイド機会の提供ができる仕組みの構築と、ガイド育成のための研修会等を開催することで、コロナ禍におけるガイドのモチベーションの維持と、訪問客の満足度向上を図る。

イ 「長崎MICE事業者ネットワーク」が中心となり、主催者のニーズに即したモノやサービスを提供し、出島メッセ長崎等で開催される催事におけるMICE業務の地元受注の拡大を図る。

(2) 観光・MICEサービスの質の向上と高付加価値化

【観光・MICE戦略における方針】

DMOにおいて、サービスに関する満足度調査を定期的実施するとともに、PDCAサイクルに基づく事業評価と見直しを委員会などで行い、併せてサービス提供者へのフィードバックを行うことで、サービスの質の向上に繋がる仕組みを構築する。

また、地元事業者においては、国際会議などの主催者のニーズにも対応できるサービスの高付加価値化やビジネススキルの向上を図る。

【これまでの主な取組み】

(再掲) 152 (令和3年3月現在) の地元企業・団体が会員となっている長崎MICE事業者ネットワークにおいては、業種の枠を越えて連携し、MICE業務の受注拡大を図り、地域の稼ぐ仕組みづくりを目指し、取り組んでいる。

【これからの主な取組み】

「長崎市版DMO事業計画」に基づき、各種事業の進行管理の徹底を図る。また、データ収集・分析などに基づいた事業計画のもと、PDCAサイクルによる事業価値等を行うとともにその結果を事業者へフィードバックすることで、サービスの高品質化を図る。

(3) MICE需要の地元受注促進

【観光・MICE戦略における方針】

「長崎MICE事業者ネットワーク」が中心となり、業種の枠を越えて地元の民間事業者が連携し、MICE業務の受注拡大を図る。

【これまでの主な取組み】

長崎MICEスクール

株式会社ふくおかフィナンシャルグループ (FFG) 主催で、市やDMOなどが連携し、令和元年11月に「長崎MICEスクール」を開講した。MICEビジネスをキーワードに、地元企業が「稼ぐ力」を身につけ、「交流の産業化」を推進することで、地域経済の活性化を促すことを目的に取り組んでおり、MICEビジネスの地元受注拡大を図っていく。

期間：令和元年11月～令和3年7月

参加事業者数：70事業者 (令和3年5月現在)

【これからの主な取組み】

(再掲) 「長崎MICE事業者ネットワーク」が中心となり、主催者のニーズに即したモノやサービスを提供し、出島メッセ長崎等で開催される催事におけるMICE業務の地元受注の拡大を図る。

(4) 域内調達率の向上

【観光・MICE戦略における方針】

訪問客へのサービス提供にあたり、観光・MICE関連事業者が中心となって、地元の水産農林業等の事業者と連携を強化し、地元の食材等の積極的な購入を促進することで、域内調達率を向上させ、地域経済の活性化に取り組む。

【これまでの主な取組み】

(再掲) 152 (令和3年3月現在) の地元企業・団体が会員となっている長崎MICE事業者ネットワークにおいては、業種の枠を越えて連携し、MICE業務の受注拡大を図り、地域の稼ぐ仕組みづくりの構築を目指し、取り組んでいる。

【これからの主な取組み】

(再掲) 「長崎MICE事業者ネットワーク」が中心となり、主催者のニーズに即したモノやサービスを提供し、出島メッセ長崎等で開催される催事におけるMICE業務の地元受注の拡大を図る。

D-3 まちMICEプロジェクトを推進する。

MICE開催効果をまち全体に波及させるため、MICE参加者や同伴者の回遊を促進し、滞在時間と消費の拡大につなげるとともに、MICE開催をまち全体で歓迎し、おもてなし機運を醸成する「まちMICEプロジェクト」に取り組む。

(1) 歴史的建造物などのユニークベニューでの活用促進

【観光・MICE戦略における方針】

訪問客の滞在時間の拡大と満足度の向上に向けて、長崎らしさを感じられる歴史的建造物などユニークベニューとして利用可能な施設を拡充し、活用を図る。

【これまでの主な取組み】

令和2年度、DMOにおいて、ユニークベニューの活用可能性について調査及び課題の抽出を行い、活用可能な施設を紹介するガイドブック・WEBサイト（18施設）を作成した。

また、長崎MICEスクールのフィールドワークとして、ユニークベニューの実証実験を孔子廟において行った。

- ア 日時 令和2年11月13日（金）
- イ 場所 孔子廟（大成殿前広場）
- ウ 参加者 約50名
- エ 概要 長崎らしい飲食、花の提供
変面ショー、二胡演奏などのアトラクションの実施
新型コロナウイルス感染症対策の徹底

【これからの主な取組み】

令和2年度に整備したガイドブックを活用し主催者への提案を行い、ユニークベニューでの懇親会等の本格実施を開始するとともに、新たに活用できる場所の拡充を図る。

(2) MICE参加者向けアクティビティの充実

【観光・MICE戦略における方針】

MICE参加者又は同伴者が、MICE開催前後又は合間に気軽に参加でき、楽しむことができる周遊・滞在プログラムの充実を図る。

【これまでの主な取組み】

- ア 体験プログラムの造成
周遊・滞在を促すための体験プログラムを約30商品造成し、それらを紹介するガイドブック・WEBサイトを作成した。
- イ 飲食店情報システムの構築
MICE参加者向けに市内の飲食店など59店舗で携帯端末の画面やMICE主催者が出力したチラシの提示により、様々な特典を受けられる飲食店舗情報システムを構築した。

【これからの主な取組み】

ア 体験プログラムの造成

令和3年度は、造成した商品の磨き上げと新規コンテンツの造成により、滞在満足度向上と消費拡大を図る。

イ 飲食店情報システムの構築

令和3年度は長崎商工会議所と連携し、登録情報・店舗の更新等を行い、主催者に情報提供し、消費拡大につなげていく。

(3) まち全体のおもてなしの機運醸成

【観光・MICE戦略における方針】

MICEや市民公開講座等のサイドイベントの情報を市民に提供し、MICEへの参加やボランティア、通訳等として参画ができる仕組みづくりを行い、まち全体でMICE開催を歓迎する機運を醸成する。

【これまでの主な取組み】

DMOが中心となり、長崎MICE事業者ネットワーク、商店街等と長崎市が連携し、協働で出島メッセ長崎開業2年前イベント（令和元年度）及び開業1年前イベント（令和2年度）を開催し、出島メッセ長崎についての認知度と理解度を高めるとともに、地元事業者の参画意識の向上を図ってきた。

【これからの主な取組み】

ア FFG主催の開業イベントとの連携

FFG主催で開催予定の出島メッセ長崎こけら落としイベントと連携し、市域全体を巻き込む仕掛けづくりを行い、市域全体での開業機運を醸成する。

イ 学生ボランティアの人材育成及び仕組みづくり

(株)ながさきMICE及び長崎大学（経済学部）と連携し、MICEの意義・効果、MICEに関連した業務などの基礎知識を学ぶことで、新たなMICE人材の育成と、ボランティア等の参画促進に繋げる取組みを開始した。

学生ならではの視点で展開できるイベントの企画や実践等を通して、学生の将来の活躍の場につなげることを目的としており、「出島メッセ長崎こけら落としイベント」の一環として、実際に学生が企画したイベントを実施運営する予定である。

(ア) 期間 令和3年4月～12月（予定）

(イ) 対象学生 長崎大学経済学部 赤石孝次教授ゼミ生（2年生、3年生）

重要文化財建造物の保存整備

1 旧長崎英国領事館の保存修理・耐震対策を含めた保存整備

(1) 概要

明治41年の建設以来、大規模な修理等がなされておらず、地盤沈下や建物の傾斜、外壁の劣化等が進行している旧長崎英国領事館について、全体にわたる本格的な保存修理及び耐震補強工事を実施するとともに、公開活用に必要な防災施設等を整備する。

<建物概要>

| | | | |
|------|-----------|---------|----------------------------|
| 本館 | 煉瓦造2階建 | 棧瓦一部銅板葺 | 建築面積 464.70 m ² |
| 附属屋 | 煉瓦造平屋建 | 棧瓦一部鉄板葺 | 建築面積 109.4 m ² |
| 職員住宅 | 煉瓦造・木造2階建 | 棧瓦一部鉄板葺 | 建築面積 219.70 m ² |

(2) 事業概要

ア 保存修理、耐震補強工事

事業期間：平成27年度～令和7年度

本館：小屋組内鉄骨等補強、屋根復旧、外壁補修

附属屋：木造躯体復旧、外壁補修

職員住宅：復旧（屋根、塗装、建具）、素屋根解体

全体事業費：3,911,000千円（継続費）

イ 保存活用計画策定

事業期間：令和元年度～令和2年度

全体事業費：9,386千円

ウ 防災・活用施設整備

事業期間：令和3年度～令和7年度

令和3年度事業費：29,100千円（実施設計のみ）

(3) これまでの主な取組み

ア 保存修理、耐震補強工事

| | | |
|-------|---|-----------|
| H27年度 | 設計監理業務委託業務、保存修理工事を発注し契約 | 150,000千円 |
| H28年度 | 素屋根設置工事、本館・附属屋内装解体、職員住宅（煉瓦棟）内装解体、地盤改良杭施工ほか | 500,000千円 |
| H29年度 | 本館・附属棟内部の地盤改良工事、揚前（揚屋）工事に伴う土工事、本館外部解体格納ほか | 400,000千円 |
| H30年度 | 本館・附属棟の基礎補強工事、揚前（揚屋）工事、職員住宅（煉瓦棟）解体格納工事ほか | 450,000千円 |
| R元年度 | 本館、附属屋地下部分の免震ピット、免震装置設置工事、職員住宅煉瓦棟の耐震補強など | 400,000千円 |
| R2年度 | 本館、附属屋地下部分の免震ピット、免震装置設置工事、本館、附属屋、職員住宅煉瓦棟の耐震補強など | 400,000千円 |

イ 保存活用計画策定

| | | |
|------|----------------------------------|---------|
| R元年度 | 計画の概要、保存管理計画、部分部位の設定表及び写真帳、委員会開催 | 3,479千円 |
| R2年度 | 環境保全計画、防災計画、活用計画、保護に係る諸手続。委員会開催 | 5,907千円 |

(4) これからの主な取組み

ア 保存修理、耐震補強工事

| | | |
|---------------|---|-------------|
| R3年度 | 本館：小屋組内鉄骨補強、屋根復旧、外壁補修 附属屋：木造躯体復旧、外壁補修 職員住宅：（屋根、塗装、建具）復旧、素屋根解体 | 400,000千円 |
| R4～R7 （予定） | 本館、附属屋：各種補修・復旧 職員住宅：木造棟復旧、各種補修・復旧 塀復旧等の外構工事 | 1,211,000千円 |

イ 活用工事

旧長崎英国領事館活用の基本方針

- ・重要文化財としての価値や歴史に関する情報を発信
- ・領事の仕事や生活に関する情報を発信
- ・芸術の発信、人々の交流拠点

(ア)本館

- 1階 英国領事館の価値や歴史に関する情報を発信
- 2階 野口彌太郎に関する展示（絵画、資料、アトリエ展示等）

(イ)附属屋及びオープンテラス

英国の雰囲気を感じ、飲食を提供することも可能な交流・憩いの場として活用

(ウ)職員住宅

ミュージアムショップ、貸室等として多目的に活用

(エ)その他

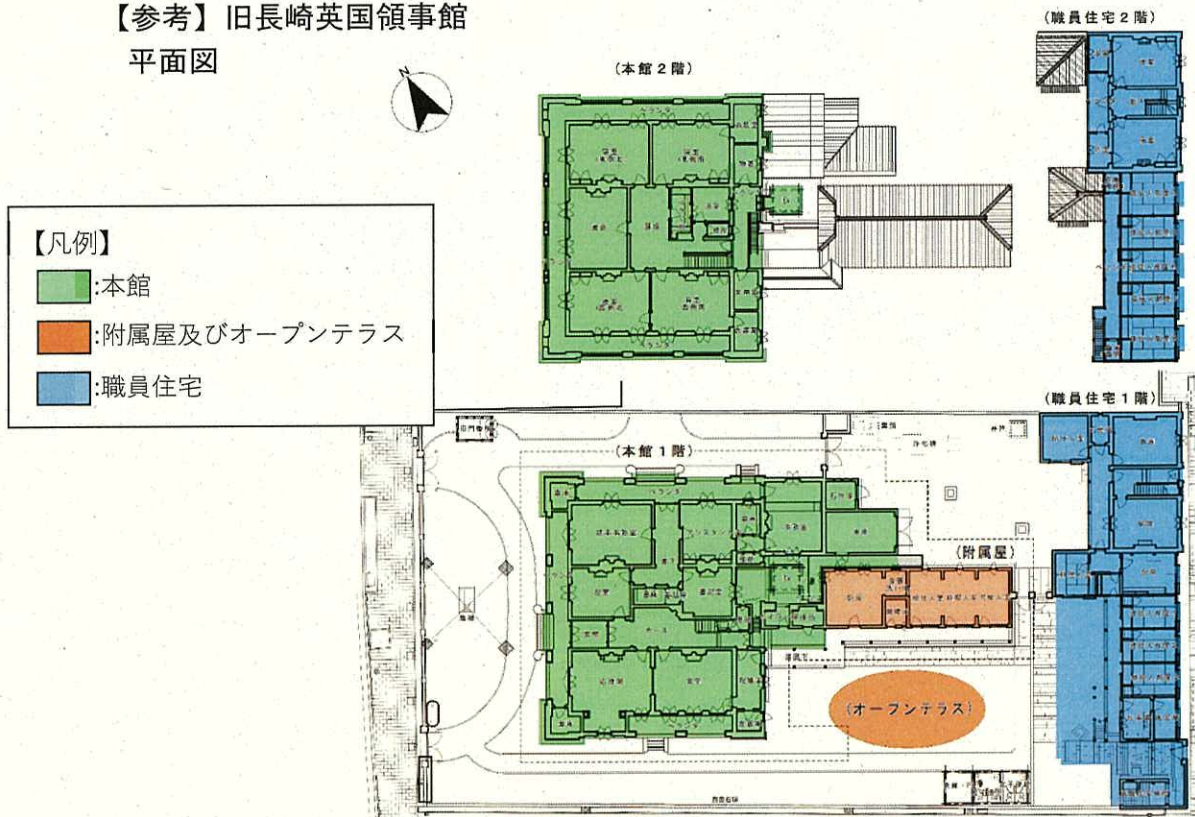
エレベータ、屋外便所等の設置

ウ 防災工事

防犯設備（監視カメラ・各種センサー）及び消火設備（屋内消火栓）等を整備

【参考】旧長崎英国領事館

平面図



※別添：スケジュール表

2 旧グラバー住宅の保存修理・耐震対策工事

(1) 概要

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」の構成資産である国指定重要文化財旧グラバー住宅について、適切な保存を図り、施設利用者の安全を確保するため、耐震補強を含む保存修理工事を実施する。

<建物概要>

主 屋 木造平屋建 棧瓦葺 建築面積 510.8 m²
 附 属 屋 木造平屋建 棧瓦葺 建築面積 129.2 m²

(2) 事業概要

①保存修理、耐震補強工事（事業期間：平成30年度～令和3年度）

- ア 屋根瓦の葺き替え
- イ 外部：漆喰壁の改修、柱・建具枠の塗装改修
- ウ パントリー（主屋、附属屋の接続部分）のガラス屋根の改修
- エ 内部：床板・天井紙・漆喰壁の改修、建具の塗装改修
- オ 敷地内雨水排水側溝、溜桧の改修等
- カ 煉瓦煙突の補強
- キ ベランダ廻りの柱と梁の接合部金物補強
- ク ベランダ外側の柱脚補強
- ケ 温室部分の屋根・柱の補強
- コ 柱の浮き上がり防止のコンクリート基礎の設置等

全体事業費：471,600千円（継続費）

(3) これまでの主な取組み

①保存修理、耐震補強工事

| | | |
|-------|--|-----------|
| H30年度 | 仮設工事（素屋根設置） | 43,300千円 |
| R元年度 | 屋根瓦一時取り外し保管 内外部解体工事（漆喰壁、天井紙解体等） 屋根工事（瓦製作、土居葺）、基礎・軸部・煙突耐震補強 | 197,000千円 |
| R2年度 | 木工事（床、野地板、土居葺き）、左官壁工事（下地） 煙突耐震補強、小屋裏電気工事、内外装工事（塗装、漆喰、唐紙） | 20,000千円 |

(4) 今後の主な取組み

①保存修理、耐震補強工事

| | | |
|------|--|-----------|
| R3年度 | 内外装工事（床敷材、塗装、漆喰、唐紙、カーテン） 外構工事（植栽）、素屋根解体工事 | 211,300千円 |
|------|--|-----------|

(5) 旧グラバー住宅展示設計整備業務

①概要

旧グラバー住宅保存修理工事に合わせ、旧グラバー住宅の展示内容をリニューアルするにあたり、「旧グラバー住宅保存活用計画」及び「旧グラバー住宅修復・公開活用計画」に基づき、展示の設計及び整備を行う。

②展示方針

- ア 重要文化財建造物としての価値を示す（建物の価値）
- イ グラバーの偉業や暮らしぶりを示す（建物の役割）
- ウ 学びの場としての活用

③これまでの主な取組み

| | | |
|--------|--|-----------|
| R 2 年度 | <p>(1) 展示基本設計</p> <p>ア 施設内配置計画（ゾーニング）、空間構成計画及び動線計画の作成</p> <p>イ 展示物、展示シナリオ、展示手法の検討 各展示アイテム検討</p> <p>ウ 展示構成リストの作成</p> <p>エ 基本設計図等の作成（平面図、展開図）</p> <p>オ 展示エリアのイメージパース図の作成</p> <p>カ 製作・施工の概略工程計画</p> <p>キ 展示維持管理費に係る概算費の算出</p> <p>(2) 展示実施設計</p> <p>ア 展示内容、演出方法、設備計画の確定</p> <p>イ 意匠図（平面図・立面図・断面図）の検討</p> <p>ウ 展示種別細目の検討</p> <p>エ 実施設計図等の作成</p> <p>オ 展示設備・機器・備品等のリストの作成</p> <p>カ 維持管理費の算出、設計書の作成</p> <p>キ 整備施工工程計画の作成</p> | 3,371 千円 |
| R 3 年度 | <p>(3) 展示整備</p> <p>展示実施設計に基づき、展示設備・機器・備品等の作製・調達を行い、旧グラバー住宅に設置する。</p> | 22,550 千円 |

④今後の主な取組み

| | | |
|--------|--|-----------|
| R 3 年度 | <p>(3) 展示整備</p> <p>展示実施設計に基づき、展示設備・機器・備品等の作製・調達を行い、旧グラバー住宅に設置する。</p> | 22,550 千円 |
|--------|--|-----------|

3 旧オルト住宅の保存修理・耐震対策工事

(1) 概要

グラバー園内にある国指定重要文化財旧オルト住宅について、施設の適切な保存を図るとともに利用者の安全を確保するため、保存修理及び耐震対策工事を行う。

<建物概要>

| | | | | | |
|-------|-------|-----|-----|------|----------------------|
| 主 屋 | 木及び石造 | 一階建 | 棧瓦葺 | 建築面積 | 504.1 m ² |
| 附 属 屋 | 煉瓦造 | 一階建 | 棧瓦葺 | 建築面積 | 108.1 m ² |
| 倉 庫 | 煉瓦造 | 一階建 | 棧瓦葺 | 建築面積 | 12.5 m ² |

(2) これまでの主な取組み

①耐震診断事業

事業期間：令和元年度～令和2年度

事業費：41,600千円

②耐震診断業務委託

令和元年度：構造体調査、地盤調査、報告書作成

令和2年度：構造体調査、物性調査、構造診断、構造補強案作成、構造補強工事費概算算定、報告書作成

(3) 今後の主な取組み

令和元年度から令和2年度において実施した耐震診断の結果を踏まえ、令和4年度から令和7年度に耐震補強工事を含めた保存修理を行う。

4 旧リンガー住宅の耐震診断

(1) 概要

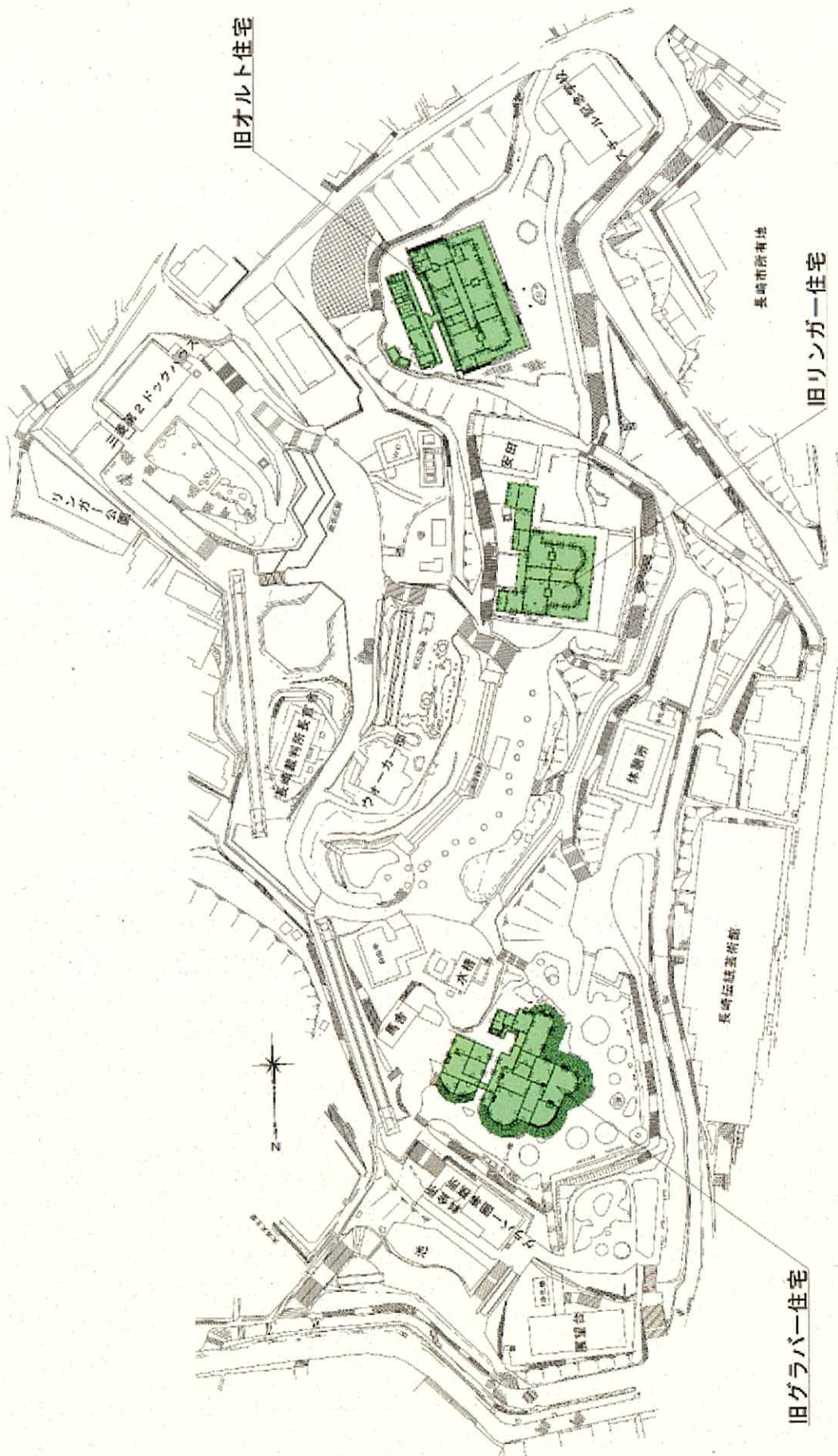
グラバー園内にある国指定重要文化財旧リンガー住宅について、施設の適切な保存を図るとともに利用者の安全を確保するため、令和5年度～令和6年度に保存修理に向けた耐震診断を行う予定としている。

<建物概要>

| | | | | | |
|-----|-------|-----|-----|------|----------------------|
| 主 屋 | 木及び石造 | 一階建 | 棧瓦葺 | 建築面積 | 385.0 m ² |
|-----|-------|-----|-----|------|----------------------|

(2) 今後の主な取組み

令和5年度から令和7年度において耐震診断を実施し、令和8年度～令和11年度に保存修理及び耐震対策工事を行う。



配置図

※別添：旧グラバー住宅、旧リンガー住宅、旧オルト住宅工程表

5 伝統的建造物（マリア園）の保存整備・耐震対策

(1) 概要

国選定重要伝統的建造物群保存地区内の伝統的建造物であるマリア園について、民間所有者が実施する保存修理・耐震対策事業の費用の一部に対して、国・県の補助を伴い助成を行っている。

<建物概要>明治31年（1898）建築。煉瓦造、3階建（木造軸組み）

(2) 事業の経緯

児童養護施設として活用されていたマリア園を、森トラスト株式会社が平成29年7月に購入し、ホテル開業を目指す。

平成30年度と令和元年度には耐震診断・耐震補強設計及び外壁修理工事（煉瓦表面補修など）を実施した。また令和2年度には、街路に面したブロック塀の一部を、過去の写真資料に基づき煉瓦塀風の鉄筋コンクリート塀に修景した。

※補助率

修理事業（耐震診断・耐震補強設計、外壁修理工事）：対象事業費の2/3

修景事業：対象事業費の1/2、上限6,000千円

(3) これまでの主な取組み

| | | | |
|-------|-----------|----------|-----------------|
| H30年度 | 耐震診断・設計 | 25,855千円 | (総事業費 38,783千円) |
| R1年度 | 耐震設計・外壁修理 | 37,567千円 | (総事業費 56,351千円) |
| R2年度 | ブロック塀修景 | 6,000千円 | (総事業費 23,500千円) |

(4) 今後の主な取組み

令和3年度から令和5年度にかけて保存修理・耐震補強工事を実施し、竣工後、令和5年12月にホテルとして開業予定。

R3年度 耐震補強工事 91,948千円 (総事業費 137,922千円)

| 区分 | 月 | H30年度 | | | R元年度 | | | R2年度 | | | R3年度 | | | R4年度 | | | R5年度 | | |
|---------|---|-------|----|---|------|----|---|------|----|---|------|----|---|------|----|---|------|----|-----|
| | | 7 | 11 | 3 | 7 | 11 | 3 | 7 | 11 | 3 | 7 | 11 | 3 | 7 | 11 | 3 | 7 | 11 | 3 |
| 耐震診断・設計 | | | ● | ● | ● | ● | ● | ▶ | | | | | | | | | | | |
| 外壁修理工事 | | | | | | | | ● | ▶ | | | | | | | | | | |
| ブロック塀修景 | | | | | | | | | | ● | ▶ | | | | | | | | |
| 耐震工事 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ※ ● |

<位置図>



6 市指定史跡心田庵の保存整備及び活用

(1) 概要

市指定史跡心田庵の劣化が著しい建物や庭園等の整備・活用方針を定めた保存活用計画を策定し、史跡内の庭園及び建物等の整備を行う。

(2) 事業の経緯

心田庵は、平成 24 年 1 月に民間から寄贈を受け、平成 25 年 2 月に市指定史跡となった。春と秋にそれぞれ 20 日間程度一般公開を行い、それ以外の期間は施設（和室・茶室・庭園含む）の貸出しを行っている。（令和 3 年度からは検討・整備のため一時休場）

(3) 今後の主な取組み

令和 3 年度において有識者から意見を聴取し、保存活用計画を策定する予定としている。令和 5 年度から令和 6 年度にかけて、保存活用計画に基づいた史跡内の整備を行う。

| 区分 | R3 年度 | | | R4 年度 | | | R5 年度 | | | R6 年度 | | |
|----------|-------|----|---|-------|----|---|-------|----|---|-------|----|---|
| | 7 | 11 | 3 | 7 | 11 | 3 | 7 | 11 | 3 | 7 | 11 | 3 |
| 保存整備委員会 | ● | ● | ● | | | | | | | | | |
| 保存活用計画策定 | → | | | | | | | | | | | |
| 建築審査会 | | | | | ↔ | | | | | | | |
| 庭園・建物等改修 | | | | 設計 → | | | 施工 → | | | | | |

旧長崎英国領事館保存整備事業(スケジュール)

| 事業年度 | 平成27年度 | | | | 平成28年度 | | | | 平成29年度 | | | | 平成30年度 | | | | 令和元年度 | | | | 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 | | | |
|----------------------------|-----------------------------------|--|---|----|--------|---|---|----|--------|---|---|----|--------|---|---|----|--|-------------------------|---|----|------------------------------|---|---|----|-----------|---|---|----|-----------|---|---|----|-------|---|---|----|-------|---|---|----|-------|--|--|--|
| | 月 | 4 | 7 | 10 | 1 | 4 | 7 | 10 | 1 | 4 | 7 | 10 | 1 | 4 | 7 | 10 | 1 | 4 | 7 | 10 | 1 | 4 | 7 | 10 | 1 | 4 | 7 | 10 | 1 | 4 | 7 | 10 | 1 | 4 | 7 | 10 | 1 | 4 | 7 | 10 | 1 | | | |
| 保存 修理 | 1 期 工 事 | 1期工事①(建物の解体・格納、土留、素屋根及び揚屋工事) 受注額:1,174,967,640円 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | 1期工事② 受注額:5,011,200円 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 設計監理業務等(1期工事) 受注額:319,091,400円 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 期 工 事 | | | | | | | | | | | | | | | | | 2期工事(建物の構造補強、保存修理工事) 受注額:1,929,647,600円 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | 設計監理業務等(2期工事) 受注額:463,938,160円 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 防 災 活 用 展 示 | | | | | | | | | | | | | | | | | 保存活用計画策定 受注額:9,288,400円 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | (防災・活用設計) 予算額:29,100,000円 | | | | (防災・活用整備) | | | | (展示設計・整備) | | | | | | | | | | | | | | | |

旧グラバー住宅・旧オルト住宅・旧リンガー住宅工程表

| | 平成27年度 | | | 平成28年度 | | | 平成29年度 | | | 平成30年度 | | | 令和元年度 | | | 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 | | | 令和8年度 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------|-----------------|------|------|--------|------|------|--------|------|------|--------|------|------|-------|------|------|-------|------|------|-------|------|------|-------|------|------|-------|------|------|-------|------|------|-------|------|------|--------------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| | 4~7 | 8~11 | 12~3 | 4~7 | 8~11 | 12~3 | 4~7 | 8~11 | 12~3 | 4~7 | 8~11 | 12~3 | 4~7 | 8~11 | 12~3 | 4~7 | 8~11 | 12~3 | 4~7 | 8~11 | 12~3 | 4~7 | 8~11 | 12~3 | 4~7 | 8~11 | 12~3 | 4~7 | 8~11 | 12~3 | 4~7 | 8~11 | 12~3 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 保存修理事業（委託） | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 旧グラバー住宅耐震診断業務委託 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 旧オルト住宅耐震診断業務委託 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 旧グラバー住宅展示設計業務委託 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 保存修理事業（工事） | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 旧グラバー住宅保存修理・耐震 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 旧オルト住宅保存修理・耐震 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 旧リンガー住宅（令和8年度～令和11年度を予定） | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |