

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和 7 年 9 月 16 日

1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを ○で囲むこと	広域連携DMO・ <u>地域連携DMO</u> ・地域DMO	
観光地域づくり法人の名称	一般社団法人 長崎県観光連盟	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 長崎県全域	
所在地	長崎県長崎市尾上町 3 番 1 号	
設立時期	昭和 62 年 6 月 3 日（前身組織「長崎県観光連合会」は昭和 12 年 5 月設立）	
事業年度	4 月 1 日から翌年 3 月 31 日までの 1 年間	
職員数	26 人【常勤 26 人（正職員 5 人・契約/嘱託職員 13 人・出向等 8 人）】	
代表者（トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者）	（氏名） 嶋崎 真英 （出身組織名） 長崎自動車（株）	（一社）長崎県観光連盟会長 （令和 5 年 6 月 14 日就任） 長崎自動車（株）代表取締役会長グループCEOを務め、幅広い分野において豊富な経験と人脈、強いリーダーシップを有し、本県観光産業の振興を牽引。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（CMO：チーフ・マーケティング・オフィサー）	（氏名） 田中 秀明「専従」 （出身組織名） （一社）長崎県観光連盟	（一社）長崎県観光連盟 総務企画部マーケティング室長 IT 系民間企業の経験を有する職員で、当連盟では国内誘致部と総務企画部を経て、令和 6 年 4 月から観光マーケティング部門の責任者として業務に従事。
財務責任者（CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー）	（氏名） 深堀 晶子「専従」 （出身組織名） 長崎県	（一社）長崎県観光連盟 総務企画部長 長崎県庁において観光や地域振興をはじめ幅広い経験を有する職員で、令和 7 年 4 月から当連盟派遣となり、財務部門の責任者として業務に従事。
総括責任者	（氏名） 明石 克磨「専従」 （出身組織名） 長崎県	（一社）長崎県観光連盟 専務理事 長崎県庁において観光や地域振興に関する豊富な経験を有する職員で、令和 5 年 4 月から当連盟派遣となり、総括責任者として業務に従事。

国内誘致部門の責任者	(氏名) 石田 学「専従」 (出身組織名) (株) J T B	(一社) 長崎県観光連盟 統括営業部長兼国内誘致部長 JTB では教育旅行の発地営業に関する豊富な経験を有する職員で、令和 7 年 2 月から当連盟出向となり、統括営業部長(同年 4 月から国内誘致部長を兼務)として業務に従事。
海外誘致部門の責任者	(氏名) 藤澤 英忠「専従」 (出身組織名) 長崎県	(一社) 長崎県観光連盟海外誘致部長 長崎県庁において商工や議会をはじめ幅広い経験を有する職員で、令和 4 年 4 月から当連盟派遣となり、海外誘致部門の責任者として業務に従事。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	【役割】 ・観光振興施策の推進、情報共有等 【地方公共団体】 ・長崎県文化観光国際部 (観光振興課、インバウンド推進課、文化振興・世界遺産課、国際課、ながさきピース文化祭課、物産ブランド推進課、スポーツ振興課) ・県内各市町(観光担当課)、長崎県市長会、長崎県町村会	
連携する事業者名及び役割	【役割】 ・観光振興施策の推進(受入環境整備やプロモーション)、情報共有等 【事業者】 ・県内各市町観光協会等(地域連携 DMO、地域 DMO を含む) ・長崎県旅館ホテル生活衛生同業組合 ・(一社) 日本旅館協会長崎県支部 ・長崎県教育旅行誘致促進協議会 ・長崎県商店街振興組合連合会 ・関係事業者(宿泊施設、観光施設、交通運輸、旅行業、金融機関、マスメディア、広告・印刷、土産品・飲食店など) ・広域観光振興団体((公社) 日本観光振興協会、(一社) 九州観光機構) ※詳細は「理事・監事名簿」及び「会員名簿」をご参照ください。	
官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み	【該当する登録要件】① 当連盟は、県内各市町や観光協会等をはじめ、宿泊施設、観光施設、交通運輸、旅行業、金融機関、マスメディア、広告・印刷、土産品・飲食店など多様な関係団体(令和 7 年 6 月 17 日現在 324 団体)を会員とし、主な代表者及び長崎県文化観光国際部の幹部職員(部長、政策監、観光振興課長・企画監及びインバウンド推進課長)が役員となり、役員は理事会において、会員は総会において当連盟の意思決定に参画している。 また、教育旅行誘致及びインバウンド推進にあたっては、当連盟が主導して行政や関係団体等で構成する「長崎県教育旅行誘致促進協議会」及び「インバウンド推進委員会」を設置し、連携施策等に関する合意形成を図っている。 このほか、県内各地で地域別意見交換会を実施し、関係市町や観光協会等との情報共有とコミュニケーションを図り、各地域とのネットワーク強化に努めている。	

地域住民に対する 観光地域づくりに 関する意識啓発・ 参画促進の取組	(単独県による地域連携DMOのため省略)						
法人のこれまでの 活動実績	【活動の概要】 <table> <tr> <th>事業</th><th>実施概要</th></tr> <tr> <td>情報発信・ プロモーション</td><td> 【令和6年度事業】 ①広域周遊化誘客促進事業 ・全国誘客イベント出展（ツーリズム EXPO ジャパンなど） ・交通事業者や旅行会社とのタイアップキャンペーン ・国内誘客活動（旅行会社セールスや商談会等） ・「長崎県教育旅行誘致促進協議会」の設立及び誘致活動 ②観光DX・プロモーション事業 ・観光DMP「SCOPE NAGASAKI」の運用、デジタルプロモーションの実施 ・公式観光WEBサイト「ながさき旅ネット」の運用 ・公式ライター（#ナガサキタビブ）の活用 ・生成AIの機能を活用した「AI長崎旅プラン」の始動 ・フリーマガジン「SとN」第8号の制作（佐賀県連携） ③マニアが集う長崎プロジェクト事業 ・本県を舞台とする映画やドラマ等のロケ支援 ・商談会出展等のロケ誘致活動 ・アニメ映画とのコラボキャンペーンの実施 ・特集ページ「長崎のロケ地巡り旅」の開設 ④長崎県情報発信促進事業 ・ポケモンを活用したスタンプラリーの実施 ⑤世界遺産情報戦略・発信事業 ・公式観光WEBサイト「ながさき旅ネット」内に潜伏キリシタン関連遺産の特集ページ作成 ⑥インバウンド需要創出拡大事業 ・重点市場等における海外旅行フェア出展、商談会等 ⑦インバウンドプロモーション強化事業 ・重点市場等におけるメディア・旅行会社連携PR等 ・海外事務所（上海/ソウル）やレップ（台湾/香港）の活用 ⑧海外向け認知度向上推進事業 ・多言語WEBサイト「Discover Nagasaki」の運用 ・多言語SNSの運用 </td></tr> <tr> <td>受入環境の 整備</td><td> 【令和6年度事業】 ①「長崎の宿」品質・おもてなし向上事業 ・宿泊施設品質認証制度「サクラクオリティ」の推進 ・観光関係者に対する「おもてなしワッペン」の着用推進 ・おもてなし力向上のためのセミナー開催 ・地域別意見交換会の実施 ②しま旅受入体制整備事業 ・国境離島地域における教育旅行プログラムの充実等 ③インバウンド受入環境ステップアップ事業 ・飲食店の多言語メニュー化等 </td></tr> </table>	事業	実施概要	情報発信・ プロモーション	【令和6年度事業】 ①広域周遊化誘客促進事業 ・全国誘客イベント出展（ツーリズム EXPO ジャパンなど） ・交通事業者や旅行会社とのタイアップキャンペーン ・国内誘客活動（旅行会社セールスや商談会等） ・「長崎県教育旅行誘致促進協議会」の設立及び誘致活動 ②観光DX・プロモーション事業 ・観光DMP「SCOPE NAGASAKI」の運用、デジタルプロモーションの実施 ・公式観光WEBサイト「ながさき旅ネット」の運用 ・公式ライター（#ナガサキタビブ）の活用 ・生成AIの機能を活用した「AI長崎旅プラン」の始動 ・フリーマガジン「SとN」第8号の制作（佐賀県連携） ③マニアが集う長崎プロジェクト事業 ・本県を舞台とする映画やドラマ等のロケ支援 ・商談会出展等のロケ誘致活動 ・アニメ映画とのコラボキャンペーンの実施 ・特集ページ「長崎のロケ地巡り旅」の開設 ④長崎県情報発信促進事業 ・ポケモンを活用したスタンプラリーの実施 ⑤世界遺産情報戦略・発信事業 ・公式観光WEBサイト「ながさき旅ネット」内に潜伏キリシタン関連遺産の特集ページ作成 ⑥インバウンド需要創出拡大事業 ・重点市場等における海外旅行フェア出展、商談会等 ⑦インバウンドプロモーション強化事業 ・重点市場等におけるメディア・旅行会社連携PR等 ・海外事務所（上海/ソウル）やレップ（台湾/香港）の活用 ⑧海外向け認知度向上推進事業 ・多言語WEBサイト「Discover Nagasaki」の運用 ・多言語SNSの運用	受入環境の 整備	【令和6年度事業】 ①「長崎の宿」品質・おもてなし向上事業 ・宿泊施設品質認証制度「サクラクオリティ」の推進 ・観光関係者に対する「おもてなしワッペン」の着用推進 ・おもてなし力向上のためのセミナー開催 ・地域別意見交換会の実施 ②しま旅受入体制整備事業 ・国境離島地域における教育旅行プログラムの充実等 ③インバウンド受入環境ステップアップ事業 ・飲食店の多言語メニュー化等
事業	実施概要						
情報発信・ プロモーション	【令和6年度事業】 ①広域周遊化誘客促進事業 ・全国誘客イベント出展（ツーリズム EXPO ジャパンなど） ・交通事業者や旅行会社とのタイアップキャンペーン ・国内誘客活動（旅行会社セールスや商談会等） ・「長崎県教育旅行誘致促進協議会」の設立及び誘致活動 ②観光DX・プロモーション事業 ・観光DMP「SCOPE NAGASAKI」の運用、デジタルプロモーションの実施 ・公式観光WEBサイト「ながさき旅ネット」の運用 ・公式ライター（#ナガサキタビブ）の活用 ・生成AIの機能を活用した「AI長崎旅プラン」の始動 ・フリーマガジン「SとN」第8号の制作（佐賀県連携） ③マニアが集う長崎プロジェクト事業 ・本県を舞台とする映画やドラマ等のロケ支援 ・商談会出展等のロケ誘致活動 ・アニメ映画とのコラボキャンペーンの実施 ・特集ページ「長崎のロケ地巡り旅」の開設 ④長崎県情報発信促進事業 ・ポケモンを活用したスタンプラリーの実施 ⑤世界遺産情報戦略・発信事業 ・公式観光WEBサイト「ながさき旅ネット」内に潜伏キリシタン関連遺産の特集ページ作成 ⑥インバウンド需要創出拡大事業 ・重点市場等における海外旅行フェア出展、商談会等 ⑦インバウンドプロモーション強化事業 ・重点市場等におけるメディア・旅行会社連携PR等 ・海外事務所（上海/ソウル）やレップ（台湾/香港）の活用 ⑧海外向け認知度向上推進事業 ・多言語WEBサイト「Discover Nagasaki」の運用 ・多言語SNSの運用						
受入環境の 整備	【令和6年度事業】 ①「長崎の宿」品質・おもてなし向上事業 ・宿泊施設品質認証制度「サクラクオリティ」の推進 ・観光関係者に対する「おもてなしワッペン」の着用推進 ・おもてなし力向上のためのセミナー開催 ・地域別意見交換会の実施 ②しま旅受入体制整備事業 ・国境離島地域における教育旅行プログラムの充実等 ③インバウンド受入環境ステップアップ事業 ・飲食店の多言語メニュー化等						

観光資源の
磨き上げ

【令和 6 年度事業】

①「長崎の食＋（プラス）」魅力創出事業

- ・ OTA を活用して飲食店利用を促す宿泊キャンペーンの実施
（じゃらんフォーラム 2025「元気な地域大賞」を受賞）
- ・ 地元回転寿司店を活用した「美味魚」フェアの実施

②「みんなで磨く！観光まちづくり」推進事業

- ・ 専門人材の活用による観光コンテンツの開発支援
- ・ 大村湾沿岸地域の魅力発信

③海業チャレンジ応援事業

- ・ 専門人材の活用による海業コンテンツの開発支援

④しま旅滞在促進事業

- ・ 国境離島地域を目的地とする旅行商品の造成支援

⑤ディスカバーNAGASAKI・周遊促進事業

- ・ 観光コンテンツの外国人向けカスタマイズ

⑥アドベンチャーツーリズム事業

- ・ 旅行会社等招聘モニターツアーの実施

【定量的な評価】

- ・ 令和 6 年延べ宿泊者数（単位：人泊／出典：観光庁宿泊旅行統計調査）

	令和 6 年	令和 5 年	R6/R5	令和元年	R6/R1
長崎県	7,637,820	7,588,930	100.6%	7,248,850	105.4%
日本人	6,994,560	7,125,460	98.2%	6,495,540	107.7%
外国人	643,260	463,470	138.8%	753,310	85.4%

- ・ 国内外誘客プロモーションによる送客実績（単位：人、人泊）

事業区分		実績
国内	交通事業者や旅行会社とのタイアップキャンペーン	9,417 人
	OTA を活用して飲食店の利用を促す宿泊キャンペーン	6,674 人泊
	大村湾関連商品	205 人
離島	「長崎しま旅」旅行商品	28,231 人泊
海外	中国市場	3,340 人
	韓国市場	14,806 人泊
	台湾市場	8,364 人

- ・ 公式観光 WEB サイト（単位：PV 数）

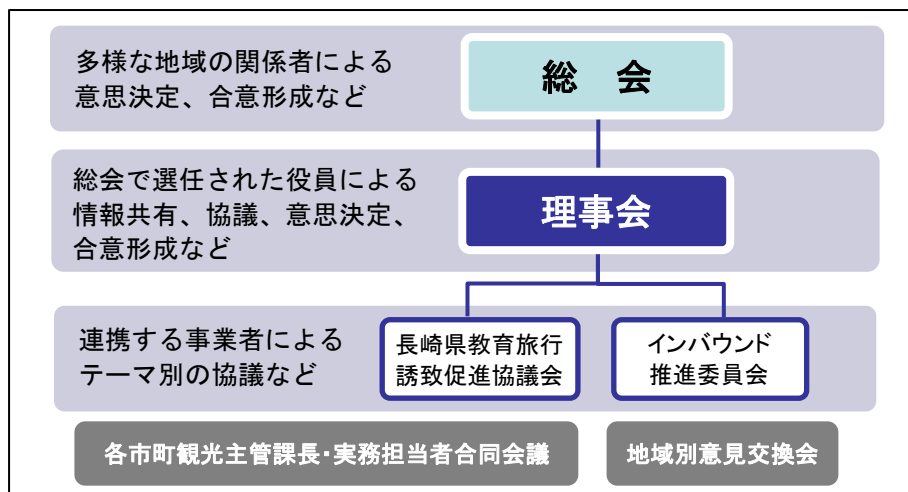
	令和 6 年度	令和 5 年度	前年比
ながさき旅ネット	11,623,681	12,071,184	96.3%
Discover Nagasaki	—	—	—
英 語	402,124	279,191	144.0%
繁体字	270,795	276,865	97.8%
韓国語	124,362	98,779	125.8%
簡体字	334,754	40,814	820.1%

実施体制

【実施体制の概要】

（一社）長崎県観光連盟が主体となり、県内各市町や観光協会等をはじめ、宿泊施設、観光施設、交通運輸、旅行業、金融機関、マスメディア、広告・印刷、土産品・飲食店など多様な関係団体（令和 7 年 6 月 17 日現在 324 団体）を会員とし、主な代表者及び長崎県文化観光国際部の幹部職員（部長、政策監、観光振興課長・企画監及びインバウンド推進課長）が役員となり、役員は理事会において、会員は総会において当連盟の意思決定に参画し、県域内の官民が密接に連携した運営を実施。

【実施体制図】



2. 観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲】



【区域設定の考え方】

当連盟は従来から長崎県や各市町、観光関連団体、観光事業者等と緊密に連携し、「長崎県全域」を対象として、国内外からの誘客促進をはじめ、受入環境整備など広域的な観光振興施策の推進に取り組んでおり、本計画においても同様に「長崎県全域」を対象区域として設定。

※長崎県/面積：4,130.99ha (R4) /人口1,248,187人/世帯：558,597世帯 (R7年1月1日現在)

【観光客の実態等】

令和6年の訪日外国人旅行者数(全国)は、前年比47.1%増の約3,687万人、年間消費額は前年比53.4%増の約8.1兆円となり、いずれも過去最高を記録した。

令和6年分の観光庁宿泊旅行統計調査(長崎県)によると、国内市場では全国旅行支援の終了に伴う反動減などが一部見られ、前年実績には及ばなかったものの、全体としては長崎スタジアムシティの開業や長崎～ソウル線の再開など、追い風となる複数の要因や官民を挙げた施策展開の効果なども相まって、年間の県内宿泊者数はコロナ禍前を超える水準まで回復した。

・ 令和6年延べ宿泊者数(単位：人泊/出典：観光庁宿泊旅行統計調査)

	令和6年	令和5年	R6/R5	令和元年	R6/R1
全国	659,064,530	617,474,940	106.7%	595,921,480	110.6%
日本人	494,601,930	499,723,490	99.0%	480,265,130	103.0%
外国人	164,462,600	117,751,450	139.7%	115,656,350	142.2%
長崎県	7,637,820	7,588,930	100.6%	7,248,850	105.4%
日本人	6,994,560	7,125,460	98.2%	6,495,540	107.7%
外国人	643,260	463,470	138.8%	753,310	85.4%

令和 6 年の長崎県観光統計によると、宿泊客は、全国旅行支援をはじめとする旅行キャンペーン終了後の反動減が見られたものの、新規ホテルや大型複合施設「長崎スタジアムシティ」の開業、北部九州総体や日本スポーツマスターズの開催、国際航空路線や国際航路の運航再開による外国人観光客の増加などにより、延べ宿泊者客数は令和 3 年から 4 年連続で増加し、前年から 21 万人増の 748 万人（前年比+2.9%）となった。

日帰り客は、「長崎ランタンフェスティバル」や「島原城築城 400 年記念イベント」などの集客が好調であったことや、国際クルーズ客船の入港増加などにより、前年から 31 万人増の 1,727 万人（前年比+1.8%）となった。

観光消費額は、前年から 615 億円増の 4,587 億円（前年比+15.5%）となり、公表値としては過去最高を記録した。内訳を見ると、日帰り客は 1,992 億円（前年比+15.6%）、宿泊客は 2,595 億円（前年比+15.4%）となった。平均単価では、日帰り客は 11,536 円（前年比+13.6%）、宿泊客は 42,884 円（前年比+11.7%）となり、観光消費額と同様、公表値としては過去最高を記録した。

・長崎県観光統計（単位：人 ※観光消費額を除く）

	令和 2 年	令和 3 年	令和 4 年	令和 5 年	令和 6 年
観光客延べ数	19,007,812	19,222,144	25,230,074	30,094,839	30,804,676
日帰り客数	11,100,488	11,364,856	14,064,227	16,963,016	17,270,638
宿泊客延べ滞在数	7,907,324	7,857,288	11,165,847	13,131,823	13,534,038
延べ宿泊客数	4,425,045	4,446,305	6,320,373	7,274,118	7,483,382
外国人延べ宿泊客数	123,602	74,257	113,509	544,468	732,186
修学旅行宿泊者数	191,344	340,147	479,478	420,519	379,328
観光消費額（百万円）	187,255	185,941	273,145	397,184	458,708

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

	観光関連施設	自然・レジャー	歴史・文化	食・特産品	左記以外
長崎・西彼・県央	・出島 ・長崎孔子廟 ・グラバー園 ・長崎歴史文化博物館、長崎県美術館 ・長崎原爆資料館 ・長崎スタジアムシティ ・ベネックス恐竜博物館 ・i+Land nagasaki ・ペンギン水族館 ・軍艦島デジタルミュージアム ・旧長崎英国領事館 ・道の駅 夕陽が丘そとめ ・諫早市美術・歴史館 ・道の駅 いいもりじゃがロード ・道の駅 長崎街道 鈴田峠 ・おおむら夢ファーム シュシュ	・世界新三大夜景ツアー ・長崎水辺の森公園 ・ペーロン ・白木峰公園 ・諫早公園 ・フルーツバス停 ・大村公園（桜・花菖蒲） ・野岳湖公園 ・ガラスの砂浜 ・フォレストアドベンチャー おおむら長崎 ・大村湾サイクルーシング ・時津町 崎野自然公園 ・農林漁業体験民泊	・明治日本の産業革命遺産（軍艦島上陸ツアーなど） ・南山手 グラバー園 歴史講座 ・潜伏キリシタン関連遺産（大浦天主堂、外海の大野集落、外海の出津集落） ・キリシタンの里 そとめツアー ・遠藤周作文学館 ・長崎検番 ・眼鏡橋 ・平和公園 ・精霊流し ・長崎くんち ・長崎ランタンフェスティバル ・松原宿	・さしみシティ ・長崎白鉄火 ・料亭料理 ・長崎新地中華街 ・いさはや楽焼うなぎ ・大村湾漁協本マングロ解体ショー ・長崎街道かもめ市場 ・つきまち長崎横丁 ・長崎ちゃんぽん ・長崎皿うどん ・鯨料理 ・トルコライス ・カステラ ・ミルクセーキ ・諫早おこし ・大村寿司 ・諫早牡蠣街道 ・長崎和牛 ・長崎県産酒	・D&S 列車「ふたつ星 4047」 ・長崎さるく（長崎ストリーズ） ・e-bike ガイドツアー ・長崎バス 1日・24 時間 PASS プラス ・路面電車 ・ちょこっといさはや観光タクシー ・ボートレース 大村 ・長与シーサイドマルシェ ・ロケ地巡り
佐世保・西海・東彼	・ハウステンボス ・九十九島パールシーリゾート ・福井洞窟ミュージアム ・させぼ五番街 ・長崎バイオパーク ・音浴博物館 ・道の駅 さいかい ・道の駅 彼岸の荘 ・Sorrisorisio ・千綿駅 ・三川内焼美術館 ・陶器の館交流センター	・展海峰 ・九十九島観光公園 ・佐世保花園 ・西海橋クルーズ ・OSAKI Sea Terrace ・鬼木棚田 ・ヴィラそのぎグラウンピング オートキャンプ ・佐々川遊歩道の河津桜 ・シロウオ漁体験 ・農林漁業体験民泊	・潜伏キリシタン関連遺産（黒島の集落） ・針尾送信所 ・海上自衛隊佐世保史料館セイルワ ・海軍さんの散歩道 ・SASEBO 軍港クルーズ ・陶郷中尾山 ・西の原地区 ・肥前やきもの園 ・三川内焼はまぜん祭り ・波佐見陶器まつり ・させぼ立神近代化歴史公園	・九十九島ひらまさ ・佐世保バーガー ・レモンステーキ ・外国人バー ・万津 6 区 ・MY SASRBO PASS ・海軍さんのビーフシチュー ・さいかい井フェア ・割烹堀江 ・長崎和牛 ・長崎県産酒	・YOSAKOI させぼ祭り ・きらきらフェスティバル in SASEBO ・江迎千灯籠まつり ・雪浦ウィーク ・波佐見レンタサイクル ・川棚魚雷遠距離発射場跡 ・そのぎ茶温泉 里山の湯宿 ・つわぶきの花 ・ロケ地巡り
平戸・松浦	・平戸城 ・平戸オランダ商館 ・松浦資料博物館 ・平戸市生月町博物館・島の館 ・道の駅 昆虫の里たびら ・道の駅 生月大橋 ・道の駅 松浦海のふるさと館 ・道の駅 鷹ら島	・川内峠 ・大バエ灯台 ・塩俵の断崖 ・シービューランチ ・星鹿城山 ・土谷棚田 ・イロハ島 ・オルレ ・アドベンチャーツーリズム ・農林漁業体験民泊	・平戸城 Castle Stay ・潜伏キリシタン関連遺産（平戸の聖地と集落） ・田平天主堂 ・寺院と教会の見える風景 ・平戸神楽 ・鄭成功記念館 ・鷹島神崎遺跡 ・松浦市立埋蔵文化財センター	・平戸天然ひらめまつり ・あら鍋まつり ・海の見えるごはん屋 ・平戸牛 ・カスドース ・アジフライの聖地 松浦 ・長崎県産酒	・アルベルゴ・ディフーズタウン ・ペットリゾート ブレインズ 長崎 ・ザ・トレーラーハウスビレッジ長崎ツバキプレミアム ・松浦鉄道

島原半島	・島原城 ・湧水庭園 四明荘 ・雲仙岳災害記念館 ・雲仙お山の情報館 ・雲仙ビードロ美術館 ・小浜温泉足湯ほっとふっと 105 ・千々石展望台 ・有馬キリシタン遺産館 ・原城の聖マリア観音ホール ・口之津歴史民俗資料館 ・道の駅 ひまわり	・ジオパーク ・鯉の泳ぐまち ・三十路苑 ・仁田峠 ・南島原「くだもの狩り」 ・イルカウォッチング ・サイクリング ・オルレ ・アドベンチャーツーリズム ・農林漁業体験民泊	・「島原城アカデミアツアー～草野仁と学ぶ キリシタンと島原の歴史～」 ・しまばら浪漫tic Trip「ハイカラさんが通る」 ・雲仙地獄/小浜温泉 ・The road to UNZEN 外国人が愛した雲仙～ ・潜伏キリシタン関連遺産（原城跡「ワソイカイト」） ・鍋島三線 弾兵衛正雲がご案内「鍋島邸と神代小路のまち並み」	・しまてつかフェートレイン ・島原ガンバ ・島原手延べそうめん ・具雑煮 ・がんざらし ・温泉蒸し料理（蒸し釜や） ・小浜ちゃんぽん ・じゃがちゃん ・種採り野菜 ・天幕レストラン ・長崎県産酒	・しまばらめぐりんチケット ・湯にも地獄の物語 ・UNZEN 旅チャリ ・観櫻火宴 ・ロケ地巡り
五島列島	・五島観光歴史資料館 ・五島氏庭園隠殿屋敷・心字が池 ・福江武家屋敷通りふるさと館 ・山本二三美術館 ・銚瀬ビクターセンター ・道の駅 遣唐使ふるさと館 ・鯨賓館ミュージアム ・つばき体験工房	・ジオパーク ・あぶんぜ海岸散策ツアー ・鬼岳 ・五島カントリークラブ ・大瀬崎灯台 ・魚津ヶ崎公園 ・高浜海水浴場 ・五島の椿 ・はまぐりデッキ ・シーカヤック&クリアカ ヤック体験 ・星空ナイトツアー ・沖防波堤釣り体験 ・ハマンナ ・坂本竜馬ゆかりの広場 ・矢堅目公園 ・小値賀島ガイドツアー ・野崎島 ・アドベンチャーツーリズム ・農林漁業体験民泊	・潜伏キリシタン関連遺産（久賀島の集落、奈留島の江上集落、頭ヶ島の集落、野崎島の集落跡） ・五島列島キリシタン物語 ・チャーチウィーク in 上五島教会コンサート ・五島神楽 ・日本遺産 国境の島 ・五島の昔話と民謡	・五島のキビナゴ ・五島つばき蒸留所 GOTOGIN ・五島ワイナリー ・鬼鯖鮓 ・かんころもち ・五島牛 ・新上五島漁師飯 ・上五島養殖まぐろフェア ・五島うどんの里 ・「五島手延うどん」を まるごと味わう体験プラン ・鯨料理 ・アゴ（飛魚） ・宇久島鯛めし ・長崎県産酒	・五島再生可能エネルギーツアー ・五島ワーケーション ・スポーツイベント ・オーダーメイドタクシー島旅 ・上五島国家石油備蓄基地 ・古民家ステイ ・ロケ地巡り

壱岐・対馬	・壱岐イルカパーク & リゾート ・壱岐市立一支国博物館、長崎県埋蔵文化財センター ・バナナファーム壱岐 ・壱岐出合いの村 ・対馬博物館 ・万松院 ・韓国展望所 ・環境省対馬野生生物保護センター ・ふれあい処つしま	・辰ノ島クルージング ・小島神社 ・猿岩 ・壱岐オリーブ園 ・対馬海道シーカヤックツアー ・浅茅湾クルーズ ・海遊記 ・金田城 ・鮎もどし自然公園 ・龍良山原始林 ・鰐浦のヒトツバタゴ ・舟志のもみじ街道 ・洲藻白岳獄原始林 ・アドベンチャー ツーリズム ・農林漁業体験民泊	・日本遺産 国境の島 ・御朱印巡り 22 社 ・壱岐神楽 ・対馬の歴史探訪パースポート ・豊砲台跡 ・石屋根倉庫 ・朝鮮通信使	・壱岐うに ・壱岐牛 ・クラフトビール ・とらふぐ陸上養殖場見学とランチプラン ・おみやげ横丁 shikioriori ・麦焼酎発祥の地 壱岐 ・対馬産あなご ・いりやき ・対州そば ・長崎県産酒	・壱岐ちゃり ・壱岐 バス 1 日フリーパス券 ・壱岐湯本温泉巡り ・スポーツイベント ・ロケ地巡り

・観光資源の活用方法

県内の観光素材等を集約のうえ、旅行会社等への営業ツールとして作成する「旅行商品素材集」に掲載するとともに、公式観光 WEB サイトや SNS、旅行フェアなどの国内外誘客プロモーションにおいて積極的に活用。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

(令和 6 年 4 月 1 日現在)

	旅館・ホテル		ビジネスホテル		国民宿舎等		民宿		計	
	施設数	収容人員	施設数	収容人員	施設数	収容人員	施設数	収容人員	施設数	収容人員
長崎・西彼	111	11,340	30	5,062	23	1,107	17	270	181	17,779
佐世保・西海	59	7,561	25	2,768	42	1,196	21	355	147	11,880
平戸・松浦	40	2,878	6	324	11	263	36	492	93	3,957
諫早・大村	24	913	25	2,617	8	545	5	55	62	4,130
島原半島	56	5,145	13	892	11	577	10	209	90	6,823
五島列島	56	1,711	19	513	67	929	62	694	204	3,847
壱岐	24	944	5	141	27	426	39	1,121	95	2,632
対馬	23	1,307	13	1,018	13	394	67	1,268	116	3,987
計	393	31,799	136	13,335	202	5,437	257	4,464	988	55,035

【利便性：区域までの交通、域内交通】

<トピックス>

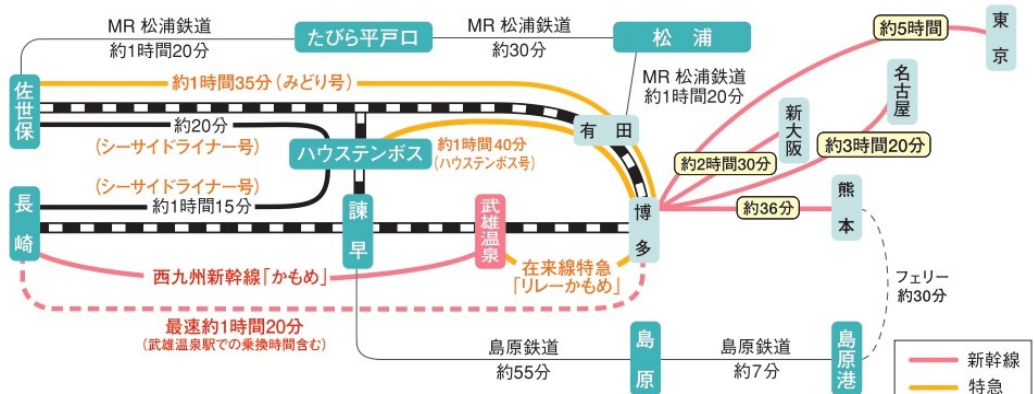
●西九州新幹線

- ・令和4年(2022年)9月23日、佐賀県と長崎県を結ぶ西九州新幹線(武雄温泉～長崎)が開業
- ・博多～長崎の所要時間が30分短縮(1時間50分⇒1時間20分)

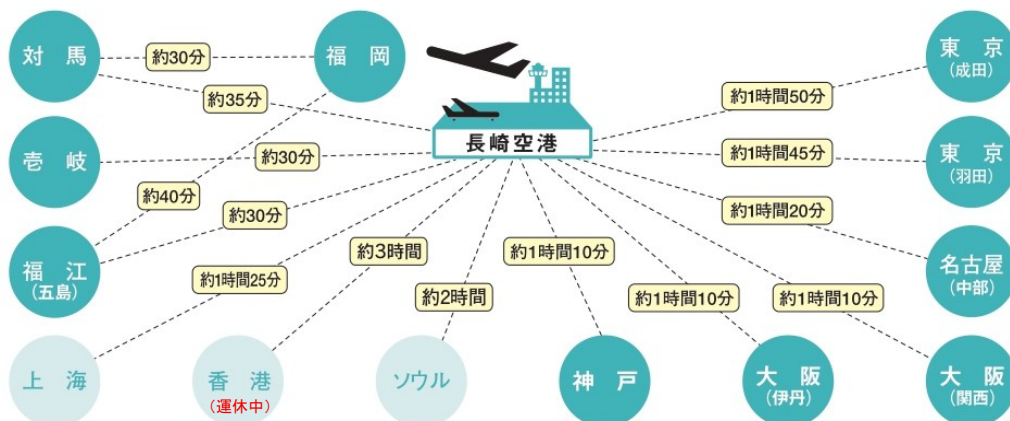
●国際航空路線

- ・令和5年10月30日から長崎～上海線の運航が3年8ヶ月ぶりに再開
- ・令和6年10月27日から長崎～ソウル線の運航が約5年7ヶ月ぶりに再開

鉄道



空路



航路

区 間	所要時間	会社名	区 間	所要時間	会社名	区 間	所要時間	会社名
多比良 ↔ 長 洲 (熊本県)	45分	有明フェリー (0957)78-2105	佐世保 ↔ 有 川	(高速船)1時間20分 (フェリー)2時間35分		茂 木 ↔ 富 岡 (熊本県)	45分 (高速船)	苓北観光汽船 (095)836-2613
口之津 ↔ 鬼 池 (熊本県)	30分	島鉄フェリー (0957)61-0057	佐世保 ↔ 小値賀	(高速船)1時間30分 (フェリー)3時間10分		ハウステンボス 時 津 ↔ 長崎空港	ハウステンボス50分 時津25分	安田産業汽船 (0957)54-4740
島 原 ↔ 熊 本	60分	九商フェリー (0957)62-3246	長 崎 ↔ 奈良尾	(ジェットfoil)1時間15分 (フェリー)2時間35分	九州商船 (0570)017510	博 多 ↔ 壱 岐 (鹿児島県)	(フェリー)2時間20分 (ジェットfoil)1時間10分	
島 原 ↔ 熊 本 (オーシャンアロー)	30分	熊本フェリー (0957)65-0701	長 崎 ↔ 福 江	(フェリー)3時間10分 (ジェットfoil)1時間25分		唐 津 ↔ 壱 岐 (印速寺)	1時間40分 (フェリー)	九州郵船 (092)281-0831
島 原 ↔ 三 池 (福岡県)	50分 (高速船)	やまさ海運 (095)822-5002	長 崎 ↔ 有 川	1時間43分 (高速船)		博 多 ↔ 対 馬 (鹿児島県)	(フェリー)4時間35分 (ジェットfoil)2時間15分	
福 江 ↔ 博 多	8時間30分 (フェリー)	野母商船 (0570)010510	長 崎 ↔ 鯛ノ浦	1時間40分 (高速船)	五島産業汽船 (0959)42-3939	博 多 ↔ 対 馬 (比田勝)	4時間55分 (フェリー)	

※所要時間は目安です。交通状況等により変動します。

【外国人観光客への対応】

外国人観光客については、コロナ禍を経て、令和 4 年 10 月に水際措置が大幅緩和されて以降、回復傾向がみられ、令和 5 年 5 月の 5 類移行に伴う水際措置の終了などもあって令和 5 年の外国人宿泊者数は大幅に回復した。

また、国際航空路線についても、令和 5 年 10 月 30 日から長崎～上海線の運航が 3 年 8 ヶ月ぶりに再開されるとともに、令和 6 年 10 月 27 日からは長崎～ソウル線の定期便運航が約 5 年 7 ヶ月ぶりに再開され、これらと連動した誘客プロモーションの効果なども奏功し、観光庁宿泊旅行統計調査による令和 6 年の外国人宿泊者数は前年比 138.8%の 643,260 人泊と大幅に増加した。

一方、国際航空路線の再開・就航が順調に推移している他県の勢いには及ばず、コロナ禍前の令和元年比では 85.4%に留まった。

令和 7 年度は、県や関係機関による国際航空路線の充実に向けた取り組みと連動し、重点市場である中国や韓国をはじめとする東アジア市場などを対象として効果的な誘客活動を展開するとともに、FIT 向けの対策として海外 OTA サイト等を活用したプロモーションに取り組むほか、県内飲食店の多言語メニュー化など受入環境の充実を図り、観光客の満足度向上につなげていく。

3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
旅行消費額	来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上などにつなげるため。	長崎県が毎年実施する観光統計調査
延べ宿泊者数 (日本人・外国人)	宿泊者数(日本人・外国人)の推移を把握するため。	長崎県が毎年実施する観光統計調査と併せて、観光庁宿泊旅行統計調査も活用
来訪者満足度	来訪者の旅行先別(都道府県別)の満足度・不満足度を把握し、戦略立案につなげるため。	(公財)日本交通公社が毎年実施する調査(旅行年報)
リピーター率	リピーター顧客の動向等を把握し、戦略立案につなげるため。	「リクルートじゃらんリサーチセンター」が実施する調査
WEBサイトへのアクセス数	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため。	公式観光WEBサイトのアクセス情報 ・ながさき旅ネット ・Discover Nagasaki(多言語)

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

(日本全体の状況)

- 観光振興は、地域の消費や雇用の拡大など関連産業の裾野が広く、大きな経済効果が期待できる重要な取組である。
- 日本の将来推計人口は令和 2 年(2020 年)比で 2035 年には 92%、2050 年には 83%まで減少することが予想され、国内観光需要の減少は避けられない状況にある。
- 一方、訪日外客数はコロナ禍から回復を遂げ、2024 年は過去最高を記録し、国は 2030 年の訪日外客数 6,000 万人、消費額 15 兆円を目標に掲げ、地方誘客・消費拡大を含め力点を置いて推進している。
- また、民間の観光調査・研究においては、今後、国内・訪日外国人の宿泊数の逆転が起こる可能性があるとの予想もある。

（長崎県の状況）

- 日本全体の人口減少に伴い国内観光需要の減少が避けられない状況にあり、本県の観光産業への大きな影響が予想される。
- 観光庁試算の「観光交流人口増大の経済効果（2019年）」では、「外国人旅行者」の観光消費額は「国内旅行者」の約2.9倍であり、2035年に「国内旅行者」が日本全体の人口に連動して8%（59万人泊）減少すると仮定した場合、現在の本県の観光消費額（3,535億円）を維持するためには、「外国人旅行者」を2019年から20万人増加させることが必要。
- 本県への外国人旅行者は回復傾向にあるものの、観光消費額や延べ宿泊者数などの目指すべき重要指標は目標を大きく下回っており、本県の延べ宿泊者数全体に占める外国人の割合も7.4%に留まっている。
- 将来にわたり国内旅行者の規模縮小が避けられない中、現在拡大傾向にある日本国内へのインバウンド需要の本県への取り込みが重要な課題となっている。
- 一方で、国内旅行者は国際情勢や為替変動等の外的要因に左右されにくく、災害やパンデミックからの回復が早いことなど安定した需要が見込めることから、全国における本県のシェアを高めるとともに、観光消費単価を引き上げていくことが重要である。

上述の状況を踏まえ、今後、本県へのインバウンド拡大を図りながら、国内においても誘客を促進し、観光消費額の拡大を目指していくためには、観光客のニーズに対応できる受入環境の整備や付加価値の高い観光コンテンツづくりの推進、本県の観光地としての認知度向上、国際定期航空路線の誘致等について強力に推進していく必要がある。

このため、当連盟では「長崎県観光振興基本計画」（令和3年度～7年度）に基づき、県や各市町、観光関連団体、観光事業者等と連携して各種施策を着実に推進するとともに、県が令和7年度中に策定を予定している「次期長崎県観光振興基本計画」も見据え、基本施策の方向性や取組などに関してより実効性の高い施策等を提案するほか、推進組織としてDMOへの成長を図りながら持続可能な観光地づくりに取り組むこととしている。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
	強み（Strengths） ①豊かな歴史と文化を背景にした多様な観光資源 （世界遺産や歴史的観光スポット、異国情緒あふれる街並み、伝統的祭りなど） ②美しい自然の魅力と景観・豊かな食文化 （美しい自然景観や多様な魅力を持つ離島、温泉地、日本初の世界ジオパーク、新鮮で豊富な食材など） ③充実した観光施設 （ハウステンボスや出島メッセ、スタジアムシティなど） ④平和学習を中心とした教育旅行 （修学旅行や平和学習の拠点、団体客対応の宿泊施設など）	弱み（Weaknesses） ①高コスト・長時間を要するアクセスと脆弱な二次交通網 （主要都市部からのアクセスの不便さ、県内二次交通の脆弱さ） ②観光資源の活用とPR不足 （観光資源のPR不足や外国人観光客を集客できる商業施設の不足） ③観光協会とDMOの組織体制 （観光協会の組織の脆弱さや県下全域を統括するDMOの不在） ④インバウンド等の受入体制整備 （インバウンド向け観光ガイド等の受入体制不足、宿泊施設の老朽化） ⑤観光客の満足度とリピーター率 （リピーター率の低さや地元住民との交流機会の少なさ、ホスピタリティ評価の低さ）
内部環境		

外部環境	機会 (Opportunity)	脅威 (Threat)
	①交通インフラとアクセスの向上 (高規格道路の開通や松が枝国際観光船埠頭2バース化など) ②観光施設整備と大型イベントの充実 (元船地区の整備やスポーツイベントの実施拡大など) ③国際交流と歴史文化の発信の節目 (長崎-上海線就航 50 周年や被爆 85 年など) ④新しい観光形態と経済・社会の変化 (デジタルノマドやエコツーリズム等新しい観光形態への注目、東アジアの経済成長、高齢化によるアクセシブルツーリズムの需要増等)	①自然災害・気候変動・感染症 (自然災害や気候変動による景観の劣化、新たな感染症の流行) ②人口減少や物価高騰などの社会・経済情勢 (経済悪化や物価高騰、人口減少による労働力・観光需要減) ③社会的要請の高まりや技術格差の拡大 (労働環境・安全・環境保護への規制強化やデジタルデバイドの拡大) ④地域交通の縮小や環境資源の劣化 (地域交通(バス、鉄道、船など)の減便、観光施設の老朽化) ⑤多様なニーズへの対応や競争激化、地域社会との調和 (観光客の嗜好のめまぐるしい変化や、オーバーツーリズム等)

(3) ターゲット

○国内市場ターゲット層

- ①西日本最大の市場である関西地区など大都市圏からの旅行者(新規誘客)
- ②リピーターとなる可能性が高い九州内からの旅行者
- ③将来の顧客となる若年層の旅行者(教育旅行を含む)

○選定の理由

次の現状を踏まえて国内市場のターゲット層を選定

【観光客数】

- ・発地別：九州 42% (福岡 21%)、関東 24%、近畿 14%、中部 9%、中四国 7%
- ・男女別：男性 48.6%、女性 51.4%
- ・年代別：(18~29 歳) 17.2%、(30 代) 11.3%、(40 代) 15.0%
(50 代) 15.1%、(60・70 代) 41.4%

- ✓ 西日本に位置しながら近畿地区からの観光客が比較的少ない。
- ✓ 九州内からの観光客が多い強みを活かすためにも継続的なプロモーションが必要。

【観光消費単価】

- ・36,031 円 (R5) (宿泊費) 13,314 円、(交通費) 6,033 円
(飲食娯楽費) 10,509 円、(土産代等) 6,175 円

- ✓ 体験コンテンツを目的に訪問する観光客が少ないこと、食事や特色のある土産物の充実を求める声も多くあり、これらを単価向上につなげる必要がある。

【観光客の滞在期間】

- ・1.24 泊 (平均宿泊数)

- ✓ ナイトタイムコンテンツや早朝コンテンツは他県と比べて少ない傾向。
- ✓ 長崎市内では主要観光スポットが集積しており、広域周遊不足の可能性もある。

【リピーター率】

・ 62.8% (R5) (九州平均) 69.9%

- ✓ 本県リピーター率の低調は、九州各県と比べて「地元ならではのおいしい食べ物」や「ホスピタリティ」の満足度が低いことが影響している可能性もある。
- ✓ 歴史的観光地が多いが、一度行けば十分となっている可能性がある。

○取組方針

「長崎県観光振興基本計画」に基づく各種施策の着実な推進とともに、県が令和 7 年度中に策定を予定している「次期長崎県観光振興基本計画」も見据えながら、次の方向性に沿って施策を展開していく。

- ①国内外から選ばれる魅力的な観光コンテンツの磨き上げ
 - ・ 長崎の魅力で旅行者を惹きつける付加価値の高い体験コンテンツの充実
 - ・ 旅行者の多様なニーズに対応した各種ツーリズムの推進
 - ・ 世界遺産など豊かな歴史と文化を活かした観光の推進
- ②ターゲットにささる戦略的プロモーションの展開
 - ・ 旅行者の関心や価値観に合わせた効果的な発信
 - ・ 広域連携による発信力の強化
 - ・ 地域の特色を活かした教育旅行の誘致推進
- ③長期滞在につながる広域周遊の推進
 - ・ 地域を結ぶ移動手段の充実と利便性向上
 - ・ 県内事業者との連携強化や滞在型観光の促進
- ④稼げる観光につなげる産業基盤の強化
 - ・ 観光産業のデジタル化など生産性向上の推進
 - ・ 観光サービスの質向上と高付加価値化の推進
 - ・ ストレスなく快適な旅を実現する受入体制の強化
 - ・ 質の高い人材の確保・育成と労働環境改善の推進
 - ・ 観光事業者のマーケティング力と経営力の強化
- ⑤持続可能な観光を推進していく体制の確立
 - ・ 地域と連携した観光推進体制の整備と DMO の機能強化
 - ・ 安定的な観光振興財源の確保
 - ・ 地域と共に観光資源を保全・継承する体制づくりの推進
 - ・ 観光地の安全・安心を支える危機管理体制の整備
 - ・ 観光を支える人材の確保・育成とシビックプライドの醸成

○海外市場ターゲット層

- ①地理的優位性がある東アジア（中国、韓国、台湾、香港）からの旅行者
- ②訪日旅行市場が拡大中の東南アジア（ベトナム、タイなど）からの旅行者
- ③高付加価値旅行市場である欧米豪からの旅行者

○選定の理由

次の現状を踏まえて海外市場のターゲット層を選定

【観光客数】

韓国 14.9 万人 (30%)、台湾 8.1 万人 (16%)、米国 3.9 万人 (8%)、香港 3.8 万人 (8%)、中国 3.7 万人 (7%)、シンガポール 1.5 万人 (3%)、タイ 1.2 万人 (2%)
 (2024 年観光庁宿泊旅行統計調査／国・地域別延べ宿泊者数 約 50 万人泊)
 ※従業員数 10 人以上の施設

- ✓ 東アジアからの観光客が多く、60%を占めている。
- ✓ 本県は東アジアに地理的に近いという優位性を有し、数値にも表れている。

【観光消費単価】

韓国 11 万円、台湾 19 万円、香港 25 万円、中国 28 万円、タイ 20 万円、ベトナム 22 万円、
英国 38 万円、米国 33 万円、豪州 38 万円、カナダ 30 万円

(2024 年観光庁インバウンド消費動向調査／1 人当たり旅行支出)

- ✓ 1 人当たり消費額は欧米豪や中国、香港などが高い。
- ✓ ただし、1 人 1 日当たりで見ると、さほど国・地域別の差はない。

【観光客の滞在期間】

韓国 4.2 日、台湾 6.0 日、香港 6.8 日、中国 9.2 日、タイ 8.0 日、英国 13.2 日、
米国 12.1 日、豪州 13.9 日 (2024 年観光庁インバウンド消費動向調査／平均泊数)

- ✓ 東アジアは平均泊数が少なく、東南アジアや欧米豪は泊数が多い。

【リピーター率】

韓国 81%、中国 42%、香港 91%、台湾 98%、タイ 31%、ベトナム 15%、
英国 16%、米国 60%、豪州 43% (2017～2019 年 JNTO／訪日旅行経験率)

- ✓ 中国を除く東アジアの訪日旅行経験率は高く、東南アジア、欧米豪は低い。

○取組方針

「長崎県観光振興基本計画」に基づく各種施策の着実な推進とともに、県が令和 7 年度中に策定を予定している「次期長崎県観光振興基本計画」も見据えながら、次の方向性に沿って施策を展開していく。

- ①国内外から選ばれる魅力的な観光コンテンツの磨き上げ
 - ・長崎の魅力で旅行者を惹きつける付加価値の高い体験コンテンツの充実
 - ・旅行者の多様なニーズに対応した各種ツーリズムの推進
 - ・世界遺産など豊かな歴史と文化を活かした観光の推進
- ②ターゲットにささる戦略的プロモーションの展開
 - ・インバウンド向けの日本の食や文化などの多様な魅力の発信
 - ・旅行者の関心や価値観に合わせた効果的な発信
 - ・広域連携による発信力の強化
 - ・クルーズ客船の誘致推進
 - ・地域の特色を活かした教育旅行の誘致推進
- ③長期滞在につながる広域周遊の推進
 - ・地域を結ぶ移動手段の充実と利便性向上
 - ・県内事業者との連携強化や滞在型観光の促進
- ④稼げる観光につなげる産業基盤の強化
 - ・観光産業のデジタル化など生産性向上の推進
 - ・観光サービスの質向上と高付加価値化の推進
 - ・ストレスなく快適な旅を実現する受入体制の強化
 - ・質の高い人材の確保・育成と労働環境改善の推進
 - ・観光事業者のマーケティング力と経営力の強化
 - ・国際航空路線の維持・拡大
- ⑤持続可能な観光を推進していく体制の確立
 - ・地域と連携した観光推進体制の整備と DMO の機能強化
 - ・安定的な観光振興財源の確保
 - ・地域と共に観光資源を保全・継承する体制づくりの推進
 - ・観光地の安全・安心を支える危機管理体制の整備
 - ・観光を支える人材の確保・育成とシビックプライドの醸成

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	感動あふれる長崎県 ～みんなで磨く、文化と食と真心と～
②コンセプトの考え方	○コンセプトは「長崎県観光振興基本計画」（令和３年度～７年度）に掲げる長崎県観光の将来像。 ・県内各地域において、県、市町、観光振興団体、観光関連事業者、県民など、多様な関係者が連携し、本県の強みである「交流の歴史で培われた文化」や「豊かな自然から生み出された食」、「交流や平和への祈りで育まれてきた真心」を磨き、本県観光の魅力をさらに高め、将来にわたって旅行先として選ばれ、また訪れたいと思われる「感動あふれる長崎県」を目指す。 ○なお、県が令和７年度中に策定を予定している「次期長崎県観光振興基本計画」を踏まえ、その時点で改めてコンセプトを見直す予定。

5. 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有	・当連盟総会（年１回）、理事会（年３回） ・長崎県教育旅行誘致促進協議会幹事会（年３回） ・インバウンド推進委員会（年３回） ・地域別意見交換会（年３回程度） ・県主催の各市町観光主管課長・実務担当者合同会議（年１回） ・県観連レポートと観光動向レポートの共有（月１回 WEB サイト掲載） ※詳細は「会議資料」をご参照ください。
観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築	・宿泊施設品質認証制度「サクラクオリティ」の取得及び更新の推進 ・「長崎県総おもてなし宣言」の一環として、観光関係者による「おもてなしワッペン」の着用を推進 ・本県観光の体験談等を募集する「ながさき観光おもてなし体験箱」を公式観光サイトに設置 ・市町や観光協会等の実務担当者を対象にマーケティングや WEB サイト運用に関するセミナーを開催 ・当連盟の施策運営に関する市町等アンケート調査の実施と結果の共有（８月：調査、１０月：市町等フィードバック、１１月：理事会報告）
観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション	当連盟では、県や各市町、観光関連団体、観光事業者等と緊密に連携し、「長崎県全域」を対象として、より広域的な観点から効果的かつ効率的に情報発信・プロモーションを展開。 【令和７年度事業】 ①広域周遊化誘客促進事業 ・交通事業者や旅行会社とのタイアップキャンペーン ・全国誘客イベント出展（ツーリズム EXPO ジャパンなど） ・国内誘客活動（長崎県教育旅行誘致促進協議会の活動を含む） ②関西誘客プロモーション事業 ・大阪・関西万博を機に、大阪地区において観光・物産イベントを開催

	③観光DX・プロモーション事業 ・観光DMP「SCOPE NAGASAKI」の運用、デジタルプロモーションの実施 ・公式観光WEBサイト「ながさき旅ネット」の運用 ・公式ライター（#ナガサキタビ）の活用 ④マニアが集う長崎プロジェクト事業 ・本県を舞台とする映画やドラマ等のロケ支援 ・商談会出展等のロケ誘致活動 ・ロケツーリズムやアニメツーリズムの展開 ⑤長崎県情報発信促進事業 ・ポケモンを活用したスタンプラリーの実施 ⑥しま旅滞在促進事業 ・国境離島地域を目的地とする旅行商品の造成支援 ⑦インバウンド需要創出拡大事業 ・重点市場等における海外旅行フェア出展、商談会等 ⑧インバウンドプロモーション強化事業 ・重点市場等におけるメディア・旅行会社連携PR等 ・海外事務所（上海/ソウル）やレップ（台湾/香港）の活用 ⑨海外向け認知度向上推進事業 ・多言語WEBサイト「Discover Nagasaki」の運用 ・多言語SNSの運用 ⑩長崎県FIT誘客インバウンド推進事業 ・OTA等登録推進、インバウンド受入れ機運醸成のためのセミナー開催 ・オンライン特集記事の制作、OTA/SNSなどを活用したプロモーション ・多言語デジタルパンフレットの制作 なお、公式観光WEBサイトや多言語SNSの運用にあたっては、各市町や観光関連団体、観光事業者等と次のような役割分担により実施。 【当連盟】 ・公式観光WEBサイト「ながさき旅ネット」 県内6地域とのAPI連携をはじめ、多彩なコンテンツを掲載するなど本県観光のポータルサイトとして運用 ・多言語WEBサイト「Discover Nagasaki」 県内5地域へのアカウント付与による共同運用 ・多言語SNS 海外7言語11アカウント、国内1アカウントの運用 【各市町等】 ・各市町や観光関連団体、観光事業者等は、それぞれの区域内における多様な関係者と連携し、より地域に密着した情報を発信。
--	---

6. KPI（実績・目標）

(1) 必須KPI

指標項目		2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度	2027 (R9) 年度
●旅行消費額 (億円)	目標	3,992 (一)	4,040 (一)	4,089 (一)	4,137 (一)	暫定 4,185 (一)	暫定 4,233 (一)
	実績	2,731 (一)	3,972 (一)	4,587 (一)			
●延べ宿泊者数 (万人)	目標	872 (106)	878 (112)	885 (119)	891 (125)	暫定 897 (暫定 131)	暫定 903 (暫定 137)
	実績	632 (11.4)	727 (54.4)	748 (73.2)			
●来訪者満足度 (%)	目標	— (一)	— (一)	— (一)	85.7 (一)	暫定 86.3 (一)	暫定 86.9 (一)
	実績	84.7 (一)	85.6 (一)	集計中 (一)			
●リピーター率 (%)	目標	63.0 (一)	64.0 (一)	65.0 (一)	66.0 (一)	暫定 67.0 (一)	暫定 68.0 (一)
	実績	58.4 (一)	62.8 (一)	集計中 (一)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

長崎県が令和2年12月に策定（令和5年12月に一部改訂）した「長崎県総合計画チェンジ&チャレンジ2025」（令和3年度～令和7年度）の数値目標を準用して必須KPIを設定。このうち「来訪者満足度」は本計画独自の目標として令和7年度に設定。

なお、令和8年度以降の必須KPIについては、長崎県が令和7年度中に策定を予定している「次期長崎県総合計画」の数値目標を準用のうえ改めて設定することとし、現時点では以下の考え方により暫定値を設定。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

次の考えにより長崎県が設定した令和7年度までの目標値を準用（令和8年度以降は前述どおり）。

- ・国の観光ビジョンでは日本人国内旅行消費額を15年で約10%増、訪日外国人旅行消費額を15年で約4倍増を目標としており、その率を参考に目標（令和7年度最終目標4,137億円）を設定。
- ・令和8年度以降は、令和7年度までの単年度増加分を反映し、暫定目標値として設定。

●延べ宿泊者数

次の考えにより長崎県が設定した令和7年度までの目標値を準用（令和8年度以降は前述どおり）。

- ・国内・国外の延べ宿泊者数それぞれで目標を設定。国内は、人口減少に伴って市場規模の縮小が見込まれているが、熊本地震前のH27年並の水準を確保することを目標とし、国外は、一部の特殊事情を除き、国の観光ビジョンの目標値の伸び率を参考に目標（令和7年度最終目標：国内・国外合計891万人）を設定。※国内：743万人⇒766万人、国外：93万人⇒125万人
- ・令和8年度以降は、令和7年度までの単年度増加分を反映し、暫定目標値として設定。

●来訪者満足度

- ・（公財）日本交通公社が毎年実施する調査（旅行年報）のうち、「日本人の国内旅行」に関する「旅行先（都道府県）別の満足度指数」を活用。
- ・満足度指数は、大変満足（7点）、満足（6点）、やや満足（5点）、どちらでもない（4点）、やや不満（3点）、不満（2点）、大変不満（1点）の7段階評価の平均値。
- ・必須 KPI については、7 段階評価のうち大変満足（7 点）に次ぐ満足（6 点）を令和 7 年度の目標とし、これを 100%に換算した数値＝85.7%（6 点/7 点×100）を設定。
- ・令和 8 年度以降は、令和 5 年の全国満足度指数 6.08（100%に換算した数値＝86.9%）を当面の暫定目標値として設定。

●リピーター率

次の考えにより長崎県が設定した令和 7 年度までの目標値を準用（令和 8 年度以降は前述どおり）。

- ・民間調査による基準年（H30）の実績は、九州 7 県中 5 番目で平均も下回っているため、基準年における九州平均値（66.0%）まで増やすことを目標とし、令和 7 年度最終目標を 66.0%に設定。
- ・令和 8 年度以降は、令和 7 年度までの単年度増加分を反映し、暫定目標値として設定。

（２）その他の目標

指標項目		2022 (R 4) 年度	2023 (R 5) 年度	2024 (R 6) 年度	2025 (R 7) 年度	2026 (R 8) 年度	2027 (R 9) 年度
●WEB サイトへのアクセス数 (PV 数：万)	目標	— (—)	— (—)	— (—)	1,200 (120.0)	1,205 (120.5)	1,210 (121.0)
	実績	1,525 (45.5)	1,207 (69.6)	1,162 (113.2)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

公式観光 WEB サイト「ながさき旅ネット」の継続的な運用により、本県観光に対する関心度や当連盟が展開する施策の効果等を把握するとともに、評価・分析に基づき必要な見直しにつなげるなど、PDCA サイクルを効果的に実施する観点から、指標として WEB サイトへのアクセス数を設定。

【設定にあたっての考え方】

●公式観光 WEB サイト「ながさき旅ネット」へのアクセス数

- ・令和 4 年度～5 年度は、全国旅行支援に対するユーザーの興味・関心から、関連するページへのアクセス数が特出して多く、令和 4 年度は 1,500 万 PV、令和 5 年度は 1,200 万 PV を越えた。
- ・令和 6 年度は、特集ページの作成や情報更新など効果的な運用に努めたものの、全国旅行支援の終了に伴う反動減などにより、アクセス数は 1,162 万 PV（前年比 96.3%）に留まった。
- ・令和 7 年度以降は、更なる効果的な運用により令和 5 年度並みのアクセス数を目指し、令和 7 年度は 1,200 万 PV、翌年度以降は年間 5 万 PV を加算した数値を目標値として設定。
- ・多言語 WEB サイト「Discover Nagasaki」へのアクセス数は、コンテンツの充実など更なる効果的な運用により、令和 7 年度以降「ながさき旅ネット」の 10%程度を目標値として設定。

●その他の指標

- ・長崎県が令和 7 年度中に策定を予定している「次期長崎県総合計画」及び「次期長崎県観光振興基本計画」の数値目標とともに、「観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン（改正後）」で求められている KGI、KPI も踏まえて今後検討する。

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

(1) 収入

年（年度）	総収入	内訳
2022（R4） 年度	16,913,789,658 円	【県からの補助金】 16,834,449,743 円 【団体からの補助金】 500,000 円 【負担金収入】 46,813,422 円 【会費収入】 17,192,560 円 【事業収入】 2,405,292 円 【その他の収入】 2,084,031 円 【R3繰越金】 10,344,610 円
2023（R5） 年度	6,947,071,775 円	【県からの補助金】 6,884,535,424 円 【負担金収入】 36,356,347 円 【会費収入】 19,834,324 円 【事業収入】 3,729,302 円 【その他の収入】 2,616,378 円
2024（R6） 年度	628,194,031 円	【観光庁地域観光新発見事業補助金】 5,000,000 円 【県からの補助金】 541,201,585 円 【団体からの補助金】 610,000 円 【負担金収入】 36,283,882 円 【会費収入】 23,860,000 円 【事業収入】 18,520,387 円 【その他の収入】 2,718,177 円
2025（R7） 年度	755,853,000 円	【県からの補助金】 697,487,000 円 【負担金収入】 29,164,000 円 【会費収入】 24,673,000 円 【事業収入】 2,528,000 円 【その他の収入】 2,001,000 円
2026（R8） 年度	755,853,000 円	【県からの補助金】 697,487,000 円 【負担金収入】 29,164,000 円 【会費収入】 24,673,000 円 【事業収入】 2,528,000 円 【その他の収入】 2,001,000 円
2027（R9） 年度	755,853,000 円	【県からの補助金】 697,487,000 円 【負担金収入】 29,164,000 円 【会費収入】 24,673,000 円 【事業収入】 2,528,000 円 【その他の収入】 2,001,000 円

(2) 支出

年（年度）	総支出	内訳
2022（R4） 年度	16,910,403,822 円	【観光誘客プロモーション】 186,498,696 円 【観光需要回復促進】 15,902,263,000 円 【観光客の受入環境整備】 28,732,243 円 【国境離島の滞在型観光促進】 601,550,927 円 【海外誘客プロモーション】 119,718,156 円 【管理費】 71,640,800 円
2023（R5） 年度	6,940,145,059 円	【観光誘客プロモーション】 94,335,031 円 【観光需要回復促進】 5,694,134,831 円 【観光客の受入環境整備】 30,058,985 円 【国境離島の滞在型観光促進】 863,778,189 円 【海外誘客プロモーション】 184,849,576 円 【管理費】 72,988,447 円
2024（R6） 年度	625,876,347 円	【観光誘客プロモーション】 146,158,349 円 【観光客の受入環境整備】 46,010,423 円 【国境離島の滞在型観光促進】 211,373,060 円 【海外誘客プロモーション】 152,168,261 円 【管理費】 70,166,254 円
2025（R7） 年度	755,853,000 円	【観光誘客プロモーション】 175,858,000 円 【観光客の受入環境整備】 44,957,000 円 【国境離島の滞在型観光促進】 263,789,000 円 【海外誘客プロモーション】 199,256,000 円 【管理費】 71,993,000 円
2026（R8） 年度	755,853,000 円	【観光誘客プロモーション】 175,858,000 円 【観光客の受入環境整備】 44,957,000 円 【国境離島の滞在型観光促進】 263,789,000 円 【海外誘客プロモーション】 199,256,000 円 【管理費】 71,993,000 円
2027（R9） 年度	755,853,000 円	【観光誘客プロモーション】 175,858,000 円 【観光客の受入環境整備】 44,957,000 円 【国境離島の滞在型観光促進】 263,789,000 円 【海外誘客プロモーション】 199,256,000 円 【管理費】 71,993,000 円

(3) 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

当連盟では、「長崎県観光振興基本計画」に基づき、県や各市町、観光関連団体、観光事業者等と連携して各種施策を着実に推進するとともに、県が令和7年度中に策定を予定している「次期長崎県観光振興基本計画」も見据え、推進組織としてDMOへの成長を図りながら、持続可能な観光地づくりに取り組むこととしている。

これらの自律的・継続的な活動に向けた運営資金の確保にあたっては、歳入予算の確保と歳出予算の抑制に努めるとともに、長崎県からの補助金収入の確保と併せて、自主財源の確保に関しても県と一緒に具体的な検討を継続して行い、これまでも次の取組を進めているところ。

今後は、更なる自主財源の確保に向けて検討を重ねながら、事業収入の拡大などの具体的な取組を加速していきたい。

- ・国からの補助金収入の確保

令和6年度：観光庁地域観光新発見事業補助金に2件申請し、うち1件（5,000千円）採択

令和7年度：観光庁地域観光魅力向上事業補助金に2件申請し、いずれも不採択

※他団体による連携事業の申請1件も不採択

- ・他団体からの補助金収入の確保

令和6年度：日本観光振興協会補助金に2件申請し、いずれも採択（計610千円）

令和7年度：日本観光振興協会補助金に1件申請し、採択（300千円）

- ・事業収入（公式観光WEBサイトを活用した広告収入：令和6年度は2,800千円）の確保

※将来のWEBサイトのリニューアルを見据えた対応を含む

- ・会費収入の確保（令和5年度に会費算定基準を改定／更なる会員拡大を図る）

- ・負担金収入の確保（従来の負担金に加え、アニメを活用した取組など連携事業に関する負担金等）

- ・実施体制の見直し（専任職員：令和5年12月1日現在30人⇒令和7年4月1日現在24人）

- ・退職給付費用確保（直近2年間で大幅増額：令和4年度150万円⇒令和5～6年度：10,500万円）

なお、着地型旅行商品の造成・販売等については、当連盟がDMC機能を装備して自ら実施するのではなく、「VISITながさき（観光販売システムズ）」等を活用しながら、県内観光事業者等の主体的な取組を後押しすることで、本県観光産業の活性化に貢献していく方針。

このほか、長崎県では令和7年4月に「長崎県観光振興財源検討専門委員会」を設置し、宿泊税など新たな観光振興財源の導入に向けて検討中（当連盟専務理事も委員として参画）。

8. 観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

長崎県は「一般社団法人長崎県観光連盟」を本県における地域連携DMOとして登録したいので、当該法人とともに申請します。

9. マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携DMO（県単位以外）や地域DMOと重複する場合の役割分担について

【他の地域連携DMOや地域DMOとの間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った（行っている）か】

- ・ エリアが重複する県内の DMO に対して本計画概要（案）などを事前に共有し、協力・連携を要請
 地域連携 DMO （公財）佐世保観光コンベンション協会
 地域 DMO （一社）長崎国際観光コンベンション協会
 （株）島原観光ビューロー
 （一社）平戸観光協会
 （一社）雲仙観光局
 （一社）波佐見町観光協会
- ・ 令和 7 年 5 月 16 日の当連盟理事会（理事に DMO 代表等を含む）において、DMO 登録申請に関する議案を協議のうえ承認
- ・ 令和 7 年 6 月 17 日の当連盟通常総会において、DMO 登録申請に関して会員へ報告

【区域が重複する背景】

- ・ 当連盟は「長崎県全域」をマネジメント・マーケティングの対象区域とするため、県内の地域連携 DMO 及び地域 DMO と区域が重複するものであるが、次に示すとおり適切な役割分担の下、効率的、効果的な活動を通じて、当連盟が県内各地域の関係者からさらに期待され、その期待に応えられる組織へと成長できるよう努めていきたい。

【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】

- ・ 当連盟は、従来から県や各市町、登録 DMO を含む観光関連団体、観光事業者等と緊密に連携し、「長崎県全域」を対象として、国内外からの誘客促進をはじめ、受入環境整備など広域的な観光振興施策の推進に取り組んでおり、本県の観光地域づくり法人（DMO）に類似する役割を担っている。
- ・ 一方、県内の DMO は、それぞれの区域内における多様な関係者と連携し、より地域に密着した取組を行っていることから、既に適切な役割分担がなされている。

【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】

- ・ 前述の役割分担に加えて、実施体制図に示す「長崎県教育旅行誘致促進協議会」、「インバウンド推進委員会」、「地域別意見交換会」、「各市町観光主管課長・実務担当者合同会議」をはじめ、様々な機会を通じて県内 DMO などと情報共有を緊密に行うことで、更なる連携体制の強化が図られ、効率的・効果的な活動の遂行につながるものと考えている。
- ・ これにより、「長崎県全域」の持続的な観光地域づくりを進めていきたい。

なお、今回、現行ガイドラインに沿って「地域連携 DMO」の登録が実現した場合、県や各市町をはじめ、多様な関係者と連携し、「地域連携 DMO」としての実践を重ねながら、令和 7 年 10 月 1 日から適用される改正ガイドラインで求められる「DMO の役割の明確化や活動の質の向上」を図ることで、当連盟の更なる成長につなげ、早期に「都道府県 DMO」への更新登録を進めていきたい。

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	明石 克磨
担当部署名（役職）	専務理事
郵便番号	850-8570
所在地	長崎県長崎市尾上町 3 番 1 号 長崎県庁 5F
電話番号（直通）	095-826-9407
F A X 番号	095-824-3087
E - m a i l	akashi-katsuma@ngs-kenkanren.com

11. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	長崎県
担当者氏名	渡邊 祐樹
担当部署名（役職）	文化観光国際部 観光振興課 企画班（係長）
郵便番号	850-8570
所在地	長崎県長崎市尾上町 3 番 1 号
電話番号（直通）	095-895-2647
F A X 番号	095-826-5767
E - m a i l	yu-ki.watanabe@pref.nagasaki.lg.jp

記入日: 令和7年9月16日

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】 長崎県
 【設立時期】 昭和62年6月3日(前身組織は昭和12年5月設立)
 【設立経緯】 ③区域の観光協会がDMOに移行
 【代表者】 会長 嶋崎 真英
 【マーケティング責任者(CMO)】 マーケティング室長 田中 秀明
 【財務責任者(CFO)】 総務企画部長 深堀 晶子
 【職員数】 常勤26人(正職員5人・契約/嘱託職員13名・出向等8人)
 【主な収入】
 県補助金 541百万円、会費・負担金 60百万円(令和6年度決算)

【総支出】

事業費 556百万円、管理費 70百万円(令和6年度決算)

【連携する主な事業者】

行政(長崎県、市町、長崎県市長会、長崎県町村会)、県内各市町観光協会等(地域連携DMO、地域DMOを含む)、長崎県旅館ホテル生活衛生同業組合、(一社)日本旅館協会長崎県支部、長崎県教育旅行誘致促進協議会、長崎県商店街振興組合連合会、関係事業者(宿泊施設、観光施設、交通運輸、旅行業、金融機関、マスメディア、広告・印刷、土産品・飲食店など)、広域観光振興団体((公社)日本観光振興協会、(一社)九州観光機構)

KPI(実績・目標)

※()内は外国人に関するもの。

項目		2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年	2026 (R8)年	2027 (R9)年
旅行 消費額 (億円)	目標	3,992 (-)	4,040 (-)	4,089 (-)	4,137 (-)	暫定4,185 (-)	暫定4,233 (-)
	実績	2,731 (-)	3,972 (-)	4,587 (-)	-	-	-
延べ 宿泊者数 (万人)	目標	872 (106)	878 (112)	885 (119)	891 (125)	暫定897 (暫定131)	暫定903 (暫定137)
	実績	632 (11.4)	727 (54.4)	748 (73.2)	-	-	-
来訪者 満足度 (%)	目標	- (-)	- (-)	- (-)	85.7 (-)	暫定86.3 (-)	暫定86.9 (-)
	実績	84.7 (-)	85.6 (-)	集計中 (-)	-	-	-
リピーター率 (%)	目標	63.0 (-)	64.0 (-)	65.0 (-)	66.0 (-)	暫定67.0 (-)	暫定68.0 (-)
	実績	58.4 (-)	62.8 (-)	集計中 (-)	-	-	-

戦 略

【主なターゲット】

- ①国内市場(関西地区など大都市圏からの新規誘客、九州内からのリピーター、教育旅行を含む若年層)
- ②海外市場(東アジア(中国・韓国・台湾・香港)、東南アジア(ベトナム、タイなど)、欧米豪)

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

- ①国内外から選ばれる魅力的な観光コンテンツの磨き上げと創出
- ②ターゲットにささる戦略的プロモーションの展開
- ③長期滞在につながる広域周遊の推進
- ④稼げる観光につなげる産業基盤の強化
- ⑤持続可能な観光を推進していく体制の確立

【観光地域づくりのコンセプト】

感動あふれる長崎県 ～みんなで磨く、文化と食と真心と～
 (長崎県観光振興基本計画)

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

- ・テーマ型旅行の充実
長崎の食+(プラス)
長崎の海(大村湾沿岸、海業、釣り)
教育旅行、アニメ・ロケツーリズム
巡礼ツアー、ゴルフツアー
長崎しま旅(日本遺産など)
各種ツーリズム(グリーン・ブルーなど)
- ・地域に対する観光コンテンツ開発支援
専門人材による助言等

【受入環境整備】

- ・宿泊施設品質認証「サクラオリティ」の推進
- ・「おもてなしワッペン」の着用手推進
- ・飲食店の多言語メニュー化
- ・地域別意見交換会の開催

【情報発信・プロモーション】

- ・マーケティング分析(観光DMP運用)
- ・WEB/SNS等による情報発信
- (共通)・キャリア/AGT/メディアとのタイアップ
- ・セールス/商談/招聘(AGT・学校等)
- ・旅行フェアなどイベント出展
- ・九州観光機構や他県との連携
- (国内)・映像作品を活用した情報発信
- ・ポケモンを活用したスタンプラリー
- ・AI長崎旅行プランの効果的な運用
- ・公式ライター「#ナガサキタビ」活用
- (海外)・OTA等を活用したプロモーション
- ・海外事務所(上海・ソウル)との連携
- ・レップの活用(香港・台湾)

