

令和3年度 基本施策評価シート

作成日 令和3年5月20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		A3: 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	柴田 恭郎
関係課名	観光政策課、観光交流推進室、交流拠点施設整備室、景観推進室、都市経営室、長崎創生推進室、長崎駅周辺整備室、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		

基本施策の評価

<p>Dc 目標を達成しておらず、目的達成に向けた課題の克服などがやや遅れている</p>
<p>判断理由</p> <p>基本施策の成果指標のすべてが100%未満の目標達成率で、目標達成率が95%未満の低いものもあるため「D」とする。 個別施策の成果指標10このうち、100%以上の目標達成率が半数以下の1つで、目標達成率が95%未満の低いものもあるため「c」とする。</p> <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 ・新型コロナウイルス感染症の影響により、各種イベントの中止や観光施設が閉館したことにより、観光客数が大幅に減少した。 ・長崎ランタンフェスティバルについては、新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から中止となったが、新しい生活様式での非接触型のイベント開催に係る手法などが蓄積された。 ・長崎さるくについて、令和2年度は参加者数目標13,000人に対して、4,298人となり、目標を達成することができなかったが、長崎純心大学の新規さるくガイドの育成等による参加者の満足度向上に努めた。</p> <p>(2)国内外からの観光客、MICEの誘致促進 ・他都市と連携した情報発信や夜景ARアプリ作成等により、長崎市の夜景の魅力を国内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。 ・欧州等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、感染症終息後、欧州等からの誘客が期待されるが、令和2年度における国外からの来訪はほぼ皆無である。 ・MICE事業者ネットワークに152事業者(前年度比23事業者増)が参画し、地元事業者の意識醸成とスキルアップが図られた。 ・DMOにおいて、長崎市の郊外の魅力を伝え、安全・安心な旅を提供できるまちとしてPRしたことで、ポストコロナ社会を見据えた長崎市への旅行の喚起が期待できるものの、これまで企画・作成したコンテンツの販売促進が不十分である。</p> <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 ・長崎駅周辺地区の再整備において、事業の進捗率が約32.7%から約45.4%に向上したが、長崎駅周辺土地区画整理事業区域内では、新幹線や各種埋設管、新駅ビル工事など多くの工事が輻湊するため、事業進捗への影響が懸念される。 ・交流拠点施設の建築工事は予定どおり進捗し、事業の進捗率が向上した。</p> <p>(4)游学のまち長崎の魅力向上 ・様々な広報活動等により、新型コロナウイルス感染症の影響を受けつつも一定の学生の登録者数・ボランティア活動の延べ参加学生数を確保できた。一方で、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>

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	H29	H30	R元	R2	R3
観光客数【暦年】	630.7万人 (26年)	目標値	675.0	690.0	695.0	710.0	710.0
		実績値	707.8	705.5	691.8	(見込)256.1	
		達成率	104.9%	102.2%	99.5%	36.1%	
観光消費額【暦年】	1,243億円 (26年)	目標値	1,400.0	1,480.0	1,530.0	1,600.0	1,600.0
		実績値	1,458.5	1,496.9	1,491.9	(見込)653.5	
		達成率	104.2%	101.1%	97.5%	40.8%	

※令和2年観光統計については、暫定版の数値であり、令和3年9月ごろに確定予定。

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。さらに、新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から、令和2年度の新しい生活様式に適應したイベント開催に向けて検討した経験を踏まえてwithコロナ、アフターコロナのイベントの在り方を検討する。
- ・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。
- ・イベントと連動し、宿泊施設・飲食店における第三者認証制度である「TEAM NAGASAKI SAFETY」の推進や「新しい長崎の旅」ガイドブックの周知を行い、安全安心に訪れられる交流都市として、誘客を図っていく。

(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する。
- ・出島メッセ長崎が開業する令和3年11月に、(一社)夜景観光コンベンション・ビューローが初開催を計画している「世界夜景サミット」を長崎市に誘致することで、長崎市の夜景を日本のみならず世界に発信し、夜景観光の誘致を図る。
- ・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者で、誘致に係る情報を共有するなど、連携の強化を図り、コロナ禍の状況を踏まえ、出島メッセ長崎のコロナ対策の周知強化等を図りながら多角的に戦略的なセールス・PR活動を行う。
- ・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。
- ・DMOにおいて滞在時間と消費額の拡大につながる体感型プログラムの販売促進の仕組みづくりを強化する。
- ・DMOにおいて継続的かつ効果的な情報発信を行うことで、新型コロナウイルス感染症収束後の国内外からの誘客を図る。

(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、新幹線開業に向け、各種イベントや現場見学会などにおいて機運を高めるとともに、長崎駅周辺の将来の姿を市民によりわかりやすく知ってもらうため、イメージパースやPR動画による周知拡大に努めていく。
- ・交流拠点施設については、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、効果的な連携につなげる。
- ・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。
- ・游学のまち長崎については、新型コロナウイルス感染拡大の状況を注視しながら、協議会で協議・検討をしている。

二次評価(施策評価会議による評価)

- 基本施策の評価「Dc」については、所管評価のとおり。
- (A3-3①長崎駅周辺について)令和5年度に完成を目指す記載があるが、市民にはどういうものができるのか見えてきていないと思う。市の一大事業なので、市民によく理解してもらえるよう周知については力をいれて取り組んでほしい。
- MICEについて、ビジネスにおいては、リモートが主流となり、会場で会議に参加する人数の減少が予想される中で、今後の方向性としては次の手を考えていかなければならない。多角的な視点で検討を進めてほしい。
- 観光客が激減する中で、今後の取組方針について、コロナ対策を進めることが記載されているが、他の観光都市においても同様に対策を進めていくので、TEAM NAGASKI SAFETYなど長崎市の独自性を記載した方がよい。

令和3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	観光交流推進室	所属長名	浦川 信一

令和2年度 of 取組概要

- ①長崎らしい魅力あるイベントの展開
 ・長崎ランタンフェスティバルを令和3年2月12日(金)から2月26日(金)までの15日間開催する予定であったが、(春節は2月1日(金)、元宵節は2月26日(金))新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から中止となった。
- ②観光メニューの開発・強化
 ・長崎さるくについて、参加者の満足度向上につなげていくため、長崎純心大学の新規さるくガイドの育成などに取り組みとともに、活動目標の共有や、研修、情報交換の活性化により、専門性の高いガイドの育成を目指し、参加者の満足度向上に努めた。
- ③「交流の産業化」に資する新たな取組みへの支援
 ・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
 ・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」を高めるとともに新たな来訪者を増やす目的で、長崎を愛する声を集めて、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」のさらなる浸透と域外への情報発信を図るため、広報誌やSNS等を活用した周知活動を行った。
- ⑤夜間景観の魅力向上
 ・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」として視点場である鍋冠山に向けた演出照明の整備を行った。また、「中・近景の夜間景観づくり」として、館内・新地エリアにおいて湊公園中華門ほか3施設のライトアップ整備に向けた実施設計を行い、中島川・寺町エリア及び東山手・南山手エリアにおいて、地域のランドマーク施設をライトアップする照明や回遊路の街路灯などの整備を行った。

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	H29	H30	R元	R2	R3
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	2,720,000	2,820,000	2,790,000	2,860,000	2,860,000
		実績値	2,445,704	2,346,472	2,158,168	836,296	
		達成率	89.9%	83.2%	77.4%	29.2%	
宿泊客数[暦年]	2,741,500人 (26年)	目標値	2,850,000	2,940,000	2,975,000	3,030,000	3,030,000
		実績値	2,556,900	2,665,600	2,705,200	見込)1,160,000	
		達成率	89.7%	90.7%	90.9%	39.3%	

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は、新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から中止となったが、新しい生活様式での非接触型のイベント開催に係る手法などが蓄積された。 ・長崎帆船まつりについては、新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から、2020年は中止となったが、新しい生活様式での非接触型のイベント開催に係る手法などが蓄積された。 	<p>長崎ランタンフェスティバルについて、今後、感染拡大防止の対策を行いながら、withコロナ、アフターコロナのイベントの在り方を検討する契機となった。</p> <p>長崎帆船まつりについて、今後、感染拡大防止の観点等取り入れながら、新たなイベント等取組みにより集客増加を図る契機となった。</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2年度は参加者数目標13,000人に対して、4,298人となり、目標を達成することができなかったが、「長崎さるくガイド」新規育成研修開校式において、「これからの長崎観光」についての座学研修などに取組み、長崎純心大学の新規さるくガイドの育成につながった。 	<p>新規さるくガイドの確保と合わせ、サービスの向上、より専門性が高いガイド育成を行い、参加者の満足度向上が図られた。</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おいて、5件程度の採択を見込んでいた中で令和2年度は16件の応募があり、予定どおり5事業を採択することができた。(令和2年度新規採択事業5事業、継続事業4事業) また、採択事業の事業実施にあたり、専門家による伴走型支援を行った。 	<p>民間の法人・団体・個人が自主的・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>また、専門家による伴走型支援により、それぞれの事業における事業効果の向上が図られた。</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"> ・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した。 ・市の広報紙「広報ながさき」の長崎〇〇LOVERSコーナーにおいて、毎月市民による長崎の魅力発信を行った。 	<p>SNS(Instagram)を活用した写真投稿キャンペーンや広報ながさきの長崎〇〇LOVERSコーナー等により、市民が主体となった長崎の魅力の発信が図られ、新たな長崎ファンの獲得につながった。</p>
<p>⑤夜間景観の魅力向上</p> <ul style="list-style-type: none"> ・令和元年度に完成したライトアップ施設の点灯及び視点場である稲佐山に向けた演出照明の点灯を開始し、夜間景観の魅力向上が図られた。 また、令和2年度に中島川・寺町エリアなどにおける施設のライトアップにより、夜間景観の魅力向上が図られた。 	<p>遠景の夜景については、演出照明により新たな見どころを追加されたこと及び中・近景の夜景については、地域のランドマーク施設のライトアップや街路灯などの整備により、夜のまち歩きの魅力が高まったことで、宿泊客数の増加が期待される。</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、今後の開催のための定期的な修理を行っていない。 ・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に向けて行っていない。 	<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は、県外から集客するイベントの訴求力に欠ける。

<p>②観光メニューの開発・強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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>新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、他都市ガイドの視察等が実施できなかった。</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"> ・採択事業において、当初の計画どおり実施できていない事業がある。 	<p>新型コロナウイルス感染症拡大の影響で域外からの交流人口が減少したことにより、事業内容を変更・縮小をせざるを得なくなった。</p>
<p>④市民参加による長崎の魅力発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「長崎〇〇LOVERS」の自走化に向けた新たな取り組みやイベントが実施できなかった。 	<p>新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、リアルでのイベント等の実施が困難であった。 また、新型コロナウイルス感染症拡大下においても市民や民間が参加できるようなオンラインでの取り組みが不足していると考えられる。</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。 さらに、新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から、令和2年度の新しい生活様式に適したイベント開催に向けて検討した経験を踏まえてwithコロナ、アフターコロナのイベント開催の在り方を検討する。 ・長崎帆船まつりについて、新規の来場者の獲得に向け、DMOを中心として、新たなターゲットに向けて情報発信を行う。また、新型コロナウイルス感染症拡大防止の取組み等を取り入れながら、リピーター対策として、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り組み、常に新たな魅力づくりに努める。 ・イベントと連動し、宿泊施設・飲食店における第三者認証制度である「TEAM NAGASAKI SAFETY」の推進や「新しい長崎の旅」ガイドブックの周知を行い、安全安心に訪れられる交流都市として、誘客を図っていく。 <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、DMO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"> ・本事業は平成30年度から実施しており、これまでの取組みにより交流の産業化に対する民間の意識醸成が図られ、市が積極的に事業初動時期の支援を行わなくとも民間事業者による交流の産業化が推進されていると考えられることや、類似の補助事業等もあることから、令和3年度においては新規事業の募集は行わないが、令和2年度採択事業については引き続き補助を行う。 また、採択事業の事業効果向上に向けて、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、市民や民間を巻き込んだ新たな取り組みにより、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3年度以降も「環長崎港夜間景観向上基本計画」に基づき、「中・近景の夜間景観づくり」を計画的に進め、夜間景観の魅力向上を図る。
--

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	区分	令和元年度	令和2年度	
1	<p>(事業名) 長崎ランタンフェスティバル事業共催費負担金</p> <p>【観光交流推進室】</p> <p>(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。</p> <p>(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</p>	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	560,000 人	0 人	
		達成率	56.0 %	0.0 %	
		決算(見込)額	95,975,348 円	27,365,891 円	
		成果指標及び目標値の説明	<p>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。</p>		
		取組実績、成果・課題等	<p>(取組実績)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 <p>(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。</p>	<p>(取組実績)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルス感染症拡大に伴い、開催中止となった。 <p>(成果・課題等)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今後のイベント開催にあたっては、感染症対策等を講じて実施する必要がある。 ・来場者数:実施中止のためゼロ。 	

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	区分	令和元年度	令和2年度
2	(事業名) 長崎帆船まつり事業共催費負担金 【観光交流推進室】 (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。 (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。 【会場】 長崎港(長崎水辺の森公園、出島ワフ周辺) 【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	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	226,000 人	0 人
		達成率	113.0 %	0.0 %
		決算(見込)額	32,996,816 円	3,242,492 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	(取組実績) ・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。 (成果・課題等) 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。 ・来場者数22万6千人(対前年比4万9千人減)	(取組実績) ・新型コロナウイルス感染症拡大に伴い、開催中止となった。 (成果・課題等) ・今後のイベント開催にあたっては、感染症対策等を講じて実施する必要がある。 ・来場者数:実施中止のためゼロ。		
3	(事業名) 長崎さるく運営費補助金 【観光交流推進室】 (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。 (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で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。	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	12,800 人	13,000 人
		実績値	8,876 人	4,298 人
		達成率	69.3 %	33.1 %
		決算(見込)額	40,799,690 円	39,978,881 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、12,800人を目標とした。 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、13,000人を目標とした。	
取組実績、成果・課題等	(取組実績) 【通さるく】 ・実施本数 685本 ・参加人数 4,559人 【学さるく】 ・実施回数 227回 ・参加人数 3,042人 【修学旅行】 ・実施回数 18件 ・参加人数 1,275人 (成果・課題等) 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。	(取組実績) 【通さるく】 ・実施本数 216本 ・参加人数 1,275人 【学さるく】 ・実施回数 134回 ・参加人数 1,642人 【修学旅行】 ・実施回数 16件 ・参加人数 1,381人 (成果・課題等) 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たものの、新型コロナウイルス感染症の影響により催行を中止するなど参加人数が激減した、長崎さるくの参加者数は4,298人となり、目標としていた13,000人を下回った。		

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	区分	令和元年度	令和2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R1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	57,000 人		
		実績値	63,496 人	20,064 人		
		達成率	103.1 %	35.2 %		
		決算(見込)額	9,441,723 円	5,403,801 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。	過疎地域の交流人口の拡大を図るためには、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する。		
		取組実績、成果・課題等	<p>(取組実績)</p> <ul style="list-style-type: none"> 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:3,500人 <p>(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。</p> <p>※実績値等は「地域活性化事業費負担金」</p>	<p>(取組実績)</p> <ul style="list-style-type: none"> 伊王島フェスタ:4,764人 UMIBOUZ in 高島:6,536人 しまめぐり「双六in高島」:中止 高島小学生バドミントン大会:中止 のもぎき水仙まつり:8,764人 野母崎地区活性化イベント:中止 鯉・来い祭りIN神浦川河川公園:中止 神浦さんぼみち:中止 <p>(成果・課題等) 今年度は、新型コロナウイルス感染拡大防止のため一部の事業を中止したが、過疎地域の魅力発信及び交流人口の拡大に寄与することができた。 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。</p>		
		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			5 件		
達成率	80.0 %			100.0 %		
決算(見込)額	7,180,600 円			16,064,340 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。			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	<p>(取組実績)</p> <p>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)</p> <p>(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。</p>			<p>(取組実績)</p> <p>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」を推進した。(新規採択事業5事業)</p> <p>(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。しかしながら、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で域外からの交流人口が減少したことにより、内容を変更・縮小をせざるを得なくなった事業があった。</p>		

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	区分	令和元年度	令和2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か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	35,000 件
		実績値	39,048 件	95,834 件
		達成率	260.3 %	273.8 %
		決算(見込)額	24,780,825 円	212,135 円
		成果指標及び目標値の説明	<p>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。</p> <p>目標値については先進都市の事例等を踏まえ設定した。</p>	
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) 広報紙やSNS等を活用した周知活動		
	(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や市の広報紙「広報ながさき」の長崎〇〇LOVERSコーナー等により、市民が主体となった長崎の魅力の発信が図られ、新たな長崎ファンの獲得につながった。 しかしながら、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、リアルでのイベント等の実施が困難であった。 新型コロナウイルス感染症拡大下においても市民や民間が参加できるようなオンラインでの取組みを促進していく必要がある。		
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 【補助】都市構造再編事業費 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などの整備及び「遠景の夜景の夜景みがき」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】667,048千円</p>	実施年度	平成29年度～令和7年度	
		成果指標	事業進捗率(事業費ベース)	
		目標値	69.4 %	71.2 %
		総事業進捗率	63.2 %	70.3 %
		達成率	91.1 %	98.7 %
		決算(見込)額	459,453,506 円	67,453,550 円
		当該年度執行率	90.6 %	88.9 %
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。</p> <p>当該年度の予算を含めた事業進捗率を目標とした。</p>			
取組実績、成果・課題等	(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。	(取組実績) 館内・新地エリアにおいて湊公園中華門ほか3施設のライトアップ整備に向けた実施設計を行い、中島川・寺町、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、45,604千円を令和2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。 なお、入札差金により、8,451千円の不用額が生じた。		

令和3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 象 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	観光交流推進室	所属長名	浦川 信一		

令和2年度 of 取組概要

- ①夜景観光の推進
 ・日本新三大夜景認定都市である札幌市及び北九州市と連携して、ホームページの構築による情報発信や、夜景ARアプリの制作・運営、ポスターの作成・配布等のプロモーションを実施した。
- ②国際観光客誘致推進
 ・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等プロモーション活動を行った。
- ③MICE誘致・受入の推進
 ・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、長崎MICE事業者ネットワークを中心に、地元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スクールを実施した。
 ・「まちMICEプロジェクト」の取組みとして、ユニークベニューや体験型コンテンツのガイドブックの作成を行った。また、出島メッセ長崎開業1年前イベントにおいて、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。
- ④長崎市版DMOの形成・確立
 ・ポストコロナ社会を見据え、個人観光客向けに郊外型のアウトドア・体験型コンテンツを紹介する動画を制作し、特設サイトでPRするとともに、国内外の多様なニーズに対応できるよう有償ガイドの育成に取り組んだ。
 ・観光の高付加価値化と泊食分離を推進する観点から、「出島ワーフde朝活」プロジェクトに取り組んだ。

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	H29	H30	R元	R2	R3	
外国人延べ宿泊客数 [暦年]	212,524人 (26年)	↑	目標値	310,000	340,000	370,000	400,000	400,000
			実績値	297,482	306,019	323,381	(見込)34,840	
			達成率	96.0%	90.0%	87.4%	9.5%	
国内観光客延べ宿泊者 数[暦年]	3,931,101人 (26年)	↑	目標値	4,250,000	4,430,000	4,490,000	4,590,000	4,590,000
			実績値	3,049,210	3,092,739	3,077,641	9月頃算出予定	
			達成率	71.7%	69.8%	70.8%	—	
クルーズ客船乗客・乗務 員数[暦年]	199,031人 (26年)	↑	目標値	467,000	495,000	522,000	550,000	550,000
			実績値	1,052,455	936,046	732,538	45,349	
			達成率	225.4%	189.1%	140.3%	8.2%	
MICE参加者数[暦年]	366,366人 (25年)	↑	目標値	367,000	378,000	384,000	392,000	392,000
			実績値	339,669	339,400	426,786	69,775	
			達成率	92.6%	89.8%	111.1%	17.8%	

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ARアプリ作成等により、長崎市の夜景の魅力を国内へアピールしたことで、夜景観賞を目的とする観光客の割合が高い水準で推移している。 ・「夜景観賞」を目的とする観光客の割合 令和元年度:12.3% ⇒ 令和2年度:23.5% 【出典:令和2年観光動向調査】 	<p>長崎の夜景の魅力を国内外へアピールすることで、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"> ・欧州等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、感染症収束後、欧州等からの誘客が期待される。 	<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、感染症収束後の誘客が期待される。</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、コロナ禍ではあるものの、出島メッセ長崎の年間61万人の利用者目標に対して、利用想定人数は約40万5,000人、達成率は約66%となった。 ・MICE事業者ネットワークに152事業者(前年度比23事業者増)が参画し、地元事業者の意識醸成とスキルアップが図られた。 ・出島メッセ長崎開業1年前イベントにおいて、まちなかへの周遊促進・消費拡大の実証事業を実施し、浜市商店街を中心に49店舗の参画があり、商品券273枚が利用された。また、かもめ広場からまちなかを結ぶため、トウトウを活用し、98名が利用し、周遊促進・消費拡大につながった。 	<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地元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1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とともに、事業者、市民の意識醸成が図られた。</p>
<p>④長崎市版DMOの形成・確立</p> <ul style="list-style-type: none"> ・長崎市の郊外の魅力を伝え、安全・安心な旅を提供できるまちとしてPRすることで、ポストコロナ社会を見据え、長崎市への旅行を喚起することが期待できる。 ・訪問客のニーズに対応したコンテンツの充実により、観光誘客と消費拡大が期待できる。 	<p>継続したプロモーションの実施と長崎の新たな魅力づくりにより、国内外からの訪問客の増加と、滞在時間・観光消費の拡大が図られた。</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"> ・新型コロナウイルス感染症拡大により、国外からの来訪はほぼ皆無である。 	<p>新型コロナウイルス感染症感染拡大防止のため、世界規模で移動が制限・自粛されているため。</p>
<p>③MICE誘致・受入の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・DMOがMICE開催を支援する受入のワンストップ窓口として、市内事業者の受注につなげていく仕組みが不足している。 	<p>DMOの営業活動等を通しての主催者ニーズの把握と、地元事業者が受注可能な業務に係る情報の収集が不足しているため。</p>
<p>④長崎市版DMOの形成・確立</p> <ul style="list-style-type: none"> ・これまで企画・作成したコンテンツの販売促進が不十分である。 ・新型コロナウイルス感染症拡大により、特に海外からの来訪はほぼ皆無である。 	<p>体験型コンテンツ等のメニューを効果的に情報発信し、販売につなげる仕組みが未整備である。</p> <p>新型コロナウイルス感染症感染拡大防止の観点から、世界規模で移動が制限・自粛されているため。</p>

今後の取組方針

①夜景観光の推進

- ・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する。
- ・出島メッセ長崎が開業する令和3年11月に、(一社)夜景観光コンベンション・ビューローが初開催を計画している「世界夜景サミット」を長崎市に誘致することで、長崎市の夜景を日本のみならず世界に発信し、夜景観光の誘致を図る。

②国際観光客誘致推進

- ・新型コロナウイルス感染症の収束を見据えて、引き続き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。

③MICE誘致・受入の推進

- ・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者で、誘致に係る情報を共有するなど、連携の強化を図り、コロナ禍の状況を踏まえ、出島メッセ長崎のコロナ対策の周知強化等を図りながら多角的に戦略的なセールス・PR活動を行う。

- ・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、ユニークメニューや体験プログラムを拡充するとともに、作成したガイドブック等を活用し、MICEの主催者への提案を行う。また、広報ながさきをはじめ様々な機会を通じて出島メッセ長崎に係る市民周知を行い、開業に向けた機運醸成を図る。

④長崎市版DMOの形成・確立

- ・滞在時間と消費額の拡大につながる体感型プログラムの販売促進の仕組みづくりを強化する。
- ・継続的かつ効果的な情報発信を行うことで、新型コロナウイルス感染症収束後の国内外からの誘客を図る。

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	区分	令和元年度	令和2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」を目的とする観光客の割合	
		目標値	5.3 %	5.5 %
		実績値	12.3 %	23.5 %
		達成率	232.1 %	427.3 %
		決算(見込)額	4,464,820 円	9,277,500 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、令和2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おり、令和元年度は5.3%としている。	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、令和2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おり、令和2年度は5.5%としている。
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。	(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ARアプリの制作・運営 (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 【観光交流推進室】 (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	31 件	1 件
		達成率	88.6 %	2.9 %
		決算(見込)額	12,700,000 円	150,000 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 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	(取組実績) 本制度を利用した ・コンベンション開催件数 1件 ・延宿泊者数 320人 (成果・課題等) 新型コロナウイルス感染症拡大により、コンベンション開催補助金交付件数は、1件であり、前年に比べ30件の減となった。 コンベンション開催件数は、278件で、対前年比1,341件の減となった。全体の参加者は、対前年比357,011人減の69,775人であった。 【内訳】 ・文化・学術コンベンション 214件 参加者 36,956人 ・スポーツコンベンション 64件 参加者 32,819人		

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	区分	令和元年度	令和2年度
3	<p>(事業名) MICE推進費 【観光交流推進室】</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	384,000 人	392,000 人
		実績値	426,786 人	69,775 人
		達成率	111.1 %	17.8 %
		決算(見込)額	2,039,493 円	4,554,000 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1,619件で、全体の参加者は426,786人であった。	(取組実績) コンベンションの開催件数は278件で、全体の参加者は69,775人であった。		
	(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。	(成果・課題等) 新型コロナウイルス感染症拡大により、コンベンションの開催件数及び参加者数が大きく減少した。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者で、誘致に係る情報を共有するなど、連携の強化を図り、戦略的なセールス・PR活動を行っていく必要がある。		
4	<p>(事業名) DMO推進費 【観光交流推進室】</p> <p>(事業目的) 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。</p> <p>(事業概要) 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)に対し支援を行う。</p>	実施年度	継続	
		成果指標	観光客数(暦年)	
		目標値	695.0 万人	710.0 万人
		実績値	692.0 万人	(見込)256.1 万人
		達成率	99.6 %	36.1 %
		決算(見込)額	65,203,606 円	161,616,247 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、令和元年695万人を目標値とした。</p> <p>令和2年までに710万人とすることを目標とした。</p>	
取組実績、成果・課題等	(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。	(取組実績) ポストコロナ社会を見据え、個人観光客向けに郊外型のアウトドア・体験型コンテンツを紹介する動画を24本(4エリア、2種類、3言語)制作し、特設サイトにおいてPRするとともに、国内外の多様なニーズに対応できるよう有償ガイドの育成に取り組んだ。また、観光の高付加価値化と泊食分離を推進する観点から、「出島ワーフde朝活」プロジェクトに取り組んだ。		
	(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。	(成果・課題等) 新型コロナウイルス感染症拡大により、特に海外からの来訪はほぼ皆無である。新型コロナウイルス感染症の収束に向けて、引き続き長崎市への旅行を訴求するよう継続したプロモーション等の取組が必要である。		

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	区分	令和元年度	令和2年度
5	<p>(事業名) 国際観光客誘致対策費 【観光交流推進室】</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	370,000 人	400,000 人
		実績値	323,306 人	(見込)37,840 人
		達成率	87.4 %	9.5 %
		決算(見込)額	4,071,551 円	4,000,000 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年の基準値から令和元年の目標を37万人と設定した</p>	<p>国の訪日外国人の目標の伸び率で算出し、平成26年の基準値から令和2年の目標を40万人と設定した</p>
		取組実績、成果・課題等	<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>	<p>(取組実績) 欧州等における海外メディアを活用したプロモーションを行った。</p> <p>(成果・課題等) プロモーションを継続することで、欧州等においても長崎市の認知度は向上していると思われる。 感染症収束後を見据えて、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3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	観光交流推進室	所属長名	浦川 信一

令和2年度の取組概要

- 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、西口駅前広場が完成し全面供用を図るとともに、駅東側の整備に着手した。
 - ・長崎駅周辺再整備事業の将来の姿や進捗を市民に知ってもらうため、広報誌やホームページ、SNSなどを活用して周知を図った。
- ②交流拠点施設の整備
 - ・令和元年度から着工した建設工事は、予定どおりに進捗した。
- ③外国人観光客の受入態勢整備
 - ・観光客が情報収集を行う際の通信環境の向上のため、公衆無線LANの運営を引き続き行った。
- ④世界遺産の受入態勢整備
 - ・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やトイレの管理を実施した。

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	H29	H30	R元	R2	R3
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	40.9	46.8	52.6	62.2	62.2
		実績値	18.7	23.0	32.7	45.4	
		達成率	45.7%	49.1%	62.2%	73.0%	
観光満足度	54.3%人 (25年度)	↑ 目標値	57.0	58.0	59.0	60.0	60.0
		実績値	81.6	90.0	92.4	92.4	
		達成率	143.2%	155.2%	156.6%	154.0%	

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32.7%から約45.4%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交流拠点施設の整備 ・交流拠点施設の建築工事は予定どおり進捗し、事業の進捗率(71.5%)が向上した。	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 ・感染症拡大の影響で外国人の来訪はほとんど無かったものの、国内観光客を含めた来訪者等の通信環境向上に寄与できた。	観光満足度向上のため、公衆無線LAN環境の整備は図られつつある。

<p>④世界遺産の受入態勢整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「大変満足」の割合 41.3%【目標値51.0%】 <p>新型コロナウイルス感染症の影響に伴い、施設の閉館や、イベントの中止等により「大変満足」、「満足」の満足度の割合が減少したものの、一定満足度の向上を図ることができた。</p> <p>【出典：令和2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</p> <ul style="list-style-type: none"> ・長崎駅周辺土地区画整理事業区域内では、新幹線や各種埋設管、新駅ビル工事など多くの工事が輻湊するため、事業進捗への影響が懸念される。 	<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</p> <ul style="list-style-type: none"> ・外国人観光客の来訪にあたっては、ゴミの取り扱い等マナーの問題が生じている。 ・通信環境向上のため、長崎駅周辺における公衆無線LAN環境の整備が必要である。 	<p>文化の違いによる日本でのマナーが理解されていない。</p> <p>長崎駅周辺において、再開発が進んでおり、新たなエリアとしての整備が必要となる。</p>
<p>④世界遺産の受入態勢整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ・世界遺産登録から2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。 	<p>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。</p>

今後の取組方針

<p>①長崎駅周辺地区の再整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・新幹線開業に向け、各種イベントや現場見学会などにおいて機運を高めるとともに、長崎駅周辺の将来の姿を市民によりわかりやすく知ってもらうため、イメージパースやPR動画による周知拡大に努めていく。 <p>②交流拠点施設の整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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>③外国人観光客の受入態勢整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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、来訪者へゴミの取り扱い等マナー周知に努め、双方の満足度向上を図る。 ・再開発が進む長崎駅周辺においても、来訪者の通信環境向上を図るため、公衆無線LANの整備を行う。 <p>④世界遺産の受入態勢整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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。

個別施策進行管理事業シート

【個別施策コード:A3-3】

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	区分	令和元年度	令和2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】6,983,936千円</p>	実施年度	平成21～令和5年度			
		成果指標	事業進捗率(事業費べ-入)			
		目標値	52.6 %	62.2 %		
		総事業進捗率	32.7 %	45.4 %		
		達成率	62.2 %	73.0 %		
		決算(見込)額	1,480,135,797 円	1,958,915,037 円		
		当該年度執行率	58.2 %	56.9 %		
		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	(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。	(取組実績) 令和2年度は、道路設計2件、東口広場設計2件、西口駅前広場工事7件、建物撤去工事1件、電線共同溝工事1件、移転補償3件などを実施した。		
			(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。	(成果・課題等) 事業の進捗は遅れ気味であるが、西口駅前広場が完成し全面供用を図るとともに、令和2年3月の在来線高架切替を受け、駅東側の支障物件の撤去や移転補償を実施するなど、駅東側の整備に着手した。 軌道移設工事委託や道路改良工事、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、1,484,079千円を令和3年度へ繰り越した。 今後は、令和4年度秋頃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。		
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ためにMICE機能を有する施設と、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ためにMICE機能を有する施設と、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年度～令和3年度 【総事業量】整備面積A=33,517㎡ 【総事業費】14,700,000千円 【事業費累計】10,509,000千円</p>	実施年度	平成30年度～令和3年度			
		成果指標	交流拠点施設の整備進捗率			
		目標値	17.0 %	71.5 %		
		総事業進捗率	17.0 %	71.5 %		
		達成率	100.0 %	100.0 %		
		決算(見込)額	2,263,000,000 円	8,010,000,000 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>事業の進捗を客観的に判断できる数値として、総事業費((仮称)長崎市交流拠点施設整備・運営事業費)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。</p>			
		取組実績、成果・課題等	(取組実績) 令和元年度は、施設の実施設計が完了し、建設工事へと着手した。	(取組実績) 令和2年度は、施設の建設工事(建築、電気、設備)が予定どおり進捗した。		
			(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。	(成果・課題等) 建設工事は、予定どおり進捗し、事業期間内では予定どおり推移している。		

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	区分	令和元年度	令和2年度
3	(事業名) 長崎港クルーズ客船受入委員会負担金 【観光交流推進課】 (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	522,000 人	550,000 人
		実績値	732,538 人	45,349 人
		達成率	140.3 %	8.2 %
		決算(見込)額	9,800,000 円	4,900,000 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年の基準値から令和元年の目標を522,000人と設定した。	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年の基準値から令和2年の目標を550,000人と設定した。
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) 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。	(取組実績) 感染症の影響により、クルーズ船の来港はほとんどなかったものの、今後入港再開した際の受入環境整備のため、多言語パンフレットの製作等を行った。 (成果・課題等) 感染症対策等留意する必要がある。		
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	50.0 %	51.0 %
		実績値	45.3 %	41.3 %
		達成率	90.6 %	81.0 %
		決算(見込)額	44,604,941 円	3,333,032 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(「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)を成果指標とした。 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。	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2年度は51.0%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、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。	(取組実績) ・構成資産周辺の駐車場・トイレの維持管理、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 41.3% 新型コロナウイルス感染症の影響に伴い、施設の閉館や、イベントの中止等により「大変満足」、「満足」の満足度の割合が減少したものの、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3年度 個別施策評価シート

個別施策	A3-4 游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 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	星原 真樹

令和2年度 of 取組概要

<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"> ・各大学との包括連携協定等に基づき、各所属において大学と連携した取組みを推進した。 <p>② 「游学のまちdeやってみゅーで “U-サポ”」の運営</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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「游学のまちdeやってみゅーで “U-サポ”」について、引き続き長崎大学にその実施運営を委託した。 <p>③ 游学のまち長崎の取組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ・令和元年度に、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」(以下「協議会」という。)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」(以下「プロジェクト」という。)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ている。 ・令和2年度は長崎県立大学 吉村教授にプロジェクトのコーディネート業務を委託し、参加学生が動画制作に必要な技術等を習得するため、3回のワークショップを開催した。参加学生6名が「私の長崎」をテーマに動画を制作した。
--

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	H29	H30	R元	R2	R3
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	90.6	93.8	92.0	90.5	
		達成率	95.4%	98.7%	96.8%	95.3%	
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	2,031	2,231	2,431	2,631	5,431
		実績値	5,189	5,233	5,431	3,402	
		達成率	255.5%	234.6%	223.4%	129.3%	

※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2年度の取組成果は令和3年度の入学者数に影響するとの考えから、令和2年度の実績値は令和3年5月1日現在の調査データを記載する。(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。 <p>(平成30年度: 53件 → 令和元年度: 58件 → 令和2年度: 50件)</p>	<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”」の運営</p> <ul style="list-style-type: none"> ・様々な広報活動等により、新型コロナウイルス感染症の影響を受けつつも一定の学生の登録者数・ボランティア活動の延べ参加学生数を確保できた。 <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) 令和元年度:3,410人→令和2年度:3,210人 (前年度比 5.8%減)</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) 令和元年度:5,431人→令和2年度:3,402人 (前年度比 37.3%減)</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>また、コロナ禍においてもオンライン上での新たなボランティア活動が創出されるなど、今後急速に発展するデジタル化に向けた取組みを模索することができた。</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に必要な技術等を習得するため、3回のワークショップを実施した。 ・プロジェクト参加学生数 6人 ・参加学生6名が「私の長崎」をテーマに動画を制作した。 	<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”」の運営</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"> ・昨年度のワークショップ参加学生25名に声をかけたが、実際に活動した動画制作プロジェクトへの参加学生数が6名と全体の3割弱にとどまってしまった。 	<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に加え、令和2年度は新型コロナウイルス感染拡大の影響も要因となっている。</p>

今後の取組方針

<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"> ・庁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。 <p>②「游学のまちdeやってみゅーで“Uーサポ”」の運営</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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。 <p>③游学のまち長崎の取組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ・令和3年度については新型コロナウイルス感染拡大の状況を注視しながら、今後の取組みについて協議会で協議・検討をしていく。
--

No.	事業名・担当課・事業目的・概要	区分	令和元年度	令和2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 %	95.0 %
		実績値	92.0 %	90.5 %
		達成率	96.8 %	95.3 %
		決算(見込)額	2,040,000 円	2,871,200 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)。 長崎地域の大学の平均入学定員充足率が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「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>	<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2年度:3,402人) 令和元年度に市長と長崎地域の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に始動した、『『游学のまち長崎』動画制作プロジェクト』を本格化し、令和2年度は長崎県立大学 吉村教授にプロジェクトのコーディネート業務を委託した。参加学生が動画制作に必要な技術等を習得するため、3回のワークショップを開催した。参加学生6名が「私の長崎」をテーマに動画を制作した。 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50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。(R2.5.1:14,359人→R3.5.1:14,360人)</p> <p>令和3年度は新型コロナウイルス感染症の感染拡大の状況を注視しながら、協議会の今後の取組みについて協議・検討をしていく。</p>		