

# 長崎市観光・MICE計画

Ver.1.1

NAGASAKI CITY

TOURISM AND MICE PLAN

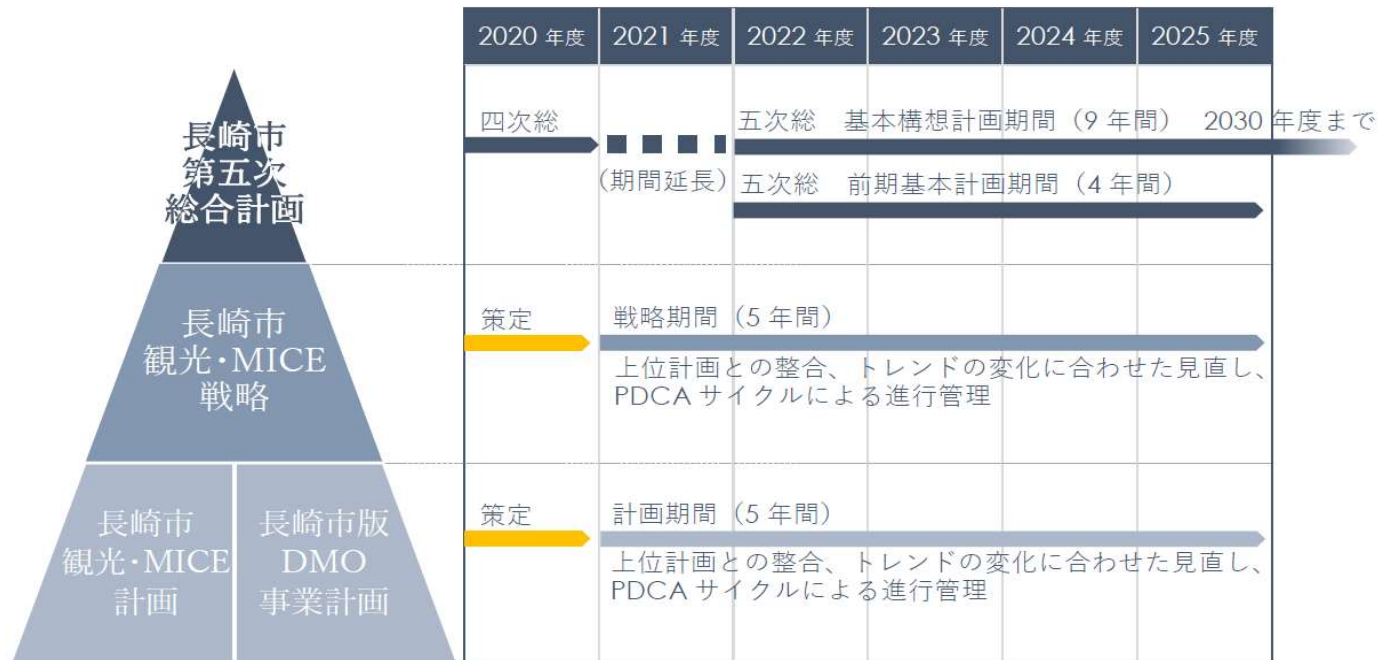
2021 >>> 2025



## 1 計画策定の趣旨

「長崎市観光・MICE戦略」に基づく長崎市の具体的な行動計画として、「長崎市観光・MICE計画」を策定します。

## 2 計画の位置づけと期間



### 3 長崎市観光・MICE戦略の施策一覧

基本方針	基本施策	個別施策
A 資源磨きと魅力あるコンテンツの創造	A-1 長崎独自の歴史・文化、自然・景観を守り、活かす。	A-1-(1) 世界遺産の保存・活用 A-1-(2) 歴史文化基本構想等に基づく歴史・文化の保存・活用 A-1-(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 A-1-(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
	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-2-(1) 長崎学研究などを活用した新たな魅力の顕在化 A-2-(2) 滞在型の新しい旅のスタイルの創造 A-2-(3) 自然環境を活かした体験型コンテンツの充実 A-2-(4) 食を活かした魅力づくり A-2-(5) 人との交流を活かした平和プログラムの充実
	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。	A-3-(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 A-3-(2) 芸術文化を活かしたまちの魅力向上
B 安全安心・快適な滞在環境の整備	B-1 安全安心な滞在環境をつくる。	B-1-(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 B-1-(2) 災害発生時における訪問客への情報発信、避難・誘導体制の充実 B-1-(3) 医療機関などにおける外国人患者の受入態勢の強化
	B-2 快適な滞在環境をつくる。	B-2-(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 B-2-(2) 公衆無線LANの整備による通信環境の改善 B-2-(3) ICTを活用した情報発信の強化 B-2-(4) ストーリーが伝わるわかりやすい多言語標記・説明の充実 B-2-(5) 人材育成によるおもてなしの強化 B-2-(6) クルーズ客船による訪問客の受入環境の充実
	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。	B-3-(1) ICTを活用したわかりやすい交通案内・情報発信の強化 B-3-(2) 交通事業者と連携した快適な二次交通の充実 B-3-(3) ユニバーサルツーリズムの推進
C 戦略的な魅力発信と誘致活動の推進	C-1 市場分析などに基づく戦略的な誘客・MICE誘致を展開する。	C-1-(1) マーケティングデータの収集・分析と積極的な活用 C-1-(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 C-1-(3) AIなどを活用したデジタルマーケティングの強化
	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-2-(1) 長崎観光・MICEブランディングの確立・活用 C-2-(2) 九州新幹線西九州ルートの新開業を活用したプロモーション C-2-(3) 長崎とゆかりがある人や地域を活かしたプロモーションの展開 C-2-(4) 安心安全の取組みの可視化
	C-3 DMOを中心としたワンストップの誘客・MICE誘致を行う。	C-3-(1) デジタルプロモーションの促進 C-3-(2) 旅マエ・旅ナカ・旅アトの情報発信 C-3-(3) 多様な関係者と連携した誘客プロモーション C-3-(4) 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
D 観光・MICE関連産業の活性化	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-1-(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 D-1-(2) PDCAサイクルの確立 D-1-(3) 持続的な財源確保のための宿泊税の導入検討
	D-2 民間事業者の稼ぐ力を向上させる。	D-2-(1) 観光・MICE関連産業の持続的成長を支える担い手づくり D-2-(2) 観光・MICEサービスの質の向上と高付加価値化 D-2-(3) MICE需要の地元受注促進 D-2-(4) 域内調達率の向上
	D-3 まちMICEを推進する。	D-3-(1) 歴史的建造物などのユニークベニューの活用促進 D-3-(2) MICE参加者向けアクティビティの充実 D-3-(3) まち全体のおもてなしの機運醸成

#### 4 長崎市観光・MICE計画一覧表

基本方針	基本施策	個別施策	関連事業	事業内容	実施スケジュール(年度)					実施主体	連携団体	市所管課・室	評価指標							
					指標	(年度) or (暦年)	基準値 (2019)	目標値												
								2021	2022				2023	2024	2025					
A	A-1	A-1-(1)	2つの世界遺産に係る保存整備及び受入態勢の整備	端島炭坑跡の保存整備	●	●	●	●	●	長崎市	-	世界遺産室	旅行後の満足度のうち、「世界遺産」の満足度(%) (大変満足または満足)	(年度)	81.3	83.5	84.6	85.7	86.8	87.9
				説明板の設置等、来訪者受入整備	●	●	●	●	●	長崎市	-	世界遺産室								
				ガイド・交通誘導等の配置・運営 (小菅修船場跡・出津教会堂・大野教会堂)	●	●	●	●	●	長崎市	各自治会	観光政策課								
				駐車場等の維持管理 (出津教会堂・大野教会堂周辺)	●	●	●	●	●	長崎市	各自治会	観光政策課								
A	A-1	A-1-(2)	各観光施設の維持管理・活用	グラバー園の維持管理・活用	●	●	●	●	●	長崎市/指定管理者	指定管理者	観光政策課/文化財課	長崎市を旅行先に選んだ理由・目的のうち、「観光施設めぐり」の割合(%)	(年度)	66.2	67.5	68.9	70.3	71.7	73.0
				東山手十二番館の維持管理・活用	●	●	●	●	●	長崎市	-	観光政策課/文化財課								
				亀山社中記念館の維持管理・活用	●	●	●	●	●	長崎市/長崎国際観光コンベンション協会	長崎国際観光コンベンション協会	観光政策課								
				旧香港上海銀行長崎支店記念館の維持管理・活用	●	●	●	●	●	長崎市/長崎県/指定管理者	長崎県/指定管理者	観光政策課								
				古写真・埋蔵資料館の維持管理・活用	●	●	●	●	●	長崎市	-	観光政策課/文化財課								
				べっ甲工芸館の維持管理・活用	●	●	●	●	●	長崎市	長崎龍甲組合連合会	観光政策課								
				ペーロン体験施設の維持・活用	●	●	●	●	●	長崎市	ペーロン協会	観光政策課								
				端島見学施設の維持管理・活用	●	●	●	●	●	長崎市/航路事業者	航路事業者	観光政策課/世界遺産室								
				池島炭坑体験施設の維持管理・活用	●	●	●	●	●	長崎市/指定管理者	指定管理者	観光政策課/外海地域センター								
				軍艦島資料館の維持管理・活用 (2021年10月29日から長崎のもぎき恐竜パークの一部として一体管理)	●					長崎市/指定管理者	指定管理者	観光政策課/南総合事務所								
A	A-1	A-1-(2)	文化財等の保存整備・活用	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	●	●	●	●	●	長崎市	国(文化庁)/長崎県	文化財課	保存修理・耐震対策工事の進捗率(%)	(年度)	48.5	69.0	76.7	84.3	92.0	100.0
				旧グラバー住宅の保存修理・耐震対策工事	●					長崎市	国(文化庁)/長崎県	文化財課								
				旧オルト住宅の保存修理・耐震対策工事		●	●	●	●	長崎市	国(文化庁)/長崎県	文化財課								
				旧リンガー住宅の耐震診断				●	●	長崎市	国(文化庁)/長崎県	文化財課								
A	A-1	A-1-(2)	旧紅葉本館・旧紅葉氏宅の保存整備・耐震対策		●	●	●		長崎市	国(文化庁)/長崎県	文化財課	保存整備・耐震対策工事の進捗率(%)	(年度)	0.0	-	16.5	44.7	100.0	-	
A	A-1	A-1-(2)	南山手乙27番館(南山手レストハウス)の隣接地公有化・広場整備、及び保存修理・ペイwindウの復原				●	●	長崎市	国(文化庁)/長崎県	文化財課	保存整備・耐震対策工事の進捗率(%)	(年度)	0.0	-	-	-	1.5	29.1	
A	A-1	A-1-(2)	伝統的建造物(旧マリア園)の保存整備・耐震対策	●	●	●			民間事業者	長崎市/長崎県/国(文化庁)	文化財課	保存修理・耐震対策工事の進捗率(%)	(年度)	0.0	20.8	75.4	100.0	-	-	
A	A-1	A-1-(2)	民間が所有する指定文化財の保存整備	●	●	●	●	●	民間事業者	長崎市/長崎県/国(文化庁)	文化財課	民間所有文化財の保存整備の事業件数(件)	(年度)	4	7	5	4	3	3	

#### 4 長崎市観光・MICE計画一覧表

基本方針	基本施策	個別施策	関連事業	事業内容	実施スケジュール(年度)					実施主体	連携団体	市所管課・室	評価指標							
					指標	(年度) or (暦年)	基準値 (2019)	目標値												
								2021	2022				2023	2024	2025					
A	A-1	A-1-(2)	まちぶらエリアの魅力向上	まちなかエリアの魅力創出及び情報発信	●	●				長崎市	民間事業者	まちなか事業推進室	数値目標なし	-	-	-	-	-	-	
A	A-1	A-1-(2)	歴史的風致維持向上の推進	「歴史的風致」の維持及び向上を図るための文化財の保存活用及び周辺環境整備	●	●	●	●	●	長崎市	長崎居留地歴史まちづくり協議会	景観推進室 / 文化財課	グローバル入場者数	(暦年)	852,826	867,543	882,261	896,978	911,696	926,413
A	A-1	A-1-(3)	出島の魅力向上	出島の適正な運営、維持管理	●	●	●	●	●	長崎市/指定管理者	-	出島復元整備室	出島入場者数(人)	(年度)	459,147	323,000	480,000	520,000	560,000	600,000
				出島の魅力の創出、発信(イベント等含む)	●	●	●	●	●	長崎市/指定管理者	-	出島復元整備室								
				第IV期出島復元整備事業の推進		●	●	●	●	長崎市	-	出島復元整備室								
				既存建物等の大規模改修	●	●	●	●	●	長崎市	-	出島復元整備室								
A	A-1	A-1-(4)	夜間景観の整備	「中・近景の夜間景観づくり」として歴史的建造物や観光施設等のライトアップと回遊路の街路灯などの整備	●	●	●	●	●	長崎市	歴史的建造物所有者	景観推進室	長崎市を旅行先に選んだ理由・目的のうち、「夜景」の割合(%)	(年度)	12.3	15.3	18.3	21.3	24.4	27.5
				観光施設等ライトアップの維持管理	●	●	●	●	●	長崎市	-	観光政策課								
A	A-1	A-1-(4)	夜景観光の受入態勢整備	長崎ロープウェイの維持管理運営	●	●	●	●	●	長崎市/指定管理者	指定管理者	観光政策課	長崎ロープウェイ利用者数(人)	(年度)	169,463	176,000	182,500	189,000	195,500	202,000
A	A-2	A-2-(1)	ストーリー性・テーマ性の高いコンテンツの充実	歴史・文化などを活かしたコンテンツの造成	●	●	●	●	●	DMO	民間事業者	観光交流推進室	コンテンツ造成数(累計:件)	(年度)	-	3	6	9	12	15
A	A-2	A-2-(2)	長崎さるくの推進	長崎さるくの推進(一般分)	●	●	●	●	●	長崎市/まち歩き団体	DMO	観光交流推進室	観光ガイドの満足度(%)	(年度)	59.1	59.7	60.1	60.5	60.9	61.2
A	A-2	A-2-(2)	滞在型コンテンツの充実	朝型・ナイトタイムコンテンツの造成	●	●	●	●	●	DMO	民間事業者	観光交流推進室	コンテンツ造成数(累計:件)	(年度)	-	3	6	9	12	15
A	A-2	A-2-(2)	ナイトタイムエコミーの推進	夜間の「長崎市ならではのコンテンツ」創出	●	●	●			民間事業者	DMO/長崎商工会議所	商工振興課	コンテンツ創出件数(件)	(年度)	-	-	2	2	-	-
A	A-2	A-2-(3)	体験型コンテンツの充実	自然環境を活かしたアウトドアコンテンツの造成	●	●	●	●	●	DMO	民間事業者	観光交流推進室	コンテンツ造成数(累計:件)	(年度)	-	3	6	9	12	15
A	A-2	A-2-(4)	長崎の魚の観光コンテンツ化	キャッチコピー「さしみシティ」を軸としたPR	●	●	●			長崎市	提供店舗/市民	水産農林政策課	魚料理を食べた(食べる予定の)観光客の割合(%)	(年度)	39.7	43.4	47.5	52.0	56.9	62.3
				継続的な「長崎の魚」のPR			●	●	長崎市	提供店舗/市民	水産農林政策課									
				観光×魚の商品造成	●	●	●	●	●	DMO	提供店舗/生産者	水産農林政策課								
A	A-2	A-2-(4)	特産品の販売促進	特産品のPR、販路拡大の支援	●	●	●	●	●	長崎市	長崎市ブランド振興会	商工振興課	長崎市特産推奨品の新規認定件数	(年度)	4件	4件	4件	4件	4件	4件
A	A-2	A-2-(4)	長崎街道シュガーロードの推進	沿線各市との連携による地域振興、及び市民や観光客への魅力発信による北部九州3県一帯の活性化	●	●	●	●	●	長崎市	シュガーロード連絡協議会	商工振興課	シュガーロードホームページアクセス件数	(年度)	69,600件	69,600件	69,600件	69,600件	69,600件	69,600件
A	A-2	A-2-(5)	平和プログラムの充実	平和ガイドの育成	●	●	●	●	●	DMO	市民	観光交流推進室	平和ガイド育成数(累計:人)	(年度)	-	50	55	60	65	70
A	A-2	A-2-(5)	長崎さるくの推進(再掲)	長崎さるくの推進(平和ガイド分)	●	●	●	●	●	長崎市	DMO	観光交流推進室	平和ガイド参加者数(人)	(年度)	34,151	21,000	29,000	34,000	35,000	36,000
A	A-3	A-3-(1)	長崎市民応援DAYの実施	長崎市内の小中学生と保護者のペアをプロスポーツチームのホームゲームへ無料招待	●	●	●	●	●	長崎市	V・ファーレン長崎 / 長崎ヴェルカ	スポーツ振興課	長崎市民応援DAYに応募した組数(組)	(年度)	(Vファ)2,174 (ヴェル)0	2,072 (Vファ)1,775 (ヴェル)296	2,340 (Vファ)1,872 (ヴェル)468	2,475 (Vファ)1,980 (ヴェル)495	2,595 (Vファ)2,076 (ヴェル)519	2,709 (Vファ)2,174 (ヴェル)535

#### 4 長崎市観光・MICE計画一覧表

基本方針	基本施策	個別施策	関連事業	事業内容	実施スケジュール(年度)					実施主体	連携団体	市所管課・室	評価指標								
					2021	2022	2023	2024	2025				指標	(年度) or (暦年)	基準値 (2019)	目標値					
																2021	2022	2023	2024	2025	
A	A-3	A-3-(2)	アニメツーリズムの推進	漫画「弱虫ペダル」とコラボした企画展等の開催	●					長崎市	-	観光交流推進室	スタンプラリー参加者数(人)	(年度)	-	3,000	-	-	-	-	
				漫画「弱虫ペダル」のサインマンホールを活用した周遊促進(スタンプラリー等)	●	●				長崎市	-	観光交流推進室									
A	A-3	A-3-(2)	芸術文化等を活かしたイベントの推進	長崎夜市の開催(共催等)	●	●	●	●	●	長崎夜市実行委員会	-	観光交流推進室	中島川ライトアップ日数(日)	(年度)	40	40	40	40	40	40	
				長崎くんち踊り会場の設営	●	●	●	●	●	長崎市	長崎伝統芸能振興会	観光交流推進室	くんち開催期間中の枝数席利用者数(人)	(年度)	6,674	3,375	6,750	6,750	6,750	6,750	6,750
				長崎くんち踊り町活動費の補助	●	●	●	●	●	長崎伝統芸能振興会	-	観光交流推進室	くんち開催期間中の枝数席利用者数(人)	(年度)	6,674	3,375	6,750	6,750	6,750	6,750	6,750
				長崎ランタンフェスティバルの開催(共催)	●	●	●	●	●	長崎ランタンフェスティバル実行委員会	-	観光交流推進室	長崎ランタンフェスティバル来訪者数(人)	(年度)	560,000	560,000	780,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	
				長崎帆船まつりの開催(共催)	●	●	●	●	●	長崎帆船まつり実行委員会	-	観光交流推進室	長崎帆船まつり来訪者数(人)	(年度)	226,000	50,000	162,500	275,000	275,000	275,000	
				長崎ペーロン選手権大会の開催(共催)	●	●	●	●	●	長崎ペーロン選手権大会実行委員会	-	観光交流推進室	長崎ペーロン選手権大会来訪者数(人)	(年度)	37,000	51,000	51,000	51,000	51,000	51,000	
				長崎居留地まつりの開催(共催)	●	●	●	●	●	長崎居留地まつり実行委員会	-	観光交流推進室	長崎居留地まつり来訪者数(人)	(年度)	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	
B	B-1	B-1-(1)	感染対策による安心・安全な旅の提供	感染対策認証制度Team NAGASAKI SAFETYの推進(共催)	●	●	●	●	●	新型コロナウイルス予防対策認定実行委員会	佐世保市/雲山市/長崎国際観光コンベンション協会/長崎市旅館ホテル連合会等	観光交流推進室	team NAGASAKI SAFETY認定件数(件)	(年度)	-	200	-	-	-	-	
B	B-1	B-1-(2)	災害発生時における訪問客への避難・誘導体制の充実	防火基準適合表示マーク制度の活用	●	●	●	●	●	長崎市	-	消防局予防課	-	-	-	-	-	-	-		
B	B-1	B-1-(2)	外国人に対する119番通報等の対応	同時通訳を介した119番対応、及び多言語通訳アプリを介した救急対応	●	●	●	●	●	長崎市	-	消防局指令課	-	-	-	-	-	-	-		
B	B-1	B-1-(3)	外国人患者の受入環境整備	受付・診療マニュアル等の活用及び医療機関との連携	●	●	●	●	●	長崎市	-	観光交流推進室	-	-	-	-	-	-	-		
B	B-2	B-2-(1)	観光案内板の整備	既設観光案内板の修繕・多言語化	●	●	●	●	●	長崎市	-	観光政策課	長崎市観光に望むことのうち、「観光地までの案内板などの整備」の割合(%)	(年度)	11.0	10.4	9.8	9.2	8.6	8.0	
B	B-2	B-2-(1)	まちなか商店街への誘客	事業者による国内外の観光客のまちなかへの誘客に関する取組みの支援	●	●	●	●	●	民間事業者	各商店街 長崎商工会議所	商工振興課	補助金交付事業者数	(年度)	25件	20件	25件	25件	25件	25件	
B	B-2	B-2-(2)	公衆無線LANの整備	公衆無線LANの拡充(長崎駅周辺)	●	●	●			長崎市	-	観光交流推進室	外国人訪問客の「Wi-Fi、ネット環境」満足度(%)	(年度)	55.6	56.2	56.8	57.2	57.6	57.9	
				公衆無線LANの管理	●	●	●	●	●	長崎市	-	観光交流推進室									
B	B-2	B-2-(3)	ICTを活用した情報発信	AI等の導入によるタイムリーな情報発信	●	●	●	●	●	DMO	長崎市/民間事業者	観光交流推進室	訪問意欲度(%)	(年度)	-	調査開始	別途設定				
													情報発信に関する滞在満足度(%)	(年度)	-	調査開始	別途設定				
B	B-2	B-2-(4)	文化財の普及啓発	文化財説明板の多言語解説化	●	●	●	●	●	長崎市	-	文化財課	新規説明板設置または既存説明板改修等(多言語解説化含む)の件数(件)	(年度)	3	3	3	3	3	3	
B	B-2	B-2-(5)	おもてなしの充実	有償ガイド等の育成(国内向け)	●	●	●	●	●	DMO	民間事業者/市民	観光交流推進室	有償ガイド育成数(累計:人)	(年度)	7	20	30	40	45	50	
				有償ガイド等の育成(多言語対応)	●	●	●	●	●	DMO	民間事業者/市民	観光交流推進室	有償ガイド育成数(累計:人)	(年度)	7	10	13	15	17	20	

#### 4 長崎市観光・MICE計画一覧表

基本方針	基本施策	個別施策	関連事業	事業内容	実施スケジュール(年度)					実施主体	連携団体	市所管課・室	評価指標								
					2021	2022	2023	2024	2025				指標	(年度) or (暦年)	基準値 (2019)	目標値					
																2021	2022	2023	2024	2025	
B	B-2	B-2-(6)	クルーズ客船の誘致・受入	クルーズ客船による訪問客の受入・接遇等(共同)	●	●	●	●	●	長崎港クルーズ客船受入委員会	長崎県/クルーズ関連事業者 /長崎国際観光コンベンション協会	観光交流推進室	クルーズ消費単価(円)	(暦年)	-	29,644	29,792	29,941	30,091	30,242	
				長崎港へのクルーズ客船誘致等(共同)	●	●	●	●	●	長崎県クルーズ振興協議会	-	観光交流推進室	クルーズ船乗客・乗務員数(人)	(暦年)	732,538	93,000	381,000	779,000	795,000	795,000	
B	B-3	B-3-(1)	MaaS導入の検討	長崎県MaaS導入推進協議会との連携	●	●	●	●	●	長崎県MaaS導入推進協議会	交通事業者(バス、鉄道ほか)/県観光連盟/関係市町(オブザーバー)	長崎創生推進室 /公共交通対策室 /観光交流推進室	MaaSの導入(件)	(年度)	-	0	0	0	1	1	
B	B-3	B-3-(2)	駅前広場の整備	多目的広場・東口駅前広場の整備	●	●	●			長崎市	長崎県/鉄道・運輸機構/JR九州	長崎駅周辺整備室	完成	(年度)	-	-	-	-	1	-	
B	B-3	B-3-(2)	路面電車長崎駅前停留所のバリアフリー化	路面電車長崎駅前電停へのエレベーターの設置		●				長崎県	長崎電気軌道株式会社/長崎市	長崎駅周辺整備室	設置	(年度)	-	-	1	-	-	-	
B	B-3	B-3-(3)	ユニバーサルツーリズムの推進	UTセンターとの連携		●	●	●	●	長崎市/UT関連事業者	長崎県/DMO/UT関連事業者	観光政策課	総合観光案内所内のUT窓口 問合せ件数(件)	(年度)	-	-	700	1,400	2,200	3,100	
				「あっ！とながさき」におけるバリアフリー情報の発信	●	●	●	●	●	長崎市	-	観光政策課									
C	C-1	C-1-(1)	市場分析に基づく戦略的な誘客	マーケティングデータの収集・分析	●	●	●	●	●	DMO	長崎市/民間事業者	観光交流推進室	観光市場データの取得・分析、共有(回数)	(年度)	-	6	12	12	12	12	
C	C-1	C-1-(2)	ターゲットを設定した誘致(国内)	ターゲットに応じたデジタルプロモーションの実施	●	●	●	●	●	DMO	長崎市/民間事業者	観光交流推進室	反応率(%)	(年度)	-	調査開始	別途設定				
													訪問意欲度(%)	(年度)	-	調査開始	別途設定				
C	C-1	C-1-(2)	ターゲットを設定したMICE誘致	政府系会議、国際会議等の誘致	●	●	●	●	●	長崎市	(株)ながさきMICE/DMO	観光交流推進室	MICE客数(人)	(暦年)	430,000	650,000	1,230,000	1,230,000	1,480,000	1,730,000	
				長崎大学の強みを活かした学会誘致	●	●	●	●	●	(株)ながさきMICE/DMO	長崎市	観光交流推進室									
				誘致情報システムを活用した情報共有・分析	●	●	●	●	●	(株)ながさきMICE/DMO	長崎市	観光交流推進室									
C	C-1	C-1-(2)	ターゲットを設定した誘致(インバウンド)	ターゲットに応じたデジタルプロモーションの実施	●	●	●	●	●	DMO	長崎市/民間事業者	観光交流推進室	認知度(%)	(年度)	-	調査開始	別途設定				
													訪問意欲度(%)	(年度)	-	調査開始	別途設定				
C	C-1	C-1-(3)	AI等を活用したデジタルマーケティングの強化	デジタルマーケティング環境・仕組みの構築	●	●				DMO	長崎市/民間事業者	観光交流推進室	デジタルマーケティング環境・仕組みの構築	(年度)	-	検討	構築	-	-	-	
C	C-2	C-2-(1)	マスターブランディングの確立	マスターブランドの基礎開発	●	●				DMO	長崎市/民間事業者	観光交流推進室	マスターブランドの構築	(年度)	-	構築	ビジュアル・素材完成	-	-	-	
				マスターブランドコミュニケーション手法の確立と推進	●	●	●	●	●	DMO	長崎市/民間事業者	観光交流推進室	想起・認知度(%)	(年度)	-	調査開始	別途設定				



#### 4 長崎市観光・MICE計画一覧表

基本方針	基本施策	個別施策	関連事業	事業内容	実施スケジュール(年度)					実施主体	連携団体	市所管課・室	評価指標								
					2021	2022	2023	2024	2025				指標	(年度) or (暦年)	基準値 (2019)	目標値					
																2021	2022	2023	2024	2025	
C	C-2	C-2-(1)	MICEブランドを活用した誘致	国内外の商談会でのセールス	●	●	●	●	●	DMO	長崎市/(株)ながさきMICE	観光交流推進室	MICE客数(人)	(暦年)	426,786	650,000	1,230,000	1,230,000	1,480,000	1,730,000	
				JNTOとの連携によるプロモーション	●	●	●	●	●	DMO	長崎市/(株)ながさきMICE	観光交流推進室									
				メディア・パンフレット等を活用した情報発信	●	●	●	●	●	DMO	長崎市/(株)ながさきMICE	観光交流推進室									
C	C-2	C-2-(2)	交通事業者との連携	佐賀・長崎プレスティーションキャンペーンの実施(共催)	●					デスティネーションキャンペーン長崎実行委員会	JR九州/長崎県/関係市町/DMO	観光交流推進室	JRを利用して来訪する観光客数(人)	(暦年)	1,236,000	793,500	1,050,600	1,248,300	1,275,700	1,301,200	
				佐賀・長崎デスティネーションキャンペーンの実施(共催)		●				デスティネーションキャンペーン長崎実行委員会	JR九州/長崎県/関係市町/DMO	観光交流推進室									
				大村線沿線や九州新幹線西九州ルート等交通事業者と連携したプロモーション(共催)	●	●	●	●	●	大村線沿線活性化協議会	JR九州/長崎県/関係市町/DMO	観光交流推進室									
C	C-2	C-2-(3)	ロマン長崎によるPR	ロマン長崎の選影及びPR活動(共催)	●	●	●	●	●	ロマン長崎選影委員会	-	観光交流推進室	ロマン長崎の活動回数(回)	(年度)	53	50	75	100	100	100	
C	C-2	C-2-(3)	著名人によるプロモーション	著名人と連携した長崎市のプロモーション(共催)	●	●	●	●	●	観光客誘致推進実行委員会	-	観光交流推進室	プロモーション実施回数(回)	(暦年)	0	1	1	1	1	1	
C	C-2	C-2-(3)	「写真の街 長崎」の共催	長崎フォトフェスティバルの開催	●	●	●	●	●	「写真の街 長崎」実行委員会	-	観光交流推進室	「写真の街 長崎」公式Instagramフォロワー数(人)	(年度)	1,715	5,800	7,800	9,800	11,800	13,800	
				コンテスト受賞作品写真展の開催	●	●	●	●	●	「写真の街 長崎」実行委員会	-	観光交流推進室									
C	C-2	C-2-(3)	世界・日本新三大夜景のプロモーション	世界夜景サミット2021の誘致・開催	●					長崎市/(一社)夜景CVB	(一社)夜景CVB/全国夜景都市	観光政策課	長崎市を旅行先に選んだ理由・目的のうち、「夜景」の割合(%)	(年度)	12.3	15.3	18.3	21.3	24.4	27.5	
				国内外の夜景サミットにおけるセールス	●	●	●	●	●	長崎市/(一社)夜景CVB	(一社)夜景CVB/全国夜景都市	観光政策課									
				メディア・パンフレットを活用した情報発信	●	●	●	●	●	DMO	(一社)夜景CVB/全国夜景都市	観光政策課									
C	C-2	C-2-(3)	長崎OOLOVERSプロジェクトの実施	SNS等を活用した長崎の魅力発信	●	●	●	●	●	長崎市/市民/関係人口	-	長崎創生推進室	SNSを活用した魅力発信件数(件)	(年度)	28,053	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	
C	C-2	C-2-(4)	安全安心の取組みの可視化	team Nagasaki SAFETYによる感染症対策	●	●	●	●	●	実行委員会(事務局:DMO)	長崎市/民間事業者	観光交流推進室	市内認定施設数(件)	(年度)	-	200					
C	C-3	C-3-(1)	デジタルマーケティングの強化(国内)	デジタルプロモーションの実施	●	●	●	●	●	DMO	長崎市/民間事業者	観光交流推進室	反応率(%)	(年度)	-	調査開始	別途設定				
													訪問意欲度(%)	(年度)	-	調査開始	別途設定				
C	C-3	C-3-(1)	デジタルマーケティングの強化(インバウンド)	デジタルプロモーションの実施	●	●	●	●	●	DMO	長崎市/民間事業者	観光交流推進室	認知度(%)	(年度)	-	調査開始	別途設定				
													訪問意欲度(%)	(年度)	-	調査開始	別途設定				
C	C-3	C-3-(1)	WELCOME TO NAGASAKIキャンペーンの実施	オンラインクーポン発行及びWEBプロモーションによる誘客事業	●					長崎市	DMO	観光交流推進室	クーポンの利用による宿泊者数(人泊)	(年度)	-	50,000	-	-	-	-	
C	C-3	C-3-(2)	ワンストップによる情報発信強化	ワンストップによる情報収集・発信の基盤整備、仕組みの構築	●	●				DMO	長崎市/民間事業者	観光交流推進室	ワンストップによる情報収集・発信の基盤整備、仕組みの構築	(年度)	-	検討	構築	-	-	-	

#### 4 長崎市観光・MICE計画一覧表

基本方針	基本施策	個別施策	関連事業	事業内容	実施スケジュール(年度)					実施主体	連携団体	市所管課・室	評価指標								
					2021	2022	2023	2024	2025				指標	(年度) or (暦年)	基準値 (2019)	目標値					
																2021	2022	2023	2024	2025	
C	C-3	C-3-(2)	ワンストップによる情報発信強化	AI等の導入によるタイムリーな情報発信	●	●	●	●	●	DMO	長崎市/民間事業者	観光交流推進室	訪問意欲度(%)	(年度)	-	調査開始	別途設定				
					滞在中の情報入手に関する満足度(%)	(年度)	-	調査開始	別途設定												
C	C-3	C-3-(2)	総合観光案内所の運営	案内業務 ワンストップ窓口	●	●	●	●	●	長崎市/DMO	DMO/UT関連事業者	観光政策課 / 観光交流推進室	総合観光案内所の問合せ件数(件)	(年度)	193,950	201,160	208,370	215,580	222,790	230,000	
				新総合観光案内所の整備・移行準備	●					長崎市	DMO/鉄道関連事業者	観光政策課 / 長崎駅周辺整備室									
C	C-3	C-3-(3)	長崎市釜山事務所との連携	長崎市釜山事務所によるプロモーション	●	●	●	●	●	長崎市	長崎県	観光交流推進室	韓国人の延べ宿泊者数(人泊)	(暦年)	58,454	19,700	32,400	45,100	58,400	61,300	
C	C-3	C-3-(3)	多様な関係者と連携したプロモーション(国内)	OTA、旅行会社等と連携したプロモーションの実施	●	●	●	●	●	DMO	民間事業者	観光交流推進室	連携事業者数	(年度)	1	3	7	10	10	10	
C	C-3	C-3-(4)	多様な関係者と連携したプロモーション(インバウンド)	海外旅行会社・OTA等と連携したプロモーションの実施	●	●	●	●	●	DMO	海外旅行社等	観光交流推進室	連携事業者数	(年度)	-	-	3	6	9	12	
C	C-3	C-3-(4)	長崎空港活性化の推進	新規就航路線・経路路線への支援等(連携)	●	●	●	●	●	長崎県空港活性化推進協議会	-	観光交流推進室	航空機を利用して来訪する観光客数(人)	(暦年)	741,800	476,200	630,500	749,200	765,600	780,900	
C	C-3	C-3-(4)	日本政府観光局との連携	広域連携プロモーション(連携)	●	●	●	●	●	日本政府観光局	国/九州観光推進機構 / 長崎県/長崎県観光連盟 / 長崎国際観光コンベンション協会	観光交流推進室	外国人延べ宿泊者数(人泊)	(暦年)	323,306	110,000	181,000	252,000	323,000	339,000	
C	C-3	C-3-(4)	日本観光振興協会との連携	地域プロモーション(連携)	●	●	●	●	●	日本観光振興協会	国/長崎県観光連盟 / 長崎国際観光コンベンション協会	観光交流推進室	観光客数(人)	(暦年)	6,917,800	4,441,000	5,880,000	7,000,000	7,154,000	7,300,000	
C	C-3	C-3-(4)	長崎県観光連盟との連携	地域連携プロモーション(連携)	●	●	●	●	●	長崎県観光連盟	長崎国際観光コンベンション協会	観光交流推進室	観光客数(人)	(暦年)	6,917,800	4,441,000	5,880,000	7,000,000	7,154,000	7,300,000	
D	D-1	D-1-(1)	DMOを核とした合成形成の促進	マーケティングラボなど各種セミナー・説明会・委員会等の開催	●	●	●	●	●	DMO	民間事業者/市民	観光交流推進室	事業者のDMOの活動に対する認知度	(年度)	-	調査開始	別途設定				
D	D-1	D-1-(2)	PDCAサイクルの確立	マーケティングデータの収集・分析	●	●	●	●	●	DMO	長崎市/民間事業者	観光交流推進室	観光市場データの取得・分析、共有(回数)	(年度)	-	6	12	12	12	12	
D	D-1	D-1-(3)	宿泊税の導入	宿泊税条例(案)を議会へ提案	●					長崎市	-	収納課	宿泊税納入額	(年度)	-	-	別途設定				
				宿泊税条例施行		●				長崎市	-	収納課									
				システムの構築	●	●				長崎市	-	市民税課 / 収納課									
				周知広報(手引き作成含む)	●	●				長崎市	-	市民税課 / 収納課									
				関連事業者との意見交換	●					長崎市	-	収納課 / 観光政策課									
D	D-2	D-2-(1)	観光・MICE関連事業者の活等支援	DMOを核とした多様な関係者プラットフォームの構築	●	●	●	●	●	DMO	民間事業者	観光交流推進室	参加事業者満足度(%)	(年度)	-	構築	40	50	60	70	
D	D-2	D-2-(2)	観光・MICE関連産業の質の向上	飲食・物産・宿泊など訪問客の滞在に関するモノ・サービスの向上・高付加価値化	●	●	●	●	●	DMO	民間事業者	観光交流推進室	訪問客満足度「大変満足」(%)	(年度)	52.6	53	54	56	58	60	
				MICE関連サービスの向上・高付加価値化	●	●	●	●	●	DMO	民間事業者	観光交流推進室	MICE主催者満足度「大変満足」(%)	(年度)	-	25	35	40	40	45	
				MICE関連サービスの向上・高付加価値化	●	●	●	●	●	DMO	民間事業者	観光交流推進室	MICE参加者満足度「大変満足」(%)	(年度)	-	25	35	40	40	45	

#### 4 長崎市観光・MICE計画一覧表

基本方針	基本施策	個別施策	関連事業	事業内容	実施スケジュール(年度)					実施主体	連携団体	市所管課・室	評価指標								
					2021	2022	2023	2024	2025				指標	(年度) or (暦年)	基準値 (2019)	目標値					
																2021	2022	2023	2024	2025	
				修学旅行に関するサービス向上と高付加価値化	●	●	●	●	●	DMO	民間事業者	観光交流推進室	修学旅行に関する学校関係者満足度「大変満足」(%)	(年度)	-	調査開始	別途設定				
D	D-2	D-2-(3)	MICE需要の地元受注促進	誘致から受注までのワンストップ対応強化	●	●	●	●	●	DMO	民間事業者	観光交流推進室	学会における主催者からの市内発注率(%)	(年度)	58 (2020調査)	60	63	65	70	75	
D	D-2	D-2-(4)	域内調達率の向上	観光・MICE関連事業者の域内調達連携強化	●	●	●	●	●	DMO	民間事業者	観光交流推進室	域内調達率(%)	(年度)	-	調査開始	別途設定				
D	D-3	D-3-(1)	ユニークベニューの活用	ユニークベニューの開拓と活用促進、MICE主催者への提案強化	●	●	●	●	●	DMO	民間事業者	観光交流推進室	ユニークベニューの活用件数	(年度)	-	1	10	15	20	30	
D	D-3	D-3-(2)	MICE参加者の滞在・周遊促進	体験型コンテンツの充実とMICE主催者・参加者への提案強化	●	●	●	●	●	DMO	民間事業者	観光交流推進室	プレ・ポストプログラムに対するMICE主催者の満足度(%)	(年度)	11	20	25	28	30	30	
					●	●	●	●	●				MICE参加者満足度「大変満足」(%)	(年度)	-	25	35	40	40	45	
D	D-3	D-3-(2)	長崎市恐竜博物館の管理運営	博物館資料の収集、保管及び展示	●	●	●	●	●	長崎市	-	恐竜博物館準備室	年間観覧者数(人)	(年度)	-	50,000	120,000	120,000	120,000	120,000	
				博物館資料の調査研究	●	●	●	●	●	長崎市	-	恐竜博物館準備室									
				教育活動機会の提供	●	●	●	●	●	長崎市	-	恐竜博物館準備室									
				他の博物館との連携、協力	●	●	●	●	●	長崎市	-	恐竜博物館準備室									
D	D-3	D-3-(3)	市民参画の機会創出等によるおもてなし	MICE、市民公開講座等の市民への情報提供	●	●	●	●	●	長崎市	(株)ながさきMICE/DMO	観光交流推進室	MICE参加者満足度(%)	(年度)	-	25	35	40	40	45	
				学生ボランティア等の仕組みづくり	●					(株)ながさきMICE	長崎市	観光交流推進室									
				学生ボランティア等の人材育成、運営	●	●	●	●	●	(株)ながさきMICE	長崎市	観光交流推進室									
				歓迎バナー等の設置	●	●	●	●	●	DMO	長崎市/(株)ながさきMICE	観光交流推進室									

※定期的に振り返り・見直しを行う。

## 長崎市観光・MICE計画 Ver.1.1

---

発行年月 2021（令和3）年 3月

改訂年月 2021（令和3）年10月

編集・発行 長崎市文化観光部観光政策課

〒850-8685 長崎市桜町4番1号

TEL 095-829-1152（直通）

Email [kanko\\_seisaku@city.nagasaki.lg.jp](mailto:kanko_seisaku@city.nagasaki.lg.jp)

URL <https://www.city.nagasaki.lg.jp/>



長崎市  
Nagasaki City