

事業群評価調査 (平成29年度実施)

基本戦略名	1 交流を生み出し活力を取り込む	事業群主管所属	文化観光国際部観光振興課
施策名	(4) 新幹線開業に向けた戦略的取組の推進	課(室)長名	浦 真樹
事業群名	② 誘客促進と広域連携による取組の推進	事業群関係課(室)	物産ブランド推進課

1. 計画等概要

(長崎県総合計画チャレンジ2020 本文) 関西圏・中国圏における積極的なプロモーション展開による誘客促進や受入体制の整備を行うとともに、九州各県との連携を深め、国内外の観光客を呼び込む回遊ルートの開発に取り組み、新幹線開業を契機として関西圏・中国圏との交流促進に取り組んでいきます。						(取組項目) i) 関西圏を主なターゲットとした魅力ある観光地づくりと誘客戦略の展開 ii) 九州各県と連携した観光周遊ルートの開発などの取組等 iii) 地域の特色を活かした回遊ルートの形成・発信 iv) 関西圏・中国圏との交流促進
指 標		最終目標 (H32)	目標 (H28)	実績 (H28)	達成率	(進捗状況の分析)
事業群	関西圏・中国圏 (H26年実績) からの宿泊者数伸び率 (主要宿泊施設)	+47%	+6.6%	-12.6%	-190%	・九州新幹線西九州ルート開業を見据え、早い段階から大手交通事業者・メディア等の活用により、関西に対して本県の歴史・文化、観光、物産の魅力を総合的に発信し、県産品のブランド力向上及び消費拡大、並びに誘客拡大につなげることとしている。 ・28年度は、自治体等との連携に加え、JR西日本との連携により、新幹線を利用した旅行商品による送客増に努め、その結果、27年度と比べ約2倍の39,000人を数えたものの、28年4月に発生した熊本地震の影響による修学旅行の方面変更などによる宿泊客の減少に伴い、毎年6.6%増という目標を大きく下回る結果となった。
関連指標 その他						

2. 28年度取組実績 (H29新規・補正は参考記載)

取組項目	事務事業名	事業期間	事業費(上段:実績、下段:計画、単位:千円)			事業概要		指標(上段:活動指標、下段:成果指標)					28年度事業の成果等	中核事業		
			H28実績	一般財源	人件費(参考)	事業対象	28年度事業の実施状況 (29年度新規・補正は事業内容)	指標	主な目標	H28目標	H28実績	達成率				
	H29計画		一般財源	人件費(参考)	H29目標					—	—					
取組項目 i	関西・長崎の魅力総合発信事業(物産)	H28-30	40,131	22,566	2,413	企業・自治体	九州新幹線西九州ルート開業を見据え、早い段階から沿線自治体や交通事業者等と連携して、県産品や観光の魅力を総合的に発信し、県産品の認知度向上及び販路拡大、誘客促進を図った。	活動指標	自治体等タイアップ延べ数(件)	4	4	100%	自治体や交通事業者と連携し、物産・観光展、レストランフェア、キャンペーン等を様々な媒体を活用し総合的に情報発信することにより、県産品の販路拡大、購入者率向上に寄与した。	○		
	物産ブランド推進課		44,828	22,414	4,037			成果指標	長崎県産品購入者率(%)	82	83.8	102%			82.5	—
		取組項目 ii	広域観光共同宣伝事業(九州横断長崎・熊本・大分広域観光振興事業)	H21-	677	677	5,629	企業・自治体	九州の横軸である3県の共通的なテーマである「キリシタン」に着目し、横断周遊のモデルコースを作成。旅行会社を対象とした旅行商品の造成支援や広島地区での観光素材宣伝を行った。また横断3県専用のWEBサイトを作成した。	活動指標	3県合同での観光情報説明会の開催(回)	1			1	100%
観光振興課	1,540		1,540		5,651	成果指標	3県周遊ツアーの造成(本)			3	6	200%	3	—	—	
	取組項目 iii		県内観光地周遊促進対策事業	(H28 終了) H26-28	19,571	12,672	7,238	市町及び民間企業等	世界文化遺産に登録された「産業革命遺産」の軍艦島やグラバー園などと、世界遺産登録を目指す「長崎の教会群」の「2つの世界遺産(候補)」を有していることを有効に活用しながら、国内外からの誘客促進を図り、県内周遊を促進した。	活動指標	県内周遊旅行商品造成タイアップ数(商品)	32	46	143%	旅行会社に対し、世界遺産(候補)及び日本遺産をテーマとした旅行商品造成支援を行った結果、旅行商品造成タイアップ数は目標をクリアした。しかし、世界遺産登録の延期や熊本地震の影響もあり、現在集計中ではあるが、目標人数には達しない可能性が想定される。	○
観光振興課		—	—		—	成果指標	県内周遊商品利用者数(人)			5,760	集計中	—	—	—		
周遊観光スマート化推進事業費		(H29 新規) H29-31	—	—	—	旅行会社、交通事業者、体験事業者、飲食店、一般観光客等	観光客が県内をスムーズに周遊できるように、新たな定期観光バスのコース開発や1日周遊バスの造成を図るとともに、魅力的な着地型旅行商品の販売を促進するために、発地において、観光客が購入しやすい環境づくり、旅行会社での商品化に向けた働きかけを行なう。また、着地においては、県内の交通結節点における案内環境を整備することにより、観光客がストレスなく周遊できる観光地づくりを行なう。	活動指標	県内周遊旅行商品(エスコート型)造成タイアップ数(商品)	—	—	—	—			
			32,939	21,709	7,267			成果指標	県内周遊旅行商品(エスコート型)利用者数(人)	—	—	—		11,520		
観光振興課		H28-30	24,272	9,636	8,846	企業・自治体	九州新幹線西九州ルート開業を見据え、早い段階から沿線自治体や交通事業者等と連携して、県産品や観光の魅力を総合的に発信し、観光誘客促進を図った。	活動指標	自治体等タイアップ延べ数(件)	4	3	75%	・28年度は、自治体等との連携に加え、JR西日本との連携により、新幹線を利用した旅行商品による送客増に努め、その結果、27年度と比べ約2倍の39,000人を数えたものの、28年4月に発生した熊本地震の影響による修学旅行の方面変更などによる宿泊客の減少に伴い、毎年6.6%増という目標を大きく下回る結果となった。	○		
			23,500	11,750	8,881			成果指標	関西圏・中国圏からの宿泊者数伸び率(主要宿泊施設)(%)	+6.6	-12.6	-190%				

3. 実績の検証及び解決すべき課題と解決に向けた方向性

i) 関西圏を主なターゲットとした魅力ある観光地づくりと誘客戦略の展開	・阪急阪神ホールディングスやＪＲ西日本等とのタイアップ事業により、長崎県産品の購入経験者率は増加（81.7%(H27.3月)→83.8%（H29.3月））しており、関西圏における県産品の認知度向上につながっていると考えられる。さらなる認知度向上と、長崎県全体の魅力発信のため、関係部局・市町・関係団体等と連携のうえ、関西圏での物産・観光プロモーションの時期を合わせて、総合的かつ効果的な取り組みを実行していく。 ・関西・中国エリアからの宿泊者数は、対前年比12.6%減と大幅に減少しており、情報発信強化による関西・中国エリアからの集客と、学校や旅行会社セールス等の強化による修学旅行の回復に傾注する必要がある。
ii) 3県（長崎・熊本・大分）と連携した観光周遊ルートの商品化、及び催行	平成27年度に招聘を行った旅行会社に加えて、広島地区で観光素材説明会に参加した旅行会社へ商品の造成を依頼し、6つの商品を造成することができたものの、どの商品も最少催行人員に満たず、催行に至らなかったため、今後は条件緩和や発地別の新たな旅行商品の造成、旅行会社造成担当者の招聘による現場視察などが必要である。 また九州横断3県の専用WEBページを活用した情報発信の強化も必要である。
iii) 地域の特色を活かした回遊ルートの形成・発信	世界遺産候補「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」に加え、3つの「日本遺産」等を有効に活用するとともに、本県の宿泊客増を牽引している「長崎市」、「佐世保市（ハウステンボス）」を核としながら、国内外からの誘客促進を図り、県内周遊を促進させるため、旅行会社と連携し、主にエスコート型旅行商品を造成し誘客を図った。 今後は、「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」の本登録を見据え、構成資産に急増する観光客をスムーズに広域的かつ周遊できる着地型旅行商品の造成などが急務である。
iv) 関西圏・中国圏との交流促進	女子大学との連携による情報発信については、より効果的な情報発信を図るため、関西エリアのメディアとタイアップした取組を検討中である。また、自治体との連携については、相互において相乗効果のある取組が見出せない状況であり、引き続き、長崎県大阪事務所と連携し、継続的に協議を行っていく。

4. 29年度見直し内容及び30年度実施に向けた方向性

取組項目	事務事業名	29年度事業の実施にあたり見直した内容 (H29の新たな取組は「H29新規」等と記載、見直しがない場合は「－」と記載)	30年度事業の実施に向けた方向性		
			事業継続の視点	見直しの方向	見直し区分
取組項目 i	関西・長崎の魅力総合発信事業（物産）	長崎県の歴史・文化・観光・物産の魅力を総合的かつ効果的に情報発信し、長崎県需要のさらなる喚起と創出を目指すため、庁内に「ワーキングチーム」を設置し、関係部局一体となった体制を整備した。	④	これまでの事業効果を検証し、新幹線沿線自治体との新たな取組など関係部局・市町・関係団体とも連携のうえ、戦略的なプロモーションを計画し、効果的な取り組みを行う必要がある。	現状維持
取組項目 ii	広域観光共同宣伝事業（九州横断長崎・熊本・大分広域観光振興事業）	旅行商品造成の支援条件緩和による造成促進 旅行会社造成担当者の招聘の実施	②	旅行商品化と催行を実現すべく、支援商品の条件緩和や旅行会社の造成担当者を招聘する事業を行い、引き続き熊本県、大分県と連携し、テーマ性をより深めた新たな広域周遊ルートの開発を行い、開発したルートについては、市場特性に応じた旅行商品化を促進し、より多くの誘客を図っていく。	改善
取組項目 iii	周遊観光スマート化推進事業費	H29新規	②	着地型旅行商品造成・販売促進事業については、29年度に開発した着地型旅行商品について大手旅行会社へのセールス活動を開始・強化するとともに、一般向けには、着地型旅行商品等を販売するWEBページの周知に努める必要がある。	現状維持
取組項目 iv	関西・長崎の魅力総合発信事業（観光）	大手鉄道事業者との連携については、2社との連携から1社との連携に見直すとともに、隣県の佐賀県との連携事業である関西エリアにおける共同プロモーション活動について強化した。	②	30年度も継続して、企業・自治体との連携による情報発信を積極的に実施することで、新幹線九州ルートの開業を見据えた効果的な関西圏・中国圏からの誘客に繋げる。	現状維持