

令和2年度 基本施策評価シート

作成日 令和2年5月26日

基本施策	A3 交流のための都市機能を高め、交流を促進し、賑わいを創出します		
施策の目的 (対象と意図)	対象	意 図	
	まちが	より多くの来訪者や市民で賑わっている。	
長崎市第四次総合計画[後期基本計画] 基本施策掲載ページ		37ページ ~ 39ページ	
基本施策主管課名	観光政策課	所属長名	中島 博和
関係課名	観光政策課、観光推進課、交流戦略推進室、交流拠点施設整備室、都市経営室、長崎創生推進室、長崎駅周辺整備室、景観推進室、伊王島地域センター、高島地域センター、野母崎地域センター、外海地域センター		

基本施策の評価

Bc 目標をほぼ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
<p>判断理由</p> <ul style="list-style-type: none"> 基本施策の成果指標のすべてが95%以上の目標達成率となったことから、「B」とする。 個別施策の成果指標10個のうち、100%以上の目標達成率が半数以下の3個で、目標達成率が95%未満の低いものもあるため「c」とする。 <p>【評価判断に至った成果・効果及び問題点・その要因】</p> <p>(1)長崎独自の資源の掘り起こし、活用の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> 長崎ランタンフェスティバルについて、令和元年度は新型コロナウイルス感染症の影響による市民及び観光客の人込みを避ける動きや一部イベントの中止などにより、集客数は昨年度の98万人より大幅に落ち込み、期間中の市内宿泊施設の客室平均稼働率についても、昨年度の85.7%から落ち込み74.8%となったものの、県外から一定の集客が図られた。 また、平日の宿泊稼働率は大きく伸びているものの、休日に比べるとまだまだ低い状況である。 長崎さるくについて、令和元年度は参加者数目標12,800人に対して、8,876人となり、目標を達成することができなかったが、長崎さるくの運営体制の見直しや、定番人気コースの参加料値下げや予約締切日の短縮、長崎純心大学の新規さるくガイドの育成による参加者の満足度向上が図られた。 <p>(2)国内外からの観光客、MICEの誘致推進</p> <ul style="list-style-type: none"> 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。 欧州においてプロモーション活動を行ったことにより、長崎市の認知度が向上し、欧州からの誘客が期待されるが、国際情勢に左右されることや、対象市場に対して親和性が高く、宿泊につながるような観光コンテンツの造成が十分ではなく、戦略的なプロモーションが不足していることから、外国人観光客の宿泊者数は伸び悩んでいる。 経済界や地元大学などと連携し、オール長崎による誘致活動が促進され、約30件の全国規模の学会・大会の誘致が進み、令和3年11月以降に出島メッセ長崎で開催される学会・大会の誘致が促進された。 <p>(3)交流のための都市機能向上と受入態勢の整備、おもてなしの充実</p> <ul style="list-style-type: none"> 長崎駅周辺地区の再整備事業の進捗率が約23.0%から約32.7%に向上したが、長崎駅周辺土地区画整理事業区域内では、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り、工事の輻輳による事業進捗への影響が懸念される。 世界遺産の観光動向調査における「大変満足」の目標は未達成であるが、一定満足度の向上を図ることができた。また、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ため、地区内移動の円滑化を図る必要がある。 <p>(4)游学のまち長崎の魅力向上</p> <ul style="list-style-type: none"> 長崎地域の大学の平均入学定員充足率は、令和元年度は目標を達成できなかったものの高い水準で推移している。また、平成24年度以降微減が続いていた長崎地域の大学等の学生数については、大学の経営努力やこれまでの取組みなどにより、令和元年度から微増に転じている。 様々な広報活動等により、地域でのボランティア活動に参加した延べ学生数が増加し、参加した学生に有意義な学びの機会を提供することができた。

成果指標

※「↑」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 (時期)	区分	H28	H29	H30	R元	R2
観光客数【暦年】	630.7万人 (26年)	↑ 目標値	670.0	675.0	690.0	695.0	710.0
		実績値	672.4	707.8	705.5	689.0	
		達成率	100.4%	104.9%	102.2%	99.1%	
観光消費額【暦年】	1,243億円 (26年)	↑ 目標値	1,360.0	1,400.0	1,480.0	1,530.0	1,600.0
		実績値	1,314.0	1,458.0	1,496.0	1,487.0	
		達成率	96.6%	104.1%	101.1%	97.2%	

今後の取組方針

(1)長崎独自の資源の掘り起こし、活用の推進

・長崎ランタンフェスティバルについて、「100年続くおまつり」を目標に、長崎の冬季の観光をけん引するイベントとして、全国的な認知度を高めるため、効果的な宣伝及び情報発信に努めるとともに、老朽化により破損したオブジェの修復に努める。また、期間中、平日への集客の取組みとして、魅力ある平日開催のイベントの創出など魅力づくりに努める。

・長崎さるくについて、満足度向上に向け、さるくガイドのレベルアップ、コースの見直し等を図るとともに、「長崎さるく」が今後も継続していくために、さるくガイド、一般社団法人長崎国際観光コンベンション協会など関係団体と連携して、持続可能な仕組みづくりを行う。

(2)国内外からの観光客、MICEの誘致推進

・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し、宿泊を伴う夜景観光客の誘致を図る。

・対象市場における国民の志向との親和性が高く、宿泊につながるような観光コンテンツの造成を行い、戦略的に外国人観光客の来訪を促進するようなプロモーションを行う。

・新型コロナウイルス感染症収束後のインバウンド回復を図るため、継続的かつ効果的な情報発信を行うとともに、日本政府観光局(JNTO)や九州観光推進機構、長崎県など関係機関と連携しながらターゲットとする国・地域を見極めつつ、航空会社や鉄道、旅行会社等とも連携してV字回復のための準備を行う。

・MICE開催による市内受注を促進するため、DMOにおけるワンストップ機能を向上させ、主催者のニーズを把握するとともに市内事業者への受注につなげる仕組みを確立する。

・「まちMICE」の取組みとして、MICE参加者の滞在・周遊を促進し、消費拡大を図るため、DMOや民間事業者と連携し、ユニークベニューや体験プログラムを拡充する。

(3)交流のための都市機能向上と受入態勢の整備、おもてなしの充実

・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、交流拠点施設整備については、令和3年11月の開業に向けて、事業者との連絡調整・計画管理等を適切に行い、交流拠点施設の建設を着実に進める。

・外国人観光客の受入態勢整備として、来訪者へのおもてなしを充実させつつ、住民生活との調和を図るため、来訪者へゴミの取扱い等マナー周知に努め、双方の満足度向上を図る。

(4)游学のまち長崎の魅力向上

・市内で取組事例を情報共有し、大学が実施できる事業を把握することで、効果的な連携に繋げる。

・学生に選ばれるまちになるための取組みとして、学生自らが長崎の大学・まちで学ぶ楽しさを撮影した動画を制作し、SNS等を通じて長崎市の学びの場としての魅力を発信する予定であったが、新型コロナウイルス感染症の影響により、活動を見合わせている。今後は、同感染症の状況を注視しながら、協議会で実施時期や内容の見直しについて協議し、取組みの今後の進め方について決定することとしたい。

二次評価(施策評価会議による評価)

- 基本施策の評価「Bc」については、所管評価のとおり。
- 市とDMOの役割について、明確にしておくこと。
- さるく参加者が右肩下がりになっているが、今後の在り方について、整理する必要があるのではないかと。
- A3-2「国際観光客誘致促進」について、新型コロナウイルス感染症拡大防止策を踏まえ、今後の方針を記載すべきである。
- PRについては、オープンデータを活用していくことを検討してもらいたい。

令和2年度 個別施策評価シート

個別施策	A3-1 長崎独自の観光資源を掘り起こし、磨きます					
施策の目的 (対象と意図)	対 象	意 図				
	観光資源が	磨かれ、活用されている。				
個別施策主管課名	観光推進課	所属長名	浦川 信一			

令和元年度の取組概要

①長崎らしい魅力あるイベントの展開	<ul style="list-style-type: none"> ・長崎ランタンフェスティバルを令和2年1月24日(金)から2月9日(日)までの17日間開催した(春節は1月25日(土)、元宵節は2月8日(土)で、1月24日(金)に前夜祭、2月9日(日)に後夜祭を開催)。10メートルの高さを誇るメインオブジェを製作し、誘客の目玉とした。また、皇帝パレードの皇帝役に人気音楽グループの浦川翔平氏を起用するなど集客力の向上に努めた。
②観光メニューの開発・強化	<ul style="list-style-type: none"> ・長崎さるくについて、参加者の満足度向上につなげるため、定番人気コースの参加料値下げや予約締切日の短縮を実施した。また、長崎純心大学の新規さるくガイドや専門性の高いガイドの育成に取り組み、活動目標の共有や、研修、情報交換の活性化を図った。
③「交流の産業化」に資する新たな取組みへの支援	<ul style="list-style-type: none"> ・長崎市の強みである有形・無形の地域資源を活かし、観光をはじめとした「人」の交流によって経済を活性化させる取組みに資する事業に対して、「交流の産業化リーディング事業費補助金」を交付し、民間の法人・団体等の取組みを支援することで、官民連携による長崎創生を推進した。(補助上限200万円、補助対象事業6事業)
④市民参加による長崎の魅力発信	<ul style="list-style-type: none"> ・市民の長崎に対する誇りや愛着、いわゆる「シビックプライド」を高めるとともに、域外からの新たな来訪者を増やすため、長崎を愛する方々の声を集め、長崎の日常の魅力を発信する取組み「長崎〇〇LOVERSプロジェクト」において、広報誌やSNS等を活用した周知活動にあわせ、インフルエンサーや市民が長崎の魅力を紹介するガイドブックの制作や情報発信を行った。
⑤夜間景観の魅力向上	<ul style="list-style-type: none"> ・平成29年5月に策定した「環長崎港夜間景観向上基本計画」に基づき、「遠景の夜景みがき」と「中・近景の夜間景観づくり」の2つの視点で夜間景観の整備を進めており、平和公園エリア、西坂・諏訪の森エリア、中島川・寺町エリア、丸山エリア、館内・新地エリア、東山手・南山手エリアの各エリアにおいて、「中・近景の夜間景観づくり」としての地域のランドマーク施設をライトアップする整備を行うとともに、「遠景の夜景みがき」としての斜面市街地における演出照明の整備を行った。

成果指標

※「↑」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 (時期)	区 分	H28	H29	H30	R元	R2
主要観光施設(グラバー園、出島、大浦天主堂、端島見学施設、ロープウェイ)来訪者数[暦年]	2,396,466人 (26年)	↑ 目標値	2,660,000	2,720,000	2,820,000	2,790,000	2,860,000
		実績値	2,343,297	2,445,704	2,346,472	2,158,168	
		達成率	88.1%	89.9%	83.2%	77.4%	
宿泊客数[暦年]	2,741,500人 (26年)	↑ 目標値	2,825,000	2,850,000	2,940,000	2,975,000	3,030,000
		実績値	2,515,700	2,556,900	2,665,600	2,705,200	
		達成率	89.1%	89.7%	90.7%	90.9%	

評価(成果と効果)

取組みによる成果	5年後にめざす姿に対する効果
<p>①長崎らしい魅力あるイベントの展開</p> <ul style="list-style-type: none"> ・長崎ランタンフェスティバルについて、令和元年度は新型コロナウイルス感染症の影響による市民及び観光客の人込みを避ける動きや一部イベントの中止などにより、集客数は昨年度の98万人より大幅に落ち込んだものの、17日間で56万人となり、長崎独自の資源を活かした魅力を伝えることができた。 また、期間中の市内宿泊施設の客室平均稼働率についても、昨年度の85.7%から落ち込んだものの、74.8%の稼働率となった。 ・長崎帆船まつりについて、参加帆船が6隻と多く、天候に恵まれたことやフードトラック及びグランピング等の新たな取組みにより一定の集客数確保につながった。 	<p>長崎ランタンフェスティバルについて、令和元年度は、新型コロナウイルス感染症の影響により、集客数等の数値が落ち込んだものの、県外から一定の集客が図られたことから、今後、更なる観光資源の磨き上げを行う上で参考となった。</p> <p>長崎帆船まつりについて、新たな取組みによる集客増加の可能性が示された。</p>
<p>②観光メニューの開発・強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・長崎さるくについて、令和元年度は参加者数目標12,800人に対して、8,876人となり、目標を達成することができなかったが、長崎さるくの運営体制の見直しや、定番人気コースの参加料値下げや予約締切日の短縮、長崎純心大学の新規さるくガイドの育成により、参加者の満足度向上が図られた。 	<p>参加料の見直しやサービスの向上、より専門性が高いガイド育成を行ったことにより、アンケート調査において、94.3%(前年比+6.2%)の参加者が「満足した」と回答しており、満足度の向上が図られている。</p>
<p>③「交流の産業化」に資する新たな取組みへの支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・交流の産業化リーディング事業費補助金により、民間の取組み6事業を支援した。 	<p>民間の法人・団体等が自主的・主体的に実施する「交流の産業化」に資する新たな取組みを支援することで、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。</p>
<p>④市民参加による長崎の魅力発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ・SNS(Instagram)を活用した写真投稿キャンペーン等により、魅力発信件数が大幅に増加(平成30年度末:39,048件→令和元年度末:67,101件)した。 ・インフルエンサー等を活用したガイドブックの制作及びSNS等の活用により、市民のシビックプライドの醸成が図られたとともに、新たな長崎ファンの獲得や、来訪、滞在、消費等の拡大に向けた情報発信をすることができた。 	<p>SNS(Instagram)を活用した写真投稿キャンペーン等により、市民が主体となった長崎の魅力の発信が図られたとともに、インフルエンサー等を活用したガイドブック制作・情報発信により、新たな長崎ファンの獲得や、域外からの来訪、滞在、消費の拡大等が図られた。</p>
<p>⑤夜間景観の魅力向上</p> <p>平和公園エリアにおける平和祈念像のライトアップや東山手・南山手エリアにおける大浦天主堂のライトアップなどの整備が完了し、夜間景観の魅力向上が図られた。</p>	<p>遠景の夜景については、演出照明の整備により新たな見どころが創出され、中・近景の夜景については、地域のランドマークのライトアップや街路灯等の整備により夜のまち歩きの魅力が高まった。</p>

評価(問題点とその要因)

5年後にめざす姿に対する問題点	問題点の要因
<p>①長崎らしい魅力あるイベントの展開</p> <ul style="list-style-type: none"> ・長崎ランタンフェスティバルについて、平日の宿泊稼働率は大きく伸びているものの、休日に比べるとまだまだ低い状況である。また、オブジェが老朽化しており、今後の開催には老朽化したオブジェの定期的な修理が必要である。 ・長崎帆船まつりについて、新規の来場者の獲得に向け、帆船まつりの情報発信を新たなターゲットとして福岡を中心に県外のエリアに向けても行っているが、外からの観光客は伸び悩んでいる。また、リピーター対策も行えていない。 	<ul style="list-style-type: none"> ・長崎ランタンフェスティバルについて、平日に集客するイベント力に欠ける。また、オブジェの老朽化は、風雨や経年劣化によるものである。 ・長崎帆船まつりについて、県外から集客するイベント力に欠ける。また、招聘帆船についても例年同じ帆船であり、新規帆船へアプローチできていない。
<p>②観光メニューの開発・強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・長崎さるくについて、更なる参加者の満足度向上を図り、より多くの方に長崎さるくの魅力を発信していく必要がある。 	<p>参加者のニーズに対応できるコースの磨き上げや、ガイドのレベルアップが不十分である。</p>
<p>③「交流の産業化」に資する新たな取り組みへの支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業の幅広い効果を生む展開や広報・集客に課題があり、効果に向上の余地がある事業が見受けられた。 	<p>事業採択後の実施にあたっての支援が不十分であると考えられる。</p>
<p>④市民参加による長崎魅の魅力発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「長崎〇〇LOVERS」の自走化に向けて、更なる市民の参加促進が必要である。 	<p>情報発信や市民参加の取り組みによる成果の見える化が不足している。</p>
<p>⑤夜間景観の魅力向上</p> <ul style="list-style-type: none"> ・基本計画に基づき、各エリア内の核となるランドマーク施設のライトアップの整備は完了したものの、その周辺の民間施設等のライトアップの整備が完了していない。 	<p>民間施設所有者等との調整に期間を要している。</p>

今後の取組方針

<p>①長崎らしい魅力あるイベントの展開</p> <ul style="list-style-type: none"> ・長崎ランタンフェスティバルについて、「100年続くおまつり」を目標に、長崎の冬季の観光をけん引するイベントとして、全国的な認知度を高めるため、効果的な宣伝及び情報発信に努めるとともに、老朽化により破損したオブジェの修復に努める。また、期間中、平日への集客の取組みとして、魅力ある平日開催のイベントの創出など魅力づくりに努める。 ・長崎帆船まつりについて、新規の来場者の獲得に向け、福岡を中心とした県外のエリアに向けて情報発信を行う。また、リピーター対策としては、ファミリー層向けのイベントや体験型のイベント、陸上イベントの充実を図るとともに、新規帆船の招聘に向けて取組み、常に新たな魅力づくりに努める。 <p>②観光メニューの開発・強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・長崎さるくについて、満足度向上に向け、さるくガイドのレベルアップ、コースの見直し等を図るとともに、「長崎さるく」が今後も継続していくために、さるくガイド、一般社団法人長崎国際観光コンベンション協会など関係団体と連携して、持続可能な仕組みづくりを行う。 <p>③「交流の産業化」に資する新たな取り組みへの支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・引き続き、事業の周知を図り、オール長崎市でまちづくりに取り組むという機運の醸成を図るとともに、事業採択後の実施にあたり、専門家による伴走型支援を行う。 <p>④市民参加による長崎魅の魅力発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ・引き続き、広報誌やSNSを活用して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。 <p>⑤夜間景観の魅力向上</p> <ul style="list-style-type: none"> ・令和2年度は、館内・新地エリアにおいて唐人屋敷誘導門など4施設のライトアップ整備に向けた実施設計を行うとともに、東山手・南山手エリア、中島川・寺町エリアにおいて街路灯等の整備工事を行う。 ・令和3年度以降も「環長崎港夜間景観向上基本計画」に基づき、「遠景の夜景みがき」と「中・近景の夜間景観づくり」を計画的に進める。

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	区分	平成30年度	令和元年度
1	(事業名) 長崎ランタンフェスティバル事業共催費負担金 【観光推進課】 (事業目的) 冬季における観光客を誘致し、滞在型観光を推進して地域経済の活性化に寄与することを目的とする。 (事業概要) 中国の旧正月(春節)を祝う行事で、約15,000個のランタンやオブジェで幻想的な灯りの祭りを演出し、冬の観光客誘致を図る。 【主催】 長崎ランタンフェスティバル実行委員会 【会場】 湊公園、中央公園、中島川公園ほか 【期間】 令和2年1月24日(金)～2月9日(日) ※1月24日(金)は前夜祭、2月9日(日)は後夜祭 【内容】 ・ランタン、オブジェによる装飾 ・皇帝パレード、媽祖行列 ・龍踊り、中国獅子舞、中国雑技団体等イベント ・会場周遊スタンプラリー	実施年度	継続	
		成果指標	来場者数	
		目標値	1,000,000 人	1,000,000 人
		実績値	980,000 人	560,000 人
		達成率	98.0 %	56.0 %
		決算(見込)額	92,392,770 円	95,975,348 円
		成果指標及び目標値の説明	本負担金はより多くの来場者を得て、長崎への経済効果を生み出し、併せて長崎の魅力発信をしようとするものであることから、ランタンフェスティバルの来場者数を成果指標とした。また、ランタンフェスティバルは旧暦による開催のため、毎年開催時期が変わることから、以前同時期に開催された際の実績数を目標値とした。	
		取組実績、成果・課題等	(取組実績) ・開催期間 平成31年2月5日(火)春節～2月19日(火)元宵節《15日間》 ・開催場所 湊公園、中央公園を中心に浜市アーケード、観光通りアーケードなど (成果・課題等) 15日間の開催では過去最高の集客数を記録した。2月初旬からのスタートと年末年始の連休から間隔が空いていたことや3連休があったことなどが集客数増加につながった。特に2月10日(日)は17万2千人の集客があり、1日の集客数で歴代1位となった。また、人気作品「キングダム」とのコラボ企画やスカイランタンといった新たな取組みにより一定の集客数確保につながった。期間中の市内宿泊施設の客室平均稼働率は、約86%と概ね高水準を示すなど、長年の取組みの成果が現れ、滞在型イベントとして定着している。	(取組実績) ・開催期間 令和2年1月24日(金)～2月9日(日)《17日間》(春節は1月25日(土)、元宵節は2月8日(土)で、1月24日(金)は前夜祭、2月9日(日)は後夜祭を開催)。 ・開催場所 湊公園、中央公園を中心に浜市アーケード、観光通りアーケードなど (成果・課題等) 新型コロナウイルス感染症の影響による市民及び観光客の人込みを避ける動きや一部イベントの中止などにより、集客数は昨年度の98万人より大幅に落ち込んだものの、17日間で56万人となり、長崎独自の資源を活かした魅力を伝えることができた。また、期間中の市内宿泊施設の客室平均稼働率についても、昨年度の85.7%から落ち込んだものの、74.8%の稼働率となった。

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	区分	平成30年度	令和元年度		
2	<p>(事業名) 長崎帆船まつり事業共催費負担金 【観光推進課】</p> <p>(事業目的) 長崎港に国内外の帆船を招聘し、新たな賑わいの場を創出し、観光及び地域の活性化を及び港、海に対する啓発を図る。</p> <p>(事業概要) 国内外の帆船を招聘し、入港パレードやセイルドリル、船内一般公開などの帆船を中心としたイベントのほか、陸上イベントや打ち上げ花火等を実施し、集客を図る。</p> <p>【会場】 長崎港(長崎水辺の森公園、出島ワーフ周辺)</p> <p>【内容】 [海上イベント] セイルドリル、ライトアップ・イルミネーション [その他] 長崎の特産品や農林水産物などの出店</p>	実施年度	継続			
		成果指標	来場者数			
		目標値	200,000 人	200,000 人		
		実績値	275,000 人	226,000 人		
		達成率	137.5 %	113.0 %		
		決算(見込)額	32,996,816 円	37,898,191 円		
		成果指標及び目標値の説明	賑わい創出を示す数値として来場者数を成果指標とした。過去の参加帆船数等を比較し、同規模開催の年の来場者数を参考に目標値を設定した。			
		取組実績、成果・課題等	<p>(取組実績)</p> <ul style="list-style-type: none"> 平成30年4月19日(木)～23日(月) 大型帆船1隻を含む国内外の3隻の帆船が参加。 <p>(成果・課題等)</p> <p>参加帆船が3隻と過去最少となったものの、天候に恵まれたことや帆船「みらいへ」×「キャプテンドラえもん号」等の取組により一定の集客数確保につながった。また、東京ディズニーリゾート35周年スペシャルパレードを開催したマーチングフェスティバルも好評であった。</p> <ul style="list-style-type: none"> 来場者数27万5千人(対前年比6万3千人増) 経済波及効果10億4千5百万(対前年比9千5百万増) 	<p>(取組実績)</p> <ul style="list-style-type: none"> 平成31年4月18日(木)～22日(月) 大型帆船3隻を含む国内外の6隻の帆船が参加。 <p>(成果・課題等)</p> <p>参加帆船が6隻と多く、天候に恵まれたことやフードトラック及びグランピング等の新たな取組により一定の集客数確保につながった。</p> <ul style="list-style-type: none"> 来場者数22万6千人(対前年比4万9千人減) 		
		3	<p>(事業名) 長崎さるく運営費補助金 【観光推進課】</p> <p>(事業目的) 「長崎さるく」を長崎観光の大きな柱と位置づけ、その推進に向け取り組んでいる。特に、長崎さるくの企画・宣伝を含む運営全般を、一般社団法人長崎国際観光コンベンション協会へ移行し、民間事業者の参画による取組みの推進を図る。</p> <p>(事業概要) ・ガイドツアー「通さるく」やひとつのテーマを掘り下げる「学さるく」についてコース・テーマの充実を図る。 ・長崎さるくガイドの研修及び会議を定期的開催することにより、ガイドのレベルアップを図り、市民・観光客の満足度向上を目指めざす。</p>	実施年度	継続	
				成果指標	通さるく・学さるく参加者数	
目標値	12,600 人			12,800 人		
実績値	8,567 人			8,876 人		
達成率	68.0 %			69.3 %		
決算(見込)額	44,264,425 円			40,799,690 円		
成果指標及び目標値の説明	さるくの参加者のうち、統計をとるのが困難である遊さるく(マップ等をもとに自由にまち歩き)を除く、通さるく・学さるくの参加者数を成果指標とした。さるく博の参加者数は、純粋な通学さるくの参加者数のみを計上することとした。					
取組実績、成果・課題等	<p>(取組実績)</p> <p>【通さるく】</p> <ul style="list-style-type: none"> 実施本数 801本 参加人数 5,541人 <p>【学さるく】</p> <ul style="list-style-type: none"> 実施回数 232回 参加人数 3,026人 <p>(成果・課題等)</p> <p>定番人気コースの参加料値下げや予約締切日の短縮、長崎純心大学の新規さるくガイドの育成など、サービス向上に努めるとともに、通さるく予約の完全オーダー制への移行など、運営の効率化は図られたが、長崎市内小中学生が参加する「教育用さるく」の参加人数が減少した、通さるく・学さるくトータル参加者数は8,567人となり、目標としていた12,600人を下回った。</p>			<p>(取組実績)</p> <p>【通さるく】</p> <ul style="list-style-type: none"> 実施本数 685本 参加人数 4,559人 <p>【学さるく】</p> <ul style="list-style-type: none"> 実施回数 227回 参加人数 3,042人 <p>【修学旅行】</p> <ul style="list-style-type: none"> 実施回数 18件 参加人数 1,275人 <p>(成果・課題等)</p> <p>定番人気コースの参加料値下げや予約締切日の短縮、長崎純心大学の新規さるくガイドの育成など、サービス向上に努めるとともに、新型コロナウイルス感染症の影響で2月以降の参加人数が激減した、長崎さるくの参加者数は8,876人となり、目標としていた12,800人を下回った。</p>		

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	区分	平成30年度	令和元年度	
4	<p>(事業名) 過疎地域活性化事業費 【伊王島地域センター】 【高島地域センター】 【野母崎地域センター】 【外海地域センター】</p> <p>(事業目的) 過疎地域である伊王島地区、高島地区、野母崎地区、外海地区において、地域の住民や団体等が主体となってイベントを開催することで、過疎地域の魅力発信及び交流人口の拡大に寄与し、地域活性化を図る。</p> <p>(事業概要) 開催イベント ①伊王島フェスタ ②UMIBOUZ in 高島 ③しまめぐり双六in高島 ④高島杯小学生バドミントン大会 ⑤のもぎき水仙まつり ⑥野母崎地区活性化イベント ⑦鯉・来い祭りIN神浦川河川公園 ⑧神浦さんぼみち</p> <p>※令和元年度から事業見直しを実施。 H30「地域活性化事業費負担金」のうち過疎地域振興に取り組む事業を「過疎地域活性化事業費」としてR11に創設、事業整理を行った。</p>	実施年度	継続		
		成果指標	集客人数		
		目標値	61,600 人	68,000 人	
		実績値	70,496 人	52,098 人	
		達成率	114.4 %	76.6 %	
		決算(見込)額	9,441,723 円	8,615,273 円	
		成果指標及び目標値の説明	交流人口の増加を図るためには、イベントにより集客を増やすことが必要なため、集客人数を成果指標とした。		
		取組実績、成果・課題等	(取組実績) ・伊王島フェスタ:7,128人 ・UMIBOUZ in 高島:11,359人 ・しまめぐり「双六in高島」:190人 ・高島小学生バドミントン大会:168人 ・のもぎき水仙まつり:37,151人 ・野母崎地区活性化イベント:4,000人 ・琴海花まつり:10,500人	(取組実績) ・伊王島フェスタ:8,848人 ・UMIBOUZ in 高島:8,355人 ・しまめぐり「双六in高島」:198人 ・高島小学生バドミントン大会:191人 ・のもぎき水仙まつり:27,236人 ・野母崎地区活性化イベント:100人 ・鯉・来い祭りIN神浦川河川公園:3,670人 ・神浦さんぼみち:3,500人	
			(成果・課題等) イベントを通して地域間交流や地域の活性化につなげることができた。 今後もイベントの内容を見直ししながら、交流人口の拡大につなげていく。 ※実績値等は「地域活性化事業費負担金」	(成果・課題等) 天候などの影響により集客数が減となったが、イベントを通して地域間交流や地域の活性化につなげることができた。 今後もイベントの内容を見直ししながら、交流人口の拡大につなげていく。	
		5	<p>(事業名) 交流の産業化リーディング事業費 【長崎創生推進室】</p> <p>(事業目的) 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) 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	継続
成果指標	補助実施件数				
目標値	5 件			5 件	
実績値	4 件			6 件	
達成率	80.0 %			120.0 %	
決算(見込)額	14,210,186 円			11,002,340 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	(取組実績) 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)			(取組実績) 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6事業)	
	(成果・課題等) 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、補助実施件数が目標値に達しなかったため、制度内容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。			(成果・課題等) 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、事業の幅広い効果を生む展開や広報・集客に課題があり、効果に向上の余地がある事業が見受けられた。	

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	区分	平成30年度	令和元年度
6	<p>(事業名) 「人」のまち「ながさき」プロモーション事業費 【長崎創生推進室】</p> <p>(事業目的) 長崎に対する誇りや愛着、いわゆる「シビックプライド」を高めるとともに、新しい長崎ファンをつくって長崎市への新たな来訪者を増やし、ひいては滞在時間の延長などによる消費拡大を図る。</p> <p>(事業概要) 長崎市民の愛する声を集めて、長崎の日常を発信する『長崎〇〇LOVERS』プロジェクト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	15,000 件	25,000 件
		実績値	39,048 件	67,101 件
		達成率	260.3 %	268.4 %
		決算(見込)額	24,780,825 円	5,581,763 円
		成果指標及び目標値の説明	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。 目標値については先進都市の事例等を踏まえ設定した。	
		取組実績、成果・課題等	(取組実績) 「長崎〇〇LOVERS」企画の更なる浸透、域外への情報発信。	(取組実績) 広報誌やSNS等を活用した周知活動及びインフルエンサー等を活用したガイドブックの制作や情報発信。
			(成果・課題等) ・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。 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。	(成果・課題等) ・SNS(Instagram)を活用した写真投稿キャンペーン等により、市民が主体となった長崎の魅力の発信が図られたとともに、インフルエンサー等を活用したガイドブック制作・情報発信により、新たな長崎ファンの獲得や、域外からの来訪、滞在、消費の拡大等が図られた。 しかしながら、当該プロジェクトの自走化に向けては、更なる市民の参加促進を図る必要である。
		7	<p>(事業名) 【補助】景観まちづくり刷新事業費 夜間景観整備 【景観推進室】</p> <p>(事業目的) 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・近景の夜間景観づくり」による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及び「遠景の夜間みぎ」による演出照明の整備を行う。</p> <p>(事業概要) 【事業期間】平成29年度～令和7年度 【総事業費】948,200千円 【事業費累計】599,595千円</p>	実施年度
成果指標	事業進捗率(事業費ベース)			
目標値	51.4 %			69.4 %
総事業進捗率	11.2 %			63.2 %
達成率	21.8 %			91.1 %
決算(見込)額	102,466,080 円			459,453,506 円
当該年度執行率	22.7 %			91.7 %
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。 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) 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、平和公園エリア及び館内・新地エリアの一部において整備工事に着手した。			(取組実績) 平和公園、西坂・諏訪の森、中島川・寺町、丸山、館内・新地、東山手・南山手の各エリア及び斜面市街地において整備工事を行った。
	(成果・課題等) 夜間景観の魅力向上に向け、事業の推進が図られた。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、335,800千円を令和元年度に繰り越した。			(成果・課題等) 夜間景観の魅力向上に向け、事業の推進が図られた。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、45,604千円を令和2年度に繰り越した。

令和2年度 個別施策評価シート

個別施策	A3-2 国内外からの観光客、MICEの誘致を図ります		
施策の目的 (対象と意図)	対 象	意 図	
	より多くの来訪者が	様々な目的で訪れている。	
個別施策主管課名	観光推進課	所属長名	浦川 信一

令和元年度の取組概要

①夜景観光の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・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2019in上海に参画してセールスを行い、夜景の魅力発信を行った。
②国際観光客誘致推進	<ul style="list-style-type: none"> ・外国人観光客の誘客促進のため、民間企業と連携し、海外メディアを活用した長崎市の露出強化や現地観光展においてプロモーション活動を行った。 ・DMOにおいて、SNSを活用した情報発信を行うとともに、羽田空港を経由する豪州からの観光需要を取り込むため、航空会社と連携したプロモーションなどを実施した。 ・DMOが主体となり、民間事業者と連携し、滞在時間と消費額の拡大につながる体験型プログラムの造成やモニターツアーを実施した。
③MICE誘致・受入の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・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者が主体となり、地元経済界や大学などと連携しながら誘致・PR活動を行った。 ・MICE開催に伴う市内受注を促進するため、主催者のニーズに応じた質の高いモノやサービスの提供を行えるよう、長崎MICE事業者ネットワークを中心に市内事業者のスキルアップを図るとともに、株式会社ふくおかフィナンシャルグループが主体となり、長崎MICEスクールを開講した。 ・「まちMICEプロジェクト」の取組みの一環として、出島メッセ長崎開業2年前イベントを開催し、DMOや長崎MICE事業者ネットワーク、商店街等と連携し、MICE参加者をまちの中に呼び込み、滞在時間と消費の拡大を図る実証実験を行った。

成果指標

※「↑」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 (時期)	区 分	H28	H29	H30	R元	R2	
外国人延べ宿泊客数 [暦年]	212,524人 (26年)	↑	目標値	280,000	310,000	340,000	370,000	400,000
			実績値	310,386	297,482	306,019	323,381	
			達成率	110.9%	96.0%	90.0%	87.4%	
国内観光客延べ宿泊者 数[暦年]	3,931,101人 (26年)	↑	目標値	4,200,000	4,250,000	4,430,000	4,490,000	4,590,000
			実績値	2,980,762	3,049,210	3,092,739	8月確定予定	
			達成率	71.0%	71.7%	69.8%	-	
クルーズ客船乗客・乗務 員数[暦年]	199,031人 (26年)	↑	目標値	440,000	467,000	495,000	522,000	550,000
			実績値	717,288	1,052,455	936,046	732,538	
			達成率	163.0%	225.4%	189.1%	140.3%	
MICE参加者数[暦年]	366,366人 (25年)	↑	目標値	362,000	367,000	378,000	384,000	392,000
			実績値	364,383	339,669	339,400	426,786	
			達成率	100.7%	92.6%	89.8%	111.1%	

評価(成果と効果)

取組みによる成果	5年後にめざす姿に対する効果
<p>①夜景観光の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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30年度:13.3% → 令和元年度:12.3% <p>【出典:令和元年観光動向調査】</p>	<p>長崎の夜景の魅力を国内外へアピールすることで、より多くの来訪者を呼び込むことに寄与する。</p>
<p>②国際観光客誘致推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・欧州においてプロモーション活動を行ったことにより、長崎市の認知度が向上し、欧州からの誘客が期待される。 ・海外向けのFacebookの情報発信において、フォロワー数が10,568人から52,964人に42,396人増加し、延べ340万人に情報発信(リーチ数)した。 ・茂木地区における食と自然をテーマとしたグリーンツーリズムなど民間事業者等と連携した体験型プログラムを3件企画・造成した。 	<p>継続的にプロモーション活動を行うことで、長崎市の認知度がより一層向上し、誘客が促進される。</p> <p>2つの世界遺産や平和、食の魅力発信により、フィリピンなど東南アジア圏及び欧米豪から多くのフォロワーを獲得でき、旅行先としての長崎の魅力の発信が図られた。</p> <p>周遊・滞在を促進する体験プログラムの充実が図られた。</p>
<p>③MICE誘致・受入の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経済界や地元大学などと連携し、オール長崎による誘致活動が促進され、約30件の全国規模の学会・大会の誘致が進んだ。 ・MICE事業者ネットワークに129事業者(前年度比19事業者増)が参画し、長崎MICEスクールには75事業者が参画した。また、スキルアップの活動を通して、学会開催時のケータリングなど受注につながる事例も出た。 ・MICE事業者ネットワークが中心となって企画・実施した出島メッセ長崎開業2年前イベントにおいて、かもめ広場に飲食店17店が出店した。また、まちなかへの回遊促進の実証事業には93店舗が参画し、路面電車の乗車券も349枚が利用された。 	<p>令和3年11月以降に出島メッセ長崎で開催される学会・大会の誘致が促進された。</p> <p>MICE開催による市内発注につながる市内事業者の意識醸成とスキルアップが図られた。</p> <p>出島メッセ長崎開業2年前イベントにおける実証事業において、駅を基点としたまちなかへの回遊促進について、今後の仕組みづくりにつながるるとともに、飲食店の意識醸成が図られた。</p>

評価(問題点とその要因)

5年後にめざす姿に対する問題点	問題点の要因
<p>②国際観光客誘致推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・SNSによる情報発信においては、訪問者数が多い韓国、台湾、中国等の東アジアへの発信が十分にできていない。 ・造成したプログラムの販売促進まで至っていない。 ・国際情勢に左右されることもあり、外国人観光客の宿泊者数は伸び悩んでいる。 	<p>SNSの情報発信が英語のみの発信であるため。</p> <p>これまで企画・造成した体験プログラム等のメニューを効果的に情報発信し、販売につなげる取組みが不足しているため。</p> <p>対象市場における国民の志向との親和性が高く、宿泊につながるような観光コンテンツの造成が十分ではなく、戦略的なプロモーションが不足している。</p>

<p>③MICE誘致・受入の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・出島メッセ長崎開業前に開催される学会・大会において、主催者のニーズに応じた市内事業者の受注が十分にできていない。 ・出島メッセ長崎開業2年前イベントの実証事業において、まちなかの協力店舗でのチケットの利用実績が約2割にとどまった。 	<p>DMOがMICE開催を支援する受入のワンストップ窓口として、主催者のニーズを把握し、市内事業者の受注につなげていく機能が弱いため。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・実証事業の企画・調整に時間を要し、周知期間が不十分だったこと、実証事業の対象を市民のみとしたことが要因と考えられる。
--	--

今後の取組方針

<p>①夜景観光の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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2020マニラに参画し、中国をはじめ重要な市場からの夜景観光の誘致を図る。 <p>②国際観光客誘致推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルス感染症収束後のインバウンド回復を図るため、DMOにおいて、継続的かつ効果的な情報発信を行うとともに、日本政府観光局(JNTO)や九州観光推進機構、長崎県など関係機関と連携しながらターゲットとする国・地域を見極めつつ、航空会社や鉄道、旅行会社等とも連携してV字回復のための準備を行う。 ・滞在時間と消費額の拡大につながる体験型プログラムの販売促進の仕組みづくりを強化する。 ・各市場における国民の志向との親和性が高く、宿泊につながるような観光コンテンツの造成を行い、戦略的に外国人観光客の来訪を促進するようなプロモーションを行う。 <p>③MICE誘致・受入の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・誘致においては、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活動を行う。 ・新型コロナウイルス対策として、出島メッセ長崎は、平土間で自由な会場レイアウトが可能であることから、ソーシャルディスタンスを保った配席や大容量の高速通信回線の導入によるリモート会議にも対応できるなど、施設の強みを活かしたセールス活動を進める。 ・MICE開催による市内受注を促進するため、DMOにおけるワンストップ機能を向上させ、主催者のニーズを把握するとともに市内事業者への受注につなげる仕組みを確立する。 ・「まちMICE」の取組みとして、MICE参加者の滞在・周遊を促進し、消費拡大を図るため、DMOや民間事業者と連携し、ユニークベニューや体験プログラムを拡充する。
--

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	区分	平成30年度	令和元年度
1	(事業名) 世界・日本新三大夜景推進事業 【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) 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。	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	5.0 %	5.3 %
		実績値	13.3 %	12.3 %
		達成率	266.0 %	232.1 %
		決算(見込)額	3,641,670 円	4,464,820 円
		成果指標及び目標値の説明	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。 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いる。	
取組実績、成果・課題等	(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 (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。	(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2019in上海への参画等 (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。		
2	(事業名) コンベンション開催費補助金 【交流戦略推進室】 (事業目的) 市内でのコンベンション開催を促進する。 (事業概要) 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	
		目標値	35 件	35 件
		実績値	41 件	31 件
		達成率	117.1 %	88.6 %
		決算(見込)額	10,000,000 円	12,700,000 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。 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) 本制度を利用した ・コンベンション開催件数 41件 ・延宿泊者数 23,594人 (成果・課題等) 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。 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。 【内訳】 ・文化・学術コンベンション 1,323件 参加者 191,288人 ・スポーツコンベンション 263件 参加者 148,112人	(取組実績) 本制度を利用した ・コンベンション開催件数 31件 ・延宿泊者数 33,350人 (成果・課題等) コンベンション開催補助金交付件数は、31件であり、前年に比べ10件の減となった。 コンベンション開催件数は、1,619件で、対前年比33件の増となった。全体の参加者は、対前年比87,386人増の426,786人であった。 【内訳】 ・文化・学術コンベンション 1,313件 参加者 256,127人 ・スポーツコンベンション 306件 参加者 170,659人		

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	区分	平成30年度	令和元年度
3	<p>(事業名) MICE推進費 【交流戦略推進室】</p> <p>(事業目的) MICEの誘致・受入を推進することにより交流人口を拡大し、地域経済の活性化を図る。</p> <p>(事業概要) 長崎国際観光コンベンション協会、交流拠点施設運営者等と連携しながら、政府系会議、国際会議等の誘致に取り組むとともに、長崎が持つ地域資源を活用し、新たなユニークベニューの開拓、活用促進等を行うことで、MICEの誘致・受入を推進するもの。</p>	実施年度	継続	
		成果指標	MICE参加者数(暦年)	
		目標値	378,000.0 人	384,000 人
		実績値	339,400.0 人	426,786 人
		達成率	89.8 %	111.1 %
		決算(見込)額	- 円	2,039,493 円
		成果指標及び目標値の説明	<p>交流人口を拡大し、地域経済の活性化を図るためには、国内外から多くのMICE参加者が市内へ来訪することが重要であるため、MICEの参加者数を成果指標とした。</p> <p>平成24年から平成26年までの3年間(スポーツコンベンションについては国体開催前の3年間)の平均値に、令和2年(当時は平成32年)に向けた観光客数の伸び率を乗じて算出した数値を目標とする。</p>	
取組実績、成果・課題等	(取組実績) コンベンションの開催件数は1,586件で、全体の参加者は339,400人であった。	(取組実績) コンベンションの開催件数は1,619件で、全体の参加者は426,786人であった。		
	(成果・課題等) セールス情報を一元化し、長崎市、DMO、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で共有するとともに、それぞれの役割分担を明確にした効率的な誘致活動を強化する必要がある。	(成果・課題等) 多くのMICE参加者が来訪し、交流人口の拡大が図られた。 今後は令和3年の出島メッセ長崎の開業に向けて、オール長崎による更なる誘致活動を促進する必要がある。		
4	<p>(事業名) DMO推進費 【交流戦略推進室】</p> <p>(事業目的) 「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) 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、観光まち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・確立のための支援を行う。</p>	実施年度	継続	
		成果指標	観光客数(暦年)	
		目標値	690.0 万人	695.0 万人
		実績値	705.5 万人	689.0 万人
		達成率	102.2 %	99.1 %
		決算(見込)額	37,830,300 円	65,203,606 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。</p> <p>令和2年までに710万人とすることを目標とし、目標値を設定した。</p>	
取組実績、成果・課題等	(取組実績) 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2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。	(取組実績) DMO組織のトップであるCMO(最高マーケティング責任者)をはじめとした観光まちづくりの専門人材の採用・配置による人員体制の強化を図った(令和2年度4月時点で9名体制)。また、海外向けのFacebookの情報発信において、フォロワー数が10,568人から52,964人に42,396人増加し、延べ340万人に情報発信(リーチ数)した。		
	(成果・課題等) 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がある。	(成果・課題等) 海外向け情報発信を積極的に実施したことにより長崎の認知度向上や長崎ファンの増加が図られた。今後は来訪客に対し、滞在時間と消費額の拡大に繋がる取組みを促進していく必要がある。		

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	区分	平成30年度	令和元年度
5	<p>(事業名) 国際観光客誘致対策費 【観光推進課】</p> <p>(事業目的) 外国人観光客の誘客を図る。</p> <p>(事業概要) ・外国人観光客の誘客促進のため、民間企業と連携し、海外メディアを活用した長崎市の露出強化や現地観光展においてプロモーション活動を行った。</p>	実施年度	継続	
		成果指標	外国人延べ宿泊客数(暦年)	
		目標値	340,000 人	370,000 人
		実績値	306,019 人	323,306 人(速報値)
		達成率	90.0 %	87.4 %
		決算(見込)額	14,210,186 円	4,071,551 円
		成果指標及び目標値の説明	<p>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、外国人延べ宿泊客数を成果指標とした。</p> <p>国の訪日外国人の目標の伸び率で算出し、平成26年の基準値から目標値を設定した。</p>	
		取組実績、成果・課題等	<p>(取組実績) 台湾の観光関係者を招聘し、SNS等を活用したPR 韓国のKOLの招聘</p> <p>(成果・課題等) 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。 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、宿泊型の観光、富裕層旅行者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。</p>	<p>(取組実績) 欧州における海外メディアを活用した露出・現地観光展におけるプロモーション</p> <p>(成果・課題等) プロモーションを継続することで、欧州においても長崎市の認知度は向上していると思われる。 今後、対象市場に対して親和性が高く、宿泊につながるような観光コンテンツの造成に向けた取組みを強化し、戦略的に外国人観光客の来訪を促進する必要がある。</p>

令和2年度 個別施策評価シート

個別施策	A3-3 交流のための都市機能を高め、受入態勢の整備とおもてなしの充実を図ります		
施策の目的 (対象と意図)	対 象	意 図	
	市民・事業者・行政が	来訪者の受入態勢を整えている。	
個別施策主管課名	観光推進課	所属長名	浦川 信一

令和元年度 of 取組概要

- ①長崎駅周辺地区の再整備
 - ・長崎駅周辺土地区画整理事業において、道路改良工事や西口駅前広場工事、電線共同溝工事、移転補償などを実施し、在来線の新駅開業に合わせ暫定的に西口駅前広場を供用開始した。
 - ・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。
- ②交流拠点施設整備の検討
 - ・施設の基本設計と実施設計が完了し、建設工事へと着手した。
 - ・施設の名称を公募し、名称選定審査会における審査を経て、「出島メッセ長崎」に決定した。
 - ・施設の開業に向けた市民等への機運醸成を図るため、開業2年前イベントを実施した。
- ③外国人観光客の受入態勢整備
 - ・外貨両替、観光案内などクルーズ客船入港時の乗客・乗務員への対応及び入出港時のおもてなし・歓送迎イベント等の実施
- ④世界遺産の受入態勢整備
 - ・平成30年度に引き続き、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。

成果指標

※「↑」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 (時期)	区 分	H28	H29	H30	R元	R2
長崎駅周辺土地区画整理事業の進捗率[累計]	11.6% (26年度)	↑ 目標値	34.7	40.9	46.8	52.6	62.2
		実績値	16.8	18.7	23.0	32.7	
		達成率	48.4%	45.7%	49.1%	62.2%	
観光満足度	54.3%人 (25年度)	↑ 目標値	56.0	57.0	58.0	59.0	60.0
		実績値	54.5	81.6	90.0	44.6	
		達成率	97.3%	143.2%	155.2%	75.6%	

評価(成果と効果)

取組みによる成果	5年後にめざす姿に対する効果
①長崎駅周辺地区の再整備 ・事業の進捗率が約23.0%から約32.7%に向上した。	令和5年度の完成を目指し、関連事業と調整等を行い進捗が図られている。
②交流拠点施設整備の検討 ・交流拠点施設に係る整備・運営事業者決定、事業契約締結、施設設計、建設工事着手が順調に進捗した。	令和3年11月の開業に向け、当初の計画どおりの進捗が図られている。
③外国人観光客の受入態勢整備 ・多くのクルーズ客船が入港し、観光案内や出航セミナー等実施し、満足度向上が図られた。	来航するクルーズ客船の乗客・乗員の満足度向上により、リピーターの増加につながることが期待される。

<p>④世界遺産の受入態勢整備 「大変満足」の割合 45.3%【目標値:50.0%】 目標は未達成であるが、一定満足度の向上を図ることができた。 【出典:令和元年観光動向調査】</p>	<p>世界遺産の来訪者の受入態勢の整備に寄与する。</p>
---	-------------------------------

評価(問題点とその要因)

5年後にめざす姿に対する問題点	問題点の要因
<p>①長崎駅周辺地区の再整備 ・長崎駅周辺土地区画整理事業区域内では、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り、工事の輻輳による事業進捗への影響が懸念される。</p>	<p>地区内では、多くの大型工事が集中している。</p>
<p>③外国人観光客の受入態勢整備 ・増加する外国人観光客によるゴミの取扱い等マナーの問題が生じている。</p>	<p>文化の違いにより、日本でのマナーが理解されていない。</p>
<p>④世界遺産の受入態勢整備 ・世界遺産登録から1年が経過し、観光客数も一定落ち着いていることから、減に転じないように、引き続きPRする必要がある。2つの世界遺産がある街として、引き続きボランティアガイド等を設置し、更なる満足度の向上を図る必要がある。</p>	<p>長崎駅から外海地区へのアクセス手段が少なく、出津教会堂と大野教会堂への移動手段も乏しい。</p>

今後の取組方針

<p>①長崎駅周辺地区の再整備 ・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。</p> <p>②交流拠点施設整備の検討 ・令和3年11月の開業に向けて、事業者との連絡調整・計画管理等を適切に行い、交流拠点施設の建設を着実に進める。</p> <p>③外国人観光客の受入態勢整備 ・来訪者へのおもてなしを充実させつつ、住民生活との調和を図るため、来訪者へゴミの取扱い等マナー周知に努め、双方の満足度向上を図る。</p> <p>④世界遺産の受入態勢整備 ・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。</p>
--

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	区分	平成30年度	令和元年度
1	<p>(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 【長崎駅周辺整備室】</p> <p>(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。</p> <p>(事業概要) 【事業期間】平成21～令和5年度 【総事業量】A=19.2ha 【総事業費】15,368,963千円 【事業費累計】5,024,812千円</p>	実施年度	平成21～令和5年度	
		成果指標	事業進捗率(事業費ベース)	
		目標値	46.8 %	52.6 %
		総事業進捗率	23.0 %	32.7 %
		達成率	49.1 %	62.2 %
		決算(見込)額	671,700,767 円	1,480,135,797 円
		当該年度執行率	58.9 %	58.2 %
		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。 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) 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) 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。 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。 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>	<p>(取組実績) 令和元年度は、道路設計2件、建物調査2件、道路改良工事15件、西口駅前広場工事3件、電線共同溝工事1件、移転補償5件などを実施した。</p> <p>(成果・課題等) 事業の進捗は遅れ気味であるが、令和2年3月の在来線の新長崎駅開業に合わせ、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、道路等の整備を進め、暫定的に西口駅前広場を供用開始した。 道路改良工事や西口駅前広場工事、移転補償などにおいて、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の調整に日時を要したため、1,065,111千円を令和2年度へ繰り越した。 今後は、令和4年度の新幹線開業に向け、駅東側の整備促進を図るため、関連事業との十分な調整を行う必要がある。</p>
		2	<p>(事業名) 【補助】交流拠点施設整備事業費 【交流拠点施設整備室】</p> <p>(事業目的) 国内外から多くの来訪者を呼び込むとともに市民交流を促進するMICE施設と、都市ブランドの向上を図るホテル、地域の賑わいと活力を生み出す民間収益施設の複合施設を、整備、運営し、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もの。</p> <p>(事業概要) 交流人口の拡大による地域経済の活性化を図るため、新長崎駅西側の用地において、国内外から多くの来訪者を呼び込むとともに市民交流を促進するMICE施設と、都市ブランドの向上を図るホテル、地域の賑わいと活力を生み出す民間収益施設からなる複合施設「(仮称)長崎市交流拠点施設」を整備するもの。</p> <p>【事業期間】平成30～令和3年度 【総事業量】整備面積A=24,160㎡ 【総事業費】14,700,000千円 【事業費累計】2,499,000千円</p>	実施年度
成果指標	交流拠点施設の整備進捗率			
目標値	1.6 %			17.0 %
総事業進捗率	1.6 %			17.0 %
達成率	100.0 %			100.0 %
決算(見込)額	236,000,000 円			2,263,000,000 円
当該年度執行率	100.0 %			100.0 %
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及び建設を行う事業であり、施設の整備進捗率を成果指標とした。 令和元年度は、(仮称)長崎市交流拠点施設整備・運営事業費の割合を参考に、17.0%を目標値とした。</p>			
取組実績、成果・課題等	<p>(取組実績) (仮称)長崎市交流拠点施設整備・運営事業に係る事業契約を締結した。</p> <p>(成果・課題等) 施設整備にかかる基本設計が完了した。</p>			<p>(取組実績) 施設の実施設計が完了し、建設工事へと着手した。</p> <p>(成果・課題等) 建設工事は、令和元年8月に着工し、杭打ち、基礎工事が完了した。</p>

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	区分	平成30年度	令和元年度
3	(事業名) 長崎港クルーズ客船受入委員会負担金 【観光推進課】 (事業目的) 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。 (事業概要) 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。	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	495,000 人	522,000 人
		実績値	936,046 人	732,538 人
		達成率	189.1 %	140.3 %
		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	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、来港する国際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、合計人数を指標とした。 平成26年の基準値から目標値を設定した。	
取組実績、成果・課題等	(取組実績) ・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 ・入出港時の歓迎イベントの実施 ・誘致につながる視察等の受入 (成果・課題等) 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。	(取組実績) ・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 ・入出港時の歓迎イベントの実施 ・誘致につながる視察等の受入 (成果・課題等) 令和元年のクルーズ客船入港数は183隻、乗客・乗務員数は732,538人と前年より減少したものの、目標値を大きく上回っている。		
4	(事業名) 世界遺産観光客受入費 【観光政策課】 (事業目的) 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。 (事業概要) 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。	実施年度	継続	
		成果指標	観光客満足度(世界遺産)	
		目標値	49.0 %	50.0 %
		実績値	83.0 %	45.3 %
		達成率	169.4 %	90.6 %
		決算(見込)額	74,516,077 円	44,604,941 円
		成果指標及び目標値の説明	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を成果指標とした。 (平成30年度までは、「大変満足」、「満足」と回答した観光客の割合であったが、令和元年度から「大変満足」と回答した観光客の割合に改めた。) 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、令和元年度は50.0%とする。	
取組実績、成果・課題等	(取組実績) ・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・シャトルバス運行補助、構成資産ガイド配置・ガイドブック、パンフレットの制作等のプロモーション (成果・課題等) 「大変満足」「満足」の割合 83% 「不満」の割合 2% 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。 「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。	(取組実績) ・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、構成資産ガイド配置・ガイドブック、パンフレットの制作等のプロモーション (成果・課題等) 「大変満足」の割合 45.3% 目標は未達成であるが、一定満足度の向上を図ることができた。 2つの世界遺産がある街として、引き続きボランティアガイド等を設置し、更なる満足度の向上を図る必要がある。		

令和2年度 個別施策評価シート

個別施策	A3-4 遊学のまち長崎の魅力を高めます					
施策の目的 (対象と意図)	対 象	意 象 図				
	まちが	学びの場としての魅力を高め、学生で賑わっている。				
個別施策主管課名	都市経営室	所属長名	岩永 浩			

令和元年度の取組概要

- ① 学びの場としての魅力を高めるための大学との連携強化
- ・各大学との包括連携協定等を基に、各所属において大学と連携した取組みを推進した。
- ② 「遊学のまちdeやってみゅーで “U-サボ”」運営
- ・平成23年度から長崎地域の7大学で実施しているボランティア支援システム「遊学のまちdeやってみゅーで “U-サボ”」について、引き続き長崎大学にその実施運営を委託した。
- ③ 遊学のまち長崎の取組み
- ・市長と長崎地域の7大学の学長で構成する「『遊学のまち長崎』推進協議会」(以下「協議会」)において、学生自らが長崎の大学・まちで学び過ごす楽しさを撮影した動画を制作し、学びの場としての魅力を発信するため、「『遊学のまち長崎』動画制作プロジェクト」(以下「プロジェクト」)を始動し、各大学から参加者を募集し、プロジェクトチームを立ち上げた。
 - ・令和元年度は、長崎県立大学の協力を得て、参加学生が動画制作についての基礎知識を身につけ、動画制作の楽しさを感じてもらうためのワークショップを2回開催した。

成果指標

※「↑」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 (時期)	区 分	H28	H29	H30	R元	R2
長崎地域の大学の平均 入学定員充足率	87.7% (27年度)	↑ 目標値	95.0以上	95.0以上	95.0以上	95.0以上	95.0以上
		↑ 実績値	88.4	90.6	93.8	92.0	
		↑ 達成率	93.1%	95.4	98.7%	96.8%	
地域でのボランティア活 動に参加した学生数	1,231人 (25年度)	↑ 目標値	1,831	2,031	2,231	2,431	2,631
		↑ 実績値	4,446	5,189.0	5,233.0	5,431.0	
		↑ 達成率	242.8%	255.5%	234.6%	223.4%	

※毎年度5月1日現在の学校基本調査のデータにより把握。令和元年度の取組成果は令和2年度の入学者数に影響するとの考えから、令和元年度の実績値は令和2年5月1日現在の調査データを記載する。(以降、毎年度同様の取扱い。)また、100%以上の大学は100%とする。

評価(成果と効果)

取組みによる成果	5年後にめざす姿に対する効果
<p>①学びの場としての魅力を高めるための大学との連携強化</p> <ul style="list-style-type: none"> 各所属における大学との連携事業が定着してきている。(平成29年度:60件→平成30年度:53件→令和元年度:58件) 	<p>大学との連携事業が定着してきたことにより、大学との連携強化が着実に図られている。</p>
<p>②「游学のまちdeやってみゅーで“Uーサポ”」運営</p> <ul style="list-style-type: none"> 様々な広報活動等により、学生の登録者数・ボランティア活動の延べ参加学生数が増加した。 <p>学生登録者数 平成30年度:3,193人→令和元年度:3,410人 (前年度比 6.8%増)</p> <p>ボランティア活動の延べ参加学生数 平成30年度:5,233人→令和元年度:5,431人 (前年度比 3.8%増)</p>	<p>学生の自己能力の成長及び地域の活性化に資することができた。また、他大学の学生をはじめ、ボランティアを通じた他者との交流により、長崎での学生生活を有意義にする一助ともなった。</p>
<p>③游学のまち長崎の取組み</p> <ul style="list-style-type: none"> プロジェクトの参加学生を対象に、動画制作の基礎知識を学べるワークショップを2回実施した。 プロジェクト参加学生数 25人 ワークショップ参加者数(12/1 16人)(2/15 13人) 	<p>動画制作に係るワークショップを実施し、参加学生に新たな学びの機会を提供することで、長崎市の学びの場としての魅力を高めることができた。</p>

評価(問題点とその要因)

5年後にめざす姿に対する問題点	問題点の要因
<p>②「游学のまちdeやってみゅーで“Uーサポ”」運営</p> <ul style="list-style-type: none"> 中心となる長崎大学以外の学生の参加者数も一部増加しているものの、参加者がなかなか増加しない大学もある。 	<p>長崎大学以外の大学については、ボランティア支援の専任スタッフがないことや、大学のカリキュラム上、ボランティア参加が困難なこと等が要因である。</p>
<p>③游学のまち長崎の取組み</p> <ul style="list-style-type: none"> プロジェクトへの参加学生数は25人であるが、ワークショップ参加者数は各回15人程度であり、全体の6割程度にとどまっている。 	<p>大学によって、カリキュラムや休暇の期間が異なること、学生の個人的な活動(アルバイト等)により、活動スケジュールの調整が難しいことが要因である。</p>

今後の取組方針

- ①学びの場としての魅力を高めるための大学との連携強化
 - 市内で取組事例を情報共有し、大学が実施できる事業を把握することで、効果的な連携につなげる。
- ②「游学のまちdeやってみゅーで“Uーサポ”」運営
 - ボランティア活動への学生の自主的参加を促すよう、学生が主体となった情報発信を支援し、参加者数の増加を図る。
- ③游学のまち長崎の取組み
 - 令和2年度は、引き続きプロジェクトに取り組み、学生自らが長崎の大学・まちで学ぶ楽しさを撮影した動画を制作し、SNS等を通じて長崎市の学びの場としての魅力を発信する予定であったが、新型コロナウイルス感染症の影響により、活動を見合わせている。今後は、同感染症の状況を注視しながら、協議会で実施時期や内容の見直しについて協議し、取組みの今後の進め方について決定することとしたい。

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	区分	平成30年度	令和元年度
1	<p>(事業名) 游学都市・ながさき推進費 【都市経営室】</p> <p>(事業目的) 長崎のまち全体が貴重な学びの場となるような游学の地づくりに取り組む。</p> <p>(事業概要) 長崎地域の7大学で実施しているボランティア支援システム「游学のまちdeやってみゅーでUーサポ」について、長崎大学にその運営を委託する。 また、游学のまち長崎の情報発信を行うほか、各大学との包括連携協定等を基に、大学と連携した取組みを推進する。</p>	実施年度	継続	
		成果指標	長崎地域の大学の平均入学定員充足率	
		目標値	95.0 %以上	95.0 %以上
		実績値	93.8 %	92.0 %
		達成率	98.7 %	96.8 %
		決算(見込)額	2,178,240 円	2,040,000 円
		成果指標及び目標値の説明	大学の魅力向上が図られることで、各大学の入学者数がめざす入学定員に近づくと考えられるため、長崎地域の7大学の入学定員に対する入学者数の割合の平均を成果指標とする(100%以上の大学は100%とする)。 各大学の入学者数が入学定員の95.0%以上となることを目標とする。	
取組実績、成果・課題等	<p>(取組実績)</p> <ul style="list-style-type: none"> 引き続きボランティア支援システム「Uーサポ」を実施した。(延参加学生数 平成30年度:5,233人) 市長と長崎地域7大学の学長で構成する「『游学のまち長崎』推進協議会」において、「長崎で学ぶこと・働くこと・暮らすこと」をテーマに、学生時代に何を学んでおくべきかを考えるシンポジウムを開催したほか、学生に対するアンケート調査を実施し、今後の取組みの検討を進めた。 各大学との包括連携協定等を基に、大学と連携した取組みを53件実施した。 <p>(成果・課題等)</p> <p>長崎地域の大学等の学生数は平成24年度以降微減が続いていたが、大学の経営努力やこれまでの取組みなどにより、令和元年度には微増に転じた。(H30.5.1:14,308人→R1.5.1:14,353人)</p> <p>今後、学生に選ばれるまちになるための取組みとして、学生自らが作成する動画を活用した情報発信などの手法により、長崎の大学・まちで学び、過ごす楽しさを発信するとともに、学びの場としての魅力向上に引き続き取り組んでいく必要がある。</p>	<p>(取組実績)</p> <ul style="list-style-type: none"> 引き続きボランティア支援システム「游学のまちdeやってみゅーでUーサポ」を実施した。(延参加学生数 令和元年度:5,431人) 市長と長崎地域の7大学の学長で構成する「『游学のまち長崎』推進協議会」において、学生自らが長崎の大学・まちで学び過ごす楽しさを撮影した動画を制作し、学びの場としての魅力を発信するため、「『游学のまち長崎』動画制作プロジェクト」を始動し、各大学から参加者を募集し、プロジェクトチームを立ち上げた。 令和元年度は、長崎県立大学の協力を得て、参加学生が動画制作についての基礎知識を身につけ、動画制作の楽しさを感じてもらうためのワークショップを2回開催した。 各大学との包括連携協定等を基に、大学と連携した取組みを58件実施した。 <p>(成果・課題等)</p> <p>長崎地域の大学等の学生数は平成24年度以降微減が続いていたが、大学の経営努力やこれまでの取組みなどにより、令和元年度から微増に転じている。(R1.5.1:14,353人→R2.5.1:14,359人)</p> <p>今後、学生に選ばれるまちになるための取組みとして、学生自らが長崎の大学・まちで学ぶ、過ごす楽しさを撮影した動画を制作し、学びの場としての魅力を発信する「『游学のまち長崎』動画制作プロジェクト」の取組みを進める予定であったが、新型コロナウイルス感染症の影響により、活動を見合わせている。取組みの今後の進め方について、検討する必要がある。</p>		