

令和元年度 事業計画

基本方針

1 長崎市版DMOの確立

当協会は、平成30年3月に観光庁から「日本版DMO法人」として登録された。そうした中、令和元年度の人員・組織体制のうち、まず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、CMO以外の人材についても、CMO配置後、順次、専門の人材を採用していくこととしている。

また、組織体制については、DMOの形成・確立時の組織として、マーケティング、プロモーション・セールス、MICE誘致受入の部門などに分類することができるが、令和元年度は特にMICE誘致受入の部門を強化するとともに、業務内容に関して、これまで市が主体になり実施していたインバウンド業務の一部を受託するものとする。

長崎市版DMOについては、形成確立に向け、今までの事業を検証し、会員をはじめ農林・漁業、商工業、文化、歴史など地域を支える多様な関係者と協働し、滞在型交流商品の開発・販売を促進するなど、来訪者のニーズに沿った事業展開を進め、地域の「稼ぐ力」を引き出していく。

(1) 各種データの収集・分析・共有・活用

前年度に引き続き、観光統計・観光動向調査・HP ログ等の各種データを収集、分析する。また、その分析結果はマーケティング委員会、マーケティング・ラボ等を開催し、多様な民間事業者と共有し、マーケティング施策・事業を立案する際に活用するとともに、その課題解決に取り組む。

(2) MICE振興

(仮称)長崎市交流拠点施設の2021年11月の開業を目指して、長崎市MICE推進室をはじめ施設管理者と連携したオール長崎のMICE誘致体制を整え、これまでの制度や事業の見直し・改善を図る。また、当協会においても組織体制や人員配置の強化を段階的整備し、誘致・受入態勢の充実を図る。令和元年度は、戦略に基づいた誘致を着実に進め、産学官の連携を十分に活かした振興を推進する。

(3) インバウンド対策

外国人旅行者はインターネットを利用した情報収集が中心となるため、国内外に一元的に情報を発信するワンストップサイトの維持管理に取り組む。

今まで長崎市が実施していた、多言語パンフレットの作成並びに長崎県観光連盟や航空会社と連携した現地メディア・旅行社の招聘等を受託業務として実施する。

2 受入環境整備

長崎さるくについては、“まちあるき”の専門性を高めるため、さるくガイドの質の向上を図り、さるく参加者の満足度を高める。また、修学旅行(平和学習)受入の強化を図るため、長崎平和ガイドを増員するよう新規募集を行う。

3 経営・財務基盤

経営・財務基盤の強化と安定かつ長期的な財源確保のため、既存の収益事業の検証とともに、更なる収益増加に向けて新たな収益事業にも着手する。

また、長崎市からの長崎市観光案内所や出島等の受託事業の運営を行う。

観光庁へ提出しているKPI

(1) 必須KPI

	単位	元年	29年実績
●旅行消費額	億円	1,530	1,458
●延べ宿泊者数	万人	486	335
●来訪者満足度	%	59.0	56.9
●リピーター率	%	66.5	66.3

(2) その他の目標

	単位	元年	29年実績
●観光客数	万人	695	708
●主要観光施設入場者数	万人	284.0	244.4
●就業者誘発数 (県内)	人	34,200	32,693
●クルーズ客数 (国内・国際)	万人	82.9	105.2
●長崎のまちなみや景観に 誇りを感じる市民の割合	%	86.8	82.3
●長崎遊学券	冊	110,000	95,411
●webサイトのアクセス数	万ページ ビュー	557.5	457.5

重要業績評価指標 (KPI)

分野	評価指数	R1年度
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
インバウンド対策	外国人観光消費額	245億円
国内誘致・受入	さるく(通・学)参加者	11,700人
	さるく参加者満足度	80%
	長崎平和ガイド参加者	33,500人
経営・財務基盤	収益事業の利益額(着地型旅行商品含む)	62,980千円