

# 長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略 目標評価シート

作成日 令和元年10月10日

## 特定戦略 「交流の産業化」による長崎創生

部会長 観光政策課

関係課名 観光推進課、都市計画課、DMO推進室、長崎創生推進室、世界遺産室、商工振興課、MICE推進室、文化財課、出島復元整備室、水産農林政策課、水産振興課、農林振興課、長崎駅周辺整備室、景観推進室、まちなか事業推進室、スポーツ振興課、恐竜博物館準備室、土木企画課、土木建設課、地域整備2課、交流拠点施設整備室

### 基本的方向

地方創生にあつては、地域の特色や地域資源を活かした取組みを進め、独自性・工夫を発揮する必要がある。長崎市は、鎖国時代に唯一西洋に開かれた窓口として、特に人の交流によって栄えた都市であり、歴史、伝統、文化、自然や景観等の他の都市にない豊かな地域資源がある。これまで長崎市では、この地域資源を開拓し、磨き、そして活かすまちづくりを進めてきており、まちづくりの方向性がまさに地方創生の方向性と同じである。このため、長崎市が誇る有形・無形の地域資源に磨きをかけ、情報を国内外に発信して「人」の交流を生み出し、質の高いサービスを提供するための創業や既存事業の拡充を図り、定住人口の減少に伴う消費縮小を補うことで、雇用創出と所得向上につなげていく。その結果、市民が自らの個性や強みを活かせる新たなしごとを創出できる、選択できるまち長崎が実現することで地域資源が更に磨かれ、交流の拡充、ひいては定住の促進が図られるという好循環の確立をめざす。

### 基本目標の評価

Ac 目標を達成しているものの、目的達成に向けた課題の克服などがやや遅れている

#### 判断理由

- 海外への効果的な情報発信・誘致活動  
韓国や台湾を中心に現地旅行会社等を訪問し、旅行商品造成に向け働きかけを行ったことや、世界文化遺産に登録された「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」と親和性の高いフィリピンやベトナムの旅行社やメディアを招聘し、情報発信を行ったことで、外国人延べ宿泊者数(暦年)の合計は306,019人となり、前年比2.9%の増加となったものの、戦略的な誘客を行うための分析が不足していることから、長崎市への訪日外国人観光客の増加率は低い状況である。
- MICE誘致対策の推進  
商談会への出展、主催者・キーパーソンへのセールス等を行った結果、オール長崎による誘致活動が促進され、複数の全国規模の大会の誘致が実現したが、MICE誘致を中心的に行う一般社団法人長崎国際観光コンベンション協会(以下「コンベンション協会」という。)、(仮称)長崎市交流拠点施設運営者(以下「交流拠点施設運営者」という。)及び長崎市の三者におけるセールス情報の一元化が図られていないことから、市場分析に基づいた戦略的な誘致活動ができていない。
- 交流を支える都市の基盤整備  
長崎駅周辺土地区画整理事業は、令和5年度の完成を目指し、関連事業と調整しながら工事を実施したが、同事業区域内では、新幹線やJR長崎本線連続立体交差事業などが施行中であるため、工事の輻輳により事業の進捗が遅れている。
- 交流の産業化  
以上の内容を踏まえるとともに、数値目標のすべてが100%以上の目標達成率となったことから、「A」とし、重要業績評価指標12つのうち、達成率の100%以上が半数以下の4つの成果指標となっており、達成率が低いものもあることから、「c」とし、「Ac」と判断した。

## 数値目標

※「↑」は目標値を上回ることが望ましい指標、「↓」は目標値を下回ることが望ましい指標

| 指標名                    | 基準値<br>(時期)      | 目標値<br>(時期)      | 区分    | H27    | H28    | H29    | H30    | H31    |
|------------------------|------------------|------------------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 観光客数[暦年]               | 630.7万人<br>(26年) | 695万人<br>(31年)   | ↑ 目標値 | 660.0  | 670.0  | 675.0  | 690.0  | 695.0  |
|                        |                  |                  | 実績値   | 669.4  | 672.4  | 708    | 705.4  |        |
|                        |                  |                  | 達成率   | 101.4  | 100.4  | 104.9  | 102.2  |        |
| 観光消費額[暦年]              | 1,243億円<br>(26年) | 1,530億円<br>(31年) | ↑ 目標値 | 1,300  | 1,360  | 1,400  | 1,480  | 1,530  |
|                        |                  |                  | 実績値   | 1,368  | 1,314  | 1,458  | 1,496  |        |
|                        |                  |                  | 達成率   | 105.2  | 96.6   | 104.1  | 101.1  |        |
| 観光振興による長崎県内の就業者誘発数[暦年] | 27,503人<br>(26年) | 34,000人<br>(31年) | ↑ 目標値 | 28,900 | 30,300 | 31,200 | 32,900 | 34,000 |
|                        |                  |                  | 実績値   | 30,749 | 29,036 | 32,693 | 33,448 |        |
|                        |                  |                  | 達成率   | 106.4  | 95.8   | 104.8  | 101.7  |        |

## 今後の取組方針

### ●海外への効果的な情報発信・誘致活動

これまで積極的なプロモーションを行っていない欧州・豪州といった未開拓市場、第1ターゲット層である韓国・台湾及び成長市場であるタイ・フィリピン・ベトナムも併せ、他自治体や関係機関とも連携し、積極的なプロモーションを行うとともに、長崎ならではの観光素材において、英語によるガイドを配置する等ストーリーを伝えられる態勢を整えたコンテンツを造成し、外国人観光客の誘致及び満足度の向上を図る。

### ●MICE誘致対策の推進

セールス情報を一元化し、関係者で共有するとともに、関係者の役割分担を明確にした効率的な誘致活動を強化する。

### ●交流を支える都市の基盤整備

長崎駅周辺土地区画整理事業については、計画的な事業進捗を図るため、同事業区域内の関連事業と十分な調整等を行う。

## 長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略審議会からの評価(意見)

・特一(2)の重要業績評価指標(KPI)「観光満足度」について、数値の出し方を変更したのであれば、評価する指標から除外すべきである。

・特一(4)の重要業績評価指標(KPI)「日本版DMOの機能を持つ法人数」について、観光庁から地域DMOに登録されたものの、観光地域づくりの舵取り役を担うまでの体制構築に至っていないことから、数値の達成状況に加え、DMOとして機能の進捗状況などの定性的な面からの判断が必要である。

## 長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略審議会からの提言・提案

・市とDMOが一体となって観光まちづくりを進めていくための体制が分かりづらいので、役割分担を明確にして進めていただきたい。

・富裕層向けの体験メニューの開発について、利用者が伸び悩んでいるとの説明があったが、対象とする所得層ごとに内容を検討し取組みを進めてほしい。

・在来線の高架化が終わると、駅がバス通りから遠くなり、移動円滑となると少し離れてしまう。交通結節点同士の結ぶ移動の円滑化の取組みについて、ハードとソフトの両面から取り組んでいただきたい。

# 長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略 取組評価シート

作成日 令和元年10月10日

## 特定戦略 「交流の産業化」による長崎創生

主管課 観光政策課

関係課名 観光推進課、都市計画課、DMO推進室、長崎創生推進室、世界遺産室、商工振興課、MICE推進室、文化財課、出島復元整備室、水産農林政策課、水産振興課、農林振興課、長崎駅周辺整備室、景観推進室、まちなか事業推進室、スポーツ振興課、恐竜博物館準備室、土木企画課、土木建設課、地域整備2課、交流拠点施設整備室

### 旗印の内容特1 顧客創造プロジェクト

#### 方針特1-1 外国人観光客の誘致

#### 平成30年度の取組概要

##### 【海外への効果的な情報発信・誘致活動】

- ・平成28年度に長崎市DMOが策定したインバウンド戦略の国別プロモーション方針に基づき、第1ターゲット層の韓国や台湾を中心に現地旅行会社等を訪問し、旅行商品造成に向け働きかけを行った。
- ・他自治体とも連携し、平成30年度に世界文化遺産に登録された「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」と親和性の高い対象国であるフィリピンやベトナムの旅行社やメディアを招聘し、情報発信を行った。

##### 【外国人観光客の受入態勢整備(ストレスフリーな環境整備)】

- 情報の多言語化の推進
  - ・市内飲食店の多言語メニュー作成支援ウェブサイト「EAT長崎」の運用を引き続き行った。
  - ・増加が見込まれる外国人等観光客をターゲットとし、その消費需要の獲得に向けた小規模事業者の取組みに対し、補助金による支援を行った。(補助金交付事業者数:16事業者)
- ストレスフリーなWi-Fi環境の整備
  - ・平成27年度より整備を行っている「Nagasaki City Wi-Fi」の運用を引き続き行った。

##### 【富裕層観光客誘致】

- 富裕層向け観光メニューの検討
  - 外国人観光客のニーズに対応した、医療と食文化を組み合わせた体験型の観光メニューの開発を行った。

#### 評価(成果・効果)

##### 【海外への効果的な情報発信・誘致活動】

- ・第1ターゲット層の韓国人延べ宿泊者数(暦年)が前年比17.8%増加するなど、外国人延べ宿泊者数(暦年)の合計は306,019人となり、前年比2.9%の増加が図られた。

##### 【外国人観光客の受入態勢整備(ストレスフリーな環境整備)】

- 情報の多言語化の推進
  - ・市内飲食店約300店舗において「EAT長崎」への登録がなされ、メニューの多言語化が図られた。
  - ・まちなか商店街誘客費補助金により小規模事業者による外国人観光客をターゲットにした外国語標記の看板や店内の案内、ホームページ、商品広告(POP)等の16事業を支援し、新たな顧客層の開拓が図られたことで、国内外からの観光客が中心市街地で買い物や食事を楽しめる環境が整備された。
- ストレスフリーなWi-Fi環境の整備
  - ・外国人をはじめとした観光客等に、主要観光施設・路面電車電停にて公衆無線LANの利用がなされた。

##### 【富裕層観光客誘致】

- 富裕層向け観光メニューの検討
  - 開発したコンテンツにおいて、宿泊パックへの評価は高く、英語通訳の配置等により満足度が向上した。

## 評価(問題点とその要因)

### 【海外への効果的な情報発信・誘致活動】

・日本全体の訪日旅行者数が急激に増加するなか、長崎市への訪日外国人観光客の増加率は低い状況にある。戦略的な誘客を行うための分析が不足している。

### 【外国人観光客の受入態勢整備(ストレスフリーな環境整備)】

#### ●情報の多言語化の推進

・「EAT長崎」への登録店舗数は増加傾向にあるものの、市内の飲食店の総数からみると伸びしろは十分にある。  
・補助事業等の活用により、商店街の魅力向上や国内外からの観光客の受入体制の充実が図られ、消費者や地域等のニーズに対し、一部には対応できたが、より多くの観光客がまちなかを巡ることで、売上増につながるという店主の認識がまだ十分ではない。

#### ●ストレスフリーなWi-Fi環境の整備

・「Nagasaki City Wi-Fi」については、主要な観光施設・路面電車電停のみの供用となっており、例えば、商業エリア等面的な整備が不十分であるため、利便性に欠ける。

### 【富裕層観光客誘致】

#### ●富裕層向け観光メニューの検討

・外国人観光客における体験メニューの利用割合は低く、外国人観光客のニーズに対応した魅力あるコンテンツが不足していると考えられる。

## 今後の取組方針

### 【海外への効果的な情報発信・誘致活動】

・これまで積極的なプロモーションを行っていない欧州・豪州といった未開拓市場、第1ターゲット層である韓国・台湾及び成長市場であるタイ・フィリピン・ベトナムも併せ、他自治体や関係機関とも連携し、積極的なプロモーションを行う。

### 【外国人観光客の受入態勢整備(ストレスフリーな環境整備)】

#### ●情報の多言語化の推進

・「EAT長崎」の登録店舗のさらなる増加を図り、外国人観光客のページ閲覧数の増加を図る。  
・補助事業者の取組みについて、商工団体、商店街の会合、創業者セミナーなどで、具体的な取組み事例を紹介しながら、時機を捉えた周知をすることで、補助事業の活用実績を積み上げ、小規模事業者の意識の醸成を図る。

#### ●ストレスフリーなWi-Fi環境の整備

・民間企業が運営する公衆無線LANの認証連携アプリを活用し、「Nagasaki City Wi-Fi」の利便性を向上させる。

### 【富裕層観光客誘致】

#### ●富裕層向け観光メニューの検討

・ターゲットとすべき顧客層の絞り込みを行い、長崎ならではの観光素材において、英語によるガイドを配置する等ストーリーを伝えられる態勢を整えたコンテンツを造成し、外国人観光客の誘致及び満足度の向上を図る。  
・民間と連携し、外国人観光客の、「旅行先におけるリアルな日常生活を体験したい」というニーズと市民が提供するサービスのマッチングに取り組む。

## 方針特1-2

## MICEの誘致

### 平成30年度の取組概要

#### 【MICE誘致対策の推進】

・コンベンション協会や交流拠点施設運営者と連携し、商談会への出展、主催者・キーパーソンへのセールスを行うとともに、「長崎MICE誘致推進協議会」等と連携し、地元大学や経済界が実施する誘致活動を支援する制度を創設するなど誘致活動を推進した。

### 評価(成果・効果)

#### 【MICE誘致対策の推進】

・「長崎MICE誘致推進協議会」と連携し、オール長崎による誘致活動が促進され、複数の全国規模の大会の誘致が実現した。

### 評価(問題点とその要因)

#### 【MICE誘致対策の推進】

・MICE誘致を中心的に行うコンベンション協会、交流拠点施設運営者及び長崎市の三者におけるセールス情報の一元化が図られていないことから、市場分析に基づいた戦略的な誘致活動ができていない。

### 今後の取組方針

#### 【MICE誘致対策の推進】

・セールス情報を一元化し、関係者で共有するとともに、関係者の役割分担を明確にした効率的な誘致活動を強化する。

## 方針特1-3

## 交流のエリア拡大

### 平成30年度の取組概要

#### 【周辺地域における地域特有の資源磨きと活用】

##### ●2つの世界遺産を活かした観光の推進

・世界遺産案内所の管理運営、構成資産周辺における交通誘導員の配置及びトイレの管理、長崎造船所史料館へのシャトルバス運行補助、構成資産におけるガイド配置並びにガイドブック及びパンフレットの制作等のプロモーションを実施した。

##### ●新たな地域資源の活用

・福井県立恐竜博物館との共同研究において発見された恐竜化石等を中心とする長崎の恐竜をテーマに、市内小・中学生や一般市民向けの講座を行い、市民に広く周知した。

・小・中学校の理科推進委員による科学館の団体見学向けワークシートを作成して、団体見学客への活用を促した。

・若い世代に長崎の恐竜について興味を持ってもらうことを目的とし、小・中学校へ恐竜化石リーフレットを配布した。

・国内で初めて発見されたティラノサウルス科大型種の化石など、他では見られない長崎市産の恐竜を中核テーマとし、石炭ができた時代を経て、現代に至るまでの長崎市特有のストーリーを活かした特色のある博物館をめざした基本計画を策定し、建築及び展示の基本設計につなげた。

#### 【まちぶらプロジェクトの推進】

##### ●まちぶらプロジェクトの推進

・「新大工」「中島川・寺町・丸山」「浜町・銅座」「館内・新地」「東山手・南山手」の5つのエリアの特性に応じた魅力の向上に取り組むとともに、エリア間の回遊性を高める環境の整備、多様な主体と連携した地域力によるまちづくりを推進した。

## 評価(成果・効果)

### 【周辺地域における地域特有の資源磨きと活用】

#### ●2つの世界遺産を活かした観光の推進

- ・世界遺産に関する満足度は前年度を上回り、「不満」にかかる割合も減少した。

「満足」の割合（平成29年度:81.6%→平成30年度:83.0%）「不満」の割合（平成29年度:4.4%→平成30年度:2.0%）

#### ●新たな地域資源の活用

- ・長崎で見つかった恐竜をテーマとした、小・中学生及び一般市民向け講座の実施及び小・中学生にリーフレットを配布したことにより、長崎の恐竜に対する市民の興味関心が高まり、学習機会創出のきっかけとなった。

（講座開催実績）

小・中学生向け:9回(439人)、事業者団体向け:7回(395人)、一般市民向け:3回(262人)、野母崎地域住民向け:1回(40人)

（リーフレット配布数）

小学校(6年生)70校 3,980枚、中学校(1年生)39校 3,210枚

### 【まちぶらプロジェクトの推進】

#### ●まちぶらプロジェクトの推進

- ・エリアの魅力を高める取り組みや快適に回遊できる環境整備が進んだことで、まちなかの歩行者通行量が増加傾向となった。

- ・地域や企業等により、まちなかの賑わい創出につながる取り組みが活性化した。

## 評価(問題点とその要因)

### 【周辺地域における地域特有の資源磨きと活用】

#### ●2つの世界遺産を活かした観光の推進

- ・「潜伏キリシタン関連遺産」が世界遺産に登録されたことで、外海地区への観光客が増加したが、長崎駅から外海への路線バスは本数が少なく、出津教会堂と大野教会堂への移動手段も乏しいことから、その約8割が自家用車(レンタカー含む)であるため、外海地区へのアクセス方法及び地区内の移動の円滑化を図り回遊を促すとともに、満足度の向上を図る必要がある。

#### ●新たな地域資源の活用

- ・市民の学びの材料とするため、博物館において化石の研究、収蔵を行う計画だが、研究、収蔵に資する長崎市産の化石資料の数が少ない。平成24年に化石発掘調査を始めてから、調査にかけた年数がまだ浅いことや、本市に発掘作業、化石のクリーニング作業等を行う人員、設備等の体制が整備されていないことが要因と考えられる。

### 【まちぶらプロジェクトの推進】

#### ●まちぶらプロジェクトの推進

- ・5つのエリアの魅力づくりや特徴の発信が十分でないため、観光客や市民に5つのエリアの魅力、特徴、変化が十分に伝わっていない。

- ・陸や海の玄関口からまちなかへの動線について、魅力向上のための取り組みが十分でなく、今後引き続き取り組みを行っていく余地がある。

## 今後の取組方針

### 【周辺地域における地域特有の資源磨きと活用】

#### ●2つの世界遺産を活かした観光の推進

- ・世界遺産観光客の回遊性の促進や、満足度向上につながる受入態勢の整備について検討する。

#### ●新たな地域資源の活用

- ・今後も化石発掘調査を継続して実施し、収蔵・研究に資する資料の数を増やすと同時に、発掘、クリーニング、収蔵、研究の工程を自ら行うことができる施設として、恐竜博物館の建設を進める。

### 【まちぶらプロジェクトの推進】

#### ●まちぶらプロジェクトの推進

- ・各エリアの魅力の顕在化をさらに進める。

- ・陸の玄関口や海の玄関口からまちなかへの誘導の強化、エリア間の回遊性の向上を図る。

- ・まちづくりの参画者を増やすとともに、地域や企業等の連携をより一層推進する。

## 旗印の内容特2 価値創造プロジェクト

### 方針特2-1 資源の磨き上げ

#### 平成30年度 of 取組概要

##### 【夜景観光の推進】

- ・日本新三大夜景認定都市である札幌市及び北九州市と連携して、ホームページの構築による情報発信、ポスターの作成・配布等のプロモーションを実施した。
- ・夜景サミット2018inマレーシアに参画してセールスを行い、夜景の魅力発信を行った。

##### 【世界遺産の保存・活用】

- 2つの世界遺産の保存と理解促進
  - ・「明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業」(以下「産業革命遺産」という。)について、端島炭坑は、緊急的な整備として平成29年度に引き続き、土砂が吸い出され空洞化している端島小中学校の下部の埋戻しを行った。
  - ・「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」(以下「潜伏キリシタン関連遺産」という。)について、バーレーンで開催された第42回世界遺産委員会に出席するとともに、世界遺産登録記念事業として登録記念セレモニー及び講演会を開催した。
- 2つの世界遺産を活用した観光の推進
  - ・世界遺産案内所の管理運営、構成資産周辺における交通誘導員の配置及びトイレの管理、長崎造船所史料館へのシャトルバス運行補助、構成資産におけるガイド配置並びにガイドブック及びパンフレットの制作等のプロモーションを実施した。

##### 【歴史・文化・観光資源の魅力向上】

- 文化財の保存と活用
  - ・市が所有する国指定重要文化財2か所(旧長崎英国領事館、旧グラバー住宅)について保存修理を実施した。
- 伝統芸能の観光資源活用
  - ・長崎伝統芸能保存協議会による郷土芸能大会開催に向けて準備を行ったが、大会は台風接近により中止した。
- 市民参加による長崎の新たな魅力の発掘と発信
  - ・市民の「シビックプライド」を高めるとともに新たな来訪者を増やす目的で、「長崎〇〇LOVERSプロジェクト」のさらなる浸透と域外への情報発信を図るため、広報誌等を活用した周知活動やイベントの開催、長崎の魅力の詰まった写真投稿キャンペーンの実施など域外への情報発信等を行った。

#### 評価(成果・効果)

##### 【夜景観光の推進】

- ・他都市と連携した情報発信や夜景サミットへの参画等により、長崎市の夜景の魅力を国内外へアピールしたことで、夜景観賞を目的とする観光客誘致に繋がった。・「夜景観賞」を主目的とする観光客の割合 平成29年度:8.0% → 平成30年度:13.3%

##### 【世界遺産の保存・活用】

- 2つの世界遺産の保存と理解促進
    - ・「産業革命遺産」について、端島炭坑は、土砂が吸い出され空洞化している端島小中学校の下部の埋戻しが完了したことにより、建物の倒壊を防止することができた。
    - ・「潜伏キリシタン関連遺産」が平成30年7月に世界文化遺産に登録された。また、登録記念事業として登録記念セレモニーや講演会を実施したことにより、世界遺産登録の周知が図られた。
  - 2つの世界遺産を活用した観光の推進
    - ・世界遺産に関する満足度は前年度を上回り、「不満」にかかる割合も減少した。
- 「満足」の割合 (平成29年度:81.6%→平成30年度:83.0%) 「不満」の割合 (平成29年度:4.4%→平成30年度:2.0%)

##### 【歴史・文化・観光資源の魅力向上】

- 文化財の保存と活用
  - ・市が所有する文化財の保存整備を実施するとともに、民間が所有する文化財の保存整備に対し助成等を行ったことから、指定等文化財を今後活用し、継承していくための適切な整備が図られた。
- 伝統芸能の観光資源活用
  - ・郷土芸能大会に向けた練習や現地指導等を通じ、郷土芸能の保存継承が図られた。
- 市民参加による長崎の新たな魅力の発掘と発信
  - ・様々な取組みにより、SNS(Instagram)を活用した魅力発信件数が大幅に増加(平成29年度末:8,431件→平成30年度末:39,048件)

## 評価(問題点とその要因)

### 【夜景観光の推進】

・「夜景観賞」を主目的とする観光客の割合は増加しているものの、夜間景観整備を活かした施設の魅力的な活用や観光メニューの充実を図る事業に着手できていないことから、観光客(日本人・外国人)宿泊者数が伸び悩んでいる。

### 【世界遺産の保存・活用】

#### ●2つの世界遺産の保存と理解促進

・端島炭坑は、閉山から40年以上が経過し、遺構の劣化が著しく進行しているが、世界でも類を見ない劣化状況のコンクリート構造物であることから、保存方法が確立しておらず、具体的な保存工法が決まっていない。

・外海の出津集落及び外海の大野集落においては、山の斜面に関連資産が点在していることから、歩行者ルート of 安全確保が必要である。

#### ●2つの世界遺産を活用した観光の推進

・「潜伏キリシタン関連遺産」が世界遺産に登録されたことで、外海地区への観光客が増加したが、長崎駅から外海への路線バスは本数が少なく、出津教会堂と大野教会堂への移動手段も乏しいことから、その約8割が自家用車(レンタカー含む)であるため、外海地区へのアクセス方法及び地区内の移動の円滑化を図り回遊を促すとともに、満足度の向上を図る必要がある。

### 【歴史・文化・観光資源の魅力向上】

#### ●文化財の保存と活用

・文化財建造物の保存修理には相応の財源や期間を要することから、市が所有する文化財建造物において、早期に保存修理を行うべき物件が複数あるが、全てに着手できない状況にある。

#### ●伝統芸能の観光資源活用

・郷土芸能活動において、地域行事に参加できる子どもの数が少なくなっており、地域後継者が不足していることから、伝承を図ることが困難な状況にある。

#### ●市民参加による長崎の新たな魅力の発掘と発信

・情報発信や市民参加の取組みによる成果の見える化が不足している。

## 今後の取組方針

### 【夜景観光の推進】

・日本新三大夜景認定都市である札幌市及び北九州市との連携により、効果的なプロモーションを実施する。

・夜景サミット2019in上海に参画し、中国をはじめ重要な市場からの夜景観光の誘致を図る。

### 【世界遺産の保存・活用】

#### ●2つの世界遺産の保存と理解促進

・端島炭坑において、劣化が著しいコンクリート構造物の具体的な保存工法について、大学等の研究機関と連携を図りながら検証を行う。

・外海の出津集落及び外海の大野集落においては来訪者の増加や急な路面などに対応するため、説明版の設置や歩行者ルートの整備など更なる受け入れ態勢の充実を図る。

#### ●2つの世界遺産を活用した観光の推進

・世界遺産観光客の満足度向上につながる受入態勢の整備について検討する。

### 【歴史・文化・観光資源の魅力向上】

#### ●文化財の保存と活用

・歴史文化基本構想に基づく文化財の保存・活用・継承を図るために計画的に保存修理・整備を実施する。

#### ●伝統芸能の観光資源活用

・第44回長崎郷土芸能大会を開催し、郷土芸能の重要性を発信することで参加者の増加や後継者育成を図る。

#### ●市民参加による長崎の新たな魅力の発掘と発信

・引き続き、企画趣旨の浸透を図るとともに、成果の具現化と自走化の促進を図る。

## 平成30年度の取組概要

## 【新たな魅力となるサービスの開発・提供】

## ●民間による新たな商品開発の促進

- ・観光資源に関連した土産品の開発促進及び販路拡大のため、土産品取扱店との商談会を実施した。
- ・事業者に対する商品開発支援やコンサルタント機能を担う地域商社の育成に取り組んだ。

## ●伝統芸能や地域文化、自然を活かした体験プログラムの充実【DMO】

- ・グリーンツーリズムを推進するため、各団体の活動支援や夏休み期間中の「グリーンツーリズムサマー」の実施、広報誌への掲載、体験ガイドブック5,000冊作成などによりPRに努めるとともに、連絡会議開催、子ども農山漁村交流体験事業及び長崎グリーンツーリズム誘客推進事業等を実施した。

## ●農水産物のブランド化

- ・「長崎の魚」については、長崎市を訪れる観光客に「長崎市＝魚が美味しいまち」というイメージを与え、魚を食べたくなるようなプロモーション動画を制作し、帰省シーズンと、長崎ランタンフェスティバルの時期に合わせて、羽田空港長崎線待合スペース及び長崎駅かもめ広場で放映した。

- ・「出島ばらいろ」については、JA生産者、市で組織する「長崎和牛・出島ばらいろ」消費拡大実行委員会において、市内の常時取扱い店舗の定着化を図るため、常時取扱い店舗の開拓、フェア等の実施に対する支援、マスメディアやイベント等によるPRなどを行った。また、観光客に対する情報発信を強化するため、長崎駅に「出島ばらいろ」PR看板を設置し、リニューアルした「出島ばらいろ」グルメガイドを配布した。

- ・「なつたより」については、JA、生産者、市、県で組織する「長崎びわ産地活性化推進協議会」において、「長崎びわ」の品質の高さを消費者に向けてPRするイベントを開催した。

- ・長崎サミットプロジェクトの「水産分野」の活動として水産練り製品の販売額拡大を目指しており、ブランド化及び消費拡大のため、「おでん電車」運行、イベント出店などの業界団体の活動を支援した。また、首都圏での販路拡大を図るため、大江戸温泉物語浦安万華鏡にて開催された長崎フェアや千葉で開催された全国規模の商談会であるスーパーマーケット・トレードショーで長崎おでんをPRした。

- ・水産練り製品製造業者、長崎商工会議所、金融機関、行政等で構成する「長崎かんぼこ王国」と連携し、長崎かんぼこの魅力を発信した。

## 【MICE受入体制の充実(DMO)】

- ・MICE開催に伴う業務の市内受注を促進するため、事業者向けのセミナー開催及び先進都市の視察を行った。

## 評価(成果・効果)

## 【新たな魅力となるサービスの開発・提供】

## ●民間による新たな商品開発の促進

- ・土産品取扱店との商談会では、9件のお土産品が成約につながるなど、長崎市内の土産品製造業者の取引機会を増加させることができた。

## ●伝統芸能や地域文化、自然を活かした体験プログラムの充実【DMO】

- ・団体の活動支援、必要に応じた団体との協議・課題解決及びPR活動による周知及び団体自らの取組みにより、市全体として、グリーンツーリズム体験プログラムの参加増加(平成29年度:11,127人→平成30年度:12,383人)につながった。

## ●農水産物のブランド化

- ・「長崎の魚」については、日本語版(1分42秒、30秒、15秒(2パターン))と英語字幕版(1分42秒)の「長崎の魚」プロモーション動画を制作し、帰省シーズンやランタンフェスティバルに合せて、羽田空港長崎線待合スペースで2か月間、長崎駅かもめ広場で2週間放映したことで、観光客の「長崎の魚」の認知度が昨年度に引き続き5割を超えた。

- ・「出島ばらいろ」については、市内常時取扱い飲食店が拡大(平成29年度:18店舗→平成30年度:20店舗)し、消費者に対する知名度向上と、消費の拡大につなげることができた。

- ・「なつたより」については、品質の高さを消費者に向けてPRするイベントを開催したことで、市内外へ発信することができ今後の販売拡大が期待される。

- ・首都圏での販路拡大を図るため、大江戸温泉物語浦安万華鏡にて開催された長崎フェア等(催事3回、総来場者数約70,000人)や千葉で開催された全国規模の商談会であるスーパーマーケット・トレードショー(総来場者数約88,000人)で長崎おでんをPRした。

## 【MICE受入体制の充実(DMO)】

- ・「長崎MICE事業者ネットワーク」と連携し、MICEセミナーを2回開催するなど、MICE受入に係る理解を深めたことにより、民間事業者において受注増につながるスキルアップが図られた。

## 評価(問題点とその要因)

### 【新たな魅力となるサービスの開発・提供】

#### ●伝統芸能や地域文化、自然を活かした体験プログラムの充実【DMO】

・子ども農山漁村交流体験事業を含め、体験プログラムによっては、天候の影響や広報活動の不足により、参加者が減少しているものがある。

#### ●農水産物のブランド化

・「長崎の魚」については、観光客の「長崎の魚」の認知度は5割以上を維持しているものの、ガイドブック「魚の美味しいまち長崎」の制作部数が不足しているため、宿泊施設等からの追加依頼に対応ができず、観光客の長崎市で魚料理を食べた(食べる予定の)割合は減少している。

・「出島ばらいろ」については、市民の認知度は90%以上であるが、流通量が少ないため、市外への流通や、確実な入荷が必要なホテル等での使用が困難であり、観光客に対する認知度は7.5%と非常に低い状況である。

・「なつたより」については、市場関係者やバイヤーに対する評価は年々高まっているものの、消費者に対して「なつたより」のプレミアム感を伝える取組み及び、一度手に取って味わってもらうための工夫が不足しているため、価格に見合うブランドイメージが十分に伝わっていない。

・県外でもPRを実施しているものの、長崎かんぼこの認知度はまだまだ低く、業界全体の売上増につながっていない。

### 【MICE受入体制の充実(DMO)】

・民間事業者のスキルアップは図られているものの、MICEに係る業務の受注拡大までは至っていない。

・ユニークベニューとして活用できる施設、MICE開催前後に参加者や同伴者の滞在満足度を高め、周遊・滞在を促すための体験等をメニュー化できていない。

## 今後の取組方針

### 【新たな魅力となるサービスの開発・提供】

#### ●民間による新たな商品開発の促進

・引き続き土産品取扱店との商談会を実施し、市内製造業者の取引機会の増加につなげる。

#### ●伝統芸能や地域文化、自然を活かした体験プログラムの充実【DMO】

・グリーンツーリズムに取組む団体への活動支援を継続しつつ、受入れ側のスキルアップによる魅力あるメニュー提供と、天候によって内容を変更できるプログラムについての検討を行う。また、各団体主催の体験プログラムやイベントについて、広報誌やホームページなど市広報媒体でのさらなるPRに努める。

#### ●農水産物のブランド化

・「長崎の魚」については、ガイドブック「魚の美味しいまち長崎」の発行部数を増やし、市内ホテルや観光施設等に設置することで、観光客等を店舗へ誘導し、消費拡大を図る。

・「出島ばらいろ」については、既存の常時取扱い店舗が行うキャンペーン等について引続きPRの支援を行うとともに、市内のホテル等に対する訪問や購入方法の支援を強化することで、ホテル等での常時取扱い店舗の獲得を図る。

・「なつたより」については、JAや長崎びわ産地活性化推進協議会を主体として、有利販売戦略(販売キャンペーンの拡大やホームページの活用)を継続的に実施する。

・水産練り製品のブランド化及び消費や販路拡大のための取組みについては、マーケティング等の専門家の知見を得ながら、効果的な販売方法などについて、販売戦略を構築し、実証実験を行いながら、効果の検証を行う。また、戦略に沿った取組みについて、業界団体や長崎商工会議所等の関係団体と連携を図りながら実施する。

### 【MICE受入体制の充実(DMO)】

・DMO(コンベンション協会)等と連携し、MICE主催者のニーズ把握に努め、地元事業者の更なるスキルアップを図るとともに、実践的な取組みを重ねていくことで受注拡大につなげていく。

・ユニークベニューとして活用できる施設を増やすとともに、民間事業者と連携し、MICEの参加者や同伴者の滞在・周遊を促す取組みを充実させる。

## 旗印の内容特3 交流を支える都市の基盤整備

### 方針特3-1 陸の玄関口の整備

#### 平成30年度の取組概要

##### 【長崎駅周辺再整備事業の推進】

- ・長崎駅周辺土地区画整理事業において、交差点設計、道路改良工事、電線共同溝工事、移転補償などを実施した。
- ・長崎駅周辺再整備事業の計画内容と工事の進捗を県民・市民に知ってもらうため、現場見学会を1回開催した。

##### 【交流拠点施設の整備】

- ・(仮称)長崎市交流拠点施設整備・運営事業受注者選定審査会を1回開催し、事業契約を締結した。

#### 評価(成果・効果)

##### 【長崎駅周辺再整備事業の推進】

・長崎駅周辺土地区画整理事業については、進捗率の遅れはあるものの、令和5年度の完成を目指し関連事業との調整を行いながら進捗が図られた。

##### 【交流拠点施設の整備】

・(仮称)長崎市交流拠点施設整備・運営事業の契約を締結し、令和3年11月の開業に向けて当初の計画どおりの進捗が図られた。

#### 評価(問題点とその要因)

##### 【長崎駅周辺再整備事業の推進】

・長崎駅周辺土地区画整理事業施行地区内で、新幹線、JR長崎本線連続立体交差事業など多くの事業が集中して行われており、工事の輻輳による事業進捗への影響が懸念される。

#### 今後の取組方針

##### 【長崎駅周辺再整備事業の推進】

・長崎駅周辺土地区画整理事業については、計画的な事業進捗を図るため、同事業区域内の関連事業と十分な調整等を行いながら、工事を進めていく。

##### 【交流拠点施設の整備】

令和3年11月の開業を目指し、性能発注の中、事業者との協議を行い、(仮称)長崎市交流拠点施設の設計及び建設を着実に進める。

### 方針特3-2 海の玄関口の整備

#### 平成30年度の取組概要

##### 【松が枝国際観光ふ頭の整備】

- ・直轄事業として進められていた松が枝国際観光船ふ頭の1バース目の岸壁改良工事(既存岸壁の21m延伸、係留ドルフィンの新設)が平成30年7月に完成し、同年10月から利用できるようになった。
- ・松が枝国際観光船ふ頭の2バース化の早期事業化に向け、長崎県や関係団体と連携し国等の関係機関に対して要望を行った。

#### 評価(成果・効果)

##### 【松が枝国際観光ふ頭の整備】

- ・松が枝国際観光船ふ頭の1バース目の岸壁改良工事の完成により、大型クルーズ船の係留時の安全性が向上し、同ふ頭の機能強化が図られた。
- ・令和元年度の国の港湾事業の予算において、事業化検証調査費(30,000千円)が確保された。

### 評価(問題点とその要因)

#### 【松が枝国際観光ふ頭の整備】

- ・松が枝国際観光船ふ頭の2バース化については、事業化検証調査費が確保されたものの事業化には至っていない。

### 今後の取組方針

#### 【松が枝国際観光ふ頭の整備】

- ・松が枝国際観光船ふ頭の2バース化については、令和元年7月に経済界や長崎市などで設立した「長崎港松が枝国際観光船埠頭整備促進期成会」を中心に、引き続き、早期事業化に向けて国等の関係機関へ要望していく。

### 方針特3-3

### 空の玄関口の整備

### 平成30年度取組概要

#### 【長崎空港の活用】

- ・国際定期航路便の利用促進及び国際チャーター便の誘致活動を関係機関と連携して行った。

### 評価(成果・効果)

#### 【長崎空港の活用】

- ・台湾からのチャーター便12便就航し、1,743人誘客が図られた。
- ・香港からの定期航路便(週3便)が就航した。

### 評価(問題点とその要因)

#### 【長崎空港の活用】

- ・利用者の需要がなく、韓国からの国際定期便が運休していることもあり、国際定期航路便は2路線に限られている。

### 今後の取組方針

#### 【長崎空港の活用】

- ・魅力的なコンテンツ開発強化に努め、需要の拡大を促す。
- ・県等関係機関と連携し、国際定期航空路線の維持・拡大及び国際チャーター便の誘致に取り組む。

## 旗印の内容特4 交流の産業化を進める体制づくり

### 方針特4-1 長崎市版DMOの確立

#### 平成30年度の取組概要

##### 【長崎市版DMOによる観光地域づくり推進】

###### ●交流人口拡大のためのマーケティング・マネジメントの環境づくり

・民間企業から2名の専門人材を含め、7名体制で観光動向データ収集・分析やインバウンド向けプロモーション等を実施した。

###### ●観光消費拡大の取組

・WEBサイトを活用したインバウンド向けプロモーション等を実施した。

#### 評価(成果・効果)

##### 【長崎市版DMOによる観光地域づくり推進】

###### ●交流人口拡大のためのマーケティング・マネジメントの環境づくり

・インバウンドの動向等の分析結果や課題について、観光関連事業者等と共有し、インバウンド誘客や受入に対する機運の醸成が図られた。

###### ●観光消費拡大の取組

・台湾をターゲットとして、期間を定め、WEBプロモーションを実施した結果、宿泊目標1,000泊に対し、1,300泊を達成した。

#### 評価(問題点とその要因)

##### 【長崎市版DMOによる観光地域づくり推進】

###### ●交流人口拡大のためのマーケティング・マネジメントの環境づくり

・DMOを統括するCMOをはじめとした専門人材の不足や自主財源の不足により、観光地域づくりの舵取り役としての体制構築に至っていない。

・観光動向データ収集・分析結果に基づく課題解決のため、観光関連事業者以外の事業者等の参画を促し連携体制を構築したいが、事業に対する理解促進が進んでいないことなどから、まだ十分な連携が図られていない。

###### ●観光消費拡大の取組

・DMOにおいて誘致プロモーション等に一定取り組んでいるが、多様な関係者の巻き込みが不十分であることから、事業者の主体的な観光消費拡大の取り組みに繋がっていない。

#### 今後の取組方針

##### 【長崎市版DMOによる観光地域づくり推進】

###### ●交流人口拡大のためのマーケティング・マネジメントの環境づくり

・CMO(最高マーケティング責任者)など専門人材の配置支援及び財源確保方策の検討を継続して行う。

・観光動向データ収集・分析と抽出された課題等の解決を、多様な関係者の参画のうえ図っていく。

###### ●観光消費拡大の取組

・MICE及びインバウンド誘客の推進強化及び観光消費拡大のための多様な関係者の主体的な参画を推進する。

・公式HPやSNSによる戦略に基づいた一元的・効率的な情報発信を行う。

**平成30年度 of 取組概要****【宿泊税導入による新たな自主財源の確保】**

・平成29年度から宿泊税の導入可能性について検討を行うとともに、先行自治体の宿泊税導入調査や文化観光部など関係部局との協議など実施した。

**評価(成果・効果)****【宿泊税導入による新たな自主財源の確保】**

・受益者たる観光客が納税義務者となる宿泊税は、観光客や住民の理解も一定程度得やすいのではないかと結論に至った。

**評価(問題点とその要因)****【宿泊税導入による新たな自主財源の確保】**

・今後、宿泊税を導入するにあたっては、観光業界などの理解を得るためにも学識経験者や宿泊事業者、観光事業者等の意見を踏まえた検討が必要である。

**今後の取組方針****【宿泊税導入による新たな自主財源の確保】**

・学識経験者や有識者などで構成する附属機関による検討を行う。

| No.         | 事業名・担当課・事業目的・概要  | 区分   | 平成29年度   | 平成30年度   |
|-------------|--|--|--|--|
| 1           | (事業名)<br>アジア・国際観光客誘致対策事業<br>【観光推進課】<br><br>(事業目的)<br>主にアジアからの外国人観光客の増加を図る。<br><br>(事業概要)<br>外国人観光客誘致を行う。   | 実施年度   | 継続   |  |
|             |  | 成果指標   | 外国人宿泊者数(暦年)  |  |
|             |  | 目標値  | 310,000 人  | 340,000 人  |
|             |  | 実績値  | 297,482 人  | 306,019 人  |
|             |  | 達成率  | 96.0 %   | 90.0 %   |
|             |  | 決算(見込)額  | 30,329,528 円   | 14,210,186 円   |
|             |  | 成果指標及び目標値の説明   | 為替等の外的要因はあるものの、誘致等の取組みにより外国人宿泊者数が増加すると考えられるため、外国人宿泊者数を成果指標とした。<br>国の訪日外国人の目標の伸び率で算出し、平成26年の基準値から平成29年の目標を31万人と設定した | 為替等の外的要因はあるものの、誘致等の取組みにより外国人宿泊者数が増加すると考えられるため、外国人宿泊者数を成果指標とした。<br>国の訪日外国人の目標の伸び率で算出し、平成26年の基準値から平成30年の目標を34万人と設定した |
| 取組実績、成果・課題等 | (取組実績)<br>・タイのメディアを活用したPR及び観光・物産展の実施<br>・タイでの夜景を活用したPR<br>・ベトナムでの旅行商品の造成及びPR<br>(トップセールス・プロモーション)<br>・台湾旅行社等の招へい<br>・タイ旅行社及び教会関係者招へい<br><br>(成果・課題等)<br>外国人延宿泊者数は、三菱重工業長崎造成所の外国人就業者の減に伴い、297,482人と前年比4.2%の減となったものの、継続的なプロモーションによりアジアを中心に増加した。<br><br>「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」を活用したPRにより、韓国・フィリピン等巡礼ツアーの需要がある市場からの誘客を推進するとともに、経済波及効果の大きい富裕層旅行誘致など高付加価値化への取組みを強化する。 | (取組実績)<br>台湾の観光関係者を招聘し、SNS等を活用したPR<br>韓国のKOLの招聘<br><br>(成果・課題等)<br>これまで各国のメディアやインフルエンサーを活用してPRを行い、長崎市の認知度は向上していると思われる。<br>今後、2020年に開催される東京オリンピック・パラリンピックにより、多くの外国人観光客の来日が見込まれるなか、長崎市への誘客を戦略的に創出するとともに、宿泊型の観光、富裕層旅行客の誘致など高付加価値化に向けた取組みを強化する必要がある。 |  |  |

進行管理事業シート

【施策コード: 特-(1)】

| No. | 事業名・担当課・事業目的・概要  | 区分           | 平成29年度   | 平成30年度  |
|-----|--|--------------|--|---|
| 2   | <p>(事業名)<br/>長崎港クルーズ客船受入委員会負担金<br/>【観光推進課】</p> <p>(事業目的)<br/>同委員会への負担金支出により、効果的なクルーズ振興、観光・物産振興に寄与する。</p> <p>(事業概要)<br/>来航するクルーズ客船の受入行事・接遇を行う同委員会へ負担金を支出する。</p> | 実施年度         | 継続   |   |
|     |  | 成果指標         | クルーズ客船乗客・乗務員数(暦年)  |   |
|     |  | 目標値          | 467,000.0 人  | 495,000.0 人   |
|     |  | 実績値          | 1,052,455.0 人  | 936,046.0 人   |
|     |  | 達成率          | 225.4 %  | 189.1 %   |
|     |  | 決算(見込)額      | 9,800,000 円  | 9,800,000 円   |
|     |  | 成果指標及び目標値の説明 | <p>長崎港に来港するクルーズ客船のほとんどは国際クルーズ客船であり、来港するクルーズ客船の乗客・乗務員数の増加が、国際観光都市の交流機能の充実度を示すものと考えられるため、乗客・乗務員の合計人数を指標とした。<br/>平成26年の基準値から平成29年の目標を467,000人と設定した。</p>   | <p>長崎港に来港するクルーズ客船のほとんどは国際クルーズ客船であり、来港するクルーズ客船の乗客・乗務員数の増加が、国際観光都市の交流機能の充実度を示すものと考えられるため、乗客・乗務員の合計人数を指標とした。<br/>平成26年の基準値から平成30年の目標を495,000人と設定した。</p>                                    |
|     |  | 取組実績、成果・課題等  | <p>(取組実績)<br/>・外貨両替、観光案内等クルーズ客船入港時の乗客・乗務員への受入対応<br/>・入出港時の歓迎イベントの実施<br/>・誘致につながる視察等の受入</p> <p>(成果・課題等)<br/>平成29年のクルーズ客船入港数は中国・台湾からのクルーズ客船が増加し、267隻、乗客・乗務員数は1,052,455人と過去最高を記録した(前年比146.6%増)。</p> | <p>(取組実績)<br/>・外貨両替、観光案内等クルーズ客船入港時の乗客・乗務員への受入対応<br/>・入出港時の歓迎イベントの実施<br/>・誘致につながる視察等の受入</p> <p>(成果・課題等)<br/>平成30年のクルーズ客船入港数は220隻、乗客・乗務員数は936,046人と前年より減少したものの、欧米系の乗客を乗せたクルーズ客船は増加した。</p> |

進行管理事業シート

【施策コード: 特-(1)】

| No. | 事業名・担当課・事業目的・概要   | 区分           | 平成29年度   | 平成30年度   |
|-----|---|--------------|--|--|
| 3   | <p>(事業名)<br/>まちなか商店街誘客事業費補助金</p> <p>【商工振興課】</p> <p>(事業目的)<br/>国内外からさらなる観光客の増加が見込まれるなか、その誘客・消費拡大につながる意欲とアイデアのあるまちなか商業者が実施する事業を支援することで、魅力ある個店を創出し、まちなかの回遊性を高めつつ観光客等の消費を喚起させ、商業集積全体の個性や魅力の向上を図るもの。</p> <p>(事業概要)<br/>中心市街地において、市内で小売業・飲食店を営む小規模事業者を対象に、技術の向上、新規分野の開拓に向けて長崎商工会議所が行う「経営発達支援事業」と連携し、国内外の観光客を新たな顧客層として、その開拓・獲得に意欲ある商業者の取組みを支援する。</p> | 実施年度         | 継続   |  |
|     |   | 成果指標         | 補助金交付事業者数  |  |
|     |   | 目標値          | 25 事業者   | 25 事業者   |
|     |   | 実績値          | 16 事業者   | 16 事業者   |
|     |   | 達成率          | 64.0 %   | 64.0 %   |
|     |   | 決算(見込)額      | 2,909,000 円  | 2,627,000 円  |
|     |   | 成果指標及び目標値の説明 | 当該事業で補助金を交付した事業者数を成果指標とした。<br>補助上限額を基に予算額に応じた事業者数を目標値とした。  | 当該事業で補助金を交付した事業者数を成果指標とした。<br>補助上限額を基に予算額に応じた事業者数を目標値とした。  |
|     |   | 取組実績、成果・課題等  | <p>(取組実績)</p> <p>増加が見込まれる外国人等観光客を新たな顧客層として、その消費需要の獲得に向けて意欲ある小規模事業者の事業に対し、補助金交付による支援を行った。(補助金交付事業者数:16事業者)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・補助上限額 20万円</li> <li>・予算額 500万円</li> </ul> <p>(成果・課題等)</p> <p>小規模事業者による外国人観光客をターゲットにした外国語標記の看板や店内外の案内、ホームページ、商品広告(POP)等の16事業がなされ、新たな顧客層の開拓が図られた。</p> <p>補助率を高く設定しているものの、利用実績が伸びていないため、より周知を図る必要がある。</p> | <p>(取組実績)</p> <p>増加が見込まれる外国人等観光客を新たなターゲットとし、その消費需要の獲得に向けた小規模事業者の取組みに対し、補助金交付による支援を行った。(補助金交付事業者数:16事業者)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・補助上限額 20万円</li> <li>・予算額 500万円</li> </ul> <p>(成果・課題等)</p> <p>外国語標記を加えた看板、メニュー、リーフレット、商品サンプル作成や新商品開発など、誘客を目的とした事業を支援することで、新規顧客の開拓や売上の向上につながることができた。</p> <p>補助率を高く設定しているものの、利用実績が依然として伸びていないため、より周知を図る必要がある。</p> |

| No. | 事業名・担当課・事業目的・概要   | 区分           | 平成29年度  | 平成30年度  |
|-----|---|--------------|---|---|
| 4   | (事業名)<br>【MICE推進室】<br>コンベンション開催費補助金<br><br>(事業目的)<br>市内でのコンベンション開催を促進する。<br><br>(事業概要)<br>コンベンション協会から市で開催されるコンベンションの主催者に対し補助を行うため、コンベンション協会へ補助金を交付する。 | 実施年度         | 継続  |   |
|     |   | 成果指標         | コンベンション開催補助金交付件数(暦年)  |   |
|     |   | 目標値          | 35 (%、人、円など)  | 35 (%、人、円など)  |
|     |   | 実績値          | 26 (%、人、円など)  | 41 (%、人、円など)  |
|     |   | 達成率          | 74.3 %  | 117.1 %   |
|     |   | 決算(見込)額      | 9,350,000 円   | 10,000,000 円  |
|     |   | 成果指標及び目標値の説明 | コンベンションの開催補助金交付件数の増加が開催促進策の充実度向上につながると考えられるため、当該件数を成果指標とした。<br>直近値の平成23年コンベンション開催件数全体(1,022件)に占める補助金交付件数(33件)の割合(3.2%)を第四次総合計画において各年ごとに設定した開催件数全体の目標値に乘じ、35件を目標値としている。  | コンベンションの開催補助金交付件数の増加が開催促進策の充実度向上につながると考えられるため、当該件数を成果指標とした。<br>直近値の平成23年コンベンション開催件数全体(1,022件)に占める補助金交付件数(33件)の割合(3.2%)を第四次総合計画において各年ごとに設定した開催件数全体の目標値に乘じ、35件を目標値としている。  |
|     |   | 取組実績、成果・課題等  | (取組実績)<br>本制度を利用した<br>・コンベンション開催件数 26件<br>・延宿泊者数 20,949人<br><br>(成果・課題等)<br>コンベンション開催補助金交付件数は、26件であり、前年に比べ9件の減となった。<br>コンベンション開催件数は、1,505件で、対前年比39件の増となった。全体の参加者は、対前年比24,714人減の339,669人であった。<br>【内訳】<br>・文化・学術コンベンション 1,214件 参加者 187,292人<br>・スポーツコンベンション 291件 参加者 152,377人 | (取組実績)<br>本制度を利用した<br>・コンベンション開催件数 41件<br>・延宿泊者数 23,594人<br><br>(成果・課題等)<br>コンベンション開催補助金交付件数は、41件であり、前年に比べ15件の増となった。<br>コンベンション開催件数は、1,586件で、対前年比81件の増となった。全体の参加者は、対前年比269人減の339,400人であった。<br>【内訳】<br>・文化・学術コンベンション 1,323件 参加者 191,288人<br>・スポーツコンベンション 263件 参加者 148,112人 |

| No.         | 事業名・担当課・事業目的・概要  | 区分  | 平成29年度   | 平成30年度   |
|-------------|--|---|--|--|
| 5           | <p>(事業名)<br/>恐竜化石等研究調査費</p> <p>【恐竜博物館準備室】</p> <p>(事業目的)<br/>白亜紀後期の三ツ瀬層(約8100万年前)の恐竜・翼竜化石が長崎市から発見され、今後も化石発見の可能性が高いとされていることから、長崎における自然史、地学の新しい学習資源とするため、化石の発掘・保存を行う。</p> <p>(事業概要)<br/>福井県立恐竜博物館との共同研究事業として、毎年1週間程度の発掘調査を行い、福井県立恐竜博物館において、剖出(周囲の砂岩等取り除く作業)・鑑定したのち、長崎市科学館において保存、展示する。</p> | 実施年度  | 平成25年度～30年度  |  |
|             |  | 成果指標  | 動物化石標本の数   |  |
|             |  | 目標値   | 30 点   | 30 点   |
|             |  | 実績値   | 249 点  | 317 点  |
|             |  | 達成率   | 830.0 %  | 1,056.7 %  |
|             |  | 決算(見込)額   | 5,546,290 円  | 8,440,598 円  |
|             |  | 成果指標及び目標値の説明  | <p>発掘により出土し、剖出(周囲の砂岩等取り除く作業)・鑑定したのち、動物化石と判断された標本の数を成果指標とした。</p> <p>目標値については、これまで見つかった動物化石をもとに、福井県立恐竜博物館の研究者と協議のうえ設定した。</p> | <p>発掘により出土し、剖出(周囲の砂岩等取り除く作業)・鑑定したのち、動物化石と判断された標本の数を成果指標とした。</p> <p>目標値については、これまで見つかった動物化石をもとに、福井県立恐竜博物館の研究者と協議のうえ設定した。</p> |
| 取組実績、成果・課題等 | <p>(取組実績)<br/>発掘期間 4月22日～28日<br/>5月22日～28日<br/>10月18日～21日<br/>剖出・鑑定 4月～3月</p> <p>(成果・課題等)<br/>クリーニング作業員の人員体制を2人から3人に増やしたことで、鑑定の効率上がり、目標値を達成できた。剖出・鑑定を終えていないものについて、引き続き作業を行う必要がある。<br/>発見された化石等について、リストを作成し適切な保管を行うとともに、一部を科学館等に展示する等、恐竜博物館への建設に向けた市民の機運を盛り上げるための検討が必要である。</p>          | <p>(取組実績)<br/>発掘期間 4月13日～19日<br/>11月4日～8日<br/>剖出・鑑定 4月～3月</p> <p>(成果・課題等)<br/>前年度から引き続きクリーニング作業員の体制が確保できたことから、前年度までのストック分の鑑定が効率的に行われ、目標値を達成できた。剖出・鑑定を終えていないものについて、引き続き作業を行う必要がある。<br/>発見された化石等について、リストを作成し適切な保管を行うとともに、一部を科学館等に展示する等、恐竜博物館への建設に向けた市民の機運を盛り上げるための検討が必要である。</p> |  |  |

| No. | 事業名・担当課・事業目的・概要  | 区分           | 平成29年度   | 平成30年度   |   |
|-----|--|--------------|--|--|---|
| 6   | <p>(事業名)<br/>まちなか再生推進費<br/>【まちなか事業推進室】</p> <p>(事業目的)<br/>まちなかの人の回遊性を促すため、まちなか軸の活性化を中心に、各エリアの魅力を高める。</p> <p>(事業概要)<br/>・地域まちづくり活動支援の取組み<br/>・まちなみ修景計画の策定<br/>・まちなみ整備等の取組み<br/>・まちなか賑わいづくり 活動の支援など</p> | 実施年度         | 継続   |  |   |
|     |  | 成果指標         | まちなかの1日あたりの歩行者通行量  |  |   |
|     |  | 目標値          | 平日137,300人 休日129,200人  | 平日138,700人 休日130,400人  |   |
|     |  | 実績値          | 平日140,964人 休日133,302人  | 平日141,528人 休日133,119人  |   |
|     |  | 達成率          | 平日102.7% 休日103.2%  | 平日102.0% 休日99.8%   |   |
|     |  | 決算(見込)額      | 21,514,150 円   | 15,580,690 円   |   |
|     |  | 成果指標及び目標値の説明 | <p>歴史や文化を実感でき、またこれらを発信することで、人々が集い賑わうまちなかを目指すため、歩行者通行量を成果指標とした。令和2年度までに1日あたり平日141,200人、休日132,900人を目指しているため、その途上として29年度の目標を平日137,300人、休日129,200人とした。</p> | <p>歴史や文化を実感でき、またこれらを発信することで、人々が集い賑わうまちなかを目指すため、歩行者通行量を成果指標とした。令和2年度までに1日あたり平日141,200人、休日132,900人を目指しているため、その途上として30年度の目標を平日138,700人、休日130,400人とした。</p>   |   |
|     |  | 取組実績、成果・課題等  | (取組実績)   | <ul style="list-style-type: none"> <li>町家等の保全、顕在化のための助成(4件)</li> <li>まちなか賑わいづくり活動支援補助(4件)</li> <li>「栗名月十三夜」「廿日えびす」「八幡きやーぶりの祭」などの歳時に合わせたイベントの実施</li> <li>新大工周辺の「食べ歩きガイド」の作成</li> <li>山手周辺の案内板整備の実施</li> <li>新地周辺のトイレ案内板整備の実施</li> <li>長崎おもてなしトイレの開放(3件)</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>町家等の保全、顕在化のための助成(3件)</li> <li>まちなか賑わいづくり活動支援補助(4件)</li> <li>「栗名月十三夜」「厄入りまつり」などの歳時に合わせたイベントの実施</li> <li>唐人屋敷周辺の「唐人屋敷マップ」の作成・新大工・山手周辺の休憩施設整備の実施</li> <li>まちぶらプロジェクトの取組み概要やまちの魅力を発信する映像の作成・長崎おもてなしトイレの開放(3件)</li> </ul>   |
|     |  |              | (成果・課題等)   | <p>目標を達成し、「まちぶら広場」の地域のイベント等での活用や、新大工周辺の「食べ歩きガイド」の発刊など、まちなかの魅力を発信するとともに、まちなかの賑わい創出に繋がる取組みを推進した。</p> <p>地域の交流や魅力を高める「八幡きやーぶりの祭」や外国人観光客などにまちの魅力を伝えるため5か国語で作成された「マチナカおもてなし壁新聞」の作成など、まちなか賑わいづくり活動支援事業により、まちなかにおける新たな魅力の創出や情報発信を</p> <p>中島川・寺町エリアにおいて、町家の保存・活用などの取組みにより、和の魅力の顕在化を推進した</p> <p>まちなかの賑わいが創出されていくなかで、誘導案内板の整備やまちの魅力をまとめた映像の作成・発信により、まちなかへの来街を促し回遊性を高めることが今後の課題である。</p> | <p>目標を達成し、館内周辺の「唐人屋敷マップ」の発刊など、まちなかの魅力を発信するとともに、まちなかの賑わい創出に繋がる取組みを推進した。</p> <p>オーガニックをテーマに賑わいを生み出した「ながさきオーガニックマルシェ」や、市民の目線でまちの魅力を伝えるためにZINE(※)を作成した「手紙と旅手帖」など、まちなか賑わいづくり活動支援事業により、まちなかにおける新たな魅力の創出や情報発信を図った。</p> <p>認定事業では、既存の認定事業者をサポートする事業も新たに生まれた。</p> <p>中島川・寺町エリアにおいて、町家の保存・活用などの取組みにより、和の魅力の顕在化を推進した。</p> <p>まちなかの賑わいが創出されていくなかで、誘導案内板や休憩施設の整備により、まちなかへの来街を促し回遊性を高めることが今後の課題である。</p> |
|     |  |              |  |  | ※ZINE・・・個人の目線で作成する冊子  |

進行管理事業シート

【施策コード:特-(1)】

| No. | 事業名・担当課・事業目的・概要  | 区分           | 平成29年度  | 平成30年度   |  |
|-----|--|--------------|---|--|--|
| 7   | (事業名)<br>市街地再開発事業(新大工町地区)<br><br>【都市計画課】<br><br>(事業目的)<br>地元準備組合が、施設の老朽化・耐震化、地区の賑わい再生を実現するために実施する市街地再開発事業に対し、支援を行う。<br><br>(事業概要)<br>【事業期間】平成26年度～<br>【施行予定区域面積】A=0.7ha<br>【事業種別】第1種市街地再開発事業<br>【総事業費】17,130,364千円<br>【事業費累計】2,479,740千円 | 実施年度         | 平成26年度～   |  |  |
|     |  | 成果指標         | 事業進捗率(事業費ベース)   |  |  |
|     |  | 目標値          | 6.8 %   | 14.5 %   |  |
|     |  | 総事業進捗率       | 3.8 %   | 7.6 %  |  |
|     |  | 達成率          | 55.9 %  | 52.4 %   |  |
|     |  | 決算(見込)額      | 668,000 円   | 183,834,869 円  |  |
|     |  | 当該年度執行率      | 0.4 %   | 21.6 %   |  |
|     |  | 成果指標及び目標値の説明 | 本組合設立に伴い、本格的に事業が進められることから、進捗を客観的に判断できる数値として、総事業費に占める事業費累計の割合を事業進捗率とし、成果指標とした。<br>当該年度の予算を含めた事業進捗率を目標値とした。   |  |  |
|     |  | 取組実績、成果・課題等  | (取組実績)<br>・準備組合が実施する本組合設立に向けた関係機関との調整等に対し、支援を行った。<br>・本組合設立に向けた調整等に時間を要し、本組合設立時期が遅れたため、予定していた事業を次年度に繰越した。<br><br>(成果・課題等)<br>・県の事業認可を受け、本組合が設立された。<br>・令和3年度の完成を目指し、円滑な推進を図るため、技術的助言や事業費補助などの支援を実施する。 | (取組実績)<br>・組合が実施する実施設計や権利変換計画の手続き等に対し、関係機関との調整などの支援を行った。<br>・実施設計に関する調整や権利変換に向けた合意形成等に時間を要し、実施設計の完成及び権利変換計画の認可時期が遅れたため、予定していた事業を次年度に繰越した。<br><br>(成果・課題等)<br>・実施設計の完成及び権利変換計画の認可。<br>・令和4年度の完成を目指し、円滑な推進を図るため、技術的助言や事業費補助などの支援を実施する。 |  |

進行管理事業シート

【施策コード: 特-(2)】

| No.          | 事業名・担当課・事業目的・概要   | 区分           | 平成29年度   | 平成30年度   |              |
|--------------|---|--------------|--|--|--------------|
| 8            | <p>(事業名)<br/>【補助】景観まちづくり刷新事業費<br/>夜間景観整備実施設計</p> <p>【景観推進室】</p> <p>(事業目的)<br/>夜景の更なる魅力向上を図るため、平成29年に策定した環長崎港夜間景観向上基本計画に基づく中・近景及び遠景からの視点による地域のランドマーク施設のライトアップやそれらをつなぐ回遊路の街路灯等の整備を行う。</p> <p>(事業概要)<br/>【事業期間】平成29年度～令和元年度<br/>【総事業費】99,843千円</p> | 実施年度         | 平成29年度～令和元年度   |  |              |
|              |   | 成果指標         | 事業進捗率(事業費ベース)  |  |              |
|              |   | 目標値          | 49.1 %   | 100.0 %  |              |
|              |   | 総事業進捗率       | 37.7 %   | 52.6 %   |              |
|              |   | 達成率          | 76.8 %   | 52.6 %   |              |
|              |   | 決算(見込)額      | 37,675,800 円   | 14,879,160 円   |              |
|              |   | 当該年度執行率      | 76.9 %   | 22.9 %   |              |
|              |   | 成果指標及び目標値の説明 | 事業の進捗を客観的に判断できる数値として、総事業費に占める事業費累計の割合を事業進捗率とし、成果指標とした。   |  |              |
|              |   | 取組実績、成果・課題等  | <p>(取組実績)<br/>平成29年度は、平和公園エリア、東山手・南山手エリア及び館内・新地エリアの実施設計を行った。</p> <p>(成果・課題等)<br/>平成30年度からの整備工事に向け、事業の推進が図られた。<br/>平成30年度は、西坂・諏訪の森エリア、中島川・寺町エリア、春雨通りエリア、斜面市街地における実施設計を行う。<br/>平成29年度に予定していた丸山エリアの実施設計を行うため、11,300千円を平成30年度に繰越している。</p>        | <p>(取組実績)<br/>平成30年度は、丸山エリアの実施設計を行った。また、西坂・諏訪の森エリア、中島川・寺町エリア、斜面市街地における実施設計に着手した。</p> <p>(成果・課題等)<br/>平成31年度の整備工事に向け、事業の推進が図られた。<br/>実施設計において、関係機関等との協議に時間を要したことから、履行中のものを含め、47,288千円を令和元年度に繰越している。</p> |              |
|              |   | 9            | <p>(事業名)<br/>【補助】景観まちづくり刷新事業費<br/>夜間景観整備</p> <p>【景観推進室】</p> <p>(事業目的)<br/>夜景の更なる魅力向上を図るため、平成29年に策定した環長崎港夜間景観向上基本計画に基づく中・近景及び遠景からの視点による地域のランドマーク施設のライトアップやそれらをつなぐ回遊路の街路灯等の整備を行う。</p> <p>(事業概要)<br/>【事業期間】平成30年度～令和元年度<br/>【総事業費】547,200千円</p> | 実施年度   | 平成30年度～令和元年度 |
| 成果指標         | 事業進捗率(事業費ベース)   |              |  |  |              |
| 目標値          | — %   |              |  | 68.7 %   |              |
| 総事業進捗率       | — %   |              |  | 16.0 %   |              |
| 達成率          | — %   |              |  | 23.3 %   |              |
| 決算(見込)額      | — 円   |              |  | 87,586,920 円   |              |
| 当該年度執行率      | — %   |              |  | 22.7 %   |              |
| 成果指標及び目標値の説明 | 事業の進捗を客観的に判断できる数値として、総事業費に占める事業費累計の割合を事業進捗率とし、成果指標とした。  |              |  |  |              |
| 取組実績、成果・課題等  | <p>(取組実績)<br/>平成30年度は、平和公園エリア及び東山手・南山手エリアの一部について整備工事を行った。また、平和公園エリア、東山手・南山手エリア、館内・新地エリアの一部において整備工事に着手した。</p> <p>(成果・課題等)<br/>夜間景観の魅力向上に向け、事業の推進が図られた。<br/>整備工事の発注にあたり、関係機関等との調整・協議に時間を要したことから、施工中のものを含め、288,513千円を令和元年度に繰越している。</p>             |              |  |  |              |

| No. | 事業名・担当課・事業目的・概要  | 区分           | 平成29年度  | 平成30年度  |
|-----|--|--------------|---|---|
| 10  | <p>(事業名)<br/>世界・日本新三大夜景推進事業<br/>【観光政策課】</p> <p>(事業目的)<br/>「世界新三大夜景」及び「日本新三大夜景」に認定されている長崎市の夜景の魅力をアピールし、国内外の観光客の誘致を図る。</p> <p>(事業概要)<br/>他都市と連携した情報発信や夜景サミットへの参画等により、長崎市の夜景の魅力を国内外へアピールする。</p> | 実施年度         | 継続  |   |
|     |  | 成果指標         | 「夜景観賞」を主目的とする観光客の割合   |   |
|     |  | 目標値          | 4.5 %   | 5.0 %   |
|     |  | 実績値          | 8.0 %   | 13.3 %  |
|     |  | 達成率          | 177.8 %   | 266.0 %   |
|     |  | 決算(見込)額      | 3,567,410 円   | 3,641,670 円   |
|     |  | 成果指標及び目標値の説明 | <p>長崎市の夜景の魅力をアピールにより「夜景観賞」を目的とする観光客数の増加が図られると考えられるため、「夜景観賞」を主目的とする観光客の割合を成果指数とした。</p> <p>平成27年度観光動向調査における割合3.8%を基準値として、平成32年度に過去の調査で最高となる5.5%(平成25年度調査結果)とすることを目標値と設定しており、平成29年度は4.5%としている。</p> | <p>長崎市の夜景の魅力をアピールにより「夜景観賞」を目的とする観光客数の増加が図られるため、「夜景観賞」を主目的とする観光客の割合を成果指数とした。</p> <p>平成27年度観光動向調査における割合3.8%を基準値として、平成32年度に過去の調査で最高となる5.5%(平成25年度調査結果)とすることを目標値と設定しており、平成30年度は5%としている。</p> |
|     |  | 取組実績、成果・課題等  | <p>(取組実績)・日本新三大夜景認定都市(札幌市・神戸市・長崎市)の連携によるプロモーションの実施・夜景サミット2017inタイへの参画等</p> <p>(成果・課題等) 実績値は目標値を大きく上回ったが、今後も「環長崎港夜間景観向上基本計画」に基づく整備を行っている夜景を国内外にプロモーションし、誘客につなげる必要がある</p>                         | <p>(取組実績)・日本新三大夜景認定都市(札幌市・北九州市・長崎市)の連携によるプロモーションの実施・夜景サミット2018inマレーシアへの参画等</p> <p>(成果・課題等) 実績値は目標値を大きく上回ったが、今後も「環長崎港夜間景観向上基本計画」に基づく整備を行っている夜景を国内外にプロモーションし、誘客につなげる必要がある。</p>            |

| No. | 事業名・担当課・事業目的・概要  | 区分           | 平成29年度   | 平成30年度  |
|-----|--|--------------|--|---|
| 11  | <p>(事業名)<br/>世界遺産観光客受入費<br/>【観光政策課】</p> <p>(事業目的)<br/>世界遺産(候補)を来訪する観光客の受入態勢を整備し、観光客の満足度向上を図る。</p> <p>(事業概要)<br/>世界遺産の価値や観光に関する情報提供、便益施設の整備を行う。</p> | 実施年度         | 継続   |   |
|     |  | 成果指標         | 観光満足度(世界遺産)  |   |
|     |  | 目標値          | 48.0 %   | 49.0 %  |
|     |  | 実績値          | 81.6 %   | 83.0 %  |
|     |  | 達成率          | 170.0 %  | 169.4 %   |
|     |  | 決算(見込)額      | 47,634,545 円   | 74,516,077 円  |
|     |  | 成果指標及び目標値の説明 | <p>受入態勢の整備により満足度の向上が図られると考えられるため、観光客の世界遺産(候補)に関する満足度(「大変満足」、「満足」と回答した観光客の割合)を成果指標とした。</p> <p>平成27年度観光動向調査における観光満足度46.0%を基準値として、毎年1%向上させる目標値を設定しており、平成29年度は48.0%とする。</p>  | <p>受入態勢の整備により満足度の向上が図られると考えられるため、観光客の世界遺産に関する満足度(「大変満足」、「満足」と回答した観光客の割合)を成果指標とした。</p> <p>平成27年度観光動向調査における観光満足度46.0%を基準値として、毎年1%向上させる目標値を設定しており、平成30年度は49.0%とする。</p>   |
|     |  | 取組実績、成果・課題等  | <p>(取組実績)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>受入施設(世界遺産案内所)の整備、交通誘導員の配置、トイレの管理</li> <li>シャトルバス運行補助、構成資産ガイド配置</li> <li>ガイドブック、パンフレットの制作等のプロモーション</li> </ul> <p>(成果・課題等)</p> <p>「満足」の割合 81.6%<br/>「不満」の割合 4.4%</p> <p>目標は達成したが、「不満」にかかる割合が0.3%上昇しており、「潜伏キリシタン関連遺産」の世界遺産登録を見据えて外海地区への移動及び外海地区内の移動円滑化を図り周遊を促すとともに、満足度の向上を図る必要がある。</p> | <p>(取組実績)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>受入施設(世界遺産案内所)の整備、交通誘導員の配置、トイレの管理</li> <li>シャトルバス運行補助、構成資産ガイド配置</li> <li>ガイドブック、パンフレットの制作等のプロモーション</li> </ul> <p>(成果・課題等)</p> <p>「満足」の割合 83%<br/>「不満」の割合 2%</p> <p>目標は達成し、「不満」にかかる割合も2.2%減少していることから、一定満足度の向上を図ることができた。</p> <p>「潜伏キリシタン関連遺産」が世界遺産登録されたことから、観光客も大幅に増加したことから、外海地区の交通誘導等を実施し、更なる満足度の向上を図る必要がある。</p> |

| No. | 事業名・担当課・事業目的・概要   | 区分           | 平成29年度   | 平成30年度   |  |
|-----|---|--------------|--|--|--|
| 12  | <p>(事業名)<br/>「明治日本の産業革命遺産」推進費</p> <p>【世界遺産室】</p> <p>(事業目的)<br/>世界遺産は、未来の世代に引き継いでいくべき人類共通の財産であるため、構成資産を適切に保存し、世界遺産価値の理解促進を図る。</p> <p>(事業概要)<br/>構成資産である高島炭鉱(高島炭坑・端島炭坑)の保存管理を万全なものとするための計画策定や、関係自治体と連携して周知啓発等を行い、世界遺産価値の理解促進を進める。</p> | 実施年度         | 継続   |  |  |
|     |   | 成果指標         | グラバー園の入園者数   |  |  |
|     |   | 目標値          | 1,110,000 人  | 1,130,000 人  |  |
|     |   | 実績値          | 996,075 人  | 944,780 人  |  |
|     |   | 達成率          | 89.7 %   | 83.6 %   |  |
|     |   | 決算(見込)額      | 39,233,874 円   | 15,804,062 円   |  |
|     |   | 成果指標及び目標値の説明 | <p>・グラバー園内に市内構成資産に関するインフォメーション機能を設置しており、グラバー園の入園者数の増が、構成資産の認知度向上に寄与すると考えられることから、グラバー園の入場者数を成果指標とした。</p> <p>・各年度末の実績により把握する。</p> <p>・世界遺産登録の効果等の要素を踏まえて設定された観光客数の伸び率(平成32年までの観光客数の目標から算出)をもとに目標値を設定する。</p>  |  |  |
|     |   | 取組実績、成果・課題等  | <p>(取組実績)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・世界遺産委員会の勧告に対応するため、高島炭鉱(高島炭坑、端島炭坑)及び旧グラバー住宅の「修復・公開活用計画」を平成29年12月に策定し、国を通じて勧告に対する進捗状況を報告した。</li> <li>・土砂が吸い出され空洞化している端島小中学校の下部の一部埋戻しを行うとともに、遺構の補強整備を目的とした構造調査を行った。</li> </ul> <p>(成果・課題等)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・国を通じて進捗状況を報告したことにより、世界遺産委員会の勧告に対応することができた。</li> <li>・建物の倒壊防止に向け進捗があった。また、資産の整備の基礎資料を作成することができた。</li> </ul> | <p>(取組実績)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「史跡 高島炭跡跡」に関する各種調査を「総括調査報告書」として取りまとめ、文化庁、県内市町図書館、研究機関などに配布した。</li> <li>・「2つの世界遺産ガイドマップ」の広報ながさきへの折り込みや他の構成資産の自治体とともに観光業界等への周知のため展示会へ出展した。</li> </ul> <p>(成果・課題等)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「総括調査報告書」として取りまとめ、配布したことにより、調査結果を公開し、補助金を活用した事業を周知することができた。</li> <li>・ガイドマップの折り込みや展示会への出展により「2つの世界遺産があるまち」の実現の周知と2つの世界遺産の周遊を促すことができた。</li> </ul> |  |

| No. | 事業名・担当課・事業目的・概要  | 区分           | 平成29年度   | 平成30年度   |
|-----|--|--------------|--|--|
| 13  | <p>(事業名)<br/>「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」登録推進費</p> <p>【世界遺産室】</p> <p>(事業目的)<br/>歴史的・文化的遺産を活用したまちづくりに資するとともに、交流人口の拡大による地域の活性化を図る。</p> <p>(事業概要)<br/>登録を見据え、構成資産及び関連資産を適切に保存するための調査や整備を行うとともに、来訪者受入態勢の充実、周知啓発等の実施により機運の醸成を図る。</p> | 実施年度         | 継続   |  |
|     |  | 成果指標         | 外海歴史民俗資料館の入館者数   |  |
|     |  | 目標値          | 10,500 人   | 11,500 人   |
|     |  | 実績値          | 13,595 人   | 21,749 人   |
|     |  | 達成率          | 129.5 %  | 189.1 %  |
|     |  | 決算(見込)額      | 18,535,391 円   | 32,325,088 円   |
|     |  | 成果指標及び目標値の説明 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・外海歴史民俗資料館に「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」の展示を行っており、外海歴史民俗資料館の入館者数の増が構成資産の認知度向上に寄与と考えられることから、外海歴史民俗資料館の入館者数を成果指標とした。</li> <li>・各年度末の実績により把握する。</li> <li>・平成27年度から平成29年度までは毎年度2%増を、世界遺産登録が見込まれる平成30年度は10%増、平成31年度以降は毎年度5%増を目標とする。</li> </ul>   |  |
|     |  | 取組実績、成果・課題等  | <p>(取組実績)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・イコモス現地調査への対応とともに、「外海の大野集落」の保護を図るため、重要文化的景観「長崎市外海の石積集落景観」の追加選定への対応を行なった。</li> <li>・世界遺産の全体価値を示す展示やDVDの放映を外海歴史民俗資料館内にて行った。また、外海地区において、歩行者ルートの手摺りや文化的景観の説明板を設置した。</li> </ul> <p>(成果・課題等)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・イコモス調査に適切に対応したこと及び外海の大野集落において、平成30年2月に重要文化的景観「長崎市外海の石積集落景観」の追加選定が行われ、世界遺産登録に必要な法的保護措置が完了したことにより、世界遺産登録について前進した。</li> <li>・来訪者への受入態勢の充実や理解促進を図ることができた。</li> </ul> | <p>(取組実績)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・第42回世界遺産委員会に出席するとともに、世界遺産登録記念事業として登録記念セレモニー及び講演会を開催した。</li> <li>・世界遺産登録記念銘板・説明版、構成資産への誘導サインを設置するとともに、外海歴史民俗資料館の展示を追加した。</li> </ul> <p>(成果・課題等)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・平成30年7月に世界文化遺産に登録された。また、登録記念事業を実施したことにより、世界遺産登録の周知が図られた。</li> <li>・世界遺産登録記念銘板・説明版、構成資産への誘導サインの設置や外海歴史民俗資料館の展示を追加したことにより、理解促進と来訪者の受入態勢の充実を図ることができた。</li> </ul> |

| No. | 事業名・担当課・事業目的・概要  | 区分           | 平成29年度  | 平成30年度   |
|-----|--|--------------|---|--|
| 14  | <p>(事業名)<br/>グリーンツーリズム推進費</p> <p>【農林振興課】</p> <p>(事業目的)<br/>農山漁村地域における地域資源を活用し、グリーンツーリズム事業を推進・展開することにより、交流人口を拡大し、地域の活性化を図る。</p> <p>(事業概要)<br/>・ツーリズム団体等の地域間連携強化と人材育成(連絡会議の開催、研修会等の実施)<br/>・ツーリズム団体への活動支援(事業費補助、体験交流施設・体験民泊施設整備補助金交付)<br/>・長崎のグリーンツーリズムPR(体験プログラム冊子作成、ホームページ運営等)<br/>・グリーンツーリズム誘客推進事業の実施<br/>(委託先:一般社団法人長崎国際観光コンベンション協会)</p> | 実施年度         | 継続  |  |
|     |  | 成果指標         | 体験プログラム参加者数   |  |
|     |  | 目標値          | 11,820 人  | 11,880 人   |
|     |  | 実績値          | 11,127 人  | 12,383 人   |
|     |  | 達成率          | 94.1 %  | 104.2 %  |
|     |  | 決算(見込)額      | 4,877,122 円   | 5,985,742 円  |
|     |  | 成果指標及び目標値の説明 | <p>農家民泊体験や農漁業など、ツーリズム体験の参加人数の増加が農山漁村の魅力発信の成果と考えられることから、ツーリズム体験の参加人数を成果指標とした。<br/>基準値11,708人(平成27年度実績)から年約60人増を目標とした。</p>  |  |
|     |  | 取組実績、成果・課題等  | <p>(取組実績)<br/>長崎市グリーンツーリズム連絡会議等の開催1回、事業活動支援8団体、子ども農山漁村交流体験事業補助5団体(9校264人参加)<br/>・PR冊子作成7,000部<br/>・グリーンツーリズム誘客定着推進事業の実施(11ツアー、193人)<br/>・グリーンツーリズムサマー2,723人</p> <p>(成果・課題等)<br/>実践団体の継続的な活動等支援により、組織の拡充と地域の活性化につながった。</p> | <p>(取組実績)<br/>長崎市グリーンツーリズム連絡会議等の開催1回、事業活動支援6団体、子ども農山漁村交流体験事業補助4団体(7校216人参加)<br/>・PR冊子作成5,000部<br/>・グリーンツーリズム誘客推進事業の実施(13ツアー、212人)<br/>・グリーンツーリズムサマー2,540人</p> <p>(成果・課題等)<br/>体験プログラムの参加者数増加により、組織の拡充と地域活性化につながった。</p> |

| No.                 | 事業名・担当課・事業目的・概要   | 区分   | 平成29年度  | 平成30年度  |
|---------------------|---|--|---|---|
| 15                  | <p>(事業名)<br/>「人」のまち「ながさき」プロモーション事業費<br/>【長崎創生推進室】</p> <p>(事業目的)<br/>長崎に対する誇りや愛着、いわゆる「シビック<br/>プライド」を高めるとともに、新しい長崎ファンを<br/>つくって長崎市への新たな来訪者を増やし、ひ<br/>いては滞在時間の延長などによる消費拡大を<br/>図る。</p> <p>(事業概要)<br/>長崎市民の愛する声を集めて、長崎の日常<br/>を発信する『「長崎〇〇LOVERS」プロジェクト』<br/>の取組みを発信する。</p> | 実施年度   | 継続  |   |
|                     |   | 成果指標   | SNS (Instagram) を活用した魅力発信件数   |   |
|                     |   | 目標値  | 5,000 件   | 15,000 件  |
|                     |   | 実績値  | 8,431 件   | 39,048 件  |
|                     |   | 達成率  | 168.6 %   | 260.3 %   |
|                     |   | 決算(見込)額  | 42,862,900 円  | 24,780,825 円  |
|                     |   | 成果指標及<br>び目標値の<br>説明   | <p>長崎市の持つ多様な魅力について市民が主体となって発信するプロジェクトであることから、SNS (Instagram) を活用し、写真の投稿を促しており、投稿された写真の件数で魅力が発信されたことが測れるため成果指標とした。<br/>目標値については先進都市の事例等を踏まえ設定した。</p> | <p>長崎市の持つ多様な魅力について市民が主体となって発信するプロジェクトであることから、SNS (Instagram) を活用し、写真の投稿を促しており、投稿された写真の件数で魅力が発信されたことが測れるため成果指標とした。<br/>目標値については先進都市の事例等を踏まえ設定した。</p> |
| 取組実績<br>、成果・課題<br>等 | <p>(取組実績)<br/>「長崎〇〇LOVERS」企画立上げ、周知の実施。</p> <p>(成果・課題等)<br/>企画浸透を図るため、イベントやプロモーション映像制作、WEBサイト構築、SNS活用による情報発信を行うことで、市民が主体となった長崎の新たな魅力の掘り起こしと発信を行うことができた。<br/>今後更なる市内の参加者増加を図るとともに、長崎の魅力発信による域外からの新たな来訪者の増加を目指した取組みを進める必要がある。</p>  | <p>(取組実績)<br/>「長崎〇〇LOVERS」企画の更なる浸透、域外への情報発信。</p> <p>(成果・課題等)<br/>・長崎LOVERSプロジェクトのさらなる浸透と域外への情報発信を図るため、広報誌等を活用した周知活動にあわせ、テーマ別に市民が参加して長崎の魅力を体験し、魅力を発信するイベントの開催、市民による長崎の魅力の詰まった写真投稿キャンペーンの実施と長崎〇〇LOVERSソングの制作、著名人と市民の出演する動画による域外への情報発信等を行うことができた。<br/>今後は「長崎〇〇LOVERS」の自走化に向けて、グッズの貸し出し等による民間イベント開催の支援や、市民によるSNS投稿の促進を図る必要がある。</p> |   |   |

| No. | 事業名・担当課・事業目的・概要  | 区分           | 平成29年度   | 平成30年度 |
|-----|--|--------------|--|--------|
| 16  | <p>(事業名)<br/>交流の産業化リーディング事業費<br/>【長崎創生推進室】</p> <p>(事業目的)<br/>新たな消費の拡大など、「交流の産業化」を推進する民間事業者の取組みを支援して、成功事例として顕在化させ、波及効果を広げて、「交流の産業化」を加速する。</p> <p>(事業概要)<br/>交流の産業化リーディング事業費補助金の交付補助率3/4 年度上限額2,000千円(2ヶ年事業)</p> | 実施年度         | 新規   |        |
|     |  | 成果指標         | 補助実施件数   |        |
|     |  | 目標値          | 5 件  |        |
|     |  | 実績値          | 4 件  |        |
|     |  | 達成率          | 80.0 %   |        |
|     |  | 決算(見込)額      | 7,180,600 円  |        |
|     |  | 成果指標及び目標値の説明 | 交流の産業化に資する取組みを促進するため、リーディング事業費補助金の補助実施件数を成果指標とした。  |        |
|     |  | 取組実績、成果・課題等  | <p>(取組実績)<br/>長崎市交流の産業化リーディング事業費補助金を交付し、官民連携した「『交流の産業化』による長崎創生」を推進した。(補助対象事業4事業)</p> <p>(成果・課題等)<br/>様々なまちづくりの担い手による長崎独自の資源や魅力の磨き上げと長崎創生の推進が図られた。しかし、応募は11件あったものの、審査の結果、採択は4件にとどまったため、事業者等に対する「交流の産業化」の趣旨を浸透させるための更なる周知強化が必要であると考える。</p> |        |

| No. | 事業名・担当課・事業目的・概要  | 区分           | 平成29年度   | 平成30年度  |
|-----|--|--------------|--|---|
| 17  | <p>(事業名)<br/>「長崎和牛・出島ばらいろ」ブランド強化事業</p> <p>【水産農林政策課】</p> <p>(事業目的)<br/>JA長崎せいひの独自ブランド「長崎和牛・出島ばらいろ」のブランド化の確立に向けた取組みを強化し、消費拡大を図るとともに、生産者の所得向上及び地域活性化につなげる。</p> <p>(事業概要)<br/>・取扱い店舗の定着化<br/>・観光客に対する情報発信の強化</p> | 実施年度         | 継続   |   |
|     |  | 成果指標         | 「長崎和牛・出島ばらいろ」の販売額[暦年]  |   |
|     |  | 目標値          | 14.0 億円  | 14.1 億円   |
|     |  | 実績値          | 15.7 億円  | 16.9 億円   |
|     |  | 達成率          | 112.1 %  | 119.9 %   |
|     |  | 決算(見込)額      | 1,000,000 円  | 1,000,000 円   |
|     |  | 成果指標及び目標値の説明 | <p>「出島ばらいろ」(枝肉)の販売額が増加することで、消費拡大が図られることから、年間販売額を成果指標とした。</p> <p>基準値13.9億円(平成26年度)から令和2年度に14.2億円とする目標値を設定しており、平成29年度は14.0億円を目標値とした。</p>   | <p>「出島ばらいろ」(枝肉)の販売額が増加することで、消費拡大が図られることから、年間販売額を成果指標とした。</p> <p>基準値13.9億円(平成26年度)から令和2年度に14.29億円とする目標値を設定しており、平成30年度は14.1億円を目標値とした。</p>   |
|     |  | 取組実績、成果・課題等  | <p>(取組実績)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>取扱い店舗の定着化</li> <li>常時取扱い店舗の開拓</li> <li>フェア等の実施に対する支援</li> <li>観光客に対する情報発信の強化</li> </ul> <p>マスメディアやイベント等によるPR</p> <p>長崎駅におけるPR看板の設置及びグルメガイドの配布 等</p> <p>(成果・課題等)</p> <p>市内で常時食べられる飲食店が拡大するとともに(平成28年度:14店舗→平成29年度:18店舗)、ふるさと納税における「出島ばらいろ」に関連する返礼品の品目数及び金額が拡大する(平成28年度:11品目、約960万円→平成29年度:21品目、約1,548万円)等の成果があり、目標も達成しているが、観光客に対する認知度は5.2%と非常に低い状況であるため、観光客に対する情報発信を更に強化する必要がある。</p> | <p>(取組実績)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>取扱い店舗の定着化</li> <li>常時取扱い店舗の開拓</li> <li>フェア等の実施に対する支援</li> </ul> <p>マスメディアやイベント等によるPR</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>観光客に対する情報発信の強化</li> </ul> <p>長崎駅におけるPR看板の設置及びグルメガイドのリニューアル版の作成及び配布 等</p> <p>(成果・課題等)</p> <p>市内で常時食べられる飲食店が拡大するとともに(平成29年度:18店舗→平成30年度:20店舗)、ふるさと納税における「出島ばらいろ」に関連する返礼品の品目数及び金額が拡大する(平成29年度:21品目、約1,548万円→平成30年度:43品目、約2,170万円)等の成果があり、目標も達成しているが、観光客に対する認知度は7.5%と非常に低い状況であるため、観光客に対する情報発信を更に強化する必要がある。</p> |

| No. | 事業名・担当課・事業目的・概要  | 区分           | 平成29年度   | 平成30年度  |
|-----|--|--------------|--|---|
| 18  | (事業名)<br>長崎水産練り製品ブランド化支援費<br>【商工振興課】<br>(事業目的)<br>水産練り製品製造業を中心とする食料品加工業の売上増を図る。<br>(事業概要)<br>平成22年度に発足した「長崎水産練り製品ブランド化推進委員会」により始まった、水産練り製品の売上増を図る取組みを支援する。 | 実施年度         | 継続   |   |
|     |  | 成果指標         | 長崎地域水産練り製品総出荷額   |   |
|     |  | 目標値          | 89 億円  | 105 億円  |
|     |  | 実績値          | 75 億円  | 71 億円   |
|     |  | 達成率          | 84.3 %   | 67.6 %  |
|     |  | 決算(見込)額      | 672,044 円  | 551,800 円   |
|     |  | 成果指標及び目標値の説明 | 生産高の上昇が事業者の売上の増につながるため、域内における水産練り製品の総出荷額を成果指標とした。長崎サミットでの目標である令和2年の総出荷額120億円から前年度実績を差し引いた額を年割で算出し目標値とした。   | 生産高の上昇が事業者の売上の増につながるため、域内における水産練り製品の総出荷額を成果指標とした。長崎サミットでの目標である令和2年の総出荷額120億円から前年度実績を差し引いた額を年割で算出し目標値とした。  |
|     |  | 取組実績、成果・課題等  | (取組実績)<br>水産練り製品製造業者、金融機関、大学及び市等が連携し、水産練り製品の消費拡大に向け、おでん電車の運行等のPR活動、首都圏でのPR販売を展開した。<br>(成果・課題等)<br>域内での需要減等により、水産練り製品総出荷額が伸びなかった。引き続き、PR強化等による水産練り製品のブランド化を進め、売上増に向け取り組んでいく必要がある。 | (取組実績)<br>水産練り製品製造業者、金融機関、長崎商工会議所、大学及び市等が連携し、水産練り製品の消費拡大に向け、おでん電車の運行等のPR活動、首都圏でのPRを展開した。<br>(成果・課題等)<br>域内での需要減等により、水産練り製品総出荷額が伸びなかった。販路や消費を拡大させるため、販売戦略を構築する必要がある。 |

| No. | 事業名・担当課・事業目的・概要   | 区分           | 平成29年度   | 平成30年度  |
|-----|---|--------------|--|---|
| 19  | <p>(事業名)<br/>「長崎のおさかな」PR・おもてなし事業</p> <p>【水産農林政策課】</p> <p>【C7-2へ再掲】</p> <p>(事業目的)<br/>長崎は全国2位の漁獲量を有し、魚種の豊富さでは全国1位と言われている。長崎の資源である魚の魅力を引き、市内外へPRを行うとともに、四季折々の魚を市民や観光客へ提供できる体制を整備し、長崎の魚の消費拡大を図る。</p> <p>(事業概要)<br/>①旬の魚でおもてなし<br/>四季折々の旬の魚料理を提供するとともに、魚の美味しいまち長崎の魅力を各種広報ツールを通じて発信。<br/>②ご当地グルメでおもてなし<br/>長崎の魚を使った新・ご当地グルメを開発し、平成28年10月から提供を開始するとともに、各種広報ツールやイベントなどを通じて発信。<br/>③鯨のまち長崎PR<br/>長崎に深く根付いている「鯨食文化」の継承と発信を目的に、料理フェアや料理教室などを実施。<br/>④魚食普及の推進<br/>魚のまち長崎応援女子会と連携し、魚食普及の取組みを実施。</p> | 実施年度         | 継続   |   |
|     |   | 成果指標         | 長崎の魚でおもてなし事業参加店舗数  |   |
|     |   | 目標値          | 95 件   | 100 件   |
|     |   | 実績値          | 99 件   | 101 件   |
|     |   | 達成率          | 104.2 %  | 101.0 %   |
|     |   | 決算(見込)額      | 10,326,647 円   | 12,310,623 円  |
|     |   | 成果指標及び目標値の説明 | <p>店舗数が増えることで魚の消費拡大につながることから「長崎の魚でおもてなし事業」参加店舗数(「四季の美味しい魚」提供店舗数及び「新・ご当地グルメ」提供店舗数)を成果指標とした。</p> <p>平成30年度に100件となることを目標値と設定しており、平成29年度は95件を目標値とした。</p>   | <p>店舗数が増えることで魚の消費拡大につながることから「長崎の魚でおもてなし事業」参加店舗数(「四季の美味しい魚」提供店舗数及び「新・ご当地グルメ」提供店舗数)を成果指標とした。</p> <p>平成30年度に100件となることを目標値と設定している。「四季の美味しい魚」提供店舗60件、「新・ご当地グルメ」40件。</p>  |
|     |   | 取組実績、成果・課題等  | <p>(取組実績)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・四季の美味しい魚提供店舗数64件</li> <li>・新・ご当地グルメ提供店舗数35件</li> </ul> <p>①旬の魚でおもてなし<br/>季節毎の「旬の魚」をテーマとしたホームページコーナーの更新</p> <p>②ご当地グルメでおもてなし<br/>新・ご当地グルメの提供店の募集、提供<br/>試食会の開催やイベントでの販売(長崎帆船まつり新鮮市、長崎さかな祭り、実り恵みの感謝祭等)<br/>旅行雑誌、ホームページ、マスメディア等での情報発信<br/>店舗への誘導を図るキャンペーンの実施(2回)<br/>レシピカードの制作</p> <p>③鯨のまち長崎PR<br/>今昔くじら料理フェア開催<br/>市内小学校における鯨料理教室の開催(1校)<br/>夏休みの親子を対象とした「くじら食文化教室」の開催</p> <p>④魚食普及の推進<br/>魚の離乳食レシピ「フィッシュスタート」を4か月児健診時に配布<br/>魚の離乳食レシピ「フィッシュスタート」増刷<br/>魚料理教室開催 2回</p> <p>(成果・課題等)<br/>目標は達成したが、観光客の長崎市で魚料理を食べた割合は前年度を下回っている(平成28年度:40.7%→平成29年度:37.4%)。また、新・ご当地グルメについても、実際に食べられている割合が低い状況であり、特に、市民への定着を図る取組みが不足している。</p> | <p>(取組実績)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・四季の美味しい魚提供店舗数65件</li> <li>・新・ご当地グルメ提供店舗数36件</li> </ul> <p>①旬の魚でおもてなし<br/>タウン情報誌で「旬の魚」から1種ずつ計4回、生産者からの紹介とその魚を食べられる提供店舗を紹介<br/>「魚のまち長崎」のイメージアップのためのプロモーション動画を制作、羽田空港長崎線待合スペースやJR長崎駅かめビジョンで放映<br/>「魚の美味しいまち長崎」HP誘導カードを制作、市内ホテル100店舗へ配布</p> <p>②ご当地グルメでおもてなし<br/>「長崎そっぷ」提供店舗への誘導を図るキャンペーンの実施(1回)<br/>新・ご当地グルメ誕生2周年と「長崎そっぷ」キャンペーンに合わせてSNS広告を実施<br/>試食会の開催やイベントでの販売(長崎帆船まつり新鮮市、長崎さかな祭り、実り恵みの感謝祭等)<br/>交通広告やホームページ等での情報発信</p> <p>③鯨のまち長崎PR<br/>今昔くじら料理フェア開催<br/>市内小学校における鯨料理教室の開催(1校)<br/>夏休みの親子を対象とした「くじら食文化教室」の開催</p> <p>④魚食普及の推進<br/>魚の離乳食レシピ「フィッシュスタート」を4か月児健診時に配布<br/>魚の離乳食レシピ「フィッシュスタート」調理動画作成<br/>長崎の魚の絵本「おさかな すきなこたあれ？」制作</p> <p>(成果・課題等)<br/>目標を達成し、長崎の魚を市民や観光客へ提供できる体制を整備することができた。しかしながら、観光客の長崎市で魚料理を食べた割合は前年度を下回っており(平成29年度:37.4%→平成30年度:34.5%)、今後は店舗への誘導の強化が課題となる。</p> |

進行管理事業シート

【施策コード: 特-(3)】

| No. | 事業名・担当課・事業目的・概要   | 区分           | 平成29年度   | 平成30年度  |
|-----|---|--------------|--|---|
| 20  | <p>(事業名)<br/>【補助】土地区画整理事業費<br/>長崎駅周辺地区(予算補助)<br/>【単独】土地区画整理事業費<br/>長崎駅周辺地区<br/>【長崎駅周辺整備室】</p> <p>(事業目的)<br/>長崎駅周辺の未利用地を解消し、土地利用の転換と有効活用を図り、国際観光都市長崎の陸の玄関口にふさわしい都市拠点を形成する。</p> <p>(事業概要)<br/>【事業期間】平成21～令和5年度<br/>【総事業量】A=19.2ha<br/>【総事業費】15,368,963千円<br/>【事業費累計】3,539,149千円</p> | 実施年度         | 平成21～35年度  |   |
|     |   | 成果指標         | 事業進捗率(事業費ベース)  |   |
|     |   | 目標値          | 40.9 %   | 46.8 %  |
|     |   | 総事業進捗率       | 18.7 %   | 23.0 %  |
|     |   | 達成率          | 45.7 %   | 49.1 %  |
|     |   | 決算(見込)額      | 281,399,652 円  | 671,700,767 円   |
|     |   | 当該年度執行率      | 43.3 %   | 58.9 %  |
|     |   | 成果指標及び目標値の説明 | <p>事業の進捗を客観的に判断できる数値として、総事業費に占める事業費累計の割合を事業進捗率とし、成果指標とした。</p> <p>同事業の資金計画における総事業費に占める事業費累計の割合を目標値とした。</p>  |   |
|     |   | 取組実績、成果・課題等  | <p>(取組実績)<br/>平成29年度は、交差点設計1件、駅前広場設計1件、建物調査2件、上下水道工事7件、土壌汚染除染工事1件などを実施した。</p> <p>(成果・課題等)<br/>進捗率は遅れ気味であるが、同事業区域内の新幹線やJR長崎本線連続立体交差事業などの関連事業と調整を行いながら、一定の事業進捗を図った。<br/>電線共同溝や西通り線の整備工事等において、関連事業との作業ヤード調整や関係機関との協議に日時を要したため、352,469千円を平成30年度へ繰り越した。<br/>今後、関連事業の進捗により、駅舎の移転補償や在来線切換え後の道路整備等により、大幅な事業進捗も見込まれるが、関連事業との十分な調整を行っていく必要がある。</p> | <p>(取組実績)<br/>平成30年度は、交差点設計3件、道路改良工事4件、電線共同溝工事4件、移転補償4件などを実施した。</p> <p>(成果・課題等)<br/>事業の進捗は遅れ気味であるが、同事業区域内の新幹線やJR長崎本線連続立体交差事業等の関連事業と調整を行いながら、一定の事業進捗を図った。<br/>設計業務や移転補償、道路工事などにおいて、関係機関や権利者との協議、並びに関連事業との作業ヤード等の調整に日時を要したため、469,446千円を令和元年度へ繰り越した。<br/>今後、在来線の高架切替えなどが行われることで、駅東側の整備が実施できるようになり、大幅な事業進捗も見込まれるため、今後とも関連事業との十分な調整を行う必要がある。</p> |

| No.         | 事業名・担当課・事業目的・概要  | 区分  | 平成29年度  | 平成30年度  |
|-------------|--|---|---|---|
| 21          | <p>(事業名)<br/>交流拠点施設整備推進費<br/>【交流拠点施設整備室】</p> <p>(事業目的)<br/>交流人口を拡大し、雇用の創出及び所得の向上を図り、定住促進に繋がる地域経済の好循環を目指すため、交流拠点施設の整備検討を行う。</p> <p>(事業概要)<br/>実施方針等の公表から契約条件の整理までの一連の業務実施にあたり、法務、財務、技術等について専門的見地からのアドバイザーの的確な助言のもとで検討・手続を進めていくとともに、交流拠点施設に係る補助金や整備計画の調整を図るため、関係機関等との協議等を行う。</p> | 実施年度  | 平成28年度～平成30年度   |   |
|             |  | 成果指標  | 交流拠点施設に係る事業者公募選定等支援業務委託の事業進捗率   |   |
|             |  | 目標値   | 87.2 (%、人、円など)  | 100.0 (%、人、円など)   |
|             |  | 実績値   | 87.2 (%、人、円など)  | 100.0 (%、人、円など)   |
|             |  | 達成率   | 100.0 %   | 100.0 %   |
|             |  | 決算(見込)額   | 13,317,056 円  | 4,866,453 円   |
|             |  | 成果指標及び目標値の説明  | <p>本事業は令和3年11月の施設供用開始に向けて設計を開始するまでの準備事業であり、実施方針等の公表から契約条件の整理までの一連の業務を実施することが交流拠点施設の整備に向けた重要な取組みとなることから、交流拠点施設に係る事業者公募選定等支援業務委託の事業進捗率を成果指標とした。</p> <p>平成29年度は、交流拠点施設に係る事業者公募選定等支援業務委託に係る事業費の割合を参考に、87.2%を目標値とした。</p> | <p>本事業は令和3年11月の施設供用開始に向けて設計を開始するまでの準備事業であり、実施方針等の公表から契約条件の整理までの一連の業務を実施することが交流拠点施設の整備に向けた重要な取組みとなることから、交流拠点施設に係る事業者公募選定等支援業務委託の事業進捗率を成果指標とした。</p> <p>平成30年度は、交流拠点施設に係る事業者公募選定等支援業務委託の最終年度であることから、100%を目標値とした。</p> |
| 取組実績、成果・課題等 | <p>(取組実績)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・審査会準備等3回</li> <li>・アドバイス業務(適宜)</li> </ul> <p>(成果・課題等)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・当初の計画通りの進捗が図れている。</li> </ul>   | <p>(取組実績)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・審査会準備等1回</li> <li>・アドバイス業務(適宜)</li> </ul> <p>(成果・課題等)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・専門的な助言の基に事業者との協議を進め、施設整備・運営事業の契約を締結した。</li> </ul> |   |   |

| No.         | 事業名・担当課・事業目的・概要   | 区分   | 平成29年度  | 平成30年度  |
|-------------|---|--|---|---|
| 22          | <p>(事業名)<br/>DMO推進費<br/>【DMO推進室】</p> <p>(事業目的)<br/>「長崎市版DMO」の形成・確立により、交流の産業化による長崎創生の実現に向け、地域の稼ぐ力を引き出す。</p> <p>(事業概要)<br/>交流の産業化による長崎創生の実現に向け、地域の稼ぐ力を引き出し、観光地域づくりの舵取り役としての役割を果たす「長崎市版DMO」の形成・確立のため、補助金を交付する。</p>                       | 実施年度   | 継続  |   |
|             |   | 成果指標   | 観光客数(暦年)  |   |
|             |   | 目標値  | 675.0 万人  | 690.0 万人  |
|             |   | 実績値  | 707.8 万人  | 705.5 万人  |
|             |   | 達成率  | 104.9 %   | 102.2 %   |
|             |   | 決算(見込)額  | 79,000,000 円  | 37,830,300 円  |
|             |   | 成果指標及び目標値の説明   | <p>観光客数が増加することで、DMOが推進する交流の産業化による長崎創生の実現に向けた取組みが進んでいると考えられるため、観光客数(暦年)を成果指標とした。令和2年までに710万人とすることを目標とし、平成29年は675万人を目標値とした。</p> | <p>観光客数が増加することで、DMOが推進する交流の産業化による長崎創生の実現に向けた取組みが進んでいると考えられるため、観光客数(暦年)を成果指標とした。令和2年までに710万人とすることを目標とし、平成30年は690万人を目標値とした。</p> |
| 取組実績、成果・課題等 | <p>(取組実績)<br/>ワンストップサイトを構築し、これを活用したマーケティングに取り組んだ。また、データ収集・分析委員会及びデータ分析ワーキングチームの立ち上げ、KPIの設定、収集すべきデータ項目、収集方法等を体系的に整理、分析及び課題抽出できるよう取り組んだ。</p> <p>(成果・課題等)<br/>ビッグデータの可視化・分析を進め、具体的な販促活動に繋がる講座や、マーケティング委員会の開催など、多様な民間事業者と共有・活用を図っていく。</p> | <p>(取組実績)<br/>各種データの共有・活用、分析結果から抽出された課題の解決を図るため、マーケティング委員会を3回、マーケティング・ラボを2回、ワーキンググループを7回開催した。また、データの収集・分析、WEBサイトを活用したインバウンド向けプロモーション等を実施した。</p> <p>(成果・課題等)<br/>これまでの事業の検証を行うとともに、更なる合意形成を図るため、関係事業者や地域住民の当事者意識の醸成を図るための取組みが必要である。</p> |   |   |