

事業群評価調書(令和2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) 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。						(取組項目) 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) 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。 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が、夏の繁忙期に台風や記録的大雨等の影響に伴う旅行キャンセルの発生等により目標を達成することはできなかった。観光客延べ数が過去最高となった前年度と比べ2.6%減の約33,000人減少した。
	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)	
			実績値②	-	-16.8%	-1.3%	+3.2%	-2.6%	進捗状況	
		②/① (達成率)		0%	0%	48%	0%		遅れ	

2. 令和元年度取組実績(令和2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 (令和元年度事業の実施状況 (令和2年度新規・補正事業は事業内容))	指標(上段:活動指標、下段:成果指標)				令和元年度事業の成果等	中核事業	
				H30実績	うち一般財源	人件費(参考)			指標	主な目標	H30目標	H30実績			達成率
				R元実績							R元目標	R元実績			
R2計画	R2目標	R2実績													
1	取組項目 i	関西・長崎の魅力総合発信事業費	(R元終了) H28-R元	34,878	17,949	3,998	企業・自治体	交通事業者(阪急阪神HD、ANA・JAL)等との連携により、物産・観光プロモーション、レストランフェア、「食」セミナー、キャンペーン等を展開し、県産品や観光等の魅力を総合的に発信することで、県産品の認知度向上及び販路拡大、誘客促進を図った。	活動指標	交通事業者等タイプアップ延べ数(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92.0%(R元)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。	○
				18,583	9,705	2,386					4	4	100%		
		物産ブランド推進課				根拠法令	-	成果指標	長崎県産品購入者率(%)	83.5	84.1	100%			
										84.0	92.0	109%			
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	H21-	903	903	1,594	企業・自治体	3県合同で北海道旅行博に出展した。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。なお、三県協議会において、造成を1本とし連動して情報発信を行うことになった。TVロケと放映を実施したことで、効果的にメディア露出が出来た。	
				1,222	1,222	1,591					1	1	100%		
		観光振興課				根拠法令	-	成果指標	3県周遊ツアーの造成(本)	3	2	66%			
										3	1	33%			
										1					



### 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

<p>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</p> <p>●実績の検証及び解決すべき課題</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・阪急阪神ホールディングス等とのタイアップ事業により、長崎県産品の購入経験者率は増加(81.7%(H26年度)→92.0%(R元年度))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。</li> <li>・関西圏・中国圏からの宿泊者数の伸び率は過去最高であった前年と比べ減少に転じた。また今後は、新型コロナウイルス感染症の影響が予測される。</li> </ul>	<p>●課題解決に向けた方向性</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・九州新幹線西九州ルート開業を見据え、今後は関西圏及び首都圏に対して、交通事業者・メディア等の活用により、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>・新型コロナウイルス感染症の拡大防止に努めつつ、国や市町、民間事業者と連携しながら観光客回復のための誘致を行っていく。</li> </ul>
<p>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</p> <p>●実績の検証及び解決すべき課題</p> <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、北海道旅行博に3県合同で出展した。また、「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を実施した。造成は1商品であったものの、旅行博と連動したチラシの作成や、3県ロケを行ったTV番組での紹介などで認知度向上を図ることができた。今後も効果的な誘客を行うためには、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が必要である。</li> </ul>	<p>●課題解決に向けた方向性</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・熊本県、大分県とともに連携したPRを行うとともに、認知度向上のために継続した取組が必要であり、3県でのPRが効果的な地域での情報発信や商品造成支援を継続して行う。</li> </ul>
<p>iii 地域の特色を活かした回遊ルートの形成・発信</p> <p>●実績の検証及び解決すべき課題</p> <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。また、観光客が県内をスムーズに周遊するための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よう、Webサイトを通じた一般向け販売を実施。今後は、新型コロナウイルスの感染拡大により、これからの旅行については三密を避けるなど「新しい生活様式」に沿ったスタイルに対応させる必要があり、これまで造成してきた商品についても旅行者が安心して旅行できる内容に磨き上げていく必要がある。</li> </ul>	<p>●課題解決に向けた方向性</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・今後も九州観光推進機構と連携しながら、着地型旅行商品の販売促進を図るとともに、効果的な情報発信により、県内の周遊促進を図っていく。</li> </ul>
<p>iv 関西圏・中国圏との交流促進</p> <p>●実績の検証及び解決すべき課題</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・関西圏・中国圏からの宿泊者数の伸び率は過去最高であった前年と比べ減少に転じた。しかしながら、佐賀県との連携によって制作したフリーマガジンにおいて、関西圏に対して両県の新たな魅力を提供できた。関西からの誘客に取り組むためには、引き続き、佐賀県との連携が必要。</li> </ul>	<p>●課題解決に向けた方向性</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・新幹線西九州ルートの開業を見据えて、開業効果を沿線地域だけでなく広域的な誘客につなげるよう佐賀県と連携して取り組む。</li> </ul>

#### 4. 令和2年度見直し内容及び令和3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2年度事業の実施にあたり見直した内容 (令和2年度の新たな取組は「R2新規」等と記載、見直しがいない場合は「-」と記載)	令和3年度事業の実施に向けた方向性		
		所管課(室)名		事業構築の視点	見直しの方向	見直し区分
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
		観光振興課				
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を磨き上げ、販売促進するとともに、旅行会社への働きかけにより効果的な商品造成を促す。	②	引き続き九州観光推進機構と連携しながら、着地型旅行商品の磨き上げを図るとともに、効果的な情報発信により、県内の周遊促進を図っていく。また、県内周遊旅行商品造成タイアップについては、支援内容の見直しなど旅行会社とも協議しながら、より多く送客できる商品造成を推進していく。	改善
		観光振興課				

注:「2. 令和元年度取組実績」に記載している事業のうち、令和元年度終了事業、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