

所管事項調査

	目次	ページ
1	長崎市観光・MICE戦略の素案について	・・・ 1～77
2	長崎市観光施設事業経営戦略（案）について	・・・ 78～103
3	訴訟の現況について	・・・ 104

文化観光部

令和3年2月



1 長崎市観光・MICE戦略の素案について

(1) スケジュール／審議予定内容

スケジュール

R2年度	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
審議会	▶ 第1回 (8/7)		▶ 第2回 (10/2)	▶ 第3回 (11/6)			▶ 第4回 (1/22)	▶ 市長へ審議結果報告 (3/17)
庁内						▶ 都市経営会議		▶ 意思決定 (書面決裁)
庁外				▶ パブリックコメント募集 (11/20~12/20)				▶ 完成・公表
議会				▶ 正副議長報告 ▶ 中間報告			▶ 中間報告	→ 最終報告はR3年6月議会予定

審議予定内容

- 第1回 現状分析（取り巻く情勢、現状と課題 等）と戦略の意義・ビジョン・方向性等について
- 第2回 第1回を踏まえた戦略の意義・ビジョン・方向性、素案（施策内容、KPI、推進体制、進行管理 等）について
- 第3回 第2回を踏まえた戦略の意義・ビジョン・方向性、素案（施策内容、KPI、推進体制、進行管理 等）について
- 第4回 戦略最終案及び審議結果報告案について

(2) 長崎市観光・MICE振興審議会 委員一覧

(敬称略・構成区分順／五十音順)

構成区分	氏名	所属団体名	肩書
学識経験	下地 芳郎 (会長)	一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー ／ 国立大学法人琉球大学 国際地域創造学部	会長 ／ 客員教授
学識経験	高橋 一夫 (副会長)	近畿大学 経営学部	教授
観光関係団体	太田 吉信	独立行政法人国際観光振興機構 (JNTO：日本政府観光局)	総務部次長
観光関係団体	河野 まゆ子	株式会社 JTB 総合研究所 コンサルティング事業部	地域戦略部長 主席研究員
観光関係団体	塚島 宏明	長崎県旅館ホテル生活衛生同業組合連合会	理事
観光関係団体	豊饒 英之	一般社団法人長崎国際観光コンベンション協会	DMO 推進局長
観光まちづくり 関係団体	桐野 耕一	NPO 法人長崎コンプラドール	理事長
産業関係団体	内田 信吾	株式会社インテックス	代表取締役社長
商工業関係団体	船橋 修一	九州教具株式会社	代表取締役社長

長崎市観光・MICE 戦略 (素案)

令和3年1月
長崎市文化観光部

Contents

第1章 背景と目的

- 1 観光・MICE 振興の意義 p. 1
- 2 戦略策定の趣旨 p. 3
- 3 観光・MICE 振興ビジョン p. 4
- 4 観光・MICE 戦略の位置づけと期間 p. 6
- 5 観光・MICE に関連する長崎市の主な計画 p. 7
- 6 SDGs（持続可能な開発目標）への貢献 p. 8

第2章 長崎市の観光・MICE のいま

- 1 観光・MICE を取り巻く情勢 p. 9
- 2 長崎市の現状と課題 p. 19

第3章 長崎市の観光・MICE のみらい

- 1 目標 p. 47
- 2 重要な視点 p. 48
- 3 施策 p. 49
- 4 推進体制 p. 66

資料編

- 1 長崎市観光・MICE 振興審議会 p. 68
- 2 用語解説 p. 70

第1章 背景と目的

1 観光・MICE 振興の意義

日本全体が人口減少、少子高齢化時代という局面を迎え、長崎市においてもこれからの30年間で約10万人以上が減少すると予測されており、経済衰退が懸念されています。

今後、都市の活力を持続するためには、人口減少対策とともに、交流人口拡大の取組みが欠かせません。

長崎市は人の交流によって栄えてきたまちです。

これまで、歴史、伝統、文化、自然や景観などの豊かな地域資源を開拓し、磨き、そして活かすまちづくりを進めてきました。

平成15年度に策定した「長崎市観光2006アクションプラン」の基本理念「まち活かし・ひと活かし」のもと、「市民が地域の財産を再認識する契機」「地域活性化や暮らしやすさに繋がる観光」「住み良いまちと訪問客にとって良いまちの融合」を基本的な考え方として、まち歩きを足掛かりにスタートし、訪問客・事業者・市民がともにWin-Winとなる観光まちづくりを推進してきました。

そして今、まさに「100年に1度」とも言える大きなまちの進化の時期を迎えています。「出島メッセ長崎」の開業、九州新幹線西九州ルート of 暫定開業に伴う長崎駅周辺再整備、長崎スタジアムシティプロジェクトや海の玄関口である松が枝国際観光船埠頭の2バース化など、都市機能の向上が加速する中、訪問客の増加と新規ビジネスの参入が期待されています。

これを契機として、長崎市が誇る有形・無形の地域資源に磨きをかけ、「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、雇用創出と所得向上につなげる「交流の産業化」の取組みを加速します。

国内観光のみならず、インバウンドやMICE、スポーツ、文化など訪問目的を増やすことで、訪問客数の底上げを図るとともに、季節による繁閑の差を埋め、需要の平準化を図ります。その結果、民間の主体的な参画が促進され、まちが潤うことで暮らしやすさが向上し、ひいては定住促進が図られていくという経済の好循環をめざします。

2020年（令和2年）、新型コロナウイルス感染症が全世界で猛威を振るい、我が国でも全都道府県に「緊急事態宣言」が発せられ、人の移動や交流のあり方は大きく変化しました。

観光需要は、災害、感染症、政治問題、為替など外的要因の影響を受け易い特徴がありますが、観光産業は長崎市の基幹産業の一つであるため、裾野の広い関連産業の体質強化を図り、経済活動を活性化することが重要です。ポストコロナに向け、官民が一体となって「ニューノーマル」を取り入れた変化に強いまちづくりを進めていく必要があります。

また、観光・MICE の振興は、経済的効果だけでなく、教育や異文化理解といった社会的効果ももたらすため、都市のレベルアップには欠かせません。

これから先も長崎のまちが、人の交流によってさらに発展していくために、観光・MICE 振興に取り組んでいきます。

—— 交流がもたらす経済的効果 ——



*1 参考：「令和元年度版長崎市統計年鑑」 自然動態（出生・死亡）△2,461 人、社会動態（転入・転出）△2,933 人

*2 参考：総務省統計局「家計調査年報 2019 年」 1 世帯当たり年間消費支出 3,254,743 円、平均世帯人員 2.66 人

2 戦略策定の趣旨

長崎市では、これまで、2008年（平成20年）に「長崎市観光戦略」を策定し、国内観光客誘致の取組みを進めるとともに、2011年（平成23年）に「長崎市アジア・国際観光戦略」を策定し、国際観光への取組み強化を図ってきました。

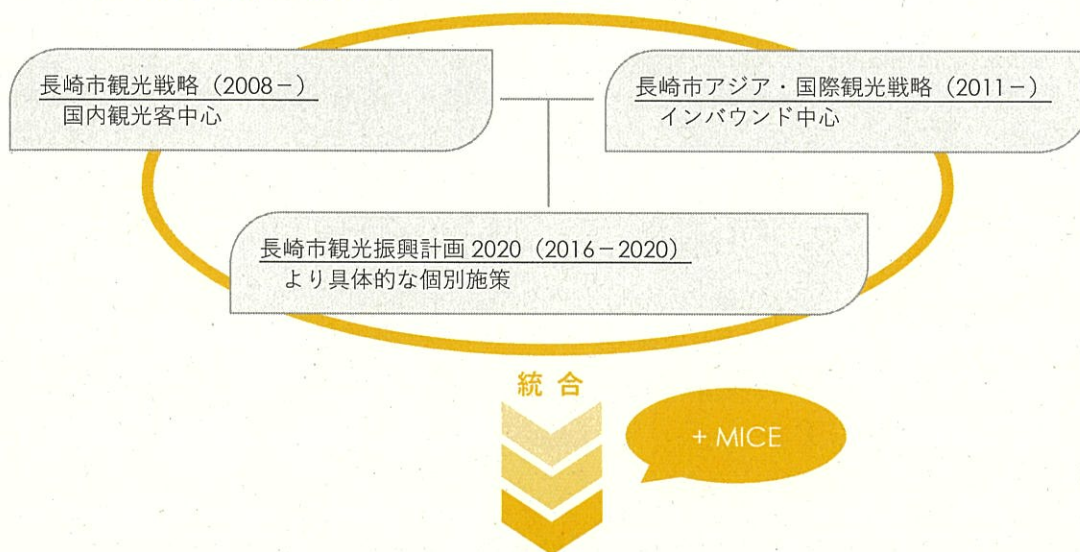
また、この二つの戦略の具体的な行動計画として、2016年（平成28年）に策定した「長崎市観光振興計画2020」に基づき、「住むひとが誇り、だれもが訪れたいまち」をめざし、「交流の産業化」による「人を呼んで栄えるまち」の実現に取り組んできました。

この度、観光を取り巻く社会情勢の変化や多様化する訪問客のニーズに対応するため、従来の戦略及び計画を統合するとともに、観光のみならず2021年（令和3年）11月に開業する「出島メッセ長崎」を中心としたMICEによる振興を図ることを目的として、新たに「長崎市観光・MICE戦略」を策定します。

この戦略は、交流人口の拡大による経済活性化と市民生活との調和を図るため、行政、事業者、DMO、市民など多様な関係者がめざすべきビジョンを共有し、そのビジョンを達成するための基本的な方向性や重点的に進めるべき取組みの指針を示すものです。

また、国の「明日の日本を支える観光ビジョン」や長崎県の「観光振興基本計画」との連携、整合性を図るとともに、長崎市の総合計画を達成するための観光・MICE分野の個別戦略として位置づけます。

戦略及び計画の統合



長崎市観光・MICE 戦略

(2021-2025)

選ばれる 21 世紀の交流都市

—— まちは変わる。ひとが、訪れる価値をつくっていく。

選ばれる 21 世紀の交流都市

長崎市は、「100年に1度のまちの変革」を契機として「交流の産業化」を加速するため、国内観光のみならず、インバウンドやMICE、スポーツ、文化など多様な目的をもつ訪問客から選ばれることで、訪問客数や消費額の底上げを図るとともに、季節によって変動する訪問需要の平準化を図ります。

また、コロナ禍によって、安全安心やデジタル変革、自然・体験、マイクロツーリズム、地域の魅力再発見など、顧客ニーズに変化が生まれています。

こういった時代の変化、環境の変化に柔軟に対応し、行政・DMO・事業者・市民が協力して「交流の産業化」を加速させ、まちが潤い、暮らしやすさが向上することで、訪問客・事業者・市民が相互にWin-Winとなる調和のとれた「選ばれる21世紀の交流都市」となることを目指します。

まちは変わる。ひとが、訪れる価値をつくっていく。

そして、100年に1度のまちの変革は、ハードが変わるだけではなく、ニューノーマル時代への変化やデジタル変革への適応も含めて、“ひと”によってなされていきます。まちが変わることをきっかけに、“ひと”が、長崎に訪れる価値をつくっていきます。

長崎市の将来像

1 訪問客がまた来たい・もっと過ごしたいと思うまち

- ✓ 観光のみならず、MICE、スポーツ、文化など多様な目的で訪問客が国内外から訪れています。
- ✓ 安全安心・快適な環境の中で、長崎市の魅力を満喫しています。

2 事業者が交流で潤い、成長するまち

- ✓ DMO を中心とした民間の主体的な参画により、「人」の交流を生み出しています。
- ✓ 質の高いサービスにより外貨を稼ぎ、雇用創出と所得の向上につながっています。

3 市民が誇りを持ち、住み続けたいと思うまち

- ✓ 市民が地元の魅力に満足し、自ら長崎市の魅力を発信しています。
- ✓ 観光・MICE の振興によって、市民の生活の質が向上しています。

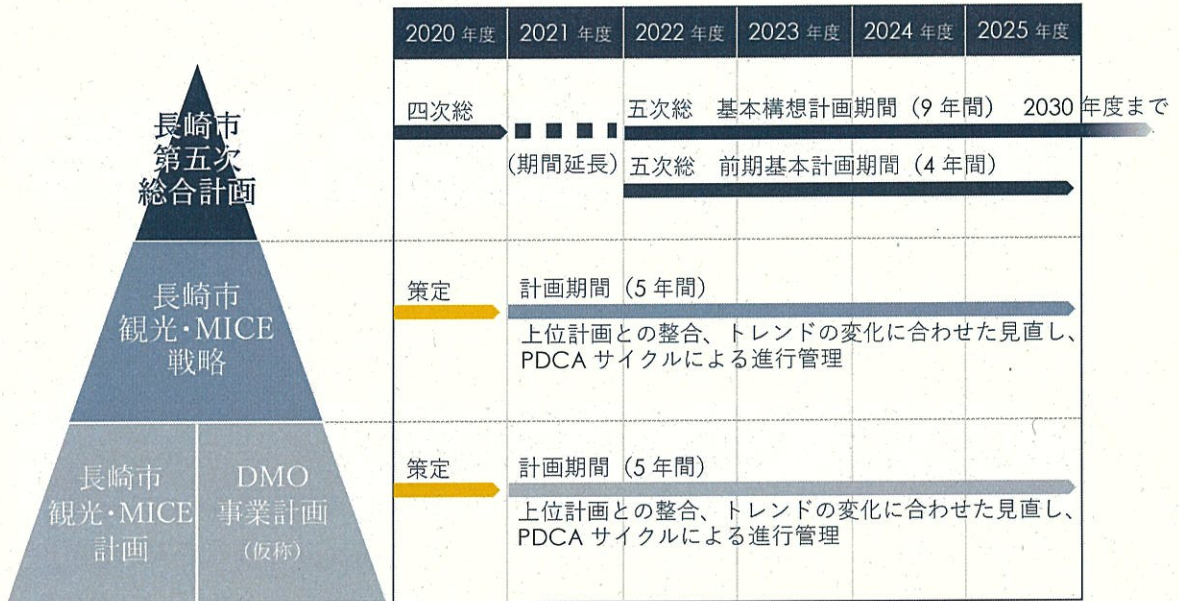
4 危機管理に強いまち

- ✓ 感染症、災害、国際情勢などの環境の変化に柔軟に対応しています。



訪問客・事業者・市民がともに Win-Win

4 観光・MICE 戦略の位置づけと期間



■ 長崎市第五次総合計画

本来、2021年度（令和3年度）から2030年度（令和12年度）までを計画期間とする予定であったが、新型コロナウイルス感染拡大の影響により、始期が1年延長され、計画期間は、2022年度（令和4年度）から2030年度（令和12年度）までの9年間。（前期4年間／後期5年間）

■ 長崎市観光・MICE戦略

「長崎市総合計画」に沿った観光分野の個別戦略として、長崎市が策定。期間は、「長崎市第五次総合計画 前期基本計画」の終期と合わせて、2021年度（令和3年度）から2025年度（令和7年度）までの5年間。2021年度（令和3年度）は「長崎市第五次総合計画」の策定状況に応じて見直しを行う。

本戦略に基づく具体的な事業計画は、「長崎市観光・MICE計画」を策定し、進行管理を行う。

■ DMO事業計画(仮称)

「長崎市観光・MICE戦略」を踏まえたDMOの具体的な行動計画として、DMOが策定。

● 「長崎市観光・MICE戦略」と「DMO事業計画(仮称)」は、
長崎市とDMOが連携しながら策定。

5 観光・MICE に関連する長崎市の主な計画

企画財政部

■ まち・ひと・しごと創生総合戦略

まち・ひと・しごと創生法に基づき、人口減少の克服と地域活力の向上に向け、「若い世代に選ばれる魅力的なまち」の実現を目指す戦略

商工部

■ 経済成長戦略

長崎の経済の現況等を分析し、その強みを活かして地域の経済成長を促す方向性を示した戦略

■ 中心市街地活性化基本計画

人口の社会減の深刻化、社会経済情勢の変化に対応して、中心市街地における都市機能の増進及び経済活力の向上を総合的かつ一体的に推進していく計画

文化観光部

■ 新幹線開業アクションプラン

2022年度（令和4年度）の九州新幹線西九州ルート（武雄温泉－長崎間）開業効果を最大化するために官民一体となって推進していくプラン

水産農林部

■ 水産振興計画

「魚の美味しいまち長崎の強みを活かした水産業の発展」を基本施策とした、水産分野の実践的な計画

■ 農業振興計画

農業分野の施策をより具体化し、長崎市の特色や背景に合わせ、今後の農業の目指すべき姿とその実現方法を示した計画

土木部

■ バリアフリー基本構想

ハードとソフト両面のバリアフリー化を推進することにより、すべての人が住みやすい・生活しやすいまちを実現するための構想

まちづくり部

■ 都市計画マスタープラン

人口減少、少子化、高齢化の進行など、社会経済情勢の変化に的確に対応していくため、都市づくりの方向性を明らかにしたマスタープラン

■ 景観計画

景観の特徴と形成上の課題を踏まえ、「多彩な物語をはぐくむ長崎の景観づくり」を実現するための計画

■ 中心市街地活性化基本計画（再掲）

人口の社会減の深刻化、社会経済情勢の変化に対応して、中心市街地における都市機能の増進及び経済活力の向上を総合的かつ一体的に推進していく計画

■ 歴史的風致維持向上計画

行政と市民が連携・協働して、長崎市固有の歴史的風致を守り育て、次世代へと継承していくための計画

■ 環長崎港夜間景観向上基本計画

「世界一の夜景都市」となることを目指し、遠景及び中・近景の観点から必要な取組みについて体系的にまとめた、戦略的に夜間景観の向上を図るための計画

6 SDGs (持続可能な開発目標) への貢献

SDGs (Sustainable Development Goals : 持続可能な開発目標) は、「誰一人取り残さない (leave no one behind)」持続可能でよりよい社会の実現を目指す世界共通の目標です。2015年の国連サミットにおいて全ての加盟国が合意した「持続可能な開発のための2030アジェンダ」の中で掲げられました。2030年を達成年限とし、17のゴールと169のターゲットから構成されています。

長崎市観光・MICE戦略においても、SDGs達成に貢献していきます。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



17のゴールのうち、長崎市観光・MICE戦略に関連するもの

- 目標 4. すべての人々への包摂的かつ公正な質の高い教育を提供し、生涯学習の機会を促進する
- 目標 8. 包摂的かつ持続可能な経済成長及びすべての人々の完全かつ生産的な雇用と働きがいのある人間らしい雇用 (ディーセント・ワーク) を促進する
- 目標 10. 各国内及び各国間の不平等を是正する
- 目標 11. 包摂的で安全かつ強靱 (レジリエント) で持続可能な都市及び人間居住を実現する
- 目標 12. 持続可能な生産消費形態を確保する
- 目標 17. 持続可能な開発のための実施手段を強化し、グローバル・パートナーシップを活性化する

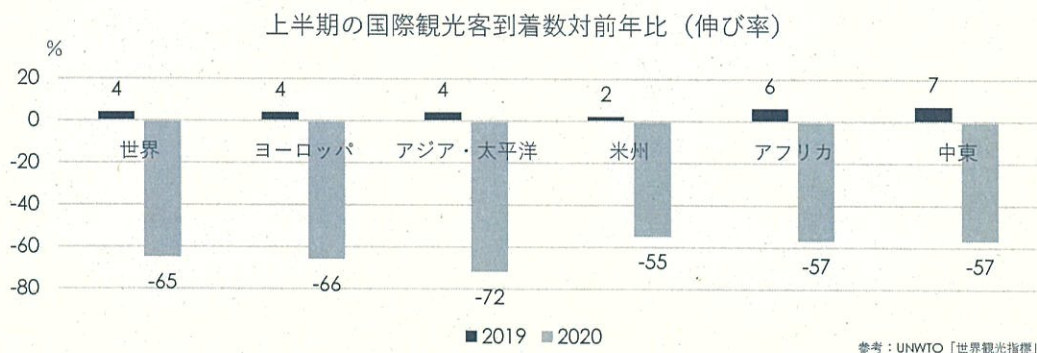
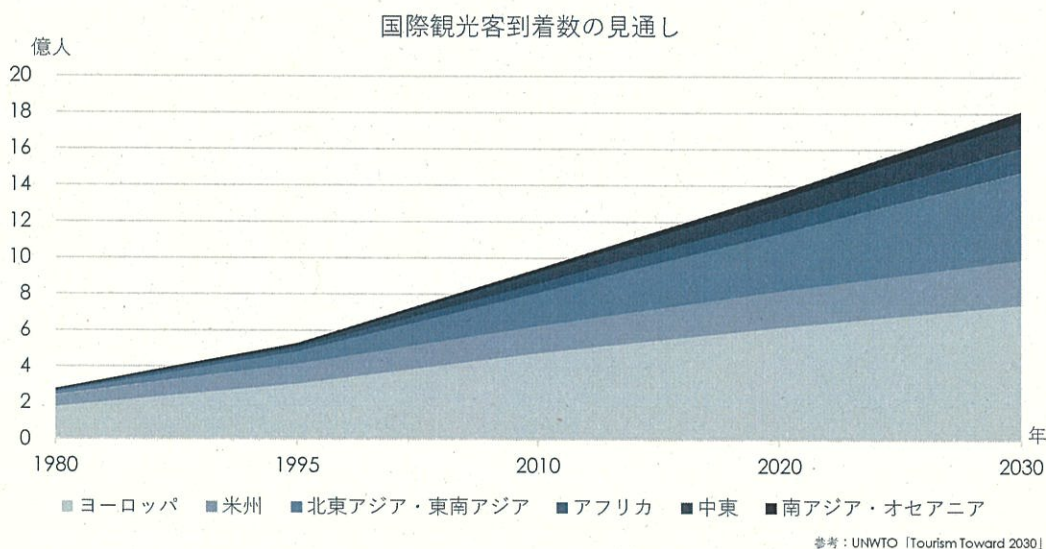
第2章 長崎市の観光・MICE のいま

1 観光・MICE を取り巻く情勢

(1) 世界の観光動向

UNWTO（国連世界観光機関）の2020年（令和2年）1月の発表では、2019年（令和元年）の世界全体の国際観光客数は前年より約5,400万人増（前年比3.8%増）の14億6,100万人となり、2009年（平成21年）はリーマンショックの影響から減少しましたが、それ以降は10年連続での増加となっています。

国際観光客数は2030年（令和12年）には18億1,000万人に達すると予測されていましたが、2020年（令和2年）1月に発生した新型コロナウイルス感染症の世界的大流行の影響により、多くの国々でロックダウンが始まり、旅行規制が行われ、空港や国境が閉鎖された結果、前年比60-80%減少する可能性があるなど、新型コロナウイルス感染症の流行による影響は、健康被害はもちろんのこと、観光業をはじめとする経済に深刻な打撃を与えています。



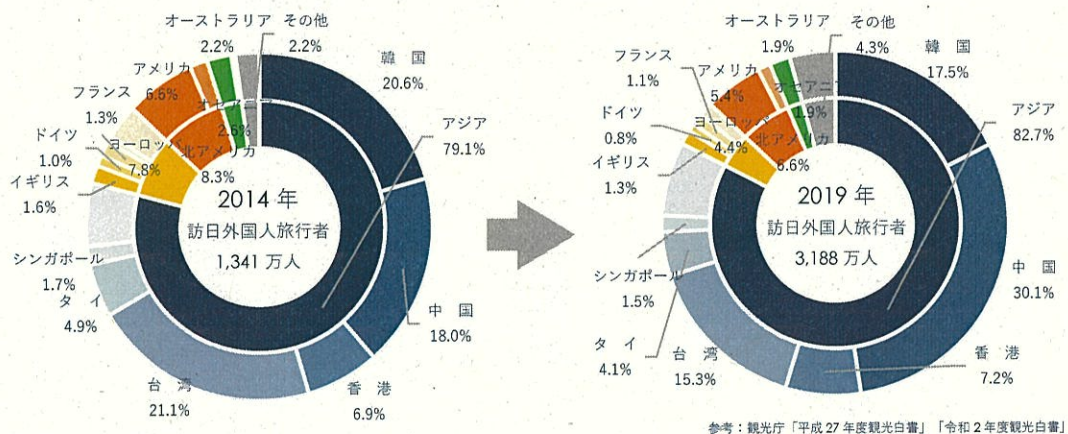
(2) 訪日旅行の動向

2019年（令和元年）の訪日外国人旅行者数は、過去最高となる3,188万人（前年比2.2%増）となり、2年続けて3,000万人を突破し、7年連続で過去最高を更新しました。訪日外国人旅行者数が堅調に増加している要因としては、近隣アジア諸国を中心とした諸外国のアウトバウンドが増加する中、観光を地方創生の切り札、我が国の成長戦略の柱と位置付け、ビザ緩和や訪日外国人旅行者向け消費税免税制度の拡充、交通ネットワークの充実、多言語表記をはじめとする受入環境整備等への関係者の協力、日本政府観光局をはじめとしたインバウンド関係者が連携して取り組んだプロモーション等の成果によるものと考えられます。

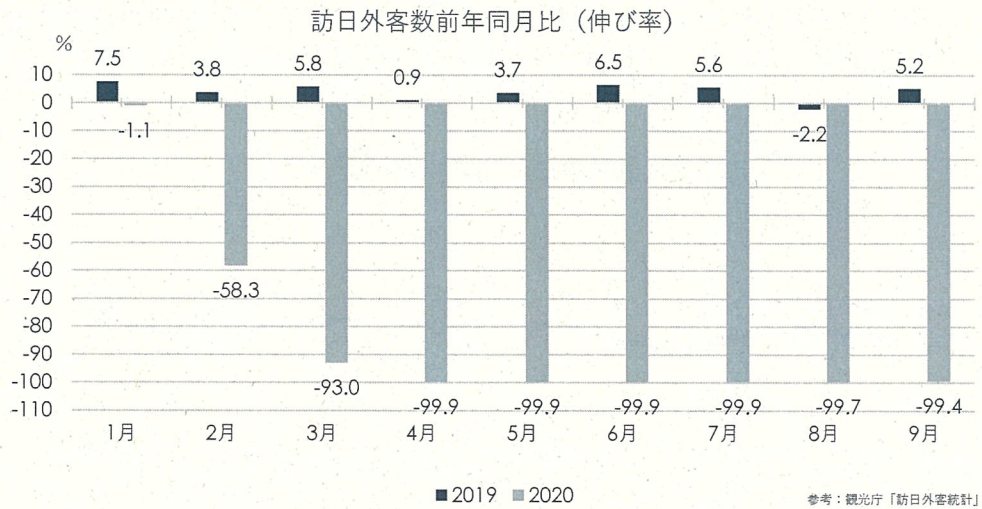
訪日外国人旅行者による日本国内における消費額は、2012年（平成24年）以降急速に拡大し、2019年（令和元年）は4兆8,135億円（前年比6.5%増）となり、訪日外国人旅行者1人当たりの旅行支出は、2019年（令和元年）には158,531円（前年比3.6%増）となりました。この背景としては、1人当たり旅行支出が比較的高い傾向にある中国や欧米豪の訪日外国人旅行者数が堅調に伸びたことがあげられます。



訪日外国人旅行者数内訳比較

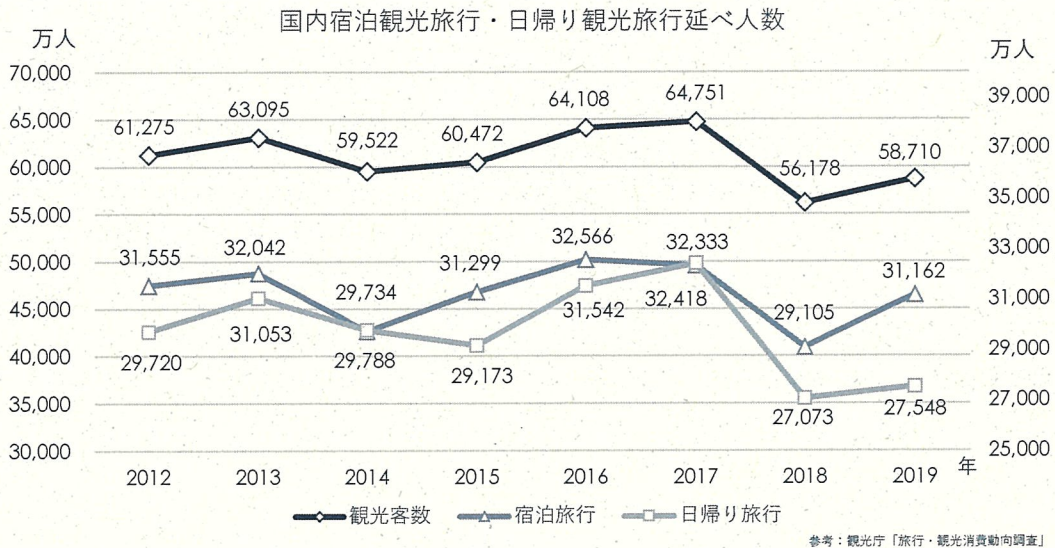
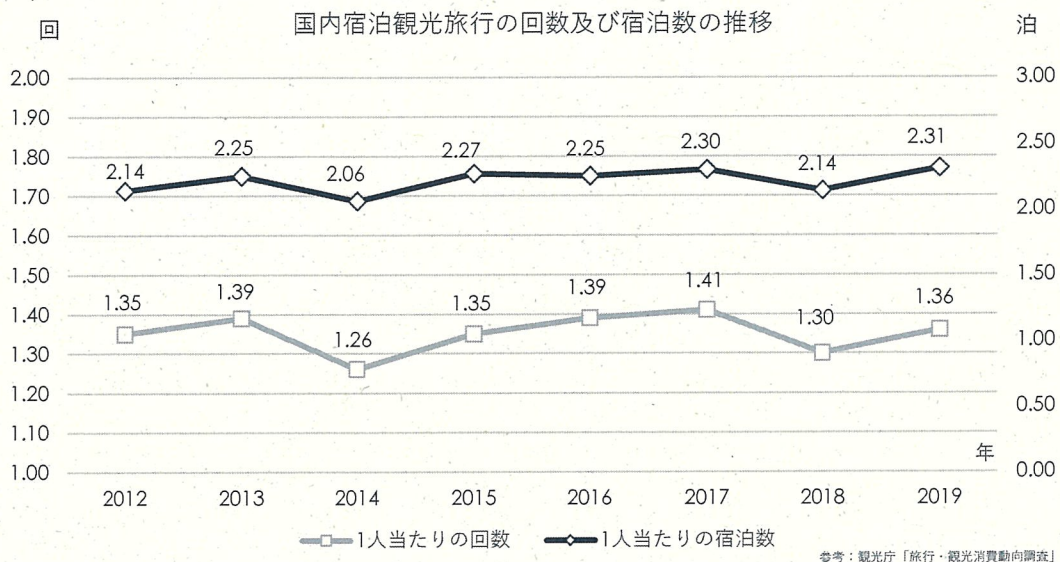


しかしながら、新型コロナウイルス感染症が世界的に大流行した影響により、2020年（令和2年）2月の訪日外客数は前年比58.3%減となり、多くの国でロックダウン等が始まった同年4月以降は前年比99%減が続き、訪日外客数は限りなくゼロに近い数字となっています。

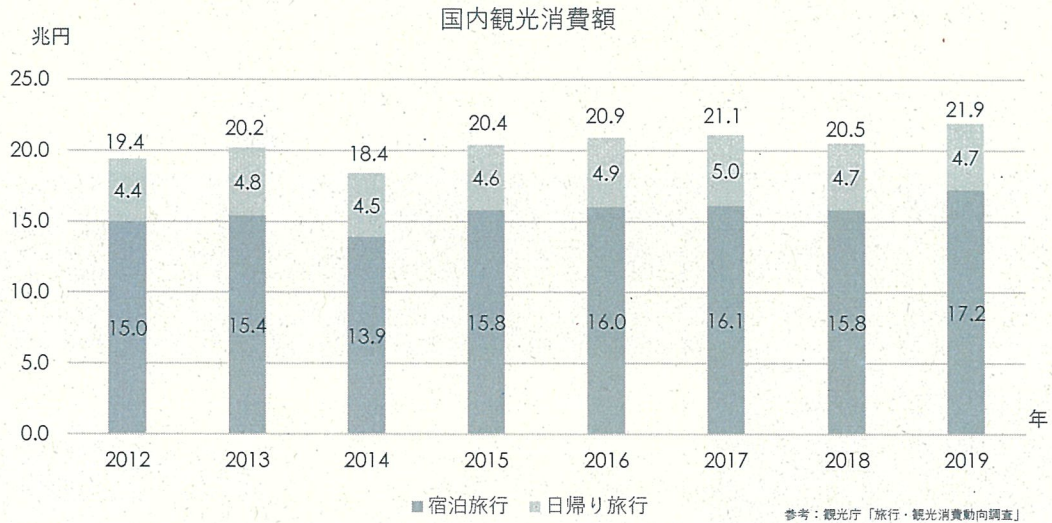


(3) 国内旅行の動向

2019年（令和元年）は、日本人の国民1人当たりの国内宿泊観光旅行の回数は1.36回、宿泊数は2.31泊の延べ3億1,162万人（前年比7.1%増）となり、国内日帰り旅行者数は延べ2億7,548万人（前年比1.8%増）となりました。その要因としては、ゴールデンウィークが10連休であったことや、5月の日照時間が記録的に長かった地方が多く旅行環境に恵まれていたこと等により、宿泊旅行及び日帰り旅行がともに増加しました。一方、9月の「令和元年房総半島台風」、同年10月の「令和元年東日本台風」による災害の影響もありました。



国内旅行者数が増加したことにより、2019年（令和元年）の日本人国内旅行消費額は、宿泊旅行及び日帰り旅行ともに増加し、21.9兆円（前年比7.1%増）となりました。



国内における新型コロナウイルス感染症の流行により、延べ宿泊者数が減少しており、緊急事態宣言が発令された4月は前年同月比約76%減となり、5月に至っては80%を超えるなど大きな影響を受けています。5月25日に全国で緊急事態宣言が解除されて以降、国や各自治体を実施したキャンペーン等の影響により徐々に減少率が縮小しています。



(4) 国内旅行の希望時期

また、2020年（令和2年）5月時点で国内旅行を希望する人のうち、若い男性ほど早い時期を希望する割合が高く、年配の女性ほど慎重に感染状況次第で判断する割合が高い傾向にあります。

希望する国内宿泊旅行の時期
 (複数回答/国内宿泊旅行希望者)

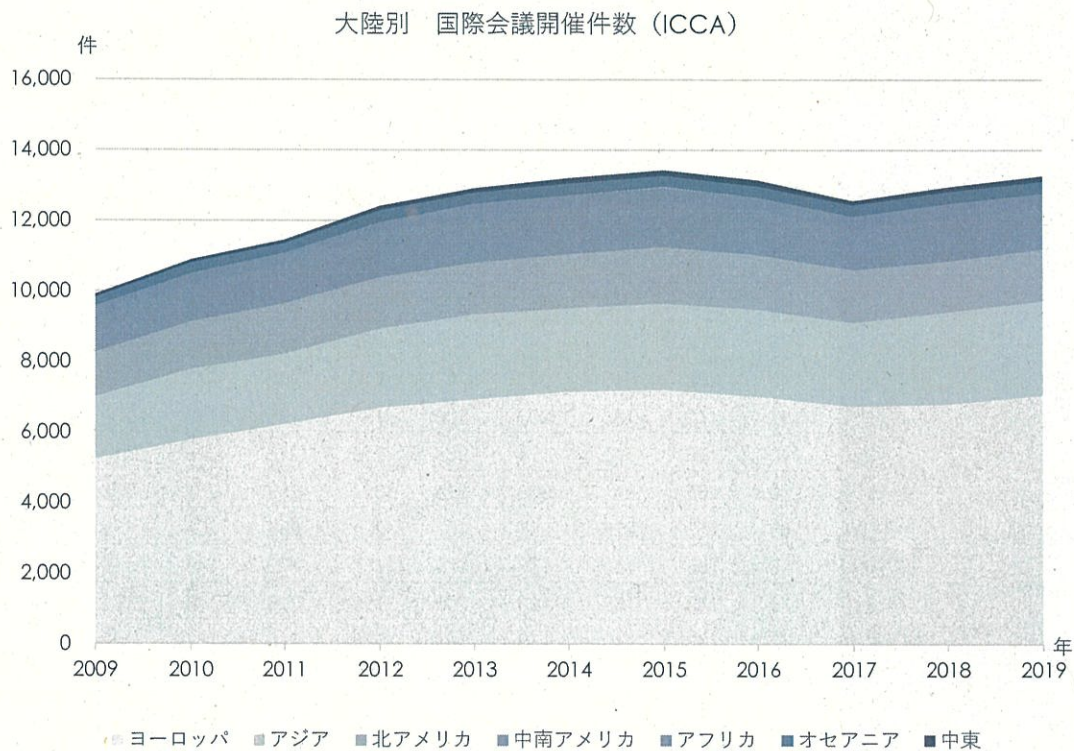
■ 全体+10ポイント以上 ■ 全体-5~10ポイント以上
■ 全体+5~10ポイント以上 ■ 全体-10ポイント以上

		調査数	2020年の夏 休み(7月中 旬~8月頃) 前まで	2020年の夏 休み(7月中 旬~8月頃) 中	2020年秋~ 年末ごろまで	2021年以降	わからない・ 感染状況によ る
全体		1,434	6.2	10.3	26.2	23.8	44.6
性年代別	男性・計	705	8.7	13.6	31.8	24.8	36.2
	20代	70	17.1	20.0	28.6	15.7	34.3
	30代	170	7.6	14.7	33.5	31.2	38.2
	40代	104	5.8	14.4	27.9	18.3	43.3
	50代	127	7.9	13.4	26.0	24.4	40.2
	60歳以上	234	8.5	10.7	36.3	26.1	29.9
	女性・計	729	3.8	7.1	20.9	22.9	52.7
	20代	109	4.6	15.6	22.0	33.0	42.2
	30代	136	2.2	7.4	19.9	22.8	55.9
	40代	143	4.9	7.0	14.7	25.9	55.9
	50代	101	5.9	7.9	32.7	15.8	44.6
	60歳以上	240	2.9	2.9	19.6	19.6	57.1

参考：「新型コロナウイルス感染症の旅行市場への影響」調査（リクルートじゃらんリサーチセンター調べ）

(5) 世界の MICE 動向

国際会議関連団体及び事業者を会員とする ICCA（国際会議協会）の統計によると、世界全体の国際会議の開催件数は近年横ばいですが、この10年間で比較すると増加傾向にあります。2019年（令和元年）の国際会議開催件数は13,269件であり、大陸別に見ると国際機関・学会の本部の多くが設置されているヨーロッパが全体の53%（7,033件）を占めており、アジアは20%（2,672件）となっています。



参考：ICCA 国際会議統計

国別国際会議開催件数（2019年（令和元年）上位30位を抜粋）※ICCA基準

開催国	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
アメリカ	888	969	975	960	1,024	1,067	1,022	941	947	934
ドイツ	611	632	692	753	744	725	729	682	642	714
フランス	473	487	553	590	613	584	575	506	579	595
スペイン	505	493	550	535	574	582	575	564	595	578
イギリス	516	511	556	613	629	659	624	592	574	567
イタリア	462	460	486	524	558	570	499	515	522	550
中国（香港・マカオ除く）	391	415	408	465	452	430	463	376	449	539
日本	365	279	373	392	394	401	431	414	492	527
オランダ	234	315	336	327	349	350	389	307	355	356
ポルトガル	210	256	228	267	233	296	311	298	306	342
カナダ	277	282	304	308	289	336	303	360	315	336
オーストラリア	256	211	260	247	287	266	225	258	265	272
韓国	217	237	253	297	273	297	276	279	273	248
ベルギー	221	214	233	253	225	253	219	208	252	237
スウェーデン	225	209	266	251	266	230	273	255	257	237
オーストリア	218	277	273	247	307	265	284	281	240	231
スイス	243	233	243	221	247	210	208	230	208	221
アルゼンチン	197	162	185	203	200	189	195	199	232	214
ポーランド	140	198	171	194	201	216	212	216	211	213
ブラジル	250	285	341	308	294	324	259	237	233	209
デンマーク	155	157	209	187	181	223	188	203	192	202
ギリシャ	140	165	132	119	175	177	172	144	166	202
メキシコ	178	187	183	183	200	199	208	198	172	197
チェコ	142	142	140	170	167	185	165	187	162	171
フィンランド	161	162	176	171	181	156	187	156	140	168
台湾	156	160	153	149	183	150	154	141	173	163
タイ	87	104	158	151	133	165	181	163	193	162
インド	120	130	168	163	138	155	153	175	158	158
コロンビア	97	101	127	133	168	144	160	142	147	154
ノルウェー	131	124	165	138	128	161	152	156	161	151

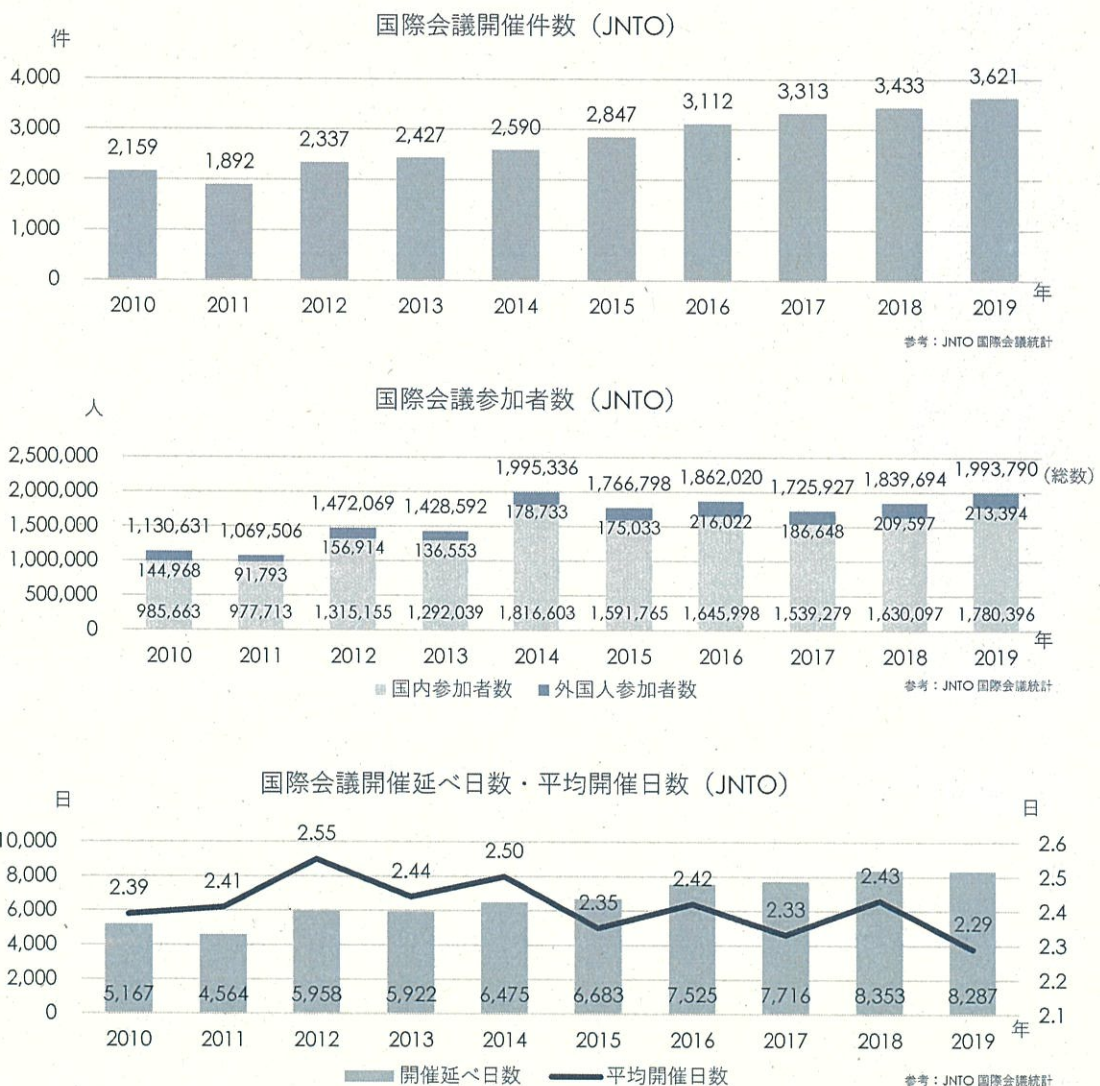
参考：ICCA 国際会議統計

(6) 国内の MICE 動向

2019 年（令和元年）に日本で開催された国際会議の件数は、前年比 5.5% 増（188 件増）の 3,621 件となり、参加者総数は 8.4% 増（154,096 人増）の 1,993,790 人、外国人参加者数は 1.8% 増（3,797 人増）の 213,394 人となりました。

また、国際会議 1 件あたりの平均開催日数は前年より 0.14 日減の 2.29 日、開催延べ日数は対前年 66 日減（0.8% 減）の 8,287 日となりました。

新型コロナウイルス感染症の流行により、国際会議の誘致・開催にも影響が出ており、JNTO（日本政府観光局）が MICE アンバサダーに行ったアンケートによると、約 7 割のアンバサダーが国際会議の誘致・開催状況に「中止」「延期」「オンライン開催への切替」などの影響が出ており、今後の国際会議の開催の在り方についても変化が生じていくものと推測されます。



都市別国際会議開催件数（2019年（令和元年）上位30位を抜粋）※JNTO基準

開催都市	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
東京(23区)	491	470	500	531	543	557	574	608	645	561
神戸市	91	83	92	93	82	113	260	405	419	438
京都市	155	137	196	176	202	218	278	306	348	383
福岡市	216	221	252	253	36	363	383	296	293	313
横浜市	174	169	191	226	200	190	188	176	156	277
名古屋市	122	112	126	143	163	178	200	183	202	252
大阪市	69	72	140	172	130	139	180	139	152	204
北九州市	49	38	45	57	73	86	105	134	133	150
仙台市	72	40	81	77	80	221	115	120	116	136
札幌市	86	73	61	89	101	107	115	116	109	102
千里地区(※1)	65	54	113	113	104	94	85	98	68	84
広島市	25	24	37	50	50	59	76	87	74	72
千葉市	56	30	32	28	31	31	43	57	65	56
つくば地区(※2)	69	46	53	51	66	53	50	47	42	54
岡山市	11	13	16	23	33	33	30	35	34	43
奈良市	33	21	30	31	45	36	39	29	36	32
柏市	21	4	5	8	12	15	21	25	32	27
富山市	7	6	3	9	11	19	18	22	21	27
新潟市	22	14	23	18	22	22	24	13	14	26
恩納村	3	4	6	12	12	17	17	19	23	24
淡路市	26	19	18	13	14	17	21	10	19	20
東広島市	13	9	13	12	15	12	14	21	23	19
金沢市	31	26	27	18	22	21	25	35	27	19
熊本市	2	10	6	8	8	19	16	20	17	18
静岡市	9	4	2	3	7	5	11	6	14	16
さいたま市	3	2	11	9	5	7	5	12	11	15
浜松市	6	5	7	3	7	10	3	7	8	15
松江市	2	3	9	10	8	6	10	16	14	12
浦安市	9	5	3	7	6	5	4	3	7	12
宇治市	3	7	3	2	6	10	10	23	10	12
⋮										
長崎市	7	8	14	9	5	10	9	8	6	8

参考：JNTO国際会議統計

※1 「千里地区」は、大阪府の豊中市、吹田市、茨木市、高槻市、箕面市を含む。

※2 「つくば地区」は、茨城県のつくば市、土浦市を含む。

※3 1つの国際会議が複数の都市にまたがって開催された場合、それぞれの都市において1件として計上している。

2 長崎市の現状と課題

(1) 観光客数・観光消費額

2015年（平成27年）に策定した「長崎市観光振興計画2020」において、長崎市は2020年（令和2年）に観光客710万人、観光消費額1,600億円を目標に掲げており、「2つの世界遺産があるまち」「世界新三大夜景」等により、2017年（平成29年）に過去最高となる観光客708万人、2018年（平成30年）には観光消費額1,497億円となるなど「長崎市観光振興計画2020」の個別年毎ごとの目標をほぼ達成していますが、2020年（令和2年）については、新型コロナウイルス感染症の影響により、目標を達成するのは困難な状況です。



月別観光客数では、3月や8月の大型連休や10月、11月の行楽シーズンに多くの観光客が訪れています。

一方で、12月から2月にかけては少ない状況となっており、長崎ランタンフェスティバルに続く新たな閑散期対策が必要となっています。



(2) 宿泊客・日帰り客

長崎市の宿泊客数は、「明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業」の世界遺産登録等があった2015年（平成27年）をピークとして、2016年（平成28年）に発生した熊本地震の影響により大きく落ち込み、その後は長崎ランタンフェスティバルの充実や出島・平和公園のライトアップなどの宿泊滞在型観光に取組み、近年、徐々に増加しているものの、伸び悩んでいます。

日帰り客数は、中国におけるクルーズ市場の拡大に伴い、2016年（平成28年）と2017年（平成29年）のクルーズ客（日帰り客にカウント）が大幅に増加しましたが、その後、中国クルーズ市場が調整局面を迎えたことから、微減に転じています。

また、修学旅行客は、宿泊客数の約1割を占めていますが、人口減少・少子化の影響により減少傾向にあります。



修学旅行先（2019年（令和元年）上位10都道府県抜粋）

中学校 (単位：件、%)

順位	順位			旅行先	件数	構成比
	前々回	前回	今回			
1	1	1	1	京都	413	22.7
2	2	2	2	奈良	361	19.8
3	3	3	3	東京	217	11.9
5	4	4	4	大阪	165	9.1
4	5	5	5	千葉	134	7.4
6	6	6	6	沖縄	73	4.0
8	7	7	7	広島	67	3.7
7	9	8	8	神奈川	60	3.3
9	8	9	9	長崎	42	2.3
10	11	10	10	福岡	41	2.3

高校 (単位：件、%)

順位	順位			旅行先	件数	構成比
	前々回	前回	今回			
1	1	1	1	沖縄	250	11.5
4	4	2	2	大阪	207	9.6
3	3	3	3	京都	205	9.5
2	2	4	4	東京	202	9.3
6	6	5	5	奈良	138	6.4
5	5	6	6	千葉	122	5.6
7	7	7	7	北海道	113	5.2
8	8	8	8	兵庫	76	3.5
9	10	8	8	長崎	76	3.5
11	11	10	10	福岡	70	3.2

参考：公益財団法人日本修学旅行協会「教育旅行年鑑データブック2020」

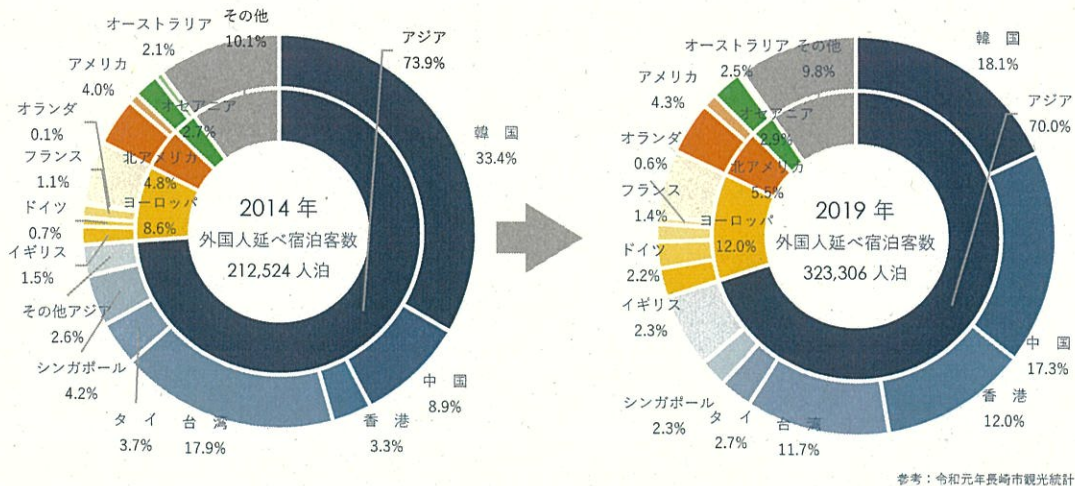
(3) 外国人観光客

長崎市の外国人延べ宿泊者数は、2015年（平成27年）の「明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業」が世界遺産に登録されたことや、全国的に中国人観光客が増加したこと等により、2015年（平成27年）に過去最高を記録しました。その後は微減し、2018年（平成30年）に「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」の世界遺産登録や、2019年（令和元年）にラグビーワールドカップ日本大会の開催などにより増加したものの、やや伸び悩んでいます。



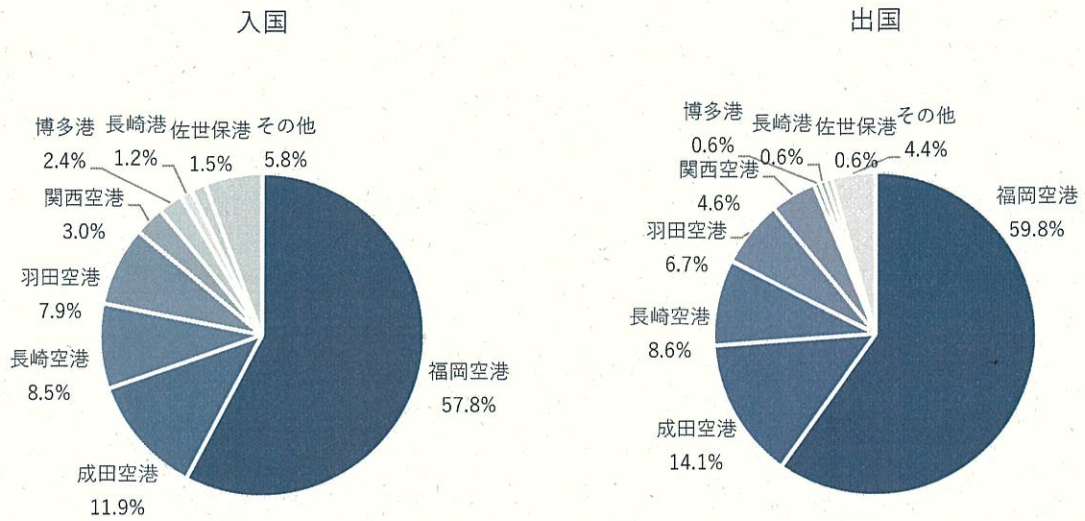
外国人延べ宿泊者数の内訳については、2019年（令和元年）は日韓関係等の悪化により韓国の割合が約半数に減少したものの、全国的な中国人観光客の増加や、直行便の就航など、香港の宿泊者数が増加したことでアジアの割合は7割と依然として多くを占めています。

訪日外国人旅行者数内訳比較



長崎市に訪れる外国人観光客が利用する空港の割合を見ると、半数以上が福岡空港を利用し、長崎空港は1割にも満たない状況です。

利用空港 (2019年(令和元年))



参考：令和元年度長崎市観光動向調査

(4) MICE 開催状況

一般社団法人長崎国際観光コンベンション協会が集計している長崎市コンベンション統計の状況では、開催件数は約 1,000~1,500 件、参加者数約 30 万人台で推移しています。2014 年（平成 26 年）は国民体育大会の開催により、参加者数は約 52 万人と飛躍的に伸びていますが、国民体育大会（参加者数約 23 万 4,000 人）を除けば約 28 万人という状況です。

また、2015 年（平成 27 年）以降、開催件数は増加傾向にありますが、参加者数は伸び悩んでいます。2019 年（令和元年）については、ローマ教皇来日ミサなど規模の大きな催事の開催もあり、参加者数が増加しています。

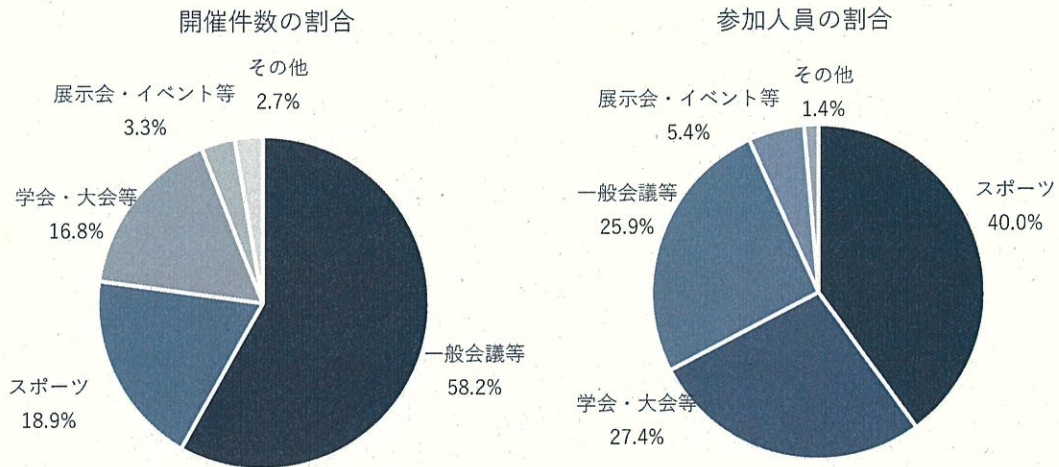


※JNTO 基準の開催件数及び参加者数については、全体の把握ができていないため、今後、調査方法等を検討する。

2019年（令和元年）の全体のMICE開催件数（1,619件）のうち、約58%を一般会議等（943件）が占めており、スポーツ（306件）、学会・大会等（272件）と続いています。

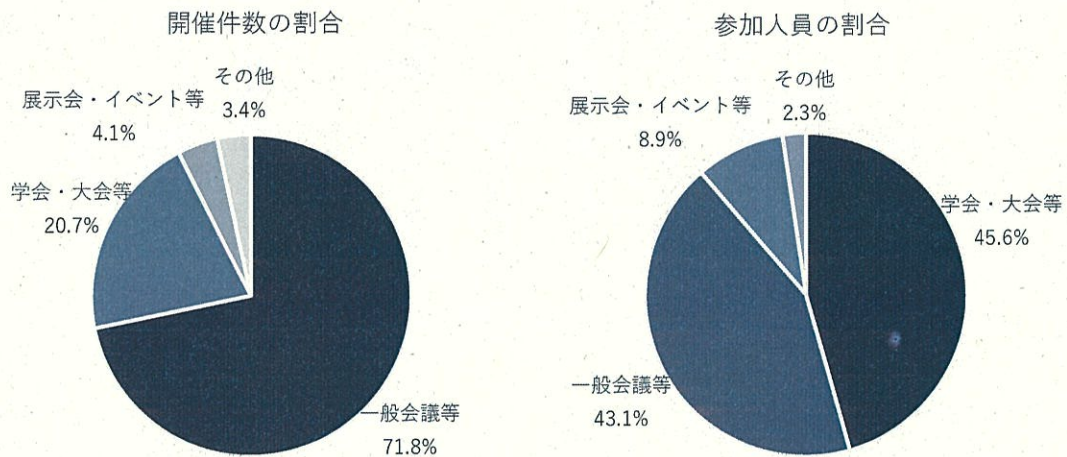
また、全体のMICE参加人員（426,786人）のうち、スポーツ（170,659人）が約40%を占めており、学会・大会等（116,847人）、一般会議等（110,387人）と続いています。

大会種別ごと 2019年（令和元年）



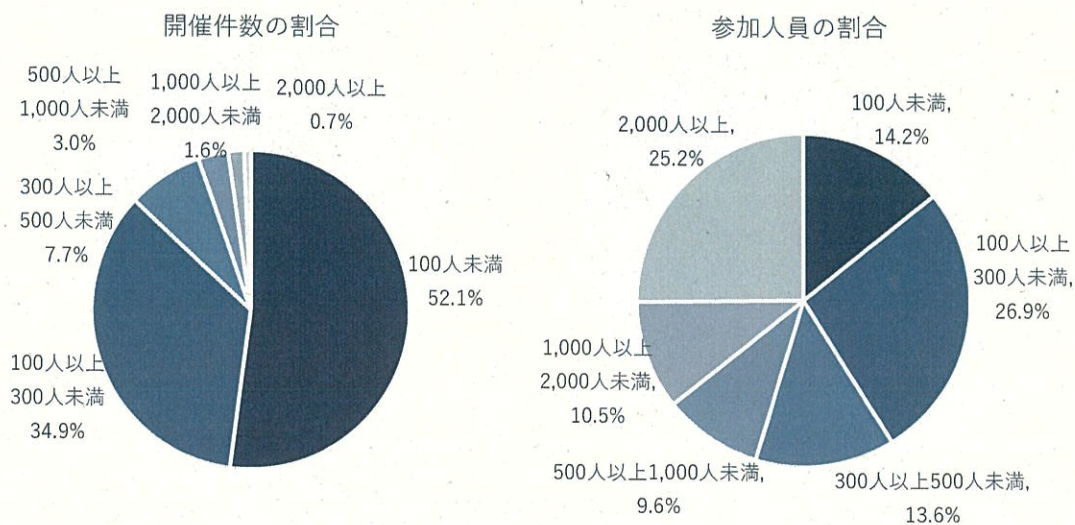
2019年（令和元年）の全体のMICE開催件数及び参加人員のうち、スポーツを除いた文化・学術コンベンション等（1,313件）の内訳では、開催件数のうち約72%が一般会議（943件）、約21%が学会大会等（272件）となっており、参加人員は、学会・大会等が約46%、一般会議等が43%を占めています。

文化・学術コンベンション等に係る大会種別ごと 2019年（令和元年）



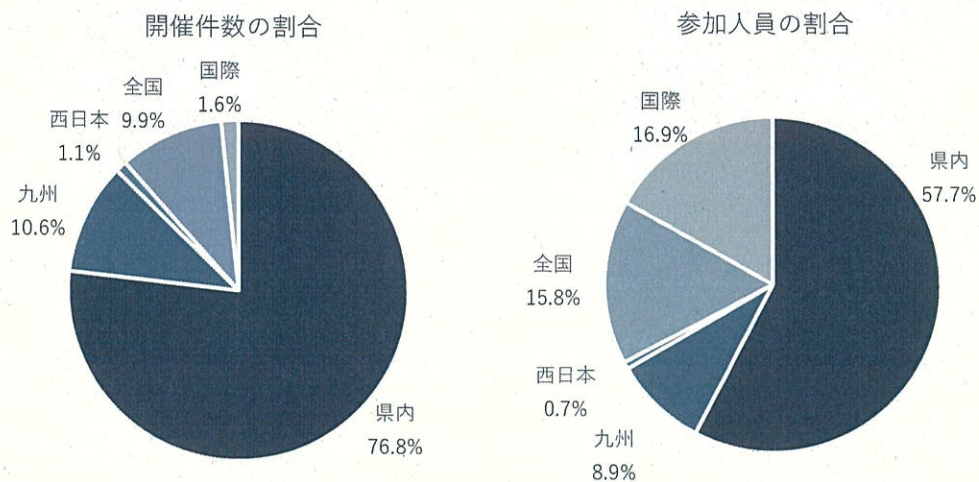
文化・学術コンベンション等（1,313件）に係る人数規模ごとの開催件数については、300人未満の催事（1,142件）が全体の87%を占めており、小規模な催事がそのほとんどを占めている状況です。

文化・学術コンベンションに係る人数規模ごと 2019年（令和元年）



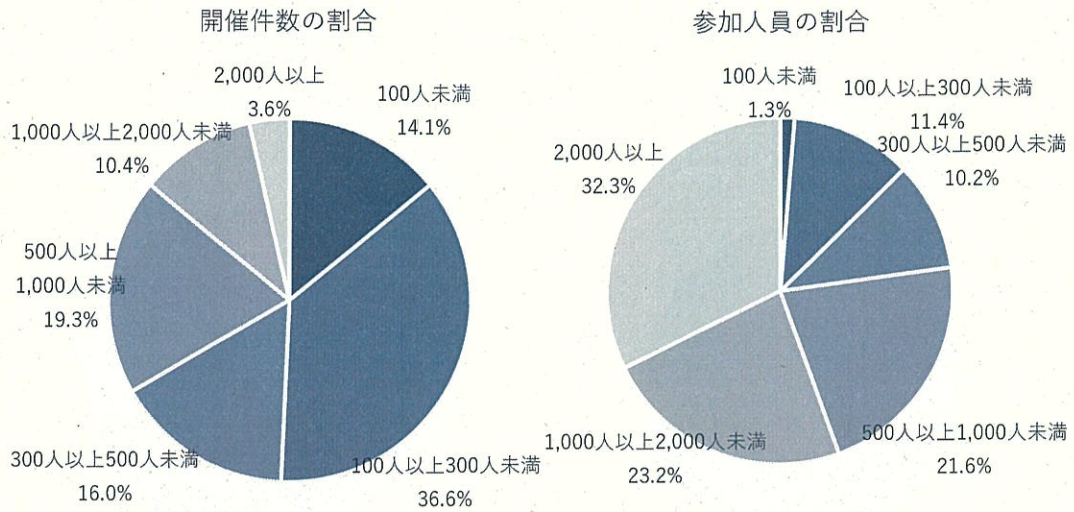
文化・学術コンベンション等（1,313件）に係る大会規模ごとの開催件数については、約77%を県内の催事（1,008件）が占めており、参加人員についても約58%が県内大会の参加者（147,770人）が占めている状況です。

文化・学術コンベンションに係る大会規模ごと 2019年（令和元年）

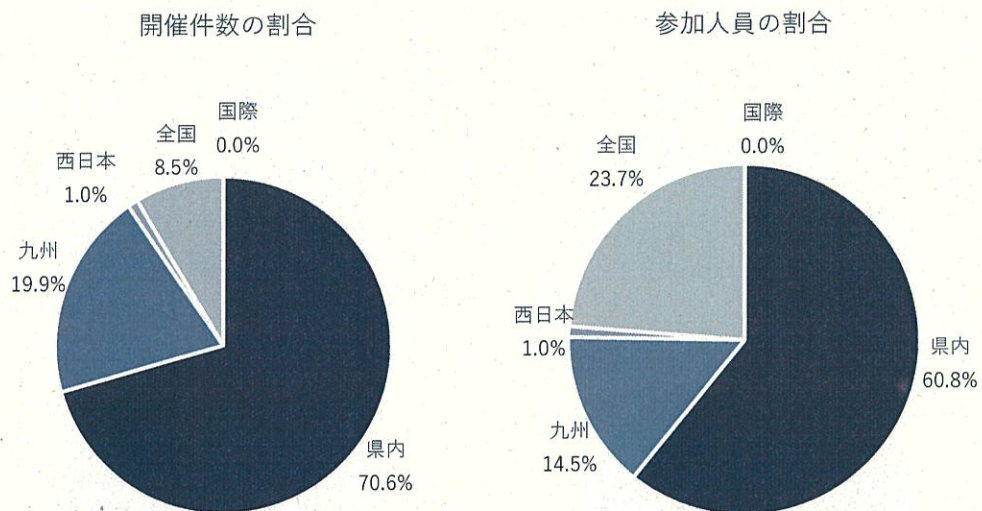


[参考] スポーツ

人数規模別 2019年（令和元年）

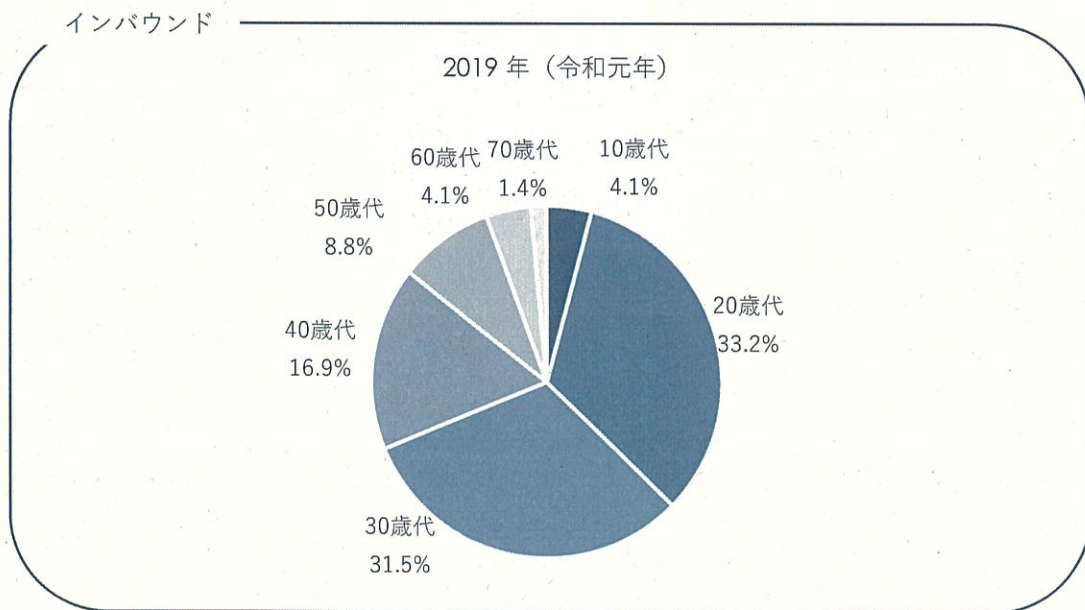
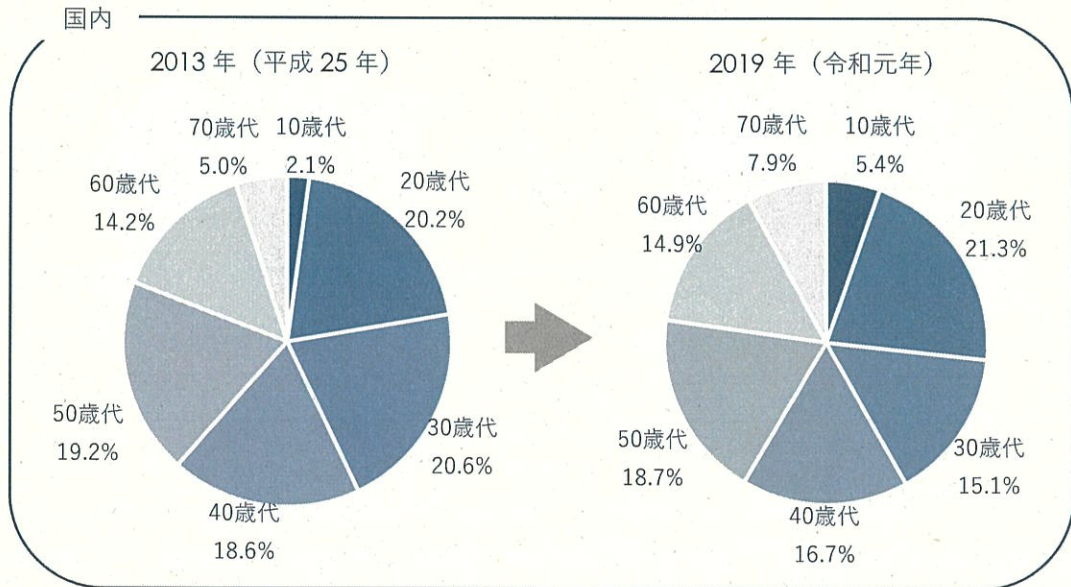


大会規模別 2019年（令和元年）



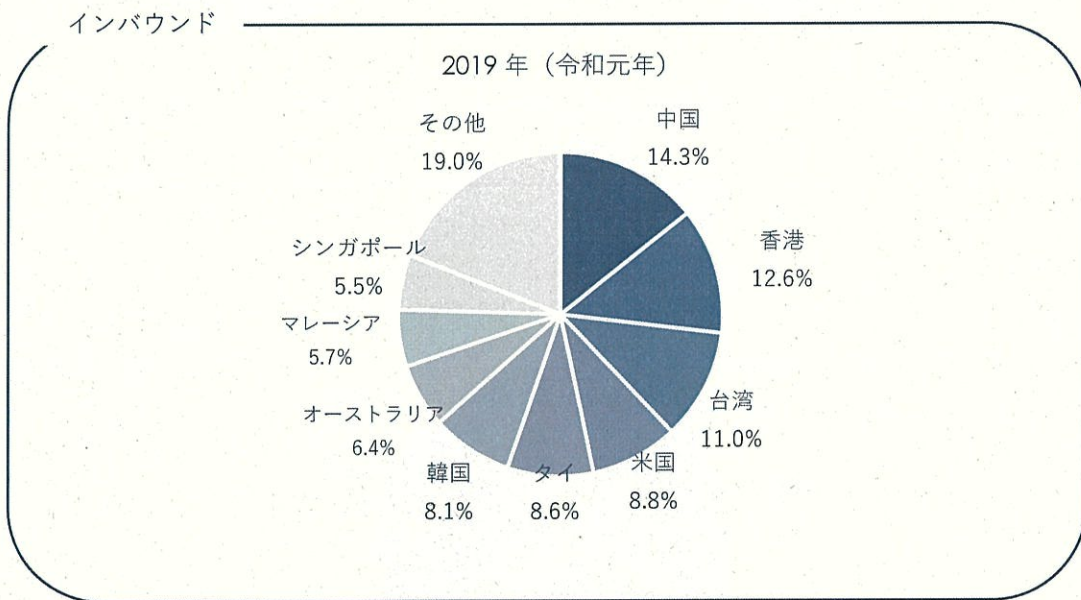
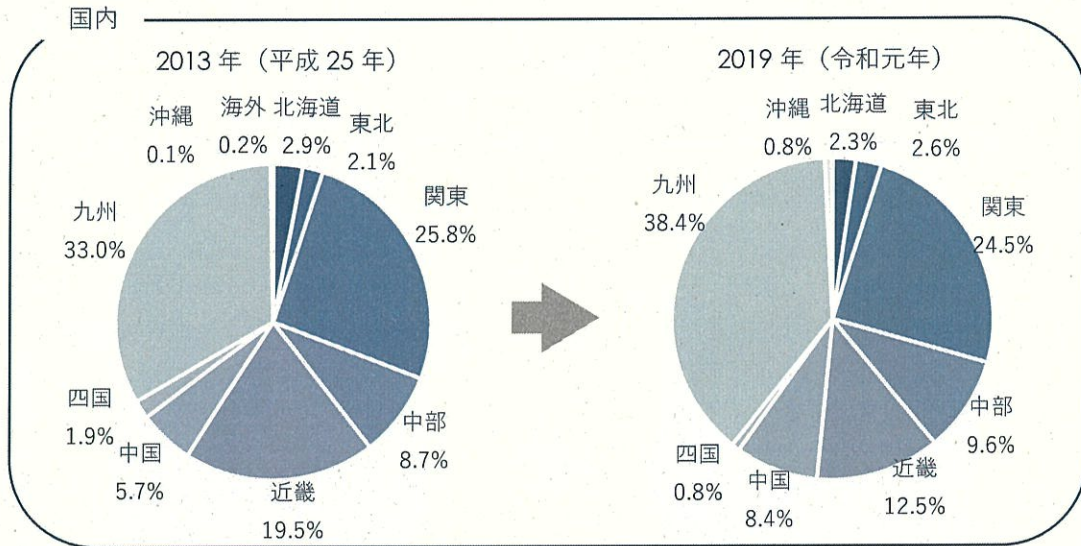
(5) 観光客の特徴

年齢別



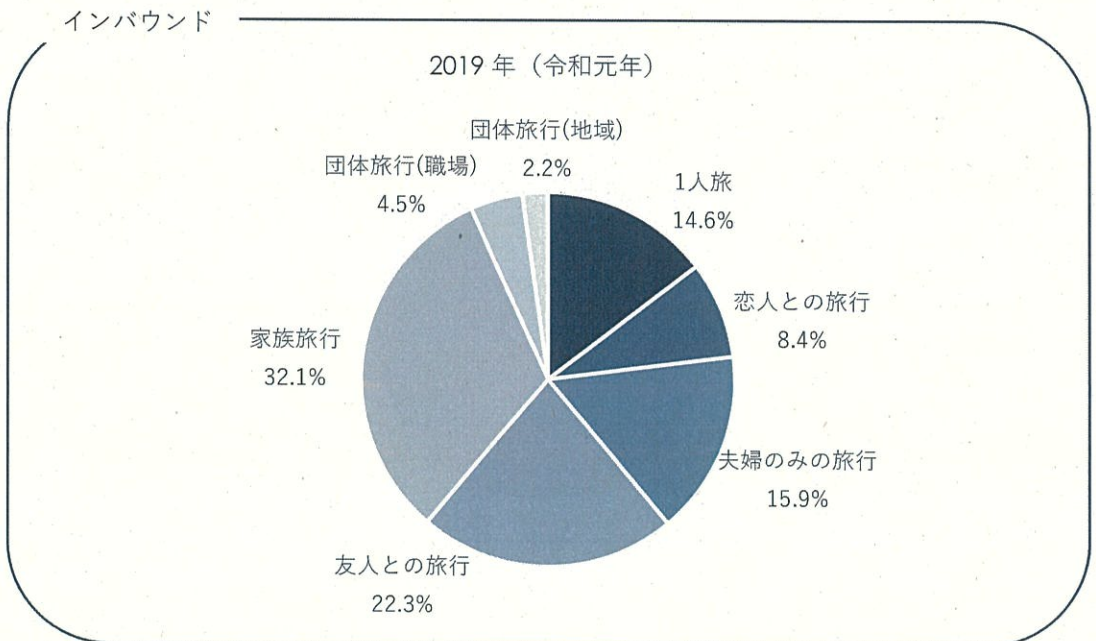
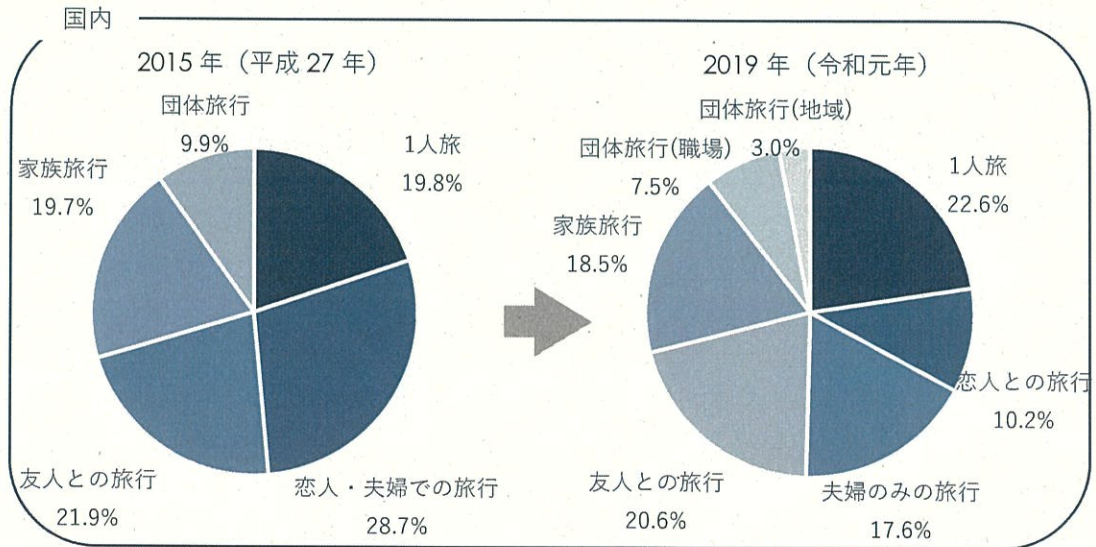
参考：令和元年度長崎市観光動向調査

発地別



参考：令和元年度長崎市観光動向調査

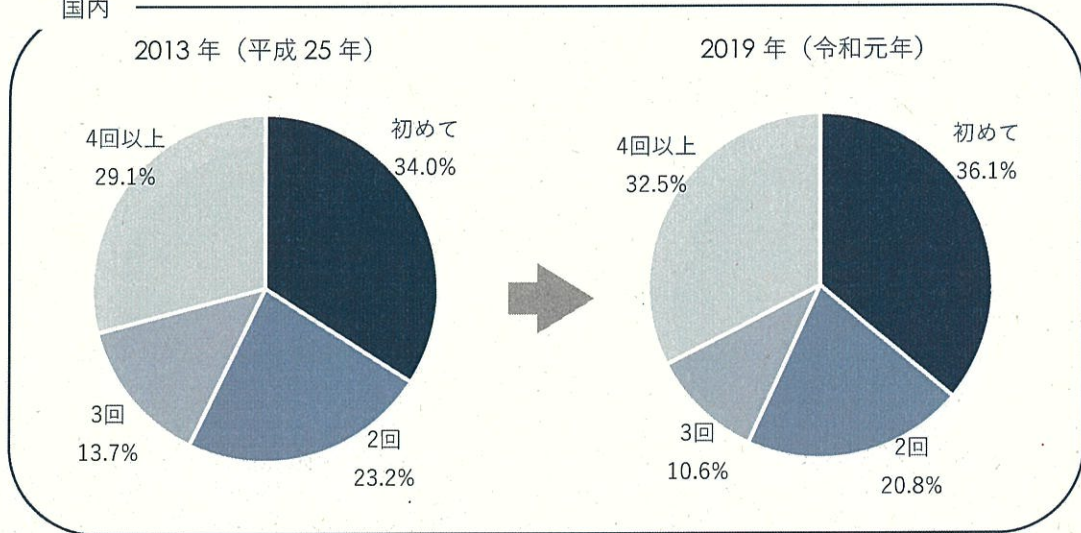
旅行形態別



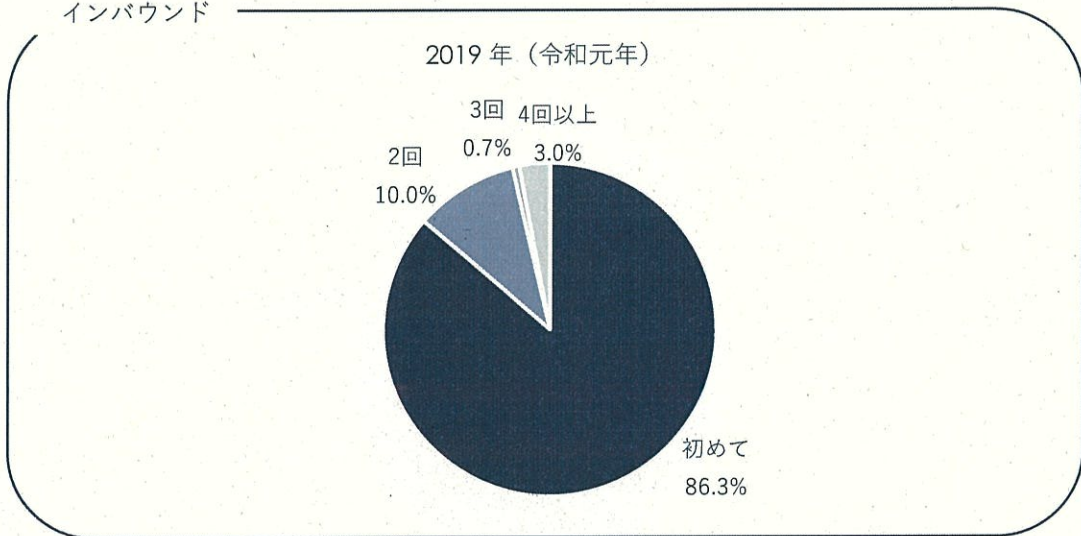
参考：令和元年度長崎市観光動向調査

来訪回数別

国内

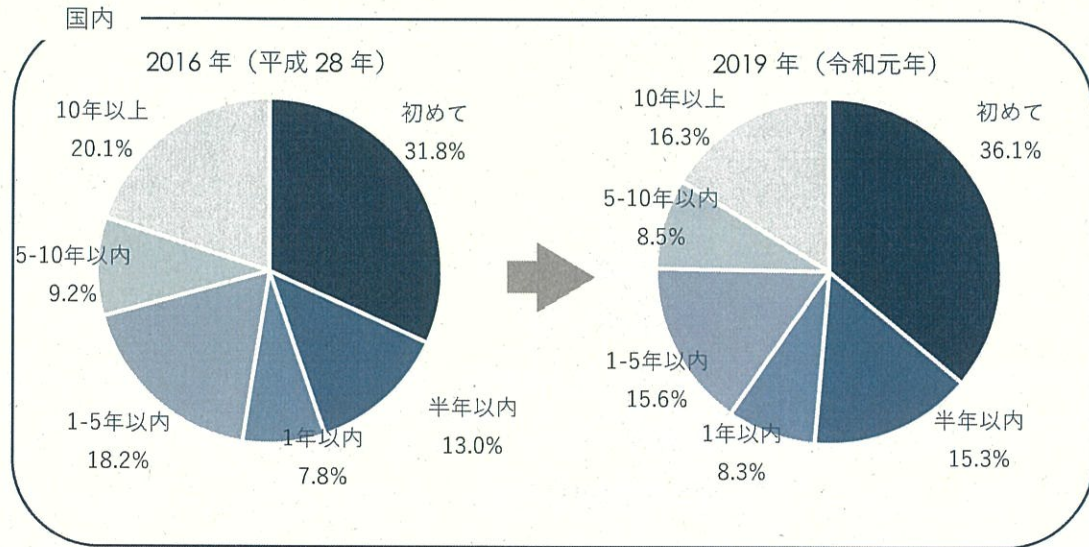


インバウンド



参考：令和元年度長崎市観光動向調査

前回来訪時期別

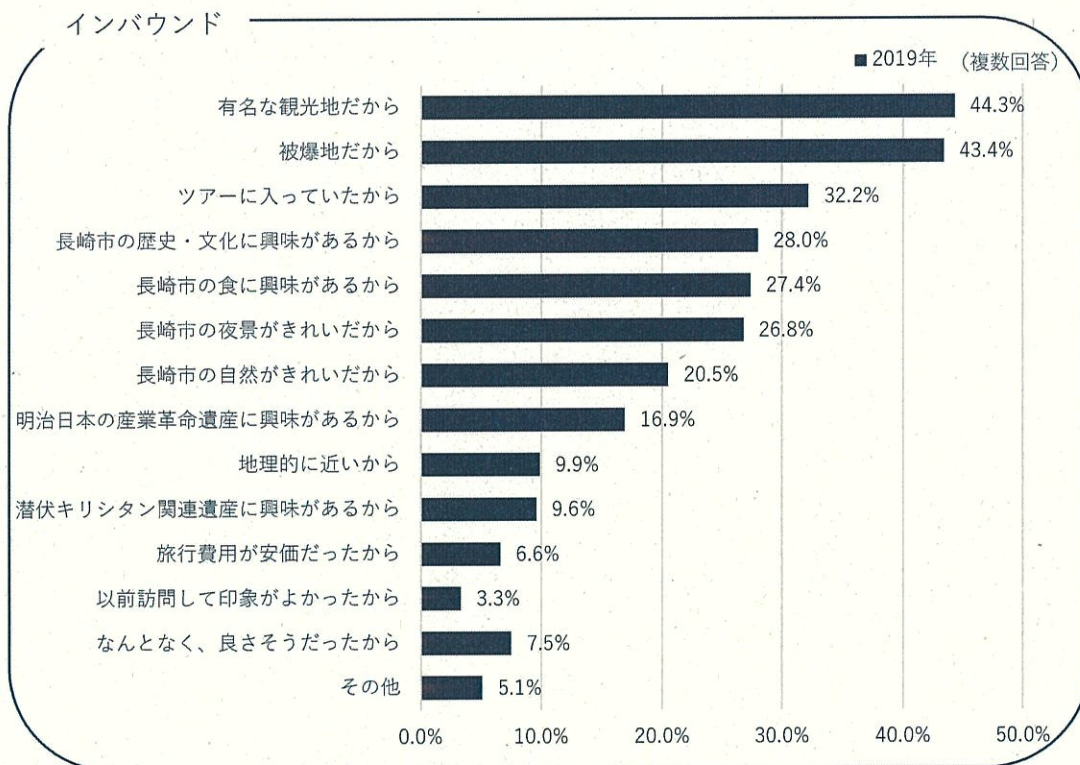
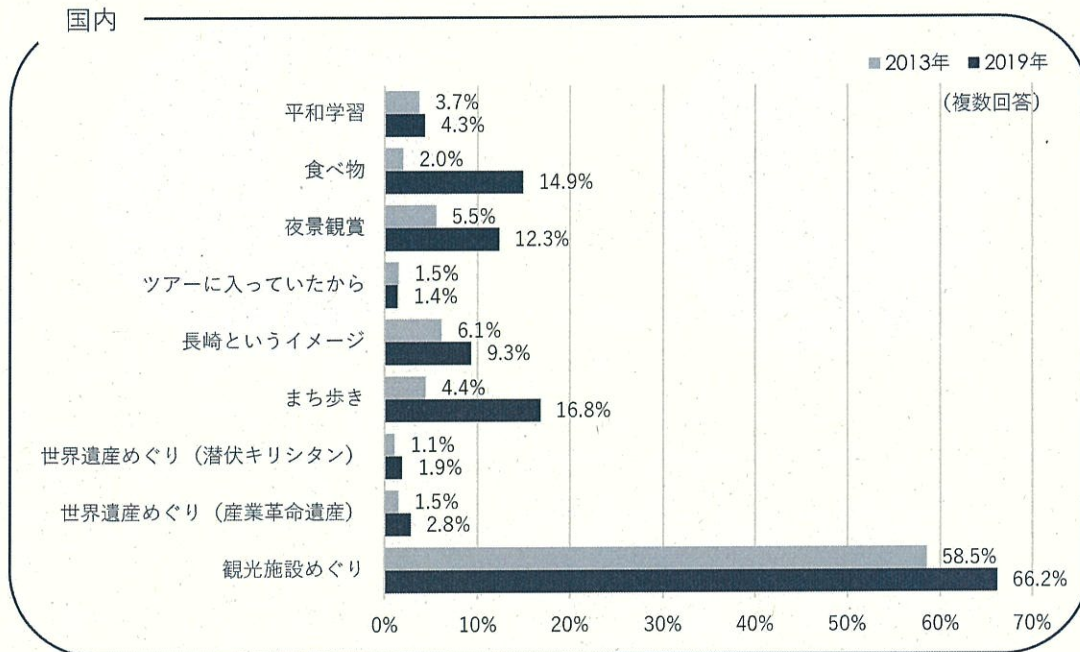


※2015年(平成27年)は未実施。2016年(平成28年)から追加。

参考：令和元年度長崎市観光動向調査

(6) 観光客の主な目的

長崎市を旅行先に決めた理由・目的



参考：令和元年度長崎市観光動向調査

(7) 観光満足度

国内

観光満足度

2015年（平成27年）	大変満足	やや満足	やや不満	大変不満
旅行全体	55.8%	41.6%	2.3%	0.3%
まち歩き（史跡巡り）	43.6%	50.6%	5.4%	0.3%
世界遺産（候補）	46.0%	40.9%	10.9%	2.2%
夜景	63.9%	26.7%	6.0%	3.4%



2019年（令和2年）	大変満足	満足	どちらでもない	不満	大変不満
旅行全体	44.6%	47.3%	6.8%	1.4%	0.0%
まち歩き（史跡巡り）	42.9%	45.1%	11.0%	0.0%	1.1%
世界遺産	45.3%	36.0%	16.3%	2.3%	0.0%
夜景	59.0%	23.1%	14.1%	3.8%	0.0%

参考：令和元年度長崎市観光動向調査

※2015年（4段階評価）と2019年（5段階評価）で評価項目が異なるため、単純比較はできない。

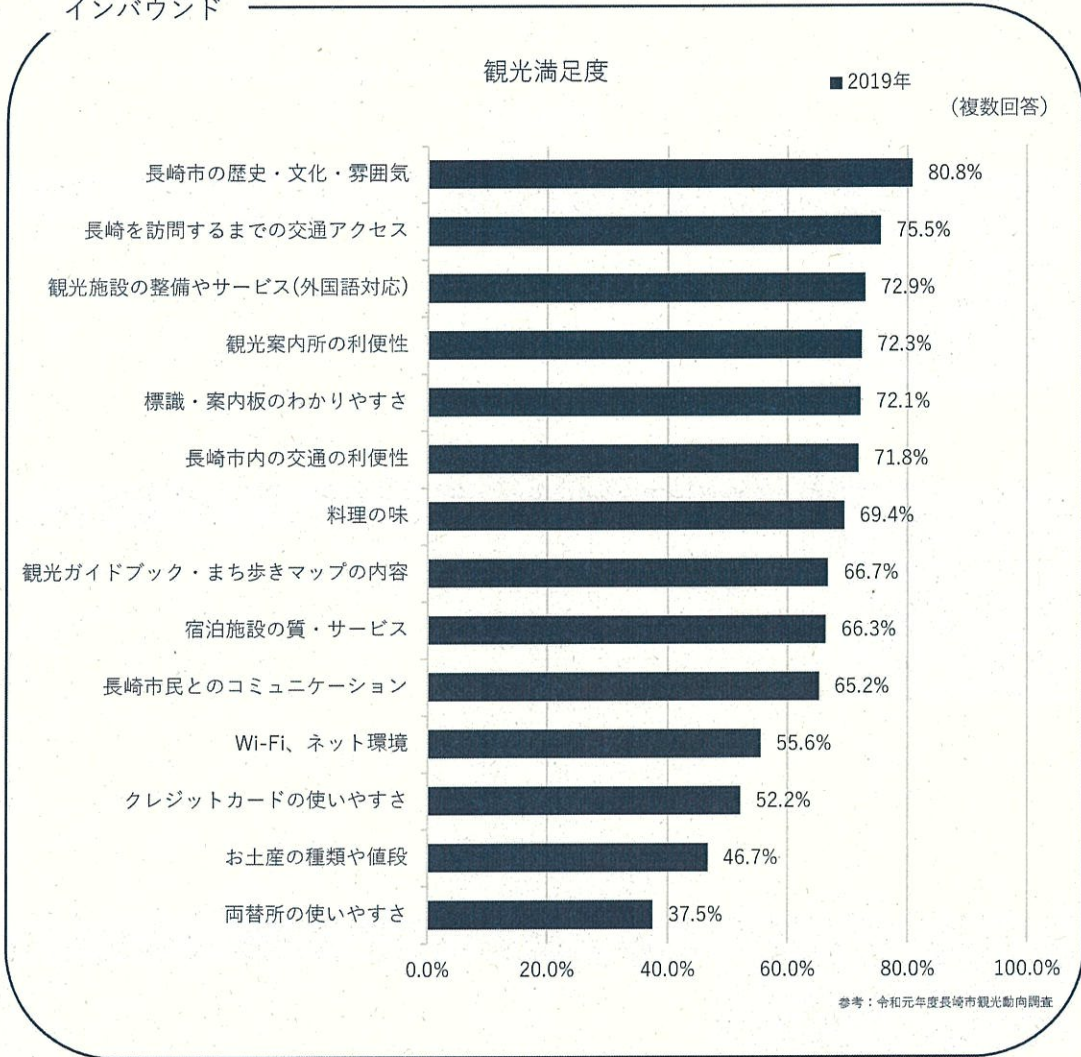
再来訪意向・紹介意向

2015年（平成27年）	そう思う	どちらともいえない	そう思わない
長崎市を再び訪れたい	86.8%	12.3%	0.9%
親しい友人に長崎市観光を勧めたい	87.7%	11.5%	0.9%



2019年（令和元年）	大変そう思う	そう思う	どちらともいえない	そう思わない	全く思わない
長崎市を再び訪れたい	52.0%	39.0%	8.0%	1.0%	0.0%
親しい友人に長崎市観光を勧めたい	45.0%	48.0%	7.0%	0.0%	0.0%

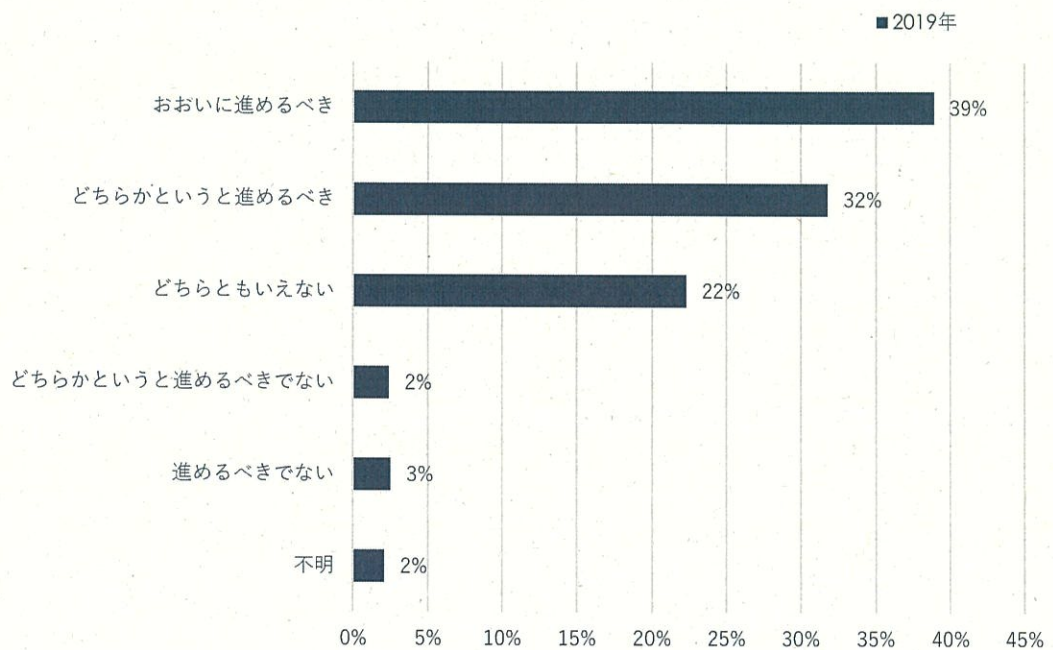
参考：令和元年度長崎市観光動向調査



(8) 市民の理解度

長崎市が「国内及び外国から多くの観光客が来訪するような取り組みを進めること」に対して、約7割の市民が理解を示しています。

国内及び外国から多くの観光客が来訪するような
取り組みを進めることについてどう思いますか



参考：令和元年度市民意識調査結果

(9) 長崎市観光振興計画 2020 の振り返り

1 長崎独自の歴史・文化等の資源磨き

(1) 歴史・文化の資源磨き

- ア 世界遺産（候補）の保存・活用
- イ 歴史文化基本構想等に基づく歴史・文化の保存・活用
- ウ 国指定史跡「出島和蘭商館跡」保存活用計画に基づく国指定史跡の拡大と魅力向上
- エ 海外の交流の歴史や平和都市としての情報発信
- オ 芸術文化を活かした、まちの魅力向上

【主な取り組み】

- ・「明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業」の登録と活用による観光客誘致（2015年度（平成27年度）～）
- ・「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」の登録と活用による観光客誘致（2018年度（平成30年度）～）
- ・旧グラバー邸の耐震化工事を実施（2018年度（平成30年度）～）
- ・歴史的風致維持向上計画に基づく歴史的建造物等を活かしたまちづくり（2019年度（令和元年度）～）
- ・国指定史跡「出島和蘭商館跡」保存活用計画を策定（2016年度（平成28年度））
- ・出島第Ⅲ期建造物6棟の復元が完了（2016年度（平成28年度））
- ・出島表門橋が架橋（2017年度（平成29年度））
- ・出島に係る国指定史跡の範囲拡大（2017年度（平成29年度））
- ・「子どもゆめ体験」により、姉妹（友好）都市等へ中学生派遣（2014年度（平成26年度）～）
- ・マダムバタフライフェスティバル（国際コンクール含む）の実施
- ・被爆地長崎から平和を発信するための国際会議等の実施

(2) 自然・景観や食文化の活用

- ア 夜景の魅力向上
- イ 朝型観光資源の掘り起こしと活用
- ウ 旧合併地区における地域特有の資源磨きと活用

【主な取り組み】

- ・観光施設をライトアップするなどの「中・近景の夜景」や稲佐山から見た「遠景からの夜景」等の整備（2017年度（平成29年度）～）
- ・「日本新三大夜景」再認定（2018年度（平成30年度））
- ・夏休み期間中の「グリーンツーリズムサマー」の実施（2016年度（平成28年度）～）
- ・野母崎炭酸温泉 Alega 軍艦島と軍艦島クルーズ等の連携による活用

2 ビッグデータ等の分析に基づくマーケティングの推進

(1) 観光動向の調査・分析

- ア ビッグデータを活用した観光動向・消費動向の分析
- イ 観光スマートシティ構想の推進

【主な取り組み】

- ・一般社団法人長崎国際観光コンベンション協会が「長崎市版」DMOとして法人登録（2019年（令和元年度））
- ・観光動向調査等の調査結果を庁内関係所属に共有し、活用（～2019年度（令和元年度））
- ・DMOにおいて、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するとともに、各種データの収集・分析及び分析結果の関係者との共有・活用、課題解決を図るためのマーケティング・ラボ等各種会議を開催（2018年度（平成30年度）～）
- ・DMOによる観光動向調査分析等の実施（2020年度（令和2年度）～）

(2) 効果的な情報発信

- ア 一元的なシティプロモーションの展開
- イ MICE誘致対策の推進
- ウ 修学旅行の誘致強化

【主な取り組み】

- ・国・地域等市場・ターゲットを絞った誘致・プロモーションの実施（2016年度（平成28年度）～）
- ・世界遺産、夜景、食など世界レベルの魅力の国内外への情報発信強化（2016年度（平成28年度）～）
- ・国内外からの個人旅行の誘致強化（2016年度（平成28年度）～）
- ・国際クルーズ船が過去最多となる267隻（乗員・乗客数105万人）入港（2017年（平成29年））
- ・長崎市版DMOの法人登録による、MICE誘致の更なる強化（2019年度（令和元年度）～）
- ・まちMICEの推進（2019年度（令和元年度）～）
- ・MICEスクールの開校（2019年度（令和元年度）～）
- ・JTNOの観光コンテンツ収集事業に軍艦島ツアーが採択され、訪日プロモーション事業に活用（2019年度（令和元年度）～）

(3) 通年型観光の推進

ア 祭りの活用

イ 大型イベント（野外音楽・スポーツ）等誘致強化

【主な取り組み】

- ・ランタンフェスティバルについて、過去最高となる106万人が来場（2018年度（平成30年度））
- ・帆船まつりについて、帆船の誘致や様々なイベントの実施（2016年度（平成28年度）～）
（2018年度（平成30年度）にはディズニーパレードを誘致）
- ・ラグビーワールドカップ2019日本大会のキャンプ地としてスコットランド代表を長崎市に誘致
（試合会場は福岡・熊本・大分）（2019年度（令和元年度））

3 受入態勢の整備とおもてなしの充実

(1) 受入態勢の整備

- ア 世界遺産（候補）の受入態勢整備
- イ 外国人観光客の受入態勢整備
- ウ 観光ニーズに即した観光案内体制の整備
- エ 交通アクセスの改善
- オ 宿泊施設の強化

【主な取り組み】

- ・観光案内版やパンフレットの多言語化（2011年度（平成23年度）～）
- ・旧長崎駅前に世界遺産案内所を設置（2015年度（平成27年度）～2019年度（令和元年度））
- ・公衆無線LANの整備（2015年度（平成27年度）～）
- ・外国人観光客おもてなし施設（免税手続き一括カウンター）の整備（2015年度（平成27年度））
- ・多言語メニュー作成支援ウェブサイト「EAT長崎」の活用（2015年度（平成27年度）～）
- ・パンフレット等による周知啓発（2016年度（平成28年度）～）
- ・小菅修船場跡へのガイド設置や外海地区駐車場の整備、三菱史料館見学シャトルバス運行補助等、世界遺産観光客受入態勢の整備（2016年度（平成28年度）～）
- ・来港する国際クルーズ船について、外貨両替や歓迎イベントを実施（2016年度（平成28年度）～）
- ・外国人向けの災害時対応マニュアルを作成し、市内観光施設へ配布（2018年度（平成30年度））

(2) おもてなしの充実

- ア ユニバーサルツーリズムの推進
- イ 専門的な人材の確保と育成に向けた推進体制の見直し
- ウ シビック・プライドとおもてなしの醸成

【主な取り組み】

- ・「ながさき歴史の学校」において「長崎学」「文化財」「近代化遺産」等をテーマにした講座、現場見学会、及び特別講座を実施（2016年度（平成28年度）～）
- ・DMOが法人登録（2017年度（平成29年度））
- ・DMOにCMOが就任（2019年度（令和元年度））
- ・DMOが専門職員を新たに複数名配置（2019年度（令和元年度））
- ・長崎市観光公式サイト「あっ！とながさき」に掲載しているバリアフリーの情報を最新のものとするため、情報収集・HP改修業務を実施（2020年度（令和2年度））

4 観光消費拡大の仕掛けづくり

(1) 観光消費の拡大

- ア 着地型旅行商品の企画造成
- イ 食と観光の連携強化
- ウ 外国人観光客による消費拡大

【主な取り組み】

- ・「長崎さるく」の継続と満足度向上を図るため、制度の見直しや新規さるくガイド育成等を実施（2016年度（平成28年度）～）
- ・羽田空港長崎線待合スペース等での「長崎の魚」PR（2018年度（平成30年度）～2019年度（令和元年度））
- ・農水産物のブランド化のため、PR・イベント等を実施（2016年度（平成28年度）～）
- ・観光資源に関連した土産品の開発促進・販路拡大を図るため、土産品取扱店と商談会を実施（2016年度（平成28年度）～）
- ・「四季の美味しい魚」・「長崎和牛・出島ばらいろ」提供店舗の拡大（2016年度（平成28年度）～）
- ・「四季の美味しい魚」提供店舗を顕在化する多言語対応ツールの作成及び配布（2019年度（令和元年度））
- ・「魚の美味しいまち長崎」プロモーション動画の制作（2018年度（平成30年度））

(2) 観光をけん引する産業の育成

- ア 特区制度の検討
- イ 同一テーマにおける他地域との連携

【主な取り組み】

- ・2つの世界遺産、ひかりと祈り光福の街長崎等の旬のテーマによる広域観光の推進
- ・長崎街道シュガーロードの促進

5 広域連携の強化

(1) 国・県・他市町との連携強化

- ア 国との連携強化
- イ 九州との広域連携推進
- ウ 県内自治体・観光施設との連携推進

【主な取り組み】

- ・金沢市と釧路市とともに、観光立国ショーケースに選定（2015年度（平成27年度）～）
- ・フィリピンにおける巡礼ツアー誘致のため、ビジット・ジャパン地方連携事業において、平戸市、南島原市、天草市とともに現地旅行エージェントやメディアを招聘（2016年度（平成28年度）～）
- ・「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」をテーマにした欧米豪市場向け滞在型コンテンツを五島市、新上五島町等と連携し、開発（2019年度（令和元年度））

(2) 広域観光の基盤整備

- ア 九州新幹線西九州ルート of 整備及び関連事業の推進
- イ 松が枝国際観光船埠頭の2バース化
- ウ 長崎空港の24時間化
- エ 九州横断自動車道長崎大分線における長崎IC～長崎多良見ICの四車線化

【主な取り組み】

- ・九州新幹線西九州ルートが令和4年度に開業予定であることから、開業効果を高めるため、新幹線開業アクションプランを策定（2019年度（令和元年度））
- ・松が枝国際観光船埠頭の2バース化の整備促進（2020年度（令和2年度）～）
- ・九州横断自動車道長崎大分線（長崎IC～長崎多良見IC）の4車線化の早期整備

KPI の振り返り

【交流人口の増加・賑わいの創出による経済の活性化に向けた KPI】

項目	単位	区分	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
観光消費額	億円	目標	-	-	1,360	1,400	1,480	1,530	1,600
		実績	1,243	1,368	1,314	1,458	1,496	1,492	-
		達成率	-	-	96.6%	104.1%	101.1%	97.5%	-
観光客数	人	目標	-	-	6,600,000	6,700,000	6,750,000	6,900,000	7,100,000
		実績	6,306,800	6,693,800	6,723,500	7,077,700	7,055,400	6,917,800	-
		達成率	-	-	101.9%	105.6%	104.5%	100.3%	-
観光消費単価	円	目標	-	-	20,299	20,741	21,449	22,014	22,535
		実績	19,713	20,442	19,540	20,606	21,216	21,566	-
		達成率	-	-	96.3%	99.3%	98.9%	98.0%	-
就業誘発者数 (県内)	人	目標	-	-	30,300	31,200	32,900	34,000	35,600
		実績	27,503	30,749	29,036	32,693	33,448	24,186	-
		達成率	-	-	95.8%	104.8%	101.7%	71.1%	-
観光満足度※	%	目標	-	-	56.0	57.0	58.0	59.0	60.0
		実績	-	55.8	54.5	81.6	90.0	91.9	-
		達成率	-	-	97.3%	143.2%	155.2%	155.8%	-
リピーター率 (国内)	%	目標	-	-	65.0	65.5	66.0	66.5	67.0
		実績	-	61.7	68.2	66.3	63.2	63.9	-
		達成率	-	-	104.9%	101.2%	95.8%	96.1%	-
リピーター率 (国外)	%	目標	-	-	12.5	13.0	13.5	14.0	14.5
		実績	-	-	-	-	13.2	13.7	-
		達成率	-	-	-	-	97.8%	97.9%	-

※観光満足度については、2017年から調査項目を修正している。

(2015年～2016年：4段階評価、2017年～2018年：7段階評価、2019年：5段階評価)

※2014年は観光動向調査を実施していない。

【観光客増に向けた評価指標】

項目	単位	区分	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
延べ宿泊客数	人	目標	-	-	4,480,000	4,560,000	4,770,000	4,860,000	4,990,000
		実績	4,143,000	3,837,271	3,291,148	3,346,692	3,398,758	3,400,949	-
		達成率	-	-	73.5%	73.4%	71.3%	70.0%	-
うち国内客	人	目標	-	-	4,200,000	4,250,000	4,430,000	4,490,000	4,590,000
		実績	3,930,000	3,498,989	2,980,762	3,049,210	3,092,739	3,077,568	-
		達成率	-	-	71.0%	71.7%	69.8%	68.5%	-
うち外国客	人	目標	-	-	280,000	310,000	340,000	370,000	400,000
		実績	212,524	338,282	310,386	297,482	306,019	323,381	-
		達成率	-	-	110.9%	96.0%	90.0%	87.4%	-
実宿泊客数	人	目標	-	-	2,825,000	2,850,000	2,940,000	2,975,000	3,030,000
		実績	2,741,500	2,879,800	2,515,700	2,556,900	2,665,600	2,705,200	-
		達成率	-	-	89.1%	89.7%	90.7%	90.9%	-
日帰り客数	人	目標	-	-	3,875,000	3,900,000	3,960,000	3,975,000	4,070,000
		実績	3,565,300	3,814,000	4,207,800	4,520,800	4,389,800	4,212,600	-
		達成率	-	-	108.6%	115.9%	110.9%	106.0%	-
クルーズ客数	人	目標	-	-	440,000	467,000	495,000	522,000	550,000
		実績	199,031	434,543	717,288	1,052,455	936,046	732,538	-
		達成率	-	-	163.0%	225.4%	189.1%	140.3%	-
修学旅行生数	人	目標	-	-	306,000	316,000	334,000	340,000	350,000
		実績	285,200	297,300	274,600	294,800	289,200	269,400	-
		達成率	-	-	89.7%	93.3%	86.6%	79.2%	-
MICE 参加者数	人	目標	-	-	362,000	367,000	378,000	384,000	392,000
		実績	517,487	334,690	364,383	339,669	339,400	426,786	-
		達成率	-	-	100.7%	92.6%	89.8%	111.1%	-
主要観光施設 入場者数※	人	目標	-	-	2,660,000	2,720,000	2,820,000	2,790,000	2,860,000
		実績	2,396,000	2,564,680	2,343,297	2,445,704	2,346,472	2,158,168	-
		達成率	-	-	88.1%	89.9%	83.2%	77.4%	-
主要イベント 集客数	万人	目標	-	-	114.0	120.0	120.0	120.0	123.0
		実績	104.2	113.8	94.9	115.2	133.5	120.6	-
		達成率	-	-	83.2	96.0	111.2	100.5	-
ランタン フェスティバル	万人	目標	-	-	94.0	100.0	100.0	100.0	100.0
		実績	87.0	92.0	90.0	94.0	106.0	98.0	-
		達成率	-	-	95.7%	94.0%	106.0%	98.0%	-
帆船まつり	万人	目標	-	-	20.0	20.0	20.0	20.0	23.0
		実績	17.2	21.8	4.9	21.2	27.5	22.6	-
		達成率	-	-	24.5%	106.0%	137.5%	113.0%	-

※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

【観光消費単価の増に向けた評価指標】

項目	単位	区分	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
宿泊客観光消費単価 (1人)	円	目標	-	-	30,800	31,760	32,720	33,680	34,900
		実績	29,395	29,603	30,245	29,979	31,012	31,755	-
		達成率	-	-	98.2%	94.4%	94.8%	94.3%	-
宿泊客観光消費単価 (1人・1日)	円	目標	-	-	20,400	21,000	21,400	21,500	21,800
		実績	19,935	22,216	23,119	22,904	24,322	25,258	-
		達成率	-	-	113.3%	109.1%	113.7%	117.5%	-
日帰り客観光消費単価	円	目標	-	-	13,690	13,970	14,250	14,530	14,900
		実績	13,318	13,524	13,140	15,305	15,268	15,022	-
		達成率	-	-	96.0%	109.6%	107.1%	103.4%	-
平均滞在日数	円	目標	-	-	-	-	-	-	1.98
		実績	1.66	1.57	1.49	1.47	1.48	1.49	-
		達成率	-	-	-	-	-	-	-
宿泊客平均滞在日数	円	目標	-	-	2.59	2.60	2.62	2.63	2.65
		実績	2.51	2.33	2.31	2.31	2.28	2.26	-
		達成率	-	-	89.2%	88.8%	87.0%	85.9%	-

【長崎のまちの魅力を再認識できるまちづくりに向けた KPI】

項目	単位	区分	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
長崎のまちなみや景観に誇りを感じる市民の割合	%	目標	-	-	85.4	86.1	86.8	87.6	87.6
		実績	83.1	86.0	83.6	82.3	87.0	88.0	-
		達成率	-	-	97.9%	95.6%	100.2%	100.5%	-

【長崎のまちなみや景観に誇りを感じる市民の割合の増に向けた評価指標】

項目	単位	区分	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
3年以内に観光施設・長崎さるくのいずれにも行ってない市民の割合	%	目標	-	-	48.0	47.5	47.0	46.5	46.5
		実績	50.0	51.4	45.3	52.2	47.6	50.1	-
		達成率	-	-	106.0%	91.0%	98.7%	92.8%	-
実際に観光客への挨拶や清掃活動など、何らかのおもてなしに取り組んでいる市民の割合	%	目標	-	-	8.2	8.3	8.4	8.5	8.5
		実績	7.8	10.0	9.0	8.7	9.7	9.5	-
		達成率	-	-	109.8%	104.8%	115.5%	111.8%	-

(10) SWOT 分析

内的環境	<h3>プラス要因</h3>	<h3>マイナス要因</h3>
	Strength 強み	Weakness 弱み
外的環境	Opportunity 機会	Threat 脅威
	<ul style="list-style-type: none"> ■ 特徴ある歴史・文化を有する観光施設や文化財などの豊富さ ■ 立体的・俯瞰的な世界新三大夜景の魅力 ■ 平和都市としての認知度 ■ 長崎大学の高い研究力、国際機関との連携（MICE） ■ まちあるき観光のさきがけ ■ ちゃんぽんなど知名度の高い食 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 長崎空港の国際便の少なさ等の交通の便の悪さ ■ 案内板や駐車場、バリアフリー化などの整備が必要 ■ 戦略的マーケティングが不十分 ■ ナイトタイムの仕掛けが不十分 ■ 観光産業の労働生産性の低さ
	<ul style="list-style-type: none"> ■ 「100年に一度」のまちの変革 ■ 民間の地方創生の動き加速化 ■ コロナを契機とした働き方の多様化 ■ Society5.0への社会変革（DX） 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 人口減少、少子高齢化 ■ 全国総観光地化 ■ 新型コロナウイルス感染症、自然災害、国際情勢の悪化など

課題

- 顧客ニーズに対応した資源磨きと魅力あるコンテンツの充実
- スポーツや文化・芸術、食を活用した新たな魅力の創出が必要

基本方針 A

- 環境の変化に応じた安全安心・快適な滞在環境の整備が必要
- 交通アクセスの充実や周遊を楽しめる環境づくりが必要

基本方針 B

- 戦略的なマーケティングと効果的なプロモーションが必要
- DMOにおける関係機関や事業者と連携した魅力発信と誘致活動

基本方針 C

- DMOにおける観光まちづくり推進体制の充実が不可欠
- サービスの高付加価値化・上質化と観光事業者の収益力向上

基本方針 D

第3章 長崎市の観光・MICEのみらい

1 目標

(1) KGI

長崎市観光・MICE戦略の最終目標として、次のKGI（重要目標達成指標）を設定し、訪問客・事業者・市民がWin-Winの関係となる観光まちづくりを実現します。

KGI（重要目標達成指標）		
指標	基準値（2019年）	目標値（2025年）
旅行消費額	1,492億円	1,604億円
MICE消費額	—	精査中
訪問客の満足度	（満足以上） 91.9%	94.0%
事業者の満足度	※本指標は新たに設定するものですが、基準値がなく、新型コロナウイルス感染拡大の状況のなかで、数値の捕捉も困難であるため、本戦略の期間中に改めて設定することとします。	
市民の満足度		

(2) KPI

KGIを達成するために重要なプロセスの中間指標として、次のKPI（重要業績評価指標）を設定します。

KPI（重要業績評価指標）		
指標	基準値（2019年）	目標値（2025年）
訪問客数	6,917,800人	7,300,000人
MICE客数	—	精査中
国際会議開催件数（JNTO基準）	8件	15件
日本人延べ宿泊者数	3,077,643人	3,456,529人
外国人延べ宿泊者数	323,306人	339,471人
クルーズ客数	732,538人	795,000人
日本人旅行消費単価	20,694円	21,967円
外国人旅行消費単価	54,740円	58,108円
クルーズ客消費単価	29,350円	30,242円
リピーター率（国内）	63.9%	66.9%

※その他の詳細なKPIは、DMOが策定する（仮称）DMO事業計画において、別途設定します。

■ 旅行消費額の拡大

「量」より「質」を重視し、いかに満足度を向上させ、お金を落としてもらおうか。

- ✓ コンテンツ・サービスの上質化
- ✓ インバウンド・MICE客・富裕層の誘客
- ✓ 消費単価・滞在日数の増加 など

■ 観光需要の平準化

閑散期対策を主眼に置き、観光需要の平準化を図り、観光産業の安定化と成長を図る。

- ✓ 閑散期に誘客が見込めるマーケットの選定
- ✓ 選定したマーケットと親和性の高い閑散期の魅力づくり など

■ 連携（広域・産学官）

競合地域との差別化を図りながら、事業効果の高い周辺地域や団体と連携する。

- ✓ 優位性を活かした連携
- ✓ 長崎県内・九州北部・世界遺産構成資産関連都市・日本新三大夜景都市 など

■ 環境変化への柔軟な対応

外的要因の影響を受けやすい観光産業の体質強化を図る。

- ✓ 感染症・自然災害・国際情勢等のリスクマネジメント
- ✓ Society5.0 への変革 など

基本方針 A 資源磨きと魅力あるコンテンツの創造

基本施策

- A-1 長崎独自の歴史・文化、自然・景観を守り、活かす。
- A-2 ストーリー性・テーマ性に富んだ魅力あるコンテンツへ磨き上げる。
- A-3 スポーツや文化・芸術など新しい交流の領域を切り開く。

基本方針 B 安全安心・快適な滞在環境の整備

基本施策

- B-1 安全安心な滞在環境をつくる。
- B-2 快適な滞在環境をつくる。
- B-3 交通アクセスを充実させ、周遊しやすい環境をつくる。

基本方針 C 戦略的な魅力発信と誘致活動の推進

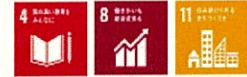
基本施策

- C-1 市場分析等に基づく戦略的な誘客・MICE 誘致を展開する。
- C-2 長崎ブランドの確立と効果的なプロモーションを推進する。
- C-3 DMO を中心としたワンストップの誘客・MICE 誘致を行う。

基本方針 D 観光・MICE 関連産業の活性化

基本施策

- D-1 DMO を中心とした観光まちづくりの推進体制の充実を図る。
- D-2 民間事業者の稼ぐ力を向上させる。
- D-3 まち MICE プロジェクトを推進する。



基本方針 A 資源磨きと魅力あるコンテンツの創造

With コロナの時代においては、国内旅行・インバウンドともに、「密閉・密集・密接」のいわゆる3密回避の郊外型観光の需要が高まっています。また、特に国内旅行では、近場を旅するマイクロツーリズムが見直されるなど、観光客の嗜好にも変化が生じていることから、新しい旅のスタイルに即した自然や季節感を楽しむ旅を提供するなど、長崎の新しい魅力を創出します。

また、本格的な観光需要の回復を見据え、長崎開港から450年にわたる歴史、伝統文化などの長崎独自の魅力をさらに磨き上げ、訪問客の多様なニーズに応じたストーリー性のあるコンテンツとして再構築します。

さらに、出島メッセ長崎やスタジアムシティの開業により、大会・学会やエンターテイメント、スポーツなどを目的とした訪問客の増加が期待されます。このようなMICEなど観光以外の目的の訪問客が人との交流や滞在を楽しめるよう、地域資源を活かした体験型コンテンツのほか、スポーツ、芸術文化等を活かし、何度訪れても楽しい新たな魅力づくりに取り組みます。

基本施策

A-1 長崎独自の歴史・文化、自然・景観を守り、活かす。

長崎市のみである、2つの世界遺産や国指定史跡・出島などの長崎を代表する歴史遺産や独特の斜面地が創り出す世界新三大夜景・日本新三大夜景、風光明媚な野母崎や外海エリアの自然など、長崎の貴重な歴史・文化、自然・景観を守り、活かしていきます。

(1) 世界遺産の保存・活用

「明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業」及び「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」の2つの世界遺産は、整備活用計画などに基づいて保存・活用を図ります。

(2) 歴史文化基本構想等に基づく歴史・文化の保存・活用

歴史文化基本構想等を踏まえ、歴史的風致維持向上計画などに沿って、民間と連携した市有洋館などの歴史的建造物等の保存・維持管理及び活用を図ります。また、周辺環境整備や修景整備などを行い、地域全体の回遊性を高め、賑わいを創出します。

(3) 国指定史跡「出島和蘭商館跡」保存活用計画に基づく出島の魅力向上

国指定史跡「出島和蘭商館跡」保存活用計画に基づき史跡の拡大を図ります。
さらに、ソフト面もさらなる魅力の向上を図ります。

(4) 世界・日本新三大夜景である夜間景観の整備と魅力向上

世界の夜景都市を目指し、世界新三大夜景・日本新三大夜景の魅力を進化させるため、環長崎港夜間景観向上基本計画に基づき、稲佐山及び鍋冠山の視点場から見る「遠景の夜景」に新たな見どころを加える演出照明や「中・近景の夜間景観づくり」として観光施設のライトアップなどの整備を行い、夜景の魅力向上及び観賞メニューの充実を図ります。

A-2 ストーリー性・テーマ性に富んだ魅力あるコンテンツへ磨き上げる。

長崎開港以来の歴史、伝統文化等が有する多彩なストーリー性や長年にわたる世界との交流の歴史の中から生まれた「和華蘭文化」等の長崎固有のテーマ性を活かし、何度でも訪れたくなる魅力的なコンテンツを創造します。また、自然や食などのテーマ性を持たせた体験型コンテンツの充実や滞在型の新しい旅のスタイルを創造していきます。

(1) 長崎学研究などを活用した新たな魅力の顕在化

DMOにおいて、長崎学研究や長崎固有の歴史文化とテーマ性を活かしたコンテンツの磨き上げや造成により、新たな魅力の顕在化を図り、魅力発信を行います。

(2) 滞在型の新しい旅のスタイルの創造

DMOと民間事業者が連携し、市内周遊の仕組みづくりの促進や夜間・早朝の魅力づくりなどにより、滞在時間と観光消費の拡大を図ります。

また、ナイトクルーズや夜間のフォトスポット等のナイトタイムコンテンツの充実を図るとともに、長崎の食材を使った朝食プランの造成など、新たな魅力づくりを促進します。

(3) 自然環境を活かした体験型コンテンツの充実

DMOと民間事業者が連携し、野母崎や外海、琴海、茂木などの豊かな自然環境を活かしたアウトドアの体験型コンテンツの充実を図ります。

(4) 食を活かした魅力づくり

DMOと民間事業者が連携し、食と体験を組み合わせたコンテンツ造成により、消費につながる取組みを推進するとともに、効果的な情報発信に取り組めます。

また、日本遺産のさらなる認知度向上を図るため、令和4年度まで交付される国の補助金を活用し、シュガーロード沿線自治体と連携を図りながら普及啓発等に資する事業やシュガーロードに由来する菓子等のPRなど、「シュガーロード」が長崎市来訪のきっかけとなる取組みを行います。

(5) 人との交流を活かした平和プログラムの充実

公益財団法人長崎平和推進協会等と連携し、訪問客に対する平和プログラムの充実を図ります。

A-3 スポーツや文化・芸術など新しい交流の領域を切り開く。

長崎市は、歴史と伝統に培われた長崎くんちや長崎ペーロン等の祭り、伝統行事や長崎刺繍、ガラス工芸、ハタづくり等の伝統工芸が今もなお楽しめるまちです。

また、長崎のまちは、数多くの映画やアニメーション等の舞台としても知られており、これらの文化・芸術の魅力は、地域活性化につなげる貴重な観光資源といえます。

さらに、2024年（令和6年）の開業を目指し、長崎スタジアムシティプロジェクトが進められており、スポーツによる交流人口の拡大も期待されています。

このような芸術・文化、スポーツ等の長崎の新しい領域を活かしたツーリズムを促進し、訪問客の裾野を広げます。

(1) プロスポーツ（サッカー・バスケットボール）等の新たな魅力の活用

長崎市を本拠地とするプロスポーツチーム（サッカー・バスケットボール）の誕生と、民間主導による長崎スタジアムシティプロジェクトの実現を機に、長崎の新たな魅力としてスポーツを活用し、人の交流を生み出し、まちなかへの誘導などにより地域の活性化を図ります。

(2) 芸術文化を活かしたまちの魅力向上

歴史伝統に培われた長崎くんち等の祭りや伝統行事、長崎刺繍、ガラス工芸等の伝統工芸をはじめとした芸術文化の魅力を観光資源として地域活性化に活かしていきます。

また、映画や音楽、アニメーションなど、長崎を舞台とした芸術文化が息づくまちとして、新たな人の流れを生み出すため、エンターテインメントに関する情報の集約・発信や、イベントの実施・支援を行うことで、エンターテインメントによる賑わいを生み出し、まちの魅力を高めます。



基本方針 B 安全安心・快適な滞在環境の整備

これらからの訪問地には、付加価値の高い観光素材とともに、国内外の誰もが安全に、かつ、安心して訪れ、快適に滞在できる環境が求められています。

2020年の長崎港におけるコスタ・アトランチカ号の感染症拡大への迅速な対応は、世界のクルーズ関係者に長崎港が安全な寄港地として、印象付けられました。このような経験を活かし、観光・MICE施設においては、新型コロナウイルスをはじめとする感染症対策に継続的に取り組むとともに、宿泊施設が取り組む感染症拡大防止ガイドライン「team NAGASAKI SAFETY」などの様々な安全対策を推し進め、国内外の観光客やMICE主催者・参加者から「安全安心」の面からも選ばれる訪問地を目指します。

また、DMOでは、令和4年度に供用開始予定の新総合観光案内所でのワンストップでのコンシェルジュ機能の充実をはじめ、旅マエ、旅ナカ、旅アトなど訪問客のニーズに即した情報発信ができる体制を整えます。

さらに、二次交通の充実、ピクトグラムや多言語表記、ICTなどを活用したわかりやすい情報案内、公衆無線LANの整備などストレスなく滞在できる環境づくりとユニバーサルツーリズムを進め、国籍や訪問目的等に関わらず、誰もが快適に過ごすことができる受入環境の整備を図ります。

基本施策

B-1 安全安心な滞在環境をつくる。

観光・MICE施設における感染症対策を徹底するとともに、産官学が連携し、安全安心な旅を提供する「team NAGASAKI SAFETY」の取組みなどを進めます。また、災害や緊急時の医療機関などにおける外国人患者の受入態勢の強化や公衆無線LANを活用した情報発信など、安全安心な滞在環境づくりを進めていきます。

(1) 新型コロナウイルス感染症などに対する安全安心の滞在環境づくり

観光・MICE施設においては、新型コロナウイルスをはじめとする感染症対策に継続的に取り組めます。また、感染症拡大の段階に応じ、観光・MICE関連事業者のガイドラインの順守や受入の徹底を図るとともに、訪問客への適切かつ効果的な情報発信を行います。

また、新型コロナウイルス感染症の予防対策に取り組む宿泊施設等の認証制度「team NAGASAKI SAFETY」を推進し、官民一体となって安全・安心の滞在環境づくりを促進します。

(2) 災害発生時における訪問客への情報発信、避難・誘導體制の充実

災害時における避難・誘導初動対応マニュアルや指差し会話集等の各種ツールを活用し、各観光・MICE 施設等において、災害発生時の体制の充実を図ります。

(3) 医療機関などにおける外国人患者の受入態勢の強化

訪日外国人旅行者受付・診療マニュアルや指差し会話集等の各種ツールを活用し、医療機関とも連携し、受入態勢の強化を図ります。

B-2 快適な滞在環境をつくる。

多言語対応や公衆無線 LAN の整備などによる訪問客の受入環境整備や、観光案内所におけるコンシェルジュ機能の充実、ICT を活用した観光案内と情報発信の推進により、快適な滞在環境づくりを進めていきます。

(1) ユニバーサルデザインによる誰にでもわかりやすい案内の充実

多言語対応や視覚的・聴覚的工夫など、多様な訪問客に対する配慮によって、だれもが必要な情報を得られる案内を充実させ、ストレスフリーな滞在与回遊を実現します。

(2) 公衆無線 LAN の整備による通信環境の改善

主要観光施設や交通結節点等における公衆無線 LAN 環境の整備・運営を行い、訪日外国人観光客などの訪問客の通信環境を向上させます。

(3) ICT を活用した情報発信の強化

訪問客の旅行中・旅行前後の疑問・質問に対して多言語で対応ができる AI チャットボットの導入など、知りたい情報を 24 時間いつでもリアルタイムで簡単に入手できるコミュニケーションツールによって、快適な旅の実現を図ります。さらに、飲食店やアクティビティの予約、最適なルート案内、旅行ニーズに応じたおすすめ情報のプッシュ通知など、多様な機能によって、快適な旅行体験を提供できるよう検討していきます。

(4) ストーリーが伝わるわかりやすい多言語表記・説明の充実

外国人目線の翻訳やストーリーチェックにより、適切な多言語化を図り、多種多様なバックグラウンドをもつ訪問客にとって魅力的かつ有益なストーリーをわかりやすく伝えるツールを充実させます。

(5) 人材育成によるおもてなしの強化

DMO において、観光関連事業者などを対象としたセミナーの実施や有償ガイドを育成する仕組みづくりなどを推進することにより、訪問客の多様なニーズに対応し、滞在満足度向上とリピーター増加を図ります。

(6) クルーズ客船による訪問客の受入環境の充実

長崎港に来港するクルーズ客船の訪問客の接遇・受入行事を行い、訪問客の満足度向上と効果的なクルーズ振興を図ります。

B-3 交通アクセスを充実させ、周遊しやすい環境をつくる。

二次交通の充実やユニバーサルツーリズムの推進、ICTの活用などにより楽しみながら快適に周遊できる環境づくりを進めます。また、中・近景の夜間景観づくりなどを活かした、まちなかでの夜のまち歩きの推進などに取り組みます。

(1) ICTを活用したわかりやすい交通案内・情報発信の強化

市内の観光スポットの周遊を促進するため、交通事業者と連携し、観光型MaaSなどにより、バスやタクシーなどの移動手段をサービスとして提供し、検索から予約、決済、利用まで総合的に対応できるような周遊の検討を行っていきます。また、観光スポットや移動経路の混雑を回避する機能により、訪問客の需要の平準化を図り、ニーズに応える快適な周遊環境を提供できるよう検討していきます。

(2) 交通事業者と連携した快適な二次交通の充実

駅前広場の整備やエレベーターなどの設置により、快適に二次交通を利用できる環境を整備します。さらに、交通事業者に対して、新規バス路線の運行やロケーションシステムの導入を働きかけ、二次交通の充実を図ります。

(3) ユニバーサルツーリズムの推進

高齢者、障がい者、妊婦、幼児、外国人など、だれもがストレスフリーで楽しむことができる旅を提供するため、長崎空港内のUTセンターと長崎市総合観光案内所の連携などにより、ユニバーサルツーリズムの推進に向けて、民間事業者の取組みを主体としながら、快適な環境づくりを進めます。



基本方針 C 戦略的な魅力発信と誘致活動の推進

2019年の「旅行・観光消費動向調査」(観光庁発表)では、日本国内における観光消費額27.9兆円のうち、78.5%が日本人の国内旅行により消費されたものであり、訪日外国人による消費が年々伸びてきているものの、国内旅行は、最優先で取り組むべき市場です。

また、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、航空線需要が2019年の水準に回復するのは、国内線が2022年、国際線が2024年との見通しが国際航空運送協会から出されており、インバウンドの回復には時間を要することが想定されています。

コロナ禍において、多様な訪問客の誘致に取り組むためには、刻々と変化する感染状況に即応しながら、効果的なプロモーションを行っていく必要があります。

そこで、観光まちづくりの舵取り役であるDMOが中心となり、長崎ブランドを確立するとともに、観光動向等の市場調査・分析による現状把握を行いながら、ワンストップで戦略的かつ効果的な誘致・プロモーションを展開していきます。

国内観光客誘致については、個人観光客を中心に、令和3年10月開業予定の恐竜博物館や食、郊外の体験型コンテンツなど新たな魅力の情報発信を強化し、令和4年秋の九州新幹線西九州ルート暫定開業効果を最大限に引き出すための誘致・プロモーションを実施します。

インバウンド誘致については、広域で周遊する海外の個人旅行者向けに、関係機関(JNTO、九州観光推進機構、交通事業者、北部九州や県内自治体等)と連携しながら、WEB配信を中心に、感染症収束後の復活期に向けた訪日・長崎旅行の期待感の醸成に取り組めます。また、訪日旅行需要回復後は、DMOにおいて、ターゲットとする国・地域の感染状況を見極めながら、市場に即した誘致・プロモーションを実施します。

MICE誘致については、出島メッセ長崎の開業に向けて、長崎市、DMO、株式会社ながさきMICEがセールス情報を共有し、役割分担しながら情報発信と誘致に取り組めます。

特に、熱帯医学、放射線医学、海洋科学等の長崎大学の研究の強みや特徴、被爆地としての強みを活かせる分野で、経済効果が高く、都市ブランドの向上につながる学会・大会、政府系・国際会議等を重点的に取り組みます。

また、安心して長崎を訪問先として選び、訪れていただくために、行政のみならず、観光・MICE施設、宿泊施設、交通事業者、飲食店など様々な関係団体が取り組んでいる安全安心の取組みについて、ニューノーマルの時代の新しい長崎の旅のスタイルとして可視化し、国内外の観光客・MICE主催者・参加者に広く発信します。

C-1 市場分析等に基づく戦略的な誘客・MICE 誘致を展開する。

従来の観光動向調査等に加え、訪問客の属性やニーズ、消費行動等のデータを収集、分析し、国内観光・インバウンド・MICE等の各分野におけるターゲットを設定し、各種施策につなげていきます。

(1) マーケティングデータの収集・分析と積極的な活用

DMOにおいて、ICTなどを活用して訪問客のニーズや動向などのマーケティングデータを収集・分析し、積極的に活用することで、戦略的な誘客を実施します。

(2) 各分野（国内／インバウンド／MICE）におけるターゲットの設定

長崎大学の研究の強み・特徴を活かした分野（熱帯医学、放射線医学、海洋科学）や被爆の実相を広く伝える取組みを強みとして活かした分野（平和関係）など、他都市との差別化が可能な長崎の強みや特色を活かし、経済効果が高く、都市ブランドの向上につながる誘致ターゲットを設定し、誘致を展開します。

(3) AIなどを活用したデジタルマーケティングの強化

AI（人工知能）などの先端技術を活用したデジタルツールや観光サービスにより得られるデータの活用について検討を進め、デジタルマーケティングの強化を図り、訪問客の満足度向上と効果的な情報発信を促進していきます。

C-2 長崎ブランドの確立と効果的なプロモーションを推進する。

観光・MICEにおける長崎ブランドを確立させ、交流都市・長崎の知名度の向上を図ります。また、九州新幹線暫定開業など、時機を得た効果的なプロモーションや長崎とゆかりのある人・地域を活かした誘客を行います。さらに、安全安心の取組みについて適切に情報発信します。

(1) 長崎観光・MICE ブランディングの確立・活用

長崎観光ブランドについては、DMOが舵取り役となり、立案していきます。

また、観光庁の「コンベンションビューロー機能高度化事業」に採択され、海外の専門家の助言を受け、構築した長崎市のブランドタグライン「Nagasaki JAPAN. A city of legacies」を活用し、国際会議の誘致等に取り組みます。

(2) 九州新幹線西九州ルート of 暫定開業を活用したプロモーション

佐賀・長崎デスティネーションキャンペーンを中心に、九州新幹線西九州ルートの暫定開業と開業に向けて培ってきた観光コンテンツなどの魅力を域外へ情報発信し、民間事業者や関係団体等と連携しながら、新幹線を利用した訪問客の増加を図ります。

(3) 長崎とゆかりのある人や地域を活かしたプロモーションの展開

全国各地で活躍する長崎ふるさと大使や長崎市観光大使などの著名人との連携によるプロモーションや市民によるSNSなどを活用した情報発信により、長崎市の魅力を積極的に発信します。また、長崎とゆかりのある国や地域との連携による観光プロモーションを展開します。

(4) 安全安心の取組みの可視化

行政、観光・MICE施設、宿泊施設、交通事業者、飲食店など様々な関係団体が行う感染症対策など安全安心の取組みについて、ニューノーマルの時代の新しい長崎の旅のスタイルとして可視化するとともに、状況に応じ適切に発信します。

C-3 DMO を中心としたワンストップの誘客・MICE 誘致を行う。

DMO と民間事業者との連携によるワンストップの情報発信と誘致活動を進め、誘客を図ります。また、観光ルートや観光ガイド、宿泊施設、交通アクセス等についてワンストップで案内できる機能をもった総合観光案内所を設置し、訪問客の利便性の向上を図ります。

(1) デジタルプロモーションの促進

旅行形態が団体旅行から個人旅行へと変化している中、デジタルプロモーションを促進することで、受け手ごとに応じた、タイミングやメディアツール、ニーズに即した情報を発信し、プロモーション効果の最大化を図っていきます。

(2) 旅マエ・旅ナカ・旅アトの情報発信

旅マエ（旅行前のシーン）、旅ナカ（旅行中のシーン）、旅アト（旅行後のシーン）と、シーンごとにプロモーションをすべき業種、タイミング、そして適切な広告などの配信先を見極めながら効果的な情報発信を実施していきます。

旅ナカにおいては、訪問客が求める観光情報やコンテンツを円滑に提供できるよう、ワンストップで案内できる機能を持った新たな総合観光案内所を長崎駅に設置し、訪問客の利便性と満足度向上を図ります。

(3) 多様な関係者と連携した誘客プロモーション

観光・MICE に関わる各ステークホルダーが、各々にプロモーションを実施するのではなく、データの収集分析により策定した戦略に基づき、DMO を中心とした一元的なプロモーションを実施することで誘客効果の最大化を図っていきます。

また、MICE においては、出島メッセ長崎の施設運営者である（株）ながさき MICE、DMO 及び市が主体となり、誘致ターゲットやセールス情報について情報共有し、役割分担を明確にして、大学や経済界、長崎県、長崎県観光連盟など関係団体と連携しながら誘致を推進します。

(4) JNTO・九州観光推進機構・県等と連携した広域プロモーション

インバウンドについては、対象市場や保有コンテンツを勘案し、JNTO や九州観光推進機構のほか長崎県や関係する自治体、長崎県観光連盟や交通機関などの民間事業者と連携した、効果的な広域プロモーションを実施します。



基本方針 D 観光・MICE 関連産業の活性化

観光・MICE 関連産業は、観光施設や宿泊施設のみならず、飲食業、交通機関、農林水産業など裾野の広い産業です。「交流の産業化」による「人を呼んで栄えるまち」の実現には、DMOの旗振りのもと、多様な関係者が観光まちづくりに参画し、それぞれのビジネスを活性化させていくことが欠かせません。

このため、観光・MICE産業の持続的成長を支える担い手を育成するとともに、モノやサービスの質の向上・高付加価値化、域内調達率の向上などにより、民間事業者の稼ぐ力の向上に取り組みます。

また、歴史的建造物などユニークベニューの活用や、MICE参加者の周遊・滞在を促すことで、MICE開催効果をまち全体に波及させる「まちMICEプロジェクト」を推進し、さらなる地域経済の活性化につなげます。

基本施策

D-1 DMOを中心とした観光まちづくりの推進体制の充実を図る。

「長崎市版DMO」の一層の確立を図り、観光まちづくりの舵取り役として、域内マネジメントを行いながら、地域の稼ぐ力を引き出します。また、観光まちづくりを推進し、都市の魅力を高めていくために必要な新たな財政需要に適切に対応するため、持続的な財源となり得る宿泊税の導入の検討を進めます。

(1) 多様な関係者の観光まちづくりへの参画と合意形成の促進

長崎商工会議所や長崎経済同友会などの経済団体、各事業者団体や長崎都市経営戦略会議、長崎青年協会や長崎青年会議所及び長崎大学などの組織と連携して、観光関連事業者だけでなく、市民やまちづくり団体、水産、農林事業者等の多様な関係者の参画を促し、合意形成を図りながらそれらの業務支援を行い、長崎市の地域が一体となった観光地域づくりを推進していきます。

(2) PDCAサイクルの確立

DMOにおいては、「長崎市観光・MICE戦略」に基づく具体的な事業計画である「(仮称)DMO事業計画」を策定し、各種事業の進行管理の徹底を図ります。また、データ収集・分析などに基づいた事業計画のもと、PDCAサイクルによる業務評価等を行います。

(3) 持続的な財源確保のための宿泊税の導入検討

「訪問客への還元」という基本方針に基づき、宿泊税を導入して効果的な施策に活用することにより、宿泊客の増加、宿泊税の増収、新たなサービスの提供という好循環を生み出し、都市の魅力を高めていくうえで必要な新たな財政需要に適切に対応します。

D-2 民間事業者の稼ぐ力を向上させる。

観光・MICE 関連産業の多様な関係者の人材育成を行うとともに、顧客ニーズに即したモノやサービスの高品質化に取り組み、観光・MICE 産業の持続的成長を支える民間事業者の「稼ぐ力」を引き出します。さらに、訪問客のターゲットと提供するコンテンツに応じた、最適な流通形態を確立し、地域が稼ぐ仕組みづくりを進めます。

(1) 観光・MICE 関連産業の持続的成長を支える担い手づくり

DMO において、有償ガイドを育成する仕組みづくりを推進することにより、個人観光客や MICE 参加者の多様なニーズに対応し、満足度の向上とリピーターの増加を図ります。

また、長崎の地域活性化に資することを目的に設立された「長崎 MICE 事業者ネットワーク」に参画する事業者の充実を図り、MICE 関連産業の持続的な成長を支えます。

(2) 観光・MICE サービスの質の向上と高付加価値化

DMO において、サービスに関する満足度調査を定期的実施するとともに、PDCA サイクルに基づく事業評価と見直しを委員会などで行い、併せてサービス提供者へのフィードバックを行うことで、サービスの質の向上に繋がる仕組みを構築します。

また、地元事業者においては、国際会議などの主催者のニーズにも対応できるサービスの高付加価値化やビジネススキルの向上を図ります。

(3) MICE 需要の地元受注促進

「長崎 MICE 事業者ネットワーク」が中心となり、業種の枠を越えて地元の民間事業者が連携し、MICE 業務の受注拡大を図ります。

(4) 域内調達率の向上

訪問客へのサービス提供にあたり、観光・MICE 関連事業者が中心となって、地元の水産農林業等の事業者と連携を強化し、地元の食材等の積極的な購入を促進することで、域内調達率を向上させ、地域経済の活性化に取り組みます。

D-3 まち MICE プロジェクトを推進する。

MICE 開催効果をまち全体に波及させるため、MICE 参加者や同伴者の回遊を促進し、滞在時間と消費の拡大につなげるとともに、MICE 開催をまち全体で歓迎しおもてなし機運を醸成する「まち MICE プロジェクト」に取り組みます。

(1) 歴史的建造物などのユニークベニューでの活用促進

訪問客の滞在時間の拡大と満足度の向上に向けて、長崎らしさを感じられる歴史的建造物などユニークベニューとして利用可能な施設を拡充し、活用を図ります。

(2) MICE 参加者向けアクティビティの充実

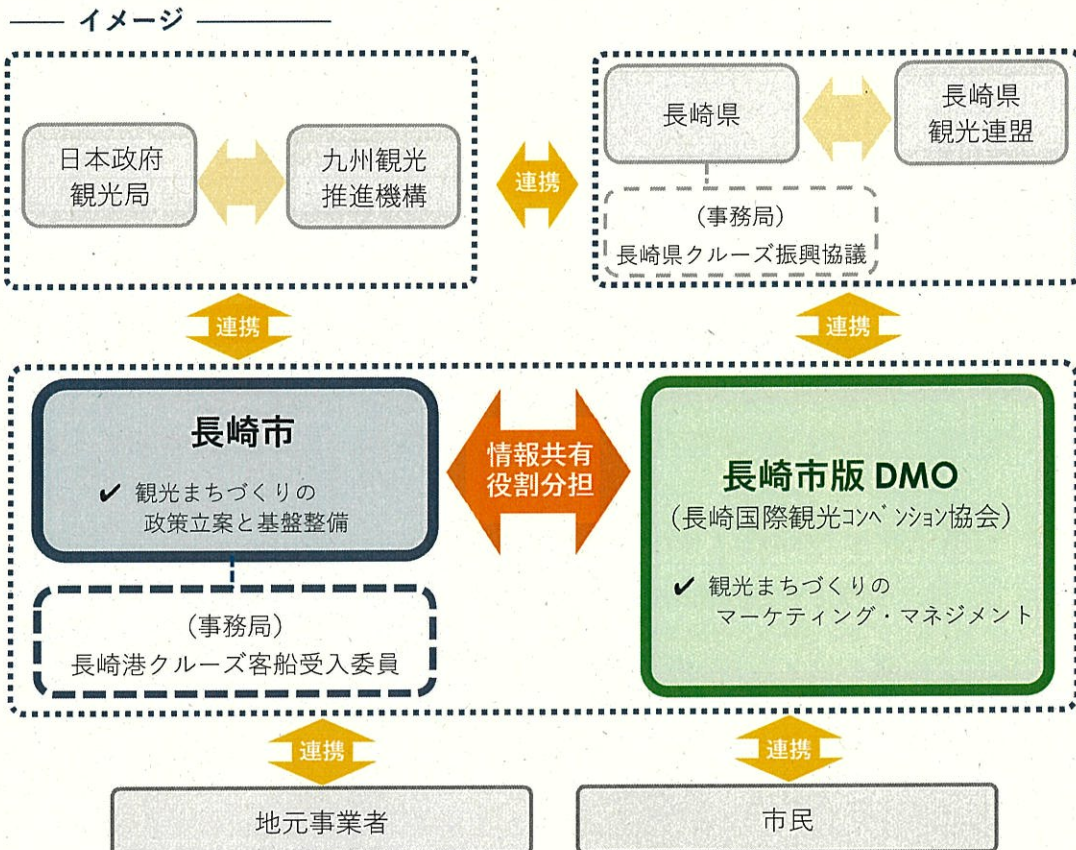
MICE 参加者又は同伴者が、MICE 開催前後又は合間に気軽に参加でき、楽しむことができる周遊・滞在プログラムの充実を図ります。

(3) まち全体のおもてなしの機運醸成

MICE や市民公開講座等のサイドイベントの情報を市民に提供し、MICE への参加やボランティア、通訳などとして参画ができる仕組みづくりを行い、まち全体で MICE 開催を歓迎する機運を醸成します。

3 推進体制

(1) 観光・MICE 全体



— 役割分担 —

長崎市 (観光まちづくりの政策立案と基盤整備)

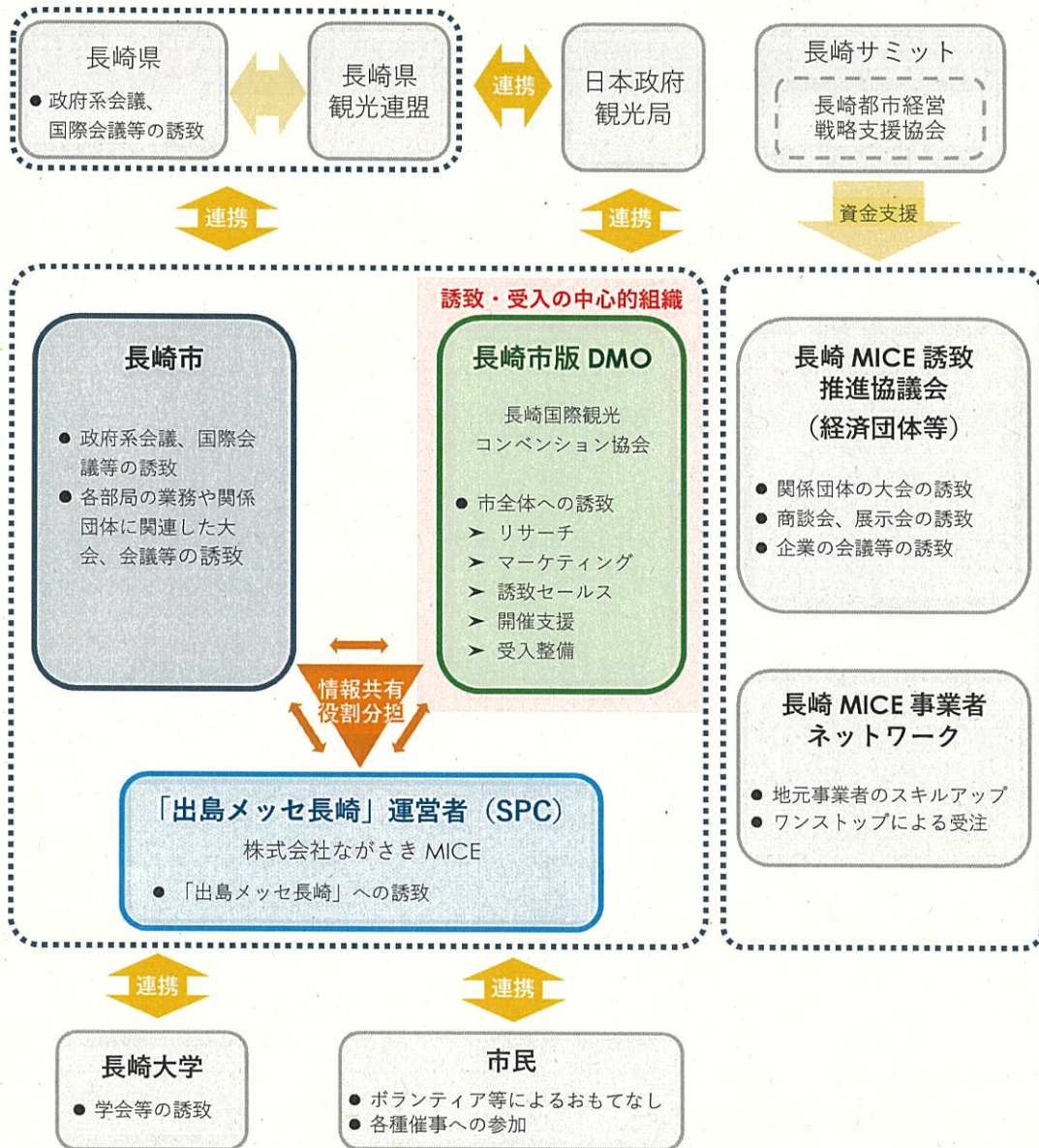
- 『観光・MICE 戦略』策定・検証
 - 戦略の策定
 - 戦略の基本方針及び基本施策に基づく事業の実施と検証
- 地域資源 (ハード) を活かした魅力づくり
 - 観光・MICE 施設の整備等による魅力向上
 - 市有の観光施設等の整備・維持管理
 - 出島メッセ長崎の整備・維持管理
 - 市有文化財等の保存・活用 など
- ストレスフリーの環境整備・支援
 - ユニバーサルデザインの促進
 - 公衆無線 LAN 環境、総合観光案内所の設備等の整備
 - 観光案内板や説明板の設置と維持管理
- DMO の形成・確立支援
 - 庁内関係課 (商工部、水産農林部等) との連携

DMO (観光まちづくりのマーケティング・マネジメント)

- データ収集・分析に基づく戦略策定・検証
 - 訪問客に関するデータ収集・分析
 - 分析結果の提供・公開
 - 分析結果に基づく『(仮称) DMO 事業計画』策定
 - 長崎観光ブランド立案 (シティプロモーションとの整合)
- 地域資源 (ソフト) を活かした魅力づくりと消費拡大
 - 魅力あるコンテンツ造成 (食・体験型・ユニークベニュー・長崎さるく・遊学券等)
 - 関係事業者育成及び受注促進
- ワンストップ誘致プロモーション・受入
 - 訪問客 (インバウンド・国内観光・MICE) の誘致、情報発信
 - コンシェルジュ機能・受入強化 (総合観光案内所等)
- 域内マネジメント
 - 域内事業者との連携

(2) MICE 分野

— イメージと役割分担 —



資料編

1 長崎市観光・MICE 振興審議会

(1) 委員一覧

(敬称略・構成区分順/50音順)

構成区分	氏名	所属団体名	肩書
学識経験	下地 芳郎 (会長)	一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー ／ 国立大学法人琉球大学 国際地域創造学部	会長 ／ 客員教授
学識経験	高橋 一夫 (副会長)	近畿大学 経営学部	教授
観光関係団体	太田 吉信	独立行政法人国際観光振興機構 (JNTO: 日本政府観光局)	総務部次長
観光関係団体	河野 まゆ子	株式会社 JTB 総合研究所 コンサルティング事業部	地域戦略部長 主席研究員
観光関係団体	塚島 宏明	長崎県旅館ホテル生活衛生同業組合連合会	理事
観光関係団体	豊饒 英之	一般社団法人長崎国際観光コンベンション協会	DMO 推進局長
観光まちづくり 関係団体	桐野 耕一	NPO 法人長崎コンプラドール	理事長
産業関係団体	内田 信吾	株式会社インテックス	代表取締役社長
商工業関係団体	船橋 修一	九州教具株式会社	代表取締役社長

(2) 審議経過

第1回

開催日

2020年8月7日

審議内容

- 現状分析（取り巻く情勢、現状と課題等）とビジョン・方向性等について
- 長崎市観光・MICE戦略の骨子（案）について

第2回

開催日

2020年10月2日

審議内容

- 素案内容（ビジョン・現状と課題・KGI/KPI・施策・推進体制等）について

第3回

開催日

2020年11月6日

審議内容

- 素案内容（ビジョン・現状と課題・KGI/KPI・施策・推進体制等）について
- 長崎市版DMOの体制と取組内容について
- 観光デジタル変革の重要性について

オブザーバー

内閣府クールジャパン地域プロデューサー 陳内 裕樹 氏

第4回

開催日

2021年1月22日

審議内容

- 長崎市観光・MICE戦略（素案）の最終案について
- 審議結果報告書案について

2 用語解説

(50音順/アルファベット順)

用語	解説
アウトバウンド	自国から国外への旅行 ⇔インバウンド
域内調達率	地域内で提供されているサービス・商品などのうち、地域内で生産・調達されているものの割合
インバウンド	国外から自国への旅行（訪日外国人旅行者） ⇔アウトバウンド
九州新幹線西九州ルート	長崎市（長崎駅）と福岡市（博多駅）を結ぶ約143kmの新幹線ルート 2022年度 暫定開業予定（長崎駅－武雄温泉駅間をフル規格、武雄温泉駅で在来線との対面乗り換え（リレー）方式）
クルーズ	大型客船を利用した旅行
公衆無線 LAN	無線 LAN（主に Wi-Fi）を利用したインターネットへの接続ができるサービス
シティプロモーション	地域のイメージを向上させるための活動（広報など）
シュガーロード	長崎から小倉へ続く「砂糖文化を広めた長崎街道～シュガーロード～」 2020年度 日本遺産認定
世界新三大夜景	長崎・香港・モナコの3都市 一般社団法人夜景観光コンベンションビューロー主催の「夜景サミット 2012in 長崎」において、世界を代表する夜景都市として認定
デジタルマーケティング	様々な形態のデジタルメディアを活用したマーケティング活動
出島メッセ長崎	長崎初の本格コンベンション施設 2021年11月 JR長崎駅西口にオープン予定

用語	解説
デスティネーションキャンペーン	JR グループ 6 社と指定された自治体等が共同で実施する大型観光キャンペーン (2022 年 10～12 月 佐賀・長崎デスティネーションキャンペーン)
長崎スタジアムシティプロジェクト	株式会社リージョナルクリエイション長崎のプロジェクト プロサッカーチーム V・ファーレン長崎の本拠地となるスタジアムを中心にオフィス・商業施設・ホテル・アリーナなどで構成する複合型施設を 2024 年度に開業予定
二次交通	鉄道駅や空港から観光スポット等の目的地までの交通手段
日本新三大夜景	長崎・札幌・北九州の 3 都市 一般社団法人夜景観光コンベンションビューローが実施する全国の夜景鑑賞士に対するアンケート結果から上位 3 都市を認定
ニューノーマル	新型コロナウイルス感染症の流行により生まれた「新しい生活様式」など、行動様式や価値観が変化していく新たな日常
ビッグデータ	ICT (情報通信技術) の進展により生成・収集・蓄積等が可能・容易になる多種多様のデータ
ポストコロナ	新型コロナウイルス感染症流行の収束後の期間
ユニークベニュー	歴史的建造物や文化施設等において、会議・レセプションを開催することで特別感や地域特性を演出できる会場
ユニバーサルツーリズム	高齢者、障がい者、妊婦、幼児、外国人など、だれもがストレスフリーで楽しむことができる旅行
(バス) ロケーションシステム	バスの位置情報を収集し、現在地や遅延情報を把握・表示するシステム
ワンストップ	必要な情報や案内などを複数の場所や窓口にまたがることなく 1 本化したもの
AI	Artificial Intelligence (人工知能)

用語	解説
DMO	Destination Management/Marketing Organization (観光地域づくり法人)
DX	Digital Transformation 企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること
ICCA	International Congress and Convention (国際会議協会)
ICT	Information and Communication Technology (情報通信技術)
JNTO	Japan National Tourism Organization (通称：日本政府観光局、正式名称：独立行政法人国際観光振興機構)
JNTO 基準 (国際会議開催件数)	JNTO (日本政府観光局) が定める国際会議の定義 主催者：「国際機関・国際団体 (各国支部を含む)」 又は「国家機関・国内団体」 参加者総数：50名以上 参加国数：日本を含む3居住国・地域以上 開催期間：1日以上
MaaS	Mobility as a Service バスや電車、タクシー、飛行機など、すべての交通手段による移動をひとつのサービスに統合し、ルート検索から支払いまでをシームレスにつなぐ概念
MICE	Meeting (会議)、Incentive Travel (報奨旅行)、Convention (国際会議)、Exhibition/Event (展示会) の頭文字を使ったビジネスイベントを総称した造語
PDCA	Plan (計画) → Do (実行) → Check (評価) → Act (改善) のサイクルにより業務を管理する手法
SNS	Social Networking Service 限られたユーザーだけが利用できるコミュニティ型の会員制サービス

用語	解説
Society5.0	サイバー空間（仮想空間）とフィジカル空間（現実空間）を高度に融合させたシステムにより、経済発展と社会的課題の解決を両立する、人間中心の社会 狩猟社会（Society 1.0）、農耕社会（Society 2.0）、工業社会（Society 3.0）、情報社会（Society 4.0）に続く、新たな社会を指すもので、第5期科学技術基本計画において我が国が目指すべき未来社会の姿として初めて提唱
SPC	Special Purpose Company（特別目的会社） 株式会社ながさき MICE（出島メッセ長崎運営者）
UTセンター	ユニバーサルツーリズムセンター 長崎県が長崎空港に設置するユニバーサルツーリズム専門窓口

2 長崎市観光施設事業経営戦略（案）について

(1) 策定の目的

観光施設事業特別会計においては、今後の施設等の老朽化に伴う更新投資の増大、人口減少に伴う国内観光客市場の縮小による料金収入の減少等により、経営環境は厳しさを増しつつあり、経営等についての的確な現状把握を行った上で、中長期的な視野に基づく計画的な経営に取り組み、徹底した効率化、経営の健全化を図るため、経営戦略を策定する。

総務省通知

公営企業の経営に当たっての留意事項について

(平成 26 年 8 月 29 日付け総財公第 107 号、総財営第 73 号、総財準第 83 号)

「経営戦略」の策定推進について

(平成 28 年 1 月 26 日付け総財公第 10 号、総財営第 2 号、総財準第 4 号)

料金収入をもって経営を行う独立採算制を基本原則とする公営企業については、将来にわたって安定的に事業を継続していくための中長期的な経営戦略を令和 2 年度までに策定するよう要請する。

○計画期間：10 年以上を基本とする。

○策定の要件：議会への説明、市民への公開

◎「経営戦略」の位置づけ、必要性【経営戦略策定・改定ガイドライン抜粋】

○安定的に事業を継続していくための中長期的な経営の基本計画

○中心である「投資・財政計画」は、投資以外の経費を含め、収入と支出が均衡するよう調整した収支計画

「投資・財政計画」の構成要素

- ・ 施設・設備に関する投資の見通しを試算した計画（投資試算）
- ・ 財源の見通しを試算した計画（財源試算）

【策定後】

毎年度、進捗管理・検証 → 定期的な見直し

※経営基盤強化と財政マネジメント向上に資する重要なツールと位置づけ

- ・ 経営状況等の「見える化」
- ・ 経営健全化に向けた議会、住民との議論の契機

(2) 計画期間

令和 3 年度から令和 12 年度までの 10 年間。

(3) 経営戦略の概要

ア 現在の経営状況

(ア) グラバー園 ※経営戦略 P88 参照

a 経営状況

- ・ 経常収支比率が 100%を上回っており、一般会計からの繰入金もなく他会計補助金比率も 0%のため、健全な経営状況にある。
- ・ 年間利用状況は、世界遺産登録時の 122 万人をピークに、減少傾向にあるものの、一定の入園者数を確保できている。
- ・ 令和 2 年度は新型コロナウイルス感染症の影響により、入場者が減少したことから赤字となることが見込まれる。
- ・ 令和 3 年 11 月には旧グラバー住宅の保存修理工事が終了し、展示も一新し、約 3 年ぶりにリニューアルオープンする。

b 課題

- ・ 幕末期に建てられた建築物を中心に、老朽化が進んでおり、また園内建築物の耐震工事も予定されているため、維持管理等のための修繕や工事が定期的に必要である。
- ・ 指定管理者と連携しながら集客に努め、今後の投資も見据え、料金改定も含めた収支健全化に取り組む必要がある。

(イ) 長崎ロープウェイ ※経営戦略 P97 参照

a 経営状況

- ・ 経常収支比率は、平成 29 年度及び平成 30 年度は 100%を上回っており、令和元年度は平成 27 年度工事の起債償還の開始により 100%を下回った。
- ・ 令和元年度の赤字分については、グラバー園費の黒字分から全額補填し、特別会計内で調整しており、一般会計からの繰入金もなく他会計補助金比率も 0%のため、健全な経営状況にある。
- ・ 令和 2 年度は新型コロナウイルス感染症の影響により、入場者が減少したことから赤字となることが見込まれる。

b 課題

- ・ 人命を預かる施設であることから、安全最優先で事業運営を行っており、安全に係る設備投資などにより、定期的な防災・安全対策が必要となる。
- ・ 老朽化している基幹施設の建て替え問題にも近い将来、直面することとなり、これに併せて、訪問客のアクセス改善等のため、ロープウェイを延伸する意見もあるため、これらが喫緊の検討課題となっている。

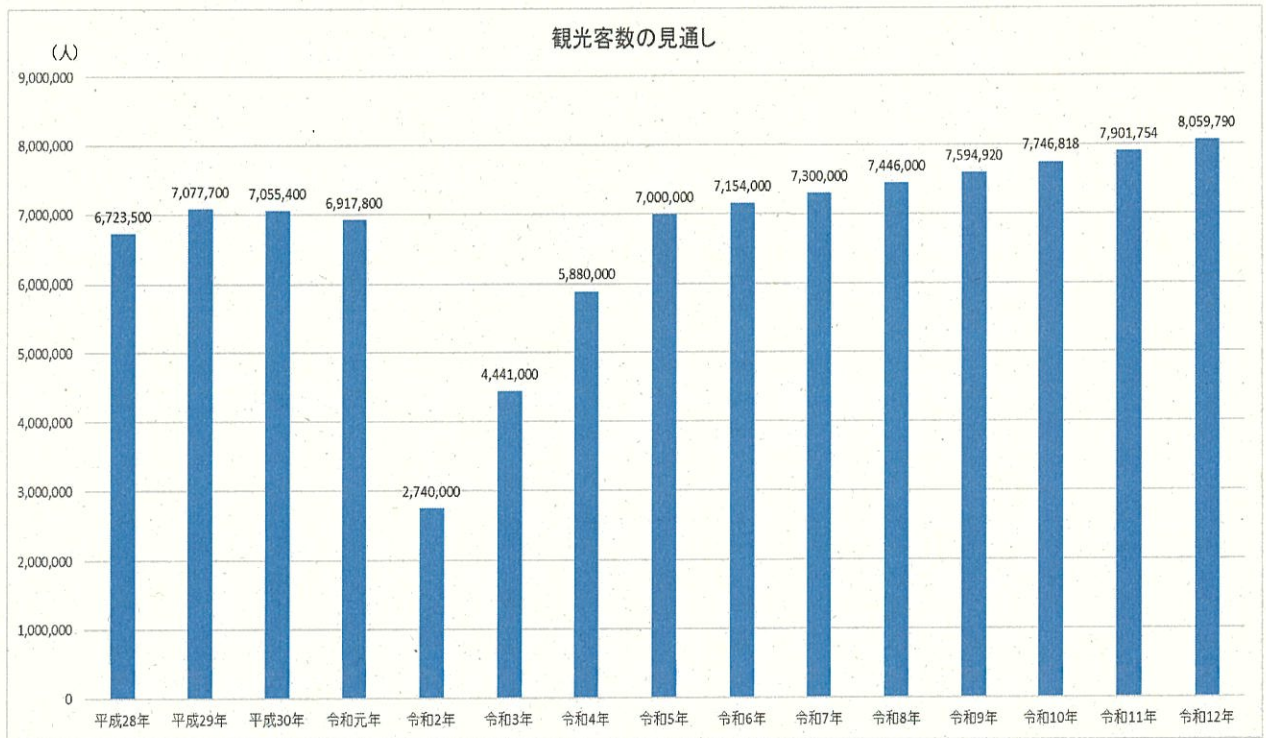
イ 将来の事業環境

(ア) グラバー園

a 観光客数の見通し ※経営戦略 P89 参照

新型コロナウイルス感染症の影響により、令和2年度は訪問客の著しい減少が見込まれる。

今後のコロナ禍により激減した観光需要の回復の見通しとしては、UNWTOやIATAの観光需要の回復シナリオなどを参考にしながら、出島メッセ長崎や新幹線の開業効果などのプラス要素も加味した上で、令和5年に令和元年の水準まで回復すると見込むとともに、令和6年度以降も長崎スタジアムシティの開業や国民文化祭の開催などを考慮した目標値を設定する。



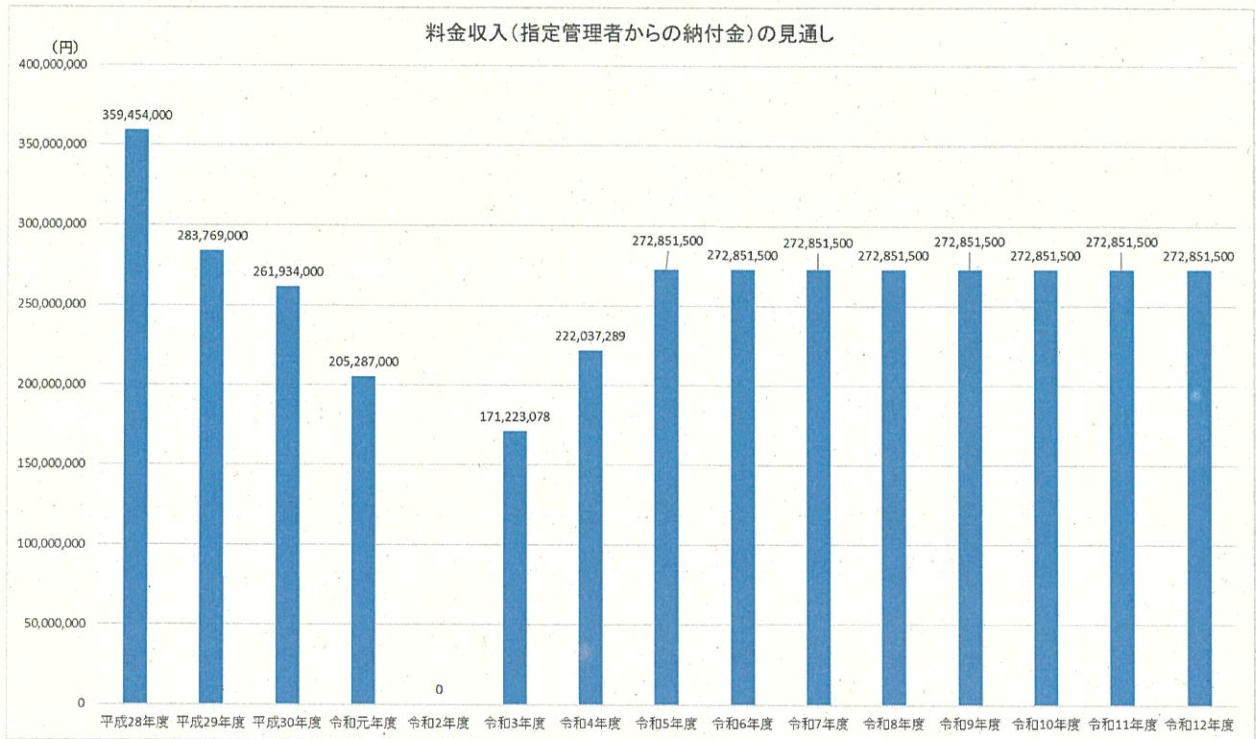
b 料金収入(指定管理者からの納付金)の見通し ※経営戦略 P89 参照

当面の間、現行の料金形態を維持していくが、コロナ禍等、社会状況をみながら適切な時期に料金改定を行う。

収入の見通しについては、新型コロナウイルス感染症の影響により、令和2年度は利用料金収入が見込めないが、令和5年4月には、感染症の影響がなかった場合の利用料金収入まで戻るものと見込む。

また、令和2年8月から令和5年4月までの間の利用料金収入は、直線的に回復するものと見込む。

したがって、指定管理者からの納付金についても、同様の動きとなるよう想定しており、令和2年度の納付はない。



c 施設の見通し ※経営戦略 P90 参照

グラバー園は、国指定重要文化財である旧グラバー住宅をはじめ、複数の文化財を有しており、維持管理のための修繕や改修工事を行ってきた。

令和2年度中に、グラバー園改修計画の策定を予定しているため、これに基づき順次改修を行っていく。

なお、令和3年度完了予定の旧グラバー住宅の耐震工事完了後は、旧オルト、旧リンガー住宅と、国指定重要文化財の耐震補強が続くため、園内の見学通路(順路)についての検討がその都度必要である。

d 組織の見通し ※経営戦略 P90 参照

指定管理者制度を導入しており、市専任職員は2名を配置している。

なお、園内には指定文化財があり、また、園全体が史跡の範囲内であることから、特に施設の改修や展示のあり方については、長崎市教育委員会(文化財課)とも連携している。

今後も経費を抑えるために効率化を図り、職員の適正な配置に努める。

(イ) 長崎ロープウェイ

a 観光客数の見通し ※経営戦略 P98 参照
※「(3) - イ - (ア)」と同様

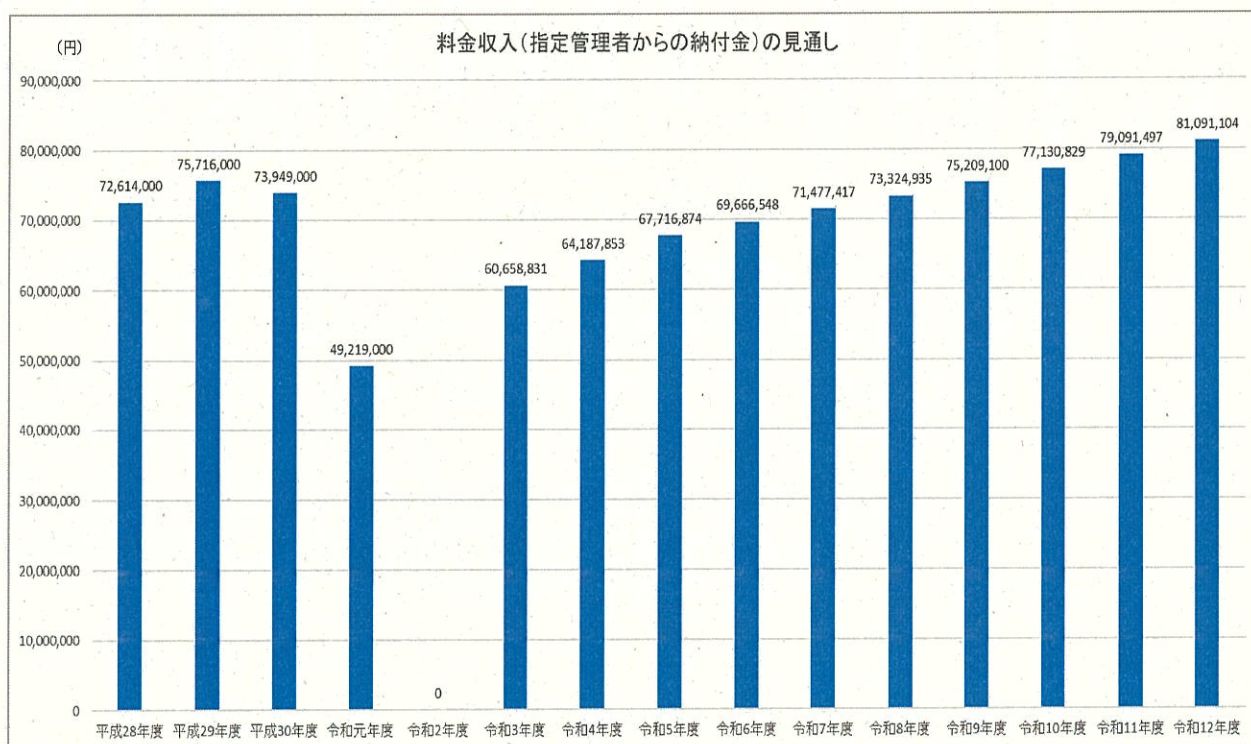
b 料金収入（指定管理者からの納付金）の見通し ※経営戦略 P98 参照

当面の間、現行の料金形態を維持していく。

収入の見通しについては、新型コロナウイルス感染症の影響により、令和2年度は利用料金収入が見込めないが、令和5年4月には、感染症の影響がなかった場合の利用料金収入まで戻るものと見込む。

また、令和2年8月から令和5年4月までの間の利用料金収入は、直線的に回復するものと見込む。

したがって、指定管理者からの納付金についても、同様の動きとなるよう想定しており、令和2年度の納付はない。



c 施設の見通し ※経営戦略 P99 参照

年次計画に基づき、毎年、老朽化した索道設備の改修工事等を実施している。

d 組織の見通し ※経営戦略 P99 参照

現在、索道技術管理者1名を配置しており、施設運営については指定管理者制度を導入している。索道技術管理者については、鉄道事業法第18条第3項第4号により鉄道事業者が設置する義務があるため、必要最低限の配置を行っている。

ウ 経営の基本方針

(ア) グラバー園 ※経営戦略 P90 参照

旧居留地時代から現存する洋館で国指定重要文化財の旧グラバー住宅（世界遺産）、旧リンガー住宅、旧オルト住宅を中心として、その他洋館を含め、当時の歴史を肌で感じられる長崎を代表する観光の拠点施設として位置付けられており、今後も文化財としての保存整備を進めつつ、観光の振興、地域の活性化等を図る場として積極的に活用していく。

また、指定管理者による民間活力を積極的に導入するとともに、指定管理者のあり方も見直しながら、市民や観光客が求めるサービスを提供することで、収益の増加を目指す。

(イ) 長崎ロープウェイ ※経営戦略 P99 参照

長崎市が推進する夜景観光の拠点施設のひとつとして位置付けられており、今後も観光の振興、地域の活性化等を図る場として積極的に活用していく。

また、世界・日本新三大夜景に認定された稲佐山の持つ魅力を十分に発揮させ、稲佐山全体のさらなる活性化を図ることを目的として民間事業者の柔軟な発想や優れたアイデアを取り入れ、新たに整備した長崎稲佐山スロープカーを含めた稲佐山公園及び長崎ロープウェイを指定管理者制度により一体的に管理運営を行っていく。

エ 投資・財政計画（収支計画）

(ア) グラバー園

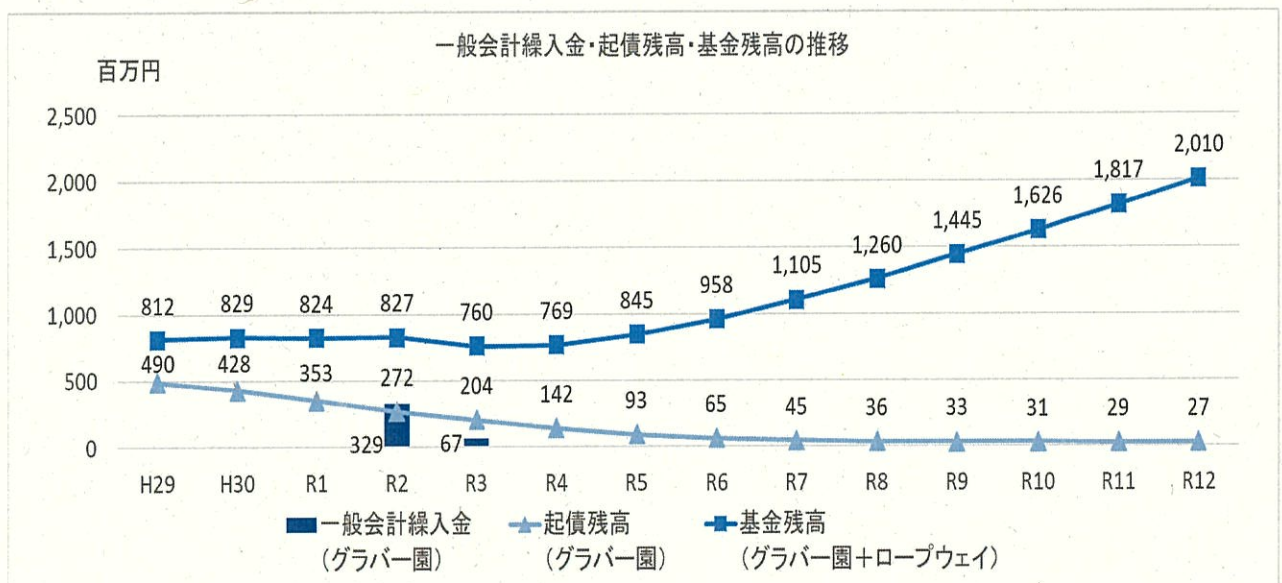
a 投資 ※経営戦略 P91 参照

令和 2 年度策定予定のグラバー園改修計画並びに今後策定予定の公共施設等
総合管理計画に基づく個別施設計画により、見直しを加えながら計画的に施設、
設備の改修を行うことにより、安定した施設の経営を目指す。

施設名	内容	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	R12	
エスカレーター	改修工事	10,700	22,900	19,600	11,500	11,400	安全を確保するための 施設改修、設備更新の実施					
深井戸ポンプ	改修工事	6,800										
レストハウス	改修工事				23,300							
国指定重要文化財 旧長崎地方裁判所 長官舎	耐震補強工事	32,900	48,500									
旧長崎高商門衛所	耐震診断・耐震 補強実施設計		3,200									
	耐震補強工事			3,500								
旧自由亭	耐震診断・耐震 補強実施設計		10,900									
	耐震補強工事			56,500								
事業費		50,400	85,500	79,600	34,800	11,400		24,120	20,320	27,520	21,020	21,320

b 財源 ※経営戦略 P91 参照

指定管理者と連携を図りながら利用料金収入の増加に取り組み、国や県の補
助金の活用や有利な起債の利用等財源の確保に努め、また、経費については必
要最小限かつ効率化・適正化を図り、収支均衡に努めることにより、安定した施
設の経営を目指す。



(イ) 長崎ロープウェイ

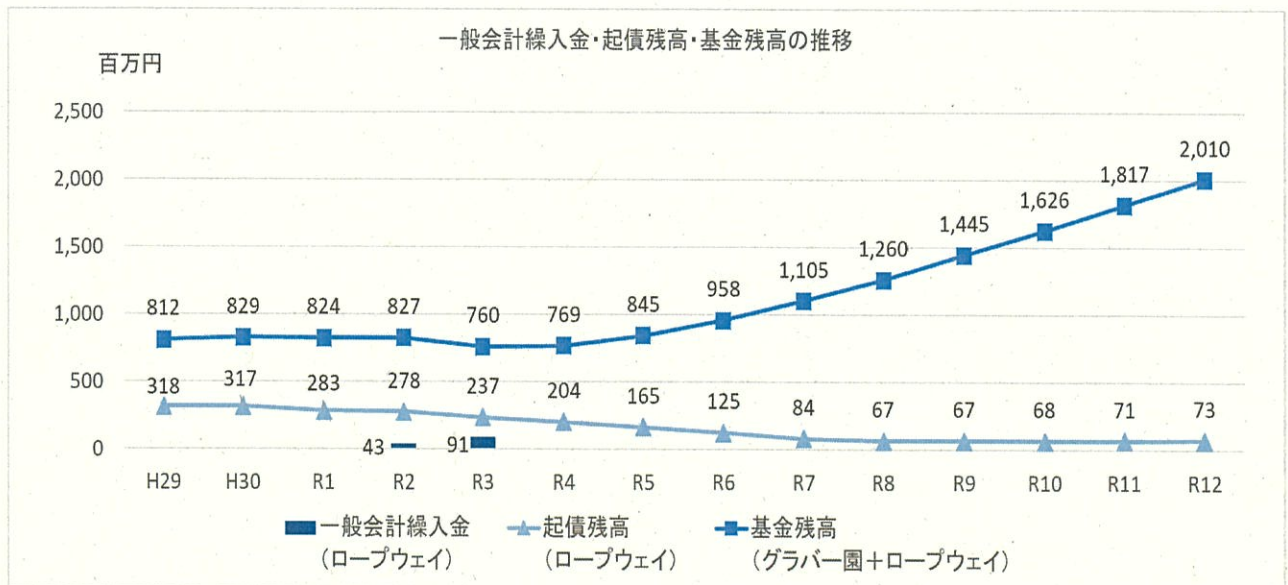
a 投資 ※経営戦略 P100 参照

今後策定予定の公共施設等総合管理計画に基づく個別施設計画により、見直しを加えながら計画的に施設、設備の改修を行うことにより、安定した施設の経営を目指す。

内容	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	R12	
搬器位置検出装置更新工事 緊張索交換工事 電気設備保守点検業務委託 主要回転軸軸受振動検査業務委託 電動機更新工事 走行装置交換工事	35,000					安全を確保するための 施設改修、設備更新の実施					
電動機更新工事 走行装置交換工事 支索用シュー・制動機更新工事 第1、第2支柱塗装工事		30,100									
支索用シュー・制動機更新工事 第1、第2支柱塗装工事 駅舎等基礎周り検査業務 受索輪ゴムライナー交換工事			21,200								
受索輪ゴムライナー交換工事 電気設備保守点検業務 ギヤカップリング点検業務 曳索・平衡索交換及び各部ゴムブロック交換工事				21,100							
曳索・平衡索交換及び各部ゴムブロック交換工事					18,200						
事業費	35,000	30,100	21,200	21,100	18,200		35,500	35,500	35,500	35,500	35,500

b 財源 ※経営戦略 P100 参照

指定管理者と連携を図りながら利用料金収入の増加に取り組み、国や県の補助金の活用や有利な起債の利用等財源の確保に努め、また、経費については必要最小限かつ効率化・適正化を図り、収支均衡に努めることにより、安定した施設の経営を目指す。



(4) 経営戦略策定後

ア 事後検証、改定等

毎年度、進捗管理を行うとともに、必要に応じて見直すこととする。

イ その他

経営戦略策定要件：議会への説明（2月定例会市議会常任委員会所管事項説明）

市民への公表はHP（2月議会終了後）

改定が生じた場合：直近の議会への説明、HPの更新

長崎市観光施設事業経営戦略(案)

団 体 名	長崎市
事 業 名	観光施設事業
策 定 日	令和 3 年 月
計 画 期 間	令和 3 年度 ~ 令和 12 年度

1. 事業概要

(1) 事業形態

法適(全部適用・一部適用) 非 適 の 区 分	非適	事 業 開 始 年 度	昭和33年4月1日
事 業 の 種 類	観光施設事業	施 設 名	グラバー園
職 員 数	2 人		
事 業 の 内 容	旧グラバー住宅などの国指定重要文化財を含む幕末期から明治期までの貴重な洋館9棟を当時の状況で保存し、また、外国人居留地時代の面影を今に伝える石畳や石段、長崎港を一望できるロケーションと歴史文化を、施設を活用して提供する事業である。		
民 間 活 用 の 状 況	ア 民間委託	-	
	イ 指定管理者制度	指定管理者制度を導入(利用料金制)	
	ウ PPP・PFI	-	

(2) 料金形態

料金の概要・考え方	<p>大人＝個人:620円、団体:520円 高校生＝個人:310円、団体:250円 小・中学生＝個人:180円、団体:140円</p> <p>出島やペンギン水族館などの観光・集客施設とそれほど変わらない額に設定しており、公の観光施設の中では(ロープウェイを除くと)最も高い料金となっているが、それでも安価な設定となっている。</p> <p>完全利用料金制の指定管理者制度を導入しているため、指定管理者は当該入園料収入により園の運営(人件費含む)を行なわなければならない。(小修繕は別途精算) そうした中、1人あたりの平均入園単価は460円前後で、一方、収支における損益分岐は290円前後となっており、安価な料金設定ではあるものの、運営費ベースでは十分な黒字ベースとなっている。</p> <p>なお、指定管理者は長崎市へ納付金を支払うこととなっており、当該納付金は長崎市職員(特別会計事業従事職員)の給与や公債費償還金に充てることとなっている他、観光施設整備基金の原資に、また、一般会計への繰出しにと充てることとなっている。</p>
料金改定年月日 (消費税のみの改定は含まない)	平成17年6月30日

(3) 現在の経営状況

年間利用状況	H29年度	996,075人	H30年度	944,780人	R元年度	769,218人
経常収支比率 (又は収益的収支比率)	H29年度	270.1%	H30年度	159.8%	R元年度	164.2%
他会計補助金比率	H30年度	0.0%	H31年度	0.0%	R元年度	0.0%

【上記の収益、資産等の状況等を踏まえた現在の経営状況の分析】

グラバー園は、国指定重要文化財の旧グラバー住宅、旧リンガー住宅及び旧オルト住宅を中心として、市内に点在していた6つの洋館を移築復元した長崎を代表する観光施設であり、旧グラバー住宅は、世界文化遺産「明治日本の産業革命遺産」に登録されるなど注目を集めている。

また、南山手地区に位置し、同じく世界遺産に登録された「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」の構成資産「大浦天主堂」と隣接するとともに、長崎港松が枝国際ターミナルも近く、年間約100万人の観光客が訪れている。

経営状況について、令和元年度までは、経常収支比率が100%を上回っており、一般会計からの繰入金もなく他会計補助金比率も0%のため、健全な経営状況にある。

また、年間利用状況は、世界遺産登録時の122万人をピークに、減少傾向にあるものの、一定の入園者数を確保できている。ただし、今後は施設改修費が一定拡大していくことやコロナ禍により令和3年度以降も一定収入の目途が立たない(コロナ前ほどの収入が見込めない)ことから、指定管理者と連携しながら集客に努め、今後の投資も見据え、料金改定も含めた収支健全化に取り組む必要がある。

一方、コロナ禍からの観光回復の見通しは不透明であるものの、令和3年11月には園内の主要施設である旧グラバー住宅の保存修理工事が終了し、展示も一新し、約3年ぶりにリニューアルオープンするため、新たな魅力を発信し、集客に努めていくこととしている。

課題としては、園内は幕末期に建てられた建築物を中心に、老朽化が進んでいるため、維持管理のための修繕や工事が定期的に必要となっており、令和2年度中に園内の整備計画を策定し、今後はその計画に基づき、整備改良を進めることとしている。

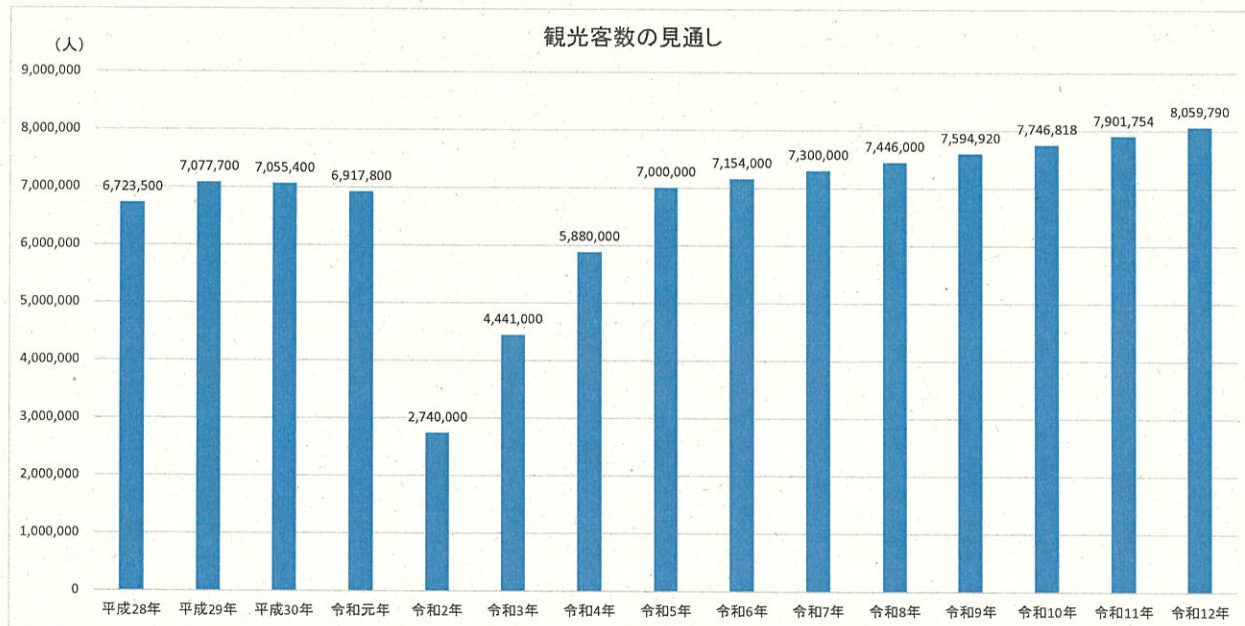
また、園内建築物の耐震工事も今後続けて予定されており、文化庁等との協議のもと、国費を活用しながら整備を進めていかなければならない。

さらに、令和2年度は新型コロナウイルス感染症の影響により、入場者が減少したことから赤字となることが見込まれる。

2. 将来の事業環境

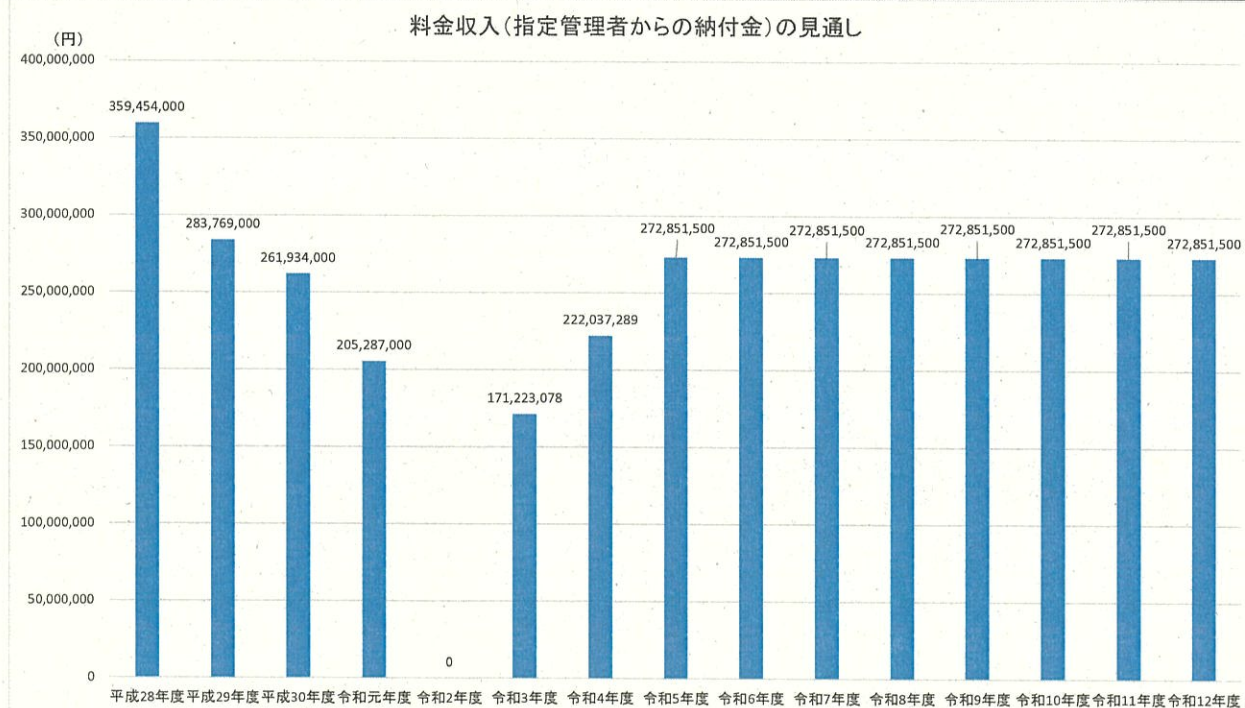
(1) 観光客数の見通し

新型コロナウイルス感染症の影響により、令和2年度は訪問客の著しい減少が見込まれる。
 今後のコロナ禍により激減した観光需要の回復の見通しとしては、UNWTOやIATAの観光需要の回復シナリオなどを参考にしながら、出島メッセ長崎や新幹線の開業効果などのプラス要素も加味した上で、令和5年に令和元年の水準まで回復すると見込むとともに、令和6年度以降も長崎スタジアムシティの開業や国民文化祭の開催などを考慮した目標値を設定する。



(2) 料金収入(指定管理者からの納付金)の見通し

当面の間、現行の料金形態を維持していくが、コロナ禍等、社会状況をみながら適切な時期に料金改定を行う。
 収入の見通しについては、新型コロナウイルス感染症の影響により、令和2年度は利用料金収入が見込めないが、令和5年4月には、感染症の影響がなかった場合の利用料金収入まで戻ると見込む。
 また、令和2年8月から令和5年4月までの間の利用料金収入は、直線的に回復するものと見込む。
 したがって、指定管理者からの納付金についても、同様の動きとなるよう想定しており、令和2年度の納付はない。



(3) 施設の見通し

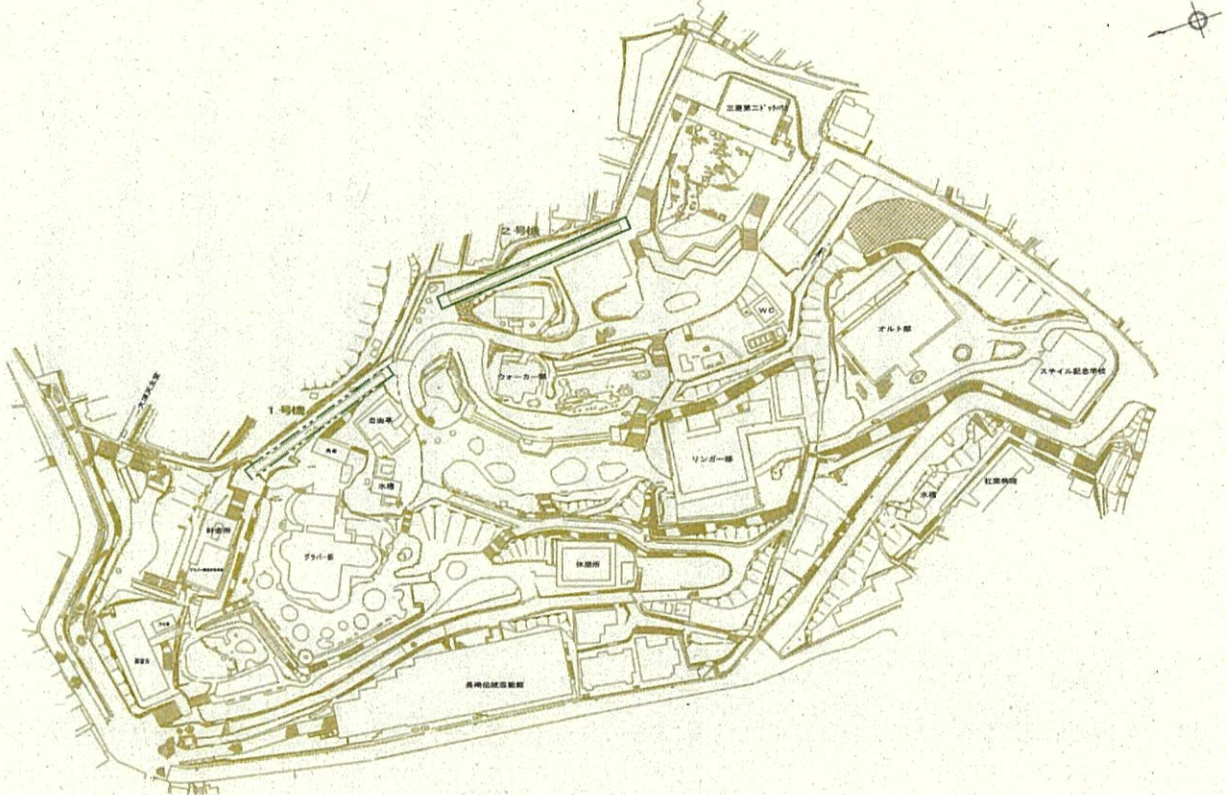
グラバー園は、国指定重要文化財である旧グラバー住宅をはじめ、複数の文化財を有しており、維持管理のための修繕や改修工事を行ってきた。

令和2年度中に、グラバー園改修計画の策定を予定しているため、これに基づき順次改修を行っていく。

なお、令和3年度完了予定の旧グラバー住宅の耐震工事完了後は、旧オルト、旧リンガー住宅と、国指定重要文化財の耐震補強が続くため、園内の見学通路(順路)についての検討がその都度必要である。

【グラバー園 平面図】

平面図 S=1:1000



(4) 組織の見通し

グラバー園については、指定管理者制度を導入しており、市専任職員は2名を配置している。

なお、園内には指定文化財があり、また、園全体が史跡の範囲内であることから、特に施設の改修や展示のあり方については、長崎市教育委員会(文化財課)とも連携している。

今後も経費を抑えるために効率化を図り、職員の適正な配置に努める。

3. 経営の基本方針

グラバー園については、旧居留地時代から現存する洋館で国指定重要文化財の旧グラバー住宅(世界遺産)、旧リンガー住宅、旧オルト住宅を中心として、その他洋館を含め、当時の歴史を肌で感じられる長崎を代表する観光の拠点施設として位置付けられており、今後も文化財としての保存整備を進めつつ、観光の振興、地域の活性化等を図る場として積極的に活用していく。

また、指定管理者による民間活力を積極的に導入するとともに、指定管理者のあり方も見直しながら、市民や観光客が求めるサービスを提供することで、収益の増加を目指す。

4. 投資・財政計画(収支計画)

- (1) 投資・財政計画(収支計画)：別紙のとおり
- (2) 投資・財政計画(収支計画)の策定に当たっての説明

① 収支計画のうち投資についての説明

目 標	令和2年度策定予定のグラバー園改修計画並びに今後策定予定の公共施設等総合管理計画に基づく個別施設計画により、見直しを加えながら計画的に施設、設備の改修を行うことにより、安定した施設の経営を目指す。
-----	--

施設の老朽化が著しいため、年次計画により施設、設備の改修に係る予算を以下のとおり計上しているが、今後は令和2年度策定予定のグラバー園改修計画並びに今後策定予定の公共施設等総合管理計画に基づく個別施設計画により、以下の予算計画を見直すこととしている。

施設名	内容	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	R12	
エスカレーター	改修工事	10,700	22,900	19,600	11,500	11,400	安全を確保するための 施設改修、設備更新の実施					
深井戸ポンプ	改修工事	6,800										
レストハウス	改修工事				23,300							
国指定重要文化財 旧長崎地方裁判所 長官舎	耐震補強工事	32,900	48,500									
旧長崎高商門衛所	耐震診断・耐震 補強実施設計		3,200									
	耐震補強工事			3,500								
旧自由亭	耐震診断・耐震 補強実施設計		10,900									
	耐震補強工事			56,500								
	事業費	50,400	85,500	79,600	34,800	11,400		24,120	20,320	27,520	21,020	21,320

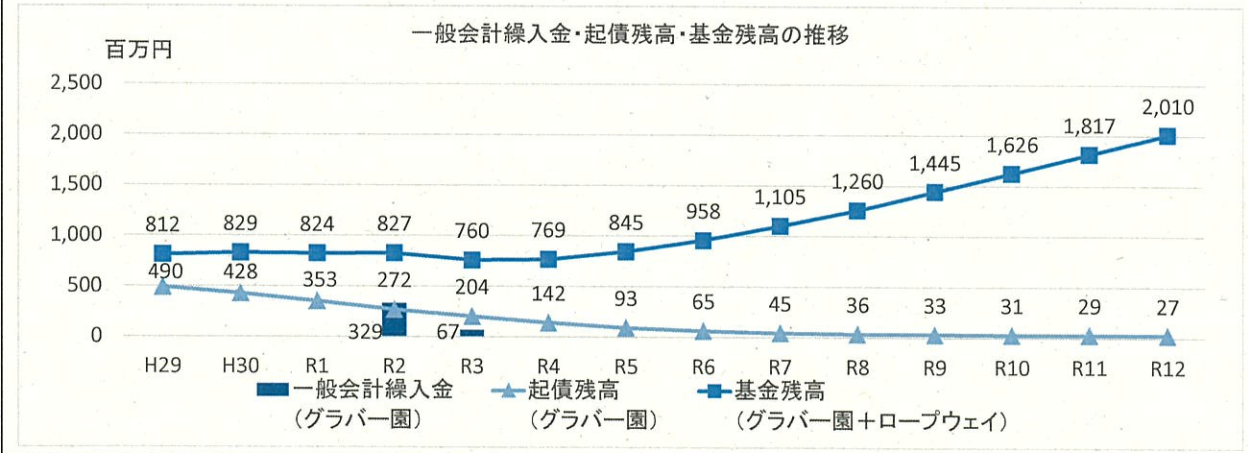
(一般会計分)

- 国指定重要文化財旧グラバー住宅 保存修理・耐震事業 平成30年度～令和3年度
- 国指定重要文化財旧オルト住宅 保存修理・耐震事業 令和4年度～令和7年度
- 国指定重要文化財旧リングー住宅 保存修理・耐震事業 令和8年度～

② 収支計画のうち財源についての説明

目 標	指定管理者と連携を図りながら利用料金収入の増加に取り組み、国や県の補助金の活用や有利な起債の利用等財源の確保に努め、また、経費については必要最小限かつ効率化・適正化を図り、収支均衡に努めることにより、安定した施設の経営を目指す。
-----	--

- 重要文化財をはじめとする国指定の文化財の維持補修・耐震化の推進については、国や県の補助金を活用予定。
- 動く歩道の改修には、公営企業債と観光施設整備基金を活用予定。
- 一般会計からの繰入金については、グラバー園及びロープウェイの収支がともに赤字となる場合のみ繰り入れる。
- 利用料金については、経営状況を考慮し、定期的な見直しを検討する。



③ 収支計画のうち投資以外の経費についての説明

年間上限額2,000万円、一件あたりの修繕費の上限額が130万円の範囲内で、指定管理者が施設及び修繕の日常的な管理の対応を行っている。
また、市が実施する修繕の経費として毎年500万円程度予算を計上している。

(3) 投資・財政計画(収支計画)に未反映の取組や今後検討予定の取組の概要

① 今後の投資についての考え方・検討状況

民間活用	指定管理者と連携を図り、民間企業のノウハウを活用している。
投資の適正化	年次の改修計画を策定し、計画的な投資を行っている。また、市の中期財政計画とも連動し、適正化を図っている。
その他の取組	地震、火災等の有事の際の指定管理者職員の行動計画を策定し、計画に基づく避難訓練等を実施するなど、施設を管理する上で必要となる防災対策を講じている。

② 今後の財源についての考え方・検討状況

料 金	施設の在り方と連動して検討していくこととしている。なお、今後、老朽化に伴う施設修繕費の増加が見込まれることから、料金改定を検討していく。
稼働率・利用者数	施設の利用状況については、利用料金収入と直結する内容であることから、タイムリーな情報収集に努め、利用者の増加策などを講じ、財源を確保していく。
企業債	グラバー園改修計画に基づき、適切に管理していく。
繰入金	グラバー園を含む特別会計事業収支が赤字となる場合には、一般会計繰入金で補填する。 また、施設の改修工事等に係る投資的経費の財源として、観光施設整備基金繰入金を一定割合充当する。
資産の有効活用等による収入増加の取組	指定管理者の提案を基本に、今後も有効活用していく。
その他の取組	民間のノウハウを活用し、当該施設のより効果的な活用を図る。

③ 投資以外の経費についての考え方・検討状況

委託料	樹木の伐採など、指定管理者の業務範囲外の維持管理に係る業務経費については、業務の見直しや効率化を図ることにより、必要最小限の計上に留める。
管理運営費	グラバー園内の修繕費や展示品の賃借料等、最小限の経費に留める。
職員給与費	現在は特別会計担当職員2名分を計上している。今後は、経費を抑えるために効率化を図り、業務量を見直すことにより職員の適正な配置に努める。
その他の取組	指定管理者と連携を図り、民間企業のノウハウを活用している。

5. 公営企業として実施する必要性など

事業の意義、提供するサービス自体の必要性	長崎市の主要な観光施設であり、観光客の誘致や南山手地区・東山手地区を活性化させる役割を有し、併せて、文化財としての保存活用を行うために必要な事業である。
公営企業として実施する必要性	グラバー園は「明治日本の産業革命遺産」の構成資産である旧グラバー住宅をはじめ、多数の文化財を有しているため、営利事業ではなく、公営企業として適切に保存・活用を図る必要がある。

6. 経営戦略の事後検証、改定等に関する事項

経営戦略の事後検証、改定等に関する事項	毎月の報告書等から施設利用の状況を確認し、年度報告においては、指定管理者制度導入施設としてモニタリングを行うなど、施設の利用状況、決算状況等について検証を行う。 また、指定管理の更新時や大規模改修時等に経営戦略の見直しの必要性を検討する。
---------------------	--

投資・財政計画
(収支計画)

(単位:千円, %)

区 分		年 度		前々年度 (決算)	前年度 (決算 見込)	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度		
		前年度	当年度															
収 益 的 収 入	1 総 収 益 (A)	230,615	192,871	331,170	272,179	223,910	274,723	274,723	274,723	274,723	274,723	274,723	274,723	274,723	274,723	274,723	274,723	
	(1) 営 業 収 益 (B)																	
	ア 料 金 収 入																	
	イ 受 託 工 事 収 益 (C)																	
	ウ そ の 他																	
	(2) 営 業 外 収 益	230,615	192,871	331,170	272,179	223,910	274,723	274,723	274,723	274,723	274,723	274,723	274,723	274,723	274,723	274,723	274,723	274,723
	ア 他 会 計 繰 入 金			329,475	67,275													
	イ そ の 他	230,615	192,871	1,695	204,904	223,910	274,723	274,723	274,723	274,723	274,723	274,723	274,723	274,723	274,723	274,723	274,723	274,723
	2 総 費 用 (D)	73,994	37,641	232,900	219,255	70,039	69,836	69,752	69,766	69,959	68,534	68,528	68,515	68,501				
	(1) 営 業 費 用	71,794	35,907	231,616	218,341	68,230	68,230	68,230	68,230	68,435	68,230	68,230	68,230	68,230	68,230	68,230	68,230	68,230
	ア 職 員 給 与 費	13,435	11,033	19,697	19,350	19,350	19,350	19,350	19,350	19,350	19,350	19,350	19,350	19,350	19,350	19,350	19,350	19,350
	イ そ の 他	58,359	24,874	211,919	198,991	48,880	48,880	48,880	48,880	49,085	48,880	48,880	48,880	48,880	48,880	48,880	48,880	48,880
	(2) 営 業 外 費 用	2,200	1,734	1,284	914	1,809	1,606	1,522	1,536	1,524	304	298	285	271				
	ア 支 払 利 息	2,200	1,734	1,284	914	1,809	1,606	1,522	1,536	1,524	304	298	285	271				
イ そ の 他																		
3 収 支 差 引 (A)-(D) (E)	156,621	155,230	98,270	52,924	153,871	204,887	204,971	204,957	204,764	206,189	206,195	206,208	206,222					
資 本 的 収 入	1 資 本 的 収 入 (F)	31,320	12,417		72,968	62,600	60,000	23,300		9,720	9,720	9,720	9,720	9,720	9,720	9,720	9,720	
	(1) 地 方 債 償 還 金	4,800	4,100		5,800	7,100	9,900	7,700										
	イ そ の 他																	
	(2) 他 会 計 補 助 金																	
	(3) 他 会 計 借 入 金																	
	(4) 固 定 資 産 売 却 代 金																	
	(5) 国 (都 道 府 県) 補 助 金	17,109		22,652	41,000	30,000												
	(6) 工 事 負 担 金																	
	(7) そ の 他	9,611	8,317	44,716	14,500	20,100	15,600		6,520	6,520	6,520	6,520	6,520	6,520	6,520	6,520	6,520	
	2 資 本 的 支 出 (G)	187,941	135,010	98,271	125,892	199,071	248,980	212,950	190,454	214,485	215,910	215,916	215,929	215,943				
	(1) 建 設 改 良 費	41,364	17,917	13,100	50,400	85,500	79,600	34,800	11,400	24,120	19,412	27,520	21,020	21,420				
	イ そ の 他																	
	(2) 地 方 債 償 還 金 (H)	70,299	79,786	84,856	75,181	69,719	58,872	35,436	20,197	12,129	5,835	5,776	5,004	4,904				
	イ そ の 他																	
(3) 他 会 計 長 期 借 入 金 返 還 金																		
(4) 他 会 計 へ の 繰 出 金	37,848	18,599																
(5) そ の 他	38,430	18,708	315	311	43,852	110,508	142,714	158,857	178,236	190,663	182,620	189,905	189,619					
3 収 支 差 引 (F)-(G) (I)	△ 156,621	△ 122,593	△ 98,271	△ 52,924	△ 136,471	△ 188,980	△ 189,650	△ 190,454	△ 204,765	△ 206,190	△ 206,196	△ 206,209	△ 206,223					

投資・財政計画
(収支計画)

(単位:千円, %)

区 分	年 度	前々年度 (決算)	前年度 (決算 見込)	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
収 支 再 差 引	(E)+(I)	(J)	32,637	△ 1		17,400	15,907	15,321	14,503	△ 1	△ 1	△ 1	△ 1	△ 1
積 立 金	(K)													
前年度からの繰越金	(L)			1		1	1	1	1	1	1	1	1	1
前年度繰上充用金	(M)													
形式収支	(J)-(K)+(L)-(M)	(N)	32,637			17,401	15,908	15,322	14,504					
翌年度へ繰り越すべき財源	(O)													
実質収支	黒字 (P) 赤字 (Q)													
赤字比率	$(\frac{Q}{(B)-(C)} \times 100)$													
収益的収支比率	$(\frac{A}{(D)+(H)} \times 100)$													
地方財政法施行令第16条第1項により算定した 資金の不足額	(R)													
営業収益－受託工事収益	(B)-(C)	(S)												
地方財政法による 資金不足の比率	$((R)/(S) \times 100)$													
健全化法施行令第16条により算定した 資金の不足額	(T)													
健全化法施行規則第6条に規定する 解消可能資金不足額	(U)													
健全化法施行令第17条により算定した 事業の規模	(V)													
健全化法第22条により算定した 資金不足比率	$((T)/(V) \times 100)$													
他会計借入金残高	(W)													
地方債残高	(X)													

○他会計繰入金

(単位:千円)

区 分	年 度	前年度 (決算 見込)	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
収益的収支分													
うち基準内繰入金													
うち基準外繰入金													
資本的収支分													
うち基準内繰入金													
うち基準外繰入金													
合 計													

長崎市観光施設事業経営戦略(案)

団 体 名	長崎市
事 業 名	観光施設事業
策 定 日	令和 3 年 月
計 画 期 間	令和 3 年度 ~ 令和 12 年度

1. 事業概要

(1) 事業形態

法適(全部適用・一部適用) 非 適 の 区 分	非適	事 業 開 始 年 度	平成10年4月1日
事 業 の 種 類	観光施設事業	施 設 名	長崎ロープウェイ
職 員 数	1 人		
事 業 の 内 容	長崎市の代表的な夜景スポットである稲佐山山頂とその麓(全長1,090m、高低差298m)を結ぶ索道施設であり、観光客、市民等を安全かつ快適に輸送する事業である。		
民間活用の状況	ア 民間委託	-	
	イ 指定管理者制度	指定管理者制度を導入(利用料金制)	
	ウ PPP・PFI	-	

(2) 料金形態

料金の概要・考え方	<p>一般＝個人片道：730円、個人片道前売：580円、個人往復：1,250円、個人往復前売：1,000円 中・高生＝個人片道：520円、個人片道前売：410円、個人往復：940円、個人往復前売：750円 小児＝個人片道：410円、個人片道前売：330円、個人往復：620円、個人往復前売：500円 団体(15人以上100人未満)：個人通常料金の80/100 団体(100人以上)：個人通常料金の70/100</p> <p>完全利用料金制の指定管理者制度を導入しているため、指定管理者は当該利用料収入により施設の運営(人件費含む)を行なわなければならない。(小修繕は別途精算) そうした中、1人あたりの平均運賃単価は1000円程度で、一方、収支における損益分岐は1000円弱となっており、運営費ベースではほぼ均衡から若干の黒字ベースとなっている。 また、市民向けとして長崎空遊倶楽部という制度があり、同会員は運賃半額となる。 なお、指定管理者は長崎市へ納付金を支払うこととなり、当該納付金は長崎市職員(特別会計事業従事職員)の給与や公債償還金に充てることとなっている他、観光施設整備基金の原資に、また、一般会計への繰出しに充てることとなっている。</p>
料金改定年月日 (消費税のみの改定は含まない)	平成25年12月25日

(3) 現在の経営状況

年間利用状況	H29	201,584人	H30	195,329人	R元年度	169,463人
経常収支比率 (又は収益的収支比率)	H29	124.6%	H30	128.2%	R元年度	60.3%
他会計補助金比率	H30	0.0%	H31	0.0%	R元年度	0.0%

【上記の収益、資産等の状況等を踏まえた現在の経営状況の分析】

夜景観光は、宿泊滞在型観光を推進する有効な手段であり、中でも長崎ロープウェイは世界・日本新三大夜景に認定された長崎夜景の代表的な夜景スポット・稲佐山に至る主要な交通手段の一つで、稲佐山展望台利用者の約30%(令和元年度実績)が利用している。そのゴンドラから見る夜景は長崎夜景の魅力の一つであり、他の交通手段にない優位性がある。

施設は長崎市西部に位置し、長崎観光開発株式会社が昭和34年からロープウェイを運行していたが、平成10年3月31日に解散し、平成10年4月1日に長崎市に無償譲渡され、観光振興及び市民の福祉の増進を図ることを目的にロープウェイ・スカイウェイの索道事業を引き継ぎ、運行を開始した。スカイウェイについては、施設の老朽化により平成20年3月31日をもって廃止された。

経営状況について、経常収支比率は、平成29年度及び平成30年度は100%を上回っているが、令和元年度は平成27年度工事の起償償還がスタートしたこと、100%を下回っている。

令和元年度の赤字分については、グラバー園費の黒字分から全額補填し、特別会計内で調整しており、一般会計からの繰入金もなく他会計補助金比率も0%のため、健全な経営状況にある。

課題としては、今後は施設改修費が一定拡大していくことやコロナ禍により令和3年度以降も一定収入の目途が立たない(コロナ前ほどの収入が見込めない)ことやコロナ禍からの観光回復の見通しは不透明ではあるものの、令和2年度から5年間、これまでの単独経営から稲佐山公園と一体管理するよう指定管理を見直し、指定管理者と連携を図りながら、民間のノウハウを活用し、収支健全化により一層取り組む必要がある。

さらに、令和3年度の世界新三大夜景の再認定に向け、国内外に長崎夜景の魅力発信に取り組んでいるところである。

なお、令和2年度は新型コロナウイルス感染症の影響により、入場者が減少したことから赤字となることが見込まれる。

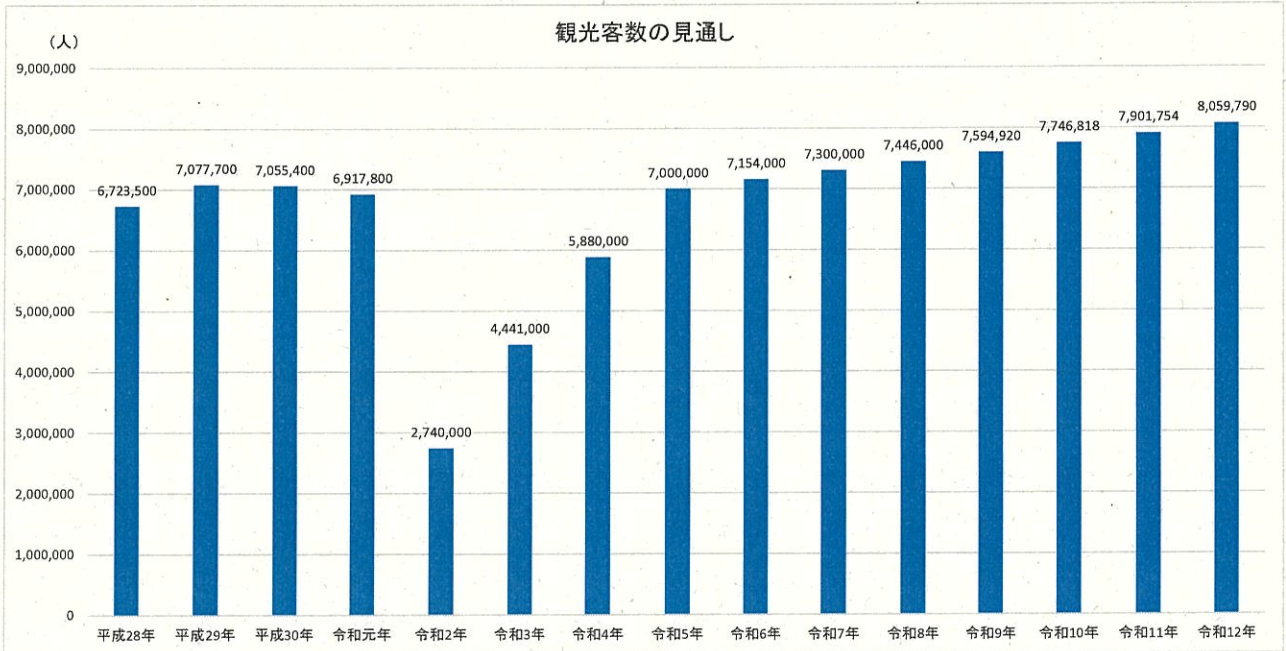
さらには、人命を預かる施設であることから、安全最優先で事業運営を行っており、安全に係る設備投資などにより、定期的な防災・安全対策が必要となる。

また、老朽化している基幹施設の建て替え問題にも近い将来、直面することとなり、これに併せて、訪問客のアクセス改善(淵神社駅舎の場所がわかりにくい、駐車場が狭い)等のため、ロープウェイを延伸する意見もあるため、これらが喫緊の検討課題となっている。

2. 将来の事業環境

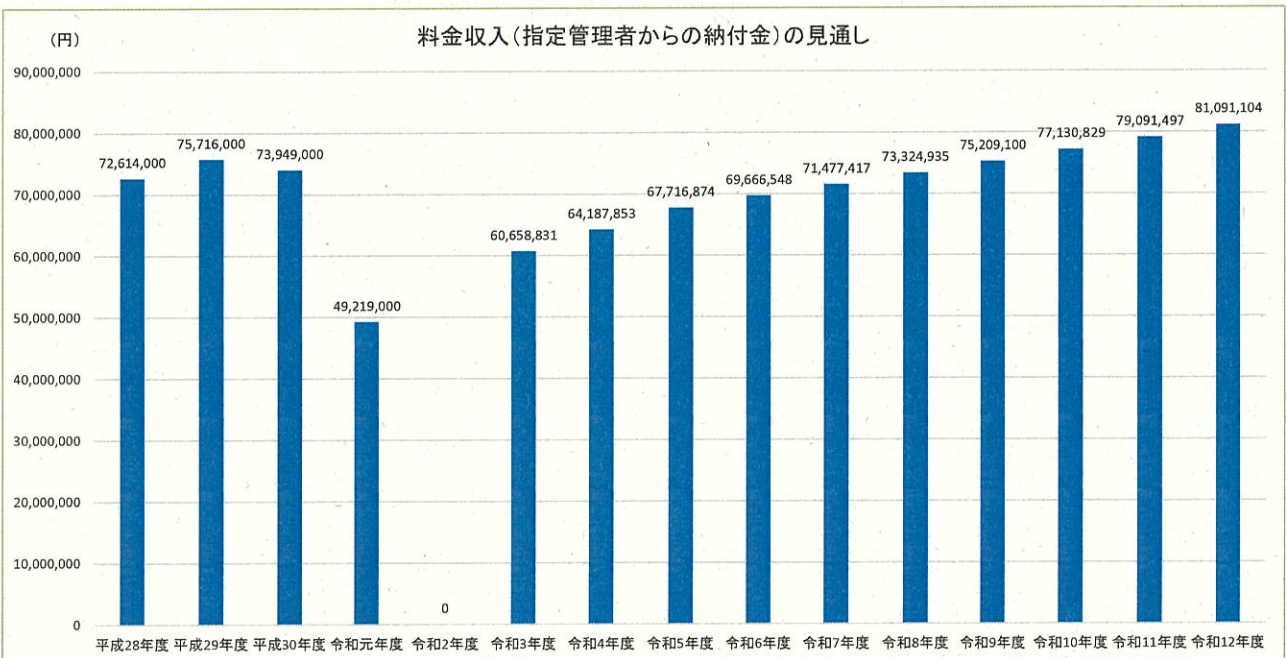
(1) 観光客数の見通し

新型コロナウイルス感染症の影響により、令和2年度は訪問客の著しい減少が見込まれる。
 今後のコロナ禍により激減した観光需要の回復の見通しとしては、UNWTOやIATAの観光需要の回復シナリオなどを参考にしながら、出島メッセ長崎や新幹線の開業効果などのプラス要素も加味した上で、令和5年に令和元年の水準まで回復すると見込むとともに、令和6年度以降も長崎スタジアムシティの開業や国民文化祭の開催などを考慮した目標値を設定する。



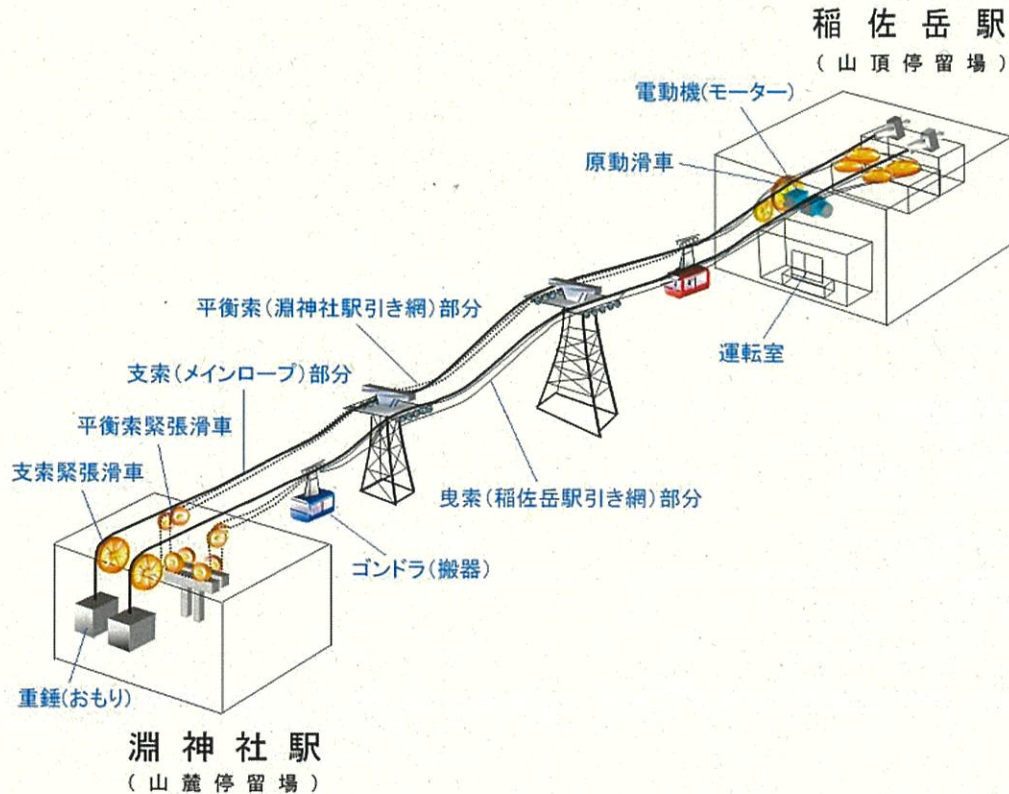
(2) 料金収入(指定管理者からの納付金)の見通し

当面の間、現行の料金形態を維持していく。
 収入の見通しについては、新型コロナウイルス感染症の影響により、令和2年度は利用料金収入が見込めないが、令和5年4月には、感染症の影響がなかった場合の利用料金収入まで戻るものと見込む。
 また、令和2年8月から令和5年4月までの間の利用料金収入は、直線的に回復するものと見込む。
 したがって、指定管理者からの納付金についても、同様の動きとなるよう想定しており、令和2年度の納付はない。



(3) 施設の見通し

長崎ロープウェイについては、年次計画に基づき、毎年、老朽化した索道設備の改修工事等を実施している。



(4) 組織の見通し

現在、索道技術管理者1名を配置しており、施設運営については指定管理者制度を導入している。索道技術管理者については、鉄道事業法第18条第3項第4号により鉄道事業者が設置する義務があるため、必要最低限の配置を行っている。

3. 経営の基本方針

ロープウェイについては、長崎市が推進する夜景観光の拠点施設のひとつとして位置付けられており、今後も観光の振興、地域の活性化等を図る場として積極的に活用していく。また、世界・日本新三大夜景に認定された稲佐山の持つ魅力を十分に発揮させ、稲佐山全体のさらなる活性化を図ることを目的として民間事業者の柔軟な発想や優れたアイデアを取り入れ新たに整備した長崎稲佐山スロープカーを含めた稲佐山公園及び長崎ロープウェイを指定管理者制度により一体的に管理運営を行っていく。

4. 投資・財政計画(収支計画)

- (1) 投資・財政計画(収支計画)：別紙のとおり
- (2) 投資・財政計画(収支計画)の策定に当たっての説明
 - ① 収支計画のうち投資についての説明

目 標	今後策定予定の公共施設等総合管理計画に基づく個別施設計画により、見直しを加えながら計画的に施設、設備の改修を行うことにより、安定した施設の経営を目指す。
-----	--

施設の老朽化が著しいため、年次計画により施設、設備の改修に係る予算を以下のとおり計上しているが、今後策定予定の公共施設等総合管理計画に基づく個別施設計画により、以下の予算計画を見直すこととしている。

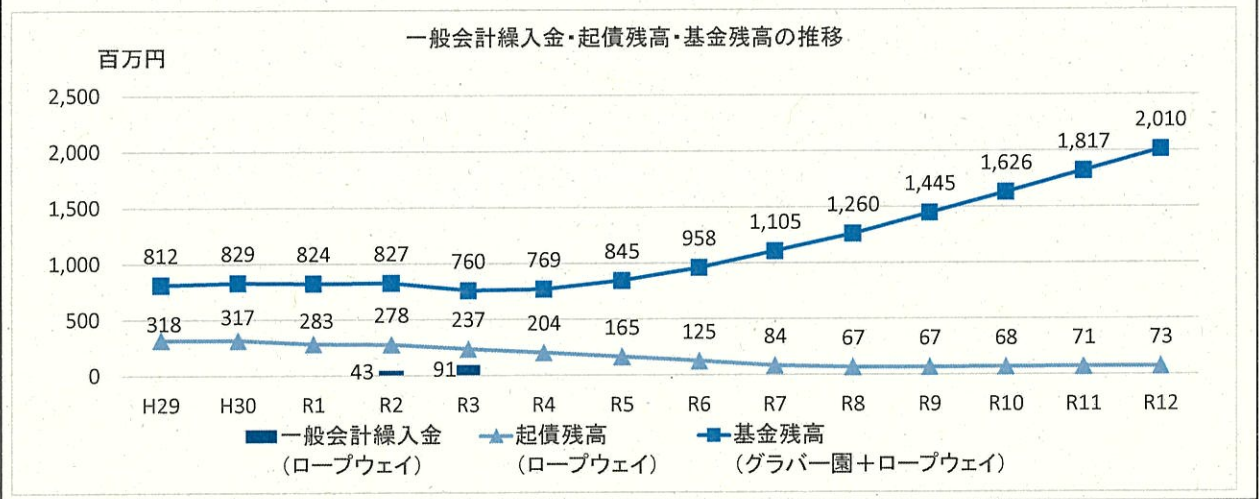
内容	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	R12
搬器位置検出装置更新工事 緊張索交換工事 電気設備保守点検業務委託 主要回転軸受振動検査業務委託 電動機更新工事 走行装置交換工事	35,000									
電動機更新工事 走行装置交換工事 支索用シュー・制動機更新工事 第1、第2支柱塗装工事		30,100								
支索用シュー・制動機更新工事 第1、第2支柱塗装工事 駅舎等基礎周り検査業務 受索輪ゴムライナー交換工事 受索輪ゴムライナー交換工事			21,200							
電気設備保守点検業務 ギヤカップリング点検業務 曳索・平衡索交換及び各部ゴムブロック交換工事 曳索・平衡索交換及び各部ゴムブロック交換工事				21,100						
					18,200					
事業費	35,000	30,100	21,200	21,100	18,200	35,500	35,500	35,500	35,500	35,500

安全を確保するための
施設改修、設備更新の実施

② 収支計画のうち財源についての説明

目 標	指定管理者と連携を図りながら利用料金収入の増加に取り組み、国や県の補助金の活用や有利な起債の利用等財源の確保に努め、また、経費については必要最小限かつ効率化・適正化を図り、収支均衡に努めることにより、安定した施設の経営を目指す。
-----	--

- 一般会計からの繰入金については、ロープウェイ及びグラバー園の収支がともに赤字となる場合のみ繰り入れる。
- 利用料金については、経営状況を考慮し、定期的な見直しを検討する。
- 改修工事については、観光施設整備基金なども活用する。



③ 収支計画のうち投資以外の経費についての説明

年間上限額100万円(一件あたりの修繕費の上限額が50万円)の範囲内で、指定管理者が施設及び修繕の日常的な修繕の対応を行っている。
市が実施する修繕の経費として毎年150万円程度(R1年度:1,816千円)予算を計上している。

(3)投資・財政計画(収支計画)に未反映の取組や今後検討予定の取組の概要

① 今後の投資についての考え方・検討状況

民間活用	指定管理者と連携を図り、民間企業のノウハウを活用している。
投資の適正化	年次の改修計画を策定し、計画的な投資を行っている。また、市の中期財政計画とも連動し、適正化を図っている。
その他の取組	人命を預かる施設であることから、安全最優先、安全最重要の意識を徹底させ事業運営を行っており、これまで施設開設から無事故を続けている。法令に基づく点検は基より、自主的な訓練及び安全に係る設備投資などにより、防災・安全対策を講じている。

② 今後の財源についての考え方・検討状況

料 金	施設の在り方と連動して検討していくこととしている。
稼働率・利用者数	施設の利用状況については、利用料収入と直結する内容であることから、タイムリーな情報収集に努め、利用者の増加策などを講じ、財源を確保していく。
企業債	年次計画に基づき、適切に管理していく。
繰入金	ロープウェイを含む特別会計事業収支が赤字となる場合には、一般会計繰入金で補填する。また、施設の改修工事等に係る投資的経費の財源として、観光施設整備基金繰入金を一定割合充当する。
資産の有効活用等による収入増加の取組	指定管理者の提案を基本に、今後も有効活用していく。
その他の取組	民間のノウハウを活用し、当該施設のより効果的な活用を図る。 ロープウェイ事業の形式収支は、平成27年度工事分の起償償還により、令和元年度から令和7年度まではロープウェイ事業単独では赤字に転じることとなるが、グラバー園事業の黒字分から補填することで、事業会計全体としては収支均衡がとれた状態になる。なお、令和8年度以降はロープウェイ事業単独でも黒字となる見込みである。

③ 投資以外の経費についての考え方・検討状況

委託料	樹木の伐採など、指定管理者の業務範囲外の維持管理に係る業務経費については、業務の見直しや効率化を図ることにより、必要最小限の計上に留める。
管理運営費	ロープウェイ施設に係る土地の借り上げ料や保険の加入等、最小限の経費に留める。
職員給与費	索道管理者1名分を計上している。
その他の取組	指定管理者と連携を図り、民間企業のノウハウを活用している。

5. 公営企業として実施する必要性など

事業の意義、提供するサービス自体の必要性	世界・日本新三大夜景に認定された夜景を生かした夜景観光は、長崎観光の柱の一つであり、それを推進していく役割を有し、稲佐山山頂展望台まで観光客等を安全かつ快適に輸送するために必要な事業である。
公営企業として実施する必要性	観光客等を安全かつ快適に輸送する事業であることから、公営企業として適切に保存管理する必要がある。

6. 経営戦略の事後検証、改定等に関する事項

経営戦略の事後検証、改定等に関する事項	両施設ともに、毎月の報告書等から施設利用の状況を確認し、年度報告においては、指定管理者制度導入施設としてモニタリングを行うなど、施設の利用状況、決算状況等について検証を行う。また、指定管理の更新時や大規模改修時等に経営戦略の見直しの必要性を検討する。
---------------------	---

投資・財政計画
(収支計画)

(単位:千円, %)

区 分		年 度	前々年度	前年度	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
		(決算)	(決算)												
収 益 的 収 入	1 総 収 益 (A)	75,791	49,604	144,303	151,688	64,589	68,118	70,068	71,879	73,726	75,611	77,532	79,493	81,493	
	(1) 営 業 収 益 (B)														
	ア 料 金 収 入														
	イ 受 託 工 事 収 益 (C)														
	ウ そ の 他														
	(2) 営 業 外 収 益	75,791	49,604	144,303	151,688	64,589	68,118	70,068	71,879	73,726	75,611	77,532	79,493	81,493	
	ア 他 会 計 繰 入 金			143,901	90,636										
	イ そ の 他	75,791	49,604	402	61,052	64,589	68,118	70,068	71,879	73,726	75,611	77,532	79,493	81,493	
	2 総 費 用 (D)	35,471	37,230	105,425	109,585	38,408	38,469	38,496	38,505	38,496	38,539	38,592	38,638	38,674	
	(1) 営 業 費 用	34,472	36,634	105,121	109,212	38,011	38,011	38,011	38,011	38,011	38,011	38,011	38,011	38,011	
	ア 職 員 給 与 費	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	
	イ そ の 他	34,412	36,574	105,061	109,152	37,951	37,951	37,951	37,951	37,951	37,951	37,951	37,951	37,951	
(2) 営 業 外 費 用	999	596	304	373	397	458	485	494	485	528	581	627	663		
ア 支 払 利 息	999	596	304	373	397	458	485	494	485	528	581	627	663		
イ そ の 他															
3 収 支 差 引 (A)-(D) (E)	40,320	12,374	38,878	42,103	26,181	29,649	31,572	33,374	35,230	37,072	38,940	40,855	42,819		
資 本 的 収 入	1 資 本 的 収 入 (F)	36,427	73,674	26,700	35,000	30,100	21,200	21,100	18,200	35,500	35,500	35,500	35,500	35,500	
	(1) 地 方 債 償	11,500	13,600	8,900	11,600	10,000	7,000	7,000	6,000	11,800	11,800	11,800	11,800	11,800	
	イ そ の 他														
	(2) 他 会 計 補 助 金														
	(3) 他 会 計 借 入 金														
	(4) 固 定 資 産 売 却 代 金														
	(5) 国 (都 道 府 県) 補 助 金														
	(6) 工 事 負 担 金														
	(7) そ の 他	24,927	60,074	17,800	23,400	20,100	14,200	14,100	12,200	23,700	23,700	23,700	23,700	23,700	
	2 資 本 的 支 出 (G)	75,782	98,085	65,578	77,103	73,683	66,758	67,995	66,079	70,731	72,573	74,441	76,356	78,320	
	(1) 建 設 改 良 費	36,427	41,040	26,700	35,000	30,100	21,200	21,100	18,200	35,500	35,500	35,500	35,500	35,500	
	イ そ の 他														
(2) 地 方 債 償 還 金 (H)	23,671	45,009	38,877	42,103	43,582	45,557	46,894	47,878	28,266	12,168	10,032	9,443	9,202		
イ そ の 他															
(3) 他 会 計 長 期 借 入 金 返 還 金															
(4) 他 会 計 へ の 繰 出 金	2,307														
(5) そ の 他	13,377	12,036	1		1	1	1	1	6,965	24,905	28,909	31,413	33,618		
3 収 支 差 引 (F)-(G) (I)	△ 39,355	△ 24,411	△ 38,878	△ 42,103	△ 43,583	△ 45,558	△ 46,895	△ 47,879	△ 35,231	△ 37,073	△ 38,941	△ 40,856	△ 42,820		

投資・財政計画
(収支計画)

(単位:千円, %)

年 度	前々年度 (決算)	前年度 (決算)	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
区 分													
収 支 再 差 引 (E)+(I) (J)	965	△ 12,037			△ 17,402	△ 15,909	△ 15,323	△ 14,505	△ 1	△ 1	△ 1	△ 1	△ 1
積 立 金 (K)													
前年度からの繰越金 (L)	11,070	12,037			1	1	1	1	1	1	1	1	1
前年度繰上充用金 (M)													
形 式 収 支 (J)-(K)+(L)-(M) (N)	12,035				△ 17,401	△ 15,908	△ 15,322	△ 14,504					
翌年度へ繰り越すべき財源 (O)													
実 質 収 支 黒 字 (P)													
(N)-(O) 赤 字 (Q)													
赤 字 比 率 ($\frac{(Q)}{(B)-(C)} \times 100$)													
収益的収支比率 ($\frac{(A)}{(D)+(H)} \times 100$)													
地方財政法施行令第16条第1項により算定した 資金の不足額 (R)													
営業収益－受託工事収益 (B)-(C) (S)													
地方財政法による 資金不足の比率 ((R)/(S)×100)													
健全化法施行令第16条により算定した 資金の不足額 (T)													
健全化法施行規則第6条に規定する 解消可能資金不足額 (U)													
健全化法施行令第17条により算定した 事業の規模 (V)													
健全化法第22条により算定した 資金不足比率 ((T)/(V)×100)													
他会計借入金残高 (W)													
地 方 債 残 高 (X)													

○他会計繰入金 (単位:千円)

年 度	前々年度 (決算)	前年度 (決算)											
区 分													
収益的収支分													
うち基準内繰入金													
うち基準外繰入金													
資本的収支分													
うち基準内繰入金													
うち基準外繰入金													
合 計													