

# 令和5年度 長崎市DMO事業評価

令和6年10月  
長崎市文化観光部

# 1 【長崎市観光・MICE戦略】KGIの達成状況

出典:長崎市施策評価基本シートA2から抜粋

指標名	基準値 (時期)	目標値	実績値					実績と目標達成率の推移														
			R3	R4	R5	R6	R7															
① 旅行消費額	1,492億円 (R元年度)	1,604億円 (R7年度)	615	1,037	1,434			<p>実績と目標達成率の推移</p> <table border="1"> <tr><th>年次</th><td>基準年</td><td>R3</td><td>R4</td><td>R5</td><td>R6</td><td>R7</td></tr> <tr><th>実績値</th><td>1,492</td><td>615</td><td>1,037</td><td>1,434</td><td></td><td>1,604</td></tr> </table>	年次	基準年	R3	R4	R5	R6	R7	実績値	1,492	615	1,037	1,434		1,604
年次	基準年	R3	R4	R5	R6	R7																
実績値	1,492	615	1,037	1,434		1,604																
② MICE消費額	56億円 (R元年度)	194億円 (R7年度)	40	148	179			<p>実績と目標達成率の推移</p> <table border="1"> <tr><th>年次</th><td>基準年</td><td>R3</td><td>R4</td><td>R5</td><td>R6</td><td>R7</td></tr> <tr><th>実績値</th><td>56</td><td>40</td><td>148</td><td>179</td><td></td><td>194</td></tr> </table>	年次	基準年	R3	R4	R5	R6	R7	実績値	56	40	148	179		194
年次	基準年	R3	R4	R5	R6	R7																
実績値	56	40	148	179		194																
③ 訪問客の満足度 (満足以上)	91.9% (R元年度)	94.0% (R7年度)	94.1	96.3	95.4			<p>実績と目標達成率の推移</p> <table border="1"> <tr><th>年次</th><td>基準年</td><td>R3</td><td>R4</td><td>R5</td><td>R6</td><td>R7</td></tr> <tr><th>実績値</th><td>91.9</td><td>94.1</td><td>96.3</td><td>95.4</td><td></td><td>94.0</td></tr> </table>	年次	基準年	R3	R4	R5	R6	R7	実績値	91.9	94.1	96.3	95.4		94.0
年次	基準年	R3	R4	R5	R6	R7																
実績値	91.9	94.1	96.3	95.4		94.0																
④ 事業者の満足度 (満足以上)	33.3% (R3年度)	40.0% (R7年度)	33.3	36.3	38.4			<p>実績と目標達成率の推移</p> <table border="1"> <tr><th>年次</th><td>基準年</td><td>R4</td><td>R5</td><td>R6</td><td>R7</td></tr> <tr><th>実績値</th><td>33.3</td><td>36.3</td><td>38.4</td><td></td><td>40.0</td></tr> </table>	年次	基準年	R4	R5	R6	R7	実績値	33.3	36.3	38.4		40.0		
年次	基準年	R4	R5	R6	R7																	
実績値	33.3	36.3	38.4		40.0																	
⑤ 市民の満足度 (満足以上)	70.5% (R2年度)	80.0% (R7年度)	70.0	66.0	68.3			<p>実績と目標達成率の推移</p> <table border="1"> <tr><th>年次</th><td>基準年</td><td>R3</td><td>R4</td><td>R5</td><td>R6</td><td>R7</td></tr> <tr><th>実績値</th><td>70.5</td><td>70.0</td><td>66.0</td><td>68.3</td><td></td><td>80.0</td></tr> </table>	年次	基準年	R3	R4	R5	R6	R7	実績値	70.5	70.0	66.0	68.3		80.0
年次	基準年	R3	R4	R5	R6	R7																
実績値	70.5	70.0	66.0	68.3		80.0																

## 2 令和5年度DMO事業への総括評価

### DMO(自己評価・今後の取組方針)

令和5年度において、DMOが取り組んだ「資源磨きと魅力あるコンテンツの創造」や「安全安心・快適な滞在環境の整備」、「戦略的な魅力発信と誘致活動の推進」及び「観光・MICE関連産業の活性化」については、コロナ禍後の市場回復や「百年に一度のまちの変革期」の機会を踏まえつつ、観光地域づくりの舵取り役として、マーケティング等を活かした事業推進を図り、各目標に対して概ね順調に進捗し、一定の成果をあげてきた。

その一方で、地域マネジメントの面において、多様な関係者にDMOの活動が十分には認知されていないことや事業成果への事業者の実感が不足している等の課題があり、今後、地域連携の強化による各事業者のきめ細かな巻き込みやニーズに応じた対応の充実等が必要である。

また、「長崎市DMOの業務運営の改善及び効率化」については、PDCAサイクルの徹底による業務運営や持続可能な経営基盤の確立に向けた取組を行い、令和5年度収支決算での収支改善等を果たしたものの、直面している職員の適正配置や組織マネジメントの改善などの課題解決に向けて、組織体制の一層の強化を継続的に図っていく必要がある。

### 長崎市(評価・指導事項)

観光地域づくりの舵取り役として進める「資源磨きと魅力あるコンテンツの創造」、「安全安心・快適な滞在環境の整備」、「戦略的な魅力発信と誘致活動の推進」及び「観光・MICE関連産業の活性化」の4つの取組みについては、着実な事業実施とコロナ禍からの市場回復に伴い、目標に対して概ね順調に進捗しており、一定の成果も認められる。

一方で、多様な関係者にDMOの活動が十分に認知されていないことに起因し、取組の成果が限定的になっていることなどの課題があり、事業者の満足度も低い状況にある。

観光・MICE関連産業を活性化させるためには、DMO組織体制のさらなる強化を図るとともに、市内事業者、市民に対して丁寧に向き合い合意形成を図るなど、地域マネジメントの質の向上に注力されたい。

### 中期目標に定める事項

### DMOの自己評価

### 長崎市の評価

#### 基本方針1 資源磨きと魅力あるコンテンツの創造に関すること

(1) ストーリー性・テーマ性に富んだ魅力あるコンテンツへの磨き上げ

B

B

#### 基本方針2 安全安心・快適な滞在環境の整備に関すること

(1) 安全安心な滞在環境づくり

A

B

(2) 快適な滞在環境づくり

B

#### 基本方針3 戦略的な魅力発信と誘致活動の推進に関すること

(1) 市場分析等に基づく戦略的な誘客・MICE誘致の展開

B

(2) 長崎ブランドの確立と効果的なプロモーションの推進

B

B

(3) DMOを中心としたワンストップの誘客・MICE誘致

B

#### 基本方針4 観光・MICE関連産業の活性化に関すること

(1) DMOを中心とした観光まちづくりの推進体制の充実

B

(2) 民間事業者の稼ぐ力の向上

C

C

(3) まちMICEプロジェクトの推進

B

#### 5 長崎市DMOの業務運営の改善及び効率化に関する事項

①PDCAサイクルの徹底による業務運営の改善 ②職員の適正配置及び質の向上を目指した組織づくり ③持続可能な経営基盤の確立

B

B

# 基本方針1 資源磨きと魅力あるコンテンツの創造に関すること

## (1) ストーリー性・テーマ性に富んだ魅力あるコンテンツへの磨き上げ

- ① 長崎固有の歴史文化とストーリー性を活かした新たな魅力の顕在化を図ること
- ② 民間事業者と連携し、自然環境や食など長崎の魅力を活かしたコンテンツの造成に取り組むとともに、滞在型の新しい旅のスタイルを創造すること
- ③ 富裕層誘致を視野に入れた高付加価値な旅行体験の醸成に取り組むこと

## 1 主な成果指標

上段:目標値 下段:実績値

■実績値 ●目標達成率

指標	R5年度	R6年度	R7年度	実績と目標達成率の推移
play nagasaki掲載 体験コンテンツ販売額(千円)	790,776 <b>983,281</b>	909,392	918,486	
play nagasaki掲載 体験コンテンツ数(件)	80 <b>95</b>	85	85	
事業者満足度(%) 「ターゲットに応じた商品・サービスの 造成支援に取り組んでいること」	24.0 <b>24.1</b>	24.3	24.6	

## 2 成果に対する評価

DMO(自己評価・今後の取組方針)		長崎市(評価・指導事項)	
<b>B</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 長崎固有の歴史文化とストーリー性を活かした新たな魅力の顕在化については「長崎さるく」をはじめとするまち歩き観光が定着しており、体験コンテンツ予約・販売サイト「play nagasaki」における商品掲載数・販売額ともに伸びており、充実が図られている。また、自然環境や食など長崎の魅力を活かしたコンテンツの造成については、国等の支援を得ながら、民間事業者の伴走支援等に取り組んでおり、事業者からも一定の評価を得ている。</li> <li>• 一方で、訪問客からは「体験メニューの充実」や「夜型観光の充実」が求められており、滞在中、体験コンテンツが十分には活用されていないことから、更なる資源の磨き上げ、多様な顧客ニーズに即して滞在の楽しさを増やすとともに、旅ナカで周知する取組の強化が必要である。</li> <li>• 富裕層向け高付加価値コンテンツの造成の取組については、現在、参画事業者の合意形成を図りながら、具体的なプランの充実に取り組んでいるところであり、さらに取組を加速する必要がある。</li> </ul>	<b>B</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 長崎固有の地域資源を生かしたコンテンツの企画・造成の取組により、訪問客の旅の行程や趣味・嗜好に合わせて選べるコンテンツ数が増え、訪問者の満足度向上と消費拡大に寄与している。</li> <li>• 欧米豪の富裕層誘致を視野に地域貢献や市民との交流プログラムを含むサステナブルツーリズムの取組が進んでいるものの、多言語対応可能な質の高いガイド人材が不足しており、確保・育成する取組が急務である。</li> <li>• 宿泊につながるナイトタイムコンテンツが不足していることから、国等の助成を活用しながら、付加価値の高いコンテンツ造成を増やすとともに、既存コンテンツにおいても訪問客が参加しやすい環境づくりも強化されたい。</li> </ul>

## 基本方針2 安全安心・快適な滞在環境の整備に関すること

### (1) 安全安心な滞在環境づくり

① 新型コロナウイルスをはじめとする感染症対策に取組み、官民一体となって安全安心の滞在環境づくりを促進すること

### (2) 快適な滞在環境づくり

① 訪問客の快適な旅行体験を提供できるよう、ICTを活用した様々なツールの導入を検討し、情報発信の強化を図ること

② 訪問客の多様なニーズに対応できるよう、人材育成によるおもてなしを強化することで、滞在満足度向上とリピーターの増加を図ること

## 1 主な成果指標

上段:目標値 下段:実績値

■実績値 ●目標達成率

指標	R5年度	R6年度	R7年度	実績と目標達成率の推移
事業者満足度(%) 「安心・安全の受入れ環境整備に取り組んでいること」	25.0 22.4	25.0	30.0	
【日本人訪問客】 旅ナカでの情報取得満足度(%)	68.7 53.1	70.1	71.5	
【訪日外国人訪問客】 旅ナカでの情報取得満足度(%)	68.7 71.8	73.2	74.7	

## 2 成果に対する評価

DMO(自己評価・今後の取組方針)		長崎市(評価・指導事項)	
(1) A	<ul style="list-style-type: none"> <li>安全安心な滞在環境づくりについては、「team NAGASAKI SAFETY」の取組により、官民一体の安全安心な受入態勢として一定成果を挙げた。新型コロナウイルス感染症の5類感染症への変更に伴い、各事業者による対応へ円滑に移行することができた。</li> <li>快適な滞在環境づくりについては、長崎市観光公式サイト「travel nagasaki」や総合観光案内所等でのデジタルサイネージの活用等により、リアルタイムの情報提供を強化し、国外の訪問客からは7割の満足度が得られたが、今後とも改善を図り、訪問客の満足度向上と滞在促進を図っていく必要がある。</li> </ul>	(1) A	<ul style="list-style-type: none"> <li>令和2年度から開始した感染症対策「team NAGASAKI SAFETY」については、産学官連携した座組となる「新型コロナウイルス予防対策認定実行委員会」が、民間事業者の持続的な取組に円滑に移行することで発展的に解散し、安全安心な滞在環境づくりに寄与した。</li> </ul>
(2) B	<ul style="list-style-type: none"> <li>インバウンドへの対応を中心とした食の多様化については、セミナー等の実施により飲食事業者の意識向上が図られているものの、継続的な働きかけが必要である。さらに、訪問客の多様なニーズに対応できる有償ガイドが不足している中、中期的な計画を策定し、取組みを強化する必要がある。採択された日本観光振興協会のクルーズ観光促進事業を活用し、英語ガイドの育成等のローカルガイドの構築の取組等を加速する。</li> </ul>	(2) B	<ul style="list-style-type: none"> <li>旅ナカでの情報発信については、総合観光案内所だけでなく、宿泊事業者との連携、ICTの活用も含めリアルタイムの情報提供の強化に取り組み、訪日外国人訪問客から約7割の満足度が得られているものの、国内訪問客においては5割程度にとどまっていることから、継続的な改善を図り、訪問客の行動変容と満足度の向上を図っていく必要がある。</li> <li>訪問客に快適な滞在環境を提供するためには、特にインバウンドの受入に係る多言語対応、食の多様化対応等を中心に、民間事業者の実装を促す継続的な取組が求められる。多様なニーズに対応できる有償ガイドの育成については、中長期的な計画に基づきつつも、クルーズ客船の寄港増も著しい中、需要を取りこぼさないよう短期的取組も強化されたい。</li> </ul>

### 基本方針3 戦略的な魅力発信と誘致活動の推進に関すること

(1) 市場分析等に基づく戦略的な誘客・MICE誘致の展開

① ICTなどを活用して各種マーケティングデータを収集・分析し、戦略的な誘客を実施すること

(2) 長崎ブランドの確立と効果的なプロモーションの推進

① 長崎市観光マスターブランドの域内・域外への浸透・認知拡大と市内事業者への定着を図るとともに、一貫性のある誘客施策につなげること

② 長崎市のMICEブランドタグライン「Nagasaki JAPAN. A city of legacies」を活用し、国際会議の誘致等に取組むこと

(3) DMOを中心としたワンストップの誘客・MICE誘致

① デジタルプロモーションを促進し、旅マエ・旅ナカ・旅アトなどシーンごとに、ニーズに即した情報を発信するなど、戦略に基づいた一元的なプロモーションを実施することで誘客効果の最大化を図ること

② 出島メッセ長崎の施設運営者である(株)ながさきMICEや市と情報を共有し、役割分担を明確にして、関係団体と連携しながら誘致を推進すること

③ JNTO・九州観光推進機構・県等と連携し、インバウンド誘致に向けて効果的な広域プロモーションを展開すること

### 1 主な成果指標

上段:目標値 下段:実績値

■実績値 ●目標達成率

指標	R5年度	R6年度	R7年度	実績と目標達成率の推移
市民のブランド認知度(%)	15.0 16.6	20.0	25.0	
行ってみたい観光地としての想起率(%)	7.5 8.5	7.7	7.9	
事業者満足度(%) 「DMOを中心としたワンストップの誘客・MICE誘致を行う取組み」	34.8 34.9	35.2	35.6	

### 2 成果に対する評価

DMO(自己評価・今後の取組方針)		長崎市(評価・指導事項)	
(1) B	<ul style="list-style-type: none"> <li>市場分析に基づく戦略的な誘客・MICE誘致の展開については、主要なデータの蓄積に伴い、分析の精度が上がったことから幅広い多様な関係者各々のビジネスにも活かせるよう、よりタイムリーな取得・分析を行えるよう検討・対応する。</li> </ul>	B	<ul style="list-style-type: none"> <li>令和5年度の訪問客数はコロナ禍前の令和元年と比較して8割弱まで回復し、インバウンドについては、コロナ禍前の8~9割程度にまで回復、MICEについても、出島メッセ長崎開業後、開催件数・参加者数ともに前年を上回っており、順調に伸びている一方で、MICE、修学旅行も含めた閑散期対策の強化、インバウンドにおけるターゲット市場ごとの特性に応じた誘客など改善すべき課題は多い。</li> <li>ブランディングについては、息長く取り組むべきものではあるが、特に域内に対するインナーブランディングの取組は、市民・事業者の共感を得る周知が十分でなく、浸透スピードを上げつつも丁寧な働きかけが必要である。</li> <li>DMOを中心としたワンストップの誘客・MICE誘致に関する取組についても事業者満足度は3割程度と低いことから、事業者と一体となった取組を推進する必要がある。</li> </ul>
(2) B	<ul style="list-style-type: none"> <li>長崎ブランドの確立と効果的なプロモーションの推進については、対外的には、長崎の純粋想起率は向上しているが、ターゲット層に訴求するには、改善を図りつつ中長期的な取組を行っていく必要がある。併せて、市民・事業者の共感を得て、共創を促すためのインナーブランディング浸透の取組を強化していく必要がある。</li> </ul>		
(3) B	<ul style="list-style-type: none"> <li>DMOを中心としたワンストップの誘客・MICE誘致については、ターゲットエリアに対する訴求が一定図られている一方で、閑散期対策が継続した課題となっている。また、インバウンドについては、大きなシェアを占める東アジア市場に対する宿泊率の向上、宿泊率の高い欧米豪市場からの誘客促進などそれぞれの市場課題に応じた対応を進めていく必要がある。</li> </ul>		

## 基本方針4 観光・MICE関連産業の活性化に関すること

### (1) DMOを中心とした観光まちづくりの推進体制の充実

① 多様な関係者の参画と合意形成を促進し、長崎市の地域が一体となった観光まちづくりを推進すること

### (2) 民間事業者の稼ぐ力の向上

① 観光・MICE産業の持続的成長を支えるため、人材育成の仕組みの構築など、担い手づくりに取り組むこと

② 満足度調査等の実施とサービス提供者へのフィードバックを行うことで、観光・MICEサービスの質の向上と高付加価値化を図ること

③ 「長崎MICE事業者ネットワーク」に参画する民間事業者の充実を図るなどMICE業務の受注拡大に取り組むこと

### (3) まちMICEプロジェクトの推進

① 歴史的建造物などのユニークベニューでの活用促進と周遊・滞在プログラムの充実により、訪問客の滞在時間の拡大と満足度の向上を図ること

② 市民のMICEに関する理解促進と参画できる仕組みづくりにより、まち全体でMICE開催を歓迎する機運を醸成すること

## 1 主な成果指標

上段:目標値 下段:実績値

■実績値 ●目標達成率

指標	R5年度	R6年度	R7年度	実績と目標達成率の推移
事業者満足度(%) 「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取り組み」	33.7 34.0	34.3	34.7	
域内調達率(%)	55.0 54.9	55.6	56.2	
事業者満足度(%) 「まちMICEプロジェクトを 推進する取り組み」	20.0 23.2	22.5	25.0	

## 2 成果に対する評価

DMO(自己評価・今後の取組方針)		長崎市(評価・指導事項)	
(1) B	<ul style="list-style-type: none"> <li>DMOを中心とした観光まちづくりの活性化については、「長崎市観光まちづくりネットワーク」を中心に取組み、参加事業者等の満足度が向上したが、今後、地域連携の取組みを一層強化し、地域マネジメント機能を高めながら、継続的にDMOのプレゼンスを向上させていく必要がある。</li> </ul>	C	<ul style="list-style-type: none"> <li>令和4年度末に立ち上げた「長崎市観光まちづくりネットワーク」の活動を本格化し、市民・事業者の観光まちづくりへの参画と高付加価値化につながる協業を促進していること、また、MICE関連業務の受注に関して、DMOが中心となり、同業種又は異業種の事業者がコンソーシアムを形成し地元受注の仕組みづくりが進んでいること等において、成果が出始めている点については、高く評価する。</li> </ul>
(2) C	<ul style="list-style-type: none"> <li>民間事業者の稼ぐ力の向上については、「MICE関連業務の受注に関して、DMOが中心となり、同業種又は異業種の事業者がコンソーシアムを形成し地元受注を促進する仕組みづくり等が進み、徐々に実績が上がってきており、地域全体に波及させていく必要がある。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>サステナブルツーリズムの推進や観光庁事業の活用による民間事業者の高付加価値化に関する取組について、顕著な成果が出るには至っていないが、着実に進んでいる。</li> </ul>
(3) B	<ul style="list-style-type: none"> <li>まちMICEの推進については、ユニークベニューの実施や国の事業を活用した実証実験による商品化のほか、周遊・滞在プログラムの充実と情報発信の強化という面で、取組みは確実に進んでいる。今後、飲食店や交通事業者をはじめとする市内事業者とのMICE開催情報の一層の共有促進等により、ビジネスチャンスを取り込む受入態勢を一層強化する必要がある。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>観光・MICEで稼ぐ地域を実現するには、多様な関係者の参画を促していくことが欠かせないが、市内事業者・市民にはDMOの活動が十分には認知されておらず、進捗が十分とは言い難い。特に民間の稼ぐ力の向上の取組についてDMOに対する期待値は高いものの、認知度・満足度ともに低く大きな課題である。業種、業界ごとにニーズを把握し取組の改善を図るとともに地域マネジメントの強化を図りたい。</li> </ul>

# 令和5年度の主な取組

基本方針1	基本方針2	基本方針3	基本方針4
<p><b>資源磨きと魅力あるコンテンツの創造に関すること</b></p>	<p><b>安全安心・快適な滞在環境の整備に関すること</b></p>	<p><b>戦略的な魅力発信と誘致活動の推進に関すること</b></p>	<p><b>観光・MICE関連産業の活性化に関すること</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>長崎固有の歴史文化とストーリーを生かしたまち歩きの情報発信と当協会運営の「長崎ストーリーズ」、修学旅行生を対象とした「ながさき平和・歴史ガイド」の実施</li> <li>民間事業者と連携し食や地域資源を生かした旅行商品の企画・造成（「戸石ゆうこうシマアジ・とらふぐのフルコースと養殖場見学体験」をはじめとする7商品）</li> <li>観光庁「インバウンドの地方誘客や消費拡大に向けた観光コンテンツ造成事業」の採択を受けた民間事業者4社と連携し、コンテンツ造成に係るモニターツアーへの参加や販売に向けた情報発信等の伴走支援</li> <li>「長崎市版サステナブルツーリズム」の推進（高付加価値体験や地域課題の解決に資する具体的な滞在モデルプランの造成）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>長崎県、県内自治体及び旅館ホテル組合、観光協会を構成委員とする「新型コロナウイルス予防対策認定実行委員会」が担っていた感染症対策について、各事業者による対応へ移行</li> <li>ベジタリアン・ヴィーガン・ハラール対応の基礎知識や既存メニューを多様なニーズに対応させる手法等に関するセミナーの開催</li> <li>宿泊事業者と連携した修学旅行の受入向上策の一環として、新学習指導要領に対応したアクティブラーニングコンテンツである「長崎SDGs平和ワークショップ」の研修会実施</li> <li>日本観光振興協会のクルーズ観光促進事業を活用したクルーズ客をターゲットとした周遊型観光を促進する仕組みづくりとローカルガイドの育成に向けた2カ年（令和5～6年度）の実施計画の策定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>訪問客、MICE関係者、市民、事業者を対象とした調査やビックデータの収集等、様々な手法を用いたマーケティングリサーチの実施</li> <li>定期的な観光動向の把握・分析や定期レポートの発行、市内事業者への情報共有化</li> <li>長崎市観光マスターブランド（「暮らしのそばに、ほら世界。」）のインナーブランディングの醸成と対外的なブランドコミュニケーションの強化</li> <li>長崎市のMICEブランド「Nagasaki JAPAN.A city of legacies」のタグライン・ロゴを活用したMICE開催都市としてのブランディング強化</li> <li>デジタルプロモーション等を活用した国内誘客・プロモーションの実施</li> <li>広域連携を軸としたインバウンド誘客・プロモーションの実施</li> <li>長崎市、(株)ながさきMICEをはじめとする関係機関と連携したMICE誘致活動</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「長崎MICE事業者ネットワーク」のメンバー等の市内事業者を対象に、マーケティングデータの活用や消費拡大に向けたセミナー・ワークショップを実施</li> <li>市内事業者で構成されるコンソーシアムによる大型MICE開催時の大量弁当供給体制の構築</li> <li>「クチコミ」対策を強化策として、事業者のGoogleビジネスプロフィール活用に向けたセミナーや登録支援</li> <li>市内事業者と連携し、戸石とらふぐ養殖場体験を含む「米国系学習型ツアー」を企画・実施</li> <li>MICE主催者・参加者を対象に、大会ホームページ上における宿泊、観光、飲食、体験を案内するランディングページや「ながさきグルメ・お土産ガイドブック」等を活用した「まちMICE」の情報発信</li> <li>観光庁の「海外からのミーティング・インセンティブ旅行誘致競争力向上事業」を活用した、「長崎歴史文化博物館」を会場とするユニークベニューの実証事業を実施</li> </ul>

## 5 長崎市DMOの業務運営の改善及び効率化に関する事項

### ① PDCAサイクルの徹底による業務運営の改善

内部統制の運用を進め、PDCAサイクルを徹底した適切な進捗管理を行い、経営環境を的確に見極めた効果的な戦略を持って業務運営を遂行すること。

### ② 職員の適正配置及び質の向上を目指した組織づくり

観光まちづくりの推進に必要な職員の適正配置を行うとともに、職員の意欲向上、専門性の向上及び組織の活性化を図ること。  
また、職員のワークライフバランスの推進に努め、働きがいと誇りをもって業務に精励できるよう働きやすい環境を整えること。

### ③ 持続可能な経営基盤の確立

将来にわたって安定的かつ持続可能な経営基盤の確立を目指した計画を立て、業務運営を行うとともに、経営状況の的確な分析を行い、改善や効率化に向けた取り組みを随時行うこと。

## 1 取組に対する評価

### DMO(自己評価・今後の取組方針)

- B**
- PDCAサイクルの徹底による業務運営については、「DMO事業進捗・評価シート」により、四半期ごとの事業の進捗状況等の確認を行うとともに、「経営管理委員会」の意見聴取等により、現場の声を反映させながら、経営環境を見極めた効果的な戦略を持って、業務運営を遂行できた。
  - 持続可能な経営基盤の確立については、当協会の財務状況等の基礎調査・分析を行うとともに、国の「観光地域づくり法人(DMO)の体制強化事業」の支援事業の優先採択を促し、経営計画の策定への支援準備が整った。
  - 収益事業における収支改善及び予算執行の進行管理の徹底等により、当期収支差額をプラスへ改善させたが、引き続き、安定的かつ効率的な経営基盤を確保していく必要がある。
  - 職員の適正配置等については、専門人材を確保と業務の安定的かつ円滑な推進を図る必要がある。

### 長崎市(評価・指導事項)

- B**
- 長崎市の観光地域づくりを推進するDMOとして、「PDCAサイクルの徹底による業務運営の改善」、「職員の適正配置及び質の向上を目指した組織づくり」、「持続可能な経営基盤の確立」など業務運営の改善及び効率化に取り組んでおり、各々の取組みにおいて一定の成果も認められる。また、事業実施や人材育成において、国や関係機関の支援制度を積極的に活用している点などについても評価できる。
  - 持続可能な観光地域づくりを推進するにあたり、課題のある項目について継続的な改善を図り、組織体制の強化と機能の向上に取り組まれない。

## 2 事業費の状況

### (1)長崎市からの受託事業

件名	R5年度決算額(円)
観光地域づくり事業	303,113,555
長崎さるく推進事業	36,684,514
総合観光案内所業務	22,931,465
亀山社中記念館受付業務	13,350,321

### 【観光地域づくり事業費内訳】 ※管理費・消費税は除く

(単位:円)

中期目標に定める事項	物件費	人件費
1 資源磨きと魅力あるコンテンツの創造に関すること	16,206,686	6,644,712
2 安全安心・快適な滞在環境の整備に関すること	19,729,800	1,335,828
3 戦略的な魅力発信と誘致活動の推進に関すること	110,371,900	68,272,608
4 観光・MICE関連産業の活性化に関すること	9,636,000	15,838,590

### (2)国等補助事業活用事業

件名	財源	R5年度決算額(円)	備考
海外からのミーティング・インセンティブ旅行誘致競争力向上事業	観光庁	4,750,000	
クルーズ観光促進事業	公益社団法人日本観光振興協会	859,149	事業予算額:12,000千円(2力年:R5~6年度)
持続可能な観光推進モデル事業 (持続可能な観光の推進に意欲的な地域を対象とした人材育成事業)	観光庁	—	観光庁直轄事業