

長崎県観光振興基本計画 (素案)

目 次

第1章 新たな観光振興基本計画の策定	1
1. 策定の趣旨.....	1
2. 計画の位置づけ（役割）.....	1
3. 計画期間.....	2
4. 数値目標.....	2
5. 推進体制.....	3
6. 進捗管理.....	3
7. SDGs（持続可能な開発目標）への対応について.....	4
第2章 観光の現状・課題	5
1. 我が国の観光を取り巻く現状.....	5
（1）国内旅行の動向.....	5
（2）訪日旅行の動向.....	6
（3）国の施策の動向.....	6
（4）観光を取り巻く環境の変化について.....	7
2. 長崎県観光の現状と課題.....	8
（1）長崎県の観光客数の推移.....	8
（2）延べ宿泊者数の推移.....	9
（3）県内での観光客の動向.....	10
（4）長崎県観光の課題.....	12
第3章 観光振興の方向性	19
1. 長崎県観光の将来像.....	19
2. 観光振興の5つの柱.....	19
第4章 観光振興の基本施策	21
1. 滞在型観光コンテンツの充実等による観光まちづくりの推進.....	21
（1）文化や食などの地域資源を活用した観光コンテンツの充実.....	21
（2）大型プロジェクトを活用した観光まちづくり.....	23
（3）2つの世界遺産の保全と活用.....	23
2. 訪れる人に期待以上の満足を感じさせる「おもてなし」力の向上.....	24
（1）長崎コンシェルジュの育成とネットワークづくり.....	24
（2）観光ガイドや宿泊施設等の人材確保・育成.....	24
（3）ユニバーサルツーリズムの推進.....	25
（4）総おもてなし運動の裾野の拡大.....	25
3. 安全・安心対策や観光産業の高付加価値化の推進.....	26
（1）高付加価値化や安全・安心対策等に取り組む事業者への支援.....	26

(2)	観光関連産業の企業体質強化.....	27
(3)	富裕層を満足させるサービスの向上への支援.....	27
(4)	特定複合観光施設（IR）の整備の推進.....	27
4.	観光客のニーズやターゲットに応じた訴求力のある誘客促進と周遊観光の促進.....	28
(1)	観光客のニーズやターゲットに応じた訴求力のあるプロモーションの実施.....	28
(2)	ウィズコロナ・ポストコロナ時代の旅の需要を捉えた戦略的な誘客促進.....	28
(3)	パブリシティ効果の高いイベント展開や広域連携・地域連携による誘客促進.....	28
(4)	離島観光の推進.....	29
(5)	Society5.0の実現に向けた先端技術によるサービスの活用の促進.....	29
(6)	MICE誘致の強化と周遊観光の促進.....	30
(7)	道路ネットワークの構築による周遊観光の促進.....	30
5.	環境変化や市場動向を踏まえたインバウンド観光の推進.....	31
(1)	ターゲット市場からの誘客とテーマ型観光の推進.....	31
(2)	外国人観光客の受入環境の整備.....	31
(3)	観光地としての認知度向上に向けた戦略的な情報発信.....	32
(4)	国際定期航空路線の新規開設、国際チャーター便の誘致.....	32
(5)	クルーズ客船の受入態勢を整備し、誘致や経済的な効果を高める取組を推進.....	32

第1章 新たな観光振興基本計画の策定

1. 策定の趣旨

県では、県民が観光への理解を深め、関係事業者が連携し、地域が一体となって創意工夫を尽くし、本県の魅力を高めることが必要との認識のもと、県民一人ひとりが「観光立県長崎」の担い手として、総力を結集して観光の振興を促進するため、平成18年10月に「長崎県観光振興条例」（以下「条例」という。）を制定しました。

この条例に基づき、観光の振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進するための「長崎県観光振興基本計画」を策定し、観光振興の取組を進めています。

現計画の計画期間が令和2年度末で終了することに伴い、今回、新たな観光振興基本計画を策定します。

2. 計画の位置づけ（役割）

この計画は、「長崎県総合計画」を上位計画とし、条例に定められた本県観光振興の4つの基本理念、9つの施策の基本方針に則って策定したものです。本県観光が目指すべき将来の姿とその実現に向けた方向性を、県や市町、県民等と共有するための共通指針の役割を持ちます。

【基本理念】（条例第3条）

- ①県民等、市町及び県が「観光立県長崎」の担い手として協働して、まちの魅力づくりに取り組み、及び交流を促進するよう行われるものであること。
- ②観光資源の保全と県民の生活との調和に配慮しつつ、歴史、文化、自然、景観、食その他の観光資源を創意工夫を尽くして積極的に活用するよう行われるものであること。
- ③交流の歴史や地理的な優位性を活かし、海外との交流を促進するよう行われるものであること。
- ④本県を訪れるすべての人々が、安心して快適に観光を楽しめるよう行われるものであること。

【施策の基本方針】（条例第9条）

- ①県民等、市町及び県が協働して行う観光の振興に関する取組を促進すること。
- ②地域の歴史、文化、自然、景観、食等を活用したまちの魅力づくりを促進すること。
- ③観光の振興を担う人材の育成を促進すること。
- ④情報通信技術の活用等により本県の観光の魅力等の情報発信を促進すること。
- ⑤国内及び海外からの観光客の誘致を促進すること。
- ⑥高齢者、障害者、外国人等すべての人々が安心して快適に観光を楽しめる環境づくりを促進すること。
- ⑦観光関係施設の充実、観光客へのサービスの向上その他の観光の基盤の整備を促進すること。
- ⑧観光に関する情報の収集及び統計の充実並びに観光動向の調査及びその分析を促進すること
- ⑨県内外において広域的に連携した観光の振興に関する取組を促進すること。

3. 計画期間

令和3年度～令和7年度（5年間）

この計画には、概ね5年間で取り組むべき施策の方向性を掲げることとし、その推進期間は令和3年度から令和7年度までの5年間に設定します。

4. 数値目標

この計画の数値目標は、次のとおり設定します。

基本目標

目標項目	基準年	基準値	目標年	目標値
観光消費額(総額)	H30年	3,778億円	R7年	4,137億円

重要評価指標

目標項目	基準年	基準値	目標年	目標値
観光客(宿泊)のリピーター率	H30年度	58.6%	R7年度	66.0%
延べ宿泊者数	H30年	836万人	R7年	891万人
観光消費単価(宿泊客)	H30年	31,921円	R7年	33,400円
外国人延べ宿泊者数	H30年	93万人	R7年	125万人
国際定期航空路線の利用者数	R1年度	51千人	R7年度	200千人
国内外のクルーズ船入港数	R1年	272隻	R7年	440隻

5. 推進体制

観光振興は、県、市町のほか、県民、観光関係事業者、観光振興団体がそれぞれ役割を担い、連携して取り組む必要があります。

この計画の推進に当たっても、各主体が一体となって本県の観光振興を目指していきます。

各主体の役割（条例第4条～第8条より）

【県の役割】

- ・ 観光振興の基本方針を定めて、総合的・計画的な施策を策定し、実施する。
- ・ 市町や県民等が連携して取組を進められるよう、総合調整や支援を行う。

【市町の役割】

- ・ 観光振興施策を講じるとともに、県の施策と連携を図るよう努める。

【県民の役割】

- ・ 観光への理解を深め、観光振興に関する取組に参画するよう努める。
- ・ 観光客を温かく迎えるよう努める。

【観光関係事業者の役割】

- ・ 事業活動を通じて観光客へのサービス向上に努め、相互に連携して観光振興の取組を進めるよう努める。
- ・ 県、市町が実施する観光施策と連携を図るよう努める。

【観光振興団体の役割】

- ・ 観光情報の発信や観光客の誘致、おもてなしの向上、観光関係事業者間の連携の推進などの取組を進めるよう努める。
- ・ 県、市町が実施する観光施策と連携を図るよう努める。

6. 進捗管理

本計画の進捗状況や目標達成度については、毎年度、「長崎県観光審議会」に報告することにより、各施策の改善や新たな施策の必要性等を評価・検討しながら実効性を高めます。

また、官民一体となって本計画の取組を推進するため、各市町、観光協会等との情報共有の場を設置します。

7. SDGs（持続可能な開発目標）への対応について

SDGs（Sustainable Development Goals）は、2015年の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」に記載された2016年から2030年までの国際目標です。

持続可能な世界を実現するための17の目標と169のターゲットから構成され、「地球上の誰一人として取り残さない」社会の実現を目指し、開発途上国のみならず先進国を含む国際社会全体の目標として、経済・社会・環境の諸問題を統合的に解決することを目指しています。

本県においても、このSDGsの理念を踏まえながら各取組を推進し、県民の皆様が安心して暮らせるような、持続可能なまちづくりと地域活性化を実現していくとともに、国際社会の一員として、SDGsの達成に貢献していくこととしています。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



【本計画とSDGsの目標の関連性について】

観光振興の取組は、「8.働きがいも経済成長も」の目標実現に寄与しますが、それ以外にも本計画では、SDGsの達成を推進していくこととしており、主な取組は次のとおりです。

- ・ 世界遺産をはじめとした文化財の保全・活用は、「4.質の高い教育をみんなに」、「11.住み続けられるまちづくり」、「12.つくる責任 つかう責任」、「17.パートナーシップで目標を達成しよう」の目標実現に寄与します。
- ・ 「平和学習」、「交流体験」などの魅力ある体験プログラムによる教育旅行の推進は、「4.質の高い教育をみんなに」の目標実現に寄与します。
- ・ ユニバーサルツーリズムの推進は「10.人や国の不平等をなくそう」の目標実現に寄与します。
- ・ 「おもてなし運動の裾野の拡大」及び「地域住民が主体となって取り組む魅力ある「観光まちづくり」」は「17.パートナーシップで目標を達成しよう」の目標実現に寄与します。

第2章 観光の現状・課題

1. 我が国の観光を取り巻く現状

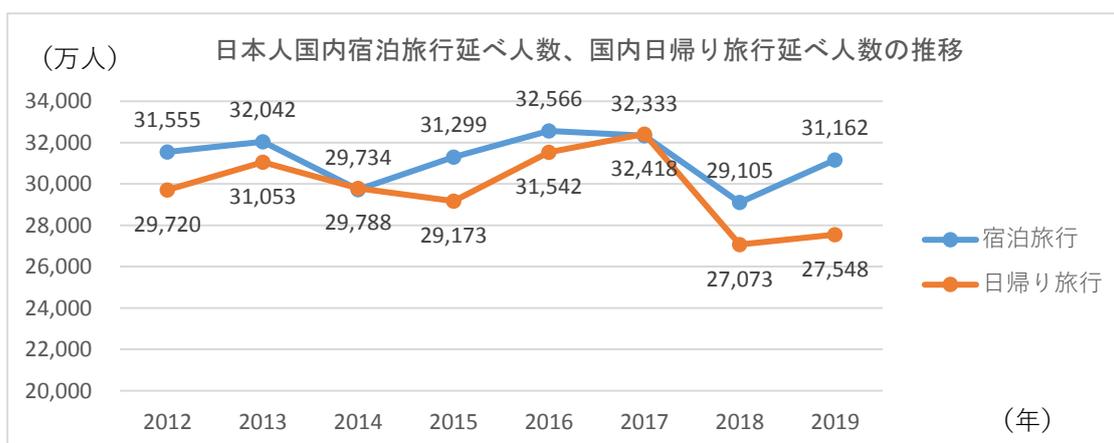
(1) 国内旅行の動向

国内旅行については、平成27年（2015年）以降、観光客数は、平成26年（2014年）の消費税率引き上げ等の影響による減少から徐々に回復してきたものの、平成30年（2018年）には、豪雨、地震等の災害が相次いだことや、台風や猛暑等の天候要因の影響等により、宿泊旅行、日帰り旅行ともに減少しました。

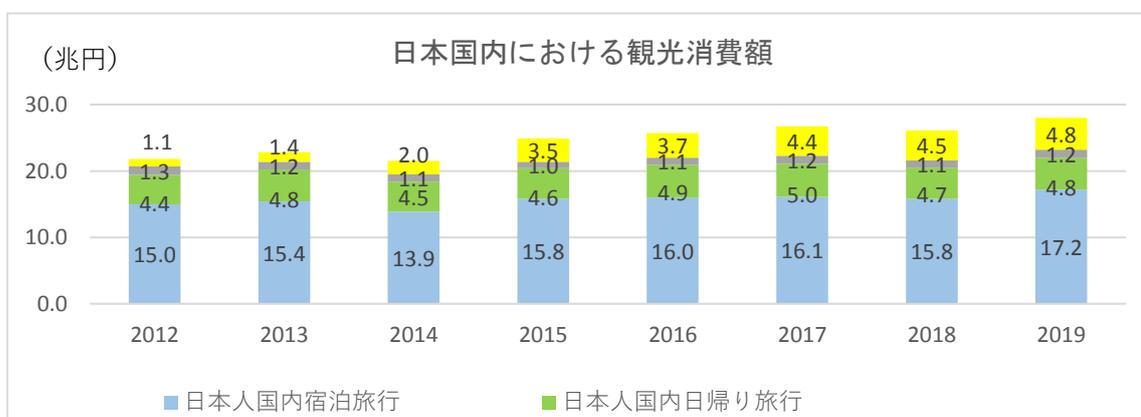
しかし、令和元年（2019年）の日本人の国内宿泊旅行者数は延べ3億1,162万人（前年比7.1%増）、国内日帰り旅行者数は延べ2億7,548万人（前年比1.8%増）となり、再び回復に転じたところです。また、日本人の国内旅行消費額も平成27年（2015年）以降、緩やかな増加傾向にあります。

このような状況の中、令和2年（2020年）には新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、新型インフルエンザ等対策特別措置法に基づく緊急事態宣言が発令され観光需要が大きく減少するなど、観光関連産業に深刻な影響が生じました。

人口減少・少子高齢化が進み、地域間競争が激化する中、今後はさらにウィズコロナ・ポストコロナ時代への対応も急務となるなど、地域が一丸となってこの難局を乗り越えることが求められています。



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」



資料：観光庁「令和2年観光白書」

(2) 訪日旅行の動向

訪日外国人旅行者数は令和元年（2019年）までは増加傾向にあり、訪日外国人旅行消費額は、7年連続で過去最高を更新しました。

国の「訪日外国人消費動向調査」によると、旅行の手配方法は、「団体ツアー」と「個人旅行向けパッケージ商品」の利用が減少傾向である一方で、「個人手配」については増加傾向にあります。

また同調査では、訪日外国人旅行者が「訪日前に最も期待していたこと」は、「日本食を食べること」「自然・景勝地観光」「ショッピング」と続き、豊かな食・自然の魅力をPRしていくことは、新たな訪日需要開拓につながる可能性があります。

しかしながら、新型コロナウイルスの感染拡大のため、日本政府観光局（JNTO）の報告では、訪日外客数は、ビジットジャパン重点22市場においては、4～8月の5か月連続でほぼゼロに近く、9月も対前年同月比1%にも満たない状態となっており、訪日外国人の動向は非常に厳しい状況となっています。



資料：観光庁「令和2年観光白書」

	訪日外国人旅行消費額
2012年（平成24年）	1兆846億円
2013年（平成25年）	1兆4,167億円
2014年（平成26年）	2兆278億円
2015年（平成27年）	3兆4,771億円
2016年（平成28年）	3兆7,476億円
2017年（平成29年）	4兆4,162億円
2018年（平成30年）	4兆5,189億円
2019年（令和元年）	4兆8,135億円

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

(3) 国の施策の動向

国では、平成28年（2016年）3月に「明日の日本を支える観光ビジョンー世界が訪れたい日本へー」を策定し、「観光は「地方創生」の大きな切り札、成長戦略の柱」と位置づけ、「国を挙げて、観光を我が国の基幹産業へと成長させ、「観光先進国」という新たな挑戦に踏み切る覚悟が必要である」としています。本ビジョンでは2030年までに訪日外国人旅行者数を6千万人、訪日外国人旅行消費額を15兆円、日本人国内旅行消費額22兆円を目標に掲げています。

なお、新型コロナウイルス感染症の拡大を受け、国では、令和2年（2020年）7月に、政府の今後1年を目途とした行動計画として、「観光ビジョン実現プログラム2020ー世界が訪れたい日本を目指してー」を策定し、(1)新型コロナウイルス感染症により深刻な影響を受けた観光関連産業の雇用の維持と事業継続の支援を最優先に取り組む、(2)観光需要の回復に向けて反転攻勢に転じるための基盤を整備する、(3)観光消費の8割を占める国内旅行需要を喚起し、観光産業の回復と体質強化を図る、(4)感染収束を見極めインバウンドの回復を図る、という4つの柱を打ち出

し、観光の回復に取り組むこととしています。

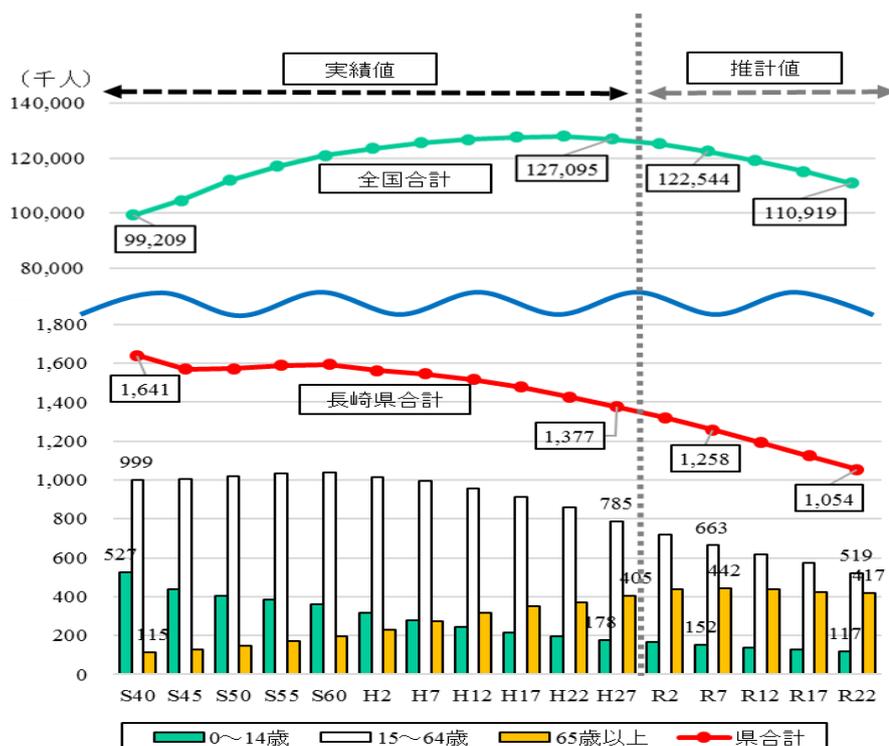
(4) 観光を取り巻く環境の変化について

全国では、平成 27 年の人口は 1 億 2,709 万人と大正 9 年の国勢調査開始以来初の減少に転じ、人口減少社会に突入しました。25 年後の令和 22 年 (2040 年) には 1,618 万人減少する (1 億 1,092 万人) とともに、老年人口 (65 歳以上) はピーク (3,921 万人) に達すると予測されています。

人口減少及び少子高齢化の急速な進行により国内旅行市場の縮小が予想されることから、今後は、「宿泊客のリピーターの獲得」、「宿泊日数の増加」、「観光消費額 (平均単価) の増加」、「外国人観光客の誘客拡大」等の取組をさらに強化していく必要があります。

また、新型コロナウイルスの感染拡大により、令和 2 年 (2020 年) の訪日外国人旅行者は激減しており、その回復には相当な期間が必要になると言われています。国内旅行についても、国の「宿泊旅行統計調査」では令和 2 年 (2020 年) 5 月を底に徐々に延べ宿泊者数は戻りつつありますが、未だ予断を許さない状況であり、新型コロナウイルスの治療薬やワクチンが開発された後も、「新たな感染症リスク」を常に意識しておくことが必要だと考えられます。

人口減少・少子高齢化、新型コロナウイルス感染症によるパンデミック (世界的大流行) など、観光産業を取り巻く環境の大きな変化は、自治体や観光関連事業者に変革を迫るものとなっており、十分に対応していくことが求められています。



(出典)「国勢調査」(総務省)「日本の地域別将来推計人口」(国立社会保障・人口問題研究所)

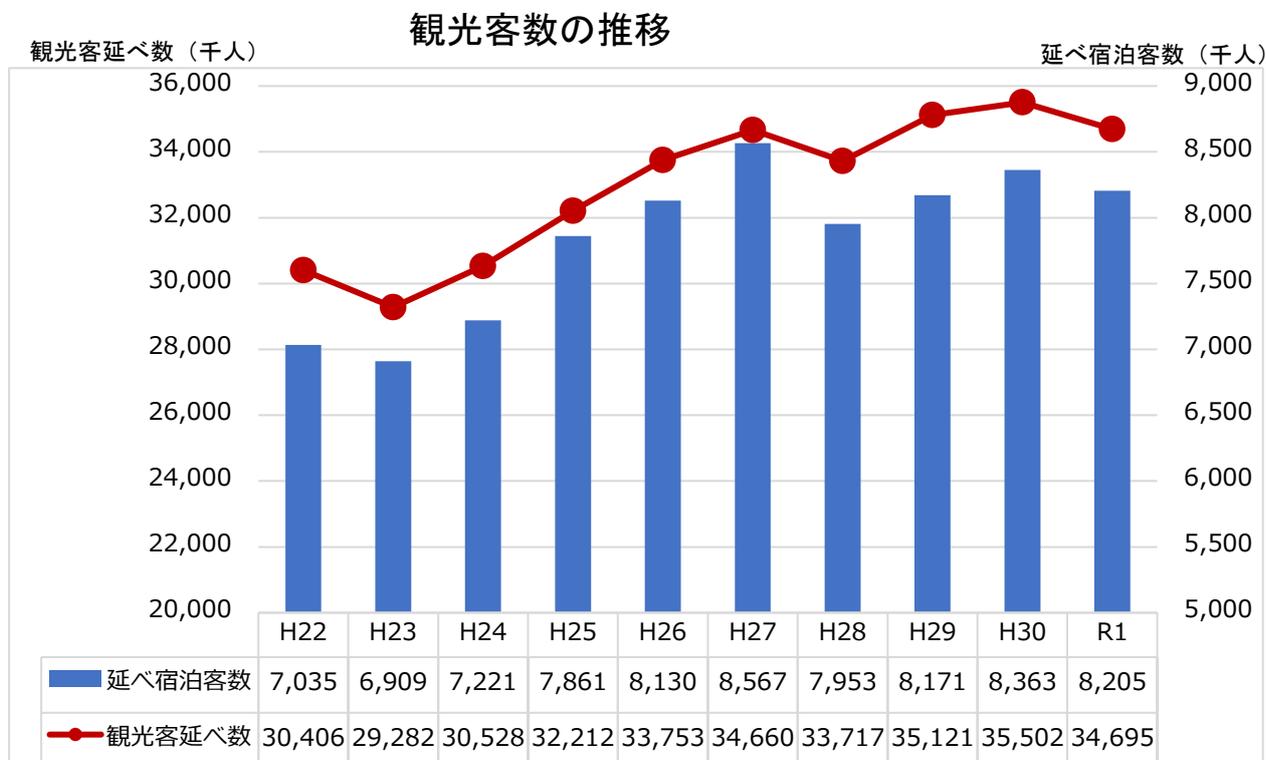
2. 長崎県観光の現状と課題

(1) 長崎県の観光客数の推移

本県の観光客延べ数は、平成 23 年（2011 年）は東北地方太平洋沖地震の影響などのため、前年より減少しましたが、その後は増加傾向にあり、平成 26 年（2014 年）は長崎がんばらんば国体・大会の競技が県内各地で開催されたことなどから、統計を取り始めた昭和 47 年（1972 年）以降、過去最高を記録し、平成 27 年（2015 年）も「明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業」が世界文化遺産に登録されたこと、訪日旅行需要が拡大する中、外国人宿泊客数・クルーズ客船入港隻数が好調であったなどから前年をさらに上回りました。

平成 28 年（2016 年）は熊本地震の影響により、観光客延べ数は 5 年ぶりに減少となったものの、平成 29 年（2017 年）は熊本地震の影響から持ち直したこと、クルーズ客船の入港数や外国人宿泊客数が好調であったことなどから、また平成 30 年（2018 年）は「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」の世界文化遺産登録効果や、クルーズ客船の乗客乗員数が 5 年連続で過去最高であったこと、外国人宿泊客数が過去最高となったことなどから、2 年連続で過去最高を記録しました。

しかし、令和元年は、訪日旅行控えにより韓国人観光客が大幅に減少したこと、中国クルーズ市場の調整局面の継続によりクルーズ客船の乗客乗員数が大幅に減少したことなどから、3 年ぶりに観光客延べ数が減少することとなりました。また、令和 2 年（2020 年）には新型コロナウイルス感染症の影響により、観光需要が大きく減少するなど、観光客数の大幅な減少が見込まれます。



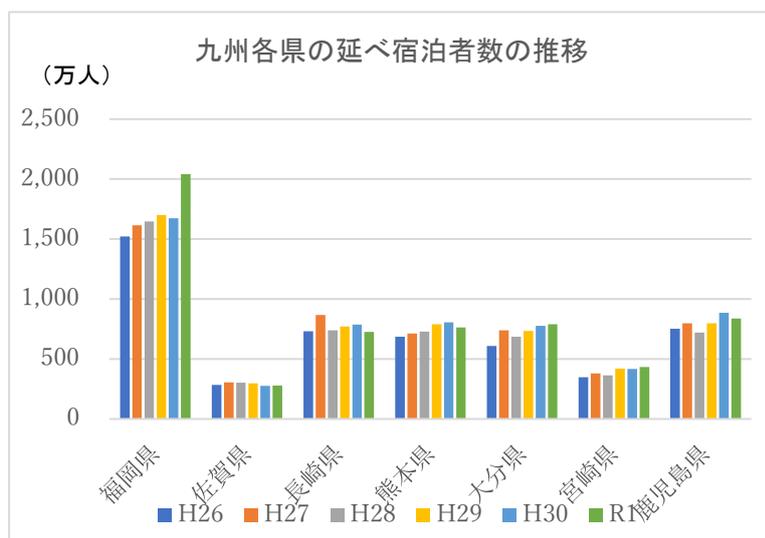
資料：長崎県観光統計※「統計手法の見直しに伴い、H28 以前は前年伸び率を用いた推計値を掲載している。」

(2) 延べ宿泊者数の推移

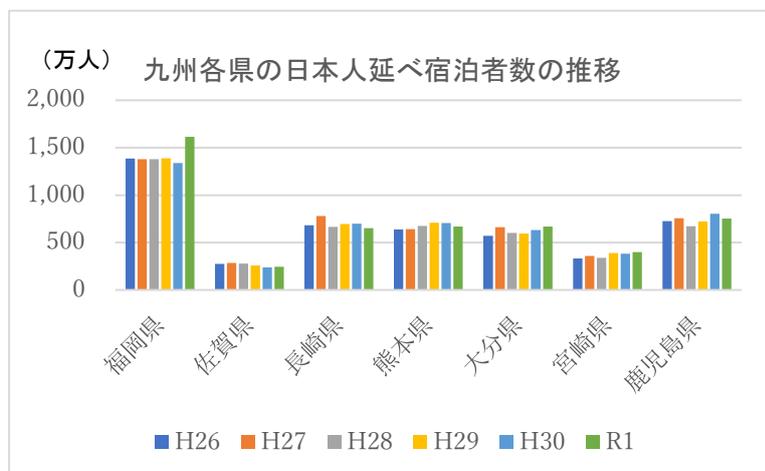
観光庁の「宿泊旅行統計調査」により本県と九州各県の延べ宿泊者数の推移を比較すると、本県の延べ宿泊者数の伸び率は九州他県と比べて低い状況にあります。

(平成26年と比べた令和元年の増減率は、全体6位、日本人6位、外国人7位(最下位))

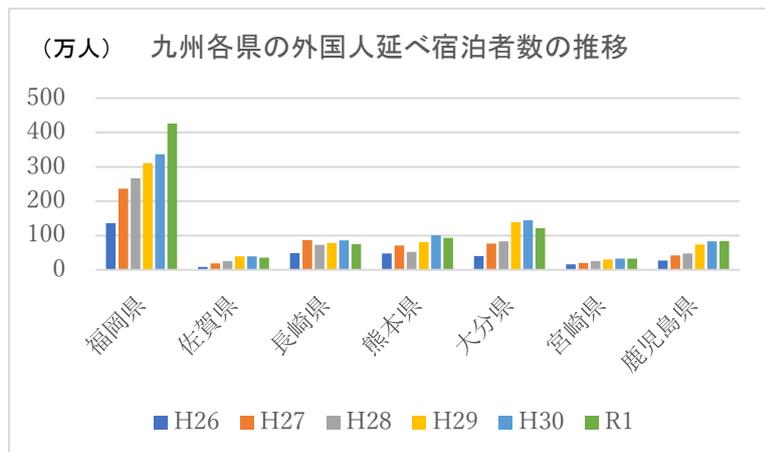
今後は、朝型や夜型の魅力ある観光コンテンツの開発に取り組むなど、「もう一泊」につながる取組を推進する必要があります。



	R1	増減 (H26比)	順位	増減率 (H26比)	順位
福岡県	2,042	518.8	1	+ 34.1	1
佐賀県	280	▲ 3.6	6	▲ 1.3	7
長崎県	725	▲ 6.6	7	▲ 0.9	6
熊本県	763	76.4	5	+ 11.1	4
大分県	790	180.2	2	+ 29.5	2
宮崎県	432	83.8	3	+ 24.1	3
鹿児島県	837	83.2	4	+ 11.0	5
九州計	5,869	932.2		+ 18.9	



	R1	増減 (H26比)	順位	増減 (H26比)	順位
福岡県	1,616	228.3	1	+16.5	3
佐賀県	244	▲ 30.5	6	▲ 11.3	7
長崎県	650	▲ 32.7	7	▲ 4.7	6
熊本県	670	30.4	4	+4.9	4
大分県	670	99.5	2	+17.5	2
宮崎県	399	67.3	3	+20.2	1
鹿児島県	753	25.8	5	+3.6	5
九州計	5,001	388.3		+8.4	



	R1	増減 (H26比)	順位	増減率 (H26比)	順位
福岡県	426	290.5	1	+ 214.0	3
佐賀県	36	26.8	5	+ 295.0	1
長崎県	75	26.1	6	+ 53.0	7
熊本県	93	46.0	4	+ 96.7	6
大分県	121	80.6	2	+ 201.4	4
宮崎県	33	16.5	7	+ 102.6	5
鹿児島県	84	57.4	3	+ 215.8	2
九州計	868	543.9		+ 167.7	

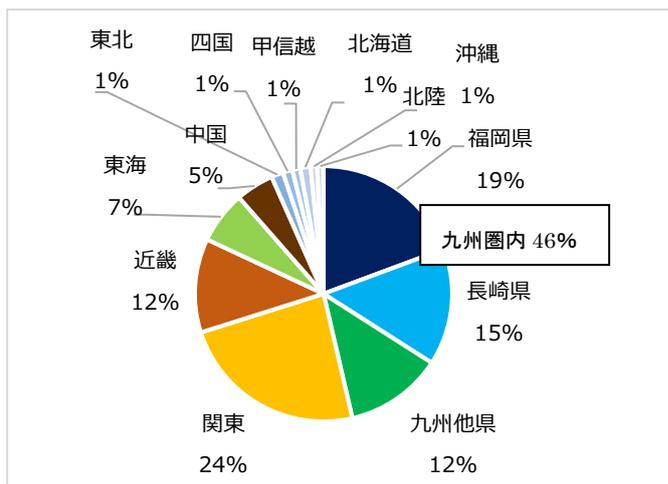
(3) 県内での観光客の動向

①国内観光客の動向

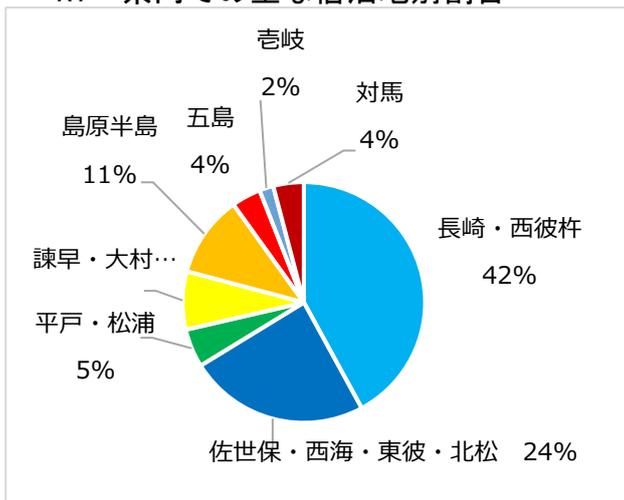
令和元年の長崎県観光動向調査によると、本県への宿泊を伴う観光客の発地別割合は、本県を含む九州圏内が約46%、関東エリアが約24%、近畿エリアが約12%、東海エリアが約7%となっています。平成26年(2015年)と比較すると、九州圏内は約3ポイント増加(福岡県約1ポイント増加、本県の割合は同じ割合)、関東エリアは同じ割合、近畿エリアは約1ポイント減少、東海エリアは同じ割合であり、平成26年と大きな変化は見られず、引き続き大都市圏からの観光客の割合が高い傾向が見られます。

主な宿泊地は、長崎・西彼地域が約42%、佐世保・西海・東彼・北松地域が約24%と、2つの地域で県全体の宿泊者数の約66%を占めています。平成26年(2015年)はこの2つの地域の割合が約55%であり、その内訳は長崎・西彼地域が約25%、佐世保・西海・東彼・北松地域が約30%であったため、5年前と比べて長崎・西彼地域の割合が高くなっています。

R1 国内観光客の延宿泊者数の発地別割合推移



R1 県内での主な宿泊地別割合



②外国人観光客の推移

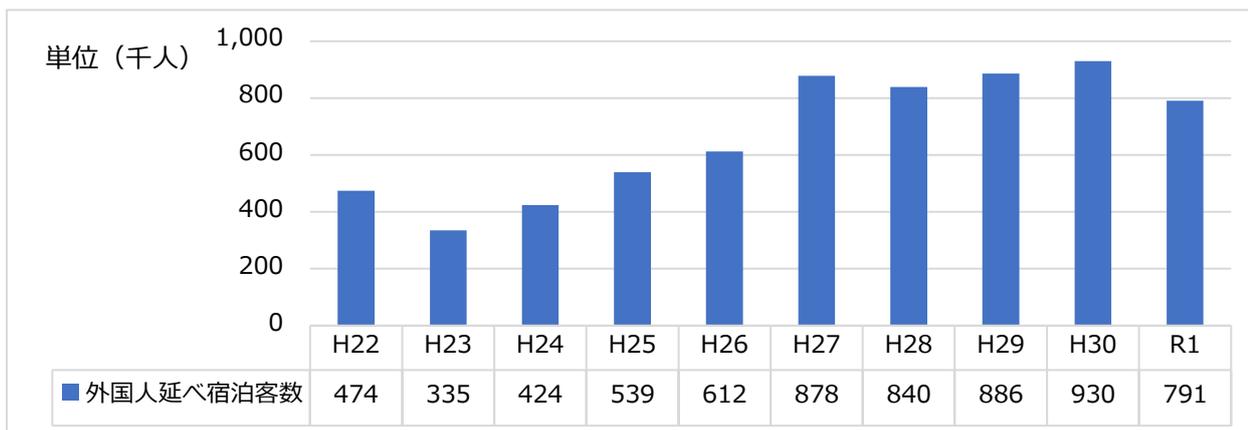
本県を訪れる外国人観光客延べ宿泊者数は、世界的な金融危機による景気後退や東日本大震災などの外的要因により、平成 23 年（2011 年）には、大幅に落ち込みましたが、その後堅調に推移し、平成 30 年（2018 年）には延べ宿泊者数は過去最高を記録しました。

令和元年（2019 年）は、訪日旅行控えにより韓国人観光客が大幅に減少し、本県の外国人観光客延べ宿泊数はアジア、特に韓国の割合が高いことから、延べ宿泊客数は対前年比▲14.9%(▲ 13.8 万人)となりました。

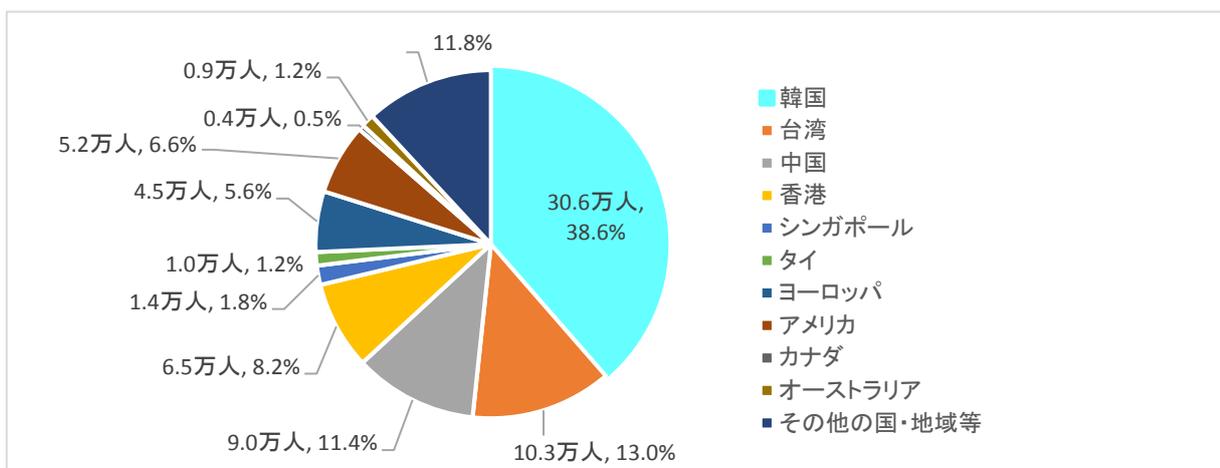
国別の割合については、平成 30 年（2018 年）は、韓国、台湾、中国、香港だけで 8 割を超えていましたが、令和元年（2019 年）は、訪日旅行控えによる韓国人観光客の大幅な減少の影響により、その割合は 7 割程度まで落ちています。

さらに令和 2 年（2020 年）は新型コロナウイルス感染症の影響により、外国人観光客は大幅に減少する見込みです。

外国人延べ宿泊客数の推移



R1 国籍別外国人宿泊者数の割合



資料：長崎県観光統計（上記 2 つのグラフ）

※「統計手法の見直しに伴い、H28 以前は前年伸び率を用いた推計値を掲載している。」

(4) 長崎県観光の課題

① 観光まちづくりについて

観光消費の拡大を図っていくうえでは、多くの方々に訪れたいと思っただけのような「魅力ある観光まちづくり」を推進し、「受入態勢の整備や各種サービスの充実」など観光の「質」を強化する必要がありますが、本県においては、多くの地域で「観光まちづくり」の視点での専門性が不足している状況にあります。民間をはじめとした多様な関係者を巻き込みながら「観光まちづくり」の現場を効率的に動かしていくことができる人材の確保・育成等の支援を行い、地域の関係者が主体的に参画する態勢を構築する必要があります。

現在、長崎県においては、新幹線開業や特定複合観光施設（以下、「IR」という。）誘致等の大型プロジェクトが進行しています。また、これらを契機として、ハイグレードなホテルが県内各地で順次開業する予定であり、富裕層の増加も期待されるなど、長崎県は大きな変化の時期を迎えています。これらの「まちの変化」を最大限に生かして観光消費の拡大に結び付けていくためにも、体験型コンテンツや食などの各種サービスの充実や、おもてなしの向上など受入態勢の整備に向けて、官民が一体となって取り組むとともに、周辺地域へも経済効果を波及させていく必要があります。

また、本県を訪れた観光客にリピーターとなっていただくため、観光ガイドや宿泊施設スタッフ等の人材の確保・育成を図るとともに、県民、観光関係事業者、観光振興団体や行政等が一体となって「真心を込めたおもてなし」をレベルアップさせていく必要があります。

【課題】

- ・ 「受入態勢の整備や各種サービスの充実」など観光の「質」の強化が必要
- ・ 多様な関係者を巻き込みつつ「観光まちづくり」の現場を効率的に動かしていくための人材の確保・育成が必要
- ・ 新幹線開業や IR 誘致等の大型プロジェクト等の「まちの変化」を最大限に生かした「観光まちづくり」の推進が必要
- ・ 富裕層を含めた観光客を満足させるサービスの向上が必要
- ・ 観光ガイドや宿泊施設スタッフ等の人材の確保・育成が必要
- ・ 県民、観光関係事業者等、行政等が一体となって「おもてなし」をレベルアップさせていくことが必要

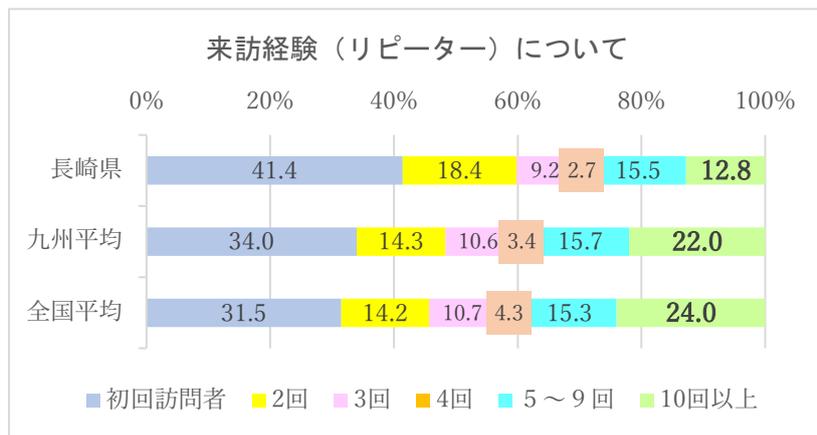
②九州圏内から本県への誘客の促進について

人口減少や急速な少子高齢化が進む中、国内の観光需要はさらに減少していき、地域間競争も激しくなるものと考えられますが、観光消費総額を増加又は維持していくためには、「リピーターの獲得」や「宿泊日数の増加」、「観光消費額（平均単価）の増加」が必要となります。

宿泊日数や観光消費額（平均単価）を短期間で大幅に増加させることは困難であることから、短期的にはリピーターを獲得することが重要となります。しかし、「じゃらん宿泊旅行調査 2019」によると、本県は九州平均や全国平均と比べ、リピーターの割合が低い状況にあります。その原因として、九州他県と比較して、九州圏内からの宿泊客が少ないこと、県民の県内旅行が少ないことなどが考えられます。

安全・安心な近場の短期間旅行（以下、「マイクロツーリズム」という。）の促進は、ウィズコロナ・ポストコロナ時代においても重要な施策であるため、リピーター獲得の鍵となる食や体験、宿泊プラン等を磨き上げ、九州圏内からの誘客につなげていく必要があります。

（分析 1）リピーター率等について



資料：じゃらん宿泊旅行調査 2019

	リピーター計
長崎県	58.6%
九州平均	66.0%
全国平均	68.5%

	リピーター計
長崎	60.7%
平戸・松浦・田平	40.6%
佐世保・ハウステンボス	37.8%
島原・雲仙・小浜	58.7%
五島列島	35.7%
壱岐・対馬（※）	36.0%

（※）サンプル数が20に満たないエリア

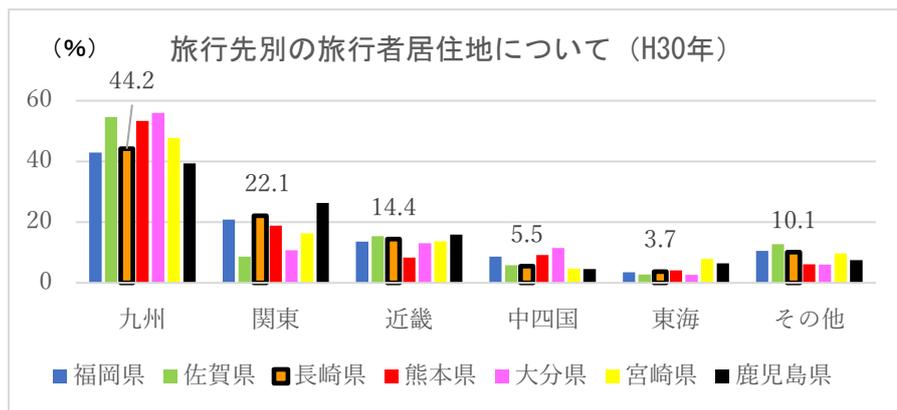
【課題】

- 九州平均や全国平均と比べて、リピーターの割合が低い

（参考）

- 本県の初回訪問者は「名所、旧跡の観光」、「テーマパーク」の割合が高い
- 本県のリピーターは「地元の美味しいものを食べる」、「宿でのんびり過ごす」、「温泉や露天風呂」、「お祭りやイベントへの参加・見物」の割合が初回訪問者と比べて高い
- 来訪者の満足度について、本県は多数の項目で九州平均と比べて満足度が高いものの、「魅力的な宿泊施設が多かった」、「地元のホスピタリティを感じた」、「現地へのアクセスが良かった」の項目は同程度または低い状況

(分析2) 旅行者の居住地の状況について



九州の割合 (%)	
福岡県	42.9
佐賀県	54.6
長崎県	44.2
熊本県	53.4
大分県	56.0
宮崎県	47.8
鹿児島県	39.4

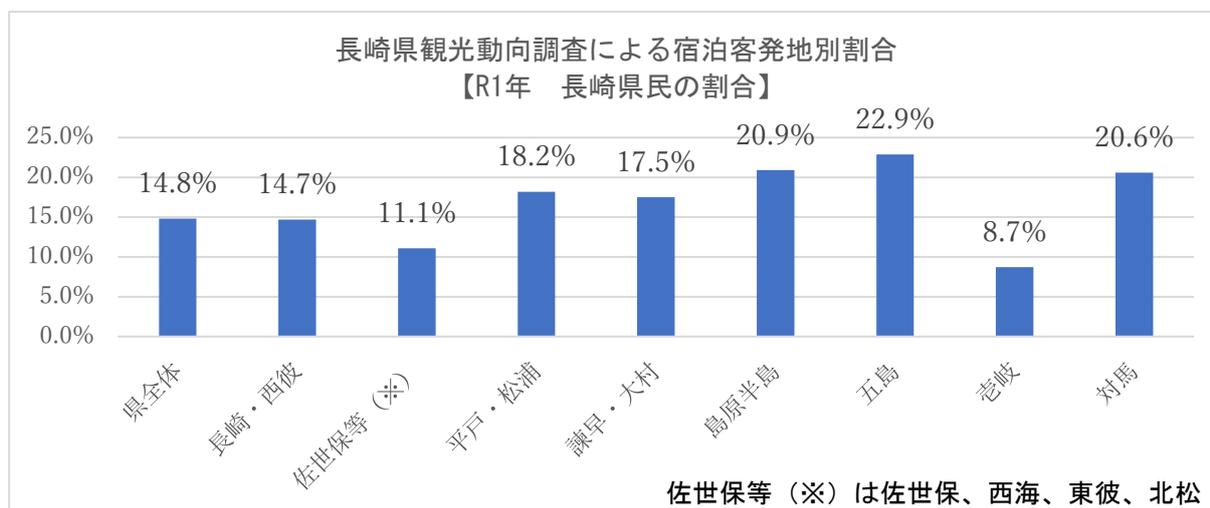
資料：(公財) 日本交通公社「JTBF 実態調査」

【課題】

- 九州他県と比べ、リピーターになる可能性が高い九州圏の旅行者の割合が低い
※観光庁「宿泊旅行統計調査」では、令和元年（2019年）の日本人延べ宿泊者数では、長崎県（650万人）は熊本県（670万人）と大分県（670万人）と同程度であるが、この2県と比較すると九州からの割合が低い状況になっている

令和元年（2019年）の県民の県内宿泊割合は、全ての地域において、25%未満となっており、県民の県内旅行の割合が低い状況となっております。

(分析3) 県民の県内旅行について



【課題】

- 県民の県内旅行の割合が低い
(県民の県内宿泊割合は、全ての地域において、25%未満)

③インバウンド観光の推進について

本県は古くからの海外との交流による歴史文化や、異国情緒あふれるまち並みなどの観光資源を有する一方で、日本的な「和」を感じさせるコンテンツについては、インバウンド向けに磨き上げ、情報発信する必要がある、地域によってはインバウンドが特定の国に偏っているというリスクを抱えるなど、誘客の多角化が求められています。

本県は九州の西端に位置しており、主要な交通結節点である（九州の玄関口である）福岡空港や博多駅からのアクセスや、離島・半島が多い地理的特性から県内周遊に課題があるため、二次交通の利便性を向上させるとともに、旅行形態の個人化が進展していることから、宿泊施設の海外 OTA 登録や多言語対応等にも取り組む必要があります。

また、本県は海外での認知度は高いものの、主として「戦争にまつわる記憶」としてのものであり、観光地としての魅力を知ってもらうための情報発信を強化するとともに、デジタル化に対応するため動画サイトや SNS を活用したデジタルプロモーションにも取り組む必要があります。

インバウンドの受入拡大のためには、本県と海外とを直接結ぶ定期航空路線が重要であり、積極的な路線誘致に取り組むとともに、安定的な運航を図るためインバウンドはもちろん、アウトバウンドの利用促進にも取り組んでいく必要があります。

さらに、長崎港や佐世保港、離島港等を含む県内各港の特色を活かしたクルーズ客船の誘致に取り組むとともに、寄港地ツアーの周遊性の向上等による経済的な効果を高める取り組みが必要であり、また、感染症等環境の変化を踏まえた連絡体制や情報共有の強化など受入態勢の整備を図っていく必要があります。

【課題】

- ・ インバウンド向けの観光コンテンツの磨き上げが必要
- ・ 国際関係や感染症等、インバウンドの受入にはリスクへの対応が必要
- ・ 二次交通の利便性向上による周遊対策と多言語対応等による受入環境の整備が必要
- ・ 観光地としての認知度向上のため、情報発信の強化とデジタル化に対応したプロモーションが必要
- ・ インバウンドの受入拡大のため、本県と海外とを直接結ぶ国際定期航空路線の維持拡大が必要
- ・ クルーズ客船の誘致について、経済的な効果を高める取組や感染症等環境の変化を踏まえた受入態勢が必要

④ウィズコロナ・ポストコロナ時代への対応について

新型コロナウイルス感染症を経験したことにより、今後は安全・安心への対策が誘客に向けて重要になるものと思われ、宿泊施設においては、感染症対策や三密対策などの安全・安心への対応と付加価値向上の両立や、ITを活用した効率化への対応等も重要な要素になるものと思われま

さらに、今回の感染症の拡大により、観光関連産業のリスクに対する脆弱性が浮き彫りになったため、今後は、観光市場の成長に資する取組だけでなく、今後の新たなリスクに備えた取組や体質強化等が必要となります。

また、旅行需要においては、新型コロナウイルス感染症の経験や観光関連事業者の安全・安心対策などを踏まえ、旅行者においては「贅沢な旅を求める層」と「近場でカジュアルな旅を求める層」との二極化がこれまでよりも顕著になり、「旅行先を選択する意味」がさらに問われるようになると考えられます。

今後、企業のワーケーションの推進など「新たな旅のスタイル」が加速化すれば、企業の地方分散が本格化し、地方に人口が流れ、結果として、観光におけるマーケティングの手法、求められる素材など様々なものが変化する可能性もあります。

また、国においては、デジタルトランスフォーメーション（DX）の推進による観光サービスの変革と観光需要の創出を図っています。

マイクロツーリズム、宿泊施設の高付加価値化、新しいマーケティングやプロモーション、観光素材、旅行需要の変化に応じた観光客の満足度向上の取組など、ウィズ・ポストコロナ時代に求められる変化に自治体、観光関連事業者は対応していく必要があります。

【課題】

- ・ 観光関連事業者における安全・安心対策や高付加価値化が必要
- ・ 観光関連産業の今後の新たなリスクに備えた取組や体質強化等が必要
- ・ デジタル技術の活用による観光サービスが必要
- ・ 「新たな旅のスタイル」を捉えた新しいマーケティングやプロモーション、新しい観光素材、旅行需要の変化に応じた満足度向上への対応が必要

⑤長崎県観光の課題の整理

前述した長崎県観光の課題について、以下のとおり整理し、次の施策を推進します。

- ・ 「受入態勢整備や各種サービスの充実」など観光の「質」の強化が必要
- ・ 多様な関係者を巻き込みつつ「観光まちづくり」の現場を効率的に動かしていくための人材の確保・育成が必要
- ・ 新幹線開業等の大型プロジェクト等の「まちの変化」を最大限に生かした「観光まちづくり」の推進が必要
- ・ 九州平均や全国平均と比べて、リピーターの割合が低い
- ・ 旅行需要の変化や「新たな旅のスタイル」を捉えた新しい観光素材への対応が必要

滞在型観光コンテンツの充実等による観光まちづくりの推進

- ・ 観光ガイドや宿泊施設スタッフ等の人材の確保・育成が必要
- ・ 県民、観光関係事業者等、行政等が一体となって「おもてなし」をレベルアップさせていくことが必要
- ・ (ウィズ・ポストコロナ時代の) 旅行需要の変化に応じた満足度向上への対応が必要

訪れる人に期待以上の満足を感じさせる「おもてなし」力の向上

- ・ 観光関連事業者における安全・安心対策や高付加価値化が必要
- ・ 観光関連産業の今後の新たなリスクに備えた取組や体質強化等が必要
- ・ 富裕層を含めた観光客を満足させるサービスの向上が必要

安全・安心対策や観光産業の高付加価値化の推進

- ・ 九州他県と比べ、リピーターになる可能性が高い九州圏の旅行者の割合が低い
- ・ 県民の県内旅行の割合が低い
- ・ 旅行需要の変化や、企業のワーケーションなど「新たな旅のスタイル」を捉えた新しいマーケティングやプロモーションが必要
- ・ デジタル技術の活用による観光サービスが必要



観光客のニーズやターゲットに応じた訴求力のある誘客促進や周遊観光の促進

【インバウンド関係】

- ・ インバウンド向けの観光コンテンツの磨き上げが必要
- ・ 国際関係や感染症等、インバウンドの受入にはリスクへの対応が必要
- ・ 二次交通の利便性向上による周遊対策と多言語対応等による受入環境の整備が必要
- ・ 観光地としての認知度向上のため、情報発信の強化とデジタル化に対応したプロモーションが必要
- ・ インバウンドの受入拡大のため、本県と海外とを直接結ぶ国際定期航空路線の維持拡大が必要
- ・ クルーズ客船の誘致について、経済的な効果を高める取組や感染症等環境の変化を踏まえた受入態勢が必要



環境変化や市場動向を踏まえたインバウンド観光の推進

第3章 観光振興の方向性

1. 長崎県観光の将来像

この計画では、5年後の本県観光のあるべき姿（将来像）を次のように掲げます。

（案）感動あふれる長崎県 ～みんなで磨く、文化と食と真心と～

県内各地域において、県、市町、観光振興団体、観光関連事業者、県民、全てのステークホルダーが連携し、本県の強みである「交流の歴史で培われた文化」や「豊かな自然から生み出された食」、「交流や平和への祈りで育まれてきた真心」を磨き、本県観光の魅力をさらに高め、将来にわたって旅行先として選ばれ、また訪れたいと思われる「感動あふれる長崎県」を目指します。

2. 観光振興の5つの柱

前述した長崎県観光の現状と課題を踏まえながら、長崎県観光の将来像の実現のため、観光振興に取り組む方向性として5つの柱を掲げ、効果的な観光施策を展開していきます。

(1) 滞在型観光コンテンツの充実等による観光まちづくりの推進

- ・ 観光客の満足度を高め、再び訪れたいと思われる魅力ある観光地を創出し、観光客のリピーター化と観光消費額の拡大を図るため、地域住民等が主体となって取り組む魅力ある「観光まちづくり」をさらに推進します。
- ・ 新幹線開業、IRの誘致、MICE¹施設開設、民間による長崎スタジアムシティプロジェクトなど大型プロジェクトが進行しており、これらの効果を最大限活用した「観光まちづくり」と、本県の特長でもある離島観光を推進します。
- ・ 観光客の満足度向上に重要な要素となる「食」のサービス提供の充実や、「文化・自然・スポーツ」等を活用した、滞在型観光コンテンツの充実に取り組みます。

¹ 【MICE】企業等の会議（Meeting）、企業等の行方報奨・研修旅行（インセンティブ旅行）（Incentive Travel）、国際機関・団体、学会等が行う国際会議（Convention）、展示会・見本市、イベント（Exhibition/Event）の頭文字を使った造語で、これらのビジネスイベントの総称

(2) 訪れる人に期待以上の満足を感じさせる「おもてなし」力の向上

- ・ 宿泊施設において、長崎ならではの価値や魅力を伝え、観光客のニーズに応じた質の高いサービスを提供する人材の拡大・質の向上とそのネットワークの構築や、観光ガイド・宿泊施設など観光関係の人材育成・確保を図ります。
- ・ 2040年問題も視野に入れながら、高齢者や障害者等を対象とした誘客拡大を図るため、ユニバーサルツーリズムの持続可能な受入態勢の構築を図ります。
- ・ 本県を訪れた観光客に、期待以上の満足を感じていただく観光地を目指し、県民、観光関係事業者、観光振興団体や行政等が一体となって、「真心を込めたおもてなし」をレベルアップしていく意識を共有し、総おもてなし運動の裾野の拡大を目指していきます。

(3) 安全・安心対策や観光産業の高付加価値化の推進

- ・ 感染症や災害等の経験を踏まえ、観光関連事業者の安全・安心対策や企業体質の強化に対する取組を推進します。
- ・ 富裕層に対応したサービスの充実を図るなど、観光産業の高付加価値化を推進します。

(4) 観光客のニーズやターゲットに応じた訴求力のある誘客促進と周遊観光の促進

- ・ ICT等を活用しながら観光客のニーズやターゲットに応じた訴求力のある情報発信を行い、誘客促進を図ります。
- ・ 富裕層に訴求できる観光コンテンツの発信やマイクロツーリズムなどウェブ・ポストコロナ時代の旅行需要を捉えた誘客促進を図ります。
- ・ 新幹線開業、IRの誘致、国民文化祭の誘致、MICE施設開設、民間による長崎スタジアムシティプロジェクトなど大型プロジェクトが進行しており、これらの効果を最大限活用した本県への誘客促進と周遊観光の促進を図ります。

(5) 環境変化や市場動向を踏まえたインバウンド観光の推進

- ・ 海外との交流の歴史や世界遺産など本県の強みを生かしたテーマ型観光を推進するとともに、ターゲット市場の特性に応じた観光コンテンツを地域と連携して磨き上げることでインバウンドの受入拡大と誘客の多角化を推進します。
- ・ インバウンドの個人旅行化が進展する中、二次交通の利便性向上や多言語対応等による円滑なコミュニケーション支援など受入環境の整備に取り組みます。
- ・ デジタル化やコロナ後の個人旅行化の進展に合わせて、Web・SNSを活用したデジタルプロモーションとともに、現地での情報発信を強化することで本県の観光地としての認知度向上を図ります。
- ・ 感染症等環境の変化を踏まえた国際クルーズ客船の誘致とともに国際定期空路線の維持拡大及び国際チャーター便の誘致に取り組みます。

第4章 観光振興の基本施策

1. 滞在型観光コンテンツの充実等による観光まちづくりの推進



(1) 文化や食などの地域資源を活用した観光コンテンツの充実

①文化観光の推進

- ・ 博物館等を拠点に、飲食・観光施設等とも連携した県内のミュージアム周遊、文化観光施設の多言語化等の環境整備による利便性の向上、長崎の食文化発信など、文化観光推進法¹に基づく取組により文化観光コンテンツの充実を図ります。
- ・ 若者が主体的に取り組む質の高い文化芸術活動の支援や、文化芸術による地域づくりの推進と人材の育成を図るため、各離島地域の実行委員会が主体的に実施する文化芸術の多様な取組を総合芸術祭として開催します。
- ・ 本県を舞台とするマンガ、小説等の作品の創作支援を行い、そこに描かれる本県の地域資源（偉人/歴史/自然/食文化など）の魅力を、多様な嗜好をもつ、幅広い世代の読者層に伝えるとともに、出版社等との幅広いネットワーク構築により、作品舞台を巡る「聖地巡礼」などアニメツーリズムへの発展、その関連イベントの開催や訴求力のある情報発信に取り組めます。
- ・ 各地域の歴史・文化を活用したフィールドワークなど文化資源の活用した観光コンテンツの充実に取り組む地域への支援を推進します。

②食を活かした観光の推進

- ・ 地域の伝統的な食材の掘り起こしや文化と郷土料理の融合を図る取組などの「食と観光」の連携を図る市町等に対する支援を強化します。
- ・ 「観光客におすすめしたいグルメ店」の冊子やWEBを活用した魅力的な「食」の情報発信を行います。
- ・ 地元の「食」や体験プログラムと交通手段を組み合わせた着地型旅行商品²の造成・販売を支援し、更なる県内周遊を推進します。

③スポーツツーリズムの推進

- ・ 自転車地域を巡り沿線の魅力を楽しむ体験・交流型観光の情報発信を行うとともに、走行・受入環境の整備に取り組めます。特に島原半島では、安全・快適なルート設定や走行環境整備をはじめ、サイクリスト用の宿泊やサポート環境の整備等に地元3市や観光関係者、民間企業、地域と連携して取り組み、地域全体の機運を醸成しながら、ナショナルサイクルルートの指定を目指します。
- ・ ボートの練習環境として全国的に高い評価を得ている諫早市の本明川ボート練習

¹ 【文化観光推進法】正式名称は、「文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観光の推進に関する法律」

² 【着地型旅行商品】旅行者を受け入れる地域で作られる旅行商品。

場について、今後はボートのみならずカヌーや SUP¹ などの水上スポーツの拠点となるべく、諫早市、県ボート協会と連携して合宿誘致を行います。併せて全国規模の大会開催に必要となる、日本ボート協会公認コースの認定取得を目指します。

- ・ 日本の伝統的な武道である空手、柔道、剣道などを見たり、体験したりする武道ツアーリズムを目的とした訪日観光客の受入態勢づくりのため、海外ナショナルチーム等によるキャンプ誘致や武道を使った体験プログラムの創出に取り組みます。
- ・ 長崎スタジアムシティプロジェクトと連携し、地域活性化につながる各種スポーツイベント等の誘致に対する協力を行います。

④教育旅行の推進

- ・ 修学旅行は、将来のリピーターにもつながる可能性があることから、「平和学習」、「交流体験」などの魅力ある体験プログラムの更なる開発、学校や旅行会社の教育旅行部門へのセールス活動などの誘致対策を進めていきます。

⑤多様な体験型観光の推進

- ・ 「ひかり」と港の活用による夜型観光コンテンツや海浜の魅力や魚市場などを生かした朝型観光コンテンツの開発、地域の暮らしや培われた知恵や技など、その地域ならではの思い出に残る体験の提供などに取り組む地域への支援を強化します。
- ・ 有人国境離島法²に基づく支援策等を積極的に活用し、離島ならではの自然、食、歴史・文化などの魅力を生かした観光まちづくりを支援します。
- ・ 国立公園「雲仙」の利用拠点である雲仙温泉街における国・県・市・民間が連携した景観改善や賑わい空間創出の実施、滞在時間の延長を図るための自然体験型コンテンツ造成など、自然公園やジオパーク等の自然資源を活用した取組を進めるとともに、受入環境の整備を行い、エコツアーリズムを推進します。
- ・ 農泊³による交流人口の拡大に向け、体験プログラムの開発や県内の農泊 PR などの誘客対策とともに、人材育成や新たな担い手確保に取り組みます。
- ・ 大物から小物まで多様な釣りを楽しむことができる県内離島の特長を、漁村の集落資源としてさらに磨き上げるとともに、施設利用にかかる安全対策等の整備を行い、「釣り」を滞在型観光のツールとしたブルーツアーリズムを推進します。
- ・ 漁港施設の有効活用の一環として、低利用・未利用となった係留施設へのヨット等の寄港による交流人口の拡大を図ります。

¹ 【SUP】 スタンドアップパドル・サーフィン(Stand up paddle surfing)の略称で、サーフボードの上に立ち、1本のパドル(楫)で左右を交互に漕ぎ海などの水面を進むウォータースポーツのひとつ。

² 【有人国境離島法】平成29年4月に施行された「有人国境離島地域の保全及び特定有人国境離島地域に係る地域社会の維持に関する特別措置法」の略称

³ 【農泊】日本ならではの伝統的な生活体験と農村地域の人々との交流を楽しみ、農家民宿、古民家を活用した宿泊施設など、多様な宿泊手段により旅行者にその土地の食、体験などの魅力を味わってもらう農山漁村滞在型旅行。

⑥観光まちづくりを牽引する中核人材の確保・育成

- ・ 「観光まちづくり」と着実に推進してうえで、地域の企画力や実行力を高めていくことが重要になるため、専門人材の招聘や人材育成等の支援を行い、関係者が主体的に参画する態勢の構築に取り組む地域への支援を強化します。

⑦「新たな需要」への対応

- ・ 新型コロナウイルス感染症の経験を踏まえ、今後の観光には、ワーケーション¹等の新しい旅行スタイルへの対応や、「訪れる理由、泊まる意味」の創造・訴求、地域におけるコンテンツの質が求められると考えています。その需要に対応するための地域が一体となった「観光まちづくり」の取組を支援します。
- ・ リモートワークの普及による働き方の多様化も踏まえ、関係人口²や移住・定住政策との連携を図り、仕事と旅行を両立させるワーケーションやブレジャー³等の普及を促進する「観光まちづくり」の取組を支援します。

(2) 大型プロジェクトを活用した観光まちづくり

新幹線開業や新幹線駅周辺の整備・まちづくり、IRの誘致、MICE施設開設、民間による長崎スタジアムシティプロジェクト、雲仙温泉地区の上質化、対馬博物館（仮称）などハード整備を伴う大型プロジェクトが進行しており、これらの効果を最大限活用した「観光まちづくり」を推進します。

(3) 2つの世界遺産の保全と活用

① 世界遺産の適切な保護や価値の発信

世界遺産登録後は、ユネスコに推薦書と一緒に提出した包括的な保存管理計画に基づいて、構成資産の適切な保護や価値の発信を行うとともに、「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」においては、住民生活と観光の調和による秩序ある公開、及び関連文化財の保護や価値の発信を行い、地域の持続的な維持に向けた取組を着実に進め、価値を守り伝える仕組みづくりを推進していきます。

② 世界遺産の次世代への継承や地域の活性化

地域と世代をつなぐことを目的に、世界遺産を活かしたふるさと教育や大学と連携したフィールドワークを促進するとともに、構成資産のある集落等が活性化するための活動を支援するなど、保存と活用の好循環による持続的な取組により、次世代への継承や地域の活性化につなげていきます。

1 【ワーケーション】「work=仕事」と「vacation=休暇」を組み合わせた造語。テレワーク制度を利用し、リゾート地や帰省先等に休暇や研修を兼ねて短中期的に滞在し、パソコンなどを使って仕事を行う取組。

2 【関係人口】移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域や地域の人々と多様に関わる人々。

3 【ブレジャー】出張等の機会を活用し、出張先等で滞在を延長するなどして余暇を楽しむ。

2. 訪れる人に期待以上の満足を感じさせる「おもてなし」力の向上



(1) 長崎コンシェルジュ¹の育成とネットワークづくり

① 質の高いサービスを提供する宿泊施設の拡大・質の向上とネットワークづくり

観光客から選ばれ、また訪れたいと思われる観光地を目指すため、宿泊施設において、長崎ならではの価値、魅力、観光関連情報等やこれまでにない質の高いサービスを提供し、国内外の富裕層やリピーターの獲得につなげ、本県の観光消費額の拡大とともに、良質な雇用環境の創出を図るため、本県独自の認定制度である「長崎コンシェルジュ」認定者の育成に向けた勉強会や認定試験等を実施するとともに、ネットワークづくりの構築に取り組みます。

併せて「長崎コンシェルジュ」認定者による質の高いサービスを宿泊施設の他の従業員にも広め、宿泊施設全体の質の向上を図り、観光客の満足度の向上、リピーターや宿泊客の増加につなげていきます。

(2) 観光ガイドや宿泊施設等の人材確保・育成

① 観光ガイドの育成

本県を訪れる観光客が満足を感じて、また訪れたいと思われる観光地を目指すため、県内の観光ガイドの技術力、おもてなし向上のため、ガイド組織団体と連携して、研修会を開催するとともに、「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」の世界遺産登録効果を持続的なものとするため、引き続き、巡礼地を案内する観光ガイドの養成講座やスキルアップ研修会等を実施します。

② 観光関連産業の人材確保・育成

人口減少が進行する中でも宿泊施設等の観光関連産業の人材を確保するため、県内高校生を主な対象に観光(主に宿泊業)をテーマにした講座等の実施などにより、明確な職業観を持って観光関連産業に就職し、将来にわたって活躍できる人材の確保・育成を図ります。併せて、観光ガイドについても、若い世代の人材の確保・育成も推進します。

¹ 【長崎コンシェルジュ】県内の宿泊施設において、お客様が快適な滞在時間を過ごし、満足いただけるサービスを提供するとともに、長崎県ならではの価値や魅力を伝えることができる県が認定したプロフェッショナル人材。

(3) ユニバーサルツーリズム¹の推進

① ユニバーサルツーリズムのワンストップ窓口の活用

全国的な人口減少及び少子高齢化が進行する状況において、国においても、潜在的な需要が大きい高齢者や障害者等の旅行への対応は、将来を見据えた旅行需要の喚起、経済の活性化を図る上で重要であり、ユニバーサルツーリズムの普及・推進はその取組の一つと位置付けられています。

本県においても、老年人口（65歳以上）のピークを迎えると予測されている2040年問題も視野に入れながら、高齢者や障害者等を対象とした誘客拡大を図るため、令和2年度に設置するユニバーサルツーリズムのワンストップ窓口の活用を図ります。

② ユニバーサルツーリズムの持続的な受けれた受入態勢の構築

ユニバーサルツーリズムの普及・推進のため、地域のユニバーサルツーリズムを推進する団体や、福祉関連事業者、観光関連事業者と連携を図り、持続可能な受入態勢の構築を図ります。

(4) 総おもてなし運動の裾野の拡大

① 地域、県民、観光関係者等、行政が一体となったおもてなしの推進

本県を訪れた観光客に、「来てよかった」、「もう一度来たい」、「他の人にも教えてあげたい」、と提供いただけるような観光地を目指し、観光関係事業者や観光協会等、地域、県民、行政等が一体となり「長崎県総おもてなし運動」に取り組みます。

当計画期間中に、新幹線、長崎市のMICE施設、民間によるスタジアムシティプロジェクトなど交流人口の拡大につながる大型プロジェクトが順次開業予定であることから、本県を訪れる観光客にまた訪れたいと感じていただき、リピーターにつながるため、「真心を込めたおもてなし」をさらにレベルアップしていく意識を関係者間で共有し、観光客が期待以上の感動を覚える総おもてなし運動の裾野の拡大を目指していきます。

¹ 【ユニバーサルツーリズム】 高齢や障害等の有無にかかわらず、誰もが気兼ねなく楽しく参加できる旅行。

3. 安全・安心対策や観光産業の高付加価値化の推進



(1) 高付加価値化や安全・安心対策等に取り組む事業者への支援

① 高付加価値化や安全・安心対策の情報発信

新型コロナウイルス感染症の経験から、今後は、価格が高くても安全・安心が担保されている旅行が選ばれる傾向が強まってくるものと予想されます。また、宿泊施設や観光施設においても、安全・安心を担保するための対策として相当のコストをかけていることから、価値に見合った価格でサービスを提供する必要があります。

このような需要と供給の関係を的確に分析し、行政と観光関連事業者が一体となって、本県への旅行が安全・安心で快適なものとなるよう取り組むとともに、取組内容について県内外に広く情報発信していきます。

② 宿泊施設の高付加価値化の推進

安全・安心対策については、目に見えにくい点も多いことから、宿泊施設や観光施設においては、安全・安心対策のみならず、品質やおもてなしの向上を図り、価値に見合うサービスであることを利用者に理解してもらう必要があります。そのため、宿泊施設の品質認証制度（サクラクオリティ）の導入にかかる支援や、接遇及びマナー向上等に資するセミナーの実施等に取り組むなど、付加価値の創出を図ります。

③ 高付加価値化を図る取組への支援

市町等地域が取り組む観光まちづくりの高付加価値化を推進するため、市町や観光関係団体が異業種・他分野と連携した取組や、宿泊施設が関連する他産業と連携して高付加価値化を図る取組を支援します。

④ 感染症や災害などリスクに応じた観光客の安全・安心対策

新型コロナウイルス感染症や地震・豪雨・台風などの災害等の経験を踏まえ、観光関連産業を取り巻く様々なリスクへの対応を進めるため、医療・防災分野の政策をはじめ、そのリスクに応じた関係する政策との連携を図り、本県を訪れる観光客へ安全・安心の観光を提供していきます。

⑤ 犯罪のないまちづくりの推進

犯罪のない安全・安心まちづくりに取り組む政策と連携し、宿泊施設や観光施設等を通じて安全情報等を提供します。

(2) 観光関連産業の企業体質強化

① 持続的な経営を維持する支援等

今般の新型コロナウイルス感染症の拡大により、観光関連産業の脆弱性が浮き彫りになったため、今後は、観光市場の成長に資する取組だけでなく、今後の新たなリスクに備えた取組や体質強化等が必要となります。そのため、産業労働分野の政策との連携を図り、持続的な経営を維持する支援や、各地の商工団体がそれぞれの特性を活かして策定する地域産業活性化計画¹に基づき、観光関連産業の振興に取り組む事業者の支援など、観光関連産業の企業体質強化の推進に向けて、国や市町、関係団体と連携して取り組みます。

(3) 富裕層を満足させるサービスの向上への支援

① 富裕層向けのコンテンツの造成

本県の観光消費額の拡大に向け、富裕層を呼び込む必要があります。そのため、少人数で時間的に余裕のあるツアーなど富裕層をターゲットとした高付加価値なコンテンツの造成を支援します。

② 富裕層を満足させるサービスの向上

県内各地域で高単価のホテルの開業が予定されていることや、今後の IR 内のホテル開業等も見据え、富裕層を満足させるサービス（体験メニュー、食、ホテルスタッフの接客）の向上に官民一体となって取り組むとともに、経済効果を周辺地域にも波及させていきます。

(4) 特定複合観光施設（IR）²整備の推進

① IR 整備の推進

本県では、観光需要が急速に拡大するアジアに最も近いという強みを活かして、全国で3か所を上限とする区域認定を獲得し、九州・長崎 IR を実現することで、交流人口の拡大による観光・地域経済の活性化や良質な雇用創出の好循環を生み出し、九州の地方創生、ひいては我が国の発展に貢献することを目指しています。

そのため、IR がもたらす経済効果の最大化に向けて、アジアとの近接性を活かした誘客や広域周遊観光の促進などの検討を進めます。

¹ 【地域産業活性化計画】域外需要獲得等による地域の商工業振興を図るため、県内の商工会・商工会議所が主体となって策定した計画

² 【特定複合観光施設（IR）】国際会議場や展示施設、ホテル、エンターテインメント施設等にカジノを含んだ複合的な観光施設

4. 観光客のニーズやターゲットに応じた訴求力のある誘客促進と周遊観光の促進



(1) 観光客のニーズやターゲットに応じた訴求力のあるプロモーションの実施

① データの収集・分析の強化による、誘客促進及リピーター増加の推進

各種観光データの収集・分析を強化し、市場の動向や観光客のニーズを的確に捉え、ターゲットに応じた効果的かつ戦略的なプロモーション展開を行うなど、誘客促進及びリピーター増加のための取組を行っていきます。

例) リピーター獲得につなげるため、九州及び中国地方へのプロモーションの強化（九州内でプロモーション効果の高い福岡県、今後誘客を強化する南九州での情報発信を特に強化）

例) 「ひかりと祈り光福の街長崎」のテーマのもと、長崎県の強みを活かしたプロモーション展開



② リピーター確保のための旅ナカでの情報発信

「旅マエ」だけでなく、「旅ナカ」でも本県・各市町の魅力を発信する手法を検討・推進し、リピーターの確保につなげていきます。

(2) ウィズコロナ・ポストコロナ時代の旅の需要を捉えた戦略的な誘客促進

① 感染症の影響による旅行需要の変化を捉えた誘客促進

新型コロナウイルス感染症の影響を踏まえ、今後はマイクロツーリズムや、富裕層が求める近場の高単価ホテルでの宿泊旅行など、旅行需要の変化が予想されます。ウィズコロナ・ポストコロナ時代の旅行需要を的確に捉えたターゲット戦略により、本県への誘客促進を図ります。

② 県民の県内旅行の促進

コロナ禍の中、県民の県内旅行の需要が高まったことから、県民の県内旅行を促進し、本県の良さを再発見していただくための情報発信に取り組みます。

(3) パブリシティ効果の高いイベント展開や広域連携・地域連携による誘客促進

① 大型プロジェクトの効果を活用した誘客促進

現在、「まちの変化」につながるパブリシティ効果の高い大型プロジェクト等が進行しており、これらの効果を最大限活用した誘客促進を図ります。

例) 長崎市の MICE 施設開設（令和3年度）

九州新幹線西九州ルート開業（令和4年秋）に向けたアクションプランの推進
民間による長崎スタジアムシティプロジェクト開業（令和6年度予定）
国民文化祭、全国障害者芸術・文化祭の開催（令和7年度予定）
IRの誘致（開業は2020年代半ばを予定）

② 佐賀県との連携による誘客促進

佐賀県と合同開催するJRグループとのデスティネーションキャンペーンや、日本遺産認定地域「肥前窯業圏」活性化の取組など、佐賀県との連携による観光誘客促進を図ります。例）「肥前窯業圏」の魅力の情報発信などによる誘客拡大

③ 九州他県等との連携による誘客促進

九州新幹線鹿児島ルートを利用する観光客を南北の縦軸から東西の横軸に広げることを目的とした熊本県・大分県との連携や、九州への観光客の増加を目指す九州観光推進機構との連携など、九州各県・九州観光推進機構と連携した周遊促進や情報発信を推進します。

(4) 離島観光の推進

有人国境離島法¹に基づく支援策等を積極的に活用しながら、本県の特徴でもある離島の自然、食、歴史・文化などの魅力を発信し、離島地域における滞在型観光を促進します。

(5) Society5.0²の実現に向けた先端技術によるサービスの活用の促進

① 先端技術の活用による観光客の利便性向上やマーケティングの強化等の推進

観光客が移動をはじめスムーズに旅行を楽しむため、MaaS³など先端技術サービスの活用を促進するなど観光客の利便性の向上を図ります。

② デジタルトランスフォーメーション（DX）促進等の推進

デジタルトランスフォーメーション（DX）促進やSociety5.0の実現に向け、ICT利活用に係る意識啓発及び取組促進、行政・民間が保有するデータのオープン化の促進及びデータ連携基盤の整備等を推進します。

③ デジタル等の先端技術を活用したマーケティングの強化等の推進

¹ 【有人国境離島法】平成29年4月に施行された「有人国境離島地域の保全及び特定有人国境離島地域に係る地域社会の維持に関する特別措置法」の略称。

² 【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（Society）。

³ 【MaaS】Mobility as a Serviceの略。出発地から目的地までの移動ニーズに対して最適な移動手段をシームレスに一つのアプリで提供するなど、移動を単なる手段としてではなく、利用者にとっての一元的なサービスとして捉える概念。

デジタル等の先端技術を活用したマーケティングの強化を行い、市場の動向や観光客のニーズを的確に捉え、ターゲットに応じた効果的かつ戦略的なプロモーション展開を行うなど、誘客促進及びリピーター増加のための取組を行っていきます。

(6) MICE 誘致の強化と周遊観光の促進

①MICE 誘致の強化

令和3年度に長崎市にMICE施設「出島メッセ長崎」が開設予定であることから、設置者である長崎市や関係者と連携を図り、MICE誘致の強化を促進します。

②MICE 誘致による滞在時間や滞在日数の拡大と周遊観光促進

MICE施設の効果を県内各地に波及させるため、市町や地域と連携を図りながら、MICE利用者へ効果的に各地域の観力を伝え、ブレッジャーや周遊観光の推進することにより、滞在時間や滞在日数の拡大につなげていきます。

(7) 道路ネットワークの構築による周遊観光の促進

①アクセス向上による周遊観光の推進

高規格幹線道路や地域高規格道路といった高速性・定時性の高い道路の整備を進めるとともに、海外・県外からの玄関口となる空港や港、新幹線駅及び観光地にアクセスする国道・県道・街路の整備を推進し、道路ネットワークを構築することで、周遊観光を促進します。

5. 環境変化や市場動向を踏まえたインバウンド観光の推進



(1) ターゲット市場からの誘客とテーマ型観光の推進

① ターゲット市場の特性に応じたコンテンツの磨き上げによる誘客の推進

本県のインバウンドの8割(平成30年)を占める中国、韓国、香港、台湾の東アジアをはじめ、訪日市場が拡大している東南アジアや欧米豪を主なターゲットにして、市場の特性に応じた観光コンテンツを地域と連携して磨き上げるとともに、武道ツーリズムやサイクルツーリズムなど新たな観光資源の開発についても取り組み、誘客を推進します。

また、特定の国・地域に依存した誘客はリスクを伴うことから、各地域とも連携しながら誘客の多角化を図ります。

② 海外との交流の歴史を活かした外国人観光客の受入拡大

本県は、古くからの海外との交流で培った歴史があり、中国とは辛亥革命の指導者孫文と彼を支えた長崎出身の実業家・梅屋庄吉の友情や、長崎からの求めに応じ渡来し、黄檗文化を日本中に広めた隠元禅師の功績、韓国とは朝鮮通信が往来した対馬を通じた交流、ベトナムとは御朱印船貿易を通じた友好交流のエピソード、欧州とは平戸や出島での交流など様々な国との交流の歴史があります。

これらの歴史的ストーリーや2つの世界遺産など本県の強みを活かし、「学校交流」や「平和学習」などの教育旅行や文化観光拠点施設を核とした周遊ツアー、世界遺産「潜伏キリシタン関連遺産」を歩いて巡るルート等のテーマ型観光を提案することで、外国人観光客の受入を拡大します。

③ 旅行形態等の変化を踏まえた新しい旅の提案

旅行形態が団体旅行から個人旅行へと変化する中、単に観光地を訪れるだけではなく、地域の日常生活に触れ、そこに息づく歴史や文化を学び、自然を体感するなど旅行目的も多様化していることから、これらの変化を踏まえた「新しい旅」を提案することで様々なニーズに即した誘客に取り組みます。

(2) 外国人観光客の受入環境の整備

① 二次交通の利便性向上による県内周遊の促進

本県は多くの離島や半島からなり、自然景勝地に恵まれている一方で、地理的特性から周遊するための二次交通に課題があるとともに、九州の玄関口である福岡空港や博多駅からのアクセスにも課題があります。

また、旅行形態が個人旅行へと変化する中、さらに新型コロナウイルス感染症収束後は個人旅行化の進展が見込まれているため、公共交通機関やレンタカーを利用した周遊モデルコースの提案や情報発信などに取り組み、二次交通の利便性を向上させることで個人旅行者の県内周遊を促進します。

②ストレスフリーな受入環境の整備

インバウンドの個人旅行化に伴い、海外 OTA（オンライン・トラベル・エージェンツ）から直接宿泊等を予約する旅行者の増加が見込まれることから、宿泊施設の海外 OTA 登録や多言語対応を促進するとともに、交通アクセスや観光スポット情報等旅ナカで必要な情報を多言語 Web サイトで紹介し、併せて多言語コールセンターの運用により円滑なコミュニケーションを支援するなどストレスフリーな受入環境の整備に取り組みます。

(3) 観光地としての認知度向上に向けた戦略的な情報発信

① 観光地としての認知度の向上

本県は海外での認知度は高いものの、主として「戦争にまつわる記憶」としてのものであり、いわゆる観光地としては十分に知られていないことから、メディア、旅行会社と連携した現地でのプロモーションに取り組むとともに、デジタル化が進展する中、動画サイトや SNS など個人の興味関心に直接訴求できるデジタルプロモーションを強化することで、本県の観光地としての認知度向上を図ります。

(4) 国際定期航空路線の新規開設、国際チャーター便の誘致

① インアウト双方での利用促進による定期路線の維持拡大

定期航空路線の上海線、香港線の安定的な運航を図るためには、インバウンド及びアウトバウンド双方での利用促進が必要であり、航空会社や旅行会社等と連携しながら、効果的な路線の周知やコロナ後を意識した安全安心な旅行商品の造成等に取り組み、長崎空港の利便性の向上と県内経済の活性化につながる増便化を目指します。

② 成長市場からの新規航空路線の誘致

新型コロナウイルスの感染状況や各国の出入国制限のほか、航空需要や航空業界の動向を踏まえながら、新規航空路線の誘致に取り組めます。

中でも、チャーターの実績がある台湾からの新規誘致や、運休している韓国ソウル線の再開に向けて重点的に取り組めます。

また、チャーター便については、定期便化を見据えて、巨大市場である中国内陸・東北部等地域のほか、成長市場である東南アジアでは、世界遺産や歴史的なゆかりなど本県の強みを活かしてベトナム、フィリピン等から積極的な誘致に取り組めます。

(5) クルーズ客船の誘致や経済的な効果を高める取組を推進

① 受入港の特色を活かしたクルーズ船の誘致

本県は東アジアの主要な港から近距離という地理的優位性を有しています。

長崎港においては、街の中心部へのアクセスに優れた立地や近年の客船の大型化や寄港需要の増加に対応するため、旅客埠頭の^{ふとう}2バース目の整備推進や岸壁背後地の観光交流機能導入等の検討など、受入体制の整備が進められており、更なる入港拡大に

向けた誘致に取り組みます。

佐世保港においては、新たな国際クルーズ拠点として、浦頭地区に埠頭・ターミナルが整備されており、佐世保市と連携し、三浦地区と併せて誘致に取り組みます。

そのほか、離島港等においては、地域特有の観光資源を活かし、国内外の小型クルーズ船の積極的な誘致に取り組みます。

さらに、各港において、感染症を踏まえた受入体制を整備するため、関係機関と連携し、緊急時の連絡体制の構築や船社・旅行社等との寄港地ツアー先の情報共有の強化を図ります。

②経済的な効果を高める取組の推進

県内市町等で構成する長崎県クルーズ振興協議会において、船会社・旅行会社等の関係事業者へ、寄港地ツアーの周遊性の向上や県産品の販売促進、宿泊を伴うクルーズ商品の開発等を働きかけるなど、経済的な効果を高める取組を推進し、クルーズ客船入港の効果の最大化を図ります。