

## 事業群評価調書(令和元年度実施)

基本戦略名	1 交流を生み出し活力を取り込む	事業群主管所属	文化観光国際部観光振興課
施策名	(4) 新幹線開業に向けた戦略的取組の推進	課(室)長名	佐古 竜二
事業群名	② 誘客促進と広域連携による取組の推進	事業群関係課(室)	物産ブランド推進課

### 1. 計画等概要

(長崎県総合計画チャレンジ2020 本文)						(取組項目)						
関西圏・中国圏における積極的なプロモーション展開による誘客促進や受入体制の整備を行うとともに、九州各県との連携を深め、国内外の観光客を呼び込む回遊ルートの開発に取り組み、新幹線開業を契機として関西圏・中国圏との交流促進に取り組んでいきます。						i) 関西圏を主なターゲットとした魅力ある観光地づくりと誘客戦略の展開 ii) 九州各県と連携した観光周遊ルートの開発などの取組等 iii) 地域の特色を活かした回遊ルートの形成・発信 iv) 関西圏・中国圏との交流促進						
事業群	指標		基準年	H28	H29	H30	R元	R2	最終目標(年度)	(進捗状況の分析)		
	関西圏・中国圏(H26年実績)からの宿泊者数伸び率(主要宿泊施設)		目標値①	+6.6% (対前年比)	+6.6% (対前年比)	+6.6% (対前年比)	+6.6% (対前年比)	+6.6% (対前年比)	+47% (R2)		九州新幹線西九州ルート開業を見据え、早い段階から大手交通事業者・メディア等の活用により、関西に対して本県の歴史・文化、観光、物産の魅力を総合的に発信し、県産品のブランド力向上及び消費拡大、並びに誘客拡大につなげることとしている。 30年度は、JR西日本との連携により、新幹線を利用した旅行商品による送客増に努めた結果、29年度と比べ約3.2%増の約40,000人増加した。対前年比6.6%増という目標は下回る結果となったが、「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により、構成資産や周辺施設の来訪者が増加したことなどから、宿泊者数の増加となった。	
			実績値②	—	-16.8%	-1.3%	+3.2%					進捗状況
			②/① (達成率)		0%	0%	48%					遅れ

### 2. 平成30年度取組実績(令和元年度新規・補正は参考記載)

事業番号	取組項目	事務事業名	事業期間	事業費(単位:千円)			事業対象	事業概要	指標(上段:活動指標、下段:成果指標)				平成30年度事業の成果等	中核事業
				H29実績	うち一般財源	人件費(参考)			H29目標	H29実績	達成率	H30目標		
1	取組項目 i	関西・長崎の魅力総合発信事業費	H28-R元	40,642	21,131	4,023	阪急阪神ホールディングス、JR西日本と連携し、物産・観光プロモーションやレストランフェア、交通広告等、県産品と観光の魅力について総合的な情報発信を実施した。 また新たに、Vファーレン長崎のアウェイ会場(大阪、神戸)において県産品・観光PRを実施したほか、県産品の販路拡大を図るため、関西圏での商談会展覧を支援した。	活動指標	交通事業者等タイアップ延べ数(件)	4	4	100%	●事業の成果 ・長崎県産品の購入者率は、81.7%(H26)から84.1%(H30)に増加し、長崎県産品の販路拡大に繋がった。 ●事業群の目標(指標達成)への寄与・交通事業者等と連携した関西地方でのキャンペーン等により、関西圏からの誘客に寄与した。	○
				34,878	17,949	3,998				4	4	100%		
		物産ブランド推進課	21,082	10,541	2,392	成果指標		長崎県産品購入者率(%)	83.0	87.9	106%			
2	取組項目 ii	広域観光共同宣伝事業費	H21-	1,222	1,071	3,218	北海道にて3県合同で観光展に出展した。また九州横断3県への周遊及び宿泊客増を図るために、「九州横断ゴールデンルート」をテーマとした旅行商品に対する広告支援・催行支援を実施した。	活動指標	3県合同での観光情報説明会の開催(回)	1	1	100%	●事業の成果 ・北海道旅行博において、「横断3県」という新鮮かつコストパフォーマンスのよい3県周遊ルートを提案することで、新たな販路開拓に繋がった。旅行商品の造成数は2であったが、催行数は24本にのぼり一定の成果を挙げることができた。	
				903	903	1,594				1	1	100%		
		観光振興課	1,222	1,222	1,595	成果指標		3県周遊ツアーの造成(本)	3	5	166%			
						3		2	66%					

3	取組項目 iii	周遊観光スマート化推進事業費	H29-R円	25,336	15,980	6,437	旅行会社、交通事業者、体験事業者、飲食店、一般観光客等	観光客が県内をスムーズに周遊できるように、着地型旅行商品の造成を図るとともに、発地において、ワンストップで予約から購入までできるWEBサイトを通じて、一般向け販売を促進した。また、着地においては、観光客がストレスなくスムーズに周遊できるよう、複数の公共交通機関を利用し最適な経路検索結果を示すサービスの提供を観光ポータルサイト「ながさき旅ネット」内で行った。	活動指標	県内周遊旅行商品(エスコート型)造成タイプアップ数(商品)	32	34	106%	●事業の成果 ・本県に点在する世界遺産、日本遺産等の周遊型旅行商品の造成支援に取り組んだ結果、目標には届かなかったものの21商品の造成につながった。 ●事業群の目標(指標達成)への寄与 ・旅行商品造成支援を行うことにより、関西圏からの誘客に寄与した。	○
				34,635	23,423	9,566					32	21	65%		
				30,390	19,354	9,568					32				
		観光振興課		成果指標	県内周遊旅行商品(エスコート型)利用者数(人)	11,520			3,568	31%					
		11,520	集計中			—									
		11,520													
4	取組項目 iv	関西・長崎の魅力総合発信事業費	H28-R円	21,856	10,928	5,632	企業・自治体	九州新幹線西九州ルート開業を見据え、沿線自治体や交通事業者等と連携して、県産品や観光の魅力を総合的に発信し、誘客促進を図った。	活動指標	自治体等タイプアップ延べ数(件)	1	3	300%	●事業の成果 ・30年度は、JR西日本との連携により新幹線を利用した旅行商品による送客増に努めたほか、佐賀県との連携によりフリーマガジンを制作し京都・大阪でイベントを開催するなど情報発信を行った結果、宿泊者数は29年度と比べ約3.2%増の約40,000人増加した。 ●事業群の目標(指標達成)への寄与 ・JR西日本や佐賀県と連携した関西地方でのキャンペーン等により、関西圏からの誘客に寄与した。	○
				18,253	9,127	3,986					2	3	150%		
				7,130	3,565	3,987					1				
		観光振興課		成果指標	関西圏・中国圏からの宿泊者数伸び率(主要宿泊施設)(%)	+6.6			-1.3	0%					
		+6.6	+3.2			48%									
		+6.6													

### 3. 実績の検証及び解決すべき課題と解決に向けた方向性

i) 関西圏を主なターゲットとした魅力ある観光地づくりと誘客戦略の展開
<ul style="list-style-type: none"> <li>・阪急阪神ホールディングスやJR西日本等とのタイプアップ事業により、長崎県産品の購入経験者率は増加(81.7%(H27.3月)→84.1%(H31.3月))しており、関西圏における県産品の認知度向上につながっていると考えられる。引き続き関西圏に対して本県の歴史・文化、観光、物産の魅力を総合的に発信し、県産品のブランド力向上及び消費拡大並びに誘客を図っていく。</li> <li>・関西・中国エリアからの宿泊者数は、対前年比3.2%増と増加しており、情報発信強化による関西・中国エリアからの集客と、学校や旅行会社セールス等のさらなる強化による修学旅行の誘致にも力を入れる必要がある。</li> </ul>
ii) 3県(長崎・熊本・大分)と連携した観光周遊ルートの商品化、及び催行
<ul style="list-style-type: none"> <li>・九州横断3県への周遊及び宿泊客増を図るために、「九州横断ゴールドルート」をテーマとした旅行商品に対する広告支援・催行支援を実施した。複数の旅行会社にセールスを行ったものの、造成は2商品となった。今後も、各県と協議を行いながらより効果的な事業を展開していく。また、九州観光推進機構がプロモーションを行っている首都圏等以外の新たな市場開拓をする必要があり、反応が良く九州への関心が高かった北海道の観光展に出展するなどして、引き続き誘客を図っていく。</li> </ul>
iii) 地域の特色を活かした回遊ルートの形成・発信
<ul style="list-style-type: none"> <li>・「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」に加え、3つの「日本遺産」等を有効に活用するとともに、本県の宿泊客増を牽引している「長崎市」、「佐世保市(ハウステンボス)」を核としながら、国内外からの誘客促進を図り、県内周遊を促進させるため、旅行会社と連携し、主にエスコート型旅行商品を造成し誘客を図った。</li> <li>・また、観光客が県内をスムーズに周遊し、世界遺産や日本遺産を中心とした着地型旅行商品の販売を促進するために、発地において、ワンストップで予約から購入までできるWEBサイトを通じて一般向けに販売した。着地においては、観光客がストレスなくスムーズに周遊できるよう、複数の公共交通機関を利用し最適な経路検索結果を示すサービスの提供を観光ポータルサイト「ながさき旅ネット」内で行った。今後も着地型旅行商品販売による効果的な発信等により、県内の周遊促進を図っていく必要がある。</li> </ul>
iv) 関西圏・中国圏との交流促進
<ul style="list-style-type: none"> <li>・世界遺産登録効果により関西圏・中国圏からの宿泊者数の伸び率が増加に転じたことから、目標は達成できなかったが、関西圏からの誘客には寄与できた。H31年度は、より効果的でターゲットを絞った発信を行うこととし、佐賀県との連携事業に集中するとともに、引き続き大阪事務所等と連携し、継続的に誘客活動を行っていく。</li> </ul>

#### 4. 令和元年度見直し内容及び令和2年度実施に向けた方向性

事業番号	取組項目	事務事業名	令和元年度事業の実施にあたり見直した内容 (令和元年度の新たな取組は「R元新規」等と記載、見直しが無い場合は「-」と記載)	令和2年度事業の実施に向けた方向性		
				事業構築の視点	見直しの方向	見直し区分
1	取組項目 i	関西・長崎の魅力総合発信事業費(物産)	JR西日本との連携による情報発信事業を廃止し、阪急HDとの連携等による情報発信をさらに強化していくことで、関西圏からの誘客促進に努める。	⑨	関西圏で長崎県産品を「購入したことがある」人の割合を一定向上させることができたことから本事業は終了とし、今後は新たに策定された新幹線のアクションプランと連携を図りながら、県内外において「長崎の食」のイメージアップに向けた新たな取組を行う。	終了
2	取組項目 ii	広域観光共同宣伝事業費 うち九州横断長崎・熊本・大分広域観光振興事業費	観光展については、効果的なPRを行なうために内容を精査しながら継続出展し、民間事業者とタイアップした情報発信等によって認知度向上および九州横断3県への誘客につなげる。	②	熊本県、大分県と連携し、九州横断3県でのセールスが効果的な新たな市場の開拓を進めるとともに、テーマ性のある広域周遊ルートの提案・開発等を行い、誘客を促進していく。	改善
3	取組項目 iii	周遊観光スマート化推進事業費	これまでに造成した着地型旅行商品の改善を図りながら、首都圏での効果的な発信を行う等、商品の販売強化に取り組む。	②	本事業は、本年度で終了予定だが、着地型旅行商品造成・販売促進事業に関しては、これまでに造成した着地型旅行商品について大手旅行会社へのセールス活動を強化するとともに、一般向けには、着地型旅行商品等を販売するWEBサイトの認知度を高める必要がある。また、県内周遊旅行商品造成タイアップについては、旅行会社とも協議しながら、より多く送客できる商品への磨き上げを推進していく。	終了
4	取組項目 iv	関西・長崎の魅力総合発信事業費(観光)	交通事業者等と連携した情報発信事業を廃止し、佐賀県との連携による観光情報発信をさらに強化していくことで、関西圏からの誘客促進に努める。	②	本事業は、本年度終了予定だが、引き続き、佐賀県と連携した誘客促進事業に取り組むとともに、西九州ルート開業に合わせたキャンペーン事業の検討を行う。	終了

注：「2. 平成30年度取組実績」に記載している事業のうち、平成30年度終了事業、100%国庫事業などで県の裁量の余地がない事業、公共事業評価対象事業、研究事業評価対象事業、指定管理者制度導入施設評価対象事業については、記載対象外としています。

#### 【事業構築の視点】

- ① 視点① 事業群としての成果目標に対し、特に効果が高い事業の見極め、事業の選択と集中ができているか。
- ② 視点② 指標の進捗状況に応じて、その要因分析及びさらに高い効果を出すための工夫、目標に近づけるための工夫を検討・実施できているか。
- ③ 視点③ 人員・予算を最大限効果的に活用するための事務・事業の廃止・見直しができているか。
- ④ 視点④ 政策間連携により事業効果が高められないか。事業群としてリーダーの明確化、関係課の役割分担・協力関係の整理ができているか。
- ⑤ 視点⑤ 県と市町の役割分担・協力関係の整理・認識共有ができているか。
- ⑥ 視点⑥ 県と民間の役割分担・協力関係の整理・認識共有ができているか。
- ⑦ 視点⑦ 戦略的に関係者の行動を引き出せているか。
- ⑧ 視点⑧ 国制度等の最大限の活用が図られているか。国へ政策提案(制度改正要望)する必要はないか。
- ⑨ 視点⑨ 経済情勢等、環境の変化に対応した効果的・適切な見直しとなっているか。
- ⑩ その他の視点