

基本施策 A 3 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

主管課：観光政策課

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
- A3-2 国内外からの観光客、M I C E の誘致を図ります
- 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
- A3-4 游学のまち長崎の魅力を高めます

ア 施策の目的

まちが、より多くの来訪者や市民で賑わっている。

イ 基本施策の評価

B c 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

ウ 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	R1	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	692.0	
			達成率	100.4%	104.9%	102.2%	99.6%	
観光消費額[暦年]	1,243 億円 (26 年)	↑	目標値	1,360	1,400	1,480	1,530	1,600
			実績値	1,314	1,458	1,496	1,487	
			達成率	96.6%	104.1%	101.1%	97.2%	

エ 評価結果の妥当性

本部会での議論を踏まえて考えると、評価結果については妥当であると判断する。

オ 審議会における政策評価に対する意見

- 現状としては、新型コロナウイルス感染症への対応策に触れざるを得ないため、今後の方針は従来の施策の延長ではなく、コロナウイルスへの対応を踏まえる必要がある。

カ 審議会における施策推進に向けた提言

- 今後、1年半～2年間はインバウンドへの期待ができないといわれる中で、良いシナリオと最悪のシナリオをどちらも考えて、リスクマネジメントをしていかなければならない。観光は長崎市の要であるのだから、ターゲットの設定などについて専門家の意見を踏まえながら、計画（戦略）を策定する必要がある。

- コロナ後は、観光の形もターゲットとなる国も変化してくる。観光業界としても、客単価を上げないと成り立たなくなるのではないかと思う。薄利多売というよりも、高付加価値の商品を提供するような変化が考えられる。
- コロナ禍の中で、働き方改革も急速に進展しており、経営者としてはどんどん厳しい状況になっている。例えば、横浜中華街では営業時間帯の住み分けがみられるようになっているが、長崎市ではまだみられない。そういった物差しになるような手法が必要になってくる。
- 個別施策 A3-3 の問題点において、外国人観光客によるごみのマナー問題を記載しているが、他にも観光公害といえるような様々な問題があるのではないか。また、本市の観光まちづくりとしては、住民の理解を深めることも並行して進めていかなければならない。
- コロナの状況下では、市による誘客だけでなく、市民一人ひとりによる意識も大事である。個人的に声をかけていくような地道な活動も含めて、県内・国内といった近隣への呼びかけが必要である。また、来訪に向けて受け入れる側もスキルを磨いていく必要がある。

キ 次期総合計画の策定に向けた意見

- コロナ対策を含めた今後の取組みは、第四次総合計画の期間だけでは足りないので、次期総合計画を見据えながら反映していただきたい。