

# 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5年8月14日

## 特定目標 交流の産業化

部会長	観光政策課長
施策主管課	観光交流推進室、観光政策課、都市計画課
関係課	商工振興課、スポーツ振興課、まちなか事業推進室、農林振興課、文化財課、世界遺産室、景観推進室、産業雇用政策課、長崎創生推進室、水産農林政策課、都市計画課、土木企画課、土木建設課、長崎駅周辺整備室、収納課、市民税課

### 施策体系及び主管課 ※特定目標—具体的施策

特定目標 交流の産業化											
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>具体的施策</th> <th>施策主管課</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>(1) 顧客創造プロジェクト</td> <td>観光交流推進室</td> </tr> <tr> <td>(2) 価値創造プロジェクト</td> <td>観光政策課</td> </tr> <tr> <td>(3) 交流を支える都市の基盤整備</td> <td>都市計画課</td> </tr> <tr> <td>(4) 交流の産業化を進める体制づくり</td> <td>観光交流推進室</td> </tr> </tbody> </table>	具体的施策	施策主管課	(1) 顧客創造プロジェクト	観光交流推進室	(2) 価値創造プロジェクト	観光政策課	(3) 交流を支える都市の基盤整備	都市計画課	(4) 交流の産業化を進める体制づくり	観光交流推進室
具体的施策	施策主管課										
(1) 顧客創造プロジェクト	観光交流推進室										
(2) 価値創造プロジェクト	観光政策課										
(3) 交流を支える都市の基盤整備	都市計画課										
(4) 交流の産業化を進める体制づくり	観光交流推進室										

### 基本的方向

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一である。

これまでの取組みにおいても、平成30年の観光消費額が過去最高額となるなどの成果を上げてきたところである。

引き続き、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し、国内観光オンリーの「昭和の観光都市」から、インバウンドやMICE、スポーツ、文化などを加えた多くの訪問客を迎える「21世紀の交流都市」へ、民間の主体的な参画を促しながらレベルアップを図り、観光客と消費額の拡大を加速していく。

特に「選ばれるまちになる」ため、「まちMICEプロジェクト」として、MICE開催を契機として、まちの中に人を呼び込み、滞在時間と消費の拡大につなげ、MICE開催による効果をまち全体に波及させる。

## 基本目標の総合評価

### 総括

令和4年においては、長崎市・DMO・出島メッセ長崎の指定管理者である株ながさきMICEが連携してMICE誘致を継続した結果、出島メッセ長崎利用者数は堅調な推移を維持し続けた。

DMOにおいては、専門人材を雇用することにより組織体制を強化し、さらに、DMOを中心に市内事業者等で構成される「長崎市観光まちづくりネットワーク」を立ち上げるなど、新たな商品・サービスの魅力づくりやビジネスチャンスの創出を行うための土台が形成され、観光まちづくりを推進する基盤づくりが完成した。

その上で、全国旅行支援などの後押しもあり、訪問客、宿泊客数、旅行消費単価などが前年から増加したことに伴い、観光消費額や経済波及効果も比例して右肩上がりとなったが、インバウンドの個人旅行の再開が令和4年10月となったことやクルーズ船の寄港が0件など、インバウンドの旅行需要は未だ回復せず、令和4年も訪問客数は令和元年の訪問客と比べると、約6割弱であった。(令和元年:約692万人 令和4年:約405万人)

令和5年においては、訪日外客数が6月時点ですでに1千万人を超え、また、長崎市への年間クルーズ寄港数も115隻(令和5年8月現在)を予定していることから、急速に回復しているインバウンドの旅行需要や国内の堅調な旅行需要を追い風とし、長崎市への更なる誘客促進や消費行動を拡大させ、旅行消費額などを増加させるために、以下の取組を実施する。

### (1)顧客創造プロジェクト

●誘致の面では、訪日外国人観光客を対象とする動向調査及び分析を再開し、ニーズの把握を行うとともに、韓国や台湾などのアジア地域、欧米豪をターゲットに、滞在を促すための国・地域別の旅行ニーズに即した長崎を含む広域観光のベストルートの提案や、長崎県観光連盟等の関係団体、九州各県等の他都市とも連携しながらWEBサイトやWEB広告、SNS等を中心とするデジタルプロモーションを展開する。受入の面については、多言語版WEBサイトのコンテンツの充実を図り旅ナカでの情報発信をさらに強化するとともに、DMOにおいて、多様な食のニーズに対して、市内事業者向けのセミナー等を開催し、事業者の意識向上と対応力強化を図る。

●引き続き、長崎市、DMO及び出島メッセ長崎の指定管理者である株式会社ながさきMICEの3者の連携を強化し、一元化したセールス情報に基づく戦略的なセールス・PR活動を行い、学会をはじめ、MICE開催効果の高い催事を積極的に誘致し、交流人口拡大による地域経済の活性化を図る。

また、誘致セールス段階から主催者に対して、参加者向けの長崎ならではの食や体験コンテンツの魅力、ニーズに合わせた店舗の紹介、提供可能なおもてなしの演出やサポート、参加者向け観光情報サイト等を企画案としてまとめて具体的に提案し、MICE開催の効果をまち全体に波及させる「まちMICE」の取り組みを推進する。

●まちなみ整備などの助成や市民等の活動に対する支援を行い、魅力を向上させるとともに、まちなかエリアの情報発信を行い、まちなかへの人の誘導を促す。また地域でイベントを実施している市民、団体と認定事業者が連携できるような機会を設け、まちなかで賑わいの創出に取り組む市民を増やしていく。

●グリーンツーリズム体験プログラムについて、研修等により体験プログラム作成のスキルアップを図るとともに、長崎市グリーンツーリズム連絡会議などにおいて、団体相互及び関係団体との意見交換を行いながら連携強化に努め、ポストコロナに対応したプログラムや安全安心な受け入れ態勢を構築し、参加者の増加を図る。

### (2)価値創造プロジェクト

●長崎市公式観光サイト「travel nagasaki」の「夜景観光」のページを全面改修し、令和3年度に作成したパンフレット「長崎ノ夜景」をベースに、既存のライトアップ施設情報に加え、滞在時間の延長や回遊による消費行動を促す仕掛けとして、散策コースの掲載や飲食情報の連携が取れるなど、回遊や消費行動につながるホームページとする。また世界新三大夜景および日本新三大夜景に再認定された長崎の夜景を国外へPRするため、リニューアルした「長崎ノ夜景」の情報を多言語化する。

●ナイトタイムエコノミー推進事業については、令和5年度も事業の募集を行い、夜間の消費拡大を図るためのナイトタイムエコノミーを推進する新しいコンテンツの創出につなげるとともに、DMO等と連携した事業の周知に努める。

●さしみシティ推進事業については、さしみシティの街中での顕在化、新たな旅行商品への参入やメディアへの露出、インフルエンサーを活用し、さしみシティ賛同店舗の情報を発信して誘導する。また、民間団体との連携した取組みで顕在化を図る。

(3) 交流を支える都市の基盤整備

- 長崎駅周辺の再整備については、令和5年秋の新駅ビル開業や令和7年度の全体完成に向け、関連工事や関係機関と十分に調整を行いながら、分かりやすい歩行者動線の提供なども含め、計画的に事業進捗を図る。
- 高規格道路長崎南北幹線道路や西彼杵道路など、広域幹線道路等の早期整備及び未着手区間の早期事業化に向け、引き続き、国や県などに対して要望を行う。
- 国、県と連携を図り、地元も含めた関係者調整に努める。また、「海の国際玄関口」の形成の指針となる「松が枝地区整備構想」を策定し、公表する。
- まちなみ整備などの助成や市民等の活動に対する支援を行い、魅力を向上させるとともに、まちなかエリアの情報発信を行い、まちなかへの人の誘導を促す。

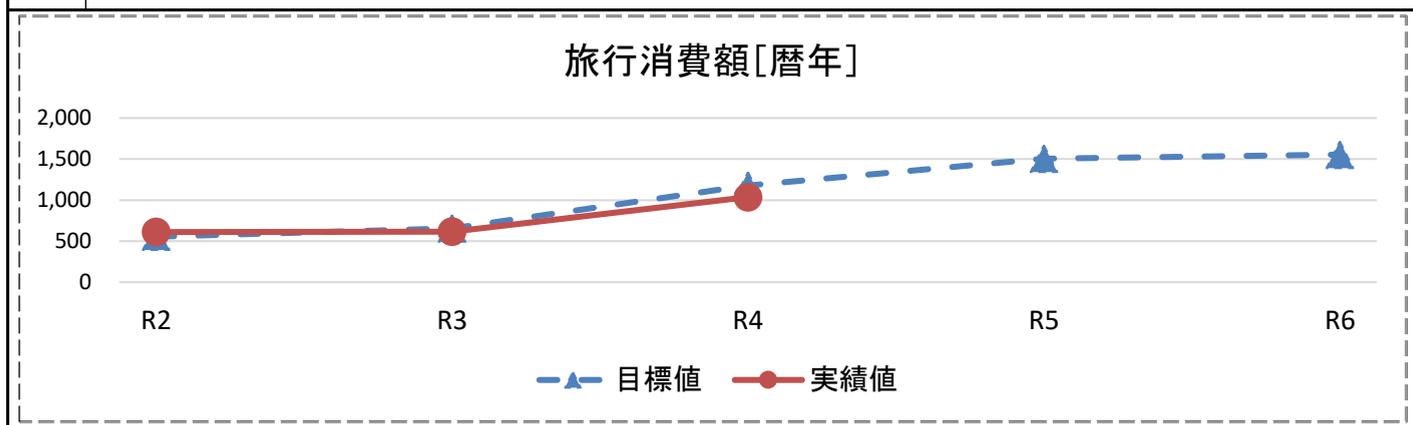
(4) 交流の産業化を進める体制づくり

- DMO事業に対する評価制度を令和5年度実施事業から本格的に導入するため、令和4年度実施事業に対する評価を試行的に行い、評価項目や基準等を整理する。また、DMOにおいて、市内事業者向けサイト等を活用し、「長崎市観光まちづくりネットワーク」の認知度向上と参画者の拡大を図るとともに、マーケティングデータの公開や参画事業者の取組み紹介を行うことで、既存メンバーのスキルアップや事業者同士のマッチングを支援し、地域全体で持続可能な観光まちづくりを実現させるための取組みを加速していく。
- 宿泊税制度がしっかりと根付くよう、今後も制度やその用途についての周知を進めていく。

数値目標の進捗状況

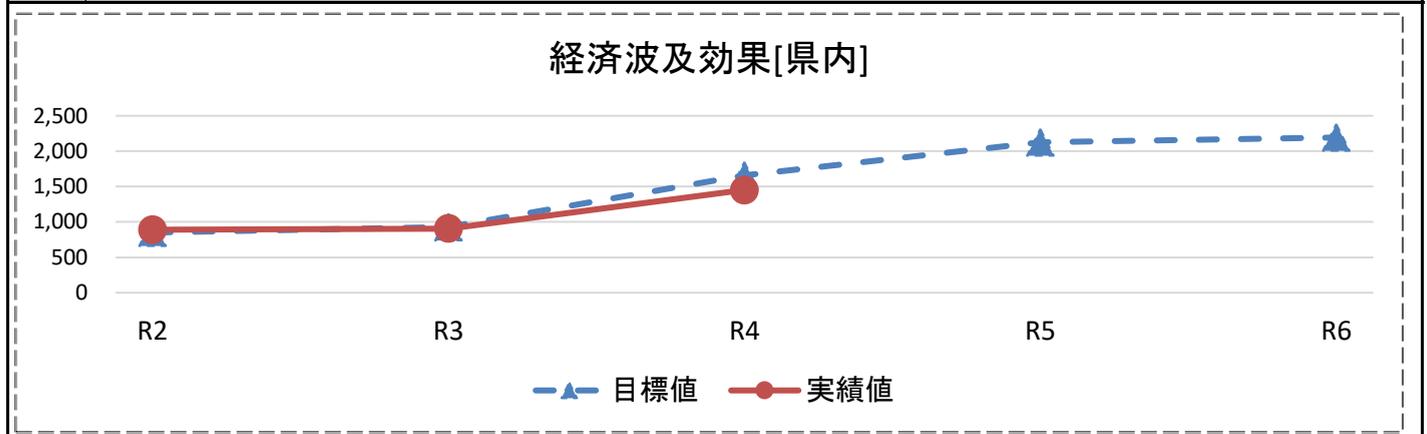
指標名	基準値 (時期)	最終目標値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
旅行消費額[暦年]	1,496億円 (30年)	1,555億円 (6年)	目標値	555	657	1,177	1,507	1,555
			実績値	611	616	1,037		

備考 実績値については暫定とする。(確定値は令和5年9月上旬ごろ)



指標名	基準値 (時期)	最終目標値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
経済波及効果[県内]	2,292億円 (30年)	2,193億円 (6年)	目標値	850	926	1,660	2,125	2,193
			実績値	890	907	1,452		

備考 実績値については暫定とする。(確定値は令和5年9月中旬ごろ) 実績値＝旅行消費額(実績値(暫定))×1.4倍



### 年度別主な取組み内容

R3年度	R4年度
<ul style="list-style-type: none"> <li>●出島メッセ長崎開業(令和3年11月)にあわせ、経済界や地元大学などと連携し、オール長崎によるMICE誘致活動の促進(年間目標利用者数61万人に対し、約半年で利用想定者数が約63万人)</li> <li>●体験型コンテンツを販売する仕組みとして、訪問客が旅の行程や趣味・嗜好に合わせて選び、予約・決済までワンストップで行えるWEB サイト「play nagasaki」を構築</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●体験コンテンツの種類や数を大幅に増加させ、WEB サイト「play nagasaki」に掲載(前年度から71件増)</li> <li>●長崎市・DMO・出島メッセ長崎の指定管理者である(株)ながさきMICEが連携してMICE誘致を行い、令和4年度に出島メッセ長崎で開催された催事の件数及び利用者数が年間目標を超えは年間目標( )を超え、地域の賑わい創出が図られた。(目標:775件、610,300人 実績:1,939件、642,143人)</li> <li>●採択されたナイトタイムエコノミー推進事業6事業を実施</li> </ul>

### 外部評価

インバウンドやMICEのほか、スポーツツーリズムや自然体験、サステナブル・ツーリズム等の推進など、各分野のターゲットを明確にした取組みの推進や、今後の新たな顧客創造の重要な柱となる長崎スタジアムシティ等の取組みが、最大の成果をあげられるよう、官民一体となった一層の取組みが必要である。

また、交流を支える都市の基盤整備が進んでいる一方で、これまで継続的に取組みを進めてきた「まちなか」をはじめとする長崎市ならではの魅力や価値を活かすことによって賑わいの創出を生み出すことについても、部局間、官民で十分連携して引き続き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 施策評価シート

作成日 令和5年8月14日

## 特定目標 交流の産業化

具体的施策	(1) 顧客創造プロジェクト
効果的・効率的な情報発信とプロモーションを行いながら、外国人観光客やビジネス客などに、長崎市を選んでもらうとともに、訪れていただくエリアの拡大を図る。	
施策主管課	観光交流推進室
具体的な取組みの担当課	観光交流推進室、まちなか事業推進室
関係課	商工振興課、スポーツ振興課、農林振興課、観光政策課

施策体系	※具体的施策—具体的な取組み	
具体的施策	具体的な取組み	担当課
(1) 顧客創造プロジェクト	① 外国人観光客の誘致・受入の推進	観光交流推進室
	② MICE誘致・受入の推進	観光交流推進室
	③ 交流のエリア拡大	まちなか事業推進室

### 成果

① 外国人観光客の誘致・受入の推進
<p>●新型コロナウイルス感染症収束後のインバウンド再拡大を見据え、令和4年10月からの個人旅行の規制緩和を前に、誘致・プロモーションについては、旅行先としての認知度向上のため、ターゲット市場(韓国・台湾、欧米豪等)に対して、WEBサイト、WEB広告、SNS等を活用した情報発信を展開した。特に令和5年7月開催の世界水泳を契機として福岡・九州を訪れる欧米豪市場を対象とした九州広域連携によるデジタルプロモーションを実施したほか、地元放送局が実施主体となり、海外(フランス、タイ)の放送局と連携して世界遺産や食などの長崎の魅力を発信する番組を制作し、現地テレビで放送することで、長崎の認知向上と来訪意欲の喚起に繋がった。</p> <p>また、海外現地エージェントやランドオペレーターへのセールス活動を再開し、コロナ禍で途切れた人脈等を回復させるとともに、商品造成に向け西九州新幹線開業や新たな宿泊施設の開業といった長崎の最新情報や体験コンテンツを提案することで、SDGsに配慮した米国人学習型ツアーなど新たな市場開拓と商品の高付加価値化も図られた。</p> <p>さらに、受入対策については、旅ナカにおける満足度の向上のため、体験コンテンツを集約したWEBサイト「play nagasaki」の多言語版を制作し、WEB上での直前予約・決済環境等利便性を高め、外国人観光客の周遊促進と消費拡大に繋がった。</p>
② MICE誘致・受入の推進
<p>●長崎市・DMO・出島メッセ長崎の指定管理者である㈱ながさきMICEが連携して誘致を行い、コロナ禍という状況下の中でも確実に開催が見込まれる催事を積極的に誘致したことで、令和4年度に出島メッセ長崎で開催された催事の件数及び利用者数(1,939件、642,143人)は年間目標(775件、610,300人)を超え、地域の賑わい創出が図られた。</p> <p>また、MICE参加者に回遊を促し、MICEの開催効果を市内全体に波及させる「まちMICE」の取組みにおいて、DMOでは長崎での大会・学会等の開催が決定した主催者に対し、飲食店MAP、ユニークベニューや体験型コンテンツのガイドブック等を活用したセールス活動を行うことで、ユニークベニューを活用したレセプションや長崎ならではの体験を盛り込んだエクスカーション等の実施、ケータリングサービスや弁当等の受注に繋がった。</p> <p>さらに、参加者が閲覧する大会・学会の公式WEBサイトに長崎の観光、飲食、体験、お土産を紹介するページを掲載したほか、大会・学会・イベント等の開催情報をタクシー会社や飲食店等と事前に共有する仕組みを構築し、MICE参加者に快適な滞在時間の提供することで、周遊促進・消費拡大に繋がった。</p>

③ 交流のエリア拡大
<ul style="list-style-type: none"> <li>●「まちぶらプロジェクト」により魅力が向上したまちなかエリアを多くの方々に体感してもらうため、まちあるきイベントを実施し、まちの賑わいの継続・発展につなげた。(9日間 参加者 約2,100人)</li> <li>●賑わいの創出を推進するため、まちなか町家等活用助成を1件行い、魅力的な地域の資源としてエリアの魅力を向上させた。また、まちなか賑わいづくり活動支援事業を3件支援、まちぶらプロジェクトとして6件の事業を認定し、情報発信などの支援を行うことで、賑わいの創出につなげた。</li> <li>●小菅修船場跡のガイドについて令和3年度は32回実施し、204人の来訪者を受け入れている。 令和4年度は令和5年1月に史跡小菅修船場跡曳揚げ機小屋保存整備工事が着工し曳揚げ機小屋の見学ができなくなったことに伴い、ガイドの配置を従来の土日祝及びその他必要な日から日曜日のみの実施としたものの、98回実施し1,148人の来訪者を受け入れるなど、コロナ前の令和元年度の115回1,754人に匹敵する来訪があつている。</li> <li>●グリーンツーリズムの体験プログラムの参加者は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、減少していたが、令和3年度4,460人と比較して令和4年度は、5,723人と上昇に転じていることから、コロナの影響があるものの、回復の兆しが出てきている。また、福岡エリアで農山漁村地域でグリーンツーリズムに関心がある方を対象としたグリーンツーリズム体験バスツアーを実施し10名の参加者があり、地域の魅力を参加者に伝えることができた。</li> </ul>

問題点とその要因

① 外国人観光客の誘致・受入の推進
<ul style="list-style-type: none"> <li>●旅ナカにおける外国人観光客に対する観光スポットへの2次交通情報やムスリム対応やヴィーガンといった宗教・嗜好などによる食文化に対応する受入環境や情報提供が十分でなく、多様なニーズに応えきれていない。</li> </ul>
② MICE誘致・受入の推進
<ul style="list-style-type: none"> <li>●新型コロナウイルス感染症の影響により対面による営業活動が制限されていたため、主催者へのきめ細かい提案が不十分であったことから、改めて人脈を再構築するとともに、個々の主催者のニーズに即した魅力的な提案を行っていく必要がある。</li> </ul>
③ 交流のエリア拡大
<ul style="list-style-type: none"> <li>●市民のまちづくりに対する機運は向上中であるものの、賑わいの創出に取り組む市民等の活動の発掘が十分とは言い切れない。</li> <li>●小菅修船場跡について、駐車場がないため、来訪者の多くは公共交通機関を利用することとなるが、「小菅町」バス停が戸町経由と二本松口経由で2か所あり、後者のバス停で降りた場合の経路がわかりづらい状況にある。</li> <li>●前年度に比べ体験プログラムの参加者数が増加してはいるものの、新型コロナウイルス感染症の拡大の影響で中止や規模の縮小が生じたことにより目標値を下回っていることから、コロナ禍においても実施できるプログラムや安全安心な受入れ体制についての検討を行う必要がある。</li> </ul>

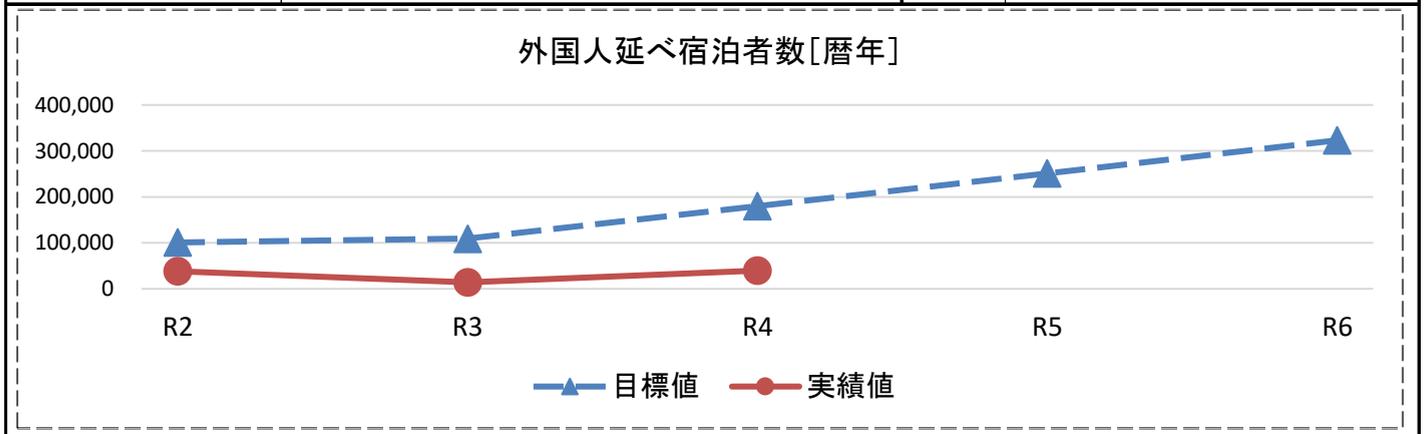
今後の取組み方針

① 外国人観光客の誘致・受入の推進
<p style="font-size: small; margin: 0;">継続</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●誘致の面では、訪日外国人観光客を対象とする動向調査及び分析を再開し、ニーズの把握を行うとともに、韓国や台湾などのアジア地域、欧米豪をターゲットに、滞在を促すための国・地域別の旅行ニーズに即した長崎を含む広域観光のベストルートの提案や、長崎県観光連盟等の関係団体、九州各県等の他都市とも連携しながらWEBサイトやWEB広告、SNS等を中心とするデジタルプロモーションを展開する。受入の面については、多言語版WEBサイトのコンテンツの充実を図り旅ナカでの情報発信をさらに強化するとともに、DMOにおいて、多様な食のニーズに対して、市内事業者向けのセミナー等を開催し、事業者の意識向上と対応力強化を図る。</li> </ul>
② MICE誘致・受入の推進
<p style="font-size: small; margin: 0;">改善</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●引き続き、長崎市、DMO及び出島メッセ長崎の指定管理者である株式会社ながさきMICEの3者の連携を強化し、一元化したセールス情報に基づく戦略的なセールス・PR活動を行い、学会をはじめ、MICE開催効果の高い催事を積極的に誘致し、交流人口拡大による地域経済の活性化を図る。</li> <li>また、誘致セールス段階から主催者に対して、対面により参加者向けの長崎ならではの食や体験コンテンツの魅力、ニーズに合わせた店舗の紹介、提供可能なおもてなしの演出やサポート、参加者向け観光情報サイト等を企画案としてまとめて具体的に提案し、MICE開催の効果をまち全体に波及させる「まちMICE」の取組みを推進する。</li> </ul>

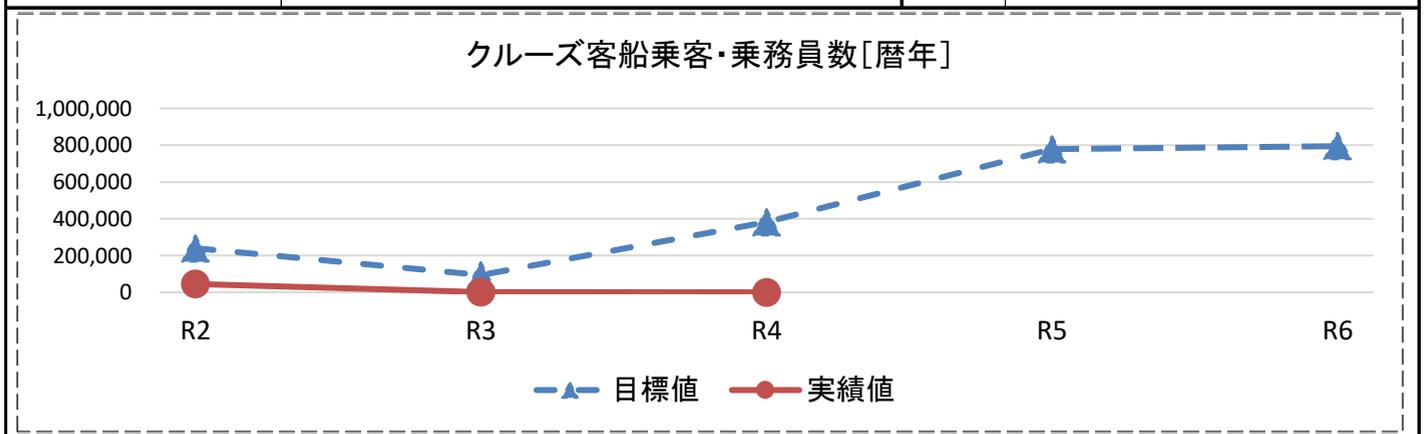
③ 交流のエリア拡大	
継続	●まちなみ整備などの助成や市民等の活動に対する支援を行い、魅力を向上させるとともに、まちなかエリアの情報発信を行い、まちなかへの人の誘導を促す。また地域でイベントを実施している市民、団体と認定事業者が連携できるような機会を設け、まちなかで賑わいの創出に取り組む市民を増やしていく。
新規	●令和6年度予算で二本松口経由の小菅町バス停で降車した来訪者向け案内板を設置し、来訪者が円滑に小菅修船場跡を訪れられるように整備する。
継続	●研修等により体験プログラム作成のスキルアップを図るとともに、長崎市グリーンツーリズム連絡会議などにおいて、団体相互及び関係団体との意見交換を行いながら連携強化に努め、ポストコロナに対応したプログラムや安全安心な受け入れ態勢を構築し、参加者の増加を図る。

### 重要業績評価指標(KPI)の進捗状況

指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
外国人延べ宿泊者数[暦年]	306,019人 泊 (30年)	323,000人 泊 (6年)	目標値	100,841	109,000	180,000	251,000	323,000
			実績値	37,840	14,049	39,571		
関連する具体的取組み	①外国人観光客の誘致・受入の推進			備考	実績値については暫定とする。(確定値は令和5年9月上旬ごろ)			



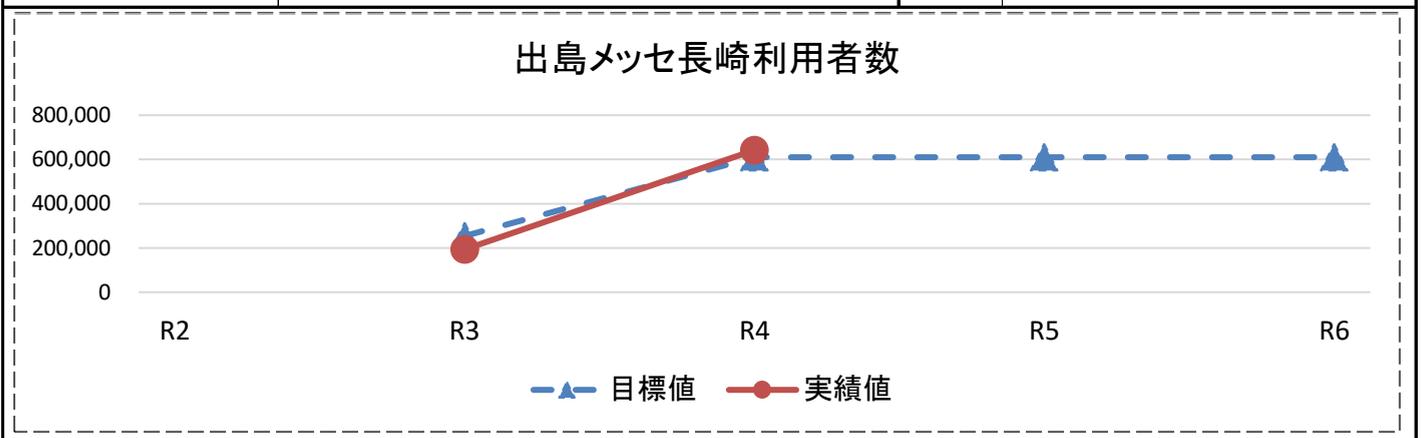
指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
クルーズ客船乗客・乗務員数[暦年]	732,538人 (元年)	795,000人 (6年)	目標値	239,000	94,000	382,000	779,000	795,000
			実績値	45,349	547	0		
関連する具体的取組み	①外国人観光客の誘致・受入の推進			備考				



指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
出島メッセ長崎利用者数		610,000人 (6年)	目標値		254,000	610,000	610,000	610,000
			実績値		193,161	642,143		

関連する具体的取組み ②MICE誘致・受入の推進

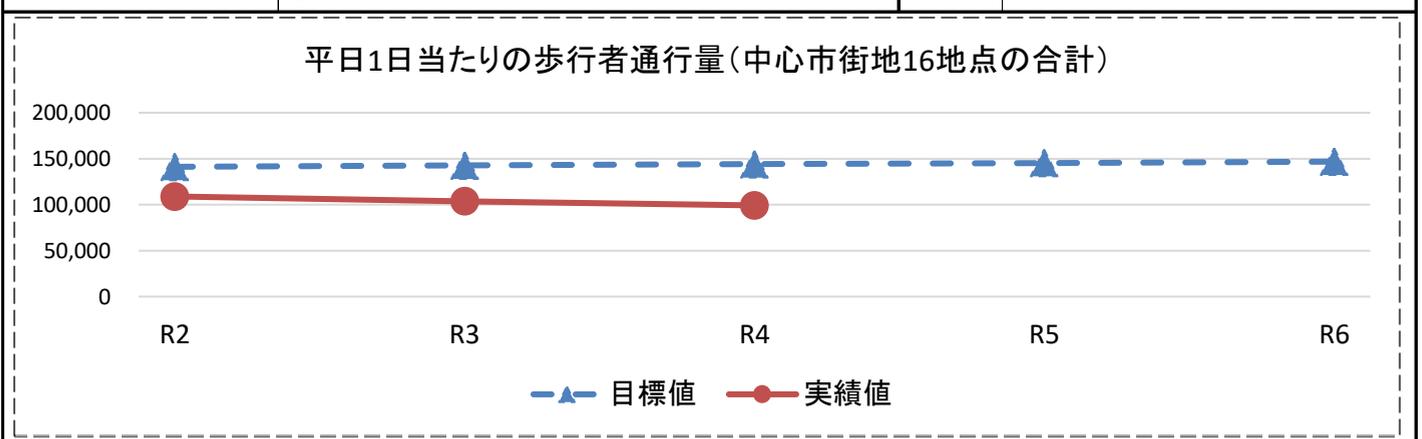
備考



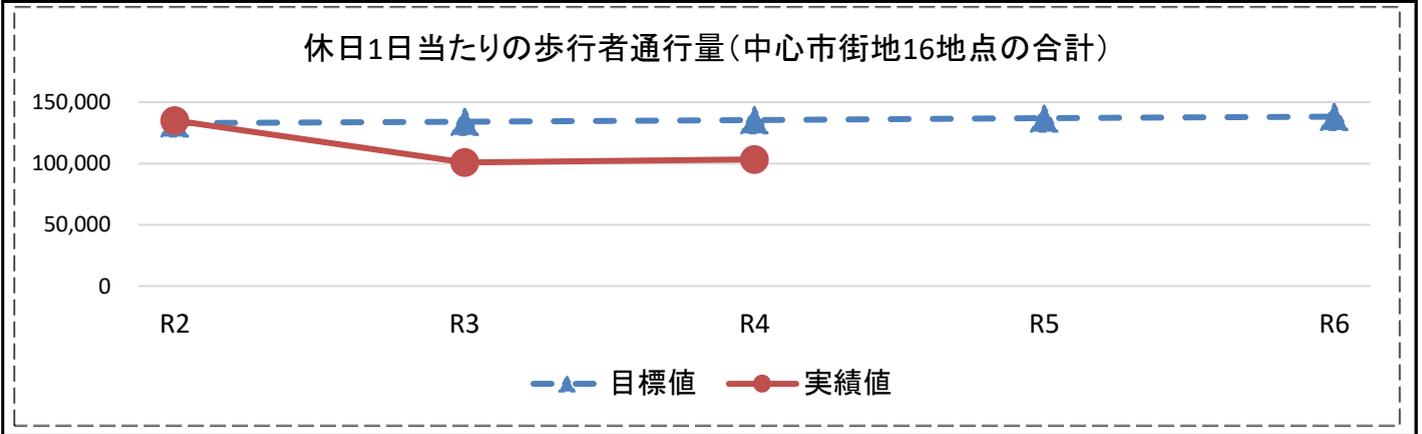
指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
平日1日当たりの歩行者通行量(中心市街地16地点の合計) 【基本目標3-(2)-①から再掲】	141,200人 (2年度)	146,800人 (6年度)	目標値	141,200	142,600	144,000	145,400	146,800
			実績値	108,928	103,690	99,238		

関連する具体的取組み ③交流のエリア拡大

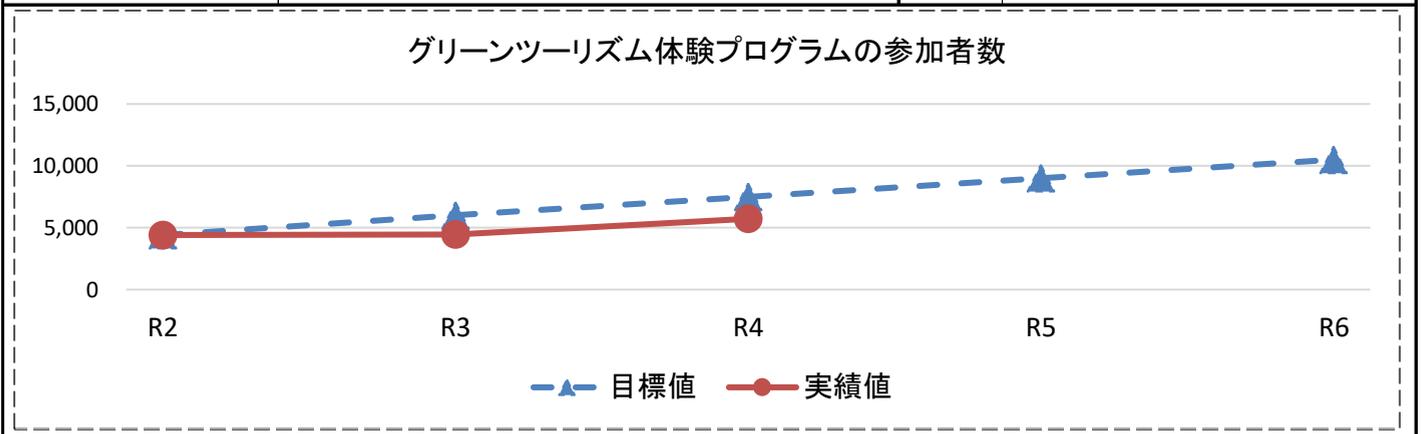
備考



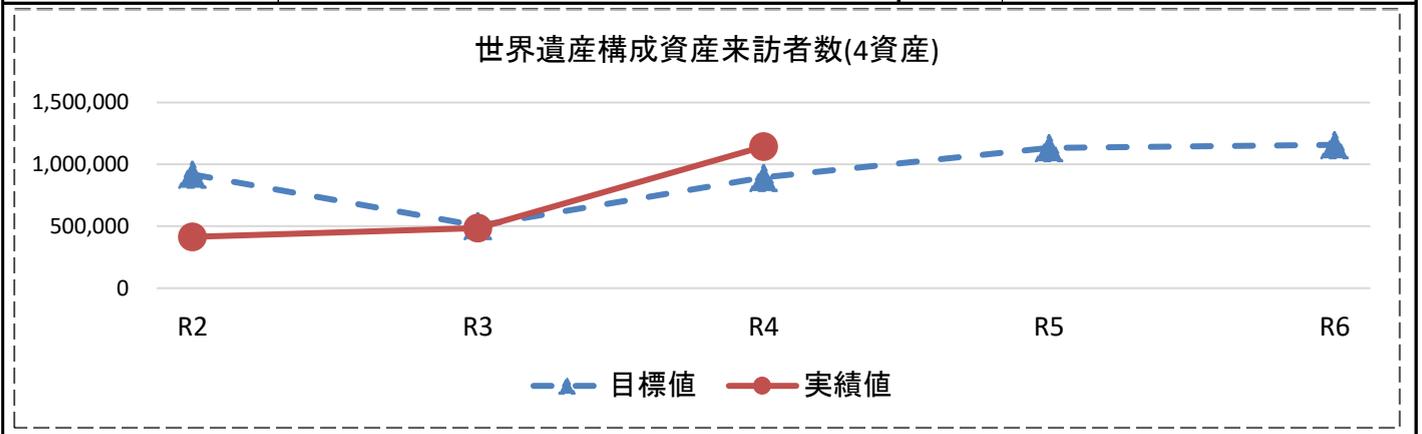
指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
休日1日当たりの歩行者通行量(中心市街地16地点の合計) 【基本目標3-(2)-①から再掲】	132,900人 (2年度)	138,200人 (6年度)	目標値	132,900	134,200	135,500	136,900	138,200
			実績値	135,033	100,838	103,317		
関連する具体的取組み	③交流のエリア拡大			備考				



指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
グリーンツーリズム体験プログラムの参加者数	4,409人 (2年度)	10,500人 (6年度)	目標値	4,409	6,000	7,500	9,000	10,500
			実績値	4,409	4,460	5,723		
関連する具体的取組み	③交流のエリア拡大			備考				



指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
世界遺産構成資産来訪者数(4資産)	414,445人 (2年度)	1,158,000人 (6年度)	目標値	919,171	504,000	894,000	1,134,000	1,158,000
			実績値	414,445	485,542	1,144,575		
関連する具体的取組み	③交流のエリア拡大			備考				



施策を推進する主な事業

事業名	観光地域づくり推進費	担当課	観光交流推進室
事業目的	観光地域づくりの舵取り役としての役割を果たす観光地域づくり法人(DMO)において、多様な関係者と連携しながら、地域資源を活かした魅力づくりを行うとともに、観光客やMICEの誘致・受入を推進し、地域経済の活性化につなげるもの。		
事業概要	<p>①外国人観光客の誘致・受入の推進 DMOにおいて、長崎市観光マスターブランド(※)を柱とした一貫性のある戦略的な誘客プロモーションを継続的に実施し、四季折々の食やイベント、長崎ならではの楽しみ方等を紹介することで、長崎市への訪問意向を喚起する。また、デジタル技術を活かした一元的な情報収集・発信、訪問客の趣味・嗜好に合わせたサービスの提供などの仕組みを構築する。 ※長崎市の観光振興における最上位のブランドで、コンセプト(概念)やシンボルマーク、プロモーションフレーズ等からなる。</p> <p>②MICE誘致・受入の推進 DMOにおいて民間事業者と連携し、観光客やMICE参加者等の周遊・滞在の促進、消費拡大を図るため、ユニークベニューや体験コンテンツを拡充するとともに、DMOにおけるワンストップ機能を向上させ、市内事業者の収益力向上につなげるための仕組みを確立する。</p>		
取組実績	<p>①外国人観光客の誘致・受入の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>長崎県観光連盟と連携した多言語サイトの改修</li> <li>世界水泳開催を契機としたインバウンド向けデジタルプロモーションの実施</li> </ul> <p>②MICE誘致・受入の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>受入セールス強化(ユニークベニューや体験コンテンツ、食の積極的な紹介):手配実績20件</li> <li>まちMICE案内ランディングページ制作、主催者へ掲載依頼:掲載27件(依頼件数300件)</li> </ul>	決算(見込)額	317,453,973 円

	事業名	まちなか再生推進費	担当課	まちなか事業推進室	
	事業目的	歴史的な文化や伝統に培われてきた「まちなか」の賑わいの再生を図るため、新大工から浜町を経て大浦に至るルートをまちなか軸と設定し、この軸を中心とした5つのエリアの個性や魅力の顕在化などをすすめるための整備やソフト事業を「まちぶらプロジェクト」として市民などと連携しながら進める			
2	事業概要	エリアの魅力づくり、回遊性の向上、地域力によるまちづくり			
	取組実績	<ul style="list-style-type: none"> <li>・まちぶらプロジェクト10周年イベント「まちなか大冒険」</li> <li>・まちなか町家等活用助成(1件)</li> <li>・まちなか賑わいづくり活動支援補助(3件)</li> <li>・賑わい創出に寄与する市民等の取組みをまちぶらプロジェクト認定(6件)</li> </ul>	決算(見込)額	16,095,152	円



【まちなか賑わいづくり活動支援事業】



【まちぶらプロジェクト認定事業】

	事業名	世界遺産観光客受入費	担当課	観光政策課	
	事業目的	世界遺産を目的とした観光客の満足度向上及びリピーター確保			
3	事業概要	「明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業」を訪れる観光客の円滑な受入態勢・整備を行う。			
	取組実績	小菅修船場跡においてガイドの配置、並びにガイドブック及びパンフレットの配布やトイレの管理を実施した。	決算(見込)額	5,207,613	円

# 長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略 施策評価シート

作成日 令和5年8月14日

## 特定目標 交流の産業化

具体的施策	(2) 価値創造プロジェクト
長崎を訪れる訪問客の満足度の向上を図るため、資源の磨き上げを行うとともに、「ひと(人材)」を育成・確保しながら、上質な独自の「しごと(サービス)」を提供する。	
施策主管課	観光政策課
具体的な取組みの担当課	観光政策課、商工振興課
関係課	観光交流推進室、文化財課、世界遺産室、景観推進室、産業雇用政策課、長崎創生推進室、水産農林政策課

施策体系	※具体的施策—具体的な取組み	
具体的施策	具体的な取組み	担当課
(2) 価値創造プロジェクト	① 資源の磨き上げ	観光政策課
	② サービスの向上と創出	商工振興課

### 成果

① 資源の磨き上げ
<ul style="list-style-type: none"> <li>●令和3年11月に世界新三大夜景、また、令和4年3月に日本新三大夜景へ再認定され、宿泊滞在型観光をさらに推進するための強力なブランド力を有したことから、来訪意欲を高めるためのパンフレットを作成し、令和3年11月に開催された世界夜景サミットに参加した9の国および地域へ送付を行い、また、日本新三大夜景では認定都市の札幌市および北九州市と連携したPRなどを行うことで、夜景観光を目的とした訪問客の割合を一定の水準で維持することができた。(観光先を長崎市に決めた理由・目的 令和元年:12.3% 令和3年:24.4% 令和4年:21.8%)</li> <li>●体験コンテンツについて、季節感のあるものや、1人でも、あるいは当日でも参加可能なものなど種類や数を大きく増やした(R4年度において71件増)。また、これらのコンテンツをWEB サイト「play nagasaki」に集約し、訪問客が旅の行程や趣味・嗜好に合わせて選び、予約・決済までワンストップで行える環境を整えたことで、利便性が高まり、体験コンテンツの利用者が増加した。</li> <li>●近年、欧米豪の知的富裕層やZ世代を中心に、旅行や旅先においてもSDGsやサステナビリティを重視する傾向(サステナブルツーリズム)が顕著になっている。このような状況を踏まえ、市内事業者を対象に、体験コンテンツを含む商品やサービスにSDGsの視点を取り入れる意義や手法について学ぶセミナー、ワークショップを2回開催したことで、事業者の意識向上が図られた。また、DMOにおいては、体験コンテンツの高付加価値化について、地産地消や和華蘭文化など長崎ならではの魅力を活かすため、事業者への働きかけや伴走支援を継続して行った。さらに、「長崎観光まちづくりネットワーク」を令和5年3月に立ち上げたことで(R5.7現在138団体・個人が参画)、事業者同士の協業を強化するための態勢が強化された。</li> </ul>
② サービスの向上と創出
<ul style="list-style-type: none"> <li>●ナイトタイムエコノミー推進事業については、令和4年度は採択された6事業が実施され、観光客や富裕層をターゲットとしたナイトクルーズやナイトラウンジ、食事と音楽と演舞のパッケージコンテンツなど、夜間の消費拡大を図るためのナイトタイムエコノミーを推進する新しいコンテンツを創出することができた。</li> <li>●さしみシティ推進事業については、長崎の魚の魅力発信のため、「ながさきイズさしみシティ」ホームページの構築や「さしみシティ賛同店舗」ガイドブックを市民や観光客に配布したことやSNSによる情報発信したことにより、観光客が旅マエ、旅ナカに長崎の魚を味わうことができる市内飲食店等の情報に容易にたどり着けるようにしたことや、戸石とらふぐ養殖場見学ととらふぐコースを食す旅行商品の造成などDMOと連携し、「長崎の魚」のPRを実施したことにより、さしみシティ賛同店舗が増加(R4.3/31 80店舗⇒ R5.3/31 104店舗)し、「さしみシティ」として、観光客の長崎の魚の認知度は56.2%で基準値56.1%を上回る結果が得られた。</li> </ul>

## 問題点とその要因

### ① 資源の磨き上げ

- 更なる宿泊滞在型観光の推進を図るためには、長崎の夜景の魅力を国内外へ発信することが重要であるが、現在、長崎市公式観光サイト「travel nagasaki」に掲載される「夜景観光」のページでは、回遊を促すまでの仕組みとなっておらず、また、閲覧回数が他のコンテンツに比べても高くない。
- 事業者に対するセミナー等の開催により、サステナブルツーリズムに対する関心は広がりつつあるものの、取り組み始めたばかりであるため、SDGsなどの視点を取り入れた商品・サービスの数は少ない。

### ② サービスの向上と創出

- ナイトタイムエコノミー推進事業については、夜間の消費拡大につながる魅力向上にはまだまだ開発の余地があることから、新しいコンテンツを更に創出する必要があるが、資金力や企画力が弱い事業者もいる。
- さしみシティ推進事業については、SNS等での情報発信を行ったものの、認知から消費へ促す、「さしみシティ賛同店舗」への誘導などの取り組みが不足しており、観光客の長崎の魚の認知度は56.2%、魚料理(鯨料理含む)を食べた(食べる予定)割合は53.4%となっており、「長崎の魚」の顕在化が図れていない

## 今後の取り組み方針

### ① 資源の磨き上げ

継続

- 長崎市公式観光サイト「travel nagasaki」の「夜景観光」のページを全面改修し、令和3年度に作成したパンフレット「長崎ノ夜景」をベースに、既存のライトアップ施設情報に加え、滞在時間の延長や回遊による消費行動を促す仕掛けとして、散策コースの掲載や飲食情報の連携が取れるなど、回遊や消費行動につながるホームページとする。また世界新三大夜景および日本新三大夜景に再認定された長崎の夜景を国外へPRするため、リニューアルした「長崎ノ夜景」の情報を多言語化する。
- DMOにおいて、令和5年度に立ち上げた「長崎市観光まちづくりネットワーク」の活動を広げながら、継続的にセミナー等の周知・啓発を行い、サステナブルツーリズムに対する理解促進を図るとともに、事業者の協業を促し商品・サービスの高付加価値化に取り組む。また、長崎ならではの自然や食文化などの資源や体験に、地域貢献や地元の人との交流も含む特別な体験を組み合わせることで、訪問客にとって満足度の高い商品・サービスの充実を図る。

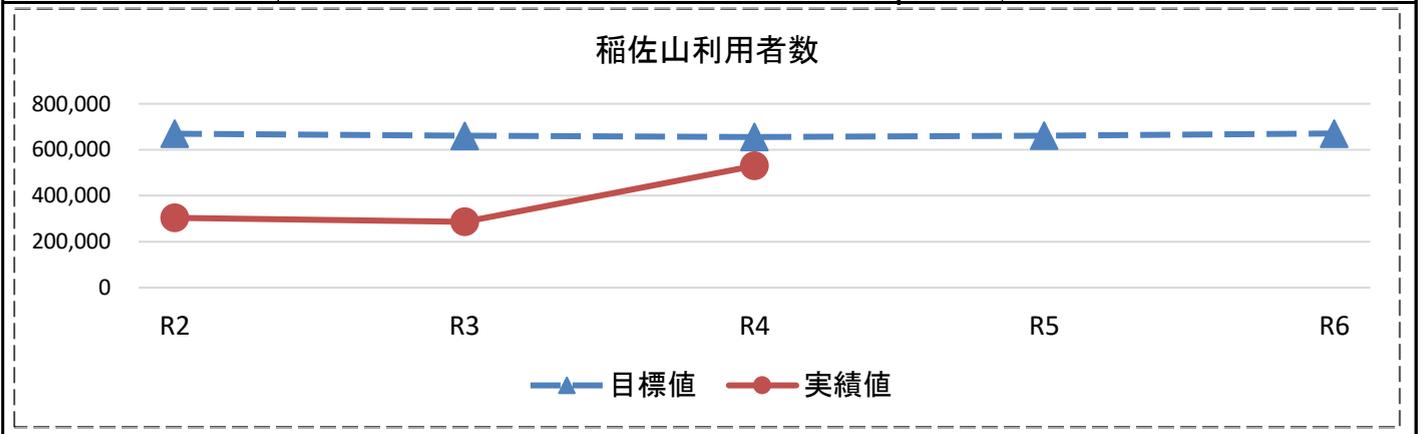
### ② サービスの向上と創出

継続

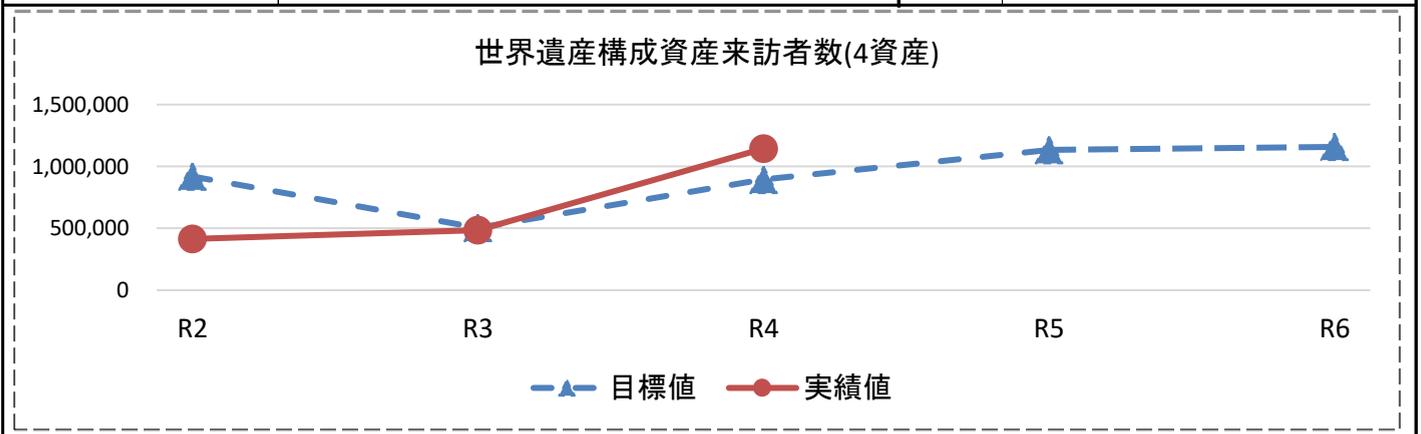
- ナイトタイムエコノミー推進事業については、令和5年度も事業の募集を行い、夜間の消費拡大を図るためのナイトタイムエコノミーを推進する新しいコンテンツの創出につなげるとともに、DMO等と連携した事業の周知に努める。
- さしみシティ推進事業については、さしみシティの街中での顕在化、新たな旅行商品への参入やメディアへの露出、インフルエンサーを活用し、さしみシティ賛同店舗の情報を発信して誘導する。また、民間団体との連携した取り組みで顕在化を図る。
- DMOとの連携により、マーケティング調査や「観光×食」の商品充実、域外への広域プロモーションを行う。
- ブランド魚(ゆうこうシマアジ・真鯛、黄金ひらまさ等)の販路拡大を行う。

重要業績評価指標(KPI)の進捗状況

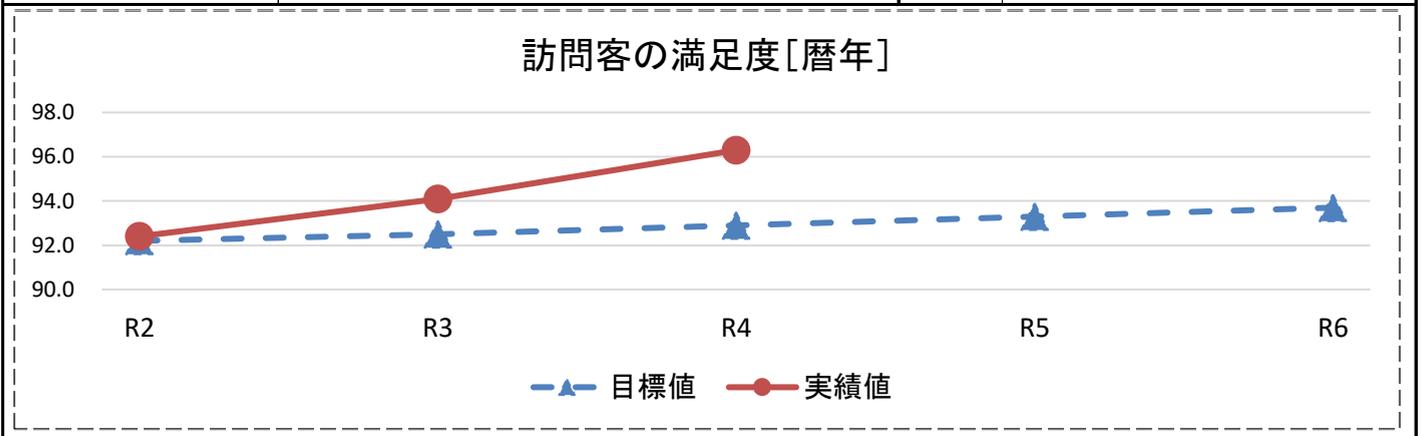
指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
稲佐山利用者数	523,569人 (30年度)	670,773人 (6年度)	目標値	669,835	660,593	655,364	661,023	670,773
			実績値	303,654	286,514	530,004		
関連する具体的取組み	①資源の磨き上げ			備考				



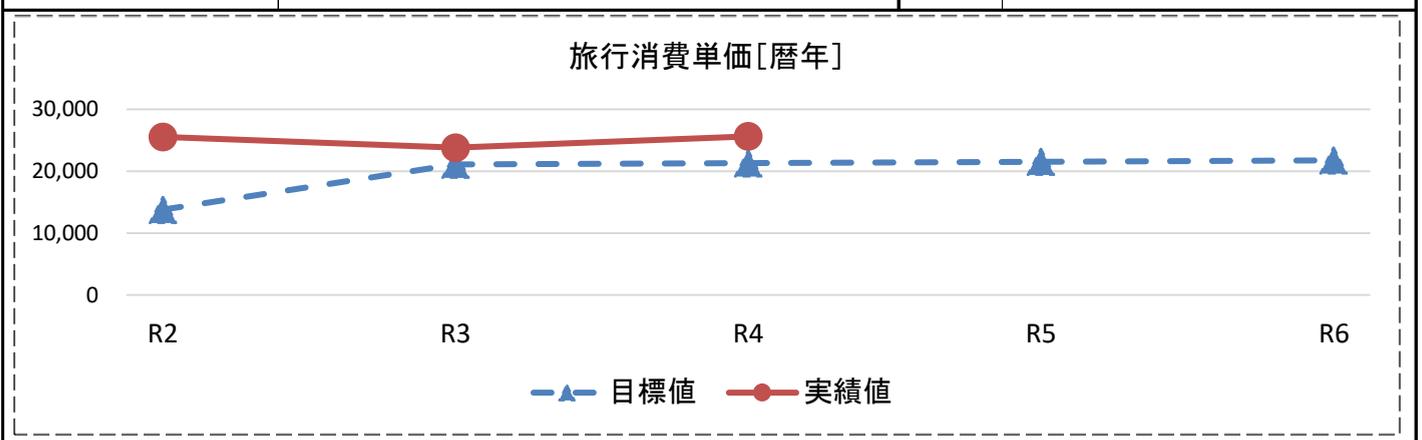
指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
世界遺産構成資産来訪者数(4資産)	414,445人 (2年度)	1,158,000人 (6年度)	目標値	919,171	504,000	894,000	1,134,000	1,158,000
			実績値	414,445	485,542	1,144,575		
関連する具体的取組み	①資源の磨き上げ			備考				



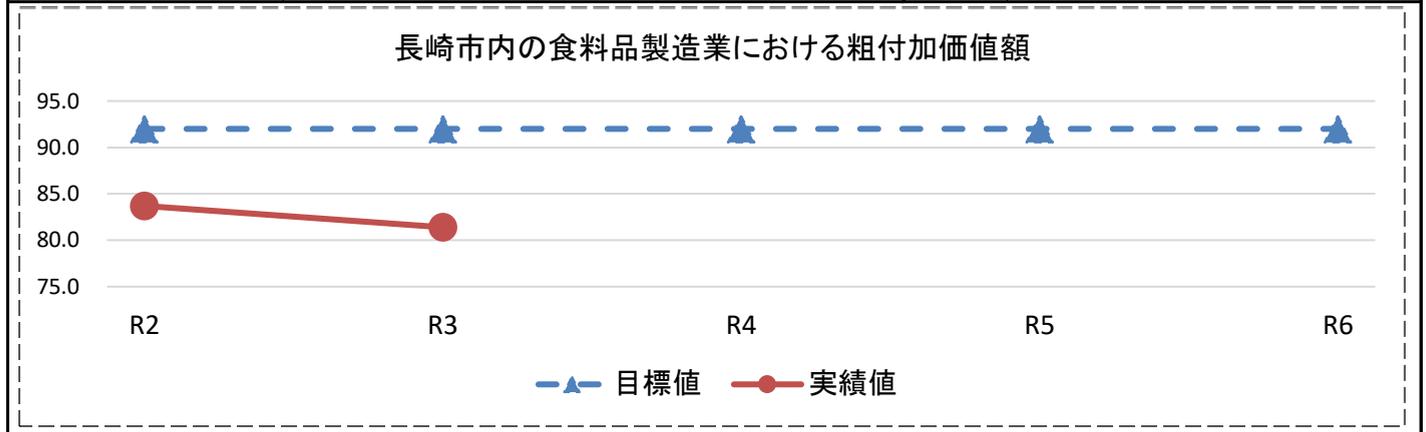
指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
訪問客の満足度[暦年]	90.0% (30年)	93.7% (6年)	目標値	92.2	92.5	92.9	93.3	93.7
			実績値	92.4	94.1	96.3		
関連する具体的取組み	②サービスの向上と創出			備考				



指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
旅行消費単価[暦年]	21,216円 (30年)	21,749円 (6年)	目標値	13,789	21,110	21,321	21,534	21,749
			実績値	25,523	23,805	25,623		
関連する具体的取組み	②サービスの向上と創出			備考		実績値については暫定とする。(確定値は令和5年9月上旬ごろ)		



指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
長崎市内の食料品製造業における粗付加 価値額	92億円 (29年度)	92億円 (6年度)	目標値	92.0	92.0	92.0	92.0	92.0
			実績値	83.7	81.4			
関連する具体的取組み	②サービスの向上と創出			備考				



施策を推進する主な事業

1	事業名	世界・日本新三大夜景推進費	担当課	観光政策課	
	事業目的	「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。			
	事業概要	長崎市の夜景を発信することで、宿泊を伴う滞在型観光を推進し、地域経済の活性化を図る。			
	取組実績	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「美しい日本の夜景」パンフレット作成および世界夜景サミット参加国および地域への配布</li> <li>・日本新三大夜景情報発信(パンフレット、ポスター作成、各種メディア掲載)</li> </ul>	決算(見込)額	4,771,140	円



【美しい日本の夜景】



【日本新三大夜景ポスター】

施策を推進する主な事業

2	事業名	観光地域づくり推進費	担当課	観光交流推進室	
	事業目的	観光地域づくりの舵取り役としての役割を果たす観光地域づくり法人(DMO)において、多様な関係者と連携しながら、地域資源を活かした魅力づくりを行うとともに、観光客やMICEの誘致・受入を推進し、地域経済の活性化につなげるもの。			
	事業概要	訪問客の誘致促進のため、DMOにおいて、滞在型の新しい旅のスタイルの創造や食と体験を組み合わせたコンテンツなど長崎ならではの魅力あるコンテンツを造成する。			
	取組実績	・SDGs17の項目と既存の市内体験・滞在型コンテンツの関連を調査、整理し、SDGsの観点からコンテンツを磨き上げる方針を策定した。	決算(見込)額	317,453,973	円

施策を推進する主な事業

3	事業名	ナイトタイムエコノミー推進事業	担当課	商工振興課	
	事業目的	「出島メッセ長崎」や「西九州新幹線」の開業等による市外からの訪問客の増加の好機を迎えているなかで、長崎市には夜型の観光メニューが少ないことから、夜間消費の拡大を図るとともに、経済の活性化を図る。			
	事業概要	ナイトタイムエコノミーの活性化を推進するための長崎市ならではのコンテンツを創出する事業に対し、その取組みに要する経費の一部を補助する。			
	取組実績	「長崎市ナイトタイムエコノミー推進事業費補助金」により、ナイトタイムエコノミーを推進するために創出した新しいコンテンツの数:6件	決算(見込)額	18,712,503	円



【Nomozaki Night Festival】



【商館長の夜～出島で綴る音楽と演舞～】

施策を推進する主な事業

4	事業名	さしみシティ推進事業	担当課	水産農林政策課	
	事業目的	・市民及び来訪者に、長崎で魚を食べるのに一番美味しい食べ方の提案キャッチコピー「さしみシティ」が認識され、機運が高まり、長崎の魚の消費が拡大している。			
	事業概要	・長崎の魚の消費拡大を図るため、キャッチコピー「さしみシティ」を軸としたPRを展開。「さしみシティ」の基盤である賛同店舗を拡大するとともに、誘導するために域内外のプロモーションを強化する。			
	取組実績	・さしみシティ推進事業費補助金 4件 ・さしみシティプロジェクト認定 6件	決算(見込)額	9,333,895	円



【民間団体(長崎大学)との連携】



【養殖場見学ツアーによるさしみシティ情報発信】

# 長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略 施策評価シート

作成日 令和5年8月14日

## 特定目標 交流の産業化

具体的施策	(3) 交流を支える都市の基盤整備
都市基盤の整備や都市の魅力向上により、交流人口の受入れ環境の強化を図る。	
施策主管課	都市計画課
具体的な取組みの担当課	長崎駅周辺整備室、都市計画課、まちなか事業推進室
関係課	土木企画課、土木建設課

施策体系	※具体的施策—具体的な取組み	
具体的施策	具体的な取組み	担当課
(3) 交流を支える都市の基盤整備	① 陸の玄関口の整備	長崎駅周辺整備室
	② 海の玄関口の整備	都市計画課
	③ 中心市街地の活性化	まちなか事業推進室

### 成果

① 陸の玄関口の整備
<ul style="list-style-type: none"> <li>●陸の玄関口である長崎駅周辺の再整備を行うため長崎駅周辺土地区画整理事業にて東口駅前広場や周辺道路の整備を行ったことにより、事業進捗が図られ(事業費ベースR3年度末61.5%→R4年度末71.6%)、都市機能の向上につながった。</li> <li>●高規格道路長崎南北幹線道路及び西彼杵道路の早期整備に向け、国や県等に対して積極的に要望を行った結果、長崎南北幹線道路のアクセス道路が新規事業化され、西彼杵道路(時津工区)についても令和5年2月に供用開始されるなど、着実に進捗が図られた。</li> </ul>
② 海の玄関口の整備
<ul style="list-style-type: none"> <li>●海の玄関口である松ヶ枝地区の2バス化事業については、歴史まちづくり協議会や地元自治会に対し説明を行って理解を得るとともに、事業進捗を図るため国や県と連携して関係権利者との用地交渉を行った。</li> </ul>
③ 中心市街地の活性化
<ul style="list-style-type: none"> <li>●「まちぶらプロジェクト」により魅力が向上したまちなかエリアを、多くの方々に体感してもらうことを目的に、まち歩きイベントを開催し、まちの賑わいの継続・発展につなげた。(9日間 参加者 約2,100人)</li> <li>●賑わいの創出を推進するため、まちなか町家等活用助成を1件行い、魅力的な地域の資源としてエリアの魅力を向上を図り、まちなか賑わいづくり活動支援事業(3件支援)、まちぶらプロジェクト(6件認定)する等、情報発信などの支援を行うことで、賑わいの創出につながった。</li> </ul>

## 問題点とその要因

### ① 陸の玄関口の整備

- 長崎駅東口では駅前広場整備工事や令和5年秋開業に向けた新駅ビル建設工事など多くの工事が輻輳しており、快適な滞在空間や分かりやすい歩行者動線が提供できていない。
- 高規格道路長崎南北幹線道路及び西彼杵道路の未着手区間について、整備区間が長く、ルートを選定や構造など検討すべき項目が多岐にわたることから、一部の区間において事業化に至っていない。

### ② 海の玄関口の整備

- 松ヶ枝地区の2バス化事業については、国・県が実施している2バス化のための移転補償協議に時間を要し合意に至っていないため、当初計画どおり工事に着手できず事業期間を令和7年度から令和10年度へ3年間延長している。

### ③ 中心市街地の活性化

- 市民のまちづくりに対する機運は向上中であるものの、賑わいの創出に取り組む市民等の活動の発掘が十分とは言えない。

## 今後の取組み方針

### ① 陸の玄関口の整備

継続

- 長崎駅周辺の再整備については、令和5年秋の新駅ビル開業や令和7年度の全体完成に向け、関連工事や関係機関と十分に調整を行いながら、分かりやすい歩行者動線の提供なども含め、計画的に事業進捗を図る。
- 高規格道路長崎南北幹線道路や西彼杵道路など、広域幹線道路等の早期整備及び未着手区間の早期事業化に向け、引き続き、国や県などに対して要望を行う。

### ② 海の玄関口の整備

継続

- 松ヶ枝地区の2バス化事業については、国、県と連携を図りながら今後も継続して協議を重ね、移転補償にかかる関係権利者との調整を図る。

### ③ 中心市街地の活性化

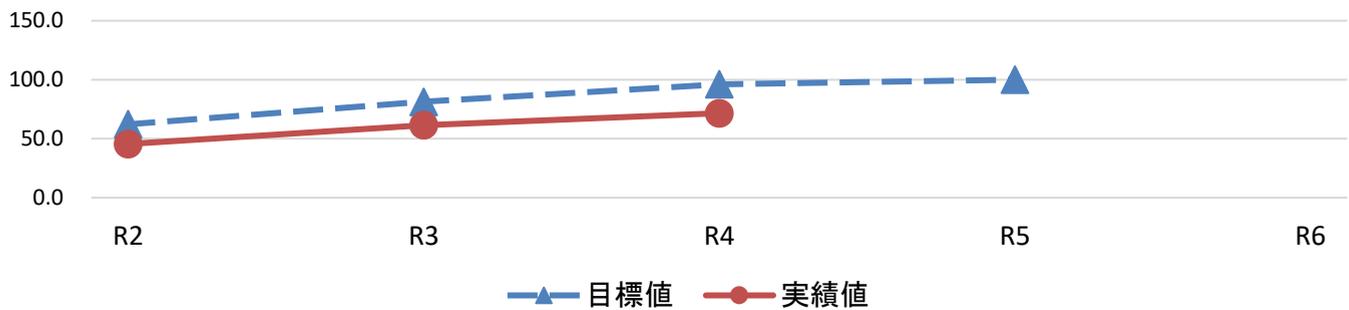
継続

- まちなみ整備などの助成や市民等の活動に対する支援を行い、まちなかの魅力を向上させるとともに、情報発信を行い、まちなかへの人の誘導を促す。また地域でイベントを実施している市民、団体と認定事業者が連携できるような機会を設け、まちなかで賑わいの創出に取り組む市民を増やしていく。

重要業績評価指標(KPI)の進捗状況

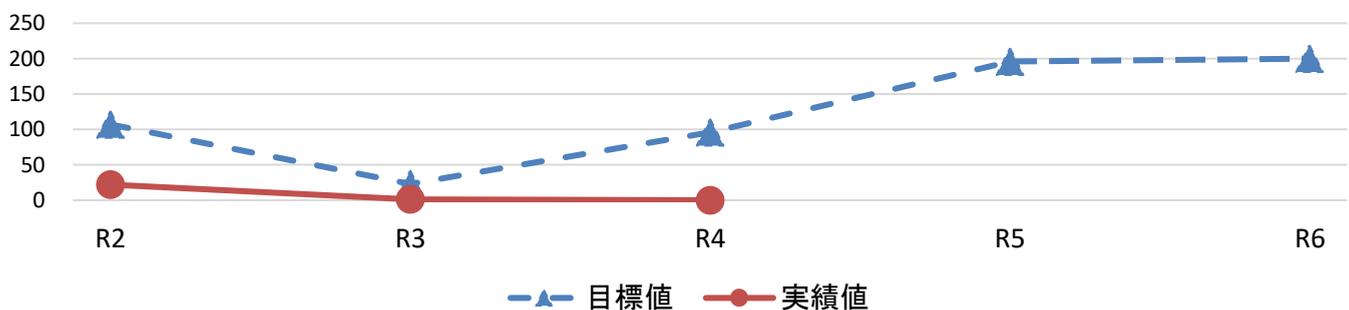
指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
長崎駅周辺土地区画整理事業の進捗率[累計]	23.0% (30年度)	100% (5年度)	目標値	62.2	81.3	96.2	100.0	
			実績値	45.5	61.5	71.6		
関連する具体的取組み	①陸の玄関口の整備			備考				

長崎駅周辺土地区画整理事業の進捗率[累計]

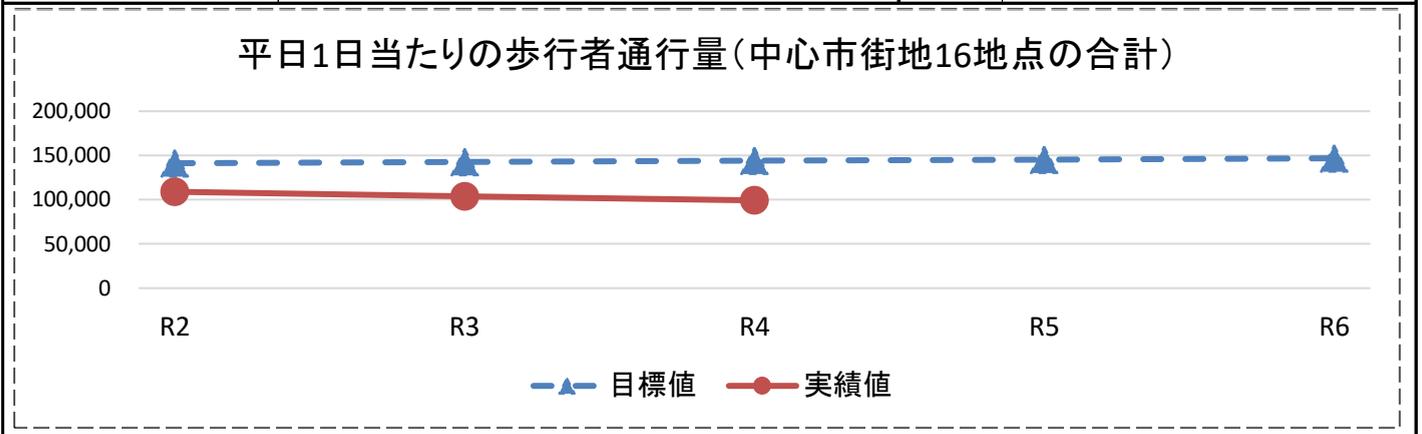


指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
長崎港におけるクルーズ船の寄港回数[暦年]	183件 (元年)	200件 (6年)	目標値	107	23	96	196	200
			実績値	22	1	0		
関連する具体的取組み	②海の玄関口の整備			備考				

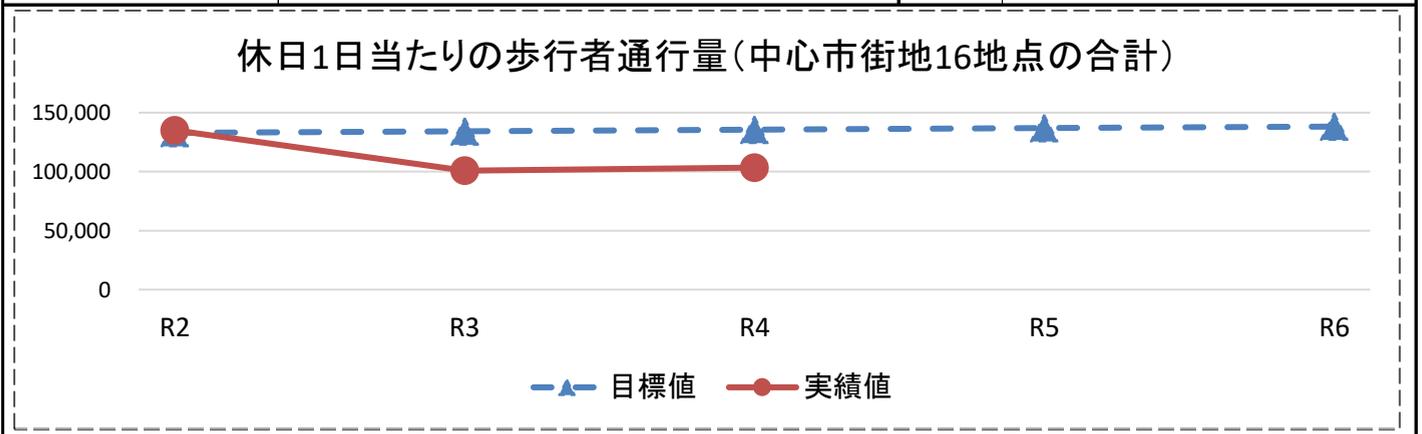
長崎港におけるクルーズ船の寄港回数[暦年]



指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
平日1日当たりの歩行者通行量(中心市街地16地点の合計) 【基本目標3-(2)-①から再掲】	141,200人 (2年度)	146,800人 (6年度)	目標値	141,200	142,600	144,000	145,400	146,800
			実績値	108,928	103,690	99,238		
関連する具体的取組み	③中心市街地の活性化			備考				



指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
休日1日当たりの歩行者通行量(中心市街地16地点の合計) 【基本目標3-(2)-①から再掲】	132,900人 (2年度)	138,200人 (6年度)	目標値	132,900	134,200	135,500	136,900	138,200
			実績値	135,033	100,838	103,317		
関連する具体的取組み	③中心市街地の活性化			備考				



施策を推進する主な事業

1	事業名	【補助】土地区画整理事業費 長崎駅周辺地区(予算補助) 【単独】土地区画整理事業費 長崎駅周辺地区	担当課	長崎駅周辺整備室	
	事業目的	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。			
	事業概要	【事業期間】平成21～令和10年度 【総事業量】A=19.1ha 【総事業費】17,311,215千円 【事業費累計】12,364,934千円			
	取組実績	令和4年度は、業務委託14件、道路工事等35件、移転補償等17件などを実施した。また、関連工事の施工調整に日時を要したことなどにより、工事費等において、1,728,457千円を令和5年度に繰り越した。	決算(見込)額	2,941,037,531	円



【長崎駅東口完成イメージ】



【長崎駅東口完成イメージ】

施策を推進する主な事業

2	事業名	【単独】新幹線整備推進事業費	担当課	長崎駅周辺整備室	
	事業目的	九州新幹線西九州ルート建設に当たり、全国新幹線鉄道法大13条の規定により、長崎県が負担すべき負担金の一部を沿線市である長崎市が負担するもの。			
	事業概要	【事業期間】平成28～令和4年度 【事業費】長崎市負担額約870,000千円 【総事業期間】平成24年度～令和4年度 【総事業費】約3,450,000千円			
	取組実績	令和4年9月23日新幹線開業	決算(見込)額	111,344,339	円



【長崎駅東口完成イメージ】



【長崎駅東口完成イメージ】

施策を推進する主な事業

3	事業名	JR長崎本線連続立体交差事業費	担当課	長崎駅周辺整備室		
	事業目的	長崎県が施行するJR長崎本線連続立体交差事業について、地方財政法第27条の規定により、当該事業費の一部を長崎市が負担するもの。				
	事業概要	【事業期間】平成21～令和5年度 【総事業費】				
	取組実績	浦上駅前広場整備工一式、旧鉄道施設撤去工一式、高架下整備工一式	決算(見込)額	154,535,345	円	

施策を推進する主な事業

4	事業名	まちなか再生推進費	担当課	まちなか事業推進室		
	事業目的	歴史的な文化や伝統に培われた「まちなか」の賑わいの再生を図るため、新大工から浜町を経て大浦に至るルートをまちなか軸と設定し、この軸を中心とした5つのエリアの個性や魅力の顕在化などをすすめるための整備やソフト事業を「まちぶらプロジェクト」として市民などと連携しながら進める。				
	事業概要	エリアの魅力づくり、回遊性の向上、地域力によるまちづくり				
	取組実績	<ul style="list-style-type: none"> <li>・まちぶらプロジェクト10周年イベント「まちなか大冒険」</li> <li>・まちなか町家等活用助成(1件)</li> <li>・まちなか賑わいづくり活動支援補助(3件)</li> <li>・賑わい創出に寄与する市民等の取組みをまちぶらプロジェクト認定(6件)</li> </ul>	決算(見込)額	16,095,152	円	



【まちなか賑わいづくり活動支援事業】



【まちぶらプロジェクト認定事業】

施策を推進する主な事業

5	事業名	都市計画街路事業	担当課	土木建設課	
	事業目的	市民が迅速かつ安全・快適に移動できる環境を創造するため、道路の拡幅改良を行う。			
	事業概要	【主な都市計画街路事業】 銅座町松が枝町線(銅座工区)、大黒町恵美須町線、新地町稲田町線、片淵線(新大工工区)ほか			
	取組実績	令和4年度は、業務委託22件、工事2件、用地取得5件などを実施した。また、関連工事の施工調整に日時を要したことなどにより、用地取得費等において、74,530千円を令和5年度に繰り越した。	決算(見込)額	187,884,934	円



【銅座川プロムナード完成イメージ】



【銅座川プロムナード完成イメージ】

# 長崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略 施策評価シート

作成日 令和5年8月14日

## 特定目標 交流の産業化

### 具体的施策 (4) 交流の産業化を進める体制づくり

長崎市版DMOにより国内外の観光誘客及びMICE誘致・受入の強化を図るとともに、観光振興策の新たな財源として、宿泊税の導入に向けた検討を進め、長崎創生に向けた体制づくりを推進する。

施策主管課	観光交流推進室
具体的な取組みの担当課	観光交流推進室
関係課	収納課、市民税課

施策体系	※具体的施策—具体的な取組み	
具体的施策	具体的な取組み	担当課
(4) 交流の産業化を進める体制づくり	① 長崎市版DMOの機能充実	観光交流推進室

### 成果

① 長崎市版DMOの機能充実
<ul style="list-style-type: none"> <li>●観光まちづくりの推進体制を強化するため、DMOにおいて、専門人材を雇用することにより組織体制を強化したとともに、市は観光・MICE戦略に基づき計画されたDMO事業に対して、複数年度の債務負担行為を設定し、一定の安定的な財源を確保することで、DMOが本格稼働する体制を整えた。また、令和5年3月には、DMOを中心に市内事業者等で構成される「長崎市観光まちづくりネットワーク」を立ち上げ、DMOと事業者及び事業者同士が連携し、新たな商品・サービスの魅力づくりやビジネスチャンスの創出を行うための土台が形成された。</li> <li>●宿泊税の導入に向け、関係団体への制度や実務の周知、庁内の宿泊税システム構築及び宿泊事業者におけるシステム整備に対する補助等を行い、令和5年度からの制度実施に向けた準備と円滑な申告納入に向けた体制整備が図られたことで、本市の観光施策に資する安定的な財源確保へつなげる体制を強化した。</li> </ul>

### 問題点とその要因

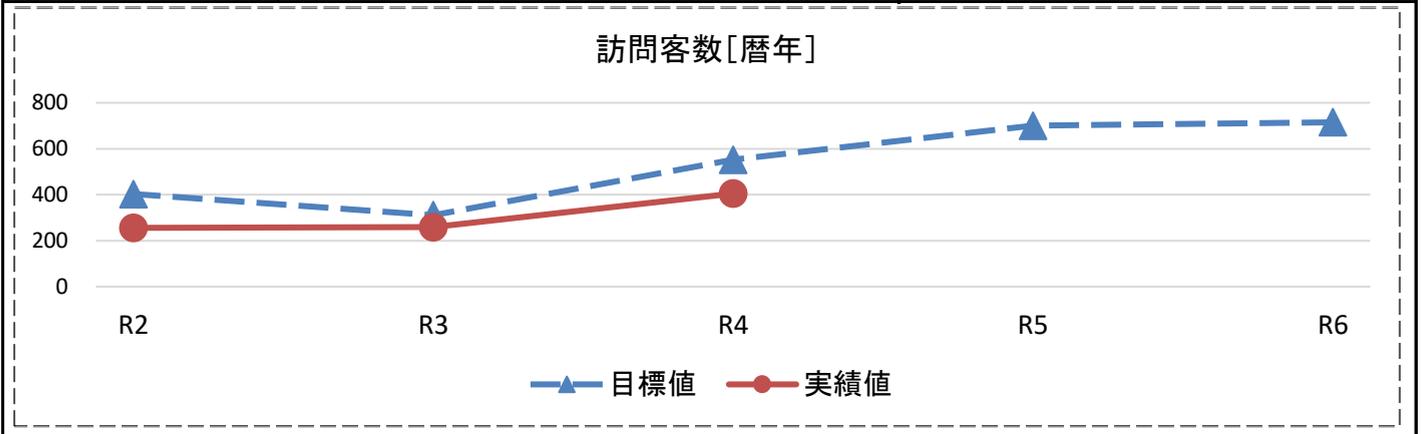
① 長崎市版DMOの機能充実
<ul style="list-style-type: none"> <li>●DMOの活動については、宿泊、交通事業者等観光に関係が深い事業者においては認知されているものの、その他物産、飲食、第一次産業などの分野においては十分認知されているとは言い難い。また、「長崎市観光まちづくりネットワーク」による活動も、令和5年3月に開始したばかりであるため、持続可能な観光都市を実現するには、DMOと事業者及び事業者同士の相互連携を促進するなど活動を強化していく必要がある。</li> </ul>

### 今後の取組み方針

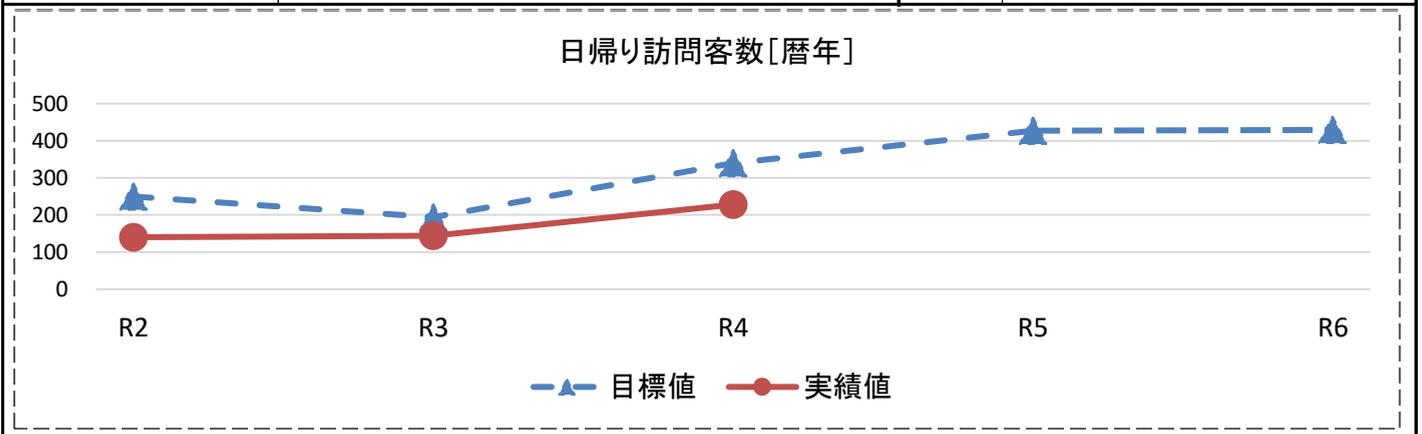
① 長崎市版DMOの機能充実
<p>継続</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●DMO事業に対する評価制度を令和5年度実施事業から本格的に導入するため、令和4年度実施事業に対する評価を試行的に行い、評価項目や基準等を整理する。また、DMOにおいて、市内事業者向けサイト等を活用し、「長崎市観光まちづくりネットワーク」の認知度向上と参画者の拡大を図るとともに、マーケティングデータの公開や参画事業者の取組み紹介を行うことで、既存メンバーのスキルアップや事業者同士のマッチングを支援し、地域全体で持続可能な観光まちづくりを実現させるための取組みを加速していく。</li> <li>●宿泊税制度がしっかりと根付くよう、今後も制度やその用途についての周知を進めていく。</li> </ul>

重要業績評価指標(KPI)の進捗状況

指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
訪問客数[暦年]	705万人 (30年)	715万人 (6年)	目標値	403	311	552	700	715
			実績値	256	259	405		
関連する具体的取組み	①長崎市版DMOの機能充実			備考	実績値については暫定とする。(確定値は令和5年9月上旬ごろ)			

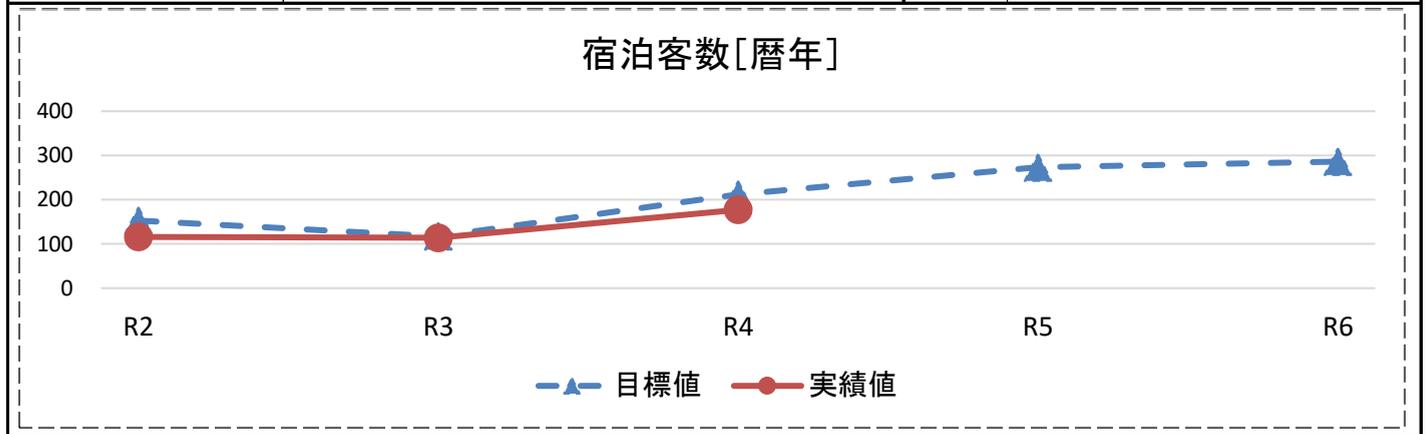


指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
日帰り訪問客数[暦年]	439万人 (30年)	429万人 (6年)	目標値	250	194	340	427	429
			実績値	140	144	228		
関連する具体的取組み	①長崎市版DMOの機能充実			備考	実績値については暫定とする。(確定値は令和5年9月上旬ごろ)			



指標名	基準値 (時期)	最終目標 値	区分	R2	R3	R4	R5	R6
宿泊客数[暦年]	266万人 (30年)	286万人 (6年)	目標値	153	117	212	273	286
			実績値	116	114	177		

関連する具体的取組み ①長崎市版DMOの機能充実 備考 実績値については暫定とする。(確定値は令和5年9月上旬ごろ)



施策を推進する主な事業

事業名	観光地域づくり推進費	担当課	観光交流推進室
1	事業目的	観光地域づくりの舵取り役としての役割を果たす観光地域づくり法人(DMO)において、多様な関係者と連携しながら、地域資源を活かした魅力づくりを行うとともに、観光客やMICEの誘致・受入を推進し、地域経済の活性化につなげるもの。	
	事業概要	DMOにおいて、DXに対応したワンストップによる観光マーケティングの仕組みを構築するとともに、マーケティングデータ等の分析結果や抽出した課題等を関係団体や事業者と共有するためのセミナーやワークショップを開催し、観光まちづくりの推進体制を強化する。	
	取組実績	<ul style="list-style-type: none"> <li>「長崎市観光まちづくりネットワーク」の立ち上げ: 参画者数74名(R5.3月末時点)</li> <li>セミナー、ワークショップの開催: 計7回(延べ参加者数338名、満足度 平均92.8%)</li> </ul>	決算(見込)額

事業名	宿泊税の導入	担当課	収納課、市民税課
2	事業目的	宿泊税の導入対応	
	事業概要	都市の魅力を高め、国内外の人々の来訪及び交流を促進するとともに観光の振興を図る施策に要する費用に充てることを目的として導入する宿泊税について、その導入に係る広告費、システム構築費等の所要経費及び宿泊税システム整備費補助金を交付するもの。	
	取組実績	<ul style="list-style-type: none"> <li>宿泊税システム整備費補助金 39施設・8,864千円</li> <li>宿泊税導入の広報に係るPR広告(駅、JR車内、空港バス等に周知用ポスターの掲載等)</li> <li>宿泊税システム構築</li> <li>宿泊税の収納管理に係るシステム改修</li> <li>宿泊事業者への制度説明会 5回</li> </ul>	決算(見込)額

