

## 観光客受入対策特別委員会 調査報告書

本委員会は、国内外の観光客の増加が予想される中、観光客の満足度を向上させるための現状と課題を把握し、観光客受入対策に係る施策の推進に寄与するため、観光客の満足度向上に向け、観光立国ショーケースの選定に伴う取り組みや本市独自の歴史や文化、夜景などを組み合わせた魅力創出のための方策について鋭意検討を行った。

以下、調査の過程で出された主な意見、要望を付して、本委員会のまとめとする。

### 1 長崎市の観光客受入の現状について

#### (1) 平成27年長崎市観光統計

##### ア 全国の観光動向

日本人国内延べ旅行者数は、前年同期比0.5%増の6億6,293万人、日本人国内旅行消費額は、前年同期比8.3%増の21兆7,000億円、国内旅行1人当たりの旅行単価は、前年同期比7.7%増の3万2,764円である。

次に、訪日外客数は、前年比47.1%の増の1,973万7,400人で過去最高であり、国・地域別で見ると、中国が前年比107.3%増の499万3,800人で過去最高、全体構成比でも25.3%となっている。また、そのほか伸び率が高いのは、フィリピン、韓国、香港の順となっており、それぞれ大幅に増加している。さらに、外国人延べ宿泊者数は、前年比45.4%増の6,117万6,500人泊であり、訪日外国人旅行消費額については、前年比71.5%増の3兆4,771億円で、1人当たりの旅行支出は、前年比16.5%増の17万6,168円となっている。

##### イ 長崎市の観光動向

平成27年の観光客数は、前年比6.1%増で過去最高の669万3,800人であり、その内訳として、宿泊客数は、前年比5%増の287万9,800人、日帰り客数は、前年比7%増の381万4,000人となっている。また、個人客は、前年比4.9%増の565万3,900人、団体客数は、前年比13.4%増の103万9,900人である。さらに、団体客のうち、一般団体客数は前年比17.5%増、学生団体客数（修学旅行）については4.2%増となっている。

次に、外国人延べ宿泊客数は、前年比59.2%増で、これも過去最高の33万8,282人泊であり、クルーズ船入港数も過去最高の131隻が入港し、クルーズ乗客・乗務員数についても過去最高の43万4,543人となっている。また、観光消費額については、前年比10.1%増で過去最高の1,368億3,446万円であり、観光客1人当たりの市内観光消費額は、全体で前年比3.7%増の2万442円、宿泊客が前年比4.8%増の2万9,604円、日帰り客が前年比2.8%増の1万3,524円となっている。

今回の、観光動向に影響を与えた増加の要因としては、「明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業」の世界文化遺産登録、クルーズ船の入港数の増加が考えられる。その一方で、MICE参加者数については、平成26年は長崎がんばらば国体・大会があったことから、その反動で平成27年は減少している。

## (2) 長崎市観光振興計画2020の施策体系

長崎市は、平成28年度から東京オリンピック・パラリンピックが開催される平成32年度までの5カ年の観光振興に係る施策体系を示した「長崎市観光振興計画2020」を策定した。

長崎市観光振興計画2020では、課題として①長崎独自の観光資源のさらなる磨き上げが必要であること、②戦略的な事業展開のためのデータ分析と効果的な情報発信やプロモーションが不十分であること、③増加する外国人観光客の受け入れや、そのリピーター確保のための態勢整備、おもてなしの充実が不十分であること、④観光消費の拡大に向けた仕掛けづくりが必要であること、⑤広域観光の推進に向けた他の自治体等との連携強化や受け入れのための交通基盤整備の推進が必要であること、⑥持続可能な推進体制の構築が必要であることの6項目を挙げている。

そして、これらの課題を克服するため、基本施策として①長崎独自の歴史・文化等の資源磨き、②ビッグデータ等の分析に基づくマーケティングの推進、③受入態勢の整備とおもてなしの充実、④観光消費拡大の仕掛けづくり、⑤広域連携の強化の5点を掲げ、さらに、重点施策として、①候補も含めた世界遺産の保存整備と活用、②夜景観光の進化、③外国人観光客誘致の取り組みの推進を掲げ、また、重点エリアとして、重点施策の対象エリアや集客の効果が高いエリアを考慮し、①中心市街地エリア、②浦上エリア、③外海エリア、④端島を中心とした南部エリアを設定している。

以上に基づく施策の展開により、計画の最終年度となる東京オリンピック・パラリンピックが開催される平成32年度の重要業績評価指標、いわゆるKPIとして、①観光客数を710万人とすること、②観光消費額を1,600億円とすること、③観光消費単価を2万2,536円とすること、④就業者誘発数を県内で3万5,600人とすること、⑤観光満足度を60%とすること、⑥リピーター率を国内観光客を67%、海外観光客を14.5%とするこの6つの指標を設定している。

また、計画の推進体制として、PDCAサイクルによる進行管理をしっかりと行い、産学官と連携して体制の強化を図っていくこととしている。さらに、持続可能な推進体制の構築については、オール長崎市で取り組むという観点から、長崎市版DMOを確立することとしている。

## (3) 平成28年度文化観光部の主な取り組みについて

平成28年度の文化観光部の重点化方針として、観光資源となる歴史・芸術文化・食・文化財・景観を保存・活用し、にぎわいの創出により、交流人口の拡大を図ること、また、滞在型・通年型・交流型観光の推進により、観光消費額の増加を促し、雇用の創出につなげることを掲げ、それぞれの事業に取り組むこととしており、その実現のため、①長崎独自の歴史・文化等の資源磨き、②ビッグデータ等の分析に基づくマーケティングの推進、③受入態勢の整備とおもてなしの充実を重要施策としている。

#### (4) 平成28年熊本地震の観光への影響と対応

平成28年熊本地震の影響としては、被災地にとどまらず、長崎市にも観光客減少の影響があった。それに対する長崎市の対応として、旅行会社等に対し、地震後の長崎市内の状況に関する情報を的確に伝えるため、長崎市内のライフライン、交通機関、市内宿泊施設、観光施設等について、通常どおり営業を行っているという情報を発信し、修学旅行などへの影響を緩和する措置を行った。あわせて、長崎県や九州観光推進機構の取り組み状況を共有し、長崎市の公式観光サイト「あっ！とながさき」において、国内外の観光客に対し、同様の情報発信を行ったところである。また、平成28年5月20日から22日にかけて、九州各県の都市が、東京、台湾、香港で観光客誘致のプロモーションを実施する中で、長崎市も参加し、誘客に努めたところである。さらに、修学旅行については、大手旅行会社への情報提供を行うとともに、宿泊施設と連携して、今後の修学旅行実施数の確保に取り組んだところである。

#### (5) 九州主要都市の観光宣伝活動予算

長崎市と九州主要都市8市（佐世保市、福岡市、北九州市、佐賀市、熊本市、大分市、宮崎市、鹿児島市）について、観光客数、外国人延べ宿泊者数、観光消費額などを調査した結果、平成28年度予算において、長崎市全体の予算に占める観光宣伝に係る予算の割合は9市のうち4位、観光全体の予算に占める観光宣伝に係る予算の割合は6位となっている。

以上、長崎市の観光客受入の現状について、本委員会では次のような意見・要望が出された。

- 修学旅行については、一度来なくなると行き先が固まってしまうため、熊本地震による減少を取り戻す努力をしてほしい。
- 外国人観光客へのアンケートについては、ニーズをきちんと掌握できるよう努めてほしい。
- お互いが競い合う地方創生の中で、観光に対する予算はしっかり獲得してほしい。
- 新幹線西九州ルートに係る事業はストップして、その分の予算を観光施策にかけてほしい。
- 観光統計については、実際に長崎市で商業や観光業を営む人たちの状況を把握できるような調査をしてほしい。
- 世界新三大夜景の認定などで長崎市の観光客は伸びているが、伸びているときにこそ、もっと観光宣伝をするべきである。
- 観光を主要産業とするならば、長崎市の観光に係る組織体制について、もっと人員をふやし、強化するべきである。

## 2 観光立国ショーケースの概要について

### (1) 観光立国ショーケースの概要

平成28年1月29日、長崎市は北海道釧路市及び石川県金沢市とともに、観光庁から観光立国ショーケースに選定された。観光立国ショーケースとは、多様な地域観光資源を生かし、世界に通用する魅力ある観光地域づくりを推進することで、訪日外国人旅行者を地方へ誘客するモデルケースを確立しようとするもので、長崎市は、世界遺産や世界新三大夜景、歴史やまち並み、豊かな食文化など、多種多様な観光資源に恵まれていることから、訪日外国人旅行者の誘致のトップランナーになる潜在能力がある都市として選定されたものである。

観光立国ショーケースにおけるモデルケースとなる都市の取り組みとして、まず、観光地づくりのかじ取り役として、宿泊施設、交通事業者のみならず、商工業、水産農林業などさまざまな業種における関係者の合意形成やマーケティング等に基づく戦略策定、各種事業のマネジメントなどを行う日本版DMOの確立が求められている。そのほか、地域資源を生かし、訪日外国人旅行者に売り込めるコンテンツを磨き上げ、満足度の高い滞在プログラムを提供すること、訪日外国人旅行者が快適・円滑に滞在・周遊を楽しむためのストレスフリーの環境を整備すること、地域の観光需要を増加させ、地域産品の販路開拓等を図るため、地域の魅力を積極的に発信することなどが求められているところである。これらの取り組みにより、平成32年の東京オリンピック・パラリンピック開催までに、多くの外国人旅行者に選ばれる観光立国を体現する観光地域を目指し、その取り組みに対し、国は関係省庁連携支援チームを設置し、関係省庁が連携して、財政支援を含めた支援を行うこととなっている。

### (2) 長崎市における観光立国ショーケース化（全体構想）

長崎市におけるショーケース化の位置づけとして、平和都市としての知名度や、2つの世界遺産（候補を含む。）及び世界新三大夜景などの素材を活用するとともに、地域の食、文化、自然などの資源を世界に通用するレベルまで磨き上げることにより、満足度の高い滞在と消費拡大を実現すること、また、従来の取り組みの中で顕著化した新たな課題に対し「攻め」の受入環境整備を推進するとともに、ビッグデータ等に基づくマーケティング戦略の実施及び地域ブランドの確立を進めることとしている。その中で、観光地域づくりの体制、観光資源、訪日外国人観光客の実態などの現状を分析していくに当たり、ショーケース化に向けた目標を定めており、この目標値は、長崎市観光振興計画2020の目標値と合致するものである。

### (3) 観光立国ショーケースの具体的な取り組み（案）

#### ア 日本版DMOの確立

平成28年4月22日、一般社団法人長崎国際観光コンベンション協会が、長崎市におけるDMO候補法人として観光庁から登録されたため、さまざまな関係者の合意形成を図りながら、長崎国際観光コンベンション協会を中心とした組織形成を図っていく。

特に平成28年度は、ビッグデータ等を活用した科学的な現状分析とそれに基づくインバウンド戦略を策定する。

#### イ 観光資源の磨き上げ

夜景観光まちづくりの推進、世界遺産や教会群を初め、豊かな歴史・文化、食などの観光資源を生かした滞在・交流コンテンツの充実など、満足度の高い滞在プログラムを提供するための取り組みを進めていく。

#### ウ ストレスフリーの環境整備

ICTを活用した多言語による来崎時の観光情報やサービスの提供、民間との協同による無線LAN環境等の面的拡大、けが・病気の際の医療機関における受入態勢の強化など、外国人観光客の増加に伴い発生する新たな課題に官民連携して取り組むことで、外国人観光客がひとりでも安心して滞在や周遊を楽しめる環境を整える。

#### エ 海外への情報発信

平和都市としての知名度を生かし、世界遺産を初めとする地域の魅力を積極的に発信することにより、地域の観光需要の増加、地域産品の販路開拓等を図るものであり、東京オリンピック・パラリンピックの開催を見据え、羽田、成田、関西空港などの主要空港利用者の誘客促進を行うこととしている。

### (4) 観光立国ショーケースの2020年までの年次計画（案）

観光立国ショーケースの取り組みが東京オリンピック・パラリンピック開催の平成32年を最終年度としていることから庁内関係部局との推進体制構築、観光資源の磨き上げ、ストレスフリーの環境整備、海外への情報発信及び長崎市版DMOの確立について、平成28年から平成32年までの5年間を期間とする年次計画を作成している。

その中で、長崎市版DMOの確立については、国が定めるDMOに求められる機能及び組織体制のレベル1からレベル3までの区分のうち、3年目の平成30年には最も高いレベル3を達成するスケジュールで組織の確立を進めていく考えである。これに伴い、海外への情報発信についても、DMOがレベル3を達成する平成30年以降をめどに、事業主体を長崎市からDMOへシフトしていくことが望ましいとしている。

なお、レベル1からレベル3までの区分において、求められる機能は次のとおりである。

#### ア レベル1

①ビッグデータ等を活用したデータ分析、②KPIの設定・PDCAの導入、③官民連携による観光地域づくりのビジョン策定

#### イ レベル2

レベル1の機能に加えて、①ワンストップサイトの活用等による本格的マーケティング、②観光産業を中心とするプラットフォームの形成

#### ウ レベル3

レベル1及びレベル2の機能に加えて、①地域資源を活用する多様な主体のプラットフォームの形成、②安定的な財源確保による自律的経営の実施、③専門的人材の確

保と育成、④民間投資の拡大、⑤広域連携

### (5) アジア・国際観光戦略による主な取り組み

平成23年に策定した長崎市アジア・国際観光戦略及びアクションプランに基づき、受入態勢の整備と誘致・情報発信に取り組んできた。受入態勢の整備については、国から地方拠点として認定される中で、国の支援を受けながら、多言語コールセンターの整備、交通拠点における多言語化などに取り組んできたが、平成27年度には、グラバー園や平和公園、稲佐山展望台などの主要な観光施設10カ所及び路面電車の全電停39カ所に公衆無線LAN環境を整備し、また、飲食店における多言語メニューの導入促進、浜んまち商店街における消費税免税手続一括カウンターの整備など、地域消費の拡大につながる取り組みを、官民連携して進めたところである。

また、誘致・情報発信については、長崎空港、福岡空港に直行便が就航する国・地域を対象に、市場の成熟度やニーズに応じた誘致・PRを行った結果、チャーター便誘致を初めとする誘客が促進され、平成27年の外国人延べ宿泊者数は、前年比約1.6倍の33万8,282人と過去最高となった。

以上、観光立国ショーケースの概要について、本委員会では次のような意見・要望が出された。

- Wi-Fi環境の整備については、まずは行政が主導して取り組み、世界遺産候補となっている外海地区などに力を入れて整備してほしい。
- ショーケース化に向けた目標のうち、就業者誘発数については、事業者アンケートをとって、実際の誘発につながっているのかしっかりと調査してほしい。
- 長崎を題材としたドラマなどのロケ地のPRのため、パンフレットや案内板を作成してほしい。

### 3 日本版DMOについての専門家との意見交換会

国土交通省九州運輸局観光部観光振興課長を招聘し、日本版DMOについての意見交換を行った。

同課長から、まず、「日本版DMOの形成・確立の促進」と題し、一般的なDMOの組織、日本における観光の重要性、政府の取り組み、海外におけるDMOの事例、日本におけるDMO形成・確立の必要性などについての説明を受けた後、各委員と地域DMO間の連携のあり方、世界水準のDMOについての考え方、DMOが果たす役割、DMOの自主財源確保の仕組み、外国人旅行消費額の伸びについての考え方、DMO候補法人の概要などについて意見交換を行った。

その中で同課長からは、まだ国としても日本版DMOについての具体的な方向性は決まっておらず、今後、DMO候補法人にヒアリングする中で、DMOとして足りない点について把握しながら、地域が自立し、独自性を出せるよう支援していきたいという説明があった。

## 4 長崎市版DMOの概要について

### (1) 日本版DMO候補法人登録までの経緯

平成26年度から、関係団体と協議や勉強会等を重ね、平成28年3月に長崎国際観光コンベンション協会が候補法人として登録申請を行った。これは、長崎国際観光コンベンション協会が、観光及びコンベンション事業の振興等を図り、社会公共の福祉増進などに寄与することを目的として設立された団体で、474の会員からなり、多くの観光事業者との連携を図っていること、さらに、第2種旅行業の登録を受け、旅行商品の造成、販売を行っている団体でもあることから登録申請したものである。ここで、申請の際のDMOの種類としては、平成28年1月に長崎市が観光立国ショーケースに選定されたことに伴い、基礎自治体である長崎市を区域とする「地域DMO」として申請を行った。その結果、平成28年4月22日に、長崎国際観光コンベンション協会が日本版DMO候補法人として登録をされたものである。

### (2) 長崎市版DMOの推進体制

日本版DMO候補法人である長崎国際観光コンベンション協会は、観光客の誘致宣伝、商品造成の強化、長崎さるくの運営などを行う一般社団法人であり、事務局職員27名体制で運営されている。その中で、DMO推進本部については、長崎国際観光コンベンション協会のプロパー職員2名と、民間からの派遣2名の計4名体制となっており、マーケティング部長についてはNTT西日本、ブランディング部長については十八銀行からの派遣となっている。また、外部組織として、DMO運営に係る関係団体の意見集約や合意形成を図るため、関係団体の代表者で構成する協議会などを設置する予定である。

### (3) 長崎市版DMOの役割

観光地域づくりを行うための長崎市版DMOの役割として、①多様な関係者の合意形成、②各種データの継続的な収集・分析、明確なコンセプトに基づいた戦略の策定及びKPIの設定・PDCAサイクルの確立、③観光関連事業と戦略の整合性に関する調整・仕組みづくり及びプロモーションが挙げられる。また、それに加え、観光地域づくりの一主体として実施する個別事業として、着地型旅行商品の造成・販売、ランドオペレーター業務の実施等が挙げられる。

### (4) 平成28年度以降の事業内容

#### ア 事業計画案

国が目標としている世界水準のDMO確立に向け、レベル1からレベル3までの機能を段階的に備えることとしており、平成28年度はレベル1を達成するため、関係者の合意形成を図りながら、ビッグデータ等を活用したデータ分析を行い、KPIを設定し、それに基づくPDCAサイクルを確立する。さらに、官民連携による観光地域づくりのビジョン策定を行う。

次に、平成29年度はレベル2を達成するため、ワンストップサイトの活用等による

本格的マーケティングと観光産業を中心とするプラットフォームの形成を行う。また、顧客ターゲットは、インバウンドを中心とし、機能を充実する。そして、平成30年度にはレベル3として、国内観光、次にMICEへとターゲットを拡大していく計画である。

## イ 戦略策定

長崎市版DMOが平成29年度から平成32年度までに取り組むべき施策・事業について、平成28年度末までに戦略を策定することとしている。その中で、DMOに求められる機能としては、マネジメントとマーケティングの機能が求められている。

まず、マネジメント機能としては、組織、事業、地域の3つの領域があり、DMOが明確な責任を持つ体制を整備し、PDCAサイクルに基づき、事業の管理を行うこととなっている。また、戦略とその活動計画を立案し、全ての関係者との連絡調整などを行っていく。

次に、マーケティング機能としては、市場開拓と観光商品開発、そして観光客への対応などを一体的に行い、観光客の満足度向上を目指すこととなっており、プロモーションにおいては、観光地としての認知度、ブランド価値及び評価を高めていく。また、受入態勢においては、観光客の受け入れとサービスの向上のために、施設整備や環境、地域住民のおもてなしなどの品質を管理し、高めていく。

DMOに求められる機能の中で、最後に、経営基盤・運営基盤の強化手法としては、長崎国際観光コンベンション協会が平成28年度に策定した経営計画に基づき、売店等の収益力の強化と新たな収入源の確保に向けた展開を行うこととしている。また、持続可能で自立した組織としての経営・財務基盤の強化として、専門性が高い人材の確保、内部体制の再編、継続的な能力開発、財務体制の段階的見直しなどについて、長崎国際観光コンベンション協会の経営計画との整合性を図りながら、経営・運営基盤の強化をしていく。また、インバウンド戦略については、外国人に選ばれ、訪問してもらい、満足してもらおう観光地域づくりを基本に、地域経済が潤う仕組み、さらには、長崎市が国際観光都市として持続的に成長、成熟するための戦略を策定する。

## ウ ビッグデータの活用方針

長崎市版DMOにおけるビッグデータの活用については、長崎大学等と連携し、観光客の動向や嗜好、消費行動等のビッグデータを収集し、可視化する仕組みの構築に向けて取り組んでいく。また、有識者や観光関連事業者等との協働により、可視化されたデータの分析に取り組み、効果的なプロモーションを行うとともに、商品開発等の戦略策定に反映させていく。

## エ 観光地域づくりプラットフォームの形成

観光を通じた地域振興のためには、さまざまな関係者が協働し、滞在型観光につながる持続的な取り組みを活性化させていくことが重要である。そのためには、着地型旅行商品の提供者と旅行会社や旅行者をつなぐワンストップ窓口の機能が必要であり、それがDMOの役割となる。平成29年度には、観光産業を中心としたプラットフォームの形成に取り組み、将来的には、さらに多様な関係者全体に拡大させる。



以上、長崎市版DMOの概要について、本委員会では次のような意見・要望が出された。

- 外部組織（案）で示された長崎市版DMOの戦略委員会については、しっかりとした実務を担う組織にしてほしい。
- 長崎市版DMOについては、自主財源が確保できるような仕組みづくりをするため、行政が指導してほしい。また、海外の先進的な取り組みについて、現地に職員を派遣し、自主財源確保の取り組みを研究してほしい。
- 国への財政支援の要請と県市の役割分担について検討してほしい。
- さまざまな業種の方に意見を伺った上で、現実的な観光地域づくりをしてほしい。
- 食と観光を融合させた水産物等拠点施設の設置について、水産業関連団体の方々との検討会を設け、朝型観光も含めた検討を行うなど、具体的な動きをしてほしい。
- バリアフリー観光に積極的に取り組むとともに、バリアフリー観光案内所を設置してほしい。
- 民泊の推進については、文化観光部と水産農林部がしっかりと連携し、地元と丁寧に協議を進めていってほしい。
- 野母崎地区の民泊は非常に可能性が大きいと思うので、他の民泊をしている地域の事例を調査したり、アドバイザーを入れたりしながら取り組んでほしい。
- 野母崎航路の軍艦島上陸船の大型化について、観光地域づくり及び地域振興の観点から、地元業者や地域と協議をしてほしい。

## 5 夜景観光の推進について

### (1) 夜景観光の主な取り組み経過

まず、平成20年度に稲佐山魅力向上プランを策定し、情報発信の強化として、平成21年度には、長崎の夜景のホームページを開設した。また、平成22年度に視点場の整備として、稲佐山山頂展望台の改修、平成23年度にアクセス向上策として、長崎ロープウェイのゴンドラのリニューアル整備と夜景ナビゲーターの育成を行った。

これらの夜景に関するさまざまな取り組みにより、平成24年10月に「世界新三大夜景」の認定を受け、長崎の夜景が大きな注目を集めることになったが、その後もグラバー園内でのイルミネーションによる演出を拡充したり、稲佐山山頂展望台の館内に体験型の「光のモニュメント」を設置したりするなど、世界新三大夜景の認定を一過性のものとすることなく、さらに進化させるためのさまざまな取り組みを進めてきた。

そのほか、平成27年度には、老朽化が進んでいた長崎ロープウェイの淵神社駅待合所の建て替え工事、両駅舎の耐震化工事とバリアフリー化を行い、ロープウェイ利用者の利便性や快適性を高めたほか、鍋冠山公園展望台の改修や稲佐山山頂鉄塔のライトアップの整備などを行ったところである。

## (2) 夜景観光の主な取り組み概要

### ア 視点場等の整備

#### (ア) 稲佐山山頂展望台の改修（供用開始：平成23年4月1日）

長崎の魅力の一つである稲佐山からの夜景を楽しんでもらうため、展望台の改修を行い、利便性・快適性を高めた。

#### (イ) 長崎ロープウェイゴンドラの改修（供用開始：平成23年11月1日）

ゴンドラの老朽化が進んでいたため、ゴンドラの取りかえ工事を行った。なお、ゴンドラのデザインについては、他の施設にない魅力的で長崎らしいデザインを導入し、話題性や誘客等に寄与するよう取り組んだ。

#### (ウ) 「光のトンネル」の整備（供用開始：平成24年10月5日）

ロープウェイ稲佐岳駅舎から展望台へ続く連絡通路の屋根材や鉄骨材の老朽化が進み、全体的に薄暗く、防犯上の問題が心配されたことから、改修を行い、あわせて、光の演出を行うことで、利便性や快適性、安全性を高めた。

#### (エ) 「光のモニュメント」の設置（供用開始：平成26年10月5日）

世界新三大夜景認定後の夜景観光の人気の定着及び利用者へのサービスや満足度の向上を図るため、新たな体験型の夜景観光素材として稲佐山山頂展望台内に光のモニュメントの設置を行った。

#### (オ) グラバー園イルミネーションの拡充（供用開始：平成26年10月10日）

11月下旬から12月下旬にかけて実施していたイルミネーションイベント「ながさきクリスマス」を拡充し、世界文化遺産の構成資産である旧グラバー住宅を有するグラバー園及び国宝大浦天主堂周辺で、魅力的なイルミネーションの演出を実施した。

#### (カ) 長崎ロープウェイ淵神社待合所改築及び駅舎耐震化（供用開始：淵神社待合所リニューアルは平成28年2月6日、稲佐岳駅エレベーター棟増築は平成28年4月23日）

利用者の安全確保の観点から、耐震基準を満たしていない淵神社駅舎及び稲佐岳駅舎の耐震化工事、待合所の改築工事等を行うとともに、利用者動線のバリアフリー化を行った。

#### (キ) 鍋冠山公園展望台の整備（供用開始：平成28年4月1日※駐車場工事等を除く。）

長崎市が平成24年10月に世界新三大夜景に認定され、今後も夜景を見にくる観光客や市民の増加が見込まれるため、老朽化した展望台をリニューアルし、公園利用者の利便性を高めた。

### イ 観光施設等のライトアップ

歴史的建造物や観光施設等をライトアップし、夜間の光による演出を行うことで、施設等の顕在化を図り、観光資源としての夜景や夜のまち並みの魅力アップを図るため、平成7年度から整備を開始しており、平成27年度末で28施設のライトアップを行っている。

## ウ 観光施設等のイルミネーション

観光シーズンとしては閑散期を含む10月から12月にかけてイルミネーションを行うもので、水辺の森公園や出島、長崎県美術館一帯、大浦天主堂、グラバー園などで実施している。

## エ 夜景観光のソフト面の取り組み

### (ア) 観賞メニューの充実

夜景ナビゲーターの育成・活用を推進しており、観光客に対しきめ細やかな案内を行うことで、満足度の向上を図っている。

### (イ) 魅力ある夜型イベントとの連携

グラバー園や長崎水辺の森公園周辺などで行うイルミネーション事業や長崎ランタンフェスティバル等との連携を図り、滞在型観光の推進を図っている。

### (ウ) 誘客・プロモーションの強化

さまざまな媒体を活用し、世界新三大夜景を初めとする夜景の魅力を広く国内外に発信することで、特に閑散期である冬季の誘客等を図り宿泊の増加につなげている。また、海外における夜景サミットについては、訪日観光誘客の重要市場である台湾、香港、ベトナムにおいて、夜景の魅力をPRし、夜景の認知度の向上と商品造成に結びつけることを目的として参加している。さらに、ハウステンボス「光の王国」との連携強化については、海外とのタイアップ事例として、タイにおける空港高速鉄道での車内広告掲載等を実施している。そのほか、公式観光サイト「あっ！とながさき」、フェイスブックやツイッターなどのSNS、検索連動型広告などを活用し、PRを行っている。

## オ 長崎夜景プロモーション実行委員会の取り組みなど

長崎夜景プロモーション実行委員会は、長崎商工会議所青年部が事務局となり、平成25年度には、葉加瀬太郎氏の「長崎夜曲」の製作等を行った。また、平成26年度については、長崎がんばらんば国体・大会に合わせ、稲佐山電波塔のライトアップ等を実施し、平成27年度については、福山雅治氏の楽曲「クスノキ」を約1,500人の市民で歌いつなぐリレーソングビデオを製作し、PRを行った。

平成28年度の取り組みとしては、平成28年10月11日から平成29年3月31日まで、音楽と光が連動した稲佐山電波塔のイルミネーションショーを、「歓迎と祈りのイルミネーション」として実施していくこととしている。さらに、平成28年10月14日から18日まで、ねんりんピック長崎2016の参加者等を光でおもてなしするため、家庭や職場における夜間のカーテンの開放を呼びかけ、長崎の夜景の演出を強化した。

また、民間事業者の取り組みとしては、交通事業者による夜景ツアーも開催されているところである。

## (3) 夜景観光の成果

### ア 世界新三大夜景と日本新三大夜景等の認定

世界新三大夜景については、長崎港を囲むすり鉢状の地形を有し、多方向からの俯

瞰的な夜景景観を可能にしていることや、そのほか、ランタンフェスティバル等の夜間イベントも存在していること、夜景ナビゲーターやパンフレット作成等、国際的な夜景観光にも積極的に取り組んでいることなどが評価され、平成24年10月に認定を受けた。また、日本新三大夜景についても、世界新三大夜景と同様な主旨の評価を受け、平成27年10月に認定を受けた。また、そのほか、日本百名月として、稲佐山が鑑賞地に認定されているところである。

#### イ 宿泊者数の推移

平成27年は過去最高の約288万人であり、長崎ロープウェイのゴンドラ改修等を行った平成23年以降、世界新三大夜景の認定や明治日本の産業革命遺産の世界文化遺産登録などの影響もあり、着実に宿泊客数が増加している。

#### ウ ロープウェイ利用者数・稲佐山山頂展望台利用者数の推移

宿泊客数と同じく、ロープウェイが耐震化等で休止していた平成27年を除き、平成23年以降、着実に利用者が増加となっている。

### (4) 夜景観光の計画づくりと今後の取り組み

#### ア 長崎の夜景の在り方に関する検討会の検討概要

検討会は、世界新三大夜景の認定を受け、長崎の夜景の魅力を維持・増進し、誘客を拡大して地域活力の向上と経済の活性化につなげるため、長崎県及び長崎市が取り組むべき具体的な施策の検討を行うことを目的として設置された。

検討する上での課題として、①立体的な夜景の維持、②全体的な光量の維持・増加、③近くで見る夜景のさらなる充実、④ランドマークのライトアップや公共施設等の夜間景観の構築、⑤港町らしい夜景の創出、⑥夜景を創出するための電源の確保の6項目を挙げている。それを受け、夜景そのものの魅力向上と観光施設や公共施設による夜間景観の構築を取り組みの柱とし、具体的な施策として、市街地の明かりの整備、水際線の顕在化などの施策を挙げているところである。また、視点場については、課題として、多彩な視点場の維持・環境整備及び視点場へのアクセスの充実を挙げている。それを受け、視点場の整備を取り組みの柱とし、具体的な施策として、鍋冠山山頂展望台の整備など視点場の環境整備、稲佐山山頂展望台へのアクセス向上などの施策を挙げている。

次に、鑑賞メニューにおける課題として、①鑑賞メニューのさらなる充実、②専門ガイドの養成、③夜景を生かした夜型イベントの拡大の3項目を挙げている。それを受け、鑑賞メニューの充実や魅力あるイベントの開催を取り組みの柱とし、具体的施策として、夜景ツアーの開発、造成、運行や鑑賞スポットの提供等を挙げている。また、広報・誘客については、課題として、世界新三大夜景を活用したPR及び大都市圏のエージェントへの働きかけの強化を挙げている。それを受け、誘客、宣伝の強化を取り組みの柱とし、具体的施策として、各種媒体のPR、ハウステンボスとの連携などを挙げているところである。

## イ (仮称) 夜景観光推進基本計画

計画策定の目的として、今後、まちなかの通りなどから眺める中景や近景についても、良好な夜間景観を形成することで、観光客がまちなかを移動しながら体感できるような夜景を目指し、交流人口の拡大、滞在時間の延長につなげていく考えから、遠景の夜景の充実に加え、中近景の夜景についても、点（施設）、線（通り）、面（エリア）といった要素で整理を行い、歴史性や特徴を踏まえた各地区の方針を定め、体系的かつ戦略的に夜景の魅力強化を図っていくため、基本計画の策定を行うものである。

策定期間については、平成28年度末までとなっており、検討地区は、斜面地はもちろんのこと、中心部を中心とした10カ所の重点的な夜景景観の形成地区をエリアとして考え、それぞれの地区の特徴やランドマークとなる施設を生かした光のあり方を整理していくこととしている。計画策定に当たっては、観光政策課、まちづくり推進室が連携し、景観専門監を加えた体制で策定を行い、ながさきデザイン会議の助言を受け、長崎県などと意見交換を行うとともに、市民にもシンポジウムの開催などを通じ、意識啓発等に努めていくこととしている。また、策定の請負業者は、国立長崎原爆死没者追悼平和祈念館やJ R 東京駅丸の内駅舎のライトアップなどの実績がある株式会社ライティング・プランナーズ・アソシエーツとなっている。

主な作業としては、調査、基本方針の作成、計画の作成、市民参加プログラムの実施となっており、調査については、資料調査や先進都市の事例調査、基本方針の作成については、基本理念、方針の作成、重点地区や重要施設の選定を進めている。また、計画作成の中で、各重点地区の計画作成等を行う際に、市民プログラムとして、ワークショップの開催等を行っていく。

基本計画を踏まえた実施計画の中では、出島の実施計画が各地区のモデルとなる事業と考えており、現在策定中の基本計画との整合性を図りながら実施設計を行い、平成29年12月の出島表門橋の完成に合わせてリニューアルオープンを行う。今後のスケジュールは、基本計画の策定と実施計画の策定に分けてそれぞれ細分化をしており、平成28年度においては、基本計画の策定と実施計画策定の中で、出島地区の実施設計を行い、平成29年度以降は年次計画に基づき、随時エリアごとの工事、設計等を行っていく予定である。

## ウ 今後の夜景観光の取り組み

ハード面の取り組みとしては、観光客の増加に対応し、団体観光客等の利便性を高めるため、稲佐山中腹駐車場から山頂展望台までのアクセスを向上させるスロープカーの整備について、平成30年度までを事業期間として行う。また、ソフト面の対応として、稲佐山や鍋冠山からの遠景の夜景及び中心市街地における中近景の夜景の魅力向上の取り組みとあわせて、民間と連携し、観光客が夜のまち歩きを楽しめる仕組みづくりと夜型のイベントの魅力向上を推進するため、飲食やショッピングなども楽しめる夜のまち歩きのコンテンツの造成支援、夜型イベントの魅力向上等を行う。さらに、誘客・プロモーションの強化として、国、地域ごとの市場の特性、ニーズ、ターゲットの嗜好に合わせたPRをさまざまな媒体を活用して行っていく。

## エ 今後の集客等の見込み

長崎市観光振興計画2020に基づく目標として、平成32年の全体の観光客数710万人のうち、303万人を宿泊者数の目標に掲げているところである。

以上、夜景観光の推進について、本委員会では次のような意見・要望が出された。

- 稲佐山展望台の光のモニュメントについては、全体でどのように見えるかが重要であり、若者の感覚を重視してほしい。
- 稲佐山電波塔のイルミネーションショーについては、ライトアップスタート時にも音楽を流してほしい。また、市民への周知、啓発もしっかり行ってほしい。
- 稲佐山から見える海岸線の顕在化に優先して取り組んでほしい。
- 鍋冠山公園の展望台にはベンチがないため、早急に整備をしてほしい。
- グラバー園から鍋冠山公園までのルートの手すりについて、統一感を持って整備してほしい。
- ミシュランの旅行ガイドの評価が長崎より函館が高いということをよく認識し、しっかり分析してほしい。
- 視点場の周辺は低木化するなど、管理の手間がかからないように検討してほしい。
- さるくガイドについて、長崎の観光にマイナスイメージとなるようなことを言わないよう指導してほしい。
- 民間施設におけるプロジェクションマッピングなど、積極的に取り組んでほしい。
- 街路灯の規制への対応については、安全面と観光面から道路部局と観光部局が相互に連携して取り組んでほしい。
- クルーズ客船の出港を活用した光と音のイルミネーションの実施を検討してほしい。
- 片方のみライトアップされている活水学院の2つの校舎について、両方がライトアップされるように検討してほしい。
- 観光客が夜にさまざまな場所で楽しめるよう、自治会などが公園や広場をイベントなどに活用する際、円滑に利用できるようにしてほしい。
- 夜景観光に力を入れる中、数値目標について、もっと宿泊者数が多くなるように設定すべきである。
- テレビの企画として取り上げてもらえるよう、メディアに対し、取材の要請を積極的に行ってほしい。
- 外部の有識者の意見を聞いて、いいアイデアはどんどん取り入れてほしい。

## 6 観光立国ショーケースの選定に伴う取り組み状況について

### (1) 観光立国ショーケースの選定

日本版DMOの確立、観光資源の磨き上げ、ストレスフリーの環境整備、海外への情報発信の4つの取り組みを、国の集中的な支援を受けながら推進し、2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催までに、多くの外国人観光客に選ばれる国際観光都市「長崎」を目指す。

## (2) 目指すべき将来像とスケジュール（案）

### ア 観光資源の磨き上げ

世界に誇ることのできる満足度の高いコンテンツを提供している状態を目指し、豊かな歴史・文化、食などの地域資源を生かした滞在・交流コンテンツの充実など、満足度の高い滞在プログラムを提供するため、次の取り組みを進める。

#### (ア) 自然、景観、文化財などの地域資源が活かされている

明治日本の産業革命遺産、長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産を初め、重要文化財や出島の保存・活用、夜景やまち並みの魅力向上などの取り組みを進める。これらの取り組みについては、ショーケース選定以前から行っているが、引き続き関係省庁の支援を受けながら、継続的に取り組む。

#### (イ) 長崎でしかできない体験がある

滞在時間を延ばす取り組みとして、いわゆる「コト消費」と言われる体験や地域住民との交流コンテンツを充実させることが満足度を高めるためにも重要であり、民間団体と連携を図りながら取り組んでいく。

スケジュールとしては、東京オリンピック・パラリンピックの開催前年の平成31年までには、一定レベルまでの態勢を整えておく必要がある。

#### (ウ) 長崎でしか買えないお土産がある

地域消費を増加させる取り組みとして、高付加価値の土産品の開発、例えば長崎刺繍、蚊焼包丁などの伝統工芸品の商品化や体験等も含む観光資源化について、平成31年度をめどとして取り組む。

### イ ストレスフリーの環境整備

#### (ア) 誰でも、迷わず気軽に周遊できる

回遊性を高める二次交通の充実や通信環境の整備、ICTを活用した多言語情報発信やサービスの提供などに取り組む。基本的には、これらの取り組みは平成31年度中の事業完了を目指して実施するが、案内板・サインの多言語化等については、平成23年度から継続して取り組んでいるため、できるだけ早期の完了を目指す。

#### (イ) どこでも、買い物やグルメを楽しめる

決済環境の充実や免税店舗の拡充など、主に民間の取り組みを支援するもので、地域消費の増加に直結する重要な取り組みである。

#### (ウ) いつでも、安心して滞在できる

災害発生時の対応強化及び外国人観光客のけが、病気の際の医療機関における受入態勢の強化について、関係機関と連携し、平成31年度をめどに取り組みを進めていく。

### ウ 海外への情報発信

国際観光都市ながさきのブランドイメージが世界中に浸透している状態を目指し、効果的・効率的な情報発信に努める。

#### (ア) インバウンド戦略の策定

平成28年度、DMOにおいて、市場・ターゲットを絞ったマーケティング戦略を

策定しており、平成29年度は効果的なプロモーションの基礎となるブランド戦略の策定に着手する予定である。

**(イ) ターゲット別の情報発信**

これまで、長崎空港・福岡空港に直行便が就航する国・地域を主なターゲットとして、訪日旅行市場の成熟度や嗜好に合わせた誘客及びPRに取り組んできたが、東京オリンピック・パラリンピックの開催を見据え、羽田、成田、関西空港を利用し、滞在期間が10日から2週間と比較的長いヨーロッパやオーストラリアを対象とした誘致・PRにも取り組んでいく。

**(ウ) 効果的な情報発信**

海外において長崎は、平和都市としての知名度はあるが、観光都市としての認知度がまだまだ低い状態である。平和都市としての認知度を生かしつつ、多様な魅力についてICTを活用し、効果的・効率的に発信することで、世界から選ばれる長崎を目指す。

**(3) 平成28年度の観光立国ショーケースに係る主な取り組み**

**ア 観光資源の磨き上げ**

国が実施する地域資源を活用した観光地魅力創造事業において、食と世界遺産をテーマとした滞在・交流コンテンツの企画・検討に着手している。

**イ ストレスフリーの環境整備**

**(ア) クルーズ貸し切りバスによる道路混雑解消対策**

バスの周遊経路の調査や駐車場の活用についての実証実験を行っている。

**(イ) 公共交通機関を活用した回遊性の向上**

公共交通機関利用時の不便さを解消し利用促進を図ることを目的として、利用実態調査を行うとともに、多言語による交通マップ等の情報発信ツールを作成する。

**(ウ) 文化財における説明板等の多言語化推進**

長崎市の歴史・文化に触れ、文化財を理解してもらうため、多言語化した文化財説明板56基の設置や、長崎市発行の書籍「長崎市の文化財」に掲載する指定文化財等の説明文を多言語に翻訳する。

**ウ 海外への情報発信**

フィリピンにおける巡礼ツアー誘致のため、ビジット・ジャパン地方連携事業において、平戸市、南島原市、天草市とともに現地旅行エージェントやメディアを招聘し、商品造成と認知度向上に取り組んでいる。また、タイについては、地元のTV局と連携した総務省の放送コンテンツ海外展開助成事業において、現地テレビ局の旅番組の製作及び現地での観光・物産と連携したPRに取り組んでいる。

**(4) 観光立国ショーケースによるまちづくりの推進**

まちの回遊性を高める環境整備について、まちぶらプロジェクトにおいて継続的に取り組んでいるところであるが、さまざまなハード事業の財源についても、国の重点的な



支援を要望しているところである。

以上、観光立国ショーケースの選定に伴う取り組み状況について、本委員会では次のような意見・要望が出された。

- 観光立国ショーケースに選ばれたのは長崎市にとってチャンスであるので、文化観光部を中心に全庁的に連携して取り組んでほしい。
- 伝統工芸品については、周知のための情報発信をするとともに、海外の方が手に取ってみたいくなるような商品開発をしてほしい。
- キャッシュレス環境の整備については、観光スポットについては長崎市が運営しているところが多いため、前倒しで改善してほしい。
- 長崎を選んでもらうためには、漠然としたものではなく、はっきりとしたシンボルとなるような長崎にしかないものを打ち出せるようにしてほしい。
- 県が主催するイベントへ参加するなど、もっと県と連携し、市政に反映させてほしい。
- 観光客が市内のどこでお金が落ちてしているのかを調査し、そこに集中して方策を講じるべきである。
- 中華街の広場については、中華街の方々と一緒になって清掃するなど、行政もサポートしてほしい。

## 7 委員会からの提言

以上、本委員会の調査項目についてまとめたが、理事者におかれては、委員会における調査の過程で各委員から出された意見・要望を十分に踏まえ、平成32年の東京オリンピック・パラリンピックを見据えた観光立国ショーケースの取り組みについて、長崎県などと連携をとりながら関連事業を進めるとともに、多くの外国人観光客に選ばれる国際観光都市「長崎」の実現に向け、観光地域づくりのかじ取り役となる長崎市版DMOの確立、観光資源の磨き上げ、ストレスフリーの環境整備及び海外への情報発信などに着実に取り組まれることを要望する。

特に、長崎市版DMOの確立については、候補法人である長崎国際観光コンベンション協会、また、観光業にとどまらない多様な関係者との合意形成のもと、ビッグデータ等を活用しながら、確実に長崎市内で観光客に消費をしてもらう仕組みづくりを行うとともに、DMOの自主財源確保の方策について研究し、自立・持続的な運営に向けた取り組みについて努められたい。

本市においては、「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」についても平成30年の登録が期待されており、クルーズ船の入港も引き続き増加が見込まれるなど、特に海外からの観光客の増加が期待されるが、観光立国ショーケースに選定されたこの機会を生かし、日本における観光のトップランナーとなるため、引き続き、本市独自の歴史や文化、世界遺産や夜景観光などを組み合わせた観光客受入対策を推進するとともに、長崎市ならではの強みを持った観光資源を創出していくよう強く要望する。