

第 47 号 議 案

長崎県観光振興基本計画案を別紙のとおり提出する。

令和 8 年 3 月 11 日

長 崎 県 知 事 平 田 研

(提案理由)

長崎県観光振興基本計画について、長崎県観光振興条例第10条第3項の規定により、議会の議決を経る必要がある。これが、この案を提出する理由である。

長崎県観光振興基本計画

目 次

第1章 新たな観光振興基本計画の策定にあたって	1
1. 策定の趣旨	1
2. 計画の位置づけ（役割）	1
3. 計画期間	2
4. 推進体制	2
5. 進捗管理	3
6. SDGs（持続可能な開発目標）への対応について	3
第2章 観光の現状・課題	5
1. 我が国の観光を取り巻く現状	5
(1) 国内旅行の動向	5
(2) 訪日旅行の動向	6
(3) 国の施策の動向	8
(4) 観光を取り巻く環境の変化について	8
2. 長崎県観光の現状と課題	12
(1) 長崎県の観光客数の推移	12
(2) 延べ宿泊者数の推移	13
(3) 県内観光客の動向	14
(4) 前期計画の取組と主な成果	16
(5) 長崎県観光の課題	18
(6) 観光振興の方向性検討のためのSWOT分析	22
第3章 観光振興の方向性	23
1. 長崎県観光の将来像	23
2. 数値目標	23
3. 観光振興の5つの柱	27
(1) 国内外から選ばれるこだわりの旅の創出	27
(2) ターゲットにささる戦略的プロモーションの展開	27
(3) 長期滞在につながる広域周遊の推進	28
(4) 稼げる観光につなげる産業基盤の強化	28
(5) 持続可能な観光を推進していく体制の確立	29
4. 重点誘客戦略	31
第4章 観光振興の基本施策	35
1. 国内外から選ばれるこだわりの旅の創出	35
(1) 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	35

(2) 世界遺産・日本遺産など豊かな歴史と文化を活かした観光の推進	35
(3) 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	35
2. ターゲットにさきさる戦略的プロモーションの展開	37
(1) 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	37
(2) 広域連携による発信力の強化	37
(3) クルーズ客船誘致の推進	38
(4) 地域の特徴を活かした教育旅行の誘致推進	38
(5) 旅行者の関心や価値観に合わせた効果的な発信	38
3. 長期滞在につながる広域周遊の推進	40
(1) 地域を結ぶ二次交通の充実と利便性の向上	40
(2) 各地域の事業者と連携した周遊ルートの形成	40
(3) 離島地域における滞在型観光の推進	41
4. 稼げる観光につなげる産業基盤の強化	42
(1) 観光サービスの質向上と高付加価値化の推進	42
(2) 観光事業者のマーケティング力と経営力の強化	42
(3) 人材の確保と定着に向けた働きやすい環境づくりの推進	42
(4) 観光産業のデジタル化など生産性向上の推進	43
(5) ストレスなく快適な旅を実現する受入環境の整備	43
(6) 国際航空路線の維持・拡大	44
(7) 交通アクセス向上のための交通基盤の整備	44
5. 持続可能な観光を推進していく体制の確立	45
(1) 地域間連携の促進による観光推進体制の強化	45
(2) 地域と共に観光資源を保全・継承する体制づくりの推進	45
(3) 観光地の安全・安心を支える体制の整備	45
(4) 観光を支える多様な担い手の確保・育成とシビックプライドの醸成	46
第5章 地域の特徴を活かした施策の方向性	47
1. 広域連携の重要性	47
2. 今後の広域連携促進に向けた方向性	47
(1) 広域的な観光コンテンツの造成支援	48
(2) 県内の観光関係者が「学び」「つながり」「生み出す」場の提供	49

第1章 新たな観光振興基本計画の策定にあたって

1. 策定の趣旨

県では、県民が観光への理解を深め、関係事業者が連携し、地域が一体となって創意工夫を尽くし、本県の魅力を高めることが必要との認識のもと、県民一人ひとりが「観光立県長崎」の担い手として、総力を結集して観光の振興を促進するため、平成18年（2006年）10月に「長崎県観光振興条例」（以下「条例」という。）を制定しました。

この条例に基づき、観光の振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進するための「長崎県観光振興基本計画」を策定し、観光振興の取組を進めています。

現計画の計画期間が令和7年度末（2025年度末）で終了することに伴い、今回、新たな観光振興基本計画を策定します。

2. 計画の位置づけ（役割）

この計画は、「長崎県総合計画」を上位計画とし、条例に定められた本県観光振興の4つの基本理念、9つの施策の基本方針に則って策定したものです。本県観光が目指すべき将来の姿とその実現に向けた方向性を、県や市町、県民等と共有するための共通指針の役割を持ちます。

【基本理念】（条例第3条）

- ①県民等、市町及び県が「観光立県長崎」の担い手として協働して、まちの魅力づくりに取り組み、及び交流を促進するよう行われるものであること。
- ②観光資源の保全と県民の生活との調和に配慮しつつ、歴史、文化、自然、景観、食その他の観光資源を創意工夫を尽くして積極的に活用するよう行われるものであること。
- ③交流の歴史や地理的な優位性を活かし、海外との交流を促進するよう行われるものであること。
- ④本県を訪れるすべての人々が、安心して快適に観光を楽しめるよう行われるものであること。

【施策の基本方針】（条例第9条）

- ①県民等、市町及び県が協働して行う観光の振興に関する取組を促進すること。
- ②地域の歴史、文化、自然、景観、食等を活用したまちの魅力づくりを促進すること。
- ③観光の振興を担う人材の育成を促進すること。
- ④情報通信技術の活用等により本県の観光の魅力等の情報発信を促進すること。
- ⑤国内及び海外からの観光客の誘致を促進すること。
- ⑥高齢者、障害者、外国人等すべての人々が安心して快適に観光を楽しめる環境づくりを促進すること。
- ⑦観光関係施設の充実、観光客へのサービスの向上その他の観光の基盤の整備を促進すること。
- ⑧観光に関する情報の収集及び統計の充実並びに観光動向の調査及びその分析を促進すること。
- ⑨県内外において広域的に連携した観光の振興に関する取組を促進すること。

3. 計画期間

令和8年度（2026年度）～令和12年度（2030年度）（5年間）

この計画には、概ね5年間で取り組むべき施策の方向性を掲げることとし、その推進期間は令和8年度（2026年度）から令和12年度（2030年度）までの5年間に設定します。

4. 推進体制

観光振興は、県、市町のほか、県民、観光関係事業者、観光振興団体がそれぞれ役割を担い、連携して取り組む必要があります。

この計画の推進に当たっても、各主体が一体となって本県の観光振興を目指していきます。

各主体の役割（条例第4条～第8条より）

【県の責務】

- ・観光振興の基本方針を定めて、総合的・計画的な施策を策定し、実施する。
- ・市町や県民等が連携して取組を進められるよう、総合調整や支援を行う。

【市町の役割】

- ・観光振興施策を講じるとともに、県の施策と連携を図るよう努める。

【県民の役割】

- ・観光への理解を深め、観光振興に関する取組に参画するよう努める。
- ・観光客を温かく迎えるよう努める。

【観光関係事業者の役割】

- ・事業活動を通じて観光客へのサービス向上に努め、相互に連携して観光振興の取組を進めるよう努める。
- ・県、市町が実施する観光施策と連携を図るよう努める。

【観光振興団体の役割】

- ・観光情報の発信や観光客の誘致、おもてなしの向上、観光関係事業者間の連携の推進などの取組を進めるよう努める。
- ・県、市町が実施する観光施策と連携を図るよう努める。

5. 進捗管理

本計画の進捗状況や目標達成度については、毎年度、「長崎県観光審議会」に報告することにより、各施策の改善や新たな施策の必要性等を評価・検討しながら実効性を高めます。

また、官民一体となって本計画の取組を推進するため、各市町、観光協会等との情報共有の場を設置します。

6. SDGs（持続可能な開発目標）への対応について

SDGs（Sustainable Development Goals）は、平成27年（2015年）の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」に記載された平成28年（2016年）から令和12年（2030年）までの国際目標です。

持続可能な世界を実現するための17の目標と169のターゲットから構成され、「地球上の誰一人として取り残さない」社会の実現を目指し、開発途上国のみならず先進国を含む国際社会全体の目標として、経済・社会・環境の諸問題を統合的に解決することを目指しています。

本県においても、このSDGsの理念を踏まえながら各取組を推進し、県民の皆様が安心して暮らせるような、持続可能なまちづくりと地域活性化を実現していくとともに、国際社会の一員として、SDGsの達成に貢献していくこととしています。



【本計画とSDGsの目標の関連性について】

本計画は、「8.働きがいも経済成長も」の目標実現に直接的に関連するとともに、次のような目標にも関係しています。

観光振興の基本施策	SDGsの目標との関連性								
	4 質の高い教育をみんなに	8 働きがいも経済成長も	9 産業と地域経済の循環 성장을推進する	10 人や国の不平等をなくそう	11 住み続けられるまちづくりを	12 つくばない つかう責任	14 海の豊かさを守ろう	15 陸の豊かさも守ろう	17 パートナーシップで目標を達成しよう
1. 国内外から選ばれるこだわりの旅の創出	○	○			○	○	○	○	○
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	○	○		○	○				○

第2章 観光の現状・課題

1. 我が国の観光を取り巻く現状

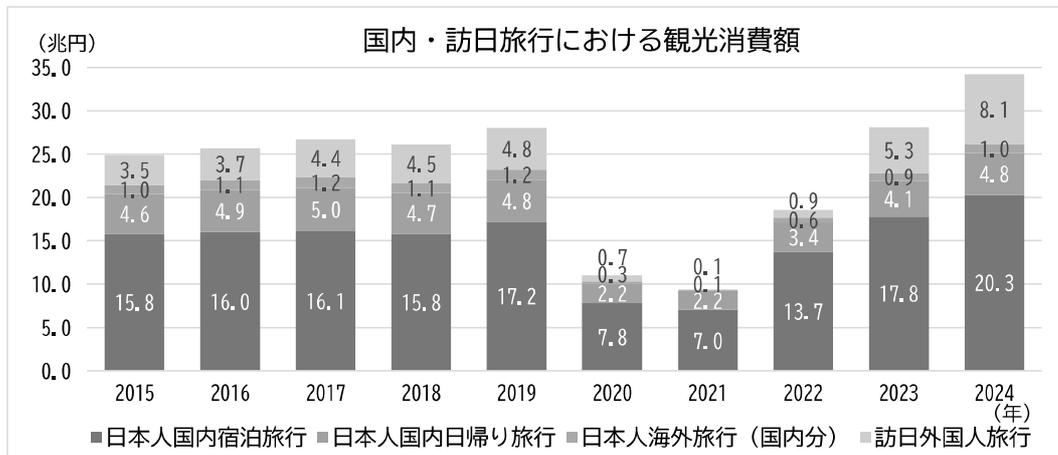
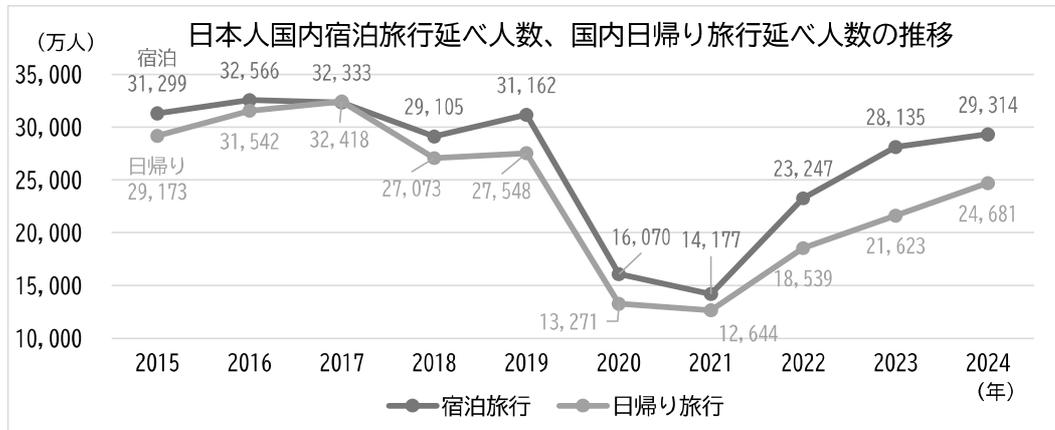
(1) 国内旅行の動向

国内旅行については、令和2年（2020年）以降、新型コロナウイルス感染拡大の影響により、観光需要は大きく落ち込み、全国の観光地・産業は厳しい状況に置かれてきましたが、令和4年（2022年）10月の水際措置の大幅緩和や全国旅行支援の開始、令和5年（2023年）5月の水際対策の撤廃以降、需要は急速に回復し、全国各地の多くの観光地が賑わいを取り戻しました。

このような状況を背景に、令和6年（2024年）の日本人の国内宿泊旅行者数は延べ2億9,314万人（前年比4.2%増）、国内日帰り旅行者数は延べ2億4,681万人（前年比14.1%増）と増加傾向にあり、加えて、令和6年（2024年）の日本人の国内旅行消費額は、過去最高額となる25.1兆円となったところです。

一方で、人口減少や少子高齢化が進む中、日本人の国内旅行者数は長期的に横ばい傾向にあり、一人当たり旅行回数や宿泊数も伸び悩んでいる状況にあります。

日本人国内旅行の振興は、国内交流の拡大を通じて地域経済・社会の活性化につながるなど、経済的及び社会的観点から重要な意義を持つことから、インバウンドの拡大とともに国内交流の拡大にも一層取り組んでいく必要があります。



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

(2) 訪日旅行の動向

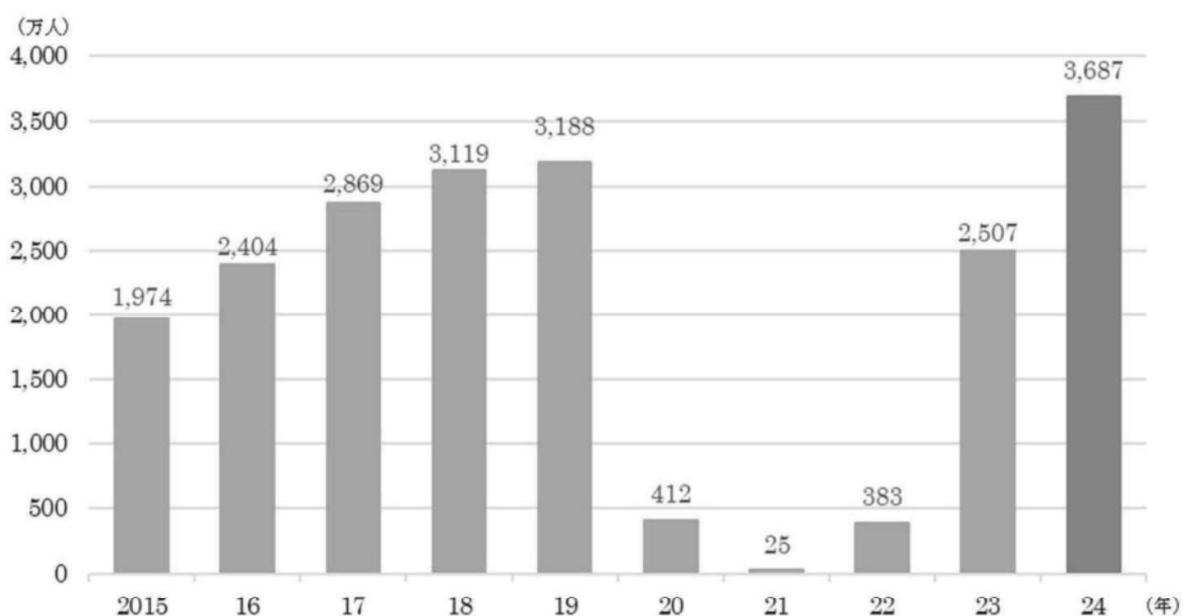
日本政府観光局（JNTO）の訪日外客数報道発表資料によると、令和6年（2024年）の訪日外国人旅行者数は、過去最高の3,687万人（令和元年（2019年）比15.6%増）を記録しており、国・地域別内訳をみると、韓国が最も多く、次いで中国、台湾、米国、香港の順となっています。

また、観光庁の「インバウンド消費動向調査」によると、訪日外国人旅行消費額も、過去最高の8兆1,257億円（令和元年（2019年）比68.8%増）を記録しており、国・地域別内訳をみると、中国が最も大きく、次いで台湾、韓国、米国、香港の順となっています。

同調査によると、旅行の手配方法は、「団体ツアー」と「個人旅行パッケージ」の利用が減少傾向である一方で、「個別手配」の割合は8割を超えており、増加傾向にあります。

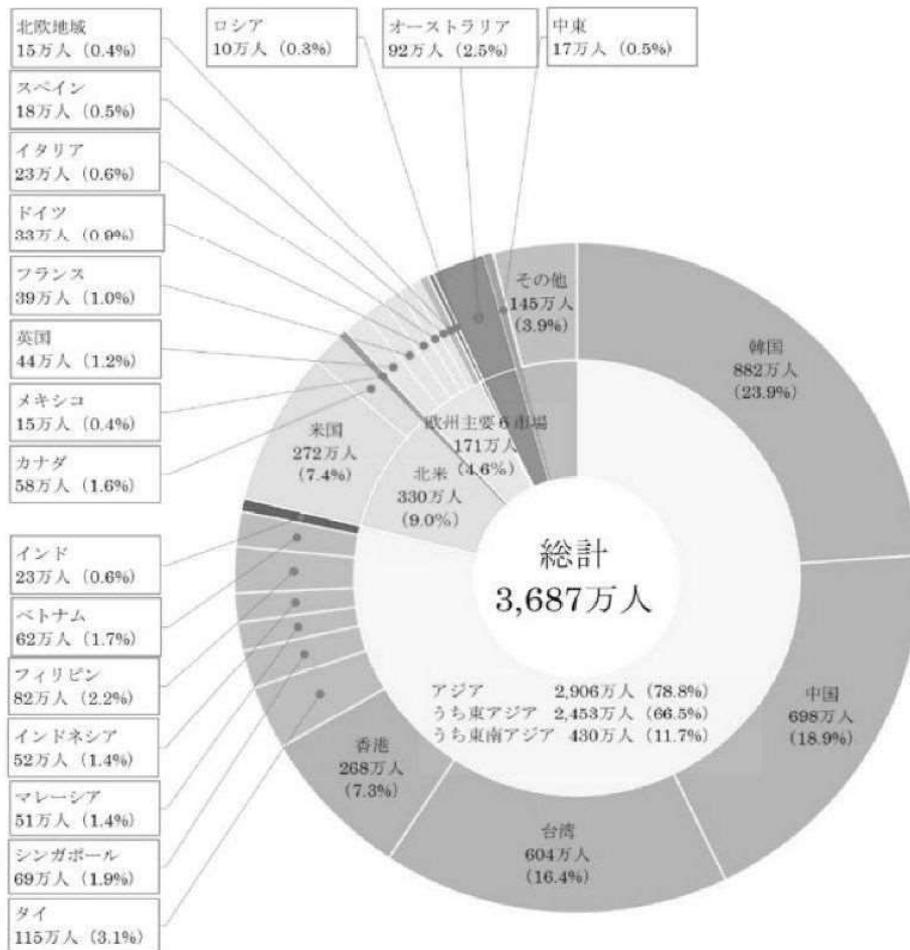
続いて、訪日外国人旅行者が「訪日前に最も期待していたこと」は、「日本食を食べること」、「自然・景勝地観光」、「ショッピング」と続き、豊かな食・自然などの魅力をPRしていくことは、新たな訪日需要開拓につながる可能性があるものと考えられます。

訪日外国人旅行者数の推移



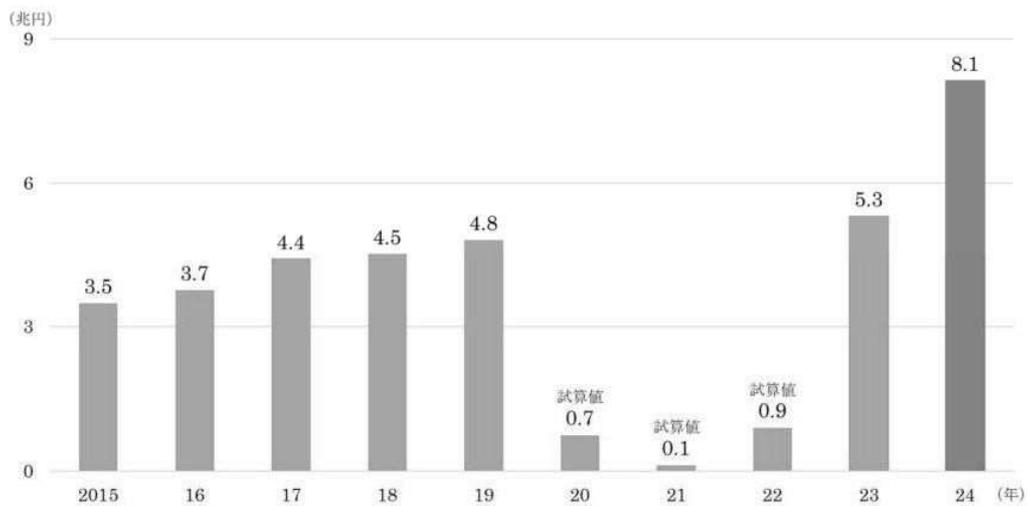
資料：観光庁「令和7年観光白書」

訪日外国人旅行者数の推移



資料：観光庁「令和7年観光白書」

訪日外国人旅行者数による消費額の推移



資料：観光庁「令和7年観光白書」

(3) 国の施策の動向

国では、平成 28 年（2016 年）3 月に「明日の日本を支える観光ビジョンー世界が訪れたくなる日本へ」を策定し、『観光は「地方創生」の大きな切り札、成長戦略の柱』と位置づけ、『国を挙げて、観光を我が国の基幹産業へと成長させ、「観光先進国」という新たな挑戦に踏み切る覚悟が必要である』としています。本ビジョンでは令和 12 年（2030 年）までに訪日外国人旅行者数を 6 千万人、訪日外国人旅行消費額を 15 兆円、日本人国内旅行消費額 22 兆円を目標に掲げています。

その後、新型コロナウイルス感染拡大の影響により観光産業は深刻な影響を受けましたが、国では、令和 5 年（2023 年）3 月に、第 4 次「観光立国推進基本計画」を策定し、(1)持続可能な観光地域づくり、(2)インバウンド回復、(3)国内交流拡大の 3 つの柱を掲げるとともに、「持続可能な観光」、「消費額拡大」及び「地方誘客促進」をキーワードに、観光の本格的な回復と再構築に向けた取組を進めています。

計画期間中、訪日外国人旅行者数・消費額ともにコロナ前の水準を上回る状況となっており、令和 12 年（2030 年）の政府目標達成に向けた動きが加速しています。

令和 8 年（2026 年）3 月に策定が予定されている第 5 次計画では、(1)インバウンドの受入れと住民生活の質の確保との両立、(2)国内交流・アウトバウンド拡大、(3)観光地・観光産業の強靱化の 3 つを施策の柱として位置づけ、日本の魅力・活力を次世代に持続的に継承・発展させていくことを目指しています。

(4) 観光を取り巻く環境の変化について

人口構造の変化やパンデミック、国際情勢等による影響、旅行者ニーズの多様化など、観光を取り巻く環境は大きく変化しており、自治体や観光関連事業者には、その変化に的確に対応しながら、持続可能な観光まちづくりを進めていくことが求められています。そのためには、観光産業が安定的に収益を確保し、地域住民との調和を図りながら、地域に継続的な恩恵をもたらす仕組みづくりが重要です。

①人口構造の変化と観光需要への影響

全国では、平成 27 年（2015 年）から人口減少に転じており、令和 2 年（2020 年）時点の人口は 1 億 2,615 万人となっています。今後も減少が続くと見込まれており、令和 22 年（2040 年）には約 1,331 万人減少して 1 億 1,284 万人となると推計されているとともに、老年人口（65 歳以上）は同年に 3,929 万人に達すると見込まれています。

人口減少及び少子高齢化の急速な進行により国内旅行者実数の減少が予想される中、民間の観光調査・研究においては、今後、国内宿泊者数と訪日外国人宿泊者数が逆転する可能性があるとの予想もあることから、今後は、外国人旅行者の誘客拡大を最重要課題としつつ、観光消費額の拡大、観光消費単価の増加、宿泊日数の増加、宿泊客のリピ

一ター化するなどの取組を強化していく必要があります。

さらに、観光庁の推計では、定住人口1人当たりの年間消費額は約135万円で推移しており、この消費額は訪日外国人旅行者約6人分、国内宿泊客約19人分、国内日帰り客約69人分に相当するとされています。こうした比較から、観光による消費拡大は人口減少が地域経済に及ぼす影響を緩和する上で有効な手段であり、特に訪日外国人旅行者は1人当たりの消費額が高く、地域経済において重要な存在となっています。

②パンデミックや国際情勢等による国内外の旅行需要への影響

新型コロナウイルス感染症の拡大により、令和2年（2020年）の訪日外国人旅行者は激減し、観光産業は大きな打撃を受けましたが、その後の回復は急速に進み、令和6年（2024年）には訪日外国人旅行者数・消費額ともに過去最高を記録するなど、観光需要は力強く回復しています。

一方で、インバウンドはパンデミックや国際情勢、為替変動などの外部要因に左右されやすい面もあることから、安定的な国内需要の確保も重要です。本県の延べ宿泊者数の約9割は国内観光客で占められており、この現状を踏まえ、全国における本県のシェア拡大や観光消費単価の増加を図るとともに、高齢者層の旅行回数の減少や、出張・日帰り旅行需要の回復の鈍さといった傾向にも目を向け、幅広い層の旅行意欲を喚起する取組が求められます。

③旅行ニーズの多様化など市場環境の変化

旅行スタイルの多様化やデジタル技術の活用が進み、観光DX¹による利便性向上や、環境・地域社会への配慮を重視するサステナブル・ツーリズムの考え方も広がりつつあります。

特に、旅行を検討する際にSNSや動画投稿サイトを活用する割合が高まり、旅行先選びにおいてもSNS上の情報や投稿を意識する傾向が見られます。旅行商品の予約・購入はスマートフォンを中心にネット完結型が主流となり、利便性の高いデジタルサービスへの期待が高まっています。また、旅行の目的として、地域の食や文化、自然などの体験価値を重視する傾向が強まり、テーマ性のある旅行や「心を動かす体験」への関心が高まっています。

④観光産業における人材不足の現状

観光産業を支える人材の不足は全国的な課題となっており、宿泊業や交通、飲食など

¹ 【観光DX】業務のデジタル化により効率化を図るだけでなく、デジタル化によって収集されるデータの分析・利活用により、ビジネス戦略の再検討や、新たなビジネスモデルの創出といった変革を行うもの

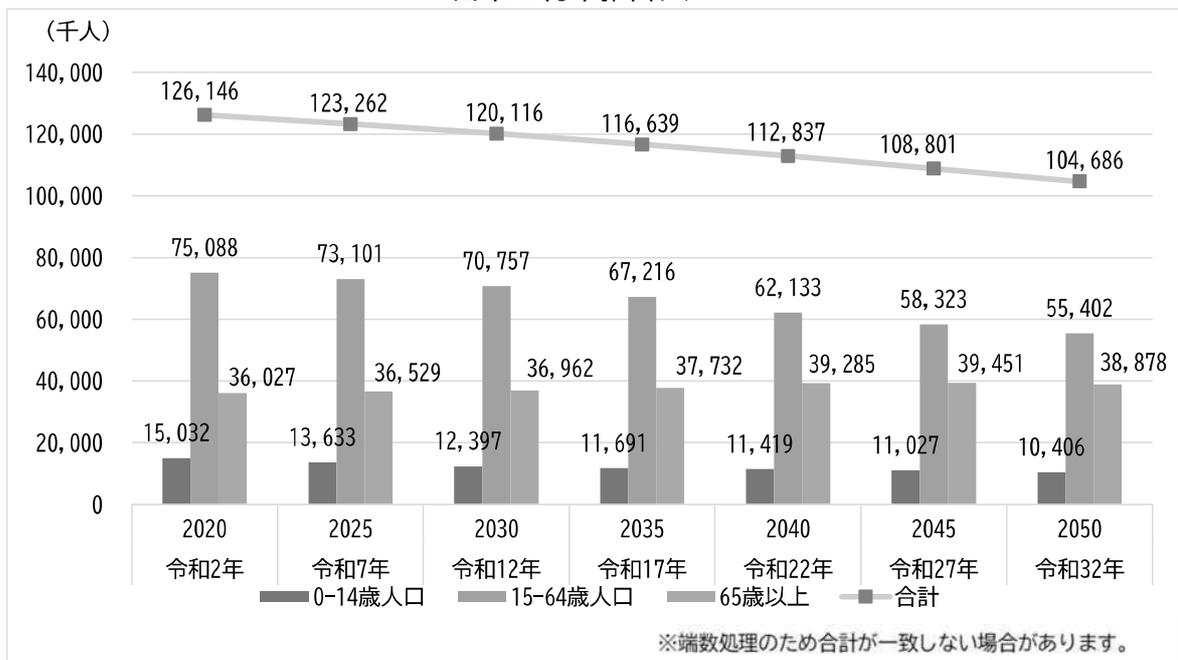
幅広い分野で深刻化しています。人口減少や少子高齢化、若年層の県外流出といった構造的な要因に加え、繁忙期と閑散期の差が大きい観光産業の特性も、安定的な雇用を難しくしており、このような状況は、サービスの質や受入体制の維持に影響を及ぼし、観光の持続可能性を確保するうえで大きな課題となっています。

こうした課題に対応するためには、人材の確保と育成、定着を一体的に進めることが重要であり、併せて、求められる人材像や必要なスキルについて関係者間で共有し、理解を深めながら連携を図っていくことが、採用や育成の効果を高めるうえで大切な視点となります。さらに、働きやすい職場環境の整備や業務の効率化を進め、限られた人材で質の高いサービスを提供できる体制づくりを進めるとともに、デジタル技術の活用や多様な人材の参画を促すことで現場の負担を軽減しながら、観光産業の生産性と魅力を高めていく必要があります。

⑤今後予定される大規模イベントによる誘客機会

こうした変化に加え、今後10年以内に予定される大きなイベントとして、県内では「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」が令和10年（2028年）に世界遺産登録10周年を迎えます。また、県外では、令和12年（2030年）秋頃に大阪IR¹の開業が予定されています。こうした国内外から誘客が期待できる大規模イベントを見据え、世界遺産のさらなる活用や、関東・関西エリアからのインバウンド誘客強化などに取り組む必要があります。

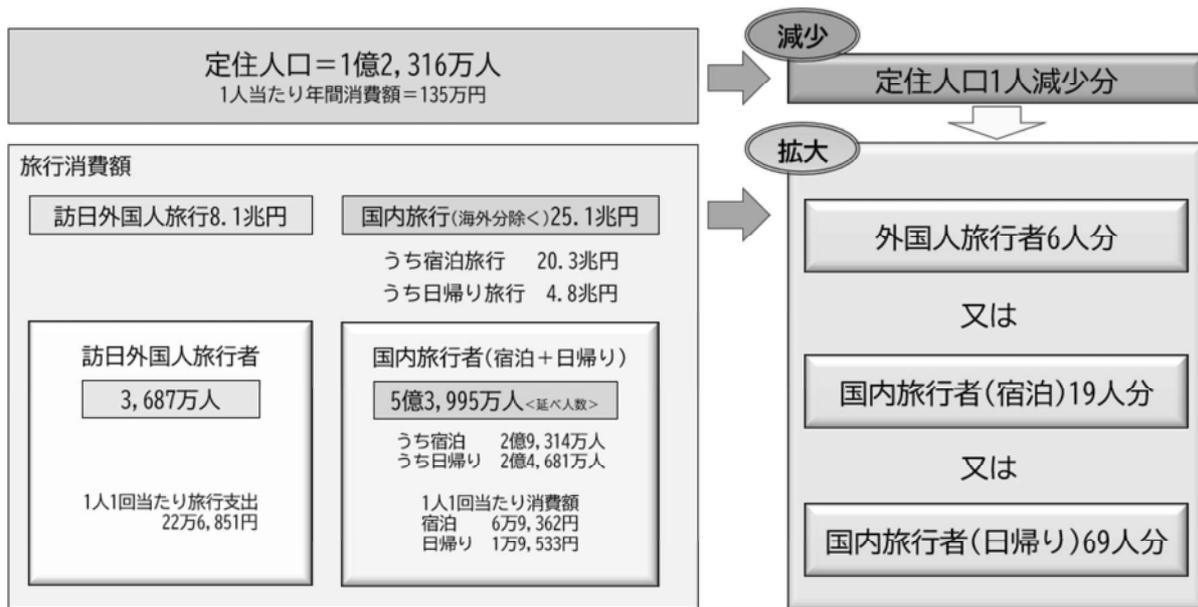
日本の将来推計人口



資料：国立社会保障・人口問題研究所推計

¹ 【IR】国際会議場や展示施設、ホテル、エンターテインメント施設等にカジノを含んだ複合的な観光施設

観光交流人口増大の経済効果



資料：観光庁資料をもとに長崎県で作成

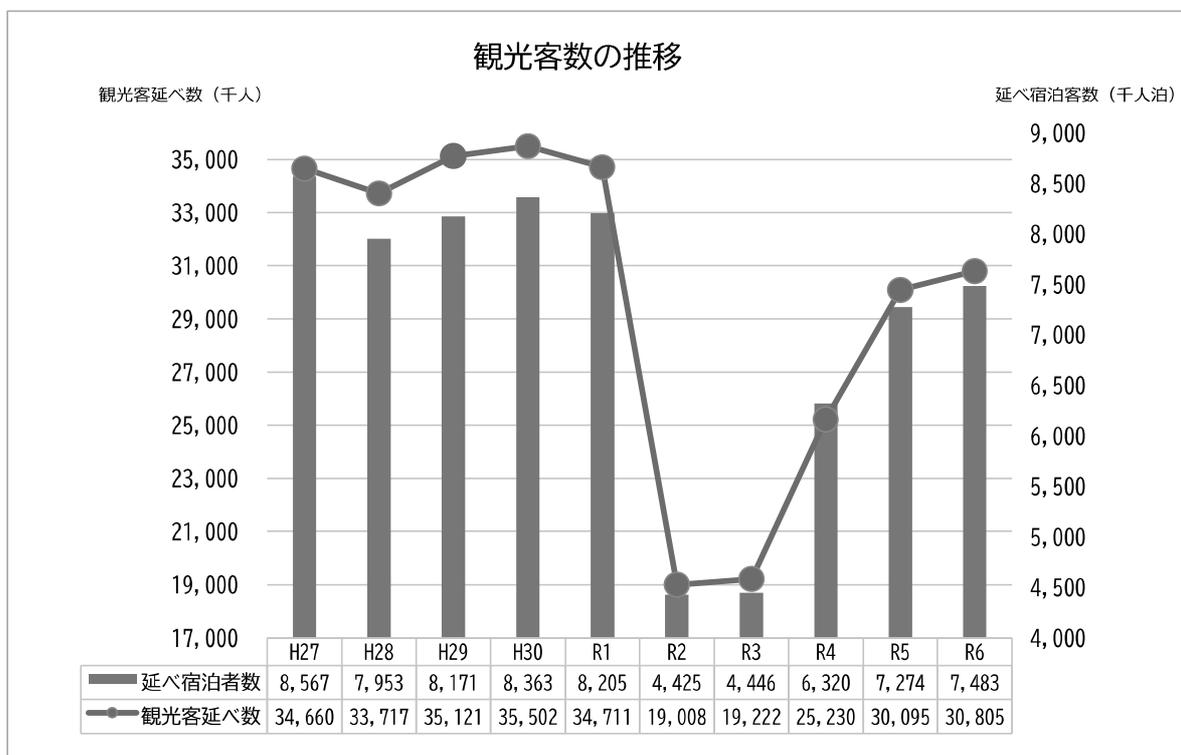
2. 長崎県観光の現状と課題

(1) 長崎県の観光客数の推移

本県の観光客延べ数は、平成28年（2016年）は熊本地震の影響により5年ぶりに減少となったものの、平成29年（2017年）は熊本地震の影響から持ち直したことで、クルーズ客船の寄港数や外国人宿泊客数が好調であったことなどから、また、平成30年（2018年）は「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や、クルーズ客船の乗客乗員数が5年連続で過去最高であったこと、外国人宿泊客数が過去最高となったことなどから、2年連続で過去最高を記録しました。

しかし、令和元年（2019年）7月以降、訪日旅行控えにより韓国人旅行者が大幅に減少したこと、中国クルーズ市場の調整局面の継続によりクルーズ客船の乗客乗員数が大幅に減少したことなどから、3年ぶりに観光客延べ数が減少することとなりました。

また、令和2年（2020年）、令和3年（2021年）は新型コロナウイルス感染拡大の影響により、政府が緊急事態宣言を発令し、外出自粛や休業等を要請したことから、旅行需要が大幅に低下しました。令和4年（2022年）は、新型コロナウイルス感染症の影響はあったものの全国旅行支援などの効果により、令和5年（2023年）年は、新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置づけが5類感染症に移行したことによる行動制限の解除や、訪日者に対する水際対策が5月に撤廃されたことから、前年比べて観光客数が増加しました。令和6年（2024年）は新規施設の開業や外国人旅行者の増加などにより、引き続き観光客数が増加しています。



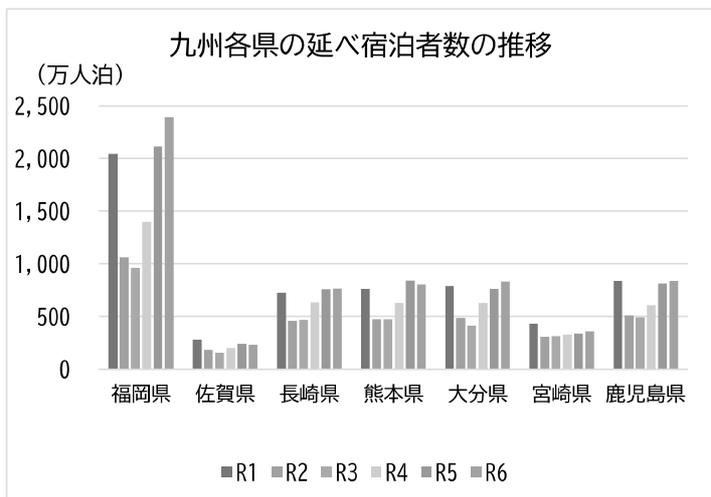
資料：長崎県観光統計 ※統計手法の見直しに伴い、H28以前は前年伸び率を用いた推計値を掲載している。

(2) 延べ宿泊者数の推移

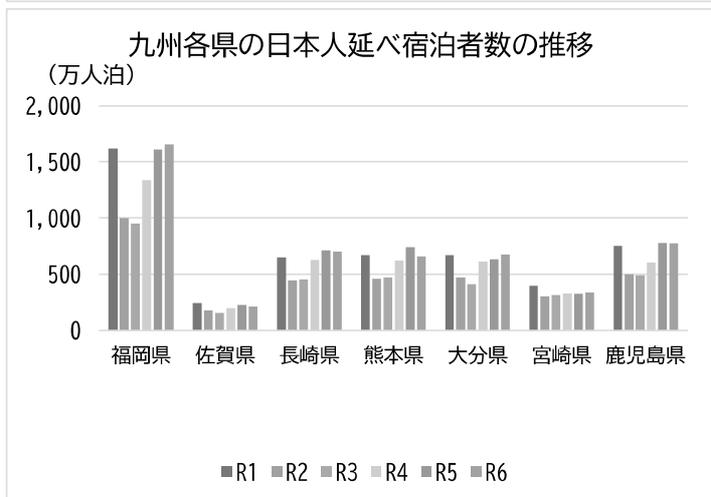
観光庁の「宿泊旅行統計調査」により本県と九州各県の延べ宿泊者数の推移を比較すると、本県の延べ宿泊者数の伸び率は九州他県と比べてやや低い状況にあります。

(令和元年と比べた令和6年の増減率は、全体4位、日本人1位、外国人4位)

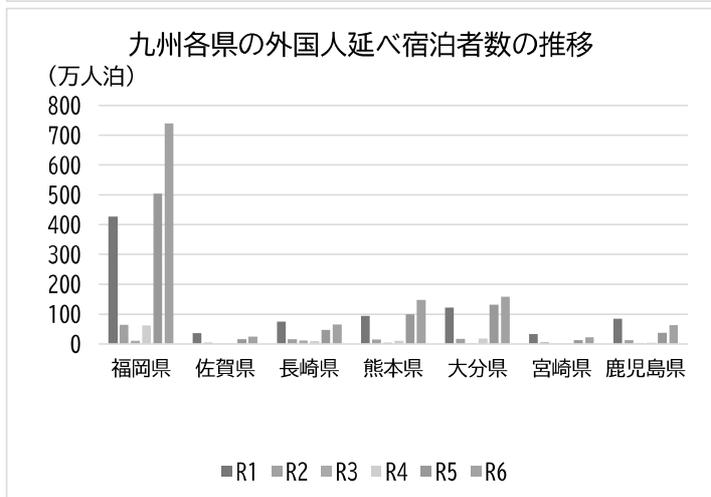
今後は、朝型や夜型の魅力ある観光コンテンツの開発や広域周遊の推進に取り組むなど、「もう一泊」につながる取組を強化していく必要があります。



県名	R6 (万人泊)	増減率 (R5比)	順位	増減率 (R1比)	順位
福岡県	2,395	+13.4	1	+17.3	1
佐賀県	234	▲3.5	6	▲16.3	6
長崎県	764	+0.6	5	+5.4	4
熊本県	808	▲3.8	7	+5.8	2
大分県	833	+9.2	2	+5.4	3
宮崎県	361	+6.9	3	▲16.5	7
鹿児島県	838	+2.8	4	+0.1	5
九州計	6,233	+6.2		+6.2	



県名	R6 (万人泊)	増減率 (R5比)	順位	増減率 (R1比)	順位
福岡県	1,656	+3.0	3	+2.5	3
佐賀県	212	▲6.9	6	▲13.4	6
長崎県	699	▲1.8	5	+7.7	1
熊本県	661	▲10.7	7	▲1.4	5
大分県	676	+7.0	1	+1.0	4
宮崎県	340	+4.2	2	▲15.0	7
鹿児島県	776	▲0.4	4	+3.1	2
九州計	5,020	▲0.1		+0.4	



県名	R6 (万人泊)	増減率 (R5比)	順位	増減率 (R1比)	順位
福岡県	739	+46.6	5	+73.3	1
佐賀県	23	+46.9	4	▲36.2	7
長崎県	64	+38.8	6	▲14.6	4
熊本県	147	+47.1	3	+57.4	2
大分県	157	+20.0	7	+30.0	3
宮崎県	21	+83.0	1	▲34.7	6
鹿児島県	62	+71.5	2	▲26.2	5
九州計	1,213	+43.7		+39.7	

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

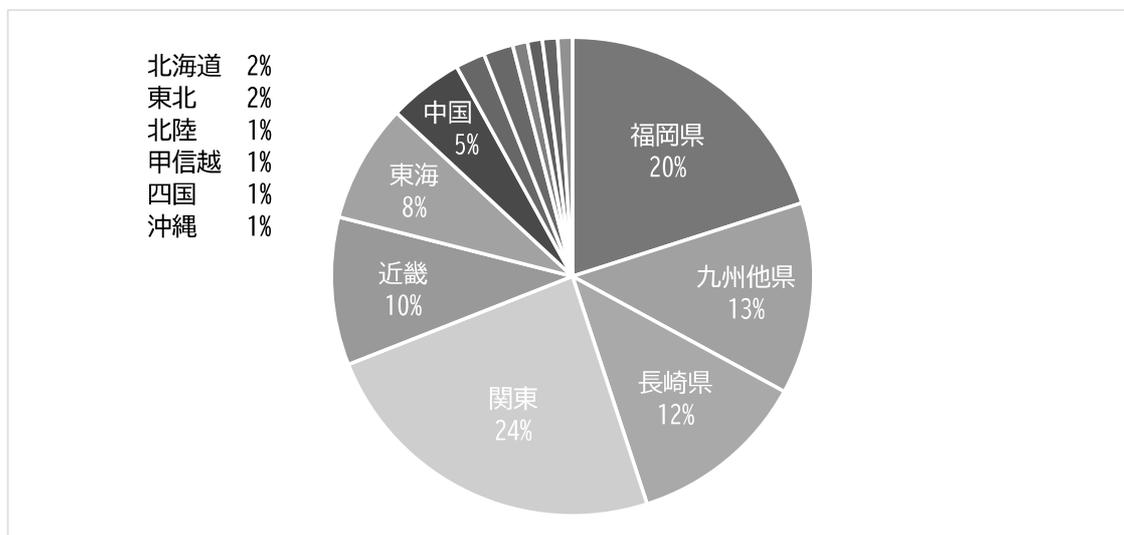
(3) 県内観光客の動向

①国内観光客

令和6年（2024年）の長崎県観光動向調査によると、本県への宿泊をともなう観光客の発地別割合は、本県を含む九州圏内が45%、関東エリアが24%、近畿エリアが10%、東海エリアが8%となっています。令和元年（2019年）と比較すると、九州圏内は1ポイント減少（福岡県1ポイント増加、本県は3ポイント減少）、関東エリアは同じ割合、近畿エリアは2ポイント減少、東海エリアは1ポイント増加であり、引き続き大都市圏からの観光客の割合が高い傾向が見られます。

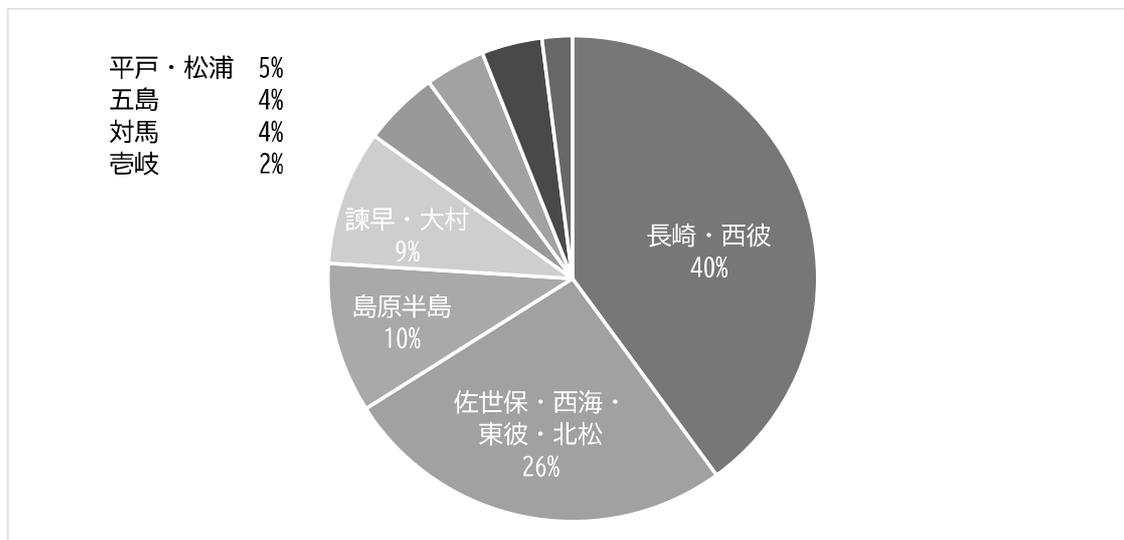
主な宿泊地は、長崎・西彼地域が40%、佐世保・西海・東彼・北松地域が26%と、2つの地域で県全体の宿泊者数の66%を占めています。

R 6 国内観光客の延べ宿泊者数の割合



資料：長崎県観光動向調査

R 6 県内での主な宿泊地別の割合



資料：長崎県観光統計

②外国人観光客

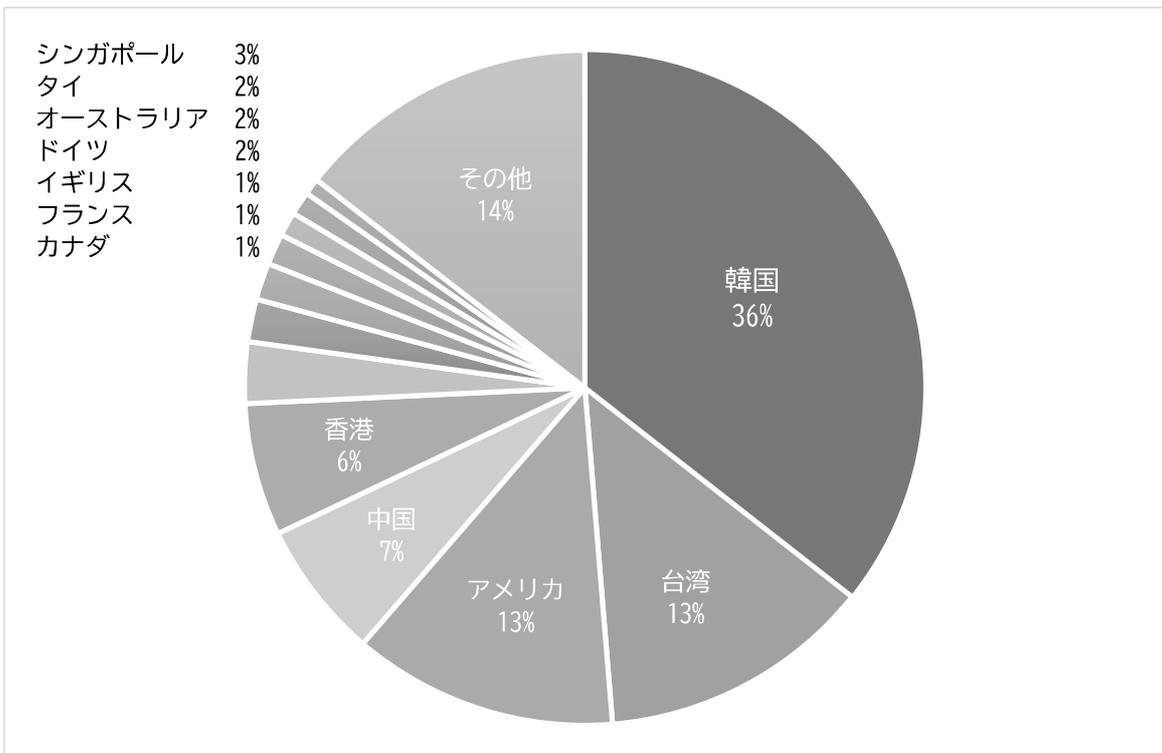
本県を訪れる外国人延べ宿泊者数は、令和2年（2020年）以降のコロナ禍を経て、令和6年（2024年）には732千人泊を記録し、コロナ禍前の令和元年（2019年）の791千人泊の約9割まで回復しています。

令和6年（2024年）の国・地域別の割合については、韓国36%、台湾13%、アメリカ13%、中国7%、香港6%の順となっており、重点市場である東アジア（中国、韓国、香港、台湾）で約6割を占めています。



資料：長崎県観光統計 ※統計手法の見直しに伴い、2016年以前は前年伸び率を用いた推計値を掲載している。

R 6 国・地域別外国人延べ宿泊者数の割合



資料：長崎県観光統計

(4) 前期計画の取組と主な成果

①数値目標の達成状況

令和6年の観光消費額は4,587億円(対前年比+15.5%)となり観光客数の増加や1人当たりの平均消費額が公表値としては過去最高となり目標値を超える実績となりました。

	項目	基準値	目標値(R6)	実績値(R6)	達成率	目標値(R7)
基本目標	観光消費額(総額)	3,778億円(H30)	4,089億円	4,587億円	112%	4,137億円
重要評価 指標	観光客(宿泊)のリピーター率	58.6%(H30年度)	65.0%	65.3%	100%	66.0%
	延べ宿泊者数	836万人泊(H30)	885万人泊	748万人泊	84%	891万人泊
	観光消費単価(宿泊客)	31,921円(H30)	33,200円	42,884円	129%	33,400円
	外国人延べ宿泊者数	93万人泊(H30)	119万人泊	73.2万人泊	61%	125万人泊
	国際定期航空路線の利用者数	51千人(R1年度)	80千人	37千人	46%	120千人
	国内外のクルーズ船入港数	272隻(R1)	357隻	247隻	69%	440隻

②前期計画の概要

前期計画では「感動あふれる長崎県～みんなで磨く、文化と食と真心と～」を将来像に掲げ、以下の5つの柱に沿って観光施策を推進しました。

③成果と課題

<柱1> 滞在型観光コンテンツの充実等による観光まちづくりの推進

- ・映画やドラマのロケ地誘致を積極的に進め、ロケーションジャパン大賞で準グランプリを受賞するなど、ロケ地の誘致が進展しました。
- ・一方で、歴史文化資源を活かしたコンテンツについては、美術館や博物館の活用を行っているものの、なお十分とはいえず、さらなる磨き上げが必要です。

<柱2> 訪れる人に期待以上の満足を感じさせる「おもてなし」力の向上

- ・長崎コンシェルジュ¹の育成や世界遺産の価値を説明できる観光ガイドの育成、ユニバーサルツーリズム²の推進により、誰もが安心して楽しめる体制の整備を進めました。
- ・一方で、ガイド育成を通じた若年層の郷土愛醸成につながる取組は十分とはいえず、教育機関との連携など今後の取組が必要です。

¹ 【長崎コンシェルジュ】 県内の宿泊施設において、お客様が快適な滞在時間を過ごし、満足いただけるサービスを提供するとともに、長崎県ならではの価値や魅力を伝えることができる県が認定したプロフェッショナル人材

² 【ユニバーサルツーリズム】 高齢や障がい等の有無にかかわらず、誰もが気兼ねなく楽しく参加できる旅行

<柱3>安全・安心対策や観光産業の高付加価値化の推進

- ・宿泊施設の品質認証制度を導入しサービス品質の向上や付加価値の向上を図りました。
- ・一方で、富裕層の受入環境整備に向けた取組が十分ではなく、富裕層が期待する水準に応えるためのさらなる付加価値の向上に向けた取組の推進が必要です。

<柱4>観光客のニーズやターゲットに応じた訴求力のある情報発信と周遊観光の促進

- ・データ分析に基づく観光プロモーションや情報発信を積極的に推進しました。
- ・一方で、福岡など近距離市場へのプロモーションが十分ではなく、今後の戦略的な情報発信の強化が必要です。

<柱5>環境変化や市場動向を踏まえたインバウンド観光の推進

- ・国際航空路線の再開（令和5年（2023年）10月上海線、令和6年（2024年）10月ソウル線）や、クルーズ船の入港拡大により、インバウンド回復に向けた基盤整備を進めました。
- ・一方で、本県の観光地としての認知度を高めるためのFIT¹向けなどの情報発信が十分ではないため、効果的なプロモーションの実施などによる認知度の向上が必要です。

¹ 【FIT】海外個人旅行者又は海外個人旅行

(5) 長崎県観光の課題

① 持続可能な観光まちづくり推進による広域周遊の促進

本県は古くから海外との交流による歴史文化や異国情緒あふれる街並みなどの豊かな観光資源を有する一方で、日本的な「和」を感じさせるコンテンツや高付加価値コンテンツが不足しているため、インバウンド向けのコンテンツを充実させながら、本県の地理的優位性を活かし、東アジアや訪日旅行市場が拡大している東南アジア、さらに高付加価値市場である欧米豪等からの誘客を推進する必要があります。

また、各地域では特性を活かした観光コンテンツの造成等が進み、「点としての充実」は見られますが、今後は、自治体間や地域間の連携をさらに促進し、「面としての強み」に変えていく必要があります。

地域や人を『つなぎ』、地域の魅力や共通するストーリーで『つながる』ことで、地域主体の観光まちづくりの取組を加速させ、観光産業のすべてのステークホルダーの利益に『つなげる』広域周遊を促進し、観光客の滞在時間延長による観光消費額の増加につなげていくことが必要です。

本県は、日本本土・九州の西端に位置しており、主要な交通結節点である（九州の玄関口である）福岡空港や博多駅からのアクセスや離島・半島が多い地理的特性から県内周遊に課題があるため、二次交通の利便性を向上させる必要があり、観光客の広域周遊を促進するためには、地域間を結ぶ移動手段の充実や利便性向上が不可欠であり、交通事業者と観光事業者との連携を深めていくことも必要です。

【主な課題解決に向けた方向性】

- ・ 国内外の観光客を惹きつける魅力的な観光コンテンツの充実
- ・ 観光コンテンツの「点としての充実」から「面としての強み」への転換による観光消費額の増加
- ・ 二次交通の移動手段の充実と利便性向上による広域周遊の促進

② 旅行ニーズや消費行動の多様化を捉えた誘客

本県は海外での認知度は高いものの、「戦争にまつわる記憶」が主であり、観光地としての認知度向上や選ばれるための情報発信を強化するため、海外OTA¹やSNS等を活用したデジタルプロモーションの強化が必要です。

さらに、長崎港や佐世保港のほか、離島・半島地域を含む県内各地の特色を活かしたクルーズ客船の誘致に取り組むとともに、寄港地からの広域周遊観光を促進するなど、経済的な効果を高める取組を推進していく必要があります。

旅行者のニーズや価値観、消費行動は年々変化しており、団体旅行から個人旅行への

¹ 【OTA】 インターネット上だけで取引を行う旅行会社

シフトが進む中、旅行目的や形態も多様化しており、個人の嗜好や新しいスタイルに対応する柔軟な施策が求められています。

さらに、旅行者の情報収集手段も大きく変化しており、計画段階だけではなく旅行中においてもSNSや動画コンテンツ、口コミサイトなど様々なデジタル手段を活用し、最適な目的地を選ぶ傾向にあり、旅行手配のデジタル化も進展しています。こうした状況に対応するためには、地域の魅力を効果的に発信するデジタルマーケティングの強化が不可欠であり、人流データなどのビッグデータを活用し、ターゲット層に応じた情報発信と戦略的なプロモーションを実施する必要があります。

また、人口減少や少子高齢化の進行により、国内の観光需要が減少する中で、新規観光客の獲得が難しくなっており、安定的な旅行需要の確保には、リピーターの獲得が重要です。特に何度も訪問するコアなりピーターは地域への愛着を深め、ファン育成や交流・関係人口¹の拡大にも寄与することから、近隣県との広域連携による周遊促進、食や体験型コンテンツの充実、地域住民との交流機会の創出などを通じて、継続的な訪問意欲を高める取組が求められます。

さらに、安定的な旅行需要の確保には、ビジネス・学術目的で来訪するMICE²の誘致や教育旅行などの団体旅行の誘致も重要であり、特に、教育旅行は、地域の魅力を深く体験する機会となり、将来的なりピーターやファン育成にもつながることから、さらなる誘致に向けた取組の強化が必要です。

【主な課題解決に向けた方向性】

- ・外国人延べ宿泊者数の回復のためのさらなる誘客
- ・観光地としての認知度向上とFITの誘客
- ・クルーズ需要に対応した受入環境の整備と経済的な効果を高める取組の推進
- ・デジタルを活用したマーケティングとデータ分析のさらなる強化
- ・観光客のニーズやターゲットに応じた訴求力あるプロモーションや多言語による情報発信
- ・人口減少により新規旅行者の獲得が難しくなる中で、コアなりピーター割合を高める取組の実施
- ・九州圏や県内から繰り返し訪問を促す誘客施策の実施や近隣県と連携した広域連携による周遊促進
- ・教育旅行における教育的価値が高い体験型プログラム整備、地域間連携による「オール長崎」での受入体制の構築、新規校や訪日教育旅行の誘致
- ・MICE誘致に向けた市町や関係事業者との連携強化

¹ 【関係人口】移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域や地域の人々と多様に関わる人々

² 【MICE】企業等の会議 (Meeting)、企業等の行う報奨・研修旅行 (インセンティブ旅行) (Incentive Travel)、国際機関・団体、学会等が行う国際会議 (Convention)、展示会・見本市、イベント (Exhibition/Event) の頭文字を使った造語で、これらのビジネスイベントの総称

③観光産業の人材確保と基盤強化

観光産業は裾野が広く、地域の雇用創出や交流人口の拡大、地場産業の振興など、多方面にわたって波及効果をもたらし、地域経済を活性化させる重要な産業ですが、その産業を支える人材は、慢性的な人手不足に直面しています。

人手不足はサービスの質低下や地域の魅力発信力の弱体化に繋がる大きな課題であり、少子高齢化や若年層の県外流出、業界に対する労働環境のイメージなどを背景に深刻な状況です。

そのため、若い世代や地域に暮らす方々など人材の確保に向けた、やりがいや魅力発信はもとより、採用した人材が安心して長く働き続けられるため、職場環境の整備も重要であるほか、業務の効率化や負担軽減を図るデジタル技術（DX）の導入や、外国人やシニア層等、多様な人材の参画を促進することも有効です。

観光に従事する方々の満足度を高めることは、離職防止やホスピタリティ¹の向上に繋がり、訪れた方へ質の高いサービスを安定的に提供することにも繋がります。

国内外の観光客の個人旅行化やニーズの多様化など、観光を取り巻く環境が大きく変化する中、人材の確保と育成、定着を一体的に進めることで、観光客・従業員双方の満足度を高め、持続的な観光の振興につなげていく必要があります。

インバウンドの受入拡大に向けては、旅行形態の個人化や旅行手配のデジタル化が進展していることから、宿泊施設や体験メニュー、飲食店、観光関連施設の海外OTAやグルメサイト等への登録、多言語対応など受入環境整備を進める必要があります。

また、本県と海外を直接結ぶ国際航空路線の確保も重要であり、積極的な路線誘致に取り組むとともに、安定的な運航を図るため、インバウンドはもとより、アウトバウンドの利用促進にも取り組む必要があります。

【主な課題解決に向けた方向性】

- ・少子高齢化や若年層の県外流出、業界に対する労働環境のイメージなどを背景とした人手不足への対応
- ・人材の確保に向けた魅力発信や長く働き続けられる職場環境の整備
- ・業務の効率化や負担軽減を図るためのデジタル技術（DX）の導入
- ・外国人やシニア層等の多様な人材の参画促進
- ・持続的な観光の振興につなげていくための人材確保と育成・定着の一体的な推進及び観光客・従業員双方の満足度の向上
- ・さらなるインバウンドの受入拡大のための国際航空路線の維持・拡大
- ・多言語対応、キャッシュレス決済、配車アプリの利用促進、質の高い外国語ガイドの確保・育成などのインバウンド受入環境整備

¹ 【ホスピタリティ】相手への思いやりや心配りをもって、期待以上の価値や満足を提供する姿勢や行動

④持続的な体制整備

持続可能な観光まちづくりを推進し、地域が自立して観光による経済効果を生み出していくためには、地域住民の生活環境にも配慮しながら、市町や観光協会、民間企業など多様な関係者が一体となって取り組んでいく必要があります。

さらに、地域の舵取り役である観光地域づくり法人（DMO）が中心になり、多様な関係者が参画した戦略的な体制を構築し、国内外から旅行先として選ばれる観光地としてのブランド力を高めるとともに、本県の強みである地域資源を活かしながら、観光コンテンツの収益性を高め、観光産業の「稼ぐ力」を引き出していく必要があります。

そのためには、「観光まちづくり」の現場を効果的・効率的に動かしていくための人材の確保・育成が必要です。

また、観光を支える基盤は、地域に暮らす方々の理解やおもてなしの心にも支えられています。

観光は地域の魅力を発信できる産業であり、本県を訪れる観光客に「また訪れたい」と感じてもらい、再来訪につなげるためには、県民一人ひとりが観光を通じて地域の誇りや担い手としての意識を高めることが重要であり、これにより訪れる方に『ワンランク上のおもてなし』で『笑顔にさせる対応』につながります。

観光を経済活動だけでなく、地域の活力を生み出す力として捉え、地域理解を深め、誇りを持っていただくことで、観光地としての魅力もさらに高まることから、学校教育や地域イベントを通じた観光理解の促進など、シビックプライド¹を育む取組が求められます。

【主な課題解決に向けた方向性】

- ・地域住民や環境との調和のとれた観光まちづくりの推進
- ・観光地域づくり法人（DMO）主体の戦略的な観光振興体制構築による観光産業の「稼ぐ力」の促進
- ・「観光まちづくり」の現場を効果的・効率的に動かしていくための人材の確保・育成
- ・県民・事業者・行政が一体となった、「おもてなしの心」の醸成
- ・将来の観光を担う世代に向けた観光業界の魅力や地域への理解を深める取組の推進

¹ 【シビックプライド】 地域への誇りと愛着を表し、自分たちの住むまちをより良いものに、そして誇れるものにしていこうという思い

(6) 観光振興の方向性検討のためのSWOT分析

本県の立ち位置を客観的にとらえるため、県の関係部局において、本県の観光に関する強み、弱み、機会、脅威のSWOT分析についてブレインストーミング方式による意見交換を実施しました。

▶ 強み(strengths)	▶ 弱み(weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> 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 (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など) ③充実した観光施設とアクセス向上 (ハウステンボスや長崎スタジアムシティ、出島メッセ、アジアとの近接性など) ④食とおもてなしの魅力 (新鮮で豊富な食材や、質の高いおもてなし) ⑤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) 	<ul style="list-style-type: none"> ①高コスト・長時間のアクセスと脆弱な二次交通網 (アクセス改善の一方で、主要都市部からの時間コストを要する不便、県内の二次交通の脆弱さ) 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、周遊観光における連携不足) ③観光協会とDMOの組織体制 (観光協会の組織の脆弱さや都道府県DMOとの連携不足) 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の少なさ、外国人観光客受入体制の整備不足) ⑤観光客の満足度とリピーター率 (観光客の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)
▶ 機会(opportunities)	▶ 脅威(threats)
<ul style="list-style-type: none"> ①交通インフラとアクセスの向上 (高規格道路の開通など交通インフラの整備促進) ②観光施設整備と大型イベントの充実 (長崎港元船地区の再編による観光・交流拠点等の整備、長崎ミュージックフェスマラソンの開催、国際園芸博覧会の開催など) 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、中国駐長崎総領事館開設45周年、被爆85年、潜伏キリシタン関連遺産登録10周年など) ④新しい観光形態と経済・社会の変化 (デジタルノマドやワーケーション、サステナブル・エコツーリズムの需要増等新しい観光形態への注目や、東アジア地域の経済成長、高齢化によるアクセシブルツーリズムの需要増加等) 	<ul style="list-style-type: none"> ①自然災害・気候変動・感染症 (自然災害や気候変動による自然景観の劣化や観光シーズンの変動、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産業への規制強化や技術格差・リスクの拡大 (観光業界の労働環境等の規制強化やデジタルデバイドの拡大、サイバーセキュリティの脅威) ④地域交通の縮小やインフラの老朽化 (地域交通(バス、鉄道、船など)の減便、観光施設老朽化) ⑤多様なニーズへの対応や地域社会との調和 (観光客の嗜好のめまぐるしい変化、他県との競争激化、オーバーツーリズム等による地域社会との摩擦)

その結果を踏まえ、強みを活かして機会を最大化するSO戦略、強みを活かして脅威を最小化するST戦略、弱みを克服して機会を活かすWO戦略、弱みを克服して脅威を最小化するWT戦略の4つの視点からクロス分析を行い、80を超える施策案を検討しました。

さらに、前期計画の振り返りと、観光を取り巻く環境の変化を踏まえた施策の方向性の検討結果に、このSWOT分析に基づく戦略的な視点を掛け合わせ、本計画における施策の方向性を整理しました。

第3章 観光振興の方向性

1. 長崎県観光の将来像

この計画では、5年後の本県観光のあるべき姿（将来像）を次のように掲げます。

観光客の心をつかみ、選ばれる観光立県 NAGASAKI
～歴史と文化を未来へつなぎ、世界と心を結ぶ、笑顔あふれる長崎へ～

観光客に期待を上回る体験を提供する観光施策を推進することで地域経済の活性化を図り、選ばれ続けることで地域に経済効果が広がり、観光立県として持続的に発展していく長崎の姿を描いています。

『歴史と文化を未来へつなぎ』

- ・多くの人を惹きつける本県ならではの歴史や文化を活かし、長崎の魅力を未来へとつなげていきます。

『世界と心を結ぶ』

- ・海外との交流の歴史を活かし、訪れる人々と地域との交流を通じて、世界から選ばれる観光地を目指します。

『笑顔あふれる長崎へ』

- ・観光で賑わう長崎を誇りに思う県民、やりがいを感じる観光に携わる従業員、満足する訪問者が、地域に笑顔と好循環が広がる未来を目指します。

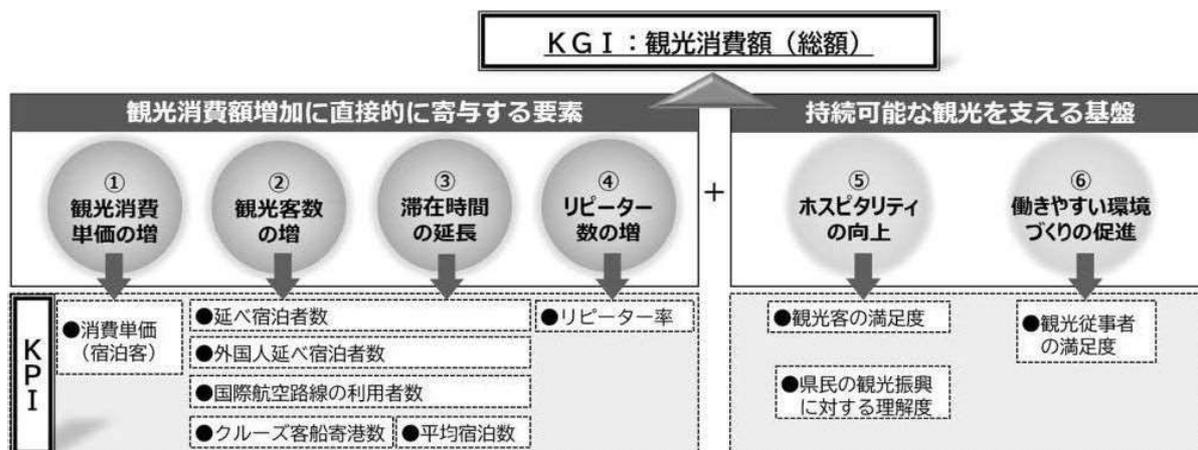
2. 数値目標

本計画では、観光消費額の増加を最終目標（KGI）とし、その増加によって地域経済の活性化と持続可能な観光の好循環の実現につなげていきます。

観光消費額の増加を直接的に押し上げる要素として、観光消費単価の増、観光客数の増、滞在時間の延長、リピーター数の増を掲げるとともに、持続可能な観光を支える基盤の強化として、ホスピタリティの向上と働きやすい環境づくりの促進を重要な要素と位置づけています。

これらを測定し、計画の進捗を確認するための具体的な成果指標（KPI）として、観光消費単価（宿泊客）、延べ宿泊者数、外国人延べ宿泊者数、国際航空路線の利用者数、国内外のクルーズ客船寄港数、平均宿泊数、観光客（宿泊）のリピーター率、観光客の満足度、県民の観光振興に対する理解度、観光従事者の満足度の10の指標を設定しました。

■観光消費額増加に向けた6つの要素とKPI



KGI

目標項目	参考(R1年(度))	基準年	基準値	目標年	目標値
観光消費額（総額）	3,678億円	R6年	4,587億円	R12年	5,225億円

KPI

目標項目	参考(R1年(度))	基準年	基準値	目標年	目標値
観光消費単価（宿泊客）	32,448円	R6年	42,884円	R12年	44,100円
延べ宿泊者数	821万人泊	R6年	748万人泊	R12年	810万人泊
外国人延べ宿泊者数	79万人泊	R6年	73万人泊	R12年	135万人泊
国際航空路線の利用者数	51千人	R6年度	41千人	R12年度	150千人
国内外のクルーズ客船寄港数	272隻	R6年	247隻	R12年	383隻
平均宿泊数	1.26泊	R6年	1.24泊	R12年	1.27泊
観光客（宿泊）のリピーター率 （来訪回数が4回以上の割合）	16.3%	R6年度	23.1%	R12年度	28.0%
観光客の満足度	87.3%	R6年度	88.9%	R12年度	91.0%
県民の観光振興に対する理解度	-	R7年	60.2%	R12年	67.0%
観光従事者の満足度	-	R7年	66.8%	R12年	73.0%

各目標値の設定根拠

【KGI】

観光消費額（総額）

国の観光ビジョンの目標値の伸び率を参考に目標を設定

⇒R6年の過去最高額からさらに638億円を積み上げ、地域経済の持続的な発展を目指す。

【KPI】

観光消費単価（宿泊客）

国の観光ビジョンの目標値の伸び率を参考に目標を設定

⇒1,200円の引き上げにより年間約72億円（最終年度）の観光消費額の増加を目指す。（今後の物価上昇は考慮していない）

延べ宿泊者数

国内は直近の水準を概ね維持することを、インバウンドは国の観光ビジョンの目標値の伸び率を参考に目標を設定

⇒人口減少による国内旅行需要減の影響相当である約20万人泊の増加を図り、国内観光客数の水準維持を目指す。

外国人延べ宿泊者数

国の観光ビジョンの目標値の伸び率を参考に目標を設定

⇒R6年の実績（73万人泊）から、関東・関西等からの誘客（105万人泊）や、国際航空路線利用者数の拡大（15万人×2泊＝30万人泊）を図り、過去最高の135万人泊を目指す。

国際航空路線の利用者数

既存路線や新規路線の誘致の状況を踏まえ目標を設定

⇒R6年度の実績（41千人）から、既存路線の増便や新規路線の誘致拡大を図り、過去最高であったH26年度の76千人の2倍（150千人）を目指す。

国内外のクルーズ客船寄港数

クルーズ市場の動向を踏まえ、想定される寄港数を積み上げて目標を設定

⇒R6年の実績（247隻）から、国内や中国、欧米豪等におけるクルーズの誘致拡大を図り、過去最高の383隻を目指す。

平均宿泊数

国内は直近の平均宿泊数を上回ること、インバウンドは今後の延べ宿泊者数の増加等を踏まえ目標を設定

⇒平均宿泊数を0.03泊延長することで、約18万人泊の増加を目指す。

観光客（宿泊）のリピーター率（来訪回数が4回以上の割合）

民間調査における本県と九州平均値の差を参考として目標を設定

⇒4回以上のリピーター率を4.9%向上させることで約29万人泊の増加を目指す。

観光客の満足度

基準年実績（全国3位）を踏まえ、直近5年間の全国1位の満足度の平均を参考に目標を設定

⇒観光客の満足度を2.1%向上させ、全国1位の水準を目指す。

県民の観光振興に対する理解度

県民アンケートにおける分析結果を踏まえ目標を設定

⇒観光客増加をプラス効果と感じている割合を6.8%向上させ、観光振興を前向きにとらえる県民の拡大を図ることを目指す。

観光従事者の満足度

観光従事者アンケートにおける分析結果を踏まえ目標を設定

⇒従業員満足度を6.2%向上させ、概ね5～7割と高水準にある新卒就職者3年以内離職率の1割程度の改善を目指す。

3. 観光振興の5つの柱

前述した長崎県観光の現状と課題を踏まえながら、長崎県観光の将来像の実現のため、観光振興に取り組む方向性として5つの柱を掲げ、効果的な観光施策を展開していきます。なお、将来像と5つの柱との関連性は以下のとおり整理しています。

将来像	5つの柱
『歴史と文化を未来へつなぎ』	柱Ⅰ・Ⅴ
『世界と心を結ぶ』	柱Ⅱ・Ⅲ
『笑顔あふれる長崎へ』	柱Ⅳ・Ⅴ

(1) 国内外から選ばれるこだわりの旅の創出

- ・長崎県の強みである歴史・文化・食・自然を活かした体験型コンテンツは、旅行者の満足度を高め、再び訪れたいと思われる重要な要素です。
- ・特に、2つの世界遺産や4つの日本遺産など、長崎県ならではの歴史・文化資源は、地域の魅力を高める観光コンテンツとして高い潜在力を有しています。
- ・アニメや映画などのロケ地を巡るロケツーリズムや、長崎ならではの食文化を活かしたガストロノミーツーリズム¹など、旅行者の多様なニーズに対応した各種ツーリズムを推進します。
- ・離島を含む地域資源を活かした着地型観光²や、上質な宿泊商品の造成を通じて、「もう一泊」を促す取組を進めます。
- ・市町や事業者など多様な主体が連携した魅力ある観光まちづくりの取組を推進し、観光消費単価の増加やリピーター率、観光客の満足度の向上を図ります。

(2) ターゲットにささる戦略的プロモーションの展開

- ・旅行者の行動や価値観が多様化し、デジタル化が進む中、長崎県の魅力を効果的に発信することが求められています。
- ・海外OTAやSNS等を活用したFIT誘客を進めるとともに、日本食や文化体験などの多様な魅力を戦略的に発信します。
- ・九州観光機構や近隣県との広域連携を強化し、周遊観光の促進を図るほか、クルーズ客船や教育旅行の誘致などに取り組むとともに、地域の特色を活かしたプロモーションを展開します。
- ・データを活用したターゲット別の情報発信や旅の目的となる「食」や「体験」など

¹ 【ガストロノミーツーリズム】 その土地の気候風土が生んだ食材・習慣・伝統・歴史などによって育まれた食を楽しみ、食文化に触れることを目的とした旅行

² 【着地型観光】 旅行者が訪れる「着地（目的地）」の地元の人々や事業者が主体となり、その地域ならではの魅力（文化、自然、暮らしなど）を活かした体験プログラムやツアーを企画・運営する観光の形態

の旅ナカの魅力発信を強化し、インバウンドを含む延べ宿泊者数の増加やリピーター率の向上を目指します。

(3) 長期滞在につながる広域周遊の推進

- ・長期滞在を促進するためには、観光客が県内各地を快適に巡ることができる環境づくりを進めるとともに、地域の魅力を面的につなぐ広域周遊の推進が重要です。
- ・市町や交通・観光関係事業者等と連携し、地域を結ぶ二次交通移動手段の充実や、MaaS¹の活用による旅マエ・旅ナカでの利便性向上を図ります。
- ・移動中も楽しめる観光アクティビティの造成や、交通と観光を組み合わせた旅行商品の造成を支援し、観光客の周遊を促進します。
- ・地域間の連携により、各地域の魅力や共通するストーリーでつながる広域周遊ルートを形成し、朝や夜の時間帯を活用した体験を充実させることで、観光客の周遊を促進します。
- ・有人国境離島法²に基づく支援策を活用し、離島地域における滞在型観光を推進することで、平均宿泊数の増加と延べ宿泊者数の拡大を図り、観光消費単価の増加を目指します。

(4) 稼げる観光につなげる産業基盤の強化

- ・観光産業の持続的な成長には、稼ぐ力と産業基盤の強化の両面から取り組むことが重要です。
- ・ホスピタリティ向上やスキルアップを通じてサービスの質を高め、地域ならではの価値や体験を創出することで高付加価値化を推進します。
- ・マーケティング力や経営力を強化するため、データ活用の促進等により収益性の向上を図ります。
- ・デジタル化や業務効率化を進め生産性を高めるとともに、多様な人材が安心して活躍できる環境を整え、人材の確保や定着を図ります。
- ・多言語対応やキャッシュレス決済などの受入環境を整備し、国際航空路線をはじめとした交通基盤の充実を図ることで、観光地としての競争力を高めるとともに、観光客と従業員双方の満足度向上を図ります。

¹ 【Ma a S】” Mobility as a Service” の略。スマホアプリにより、地域住民や旅行者一人一人のトリップ単位での移動ニーズに対応して、複数の公共交通やそれ以外の移動サービスを最適に組み合わせて検索・予約・決済等を一括で行うサービス。新たな移動手段（シェアサイクル等）や関連サービス（観光チケットの購入等）も組合せられる。

² 【有人国境離島法】平成 29 年 4 月に施行された「有人国境離島地域の保全及び特定有人国境離島地域に係る地域社会の維持に関する特別措置法」の略称

(5) 持続可能な観光を推進していく体制の確立

- ・ 持続可能な観光の推進には、観光地域づくりを担う体制の強化と関係者との連携が不可欠です。
- ・ DMOの機能強化や人材育成を進め、市町や観光協会、事業者との連携による観光推進体制の充実とネットワーク強化を図り、観光消費の地域内循環を促進します。
- ・ 文化財の保存・活用や担い手の育成を通じて観光資源を次世代へ継承し、オーバーツーリズム対策により地域住民と観光客の調和を図ります。
- ・ 災害や感染症などのリスクに備えた危機管理体制を整備し、誰もが安全・快適に楽しめる観光環境の確保と、安全・安心な観光地づくりを推進します。
- ・ 観光教育やおもてなし運動を通じてシビックプライドを醸成し、観光客・住民・従業員の満足度を高め、リピーター率の向上と地域経済の持続的な発展を図ります。

■ 5つの柱とKPIの関連性

※最も関連深い柱は「◎」、関連が深い柱は「○」

	柱Ⅰ	柱Ⅱ	柱Ⅲ	柱Ⅳ	柱Ⅴ
観光消費単価（宿泊客）	◎		○	○	
延べ宿泊者数	○	◎	○		
外国人延べ宿泊者数	○	◎		○	
国際航空路線の利用者数		◎		◎	
国内外のクルーズ客船寄港数		◎	○		
平均宿泊数	○		◎	○	
観光客（宿泊）のリピーター率 （来訪回数が4回以上の割合）	◎	○		○	○
観光客の満足度	○			◎	
県民の観光に対する理解度					◎
観光従事者の満足度				◎	○

■ 5つの柱を推進するための役割分担

第1章「推進体制」で示した県民、観光関係事業者、観光協会・DMO、市町、県観光連盟（都道府県DMO）、県の基本的な役割を踏まえ、観光振興の5つの柱ごとに役割を整理しました。各主体が役割を認識し、連携を深めながら観光振興を進めるための共通認識として示すものです。

	I. 国内外から選ばれるこだわりの旅の創出	II. ターゲットにささる戦略的プロモーションの展開	III. 長期滞在につながる広域周遊の推進	IV. 稼げる観光につなげる産業基盤の強化	V. 持続可能な観光を推進していく体制の確立
県民	地域イベントや体験プログラムなど地域における観光振興に関する取組への参画	地元の魅力を自発的に発信（SNS・口コミ）友人知人等への推奨	地域案内や情報提供など、滞在者との交流や受入協力	観光産業への理解と応援や地域での協力	地域資源の保全活動への参加 安全・安心な観光地づくりへの協力 観光客への親しみある対応
観光関係事業者	地域資源を活かした魅力あるコンテンツの造成・販売促進 多様なニーズに応じたサービスの提供・改善	旅行商品やサービスなどの観光情報の発信	交通・宿泊事業者などとの連携による滞在型商品の開発・販売促進	サービスの質向上 DX化等による生産性向上 ホスピタリティ向上 人材育成と働きやすい環境整備 高付加価値化につながる施設等の整備	持続可能な運営体制の構築 地域との調和を意識した事業展開
観光協会 DMO	地域全体でのコンテンツ磨き上げと販路づくり 地域内調整	地域の特色を活かしたプロモーションの実施	地域内周遊ルートでの設計・情報発信	事業者への支援と環境整備 マーケティングデータの分析・提供による事業者支援	観光地域づくりに関わる多様な関係者との合意形成
市町	地域資源を活かすための支援と調整 観光協会・DMOへの支援	地域のプロモーションの戦略立案 地域資源を活かした誘客プロモーションの実施	近隣市町との連携による周遊促進	地域事業者への人材確保や労働環境改善の支援	観光資源の保全・継承 安全・安心な観光地づくり 県の施策と連携
県観光連盟 〔都道府県 DMO〕	コンテンツ磨き上げの助言 地域間連携の促進	九州観光機構、近隣県、市町と連携した広域プロモーションの企画・実施 ターゲット戦略の実行計画の立案	広域視点でのコンテンツ磨き上げの助言 県内周遊ルートの設計 九州観光機構や近隣県との連携による周遊促進	マーケティング力向上支援	地域との連携体制の構築 県・市町・DMO・観光協会の施策との連携 地域のコーディネート機能の強化
県	市町・DMO・観光協会、県観光連盟等による地域主体の取組を推進するための支援	広域プロモーション実施への支援 国、九州観光機構、近隣県、県観光連盟等との連携・協働 ターゲット戦略の基本方針の立案	市町・DMO・観光協会・事業者等が取り組む広域周遊コンテンツの造成への支援	DX推進、人材育成、労働環境改善の支援制度の整備 国際航空路線の維持・拡大 交通基盤整備	DMO支援 財源確保 危機管理体制整備 観光資源の保全と担い手育成 県民の観光への理解促進

4. 重点誘客戦略

旅行ニーズや消費行動の多様化、人口減少による国内市場の縮小、訪日外国人旅行者の個人旅行化や旅行手配のデジタル化の進展、訪日外国人旅行者数・消費額が過去最高を記録するなど、観光を取り巻く環境は大きく変化しています。

こうした状況に対応し、限られた資源を効果的に活用するため、本計画では誘客効果が高く、地域経済への波及が期待できる重点誘客戦略を設定します。

引き続き人流データ等に基づく分析を実施しながら、旅行者のニーズや行動変化に応じて柔軟に戦略を見直し、効果的な誘客を推進します。

<国内市場を対象とした戦略>

(1) 定期航空路線が充実している首都圏からの誘客

首都圏は、人口規模が大きく、居住者の可処分所得水準も相対的に高いため、旅行需要の潜在性が非常に高く、重要なターゲット地域です。特に羽田－長崎間の定期航空路線は、早朝から深夜まで幅広い時間帯に運航されており、地方路線としては高い利用者数を誇るなど、安定的なアクセス環境が整っています。このような背景から、首都圏在住者は週末や余暇を活用した旅行がしやすく、長崎県における宿泊者のシェアも第2位と高い水準にあります。今後は、離島滞在や食の魅力など地域ならではの体験を活かした高付加価値旅行や教育旅行の拡大に向けて、関係者との連携や情報発信を強化し、新規訪問者の獲得とリピーターの育成の両面からの誘客拡大を目指します。

(2) 西日本最大の都市圏である関西エリアからの誘客

関西エリアは、西日本最大の都市圏であり、人口規模や旅行意欲ともに高く、重要なターゲット地域です。本県へは、定期航空路線や新幹線による移動が可能で、交通利便性にも優れ、週末や短期旅行の実施に適した環境が整っています。また、教育旅行の実績も高く、若年層へのアプローチがしやすい点も強みです。加えて、令和12年(2030年)秋に開業予定の大阪IR(統合型リゾート)は、関西エリアの観光需要を一層高める契機となります。こうした関西圏における環境的な強みや観光環境の変化を踏まえ、関西市場での存在感を再び拡大するため、特に京阪神エリアの関係者との連携を強化し、情報発信や旅行商品造成を通じて、新規訪問者の獲得とリピーターの育成を図り、再び主要市場としてのシェアの回復と成長を目指します。

(3) 九州最大の都市である福岡県からの誘客

福岡県は九州最大の都市であり、長崎県における宿泊者シェアが最も高く、安定的かつ継続的な誘客が期待できる重要なターゲット地域です。高速道路や鉄道などの交通イ

ンフラが整備されており、県北・県南・離島地域を含め、県内各地へのアクセスが良好で短時間での移動が可能であることから、日帰り旅行・宿泊旅行の両方が実施しやすい環境にあります。また、本県には、福岡県にはない観光資源も多く存在するため、「身近で非日常を味わえる旅行先」としての魅力を持っています。今後は、こうした特性を活かしながら、地域の認知度と満足度の向上を図るとともに、潜在需要の掘り起こしとリピーターの育成を通じて、さらなる誘客拡大を目指します。

(4) 長崎への愛着が高いコアリピーターの獲得

国内旅行市場の縮小が見込まれる中で、年間を通じて安定した観光需要と消費を生み出すリピーターの確保は、今後ますます重要となります。また、リピーターは地域の人々や文化に親しみを持ちやすく、関係人口の拡大や地域ブランドの強化にも寄与する存在であるとともに、再来訪を促進することで、地域への愛着や信頼が高まる「ロイヤルカスタマー」の育成にもつながり、「長崎ファン」の形成が期待できます。さらに、リピーターの声を観光施策に反映することで、サービスや体験の質、ホスピタリティの向上にもつながり、観光地としての魅力が持続的に高まることも期待できることから、特に、来訪頻度の高い県内在住者および福岡県在住者を重点ターゲットとし、来訪回数が4回以上の「コアリピーター」の拡大を目指します。

(5) 将来のリピーターにつながる若年層の獲得

将来的な旅行需要の確保が課題となる中、修学旅行生や大学生、若手社会人、さらには三十代半ばまでのファミリー層など多様なニーズを持つ若年層の獲得は、持続可能な観光振興に向けた重要な鍵となります。現在の観光客であると同時に、将来的なロイヤルカスタマーや関係人口となりうる存在でもあり、継続的な誘客によって地域との深い関係構築が期待されるとともに、SNS等を活用した情報収集・発信力が高く、二次的な誘客効果も期待できます。引き続き、初回来訪の機会となる教育旅行の誘致拡大を図るとともに、教育旅行を含む地域体験コンテンツの充実等を通じた地域の魅力や本質に触れる機会の提供、SNSを活用したプロモーションなどを通じて、さらなる誘客拡大とリピーター育成を目指します。



＜インバウンド市場を対象とした戦略＞

(6) 直行便を活かした東アジアからの誘客

長崎県を訪れる訪日旅行者（外国人延べ宿泊者数）については、東アジアの韓国、台湾、香港、中国の4か国・地域で全体の約6割を占めています。中国（上海）・韓国（ソウル）との国際航空路線を活かした誘客に取り組むとともに、海外OTAやSNS等を活用したFITの誘客や九州の玄関口である福岡からのインバウンド誘客にも取り組みます。

さらに、東アジアの中でも観光消費額が高い香港や台湾からの国際航空路線の誘致を図るとともに、九州の玄関口である福岡からの誘客について、九州各県と連携した広域周遊観光を促進するなど、積極的に取り組んでいきます。

(7) 歴史的なゆかりなどを活かした東南アジアからの誘客

長崎県を訪れる訪日旅行者の約1割を占めている東南アジアについては、訪日旅行市場が拡大しており、本県が歴史的なゆかりを有するベトナムなどからの国際航空路線の誘致に取り組むとともに、本県の認知度を高めるための情報発信やプロモーション、旅行会社へのセールス、旅行会社と連携した旅行商品造成などにより、直行便を有する福岡からの誘客について、九州観光機構や九州各県と連携のうえ、取り組んでいきます。

(8) ゴールデンルートや国際ハブ空港を活用した欧米豪からの誘客

長崎県を訪れる訪日旅行者の約2割を占めている欧米豪については、広域周遊観光を基本とする高付加価値市場であり、九州観光機構や九州各県と連携のうえ、関東や関西といったゴールデンルートと組み合わせた体験型コンテンツを取り入れた旅行商品の造成等の促進を図るとともに、本県が直行便を有する中国の上海、韓国の仁川などの国際ハブ空港を活用した本県への交通アクセス情報を発信するなど、誘客にも取り組んでいきます。

(9) インバウンドが集中する国内都市部からの誘客

現在、関東や関西の一部地域において、インバウンドによるオーバーツーリズムが叫ばれている中、国では、観光立国推進基本計画において「地方誘客促進」を掲げ、各種施策を推進しています。

このような中、本県としても、関係機関と連携しながら、欧米豪のインバウンドなどに人気がある関東や関西、東アジアや東南アジアに数多くの直行便を有する福岡などからの誘客にも取り組みます。

(10) 世界遺産などを活かした訴求テーマによる誘客

平成30年(2018年)7月にユネスコの世界文化遺産に登録され、令和10年(2028年)に登録10周年を迎える「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」や長崎と天草地方の「世界遺産巡礼の道」をはじめとした、本県ならではの歴史や文化、食、体験などのコンテンツを活かしたテーマ型旅行についても、関係機関と連携しながら情報発信と誘客に取り組めます。



第4章 観光振興の基本施策

1. 国内外から選ばれるこだわりの旅の創出



(1) 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

長崎が持つ歴史・文化・食・自然を活かした体験型コンテンツは、旅行者の心に強い印象を残し、滞在価値を高める重要な要素です。地域資源を活用した付加価値の高い体験を充実させることで、観光客の満足度向上と再訪意欲の喚起につなげていきます。

<具体的な県の取組例>

- 市町や事業者など多様な主体が連携した魅力ある観光まちづくりの取組への支援
- 離島の魅力や地域特性を活かした、「もう1泊」につながる着地型観光の取組への支援
- 上質な旅を求める旅行者にも選ばれる滞在型観光宿泊商品の造成への支援

(2) 世界遺産・日本遺産など豊かな歴史と文化を活かした観光の推進

本県の世界遺産や日本遺産などの歴史・文化資源は、観光コンテンツとして高い潜在力を持っています。これらの資源の価値を高め、先端技術やストーリー性を取り入れた国内外への情報発信の強化に取り組むとともに、官民が協働した地域の文化資源の磨き上げにより誘客促進を図ります。

<具体的な県の取組例>

- 2つの世界遺産と4つの日本遺産などを活用した歴史・文化に想いを馳せる旅の創出への支援
- 世界遺産・日本遺産などにおける先端のデジタル技術等を活用した情報発信
- 文化拠点間の連携体制の構築と、本県ならではの歴史や文化芸術のストーリー性を重視した魅力向上
- 本県ゆかりの偉人のさらなる顕彰を通じた中国との交流と誘客の促進

(3) 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

近年、アニメ、マンガ、小説や映像作品等のゆかりの地を訪れる観光需要が高まる中、本県を舞台とする作品も増えています。こうした動きを踏まえ、ロケ誘致・創作支援に取り組むとともに、ロケ地等を活用したロケツーリズムの強化を図っていきます。また、本県ならではの食材やグルメ、個々のニーズに対応した観光体験を充実させ、観光客の満足度を高める各種ツーリズムの推進に取り組みます。

<具体的な県取組例>

- 本県ゆかりのアニメや映像作品等を活用したロケツーリズム（聖地巡礼）の推進
- 本県ならではの食文化を伝えるガストロノミーツーリズムの推進
- 農山漁村や国立公園、ジオパークなど地域資源を活用した体験型観光の推進
- 橋やダムなどを活用したインフラツーリズムの推進
- 西海橋公園など庭園や花の名所を活用したガーデンツーリズムの推進
- スポーツツーリズムの推進（サイクルツーリズム等）
- デジタルノマド¹の誘客やワーケーション²、ブレジャー³等の推進

¹ 【デジタルノマド】 デジタル技術を活用し、場所に縛られずに仕事をする人々

² 【ワーケーション】 「work=仕事」と「vacation=休暇」を組み合わせた造語。テレワーク等を活用し、職場や自宅とは異なる場所で仕事し、自分の時間も過ごすこと

³ 【ブレジャー】 出張等の機会を活用し、出張先等で滞在を延長するなどして余暇を楽しむ

2. ターゲットにささる戦略的プロモーションの展開



(1) 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

インバウンドの個人旅行化や旅行手配のデジタル化がますます進展し、旅行のニーズが多様化している中、海外OTA・SNS等を活用したFIT誘客や福岡などからの誘客に取り組みます。また、インバウンドが訪日前に最も期待している日本食や満足度が高い文化体験などを重視する傾向を捉えて、本県の食や文化、体験などの多様な魅力を戦略的に発信することで、地理的優位性を持つ東アジアのほか、訪日旅行市場が拡大している東南アジア、高付加価値旅行市場である欧米豪等における本県の観光地としての認知度向上と誘客増につなげていきます。

<具体的な県の取組例>

- 海外OTA・SNS等を活用したFIT向けプロモーションの推進
- 各市場に訴求する本県の日本食・日本酒の戦略的な魅力発信
- インバウンド向けの自然と文化等を楽しむ体験型観光の促進
- SNS等を活用した福岡等からのインバウンド誘客の推進

(2) 広域連携による発信力の強化

旅行者の行動は多様化し、複数地域を周遊する傾向が見られることから、県域を越えた広域的な取組が重要です。そのため、九州観光機構をはじめとする九州各県との連携を強化し、特に地理的、文化的なつながりが深い佐賀県、東西横軸の広がりが期待される熊本県・大分県と連携したプロモーションを展開するとともに、今後、関西エリアからの誘客に注力する中で、広島県をはじめとした中国地方との連携も将来的な可能性として視野に入れ、国内外からの誘客促進を図ります。

<具体的な県の取組例>

- 九州観光機構や九州各県と連携した国内外からの誘客促進
- 福岡県や佐賀県との連携による西九州プロモーションの実施
- 大分県や熊本県など九州横軸連携プロモーションの実施

(3) クルーズ客船誘致の推進

本県の特徴を活かした県内各地へのクルーズ客船の誘致や広域周遊観光の促進をはじめ経済効果の高いクルーズ商品造成について、船会社や旅行会社への働きかけを行うことにより、更なるクルーズ客船の誘致に取り組みます。

＜具体的な県の取組例＞

- 寄港地の特色を活かしたクルーズ客船の誘致
- 寄港に伴う経済効果を波及させるための広域周遊観光の促進
- 宿泊を伴うクルーズや発着クルーズ¹などのクルーズ商品造成の働きかけ

(4) 地域の特色を活かした教育旅行の誘致推進

本県は、平和学習や世界遺産をはじめとした歴史・文化、離島・半島地域に広がる豊かな自然など幅広いテーマでの学習が可能であり、教育旅行の目的地として、全国でも上位に位置しています。そのポテンシャルを活かし、官民一体となった戦略的なセールスの実施、広域的な受入体制の構築、深い学びの実践を実現できる教育旅行プログラムの整備等により教育旅行の誘致を拡大し、本県の魅力や感動体験を通じて、若い世代の将来の来訪につなげます。

＜具体的な県の取組例＞

- 長崎県教育旅行誘致促進協議会²によるターゲットを定めた戦略的な教育旅行の誘致
- 平和学習に加え、地域の特色を活かした教育旅行プログラムの開発への支援
- 県内各地を周遊する教育旅行の促進に向けた連携体制の構築

(5) 旅行者の関心や価値観に合わせた効果的な発信

観光のデジタル化が進展する中、データ活用やデジタル技術を活かした観光サービスの高度化といった観光DXを推進し、市場動向や観光客のニーズを的確に捉えた戦略的な情報発信を進めます。また、統計・人流データなどを活用し、ターゲットに応じたデジタルマーケティングを展開し、公式WEBサイトやSNSなど各種媒体を活用した国内外への情報発信を強化します。さらに、重点エリアを定めた集中的なプロモーションを実施することで、効率的な誘客を図ります。

加えて、旅の目的にもなる「食」や「体験」など、地域ならではの「旅ナカ」での魅力を効果的に発信し、新規顧客やリピーターの増加につなげます。

¹ 【発着クルーズ】 出発地や到着地として寄港するクルーズのこと

² 【長崎県教育旅行誘致促進協議会】 県下全体として教育旅行の誘致を促進していくため、関係者間での情報共有や連携を深め、さらなる誘致を推進していくことを目的に、令和6年6月に県観光連盟が立ち上げた、市町や観光団体、観光関係事業者等で構成する協議会

<具体的な県の取組例>

- 統計・人流データ等の整備・活用によるニーズやターゲットに応じた効果的なプロモーションの実施
- 公式WEBサイトのリニューアルやSNS等の運用、各種媒体を活用した国内外への情報発信
- 旅の目的となる食や過ごし方など、地域ならではの魅力の効果的な発信
- 首都圏や関西エリアなど、重点市場を対象とした集中的な国内プロモーションの実施

3. 長期滞在につながる広域周遊の推進



(1) 地域を結ぶ二次交通の充実と利便性の向上

広域周遊による長期滞在を促進するためには、地域間の移動のしやすさは重要な要素となります。観光客が県内各地を快適に巡ることができるよう、市町や交通・観光関係事業者等と連携し、地域を結ぶ二次交通の充実と利便性の向上を図っていきます。

<具体的な県の取組例>

- MaaSの活用や利用促進による旅マエ、旅ナカにおける旅行者の利便性向上
- 市町や事業者などが取り組む、移動しながら楽しむ観光アクティビティコンテンツの造成への支援
- 交通と観光を組み合わせた旅行商品の造成への支援

(2) 各地域の事業者と連携した周遊ルートの形成

長期滞在の推進には、滞在中に複数地域を訪れる周遊コースの造成などにより地域の魅力を面的に楽しませることが必要です。そのため、歴史・文化や食などの共通テーマ（ストーリー）で地域間をつなぐなど、市町や観光関係事業者との連携を強化し、広域周遊を促進するコンテンツや旅行商品の造成への支援を行い、県内外の観光客の周遊を促進します。

<具体的な県の取組例>

- 歴史・文化、食、自然などの共通テーマを軸とした広域的な観光コンテンツ開発への支援
- 主要な観光施設を核とした広域周遊を促進する商品造成への支援
- 広域周遊観光の促進に向けた市町・事業者間のネットワーク形成への支援
- 市町や事業者などによる朝や夜の時間帯を活用した観光コンテンツ造成への支援
- 県民へのプロモーション強化による県内旅行の促進
- MICE誘致による広域周遊の促進

(3) 離島地域における滞在型観光の推進

豊かな自然や歴史を有する離島は、長期滞在型観光に適した魅力的な地域です。関係市町と連携し、有人国境離島法に基づく支援策等を積極的に活用しながら、しまの特性を活かした旅行商品の造成や魅力発信等を進め、もう一泊につながる滞在型観光の促進を図ります。

あわせて、定期便が就航していない地域からのアクセスを確保し、これまで接点が少なかった市場へのアプローチ強化を図るため、離島空港へのチャーター便の誘致にも関係市町等と連携を図りながら取り組めます。

＜具体的な県の取組例＞

- 有人国境離島法等を活用した離島への誘客促進
- 離島地域間の広域連携による長期滞在プラン造成への支援
- 離島地域へのチャーター便の誘致促進

4. 稼げる観光につなげる産業基盤の強化



<稼ぐ力の強化>

(1) 観光サービスの質向上と高付加価値化の推進

持続的な観光のためには、本県を訪れる観光客に満足いただき、また訪れたいと思われるような魅力ある地域となることが重要です。ホスピタリティの向上やスキルアップなど、観光を支える人材の育成によるサービスの質向上や、地域ならではの価値や魅力を伝える仕組みづくりを通じた、高付加価値化を推進します。

<具体的な県の取組例>

- 観光業従事者間の交流・連携によるスキルアップ支援
- 地域資源の魅力や背景となるストーリーを伝えられる人材の育成
- デジタル技術を活用した観光案内サービスの拡大
- 旅の質を高めるインタープリテーション¹の計画づくりの推進
- 本県ならではの魅力を伝えることができる「長崎コンシェルジュ」の育成

(2) 観光事業者のマーケティング力と経営力の強化

観光を取り巻く環境が大きく変化する中で、観光事業者には市場の動向を的確に捉え、持続可能な経営を実現する力が求められています。「稼げる観光」を目指し、観光事業者が自らの強みを活かし、変化に対応できる経営力を高められるよう、情報発信力の強化や、経営支援体制の充実、データ活用の促進を図ります。

<具体的な県の取組例>

- 需要予測ツールなどの活用促進によるマーケティング力強化の推進
- 商工団体による小規模事業者の経営力強化のための伴走支援
- 「宿泊業の高付加価値化のための経営ガイドライン」に則った経営の促進
- DMOによる各種データ等の継続的な収集分析と事業者への還元促進

<基盤の強化>

(3) 人材の確保と定着に向けた働きやすい環境づくりの推進

観光業に携わる人々が安心して長期的に活躍していくためには働きやすい職場環境の整備が重要です。外国人材をはじめとした多様な人材の参画・協働に向けた理解と受容

¹ 【インタープリテーション】地域の自然・歴史・文化が持つ意味や価値を、ストーリー性のある伝え方によって分かりやすく示し、理解や共感を促すとともに、行動や意識の変化に繋げる手法

を促進し、観光業が働く人に選ばれ、観光業に携わる誰もが活躍できる魅力ある職場づくりなどを通じて、宿泊業や地域公共交通事業など観光産業の人材の確保・定着を図ります。併せて、求められる人材像や必要なスキルについて関係者間で共有し、理解を深めながら連携を図ることで、人材確保に向けた取組の効果を高めるよう取り組みます。

<具体的な県の取組例>

- 観光産業における魅力ある職場環境の整備に向けた支援
- 外国人材の受入・定着促進に向けた相談対応や環境整備への支援
- 合同企業説明会等による地域公共交通の人材確保の推進
- 関係団体と連携した早期・円滑な事業承継に向けた支援
- 産学官で連携した高等学校における産業教育の実施

(4) 観光産業のデジタル化など生産性向上の推進

観光産業が抱える慢性的な人手不足や旅行者ニーズの多様化などの課題に対応するためには、効率的な業務運営と質の高いサービスの提供が不可欠です。デジタル技術の活用等による、業務プロセスの最適化やサービスの高度化など、持続的な「稼げる観光」に向けた生産性向上を推進します。

<具体的な県の取組例>

- 経営課題に応じたデジタル化など観光産業の生産性向上に向けた支援
- 観光産業におけるデジタル人材の育成支援
- 先進的な事例の収集・共有を通じた業務効率化への支援

(5) ストレスなく快適な旅を実現する受入環境の整備

観光客が安心して快適に滞在できる環境を整備することは、観光地としての競争力を高めるうえで不可欠です。特に、インバウンド向けには多言語対応やキャッシュレス決済の導入推進による利便性向上など、ストレスのない旅行体験を実現する取組を推進します。

<具体的な県の取組例>

- 多言語ツール等のデジタル技術の活用促進
- キャッシュレス決済の導入促進やタクシー配車アプリの利用促進
- 観光施設における外国人材の活用推進
- インバウンドを満足させる専門性の高いガイドの育成

(6) 国際航空路線の維持・拡大

上海線とソウル線の安定運航につなげるため、インバウンド及びアウトバウンド双方の利用促進を図るとともに、東アジアや東南アジアを中心に、各市場のニーズや動向、経済効果などを踏まえ、戦略的な国際航空路線の誘致に取り組みます。

<具体的な県の取組例>

- 既存路線のインバウンド・アウトバウンド双方の利用促進
- 東アジアや東南アジアを中心に、市場のニーズや経済効果の高い地域からの就航に向けた戦略的な誘致の実施

(7) 交通アクセス向上のための交通基盤の整備

速達性・定時性の高い高規格道路の整備を進めるとともに、海外・県外からの玄関口となる空港や港、新幹線駅及び観光地にアクセスする国道・県道・街路の整備を推進し、道路ネットワークを構築することで、広域周遊観光を促進します。併せて、九州新幹線西九州ルート全線フル規格化を進めるとともに、地域住民の移動手段の確保や交流人口拡大に向け、地域公共交通の維持・確保に取り組みます。

<具体的な県の取組例>

- 高規格道路をはじめとする道路整備や港湾整備等の交通基盤整備の推進
- 国際・国内航空路線の路線誘致の強化等による長崎空港の活性化の推進
- 九州新幹線西九州ルート全線フル規格に向けた整備の促進
- 持続可能な地域公共交通ネットワークの形成

5. 持続可能な観光を推進していく体制の確立



(1) 地域間連携の促進による観光推進体制の強化

持続可能な観光の推進には、地域が一体となった体制づくりが不可欠です。市町や観光関係の団体・事業者などが連携し、観光地域づくりを担う組織機能やネットワーク強化、人材育成の支援等に取り組み、観光推進体制の充実と観光消費の地域内循環を促す仕組みづくりを進め、観光産業の稼ぐ力と地域経済の持続的な発展につなげていきます。

<具体的な県の取組例>

- 観光関係者間のネットワーク強化による「学び」「つながり」「生み出す」場の創出
- 「稼ぐ観光まちづくり」を担う人材育成の支援による観光推進体制の強化
- 地産地消の推進や地域内流通の促進
- 新たな観光振興財源の導入検討

(2) 地域と共に観光資源を保全・継承する体制づくりの推進

本県が誇る有形・無形の文化財を次世代へ継承するため、文化財の保存・活用と担い手の育成を推進します。また、観光による地域資源への過度な負荷を軽減するよう、地域住民と観光客が調和する持続可能な観光を目指します。

<具体的な県の取組例>

- 観光資源や文化財の適正な保存・活用、担い手の育成の推進
- 地域主体による観光客と地域住民の調和を図る取組への支援
- 世界遺産の保全に係る関係県・市町等との連携

(3) 観光地の安全・安心を支える体制の整備

観光地としての信頼性を高め、観光客が安心して訪れることができる環境を整えるためには、災害や事故、感染症などのリスクに備えた危機管理体制の構築と、誰もが安全・快適に楽しめる受入環境の整備が不可欠です。地域や関係機関との連携を強化し、平時からの情報共有や緊急時の対応力の向上など体制の整備を進め、安全・安心な観光地づくりを推進します。

<具体的な県の取組例>

- 多言語対応含む各種災害情報の共有及び伝達体制の強化
- 観光関連事業者における危機管理マニュアルの作成の促進
- 誰もが安心して旅行を楽しめるユニバーサルツーリズムの推進体制の構築
- 県内観光施設における「心のバリアフリー認定制度¹」の取得促進

(4) 観光を支える多様な担い手の確保・育成とシビックプライドの醸成

観光の持続的な発展には、地域に根ざした人材の力が欠かせません。観光に携わる人材の確保・育成はもちろん、地元住民や行政が一体となって、自らの地域に誇りを持ち、観光を通じて地域の魅力を発信する機運を高め、ホスピタリティの向上を地域全体で育みながら、観光の質と地域の一体感を高めていきます。

<具体的な県の取組例>

- 県内商業高校等の生徒を対象とした観光関連事業者による特別授業等の実施
- 地元観光資源を題材とした身近な地域への理解と誇りを育む観光教育の推進
- 県民・事業者・行政の協働による長崎県総おもてなし宣言の推進
- 離島地域への理解を深める教育旅行等の支援

¹ 【心のバリアフリー認定制度】高齢者や障がいのある人など、誰もが安心して利用できるよう、理解・配慮（心のバリアフリー）と、必要な受入環境整備に取り組んでいる観光施設等を観光庁が認定する制度

第5章 地域の特色を活かした施策の方向性

1. 広域連携の重要性

地域課題が複雑化する中、県では様々な分野で県民、地域、各種団体、大学、市町など多様な主体との連携・協働を進めており、観光分野においても、地域経済を支える産業として県内各地の魅力を最大限に引き出し、周遊を促進するための広域連携が不可欠です。

本県の歴史や文化、食、自然などの観光資源は、地域ごとに多様で魅力的である一方で、各地域が個別に観光施策を展開しているため、エリアを超えた周遊や滞在の促進には課題があります。

こうした状況を踏まえ、地域間の連携を強化し、共通のテーマやストーリーを軸にした「広域周遊観光の推進」と「観光資源の活用」を両輪として、観光消費額の増加や滞在時間の延長を通じた地域経済の活性化を図る必要があります。

また、県内では、地域の観光関係者が共通の目標に向かって連携する取組が少しずつ始まっており、以下に主な事例を紹介します。

【県北地域】

ハウステンボスと西九州させば広域都市圏¹とで広域的な観光周遊の実現に向け、関係者が一体となって取り組んでいます。

【大村湾周辺地域】

民間事業者が主体となり、周辺市町と連携して、大村湾を活用した「湾内クルージング」や周辺地域の観光資源を組み合わせた旅行商品の造成に取り組んでいます。

【島原半島地域】

自治体及び観光協会が連携し、火山・温泉・歴史・食など多様な資源を活かしたサイクルツーリズムの推進などに取り組んでいます。

2. 今後の広域連携促進に向けた方向性

観光客に県内各地を巡ってもらい、滞在時間の延長により一人当たりの観光消費単価を増加させるためには、地域の魅力をつなぎ、回遊性を高める「周遊の仕掛け」が必要です。そのためには、地域間が連携し、個々の資源を「点」ではなく「線」や「面」としてつなぐ視点が重要であり、県では、地域主体による地域間の広域的な連携を促進して、以下の施策を重点的に支援します。

¹ 【西九州させば広域都市圏】佐世保市を中心に長崎・佐賀の複数市町が連携して形成された広域都市圏。観光・産業振興や行政連携を目的に、2019年に発足

(1) 広域的な観光コンテンツの造成支援

歴史文化、食、自然などの共通テーマを軸に、観光拠点と周辺地域の連携や交通アクセスによる連携の視点を組み合わせながら、複数のエリアによる広域的な観光コンテンツ造成や周遊ルートの開発などの地域主体の観光まちづくりの取組を支援します。

① 共通テーマによる連携

県内に広く点在する「歴史・文化」や「食（グルメ）」、「自然アクティビティ」などの共通テーマを軸に、複数地域が連携して観光コンテンツを創出し、ストーリー性のある旅の提案につなげていきます。さらに、季節ごとのイベント等を効果的に活用することで、年間を通じた賑わいの創出を図ります。

共通テーマ	連携の契機となる素材（例）
歴史・文化	世界遺産「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」 世界遺産「明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業」 日本遺産「国境の島 壱岐・対馬・五島」 日本遺産「鎮守府 横須賀・呉・佐世保・舞鶴」 日本遺産「日本磁器のふるさと 肥前」 日本遺産「砂糖文化を広めた長崎街道」 元寇関連遺構（松浦、対馬、壱岐） 歴史的建造物（城郭、武家屋敷、街道、古民家等） 文化施設（博物館・美術館等） 伝統文化（伝統芸能、祭り）
食（グルメ）	県産品：多様な水産物（押し魚など）、豊富な農畜産物（長崎和牛など）、地酒（日本酒・焼酎など）など 名物：長崎ちゃんぽん、皿うどん、長崎カステラ、佐世保バーガーなど 伝統食：文化庁認定の100年フード ¹ （五島うどん、島原手延そうめん、壱岐の麦焼酎、川内かまぼこ、かんころ餅、島原名物かんざらし、対馬ろくべえ、平戸寿司、「鎮守府」の海軍さんのビーフシチュー） 食文化の拠点：酒蔵、朝市
自然 アクティビティ	国立公園（雲仙天草、西海）、ジオパーク（島原半島、五島列島） 温泉、サイクリング、九州オルレ ² 、海上クルーズ、マリナクティビティ、フィッシング、夜景、星空、夕陽
平和	戦時遺構（針尾無線塔、魚雷発射試験場、砲台跡など） 原爆関連施設（平和公園、原爆資料館、原爆落下中心地） 被爆遺構と平和学習コンテンツ

② 観光拠点と周辺地域の連携

令和6年（2024年）の長崎県観光統計によると、県内の延べ宿泊者数の約6割が長崎市（294万人泊）と佐世保市（183万人泊）に集中しております。

¹ 【文化庁認定の100年フード】文化庁が認定する、地域の自然・歴史に根ざし、世代を越えて継承され、今後100年先も存続を目指す食文化

² 【九州オルレ】韓国・済州島発祥の「オルレ」を九州各地に展開したトレッキングコース。自然や文化を楽しむ歩き旅を特徴とする

主要観光施設等の利用者数も、長崎市のグラバー園(78万人)や原爆資料館(80万人)、佐世保市の九十九島パールシーリゾート(54万人)が多くを占めており、さらに長崎スタジアムシティやハウステンボスといった集客力の高い観光施設があります。

これらの主要観光施設を核に、その周辺地域の観光資源と連携した観光ルートの提案につなげていきます。

拠点	連携の契機となる素材(例)
長崎市街地(グラバー園等)と周辺地域	海上交通やレンタカーを利用した「長崎空港～時津港～長崎市街地」の周遊ルート形成
佐世保市街地(九十九島パールシーリゾートやハウステンボス)と周辺地域	西九州させぼ広域都市圏とハウステンボスの連携による広域周遊観光の推進

③交通アクセスによる連携

観光客が複数地域を快適に巡るためには、アクセスの良さが重要であり、道路や鉄道、航空、海上交通などの手段と地域の観光資源を組み合わせた周遊ルートの提案につなげていきます。

交通手段	連携の契機となる交通アクセス
道路交通	西九州自動車道(松浦IC～平戸IC) ながさきサンセットロード(長崎、佐世保、平戸、松浦、西海、佐々)
鉄道交通	西九州新幹線(武雄温泉駅～長崎駅) JR大村線(長崎～諫早～大村～ハウステンボス) 松浦鉄道(佐世保～伊万里) 島原鉄道(諫早～島原)
航空交通	本土と離島(対馬、壱岐、五島)を結ぶ航空路
海上交通	本土と離島(対馬、壱岐、五島列島、宇久、黒島)を結ぶ航路 熊本と島原半島(島原、南島原、雲仙)を結ぶ航路 大村湾内航路(長崎空港～時津港、長崎空港～ハウステンボス)

(2) 県内の観光関係者が「学び」「つながり」「生み出す」場の提供

市町や観光関係事業者、地域住民など多様な主体が連携し、広域的な観光推進に取り組めるように、県内各地での研修会や意見交換会などを開催します。これにより、観光関係者のつながりを生み出す場を提供し、地域が連携し合った周遊観光促進の取組を推進していきます。

地域の魅力をつなぐ観光周遊プラン例

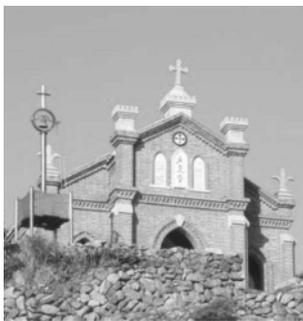
3つの連携の視点（①共通テーマによる連携、②観光拠点と周辺地域の連携、③交通アクセスによる連携）を組み合わせることで、広域的な周遊プランの創出が可能となります。令和6年度（2024年度）の県外観光需要調査によると、本県を訪れた際の観光目的の1位が「地元の美味しいものを食べる（53%）」となっており、旅行の魅力に「食」は欠かせません。

これらの視点を活かした周遊プランのイメージを以下に例示します。

①【歴史】×【食】×【交通】

「教会と城をめぐる、海の幸と海の旅」

～歴史的背景を持つ建造物と地元の食文化を組み合わせ、定期船や飛行機を活用して離島の魅力を満喫する旅～



×



×



②【自然体験】×【食】×【交通】

「鉄道でめぐる、酒と風土と癒しの旅」

～鉄道沿線の酒蔵と地元食材を楽しみながら、棚田や海辺の自然景観に触れる、癒しと味覚の旅～



×



×



写真提供：©SASEBO

③【観光拠点】×【食】×【自然体験】×【交通】

「観光拠点を起点に、水辺と温泉で心身を整える旅」

～観光拠点での滞在を軸に、穏やかな水辺の景観や温泉で癒され、地元の食文化を味わいながら、湾岸クルーズや鉄道による快適な移動も楽しむ旅～



×



×



写真提供：©NAGASAKI CITY

④【自然・アクティビティ】×【食】×【交通】

「火山の恵みを走って味わう、水と湯と食の横断旅」

～火山地形が育んだ湧水と温泉に癒され、地元食材を味わいながら自然の中をサイクリングで巡り、熊本方面からの航路を活用して広域周遊を楽しむ旅～



×



×



⑤【歴史】×【食】×【国境】

「隣国との交流と国防の歴史を探る旅」

～国境の島々を巡り、古代から続く日韓交流の足跡を辿る。国防の要衝としての歴史と文化が交差する地を体感する旅～



×



×



⑥【平和】×【食】×【平和】

「平和の記憶と地元の恵みを味わう旅」

～戦争遺構や平和施設を訪ねながら、地元の名物を味わい、長崎の歴史と食文化に触れる旅～



×



×



第 48 号 議 案

第 5 次長崎県環境基本計画案を別紙のとおり提出する。

令 和 8 年 3 月 11 日

長 崎 県 知 事 平 田 研

(提案理由)

第 5 次長崎県環境基本計画について、長崎県環境基本条例第 9 条第 3 項の規定により、議会の議決を経る必要がある。これが、この案を提出する理由である。

