

長崎県の観光振興施策の方向性

令和7年度 第1回長崎県観光振興財源検討専門委員会
令和7年5月9日(金)

長崎県 文化観光国際部 観光振興課

© Nagasaki Prefectural. All Rights
Reserved

➤ 目次

✓ 説明資料

- 目次 P01
- 観光消費額を押し上げる要素と重要指標 P02
- 観光客の現状に基づいた今後力を入れるべきターゲット（案） P03
- 次期計画の観光振興の方向性と重要指標に基づく施策案の分類 P04
- 次期観光振興基本計画における観光振興の方向性（骨子案） P05

➤ 観光消費額を押しあげる要素と重要指標

基本目標:観光消費額(総額)

- 観光消費額の増加は、地域経済の活性化と持続可能な好循環の実現に直結する重要な指標



✓ 観光消費額を効果的に押し上げるためには、観光消費額増加に直接的に寄与する要素と、持続可能な観光を支える基盤の両方に戦略的に取り組む必要

観光消費額増加に直接的に寄与する要素

- ① 観光消費単価の増 ⇒ <重要指標> 観光消費単価
・商品やサービスなどの高付加価値化をすすめることで、観光客一人当たりの消費額が増加
- ② 観光客数の増 ⇒ <重要指標> 延べ宿泊者数
・新たな市場やターゲット層からの誘客をすすめることで、観光客総数が増加し、観光消費額の増に寄与
- ③ 観光客の滞在時間の延長 ⇒ <重要指標> 平均宿泊数
・滞在したくなる魅力創出や周遊促進をすすめることで、県内消費が増加し、観光消費額の増に寄与
- ④ リピーター数の増加 ⇒ <重要指標> リピーター率
・リピーターになる可能性が高い近距離圏からの誘客を進めることで、観光客総数が増加し、観光消費額の増加に寄与

持続可能な観光を支える基盤

- ⑤ 高付加価値経営の促進 ⇒ <重要指標> 観光業に携わる従業員の満足度 / 高付加価値経営旅館等登録数
・生産性・収益力の向上、従業員の待遇改善に向けた経営を推進することで、持続的な人手不足解消、稼働率向上につながり、観光消費額の増加に寄与
- ⑥ ホスピタリティの向上 ⇒ <重要指標> 観光客の満足度
・質の高いサービス提供をすすめることで、来県者の満足度が向上し、持続的なリピーター化や観光客の獲得につながり、観光消費額の増加に寄与

観光客の現状に基づいた今後力を入れるべきターゲット(案)

現 状		国内	インバウンド
観光客数	▶ 発地別:	九州12%(福岡21%)、関東24%、近畿14%、中部9%、中四国7%	韓国14.9万人(30%)、台湾8.1万人(16%)、米国3.9万人(8%)、香港3.8万人(8%)、中国3.7万人(7%)、シンガポール1.5万人(3%)、タイ1.2万人(2%) (2024年観光庁宿泊旅行統計調査/国・地域別延べ宿泊者数約50万人泊) ※従業員数10人以上の施設
	▶ 男女別:	男性48.6%、女性51.4%	
	▶ 年代別:	(18~29歳)17.2%、(30代)11.3%、(40代)15.0%、(50代)15.1%、(60・70代)41.4%	
		✓ 西日本でありながら近畿地区からの誘客が比較的少ない ✓ 九州内から集客が多いので継続的なプロモーションが必要	✓ 東アジアからの観光客が多く、60%を占めている ✓ 本県は東アジアに地理的に近いという優位性を有し、数値にも表れている
単価	▶	36,031円 (R5) (宿泊費) 13,314円、(交通費) 6,033円 (飲食娯楽費)10,509円、(土産代等)6,175円	韓国11万円、台湾19万円、香港25万円、中国28万円、タイ20万円、ベトナム22万円、英国38万円、米国33万円、豪州38万円、カナダ30万円 (2024年観光庁インバウンド消費動向調査/1人当たり旅行支出)
		✓ 体験コンテンツを目的に訪問する観光客が少ないこと、食事や特色のある土産物の充実を求める声も多くあり、これらを単価向上につなげる必要	✓ 1人当たり消費額は欧米豪や中国、香港などが高い ✓ 但し、1人1日当たりで見るとさほど国・地域別の差は無い
滞在期間	▶	1.24泊 (平均宿泊数)	韓国4.2日、台湾6.0日、香港6.8日、中国9.2日、タイ8.0日、英国13.2日、米国12.1日、豪州13.9日(2024年観光庁インバウンド消費動向調査/平均泊数)
		✓ ナイトタイムコンテンツや早朝コンテンツは他県と比べて少ない傾向 ✓ 長崎市内では主要観光スポットが集積しており、広域周遊不足の可能性	✓ 東アジアは平均泊数が少なく、東南アジアや欧米豪は泊数が多い
リピーター	▶	62.8% (R5) (九州平均)69.0%	韓国81%、中国42%、香港91%、台湾98%、タイ31%、ベトナム15%、英国16%、米国60%、豪州43%(2017~2019年JNTO/訪日旅行経験率)
		✓ 本県は九州各県と比べ「地元ならではのおいしい食べ物」「ホスピタリティ」の満足度が低いことが影響している可能性 ✓ 歴史的観光地が多いが、一度行けば十分となってしまう可能性	✓ 中国を除く東アジアの訪日旅行経験率は高く、東南アジア、欧米豪は低い
今後のターゲット(案)			
▶ 西日本最大の都市圏である関西地区からの新規誘客促進		▶ 地理的優位性がある東アジアからの誘客を継続実施	
▶ リピーターとなる可能性が高い九州内からの誘客促進		▶ 訪日旅行市場が拡大中の東南アジアから誘客を強化	
▶ 将来の顧客となる若年層の誘客強化が必要		▶ 高付加価値旅行市場である欧米豪からの誘客を強化	

次期計画の観光振興の方向性と重要指標に基づく施策案の分類

■SWOT分析に基づく施策案からみた方向性の整理と観光消費額の増加に寄与する要素

※下記施策案については、分析結果を踏まえた方向性を検討するために作成したものであり、関係職員によるブレーンストーミングの結果をそのまま掲載。今後、実現可能性を含めた精査や検討が必要。

方向性		①国内外から選ばれる魅力的な観光コンテンツの磨き上げと創出	②ターゲットにささる戦略的プロモーションの展開	③長期滞在につながる広域周遊の推進	④稼げる観光産業の基盤強化	⑤持続可能な観光を推進していく体制の確立
観光消費額増加に直接的に寄与する要素	(1)観光消費単価の増 商品やサービスなどの高付加価値化をすすめることで、観光客一人当たりの消費額が増加	●ノマドワーカー向けのナイトタイムコンテンツの造成 ●温泉地でのウェルネスツーリズムコンテンツの造成 ●世界遺産と日本遺産の保護と観光を両立するエコツーリズムの推進 ●クルーズ船客向けの空飛ぶクルマによる遊覧飛行のコンテンツ化 ●欧米豪向け高付加価値暮らし体験ツアー推進	●戦略的な食の魅力発信(ちゃんぽん・カステラに続くキラコンテンツ創出) ●県産食材と地酒の魅力発信強化 ●地域事業者と連携しクルーズ船客のニーズに応じた消費拡大を推進 ●インバウンド向け100種類寿命すづくり体験ツアー(デジタルスタンブリー)開発 ●世界的ブランドホテル(会員)を活用したインバウンド誘客促進	●楽しみながら移動する観光アクティビティの推進 ●次世代モビリティを活用した離島半島への新たな周遊環境整備	●ハイエンドホテルの空白地におけるホテル誘致の促進 ●宿泊施設による地域の多様な観光資源を活用したデジタル予約システム導入	
	(2)観光客数の増 新たな市場やターゲット層からの誘客をすすめることで、観光客総数が増加し、観光消費額の増に寄与	●他にはない、長崎独自のプロダクトアウトのコンテンツの造成 ●若者の趣味趣向にあった新しい観光体験の提供 ●インバウンドの関心が高い農泊のコンテンツ造成や受入体制整備を促進 ●被爆85周年を機会とした平和学習コンテンツの造成 ●防衛関連施設を活用した体験型観光コンテンツの充実 ●ドローンレースなどドローンを活用した新たな観光コンテンツの創出 ●キラコンテンツ軍艦島を活用した欧米豪・タイからの誘客のための商品造成	●着物で巡る街歩きツアーなど若年層に選ばれる"映える観光地"を促進 ●異国情緒あふれる街並みを活かしたフォトジェニックな観光ルートの発信 ●若者に人気のあるインスタ映えスポットを開発し、SNSでのシェアを促進 ●インバウンドが長崎の平和と復興を学び自然と文化を楽しむ観光を促進 ●平和とスポーツを組み合わせた観光振興 ●多様な魅力を持つ離島魅力発信"07"ム ●国内外からのバランスのとれた誘客促進 ●九州各県と連携した海外ロケ地誘致促進 ●温泉コンテンツを活かした東アジアからのさらなる誘客促進 ●大セットゲームを活用した欧米豪客誘客促進 ●インバウンド向けグルメ・コンテンツPR推進 ●インバウンド向け・限界集落+廃墟ツアーの推進による認知度向上	●インバウンド等の九州全域周遊のさらなる促進		
	(3)観光客の滞在時間延長 滞在したくなる魅力創出や周遊促進をすすめることで、県内消費が増加し、観光消費額の増に寄与	●夜景・イルミネーションを活用したナイトツーリズムの推進 ●石器時代から近代までの各時代ごとの遺構を巡る歴史ツアーの造成 ●朝市と宿との連携など旬の魚を朝食で味わう早朝コンテンツの充実化 ●インバウンド向けスローワークライフ・デジタルノマド誘客促進 ●二次交通の脆弱さを逆手に、自然の中で心身を癒す旅の提供を促進 ●インバウンド向け・田舎暮らし体験で朝食や星空ツアーの推進 ●自然公園など地域の魅力を活かしワーケーションなど多様な旅行を上質化		●温泉地へのシームレスな移動 ●エコツーリズムで観光地間の移動を楽しむコンテンツを提供 ●シェアサイクルやライドシェア導入促進で便利に移動できる環境を整備 ●事業者間の連携強化による広域周遊促進 ●平和とスポーツで来た観光客の周遊促進 ●地域全体を滞在型リゾートと捉えた広域周遊の促進 ●大村湾を活用した船舶による移動の観光コンテンツ化 ●自動運転体験・クルージングなど移動の観光コンテンツ化と周遊促進 ●国際クルーズの離島周遊クルーズの促進		
	(4)リピーター数の増加 リピーターになる可能性が高い近距離圏からの誘客を進めることで、観光客総数が増加し、観光消費額の増加に寄与	●高齢者や障がい者など誰もが楽しめるコンテンツの造成 ●長崎独自の観光体験を開発し、観光客に驚きを提供 ●修学旅行生を大切にリピーター化を見据え楽しませることを後押し ●平和をテーマに祭りやイベントで地元住民と観光客の交流を促進 ●西海橋公園での新たなアクティビティ導入やガーデンツーリズム促進	●福岡からのアクセス向上を活かした誘客 ●日本に2か所しかない平和コンテンツを活かした欧米豪等からの教育旅行促進 ●国際交流都市の強みを活かし、姉妹校締結を増やして修学旅行を促進 ●国内外の学校とのスポーツ交流による国際観光振興促進	●潜伏キリシタン関連遺産世界遺産登録10周年記念日韓関係者交流ツアー		
持続可能な観光を支える基盤	(5)高付加価値経営の促進 生産性・収益力の向上、従業員の待遇改善に向けた経営を推進することで、持続的な人手不足解消、稼働率向上につながり、観光消費額の増加に寄与				●観光関連事業者の観光データの活用によるマーケティング戦略強化 ●主要観光地周辺における宿泊施設整備など受入体制強化 ●受入体制・施設を強化し競争や市場変化に対応 ●デジタル技術を活用したインバウンド受入体制の整備促進 ●インバウンド誘客の量から質への転換(少ない労働力で成立する旅行への転換) ●一年を通じた観光客分散化による観光業界の収益安定化と人材の安定確保	●教育旅行における地域間連携促進により受入体制を強化 ●県下全域DMOの立ち上げを支援しイベントを契機とした広域周遊促進
	(6)ホスピタリティ強化 質の高いサービス提供をすすめることで、来県者の満足度が向上し、持続的なリピーター化や観光客の獲得につながり、観光消費額の増加に寄与				●インターンを活用した人材確保の促進 ●観光業従事者のスキルアップ支援 ●キャッシュレス推進県への実現 ●外国人材を活用したインバウンド受入体制のさらなる強化(多言語対応) ●外国人材を活用した長崎県外国語ガイド人材の拡充 ●キャッシュレス・配車アプリを活用したインバウンド受入体制の強化 ●インバウンド客・ストレスフリー長崎島の確立	●シビックプライドを育む観光教育の推進 ●観光地における防災教育の推進 ●エコツアーで観光客の環境意識を高め、観光地の自然環境保護を促進 ●修学旅行生の安全を最優先とする安心な観光地の確立 ●県内本土と離島間の修学旅行の活発化 ●宿泊税など新たな観光振興財源の導入検討 ●地域住民と協力的な持続的な観光まちづくりの推進

➤ 次期観光振興基本計画における観光振興の方向性(骨子案)

1 国内外から選ばれる魅力的な観光コンテンツの磨き上げと創出

- (1)長崎の魅力で旅行者を惹きつける付加価値の高い体験の提供
- (2)旅行者の多様なニーズに対応した各種ツーリズムの推進
- (3)世界遺産など豊かな歴史と文化を活かした観光の推進
- (4)地域の稼ぐ力を引き出す取組の推進

2 ターゲットにささる戦略的プロモーションの展開

- (1)インバウンド向けの日本の食や文化などの多様な魅力の発信
- (2)若者を惹きつける「映え」る観光地の推進
- (3)豊かな自然や歴史が息づく離島など地域の多様な魅力の発信
- (4)世界を魅了する長崎での食体験を国内外に発信

3 長期滞在につながる広域周遊の推進

- (1)地域を結ぶ移動手段の充実と利便性向上
- (2)県内事業者との連携強化と離島地域における滞在型観光の促進

4 稼げる観光産業の基盤強化

- (1)観光DXなどの高付加価値化による宿泊施設・観光サービスの充実
- (2)キャッシュレスや多言語対応等によるインバウンド受入体制の強化
- (3)質の高い人材確保・育成とマーケティング力向上等による競争力強化

5 持続可能な観光を推進していく体制の確立

- (1)DMOを中心とした地域の稼ぐ力を引き出す取組の推進
- (2)持続可能な観光を実現させるための仕組みづくり