

平成29年度 事業計画

基本方針

1 DMOとしての取組み

マーケティングと観光都市としてのブランディング、戦略的プロモーション、受入体制の整備といった観光地マネジメントを戦略的に遂行する組織「長崎市版DMO」として組織と機能の強化を実施する年度と位置づけ事業を実施する。事業推進にあたっては、平成28年度に策定したインバウンド戦略の6つの基本戦略に基づき事業を実施する。

2 誘致・プロモーション

長崎の魅力ある観光資源である長崎夜景や、世界遺産関連を中心にした誘致・プロモーションを実施する。修学旅行の誘致については、宿泊施設や観光施設等と連携し、閑散期の誘致と新規開拓によるシーズン平準化を目指し需要拡大を図る。また、着地型旅行商品については、収益性の高い商品造成を行う。

3 MICE振興

(仮称)長崎市交流拠点施設の整備が、平成33年11月の開業を目指して検討されていることを踏まえ、年度計画に基づいた戦略的な誘致を実行していく。また、官民一体となったMICE事業の推進に取り組む。

4 さるく事業

さるく参加者の満足度向上のため、クオリティの高い“さるく”を企画し集客に努めるとともに、業務削減、参加料適正価格への改定等、運営の見直しを図る。

5 経営・財務基盤

自立的・継続的な活動のため、安定的で長期的な財源確保するため、既存の収益事業の検証を行い、収益増加に向け取り組む。また、長期的な経営基盤の強化策についても検討を行う。

重要業績評価指標 (KPI)

分野	評価指数	H29年度
インバウンド戦略	外国人観光消費額	196億円
国内誘致・プロモーション	修学旅行生徒数	315,000人
	着地型旅行商品売上額	18,800千円
MICE振興	MICE参加者満足度	80%
	中規模(1,000人以上)の学会・大会等誘致件数	50件
受入態勢・おもてなし	さるく(通・学・食)参加者	11,200人
	さるく参加者満足度	80%
経営・財務基盤	収益事業の利益額	64,000千円