

# 事業実施の内容

## 1 長崎市版DMOの形成

平成29年度は、ビッグデータの収集・分析、合意形成（キックオフ・フォーラム等の開催）等に取り組み、その結果、観光庁から平成30年3月30日付けで「日本版DMO」として登録された。

平成30年度は、「長崎市版DMO」の形成・確立に向け、多様な関係者の合意形成、各種データの収集・分析・共有・活用、インバウンド向け主要コンテンツの造成やプロモーション事業、受入環境の整備などを行い、PDCAサイクルの確立と地域の「稼ぐ力」を引き出すオール長崎の体制づくりを進めた。

なお、令和元年度の人員体制については、「長崎市版DMO」の最高マーケティング責任者となるCMO (Chief Marketing Officer)を配置するとともに、マーケティング、プロモーション・セールス、MICE誘致・受入の専門人材を順次採用していくことを長崎市と確認し、組織の強化を進めることとなった。

### (1) 多様な関係者の合意形成

#### ① 施策立案に向けたマーケティング委員会や意見交換会等の開催

##### ア マーケティング委員会の開催

	日時	会場	内容
第1回	5月30日(水) 13:30~15:00	長崎商工会議所 特別会議室	前年度の取組及び今後の方針、ビッグデータ等の共有
第2回	8月30日(木) 10:00~11:30	長崎タクシー会館 大会議室	ワーキンググループの組成、各事業の進捗確認
第3回	12月13日(木) 10:00~11:30	長崎タクシー会館 大会議室	ワーキンググループ及び各事業の進捗確認

##### イ マーケティング・ラボの開催

	日時	会場	内容
第1回	6月20日(水) 14:30~18:00	メルカつきまち プラザホール	長崎観光の現状と課題(IoT活用おもてなし実証事業等の分析結果報告)
第2回	12月21日(金) 14:00~16:00	メルカつきまち プラザホール	インバウンド観光の最新動向、訪日外国人旅行者の受入環境水準調査等の分析結果報告

#### ② ワーキンググループの組成

##### ア 滞在型コンテンツ造成

じゃらんリサーチセンターと協働し、平成30年11月9日(金)と平成31

年2月14日(木)にワークショップを開催し、コンテンツ造成・ブラッシュアップワークを実施した。

コンテンツを商品化のうえ、ワークショップ未参加の宿泊施設も声掛けし、じゃらんを活用したプロモーションを実施し販売。

販売実績は251件、690人泊、5,738千円となった。

イ 宿泊促進

観光庁インキュベーター事業を活用し、17の宿泊施設が参画してアイランドルミナ宿泊パックを造成し、韓国・台湾からの宿泊促進を図った。

ウ プロモーション

長崎観光の情報発信強化を図るための情報ツールとして、地元ライターが参加した記事原稿方式のホームページを作成した。

平成30年度は、試験的な運用を行うものとし、10記事を作成し、このうち1記事を英訳した。

エ 受入環境整備

	日時	会場	内容
第1回	11月28日(水) 14:00~16:00	長崎タクシー会館 大会議室	現状と課題、先進事例紹介、今後の進め方
第2回	2月7日(木) 14:00~16:00	長崎タクシー会館 大会議室	翻訳ツールやサービスの紹介・実演
第3回	3月7日(木) 14:00~16:30	長崎タクシー会館 大会議室	多言語による情報発信及び多言語表記

③ 「世界水準のDMOのあり方に関する検討会」への参画

観光庁では、本検討会を設置し、DMOの取組状況の調査や広域連携、地域といった9つの各層DMOやJNTOの取組についてもヒアリングを行い、7回にわたり議論が行われた。当協会は、第3回検討会に出席し、DMOが実現を目指すビジネスモデル・地域の経済循環、来訪者の経験価値の向上について、当協会の取組の説明を行い、ヒアリングを受けた。これまでの検討結果を踏まえ、①DMO全般の底上げに向けた改善の方向性、②世界水準のDMOに関する次年度の具体的検討の方向性について、本検討会では、中間とりまとめが行われた。

(2) 各種調査及びデータの収集・分析・共有・活用

① 各種調査事業

ア 受け入れ環境水準調査の実施

長崎市中心部の民間施設及び公的観光施設等における訪日外国人旅行者の受入環境水準を観光庁基準に従い定量的且つ客観的に把握するとともに、事業者の皆さまのインバウンド事業に対するニーズを把握し、その実現をサポートするために実施した。

【調査地区】

新大工町地区／中島川・寺町・丸山地区／浜町・銅座地区／新地地区／南山手地区／長崎駅周辺地区／平和町商店街地区

【対象者】

宿泊施設(旅館・ホテル)、飲食施設、小売・物販施設、観光施設

**【調査時期】**

平成30年9月

**【調査方法】**

調査員による訪問聞き取り調査

**【回収数】**

宿泊施設 33 票、飲食施設 71 票、小売・物販施設 294 票、観光施設 7 票  
計 405 票

**【調査結果】**

他都市（大阪）との比較や各施設が取り組みたいと考えていることを集約し、現場での外国語対応、外国語での情報発信、キャッシュレス決済がまず取り組むべき課題であることがわかり、受入環境整備ワーキンググループにおける課題解決に向けた検討に繋げた。

イ 商店街におけるインバウンド対策と越境 EC 対策の調査の実施

訪日外国人が長崎訪問における特産品やサービスへの消費拡大の機会を確保する方策を示し、また、日本のネットショッピングやサービスを利用することで、帰国後もリピート買いや知人への口コミが派生していることから、商店街店舗や地元製造メーカーを対象にインバウンド対策や越境 EC 対策に関するアンケート調査を実施し、越境 EC の今後の方向性や着手すべき事項等の明確化を図った。

**【対象者】**

長崎市商店街店舗

**【調査時期】**

平成31年3月

**【調査方法】**

調査票によるアンケート調査（300 店舗に配布）

**【回収数】**

53 票

**【調査結果】**

インバウンドへの意識・期待は強い中でも、半数以上の店舗は外国人観光客からの売上を把握しておらず、店舗に呼び込むためのプロモーション施策には殆どの店舗が取り組めていない。また、通販サイトを保有している店舗のうち 1/3 は越境 EC にも取り組みたいと回答し、EC に積極的な店舗も一定数あることがわかった。

ウ 夜景に関する満足度調査の実施

長崎大学と連携し、外国人観光客を対象に稲佐山山頂での聞き取り調査を実施し、夜景観光の期待度及び満足度等を分析し、今後の課題等を整理した。

**【対象者】**

稲佐山を訪れた外国人観光客

**【調査時期】**

平成30年11月～平成31年1月

**【調査方法】**

タブレットによる聞き取り調査

## 【回収数】

69 票

## 【調査結果】

夜景観光の総合満足度と紹介意欲は事前の期待度より高くなっており、期待以上の満足度や他の人に紹介したい意欲を提供できている。その一方で再訪意欲は期待度と同程度であり、その要因となっている交通手段などの不満点を解消していく必要がある。また、情報源としては、それぞれの国のサイトが多く、いかに夜景の情報を入れ込んでいくかが課題である。

## ② ビッグデータによる行動分析・活用

### ア 観光統計・観光動向調査・HP ログ等の各種データ

国・県・市の観光統計や観光動向調査の分析及び「あっ！とながさき」等のホームページのログ分析等を行うことで、長崎観光の現状と課題を抽出した。

### イ モバイル空間統計データ

長崎市に訪れる日本人観光客及び訪日外国人の定量調査を行うため、ドコモの携帯電話ネットワークのしくみを使用して作成される統計データを取得し、マーケティング分析に活用した。

### ウ Nagasaki City Wi-Fi アクセスログ

長崎大学、長崎市と連携し、Nagasaki City Wi-Fi アクセスログデータを取得し、可視化に向け検討を行った。

### エ 宿泊施設の日別稼働状況等のビッグデータ

サンプリングデータ（店頭、国内ネット販売、海外向けサイトの販売）を抽出し、宿泊者数の実績、予測データを取得できる観光予報プラットフォームを活用し、宿泊客の動向等を分析した。

### オ IoT活用おもてなし実証事業（経済産業省の補助事業）

経済産業省の補助事業で、昨年引き続き実施するもので、アプリの開発を行う日本ユニシスを中心に、NTT 西日本、NTT アド、長崎大学、それに加えて熊本DMC、熊本国際観光コンベンション協会、大分の由布まちづくり観光協等とも連携しながら、訪日外国人観光客が所有するスマートフォンに観光アプリ「周遊パス」（決済、周遊パス、観光情報を提供）をダウンロードしてもらい、その結果として得られる属性情報（国籍、年齢、性別等）、位置情報、滞在時間、決済情報等のデータを収集・分析した。

## (3) コンテンツ造成及びプロモーション事業

### ① 滞在型コンテンツワークショップ

(1) - ① - ア 参照

### ② 観光インキュベーション支援業務

地域経済の活性化を図るため民間事業者の視点による地域事業者へのコンサルティングを通じて観光インキュベーション事業推進を図った。

### ③ WEBサイトSNS等活用支援業務

交流人口の拡大による地域経済の活性化を図るため、今後必要であると考え

られるWEBサイトやSNSを活用した業務についての現状分析と課題抽出を行い、今後の方向性や着手すべき事項等の明確化を図った。

④ 台湾向け観光プロモーション

台湾の現地特設サイトを活用しWEBプロモーションと連携した現地旅行社タイアップを実施。

5～8月の送客実績は目標1,000人に対し1,330人(達成率133%)であった。

(4) 受入環境の整備

① キャッシュレス受入環境の実証事業

多くの外国人が訪れる一部エリア(南山手、東山手、出島ワープ等)において、31店舗のキャッシュレス環境の整備推進を行い、その効果を検証する体制を整えた。

② 多言語飲食店発信等支援事業

外国人旅行者にストレスなく回遊いただき消費額大に繋げるため、253店舗のEAT長崎への登録を達成し、多言語による飲食関連の店舗情報のWeb発信や店舗における提供メニューの多言語化を推進した。

(5) 広域周遊観光促進のための新たな観光地域支援事業

① 映像を活用した体験型コンテンツの造成

VRやドローンなど先進的な映像技術を活用し、長崎の文化や祭りを疑似体験するコンテンツを造成した。これをYouTubeで発信することで、旅マエの期待感と旅ナカの満足度向上を図った。また、「ツーリズムEXPOジャパン2018」では、国内外の来場者にVRゴーグルを用いて「VR長崎夜景」を視聴してもらい、好評を得た。

計画策定：長崎国際観光コンベンション協会

実施主体：同上

<制作コンテンツと視聴回数>

コンテンツ名	再生回数	リーチ数
世界新三大夜景 『長崎夜景』	14,508回	48,563
100万人の観光客が訪れる 『長崎ランタンフェスティバル』	12,651回	71,234
原爆の脅威と平和の意味を知る 『原爆爆心地上空500mから見た長崎』	7,907回	30,054
合計	35,066回	149,851

② 高付加価値コンテンツの造成

- ・老舗企業を題材とし医療と観光や食文化を組み合わせ、丸ごと長崎を堪能できる高価格コンテンツを造成した。
- ・シュガーロードとハートストーンを題材としたコンテンツ造成に取り組んだ

が、コンテンツ造成に至らず自主事業となった。

- ・釣りに対する外国人観光客のニーズに対応しツアー化した高価格コンテンツを造成した。

計画策定：長崎国際観光コンベンション協会

実施主体：長崎経済研究所

## (6) 最先端観光コンテンツインキュベーター事業（観光庁モデル事業）

観光庁モデル事業として、長崎市の新たな夜間メインコンテンツである「体験型マルチメディア・ナイトウォーク（アイランド・ルミナ）」と宿泊や飲食との掛け合わせにより、外国人観光客のナイトライフの満足度向上および消費拡大を図るため、長崎市内を回遊する仕組みを構築した。

## 2 インバウンド対策

インバウンド対策としては、団体客から個人旅行へのトレンドの変化、滞在満足度の向上に対応すべく、来訪優勢市場である台湾、韓国、とくに個人旅行者にターゲットを絞り込み、夜間コンテンツを活用したプロモーション事業（DMO 施策の項掲出）と連携し、認知度アップと現地旅行社の商品販売強化の相乗効果を図り、誘致宣伝を実施した。また、地域資源を新たな観光振興策として活用するモデル事業に参画した。

### (1) 現地旅行社へのセールス活動

対象国	日程	内容
台湾	6月24日～27日	台湾市場専用のキャンペーンWEBサイトとして構築した、長崎市特設サイトとの連携旅行社に対し、個人向け商品を中心として、体験型マルチメディア・ナイトウォークを含む、長崎市泊の組込み強化を働きかけた。
韓国	11月14日～16日	夜間コンテンツを盛り込んだ宿泊パック商品による誘客促進、またIOTおもてなし実証事業にて造成した周遊パスの利用促進を働きかけた。

### (2) 友好都市にある海外の観光協会との交流を活用した誘致活動

济州特別自治道観光協会との観光振興の一環として、現地マラソンフェスティバルの交流をはじめとした相互送客の定着化を図り、誘致宣伝を実施した。

※济州特別自治道観光協会とは、昭和62年5月に姉妹観光協定を締結。

#### ① 济州国際観光マラソンフェスティバルへの代表者（事務局長）派遣

日程：5月26日～28日

内容：長崎ベイサイドマラソン&ウォークとの相互送客をはじめとした、両国の更なる交流推進及び誘客強化について協議した。

#### ② 長崎ベイサイドマラソン&ウォークへの招聘（副会長以下8名）

日程：11月17日～19日

内容：会長、副会長、専務理事、理事などが出席し、意見交換・歓迎懇親会を実施した。

### (3) 県・市等と連携した誘致活動

教会群を活かした本県特有の巡礼商品の造成が本格化しているフィリピン、また、個人客化が進む、台湾・香港市場におけるいっそうの認知度向上と誘客促進に向け、県・市等と連携した誘致活動や視察受入を実施した。

対象国	日程	内容
タイ	4月4日	【旅行社巡礼商品本団受入】 タイ市場における送客優良旅行社 AA Travel とカトリック界のキーパーソンである教会関係者について、県下巡礼地自治体（長崎、雲仙、島原、平戸、大村）で協働し、平成30年1月視察招請後、商品造成されツアーが催行された
香港	6月13日	【航空会社に対する誘致活動】 航空会社香港エクスプレス社に対し、長崎空港国際定期便就航に向けて、誘客促進のための意見交換を行った
台湾	12月12日～13日	【台湾広告社取材受入】 長崎県中国語繁体字版フェイスブックにおける、地域情報発信強化を目的として、台湾広告社による市内物販店および飲食店等の取材を実施した
フィリピン	2月3日	【旅行社巡礼商品本団受入】 県下巡礼自治体協働による、日本二十六聖人の足跡をたどる「長崎巡礼の道」ツアー本団の催行に際し、歓迎受入を実施した
フィリピン	3月11日～12日	【旅行社巡礼商品視察受入】 巡礼地としての認知度向上と商品造成活性化、さらに持続的なツアー招致を目的として、県下巡礼自治体協働で、キーパーソンである神父3名の視察受入を実施した

### (4) 国際観光船の誘致宣伝・受入対応

県・市と連携し、誘客増加に向けた取組、おもてなし充実、受入環境の整備活動に参画した。また、東京地区の船会社・代理店等誘致訪問にて、寄港地観光のニーズ把握と消費拡大、満足度向上に向けてのヒアリングを行った。

### (5) インセンティブツアー等の誘致

各種商談会へ参加し誘客活動を実施した。

#### ① 福岡観光コンベンションビューロー、広島観光コンベンションビューローとの共同出展による IT&CMA（国際MICE商談会）への参加

9月19日～20日、バンコクにおけるMICE展示商談会「IT&CM Asia (Incentive Travel & Conventions Asia)」に参加し、世界16か国50名のバイヤーとの商談を行った。

#### ② JNTO（日本政府観光局）が主催する「MEET JAPAN」商談会への参加

2月28日、東京・国際フォーラムにて開催された国際会議海外キーパーソン

ン招請事業における商談会では、医学系学会関係者をはじめとした被招請者7名との商談を行った。

## (6) 長崎観光お客様ネット事業の充実【共催事業】

観光関連ホームページがワンストップ化された長崎市公式観光サイト「あっ！とながさき」により情報発信を強化するとともに、10か国の多言語サイトとしても海外への発信力を強化した。

### ① インターネットによる情報発信

ホームページの年間アクセス数(セッション数)を前年度と比較したところ、日本語は前比101%、英語は前比86.3%、韓国語は前比62.6%、繁体語は前比126%、簡体語は前比93.7%であった。

年度	日本語	英語	韓国語	繁体語	簡体語
平成29年度	1,829,407	81,652	21,456	36,294	11,438
平成30年度	1,854,183	70,480	13,442	48,759	10,727

### ② 主な観光情報データの更新

- ・世界遺産登録キービジュアルの作成
- ・Alega 軍艦島キービジュアルの作成
- ・新規作成パンフレット・動画の掲載

### ③ 外国人旅行者向け情報配信サービス

スマートフォンによるQRコードの読み込み又はNFC(近距離無線通信規格)タッチにより、それぞれの言語(英語、中国語(繁体字、簡体字)、韓国語、タイ語、ベトナム語、フランス語、オランダ語、日本語)で「あっ！とながさき」へ簡単にアクセスできるサービスを提供した。また、QRコードとNFCを組み込んだプレートを作成し、観光案内所や宿泊施設等に設置した。

## 3 国内誘致・受入

国内一般観光客の誘致は、2つの世界遺産及び夜景観光を中心とした誘致宣伝活動を行った。

修学旅行は、長崎市宿泊施設協議会、観光施設等と連携し、閑散期の誘致と新規校開拓によるシーズン平準化を目指し、積極的に誘致活動を行なった。

### (1) 国内一般観光客の誘致宣伝及び商品造成

「世界新三大夜景」「日本新三大夜景」に認定されている長崎夜景、世界遺産「明治日本の産業革命遺産 製鉄・鉄鋼、造船、石炭産業」「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」等を活用した商品を造成した。また、それらを旅行会社等へ情報発信するとともに、他都市と連携し物産展やイベントへ参加することでの広域的な観光宣伝を行った。

#### ① 商品造成の強化

事務局主導から、現地、受入団体が自主事業として継続できるよう運営方法等を指導し、浪漫ながさき旅情報を販売チャネルとして定着を図った。



## ② 国内一般観光客誘致宣伝活動

### ア 共催事業による誘致宣伝活動

#### (ア) 旅行会社等への誘致宣伝活動

##### a 九州観光推進機構等とのタイアップによるセールス活動の実施

平成30年度下期観光商品素材対象（九州観光推進機構説明会）

日 程	場 所
5月 9日	大 阪
5月30日	福 岡

平成31年度上期観光商品素材対象（九州観光推進機構説明会）

日 程	場 所
9月15日	東 京
9月13日	大 阪
9月14日	名古屋
10月 4日	福 岡

##### b 長崎県観光情報説明会

日 程	場 所
10月11日	平戸市

#### (イ) 旅行会社販売促進支援事業

長崎市内での宿泊客の増及びイベントや観光施設等への誘客を図る企画旅行商品の造成及び販売促進を支援する旅行会社向けの助成を行った。

申請実績：1件（前年10件）

長崎市内宿泊客送客数：951人（前年6,589人）

#### (ウ) プロモーション活動

日 程	会 場	イベント名
9月21日～24日	東京 ビッグサイト	「ツーリズムEXPOジャパン 2018」におけるPR (長崎県共同観光ブース出展)
8月11日	広島市	Vファーレン長崎アウェイゲーム における観光PRブース出展
11月24日	大阪市	
11月16日～17日	太宰府市	長崎の灯り in 太宰府への出展
2月14日～15日	福岡市	世界遺産PRイベントへの出展

#### (エ) その他宣伝活動

市東京事務所において、首都圏でのイベント参加や宣伝活動を実施した。

#### (オ) フィルムコミッション支援活動

#### (カ) アンテナショップの活用

### イ イベントの実施及び助成による観光客誘致

#### (ア) イベントの実施

日 程	イベント名
4月1日	平成30年長崎ハタ揚げ大会
7月28日～29日	平成30年度長崎ペーロン選手権大会

(イ) イベントの助成【共催事業】

日 程	イベント名
4月19日～23日	2018長崎帆船まつり
4月27日	開港447周年記念行事(先賢顕彰式、ロマン長崎選彰式)
7月28日～29日	2018ながさきみなとまつり
9月15日～16日	2018長崎居留地まつり
10月7日～9日	長崎くんち(くんちの夕べほか)
2月5日～19日	2019長崎ランタンフェスティバル

ウ 他都市連携【共催事業】

(ア) 他都市観光宣伝隊及び事前調査班等の受け入れ

(イ) まつり交流観光誘致宣伝

日本開港五都市や九州各地の代表的なイベントに参加し、ロマン長崎によるPRやパンフレット配布等の宣伝活動を行った。

行事名	派遣先	期日
第66回ザよこはまパレード	横浜市	5月 2日～ 3日
第48回神戸まつり	神戸市	5月20日～21日
まつり えれこっちやみやざき 2018	宮崎市	7月28日～29日
函館港まつり	函館市	8月 2日～ 3日
新潟まつり	新潟市	8月10日～11日
第37回大分七夕まつり	大分市	8月 3日～ 4日
2018 サガ・ライトファンタジー及び佐賀熱気球世界選手権	佐賀市	10月30日～31日
第67回おはら祭	鹿児島市	11月 2日～ 3日
BEPPU ダンスフェスタ 2018	別府市	11月 4日～ 5日
かんむり嶽参り	いちき串木野市	11月23日

エ 日本開港五都市観光協議会との共同宣伝

「安政の開国」により開港された函館・新潟・横浜・神戸・長崎の五都市観光協会は、昭和60年11月21日長崎市で「日本開港五都市観光協議会」を結成し、各都市の健全な観光振興のため共同宣伝を行うとともに、「キャンペーンレディ等」の派遣と親善交流に努めた。

2月7日 長崎市で協議会会議開催

オ ながさきの「食」の活用【共催事業】

(ア) ながさきの「食」推進

長崎市と連携した「食」の普及や全国へのアピールの推進、特産品に関するインターネットでの情報発信やブランド化の推進、県内外での物産展開催、販路の開拓や拡大などの事業に協力するとともに、旅行商品造成に努めた。

(イ) 長崎街道シュガーロードの活用

長崎街道シュガーロード沿線の3県8市の行政・民間団体・企業と連携

を図り、広域的な観光振興につなげた。

## (2) 国内修学旅行の誘致宣伝及び受入基盤の強化

評価指標	平成30年	平成29年	前年比
長崎市修学旅行延べ宿泊者数	232,631人	231,810人	100.4%

平成30年長崎市の修学旅行延べ宿泊者数（長崎県観光振興課 速報値 1,791校 232,631人前年比 100.4%）は、平成28年4月の熊本地震の影響から、来校数は回復傾向ではあるが、平成27年比約91%と依然厳しい結果となった。

2020年の学習指導要領の改訂に伴い、新たな学習プログラムとして取り組んだ「アクティブラーニングを活用した平和学習」は、東京都立高校を受入れた。受入れの課題はあるものの学校と旅行会社からのニーズは高まりつつあるため、長崎市宿泊施設協議会と連携し受入体制の整備を図る。

また、平成30年度新設した「長崎平和ガイド」は、生徒が安心安全で効果的な学習ができることから、学校から高い評価を受け、32,562名（前年比 101%）の修学旅行生を案内した。

### ① 長崎県観光連盟との共催による学校等訪問活動

日程	訪問地	訪問校数
11月7日～9日	長野市、松本市、岡谷市、諏訪市、安曇野市（高校）	77校
12月5日～7日	四日市市、桑名市、岐阜市、名古屋市（高校）	105校

### ② 長崎市国内観光客誘致推進実行委員会主催によるセールス活動

#### ア 関東地区修学旅行誘致セールスの実施

目的：「アクティブラーニングを活用した平和学習」の提案と九州へ方面見直しが発生している静岡地区への誘致強化。

日程：12月12日～14日

訪問先：東京都内、静岡市の大手旅行会社、教育旅行団体 21件

参加者：8名 長崎市宿泊施設協議会会員4名、長崎県観光連盟 1名  
長崎市2名、コンベンション協会1名

結果：成果⇒学習プログラムの評価が高く旅行会社としては進めたいとの意見が多かった。

課題⇒プログラムのニーズは高く受入体制の整備が急務。

#### イ 「アクティブラーニングを活用した平和学習」の受入実績

学校名：東京都立晴海総合高等学校 生徒 260名＋教職員 14名 計 274名

日時：平成31年2月6日(水)9:15～18:00

内容：「平和ガイドとの碑めぐり」や「被爆体験講話の聴講」、「活水高校平和学習部との平和交流会」など総合的な平和学習プログラムを実施した。

### ③ 情報発信・情報収集

#### ア ホームページ「感動長崎修学旅行ナビ」の運営

タイムリーな情報提供を行うため新着情報、お客様の利便性を踏まえ更新作業を行なった。

イ 日本修学旅行協会、全国修学旅行研究協会との連携

教職員や旅行会社などに発行する「月刊誌 教育旅行」へ長崎市の観光情報の掲載や、「修学旅行ニュース」の提供、ウェブ上での観光情報のアップなど情報発信の連携をした。

④ 国内修学旅行の受入基盤の強化（長崎平和ガイドの運営）

ア 長崎平和ガイドの活動実績

区分	内 訳	平成30年度	平成29年度	前年比
小学校	学校数	289 校	282 校	102%
	案内人数	19,196 人	17,754 人	108%
	延べガイド数	2,068 人	1,859 人	111%
中学校	学校数	83 校	87 校	95%
	案内人数	8,398 人	10,066 人	83%
	延べガイド数	909 人	1,048 人	87%
高等学校	学校数	37 校	30 校	123%
	案内人数	4,968 人	4,398 人	113%
	延べガイド数	546 人	454 人	120%
合 計	学校数	409 校	399 校	103%
	案内人数	32,562 人	さるくガイド23,687 人 平和案内人 8,531 人 合計 32,218 人	101%
	延べガイド数	3,523 人	3,361 人	105%

平和ガイドの延べ活動数及び案内人数は前年比微増の結果となったが、中学生が減少した理由として南九州や四国への方面変更が要因と考えられる。

また、繁忙期において民泊の需要が多くなり、市内滞在の時間が限定されキャンセルになったことも一因と思われる。

イ 登録数 211名（平成31年3月31日現在）

ウ 会議・研修会の開催

（ア）全体会議、班長会議の開催

会議名	回	日 程	場 所	参加人数
全体会議	第1回	4月6日	長崎県勤労福祉会館	157名
	第2回	10月1日	長崎歴史文化博物館	107名
	第3回	3月22日	長崎歴史文化博物館	74名
班長会議	第1回	4月25日	ホテルJALシティ長崎	10名
	第2回	7月25日	旧出島神学校	10名
	第3回	12月7日	旧出島神学校	10名
	第4回	3月18日	旧出島神学校	9名

(イ) コース研修の実施 <コース別参加人数>

日 程	山王神社 コース	城山小学校 コース	原爆資料館 平和追悼祈念館	参加人数
7月8日	30名	17名	9名	56名
7月10日	13名	23名	11名	47名
7月13日	8名	13名	32名	53名
合 計	51名	53名	52名	156名

(ウ) 被爆体験講話の受講

日 程	講師・「テーマ」	場所	参加人数
10月1日	長崎平和ガイド 山田 一美氏 「被爆体験講話」	長崎歴史文化博物館	107名
1月19日	中村 由一氏 「二つの誕生日～小さな差別、大きな痛み～」	長崎原爆資料館	24名

※1月19日開催は、長崎平和案内人との合同研修。

(3) 長崎さるく・まち歩き観光の推進

評価指標	計 画	平成30年度実績	平成29年度実績	前年比
通さるく参加者数	8,600人	5,541人	6,419人	86%
学さるく参加者数	2,600人	3,026人	3,163人	97%
さるく参加者満足度	80%	88%	83%	106%
修学旅行(歴史学習)	1,000人	1,824人	726人	251%

平成30年度のさるく(通・学)参加者数は、目標11,200人に対し、実績は8,567人で目標に達成できなかった。また、平成29年度と比較しても減少であった。主な要因としては、長崎市内小・中学校生が参加する「教育用通さるく」の参加者人数が、前年比約700人減少したことが要因と思われる。一方、満足度においては、前年度を上回り高い評価を得た。

また、30年度は、通さるくの予約を完全オーダー制へ変更し、予約締切日も短縮することにより参加し易い受入れ態勢を行った。

① まち歩き・まち体験プログラムの企画・運営

まちあるき・修学旅行・施設案内等の活動目的が異なるガイドが、さるくガイドとして一括運営されていたものを、平成30年度から目的毎に再編成し、当協会は、まちあるきガイド“長崎さるくガイド”の運営を行い、県内外の観光客や市民の方々に長崎観光の魅力をご案内した。

ア 通さるく(ガイド付まち歩き)

(ア) 予約方法を完全オーダー制へ変更

(イ) 予約締切日の短縮

・予約締切を、実施7日前までの申込から3日前までに変更。

(ウ) 参加料の見直し

・定番人気コースの参加料を値下げし、お得感をアピールし集客に繋げた。  
また、フリープランの料金増額を行った。

(エ) スタンプカードによるリピーター確保(平成31年3月末で終了)

・5回以上参加者9名、10回以上参加者1名に割引特典を実施。

区 分	内 訳	平成30年度	平成29年度	前年比
通さるく (定番コース)	実施件数	779件	863件	90%
	案内人数	4,922人	5,534人	89%
通さるく (期間限定)	実施件数	80件	122件	66%
	案内人数	504人	440人	115%
通さるく (フリープラン)	実施件数	21件	59件	36%
	案内人数	115人	445人	26%
合 計	実施件数	880件	1,044件	84%
	案内人数	5,541人	6,419人	86%

地域別通さるく参加者：長崎市内 1,758人 (31.7%)

※うち899人が市内小・中学校による教育用さるく

長崎県内 168人 (3.0%)

県 外 3,557人 (64.2%)

不 明 58人 (1.1%)

イ 学さるく (専門家による多種多様な講座・体験とまち歩き)

(ア) 販売手数料の改定

これまで参加料金の10% (最低100円) だった販売手数料を、一律参加者1名あたり300円に改定し、運営費の確保を図った。

(イ) 企画提案の募集

学さるくの募集を新聞掲載や商工会議所ニュース等にて行い、新企画の学さるくを実施した。

「ジョイフルサンさるく」「諏訪神社湯立神事さるく」等

(ウ) 長崎市「長崎LOVERSプロジェクト」との連携

長崎さだ家LOVERS企画「さだ家ファンさるく」の実施

(エ) 学さるく CREW カードの発行

収益率が高い学さるくのリピーターの定着を目的に、参加回数に応じたリピーター証を発行し、賞品提供等の特典を実施した。

10回以上参加者57人、30回以上参加者6人

区 分	内 訳	平成30年度	平成29年度	前年比
学さるく	実施件数	232件	302件	77%
	参加人数	3,026人	3,163人	96%

学さるく参加地区内訳：長崎市内 2,648人 (87.5%)

長崎県内 242人 (8.0%)

県 外 134人 (4.4%)

不 明 2人 (0.1%)

ウ 修学旅行生へのガイド対応 (平和ガイド対応以外)

平和学習以外の歴史学習等を目的とした修学旅行生のフィールドワークにガイドを派遣した。

区 分	内 訳	平成30年度	平成29年度	前年比
小学校	学校数	10校	3校	333%
	案内人数	839人	153人	548%
	延べガイド数	92人	19人	484%
中学校	学校数	2校	3校	67%
	案内人数	265人	250人	106%
	延べガイド数	29人	27人	107%
高等学校	学校数	13校	8校	163%
	案内人数	720人	323人	223%
	延べガイド数	84人	56人	150%
合 計	学校数	25校	14校	179%
	案内人数	1,824人	726人	251%
	延べガイド数	205人	102人	201%

## ② 受入態勢の強化

### ア ガイド力向上を目的とする研修の実施

#### (ア) 新規ガイド育成

地域連携協定を提携している長崎純心大学生を対象に新規ガイド育成研修を実施した。

研修期間：9月16日～9月29日の全11回（座学及び現地研修）

研修生：純心大生36名（36名全員がガイド資格取得）

#### (イ) コース資格取得研修

人気通さるくコースの受け入れ態勢強化のため、催行率の高いコースの資格取得研修を実施した。また、期間限定さるくの研修も随時行った。

#### 通さるくコース研修

「長崎居留地プレミアム」コース 開催日：6月22日 参加者40名
「アンゼラスの鐘の丘を訪ねて」コース 開催日：7月26日 参加者20名
「夕日が美しいキリシタンの里」コースとキリシタン関連遺産概要 開催日：8月3日 参加者27名 ※世界遺産候補 外海の出津集落実地研修
「眼鏡橋から中通りへ」コース 開催日：8月24日 参加者22名
「長崎は今日も異国だった」コース 開催日：9月7日 参加者39名
「龍馬が見上げた長崎の空」コース 開催日：10月20日 参加者11名
「長崎のチャイナタウン」コース 開催日：11月3日 参加者36名
「丸山ぶらぶら思案橋」コース 開催日：12月19日 参加者23名
「東山手の異国散歩」コース

開催日：2月20日	参加者27名
期間限定さるくコース研修	
ながさき紫陽花さるくⅠシーボルトと愛のお滝さん花	
開催日：5月7日	参加者：31名
ながさき紫陽花さるくⅡシーボルトの寄り道	
開催日：5月12日	参加者：28名
ランタンさるくⅢ日本最古！眼鏡橋から興福寺へ	
開催日：1月20日	参加者：31名
ランタンさるくⅡお宝いっぱい！文化財の宝庫崇福寺へ（コース研修）	
開催日：1月24日	参加者：38名
ランタンさるくⅠ紅の新地から灯ゆれる唐人屋敷へ（コース研修）	
開催日：1月25日	参加者：38名

(ウ) スキルアップ研修

ガイド力の向上のため、他都市ガイドの視察研修を実施した。

天草日帰り視察研修（実地研修）	
講師	天草宝島案内人の会
日程	2月22日、24日、26日
受講者数	計87名

(エ) グループ研修

ガイド間の交流や資質向上を目的に、自主的なガイドグループを編成し各種研修を自主的に実施した。編成した4グループに対し研修活動費を助成した。

イ 参加者の利便性向上を目的とするガイドステーションの運営

通さるくスタート地の原爆資料館を含む、現地集合場所計8か所での受付業務を行った。

ウ さるく見聞館推進協議会の運営

長崎のまちの伝統や文化、くらしを伝えるまち歩きスポットとして、旧家や老舗の19店舗が加盟。訪れる観光客に仕事場や生活を公開し説明を行った。

(ア) さるく見聞館まっりの開催

内容：19店舗が出店し、来場者にクイズ形式で各店舗の歴史を紹介した。凧作り体験、ビードロストラップ体験、三菱重工業長崎造船所関連の写真展示等で集客に努めた。

日程：11月23日

会場：ベルナード観光通り

エ 長崎純心大学との地域連携協定の活用

新規さるくガイドとして36名が登録し、新年度に向けた学さるくの企画立案を行い、実施にむけた研修を行った。令和元年6月1日実施の学さるく「ふおとばい長崎」を企画した。



また、修学旅行向けアクティブラーニングの模擬熟議を、旅行会社を対象に行った。

オ 長崎サミット「観光」おもてなしの充実・推進による「おそうじさるく」への協力  
8月4日、3月13日の2件実施し、計48人をご案内した。

### ③ 情報発信

ア パンフレットの発行

(ア) 通さるくパンフレット 通年 110,000 部

(イ) 学さるくパンフレット 春号、夏号、秋号、新春号 計 84,000 部

イ ホームページ管理へCMSを導入

CMS（コンテンツ管理システム）を導入し、スタッフ自身がWebサイトの修正や更新、最新情報の提供を行った。

ウ 旅行会社商品への通さるくの組み込み

JTB：「異国が薫る西九州ロマン紀行3日間」

「世界遺産 長崎・天草チョイスプラン」

日本旅行：赤い風船 全商品対象

エ 「じゃらん」ネット販売

ランタンフェスティバル期間限定3コース

オ SNS（Facebook、Twitter、LINE、YouTube）の活用した情報発信

カ 長崎県電子書籍ポータルサイト「Nagasaki ebooks」への掲載

キ 雑誌、テレビ、新聞等広報宣伝

(ア) 雑誌 「るるぶ長崎」、「まっふる」、「リメンバー九州」、「旅ムック」等

(イ) テレビ KTN「亀山社中記念館」、ANA機内上映番組「セレクトトラベル」

(ウ) 新聞 朝日新聞、毎日新聞、長崎新聞ととと、旅行新聞

(エ) その他 長崎商工会議所ニュース、ふくおかサポートネット配信、長崎県・長崎市の旅行商品素材集への掲載等

## 4 MICE振興

評価指標	平成30年度	平成29年度	対前年比
MICE参加者満足度(※)	81.3%	77.0%	105.5%

※主催者アンケートの評価を数値化したもの

大会種別	件数			人数		
		構成比	前年比		構成比	前年比
学会	41	3.1%	120.6%	16,762	5.4%	100.2%
会議	242	18.1%	97.6%	18,239	5.9%	113.7%
研修会	340	25.5%	89.5%	33,947	11.0%	90.4%
大会・総会	172	12.9%	86.9%	43,657	14.1%	73.4%
スポーツ	263	19.7%	90.4%	148,112	48.0%	97.2%
講演会	43	3.2%	76.8%	11,744	3.8%	97.7%
展示会	25	1.9%	78.1%	9,330	3.0%	79.1%
その他	209	15.7%	78.6%	26,829	8.7%	79.6%
合計	1,335	100.0%	88.7%	308,620	100.0%	91.0%

平成30年のMICEの参加者は、昨年の339,669人より9%減の308,620人となった。このうちスポーツ大会（148,112人）を除くと160,508人となり対前年の14%減になった。全体の件数、人数は、減少しているものの、学会に関しては、120%の増加となっており、平成30年度のコンベンション助成金を対象とした全国・九州大会についても、前年度26件が41件に増加していることや主催者アンケートによる満足度の調査においても81.3%という評価を得た。

また、長崎市議会平成30年6月定例会において、（仮称）長崎市交流拠点施設整備予算案が可決され、これまでコンベンション誘致の課題であった展示ホールや分科会のための会議室などを備えたMICE機能を中核とした施設が実現することになり、2021年11月供用開始を目指し、本格的な誘致活動とMICE受入態勢の構築を推進した。

当協会では、「長崎MICE誘致推進協議会」の事務局として、長崎の経済界による支援事業である長崎都市経営サポート資金の申請を行い、経済団体や民間事業者を巻き込み官民一体となったMICE誘致の推進に取り組むとともに、「長崎MICE事業者ネットワーク」を支援することにより、事業者のスキルアップのためのセミナー開催や視察研修を実施した。

## （1）MICE誘致宣伝活動の実施等

### ① 首都圏セールス及び地元セールス

首都圏セールスは、①5月22～24日、②7月25～27日、③11月28～30日、④12月11～13日、⑤2月28～3月1日の5回上京し、地方都市コンベンション協議会によるセミナー（年2回）やIME（国際MICEエキスポ）の機会を活用し、MICE開催情報等データベースに基づき、ターゲットをしぼった誘致やJCCBの会合やセミナーに参加した。

#### 【誘致セールスの実績】

- ・開催の決定または内諾したMICE・・・・・・・・・・3件
- ・主催者の内部で検討・調整中のMICE・・・・・・・・・・6件

② 産学官連携による誘致

大会主催者のプレゼンに共通して使用できるような、紙媒体及びスライドで転用できる、長崎までのアクセス、長崎の概要、コンベンション施設、開催支援、ユニークプログラム及びユニークベニューを紹介するための素材を作成した。これらをセールスツールとして、各種団体、大学などへ誘致を実施した。

(2) MICE開催支援の実施等

① コンベンション開催補助金等による支援

ア コンベンション開催補助金

長崎市で開催されるコンベンションの主催者に対し、助成金を交付することで、長崎市におけるコンベンションの開催を促進する。(各県持ち回り九州大会の助成額は1/2)

<文化・学術コンベンション（九州大会以上）>

延べ宿泊者数	助成額	件数
200人以上 300人未満	200,000円	6件
300人以上 500人未満	300,000円	9件
500人以上 1,000人未満	500,000円	11件
1,000人以上 1,500人未満	1,000,000円	3件
1,500人以上 2,000人未満	1,500,000円	2件
2,000人以上 3,000人未満	2,000,000円	1件
3,000人以上	3,000,000円	0件

<文化・学術コンベンション（各県持ち回り九州大会）>

延べ宿泊者数	助成額	件数
200人以上 300人未満	100,000円	5件
300人以上 500人未満	150,000円	2件
500人以上 1,000人未満	250,000円	2件
1,000人以上 1,500人未満	500,000円	0件
1,500人以上 2,000人未満	750,000円	0件
2,000人以上 3,000人未満	1,000,000円	0件
3,000人以上	1,500,000円	0件

イ オフシーズン（12月～2月）コンベンション開催助成金

延べ宿泊者数	助成額	件数
300人以上 500人未満	50,000円	1件
500人以上 1,000人未満	100,000円	2件
1,000人以上 2,000人未満	150,000円	0件
2,000人以上	200,000円	0件

ウ アトラクション出演料の一部助成

延べ宿泊者数	助成額	件数
1,000人以上 2,000人未満	50,000円	2件
2,000人以上	100,000円	0件

エ 長崎観光ガイドブック等の作成提供

コンベンション交付資料	部数
長崎観光ガイドブック	80,000部
ながさき食べあるきガイドブック	0部
キャリーバッグ	35,000部
大会資料詰用封筒（角2）	30,000部

オ 歓迎看板の掲示（路面電車側面、長崎駅、長崎空港）

歓迎看板	件数
路面電車側面	5件
JR長崎駅改札口	17件
長崎空港出口付近（半月ごとに入替）	72件（月6件）

カ 長崎ブリックホール等の優先利用予約

キ 観光施設等の割引の斡旋

ク コンベンション支援業者（協会会員）との連携及び紹介

② 新たな誘致支援制度の検討

コンベンション開催補助金のあり方について、長崎県および長崎市との意見交換を個別に行った。

(3) MICE受入態勢の構築

① コーディネート機能が備わりワンストップ型の受入環境の整備

ア 相談・コーディネート機能

優先予約、ユニークベニューなど、主催者の要望に応じた的確なアドバイス対応を行った。

イ 開催前後のフォローと継続的な主催者ニーズの把握

コンベンション開催中及び開催後の主催者フォローアップを行った。

② 官民による受入態勢の構築

コンベンション誘致のための魅力発信

ア グラバー園、出島及び出島ワープ等、既存のユニークベニューをPRした。

イ アフターコンベンションをパンフレットやHP上でメニュー化を図り、情報発信を行った。

(4) 長崎MICE誘致推進協議会事業の推進

協議会の主たる目的であった（仮称）長崎市交流拠点施設の整備について、長崎市議会の承認を得た。

1団体1コンベンション誘致を具体的に進めるため、これまでの情報収集からリストアップの準備が整い、長崎市交流拠点施設の2021年11月の供用開始にむけて、具体的な誘致を実施する段階に入った。更に経済界による長崎都市経営サポート資金を申請した誘致の展開について、3月12日に臨時総会を開催し、今後の協議会の事業方針の承認を得た。

また、協議会が支援しているMICE関連事業者による任意団体の『長崎M

『I C E事業者ネットワーク』の事務局も担っており、スキルアップのためのセミナーや先進地の視察などで、M I C Eに関連する一定の知識を備えた。また、今後の事業者ネットワークの活動において、各プロジェクトに対する体制のあり方など、定例の幹事会で検討した。

事業者ネットワークの活動実績については、次のとおり。

### ① セミナーの開催

#### 【第1回セミナー】

日 時：平成30年5月21日(月)  
場 所：長崎商工会館 2階ホール  
参 加：80人  
演 題：『地産地消のM I C E戦略  
～地元にご協力いただきたいこと～』  
講 師：株式会社コングレ 取締役 九州支社長 西村真規子 氏

#### 【第2回セミナー】

日 時：平成30年8月3日(金)  
場 所：ANAクラウンプラザ長崎グラバーヒル  
参 加：80人  
演 題：「ミーティングプランナーが考える長崎M I C E」  
講 師：M P I J A P A N 名誉会長 山本牧子 氏

### ② 広島視察研修

同じ平和都市である広島は、M I C E、インバウンドなど参考になるコンテンツが多く、施設の視察の他、広島観光コンベンションビューローのヒアリングを行った。意見交換会では、地元事業者の方々との意見交換を行い、特に弁当ケータリングやハラルへの取組みなど、現場の担当者から多くを学んだ。

日 時：平成31年2月21, 22日  
場 所：広島市  
参 加：12名  
視察場所：広島観光コンベンションビューロー（ヒアリング）、広島国際会議場、平和祈念資料館、おりづるタワー  
意見交換会：シェラトングランドホテル広島、コンベンションホール

## 5 経営・財務基盤 その他

### (1) 売店等の収益力の強化

単位：千円

項目	年度	H30年度 計画	H30年度 実績	H29年度 実績	対前年比 実績
グラバー園売店		19,218	15,348	15,305	43
出島売店		7,749	9,304	6,955	2,349
自由亭喫茶室		10,902	9,020	10,389	▲1,369
通信販売部		9,190	4,269	5,843	▲1,574
企画商品（長崎遊学券）		6,253	6,240	8,979	▲2,739
企画商品（周遊パスポート）		0	1,906	0	1,906
レトロ写真館		6,769	7,416	6,395	1,021
着地型旅行商品		6,100	2,780	1,773	1,007
亀山社中物販		950	854	947	▲93
ランタンフェスティバル販売		2,830	3,432	3,622	▲190
その他の収支		2,001	2,194	1,326	868
合計		71,962	62,763	61,534	1,229

#### ① 売店、喫茶室等の運営及び協会事業運営円滑化のための収益力向上

計画利益額を7,196万円に設定していたが、達成率87.2%の6,276万円に留まり達成できなかった。しかし、前年度利益実績6,153万円と比較すると123万円の増額となった。事業毎では、出島売店が過去最高の売上となった一方、グラバー園売店、自由亭喫茶室が不調であった。施設入館者数の増減が大きな影響したと考えられる。

##### ア グラバー園売店

POSレジの導入により得られた販売データを活用し、売上の低い商品の入れ替えや、売り場ディスプレイ変更により収益向上を図った。

- ・ 季節商品特設コーナー設置  
（涼感グッズ・夏の味覚・くんちグッズ・ハンドクリーム等）
- ・ POP掲示による電子マネーの利用促進（8月～）
- ・ 専門家によるレイアウト等の指導

年間売上金額：119,992,510円（前年比91.8%）

年間利用者数：86,615名（同92.6%）

年間販売商品数：204,813点（同91.1%）

年間入場者数：944,780名（同94.8%）※年度

##### イ 出島売店

ヘトル部屋のデットスペースを休憩スペース、対面販売スペースとして活用するなど新たな販売促進を行い、過去最高の売上額となった。

- ・ シニア向けお土産の強化、ベッ甲販売スペースの増設（7月～）
- ・ 川越唐棧とのコラボによる新たな出島オリジナルグッズの販売（10月～）
- ・ 県産品の取扱い開始「大島トマト・ジュース対面販売」（10月～）
- ・ 季節商品特設コーナー設置

(涼感グッズ・夏の味覚・くんちグッズ・ハンドクリーム等)  
年間売上金額： 92,031,352円 (同107.6%)  
年間利用者数： 77,461名 (同106.3%)  
年間販売商品数： 177,076点 (同106.3%)  
年間入場者数： 532,013名 (同102.1%)

#### ウ 自由亭喫茶室

接客スキルやモチベーションの向上を目的とした人材教育、グランドメニューの見直しにより売上向上を図った。

- ・Attic coffee and dining とのアドバイザー契約の締結 (7月～)
- ・グランドメニューのリニューアル (11月～)
- ・季節感のある店舗装飾によるおもてなし (12月)
- ・無料Wi-Fi の設置
- ・「ぐるなび」「食べログ」など、グルメサイトを活用したPR

年間売上金額： 31,112,054円 (同96.5%)  
年間利用者数： 39,490名 (同93.4%)

#### エ 通信販売部 (でじまや・くんち売店、卸販売)

ホームページ(「でじまや」)の改修と掲載商品の見直しによる売上向上を図ったが、卸販売の柱であった「マダム・バタフライ」シリーズの生産中止は収益に影響は大きな影響を与えた。

くんち売店は、中央公園と浜町アーケードの2店舗を出店した。中央公園は、会場動線に沿って設置場所を見直し、また、人気の演し物をデザインした商品が大好評で目標を大きく上回った売上となった。

- ・通信販売サイト「でじまや」のリニューアル (8月～)
- ・「マダム・バタフライ」シリーズの卸価格の見直し
- ・シーズンやイベントごとにギフトセットの販売をスタート
- ・“太鼓山” デザイン商品の増数

通信販売部年間売上金額： 13,982,643円 (同71.4%)  
くんち売店年間売上金額： 5,094,265円 (同164.9%)

#### オ 企画商品 (長崎遊学券)

教育旅行対象の商品造成。市内の主要観光施設入場券と割引券などがセットになった「長崎遊学券」小学校用・中学校用・高校用の3種類を発行した。

販売促進のため、電話セールスを強化するとともに、学校誘致セールスへも積極的に参加した。

内 容：市内の主要観光施設8ヶ所(グラバー園、出島、長崎市亀山社中記念館、長崎原爆資料館、長崎歴史文化博物館常設展示室、シーボルト記念館、孔子廟・中国歴代博物館・長崎市旧香港上海銀行長崎支店記念館※ただし、小学生用は孔子廟・中国歴代博物館にかわり大浦天主堂)の入場券と人気施設割引券等をまとめ、事前学習に役立つ情報を掲載。

販売単価：小学生450円、中学生550円、高校生650円  
販売実績：86,373冊 (前年比91%)

小学校 29,184冊 (同97%)  
 中学校 29,006冊 (同107%)  
 高校 28,183冊 (同88%)  
 年間売上金額：47,405,050円 (同90%)

カ グラバー園レトロ写真館

料金プランの見直し及び新作衣装の導入により売上向上を図った。  
 ・料金プランの見直し (室内写真撮影プラン1000円/園内散策プラン2000円) (10月～)  
 ・新作ドレスの導入 (10月～)  
 ・トリップアドバイザーなど、旅行口コミサイトへの掲載  
 年間売上金額：13,367,200円 (同105.9%)  
 年間利用者数：13,526名 (同72%)

キ 亀山社中記念館売店

施設に関連書籍や坂本龍馬をテーマにした商品を販売した。  
 年間売上金額：1,899,870円 (前年比87.3%)

ク ランタンフェスティバル売店

2月5日(火)～2月19日(火)15日間に渡り、湊公園会場と中央公園会場に出店。フェスティバル公認グッズや、中国雑貨などを販売した。会員に期間限定のオリジナル商品を募集し、販売の場も提供した。

また、新イベントとして孔子廟・中国歴代博物館と共催で「長崎恋らんたん」を開催。恋らんたんに願い事を記入し、祈願所に奉納するもので、1,074人が来場した。新たなパワースポットとしてSNSでも多数発信された。

ランタン売店売上金額：11,594,572円 (同100.5%)  
 恋ランタン売上金額：1,074,000円  
 2019ランタンフェスティバル来場者数 98万人 (対前年比91.8%)  
 ※前年は17日間の開催で、15日間の開催としては過去最高

(2) 新たな収入源の確保に向けた展開

評価指標	基準年		目標年(令和2年)
着地型旅行商品売上額	19,650千円	平成27年	22,000千円

平成30年度売上実績 19,276千円

着地型旅行商品は、地元市民向けのバスツアーを削減し、観光客向けに商品転換を図った。併せて広報強化のため、予約サイト「浪漫ながさき旅情報」をスマートフォン対応に改善したが、定着まで至らなかった。インバウンド向けの取組みとして、ナイトコンテンツ「アイランドルミナ」を組み込んだクルーズツアーや、施設入場券や公共交通1日乗車券としても利用できる「周遊パス」の販売等を行った。

着地型旅行商品の造成 目標人員：5,000人、達成人員：2,441人  
 (前年比73.0%、目標比48.8%)



<主な着地型旅行商品の実績>

- ・軍艦島クルーズの代理販売 768人（前年比65.1%）
- ・グリーンツーリズム商品 263人（前年比136.3%）
- ・潜伏キリシタン関連遺産ツアー 235人（前年比85.5%）
- ・受注型企画旅行（オーダー型） 87人（前年比45.5%）

① 浪漫ながさき旅情報（ホームページ）の刷新

旅行商品・販売専用ホームページ「浪漫ながさき旅情報」のワンストップ化と連動し、現在のデザイン刷新と最新のスマホ対応型にシステム改善した。

サイト名：浪漫ながさき旅情報（<http://www.nagasaki-tabi.jp/>）

広報紙：紙媒体でも季刊ごとに4ページ又は6ページ展開で作製し配布した。

② ながさき巡り旅ビューローとの連携

ビューロー専用ホームページへ当協会造成の旅行商品を積極的に掲載し販売拡大を行った。

③ インバウンド向け体験型旅行商品及び周遊パスの開発

訪日外国人観光客へ魅力ある滞在コンテンツ（アイランドルミナ）の民間事業者の造成を契機にナイトクルーズや周遊パス（スマホアプリによる外国人向け施設入場券）を販売した。

ナイトクルーズ（12月～3月）：催行本数6本、参加者47人

周遊パス：利用者113人

④ 新規収益事業の研究

「長崎市版DMOの形成」「インバウンド対策」「国内誘致・受入」「MICE振興」のコア事業を行うための財源として、今後、これまで以上に持続可能で自立した協会経営を達成するための新たな収入源確保に向けて研究した。

(3) 地域受入基盤の強化

① 観光関連事業者の人材育成・スキルアップへの取り組み強化

接客サービス講習会等会員ニーズを踏まえた効果的な講習会

日時：3月14日 14:00～

会場：長崎商工会議所

参加者：33名

テーマ：カタカナで伝わる接客英語

講師：櫻井 亮太郎 氏

(4) 長崎市からの受託

① 総合観光案内所業務（尾上町1-1アミュプラザ1階）

長崎市からの業務受託によりJR長崎駅構内（アミュプラザ1階）の「総合観光案内所」において、来崎する内外観光客に長崎市内及び周辺地域の観光全般について、案内・説明・紹介にあたった。

また、ラッキー自動車(株)からの業務委託により、総合観光案内におけるタ

クシー観光案内を行った。

開所時間：年中無休 午前8時から午後8時まで

利用者総数：211,575名（前年比93%）（単位：名）

観光案内全般	旅館案内	電話案内	文書案内	外国人案内	合計
113,890 (同79%)	505 (同110%)	3,376 (同107%)	369 (同128%)	93,435 (同117%)	211,575 (同93%)

## ② 出島受付業務（出島町6-1）

長崎市からの業務受託により受付及び入館料金の収納業務を行った。

開場時間：年中無休 午前8時から午後9時まで

入場者総数：計532,013名（同102%）

## ③ 長崎市亀山社中記念館受付業務（伊良林2丁目7-24）

長崎市からの業務受託により受付及び入館料金の収納業務を行った。

開館時間：年中無休 午前9時から午後5時まで

入場者総数：計60,328名（同91%）

## ④ 世界遺産観光案内所案内業務（尾上町 JR長崎駅かもめ広場内）

長崎市からの業務受託によりJR長崎駅（かもめ広場）「長崎市世界遺産観光案内所」において、世界遺産登録された「明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業」や今後世界遺産登録が見込まれる「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」をはじめ、観光全般について、案内・説明・紹介にあたった。

開所時間：4月1日～4月30日

午前8時から午後4時まで

利用者総数：5,584名（単位：名）

産業遺産関連	教会群関連	ツアー関連	観光交通関連	旅館案内	外国人案内	その他	合計
189	74	288	731	0	1,975	2,329	5,584

## （5）観光地域づくりの支援

### ① 長崎市ペーロン協会、長崎ペーロン選手権大会実行委員会の運営

昭和52年2月10日に設立された「長崎市ペーロン協会」の事務局を担当し、伝統ある「ペーロン」の保存育成に努め、市内22地区の大会に地区大会助成を行った。また、兵庫県相生市、天草郡苓北町のペーロン大会にチームを派遣し親善交流に努めた。

#### ア 長崎市ペーロン協会

##### （ア）地区大会への助成

各地区ペーロン大会の実施に対し、補助金を交付した。

##### （イ）国内大会へのチームの派遣について

###### ・「相生ペーロン祭」へ選手団派遣

派遣日程：5月25日～5月28日＜3泊4日＞※往復車中移動日

大会日：5月27日

派遣チーム：土井首チーム 一行36名

成績：一般男子I部出場 準優勝

- ・「平成30年荅北じゃつと祭天草れいほくペーロン大会」へ選手団派遣

派遣日程：7月21日～22日＜1泊2日＞

大会日：7月22日

派遣チーム：福田東部チーム 一行32名

成績：一般男子の部出場 優勝

#### イ 長崎ペーロン選手権大会実行委員会

大会名称：平成30年度「長崎ペーロン選手権大会」

期 日：7月28日～29日＜2日間＞

会 場：長崎港内（大会本部：松が枝国際観光埠頭）

競漕距離：1,150m（往路630m 復路520m）

出場チーム数

一般出場チーム（19チーム）

内訳：長崎市内（13チーム）長崎県内（3チーム）学生（1チーム）

長崎県外（2チーム）※相生市、天草郡荅北町

職域対抗出場チーム（11チーム）

中学校対抗出場チーム（4チーム）

女性対抗出場チーム（5チーム）

観客動員

7月28日 15,000人

7月29日 20,000人（2日間合計35,000人）

### ② 長崎ハタ揚げ振興会の運営

昭和57年3月に設立された「長崎ハタ揚げ振興会」の事務局を担当し、伝統ある長崎名物行事「ハタ揚げ」の振興を図り「長崎ハタ揚げ大会」を実施した。

長崎ハタ揚げ大会

大会名称：「平成30年長崎ハタ揚げ大会」

期 日：4月1日

会 場：長崎市唐八景公園

内 容：自由ハタ揚げ、ハタ揚げ名人模範演技、親子ハタ揚げ教室、ハタ合戦（予選16名）、開式セレモニー（長崎検番祝舞等）、ハタ合戦（決勝4名）、表彰式

観客動員：10,000人（前年比125%）

### ③ 長崎観光龍踊り会の運営

昭和54年2月13日に設立された「長崎観光龍踊り会」の事務局を担当し、長崎ランタンフェスティバル等3件の出演要請に応え、本市観光の宣伝と振興に寄与した。

出演の実績

日 程	イベント名
6月14日	2018 E-1 GP 総決起大会
11月22日～23日	いちき串木野市「かんむり嶽参り」
2月5日～19日 (うち7日間出演)	2019 長崎ランタンフェスティバル

#### ④ ロマン長崎選彰委員会の運営

平成2年3月より「ミス長崎選彰委員会」の事務局を担当。平成12年4月に「ロマン長崎選彰委員会」と改名し、「ロマン長崎」の公募、選考会、研修、選彰式を実施するとともに、観光宣伝隊・物産展・国際観光船の歓迎受入及び友好都市との親善交流等に派遣し、観光振興に努めた。

##### ア 2018年度ロマン長崎の選彰

選彰式期日：4月27日 長崎開港記念日

会 場：長崎商工会議所2階ホール

氏 名：泉 菜月、鈴木花澄、松永千幸

##### イ 研修会

3月16日から4月17日までの5日間、マナー研修、美容研修、座学、観光地視察を実施した。

##### ウ 活動実績

出演件数：市内36件、市外32件（合計68件）

出演日数：市内60日、市外72日（合計132日）

依頼内訳：観光宣伝20件、物産展9件、国際観光船2件  
イベント32件、記念行事・式典等6件

#### (6) 経営管理委員会主導による事務局運営

役員で組織された専門委員会である経営管理委員会を8回開催し、経営計画に基づいた事業計画の進捗状況を報告し、会員協働による事業の推進を行った。

#### (7) 職員研修の実施

① 幹部研修 長崎新聞政経懇話会への参加（月1回）

② 職員研修 接客サービス講習会、各種セミナー等への参加

#### (8) 会議、運営及び調査

##### ① 総会、理事会、監査会及び経営管理委員会の開催

5月17日 平成29年度監査会（11:00～ホテルJALシティ長崎）

23日 第1回経営管理委員会（10:30～サンプリエール）

6月 4日 理事会（15:00～サンプリエール）

4日 通常総会（16:00～サンプリエール）

29日 第2回経営管理委員会（14:00～長崎商工会館）

8月22日 第3回経営管理委員会（10:30～長崎I・Kホテル）

9月26日 第4回経営管理委員会（10:30～長崎I・Kホテル）

10月31日 第5回経営管理委員会（13:30～長崎I・Kホテル）

12月 3日 第6回経営管理委員会（13:30～長崎商工会館）

1月30日 第7回経営管理委員会（13:30～長崎商工会館）

3月22日 第8回経営管理委員会（13:30～長崎商工会館）

27日 理事会（14:00～ANAクラウンプラザホテルグラバーヒル）

##### ② 総会等への出席（抜粋）

4月10日 長崎帆船まつり実行委員会（19:00～アマランス）

12日 ながさきみなとまつり実行委員会（14:00～長崎商工会館）

- 15日 暴力追放「いのちを守る」長崎市民集会（10:00～市民会館）  
 18日 ロマン長崎選彰委員会役員会（13:30～市文化観光部長室）  
 19日 長崎検番 in 出島実行委員会（11:00～旧出島神学校）  
 20日 長崎開港記念会理事会・定期総会（14:00～長崎商工会館）  
 27日 長崎開港記念行事（11:00～長崎公園他）  
 27日 長崎新幹線建設推進実行委員会（14:00～県議会会議室）  
 5月10日 長崎市ペーロン協会・長崎ペーロン選手権大会合同総会（15:00～サンプリエール）  
 16日 国道34号整備協議会等総会（13:30～長崎県市町村会館）  
 17日 MICE誘致推進協議会総会（16:00～長崎商工会館）  
 18日 シュガーロード連絡協議会総会（15:30～北九州国際会議場）  
 21日 長崎MICE事業者ネットワーク（15:00～長崎商工会館）  
 23日 長崎市郷土芸能保存連合会理事会総会（10:30～長崎商工会館）  
 28日 長崎新幹線・鉄道利用促進協議会等合同総会（10:30～ホテルニュー長崎）  
 28日 長崎市国内観光客誘致推進実行委員会（10:20～市文化観光部長室）  
 30日 長崎港クルーズ客船受入委員会総会（16:00～長崎市議会会議室）  
 30日 長崎県観光連盟理事会（13:30～ANAクラウンプラザホテルグラバーヒル）  
 6月5日 世界遺産受入推進協議会（13:30～長崎県農協会館）  
 15日 長崎観光龍踊り会役員会（17:00～長崎ワシントンホテル）  
 19日 長崎県スポーツコミッション総会（14:00～セントヒル長崎）  
 7月6日 西彼杵道路建設促進期成会（10:30～西海市役所総合支所）  
 10日 長崎市「街を美しくする運動」推進協議会理事会・総会（11:00～セントヒル長崎）  
 17日 長崎平和マラソン実行委員会設立総会（13:30～ホテルニュー長崎）  
 8月23日 長崎日米協会理事会・通常総会（14:00～ANAクラウンプラザホテルグラバーヒル）  
 10月5日 潜伏キリシタン関連遺産長崎県世界遺産登録県民会議（16:00 ホテルニュー長崎）  
 11月15日 九州・沖縄コンベンション推進団体連絡会（14:00～大分市）  
 1月9日 長崎ランタンフェスティバル実行委員会総会（11:00～長崎商工会館）  
 17日 九州主要都市観光協会連絡協議会総会（15:30～ANAクラウンプラザホテルグラバーヒル）  
 31日 長崎県サンセットロード推進協議会（15:00～長崎県庁）  
 2月7日 日本開港五都市観光協議会（15:30～ホテルJALシティ長崎）  
 15日 長崎日蘭協会理事会・総会（11:00～ANAクラウンプラザホテルグラバーヒル）  
 19日 長崎ハタ揚げ振興会総会（15:00～長崎新聞アストピア）  
 3月5日 長崎県総おもてなし運動推進会議総会（13:30～長崎県庁）  
 19日 長崎市ラグビーキャンプ誘致委員会総会（16:00～ホテルニュー長崎）  
 20日 みなとオアシス NAGASAKI 運営協議会（14:00～長崎県庁）  
 25日 長崎地域雇用創造会議総会（16:30～市議会会議室）

## (9) 会員の異動（順不同）

入会13、退会11	[平成31年3月31日現在会員数465]
入会 (株)Attic coffee and dining	入会 (株)山一
〃 (株)Risky	〃 (株)エルシーブイプロジェクト
〃 SHINJU INTERNATIONAL(株)	〃 (有)いろは本店
〃 (株)プロダクションナップ	〃 (株)木村物産事業部 長崎支店
〃 バンブーカフェ	〃 ユーシーシーフーズ(株)長崎支店
〃 長崎サンセットマリーナ(株)	〃 松本商事(株)

〃 長崎市料理業組合

退 会 (旧)(株)九州広告

〃 (株)外港タクシー

〃 (有)さかもと

〃 凸版印刷(株)長崎営業所

〃 (株)メルシー

〃 クラブ子悪魔

退 会 アングル

〃 (株)長崎映像社

〃 無量菴 伊良林 銀鍋

〃 中の茶屋 重籠

〃 富貴楼