



佐世保市観光振興羅針盤

＜令和6(2024)年度～令和9(2027)年度＞



目 次

◆ 第1章 佐世保市観光振興羅針盤の策定について

- 1 観光振興羅針盤策定の目的
- 2 観光振興羅針盤の期間
- 3 観光振興羅針盤の位置づけ

◆ 第2章 佐世保市の観光を取り巻く状況

- 1 国の現状と観光振興の取組み
 - (1) 訪日外国人旅行者数・出国日本人数の推移
 - (2) 旅行消費額の波及効果
 - (3) 人口減少・少子高齢化の推移・予測
 - (4) 将来推計人口（総数）での全国と佐世保市の比較
 - (5) 観光交流人口増大の経済効果（2019年）
 - (6) 持続可能な開発目標（SDGs）
 - (7) デジタル技術への対応
- 2 佐世保市の観光の現状
 - (1) 佐世保市観光入込客数・佐世保市宿泊観光客数の推移
 - (2) 佐世保市観光アクションプランの取組み
-令和3（2021）年度～令和5（2023）年度-
 - (3) 佐世保市観光の分析

◆ 第3章 佐世保市観光振興羅針盤の基本戦略

- 1 戦略テーマ
- 2 観光振興羅針盤の基本戦略の構成
- 3つの方向性と5つの基本戦略 -
- 3 観光振興羅針盤の基本戦略の推進
- 4 観光振興羅針盤の重要業績評価指標（KPI）

◆ 第4章 佐世保市観光振興羅針盤の推進の仕組み

- 1 オール佐世保での観光振興の推進
- 2 各主体に求められる姿勢

◆ 第1章 佐世保観光振興羅針盤の策定について

1 観光振興羅針盤策定の目的

佐世保市は、令和2（2020）年度に、概ね10年程度の本市のまちづくりの将来像を示した「佐世保市第7次総合計画 海風 薫り 世界へはばたく“キラっ都” SASEBO」を策定しました。

この「佐世保市第7次総合計画」に基づき具体的な施策を展開するため、令和3（2021）年度～令和5（2023）年度における観光分野の個別行動計画として「佐世保市観光アクションプラン」（以下、「アクションプラン」という）を策定し、計画を遂行してきました。

このアクションプランにおきましては、令和2（2020）年1月より世界中で広がった新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響を考慮し、メインターゲットを、国内については佐世保市への入込みが多い福岡を中心とした北部九州（福岡・佐賀・長崎・熊本・大分）、国外については香港・台湾・中国（上海）・韓国の東アジアを重点地域とすると共に、佐世保観光を重点的に訴求・整備するコンテンツとして、アメリカ文化や滞在の拠点となる「佐世保中心市街地」、二大観光地の「西海国立公園九十九島」「ハウステンボス」、佐世保の歴史的雰囲気を感じさせる「旧海軍・鎮守府関連資源」・「三川内焼」、その他、世界文化遺産「黒島の集落」や離島など、多様な観光資源の情報発信に努め、誘客促進に取り組んできたところです。

現在、国におきましては、令和5（2023）年3月に「観光立国推進基本計画（第4次）」を策定され、ウィズコロナ・アフターコロナにおいても、観光を通じた国内外との交流人口の拡大の重要性に変わりはなく、観光は今後とも成長戦略の柱、地域活性化の切り札と示されています。特に、コロナ禍を経た旅行需要の変化については、世界的に「持続可能な観光」への関心が高まっていること、地方の経済や雇用の担い手となるべき観光産業において、デジタル化の遅れに象徴される生産性の低さや人材不足など地方部の疲弊が顕著となっており、加えて、観光で持続的に「稼げる」地域となるためには、地方公共団体や観光地域づくり法人（DMO）が、「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくりを目指し、観光客と地域住民の双方に配慮した総合的な観光地マネジメントを行うことが重要であることから、「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、これまで以上に質の向上を重視した観光を進めていくこととなっています。

佐世保市におきましても、このような変化や状況に対応し、持続的な観光需要の拡大に繋げるためには、本市の持つ特徴や強みを生かした観光コンテンツの磨き上げ・開発並びに効果的なプロモーションによるオンリーワン観光の振興をはじめ、観光サービスの品質向上や高付加価値化への取り組みと共に、事業者、旅行者、地域住民が、地域コミュニティの活性化に貢献できる仕組みづくりが必要となっています。更に、観光DXを推進するにあたり、デジタルマーケティング等の取り組みを積極的に実施することにより、各種データを継続的に収集・分析をすすめ、求めているターゲット（エリア、年齢層、性別、属性、インバウンド等）層への効果的な情報発信や誘致促進策を戦略的に実施し、今後、観光客から選ばれる観光地として国内外からの誘客を図ることを目的に、実効性のある観光振興羅針盤を策定するものです。

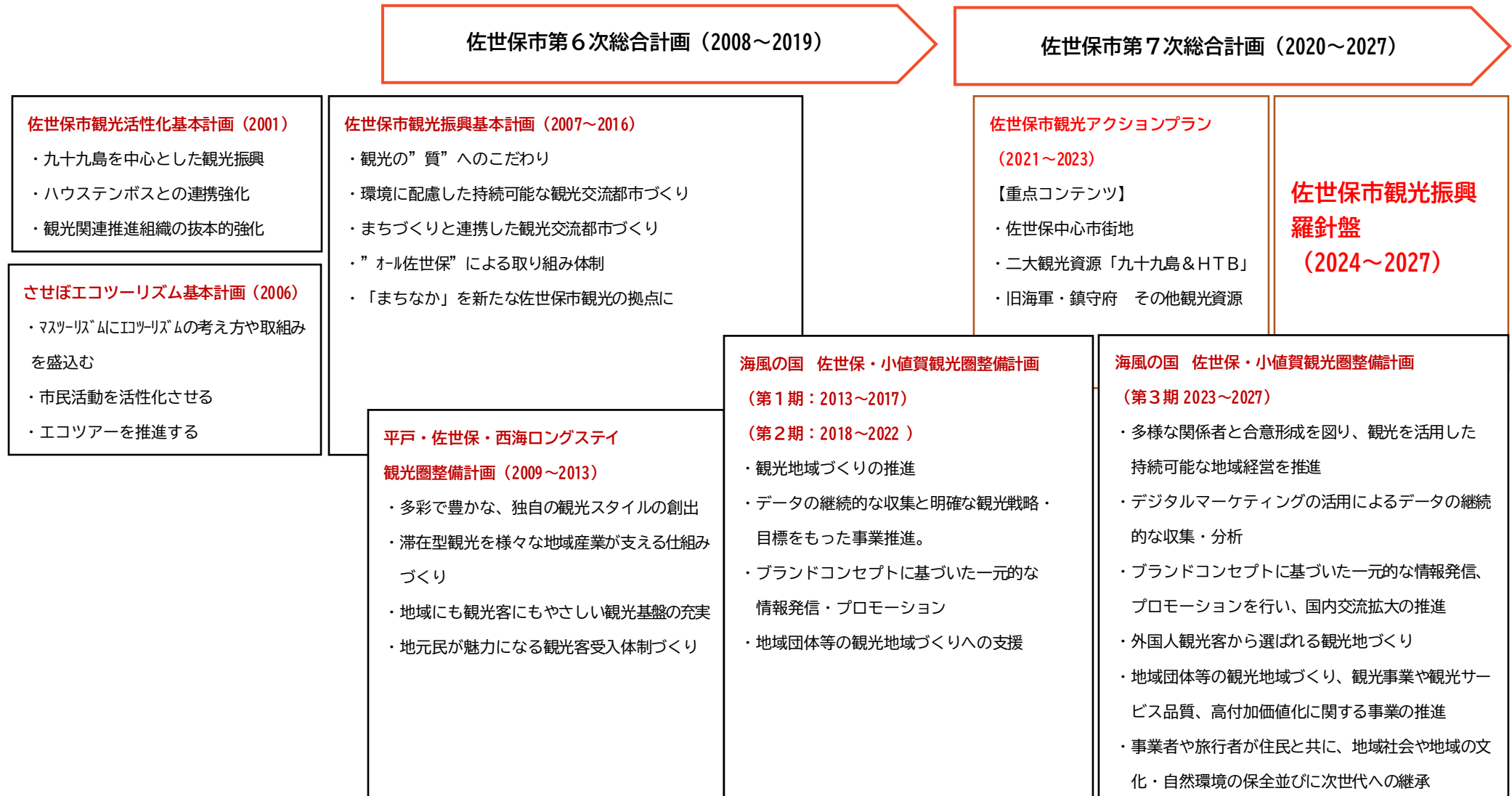
2 観光振興羅針盤の期間

観光振興羅針盤の計画期間は令和6（2024）年度から令和9（2027）年度までの4年間とします。

但し、計画の進捗状況や社会情勢の変化及び環境に対する制度等の状況に合わせて、必要に応じて計画の見直しを行います。

3 観光振興羅針盤の位置づけ

観光振興羅針盤の策定においては、国（観光庁）が進める「観光立国」の基本理念「住んでよし、訪れてよし」のもと、国内外から選ばれる「日本の顔」となる観光地を目指し、観光地域づくりに取組むための基本目標を定めた「海風の国 佐世保・小値賀観光圏整備計画」や長崎県観光振興基本計画、UNWTO（国連世界観光機関）・観光庁が定めた「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）」等を参照し、整合を図りながら、策定するものです。

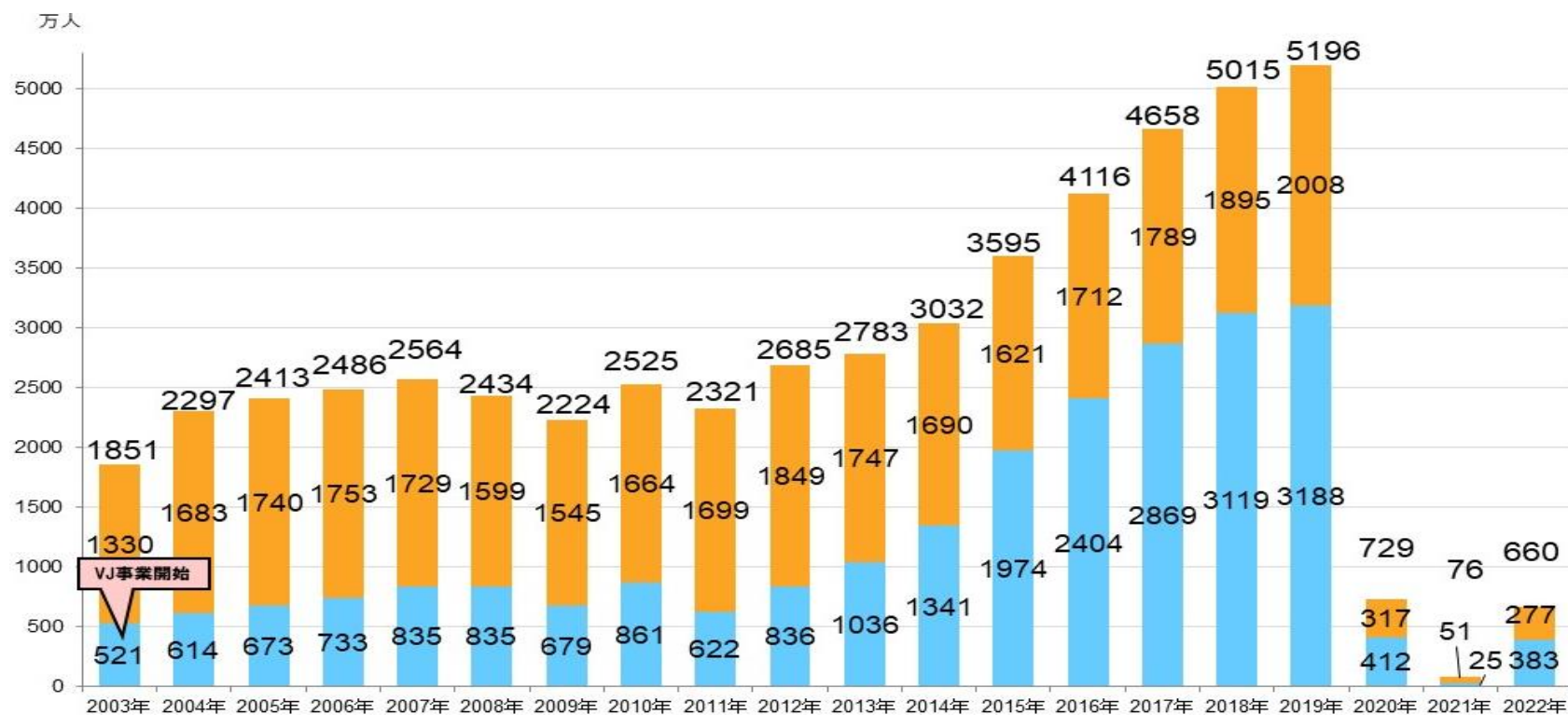


◆ 第2章 佐世保市の観光を取り巻く状況

1 国の現状と観光振興の取組み

(1) 訪日外国人旅行者数・出国日本人数の推移

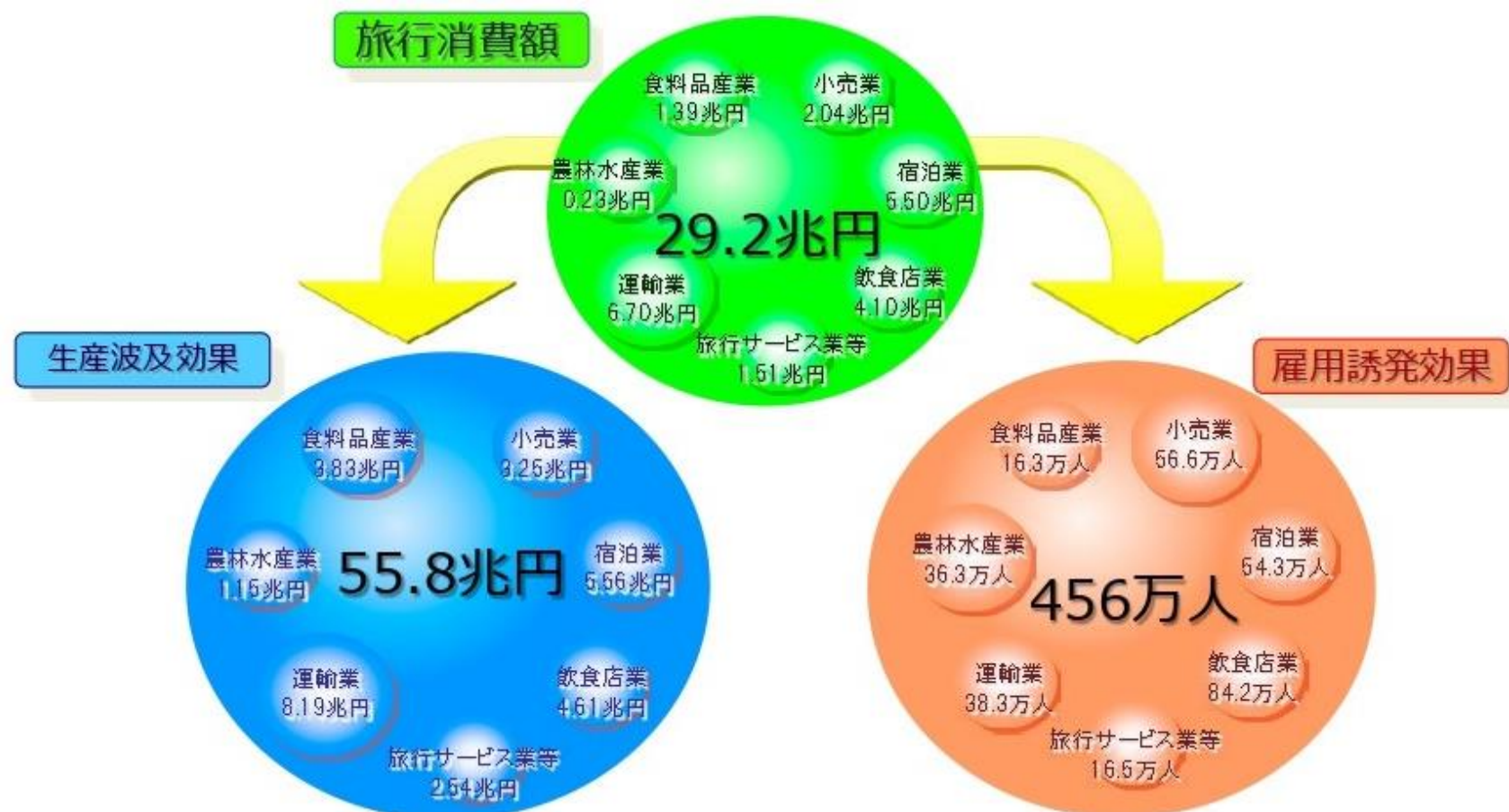
訪日外国人旅行者数につきましては、平成15（2003）年度のビジット・ジャパン・キャンペーン事業を契機として、年々増加し、コロナ前の令和元年には年間3,000万人の外国人旅行者が日本を訪れました。



■ 訪日外国人旅行者数 ■ 出国日本人数 出典：日本政府観光局（J N T O）

（２）旅行消費額の波及効果

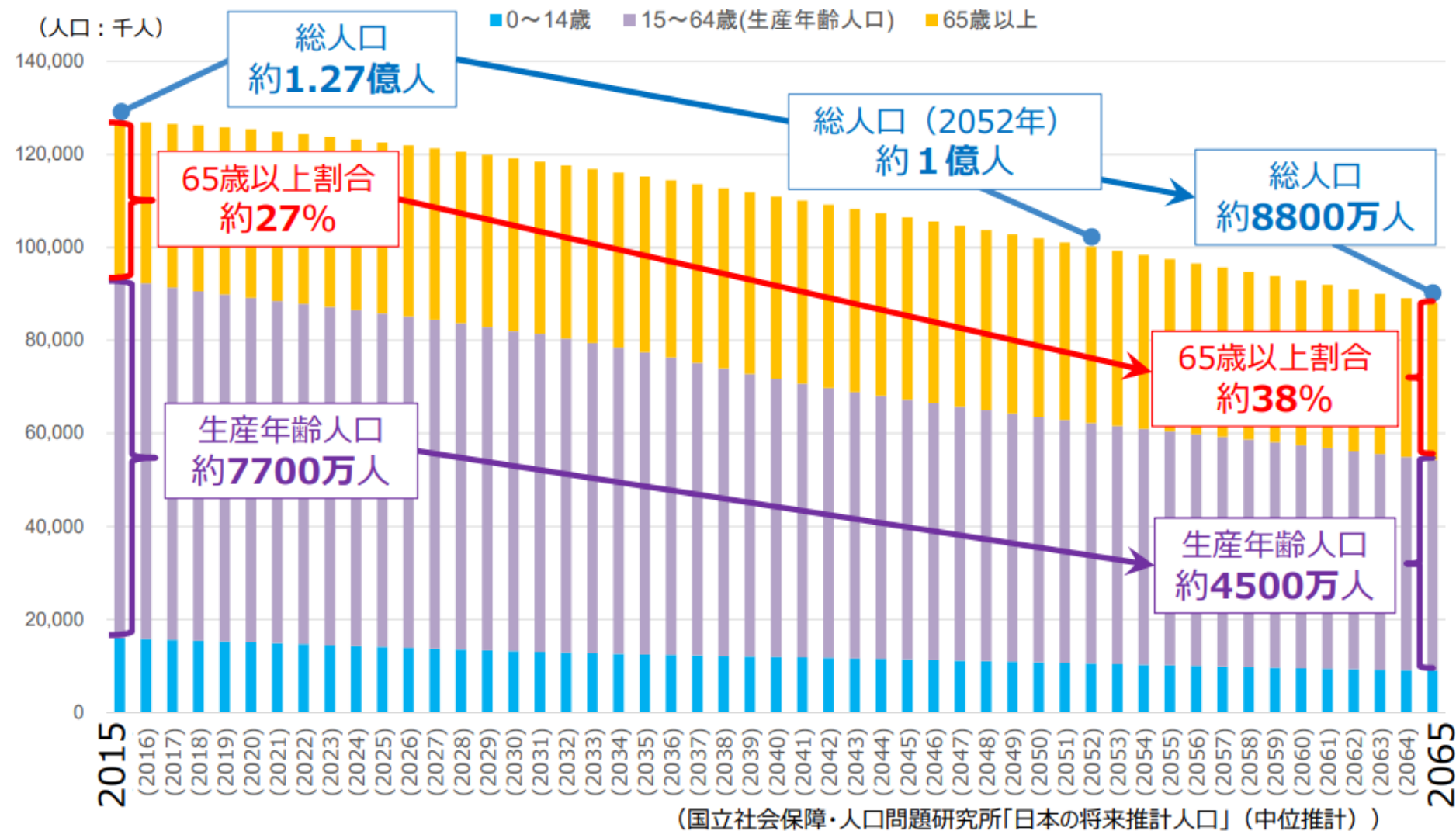
観光産業は、裾野の広い「総合産業」と言われています。航空や鉄道・バス等の交通運輸業、旅館・ホテルなど宿泊業、テーマパークなどの 観光施設、レストランやお土産品などの飲食業が直接的に「旅行業」に関連しており、さらに、「旅行業」を取り巻く産業として、食品を納入する農林水産業や金融業、保険業をはじめ、イベント等の警備業やクリーニング等々幅広い業者と取引が行われています。



出典：観光庁 観光白書 資料編（令和3（2021）年度版）

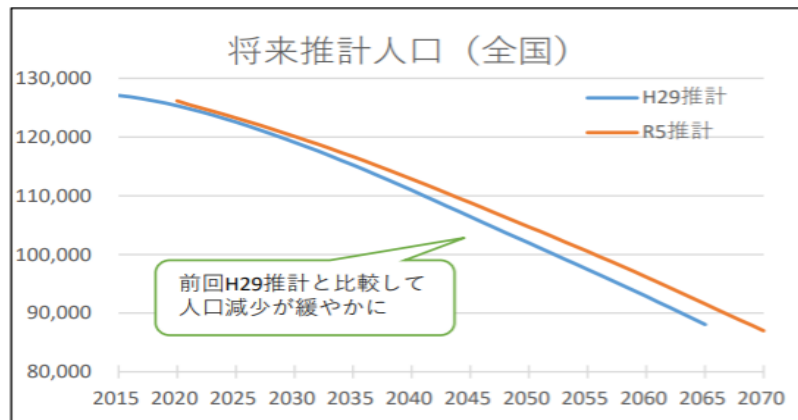
(3) 人口減少・少子高齢化の推移・予測

団塊の世代の方々が全て75歳となる2025年には、75歳以上の人口が全人口の約18%となり、2040年には65歳以上の人口が全人口の約35%となると推計されています。諸外国と比較しても、日本における少子高齢化の動きは継続しています。



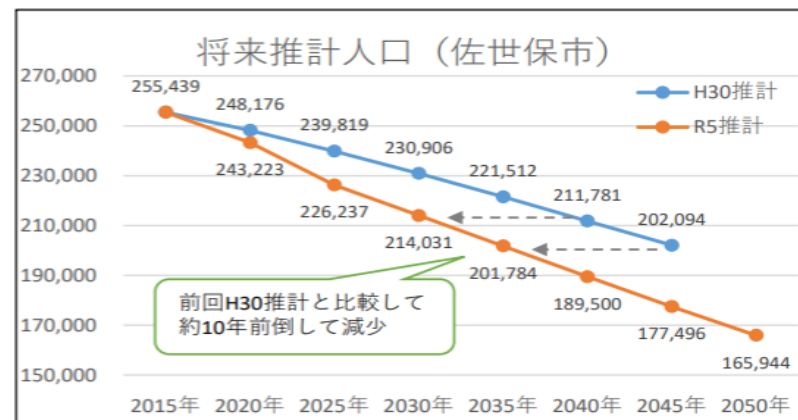
(4) 将来推計人口（総数）での全国と佐世保市の比較

全国推計では、H29推計とR5推計を比較して、人口（総数）は減少がやや緩やかになる推計結果となった。



	H29推計	R5推計
2020	125,325	126,146
2025	122,544	123,262
2030	119,125	120,116
2035	115,216	116,639
2040	110,919	112,837
2045	106,421	108,801
2050	101,923	104,686
2055	97,441	100,508
2060	92,840	96,148
2065	88,077	91,587
2070		86,996

地域別推計（佐世保市）では、H30推計とR5推計を比較して、人口（総数）の減少が加速する推計結果となった。



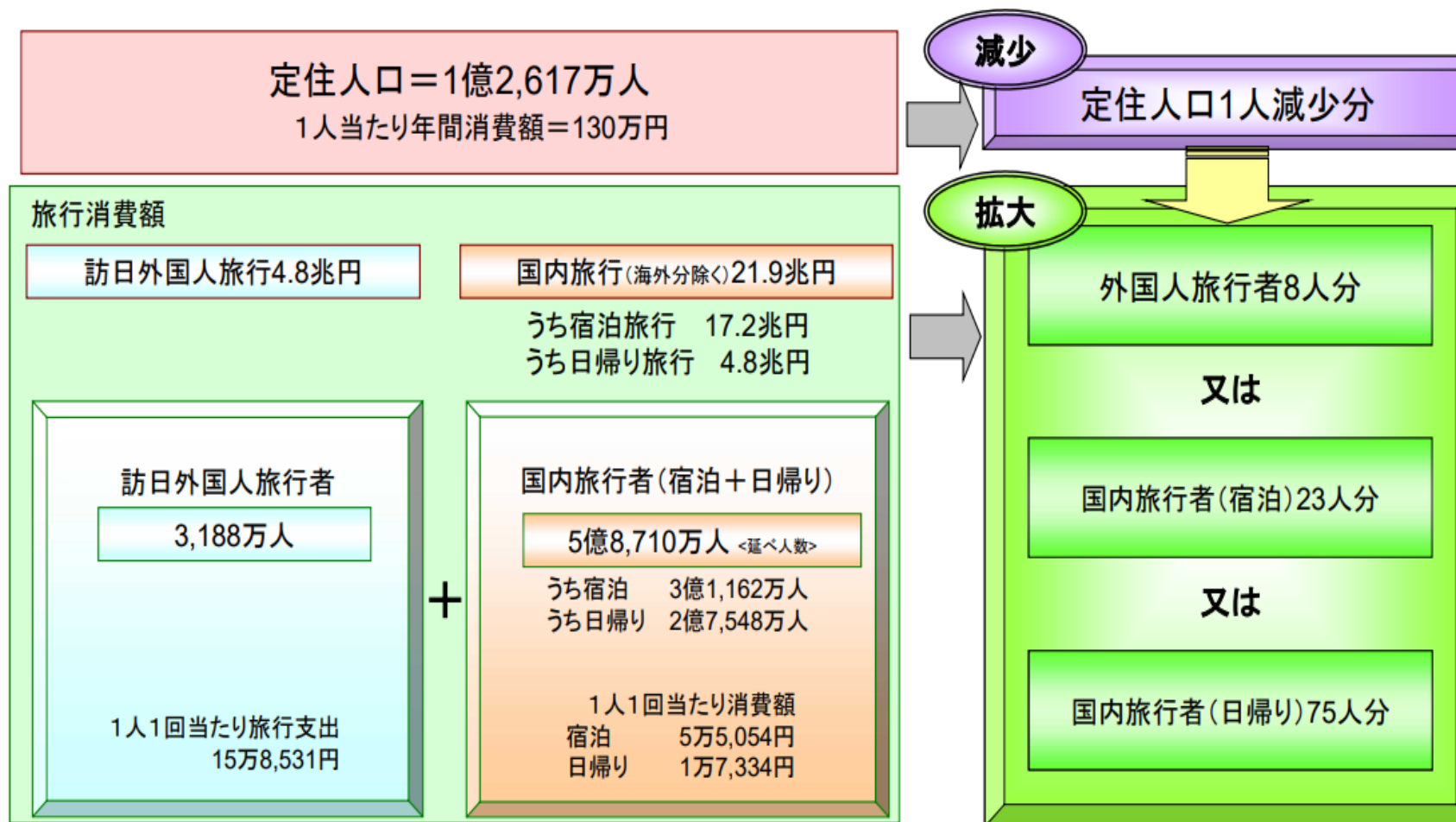
総数	H30推計	R5推計
2015年	255,439	255,439
2020年	248,176	243,223
2025年	239,819	226,237
2030年	230,906	214,031
2035年	221,512	201,784
2040年	211,781	189,500
2045年	202,094	177,496
2050年		165,944

全国推計では前回推計よりも上向きの結果だったが、佐世保市の将来推計の結果は、前回推計よりも悪化

出典：国立社会保障・人口問題研究所 将来推計人口

(5) 観光交流人口増大の経済効果（2019年）

定住人口1人当たりの年間消費額（130万円）は、旅行者の消費に換算すると外国人旅行者8人分、国内旅行者（宿泊）23人分、国内旅行者（日帰り）75人分にあたります。



出典：観光庁「観光交流人口増大の経済効果（2019年）」

(6) 持続可能な開発目標 (SDGs)

2015年9月の国連サミットで採択された「持続可能な開発目標」(SDGs: Sustainable Development Goals)は、貧困や飢餓の撲滅、教育、ジェンダーの平等、クリーンエネルギーの普及、経済成長、環境保全、平和構築など、17の目標と各目標に紐づく169のターゲットからなり、2030年までの達成を目指しています。国連世界観光機関(UNWTO)は、「すべての目標に対して、観光は直接的、または間接的に貢献する力があり、持続可能な開発目標の達成に向けて、重要な役割を担っている」旨、宣言しています。



出典：持続可能な開発のための2030アジェンダ



日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)について



日本版持続可能な観光ガイドラインの効果

- ① 自己分析ツール
 - = 観光政策の決定、観光計画の策定に資するガイドラインとして活用
 - ・ 地域の強み、課題、成長機会を客観的・定量的に把握可能。
 - ・ 地域が目指す姿、取るべき施策が明確化。
 - ・ 持続可能な観光の実現に向けた継続的なモニタリングの実践方法を学ぶ機会に。
 - ② コミュニケーションツール
 - = 地域が一体となって持続可能な地域/観光地づくりに取り組む契機に
 - ・ 行政・観光関係者・住民間における、持続可能な観光に関する理解の促進、合意形成の契機に。
 - ・ 持続可能な観光の推進を担う人材育成や研修の機会に。
 - ③ プロモーションツール
 - = 観光地としてのブランド化、国際競争力の向上
 - ・ 持続可能な観光に取り組む地域として、優良な訪日客を呼び込むためのプロモーションが可能。
 - ・ 国際的な認証機関による評価・表彰制度の活用によるブランド力の向上。
- ※ 世界の86%が「サステイナブルな旅行を希望」、41%が「旅行中によりサステイナブルな行動をとるためのアドバイス」を旅行会社から得たい」と回答。(ブックイングドットコム「2019 Sustainable Travel Report」より)
- + 日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)へ取り組んでいることを示す観光庁ロゴが活用可能

出典：観光庁

○「持続可能な観光」で取組むべき5分野

UNWTOが提言した「持続可能な観光」で取組むべき分野は、それぞれがSDGsの17の目標のいずれかの要素を備えており、それぞれの分野で目標達成すると、その効果が他の分野へ派生しはじめ、結果、「持続可能な観光」を継続的に構築していくという大きな特性をもっています。



出典：JTB 総合研究所作成

○サステナブル・ツーリズムへの意向

SDGsの目標達成と持続可能な社会の実現に向け、世界中そして日本において、政府や関連機関、民間企業等にて様々な取組みが始まっています。観光産業においても、コロナ禍を経て観光を取り巻く環境が変化したことから、「持続可能性」への関心が高まり、サステナブル・ツーリズムを推進する動きが活発になっています。

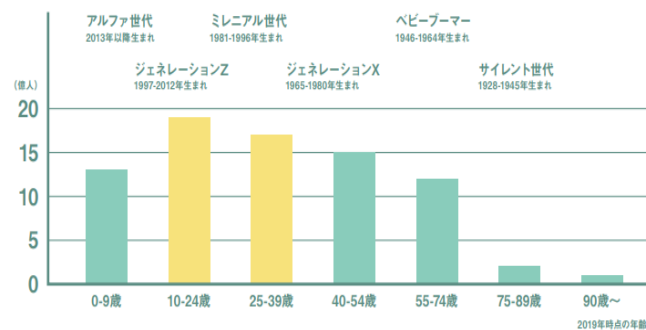
出典：「Booking.com」

旅行先での行動	「はい」と回答した世界の旅行者の割合	「はい」と回答した日本の旅行者の割合
サステナブルな旅は自身にとって重要である	81%	73%
今後1年間において、よりサステナブルな旅を心がけたい	71%	46%
過去1年間に「実際にサステナブルな宿泊施設に滞在した」旅行者がサステナブルな旅を選んだ理由（環境負荷低減に貢献するため）	41%	31%

(7) デジタル技術への対応

○これからの旅行市場の主役となる「デジタルネイティブ」への対応

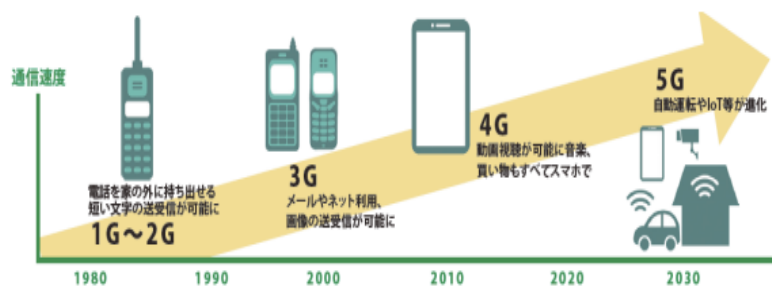
ミレニアル世代（1981-1996年生まれ）、ジェネレーションZ（1997-2012年生まれ）は小さい頃からインターネットやパソコン、携帯電話等のある生活環境で育ち、日常的にそれらを使いこなす、「デジタルネイティブ」とよばれる世代です。今後、デジタルネイティブが旅行市場で最大のシェアを占めていくことになるため、デジタルネイティブのニーズに応えていく準備が必要となっています。



出典：スマートリゾート関連調査事業（2019年度：経済産業省）

○デジタル技術への対応

近年、IT技術は大きく進化しています。特に通信速度の向上とスマートフォンの登場によって人々の行動や生活は大きく変化しました。今後、更なるデジタル技術の進化により、自動運転やIoT等のサービスもますます進化していくことから、地域間の観光客の誘致に係る競争力を高めるために、今からIT化の推進に今から取り組むことが必要となっています。



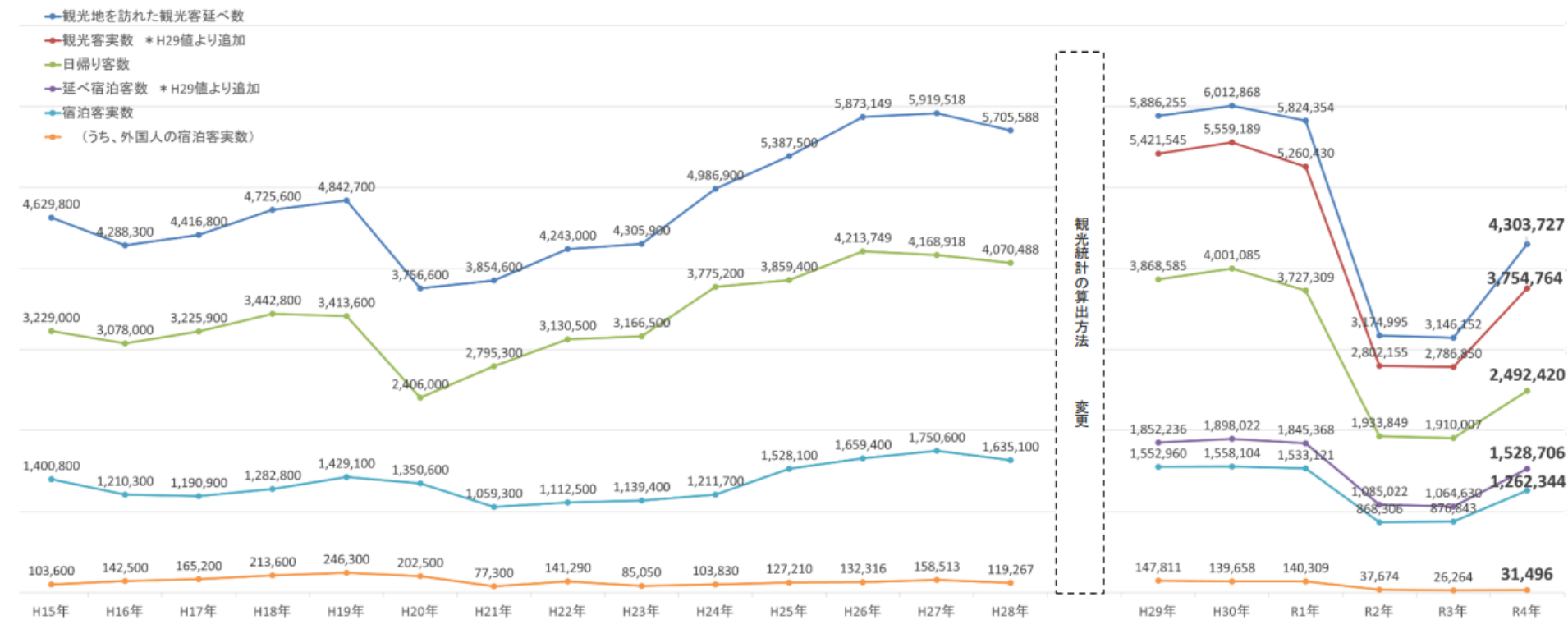
出典：スマートリゾート関連調査事業（2019年度：経済産業省）

2 佐世保市の観光の現状

令和3（2021）年度から令和5（2023）年度の「佐世保市観光アクションプラン」では、K P Iとして「観光消費額」を設定し、K P Iを達成するための各指標として「佐世保市観光客数（実数）」「佐世保市宿泊観光客数（実数）」「宿泊消費額単価」「日帰り消費額単価」を掲げ、国内外の多くの観光客が佐世保市の魅力を体感し、観光消費により地域経済が活性化することを目的として事業を展開してきました。

(1) 佐世保市観光入込客数・佐世保市宿泊観光客数の推移

出典：佐世保市観光統計



【観光客数・日帰り客数・宿泊者数・宿泊客滞在数】

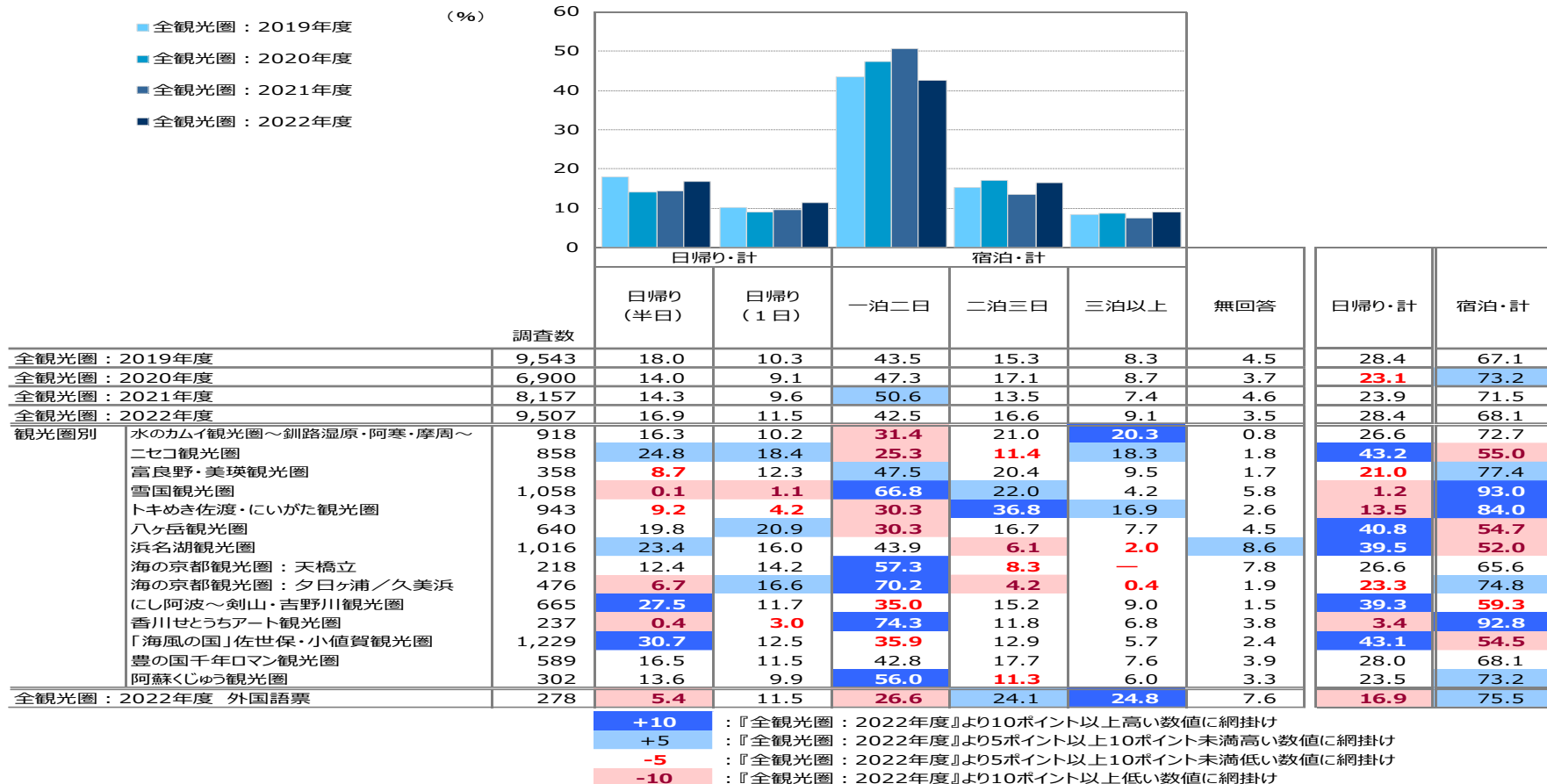
区分	15年	16年	17年	18年	19年	20年	21年	22年	23年	24年	25年	26年	27年	28年	29年	30年	R1年	R2年	R3年	R4年	対前年比
観光地を訪れた観光客延べ数	4,629,800	4,288,300	4,416,800	4,725,600	4,842,700	3,756,600	3,854,600	4,243,000	4,305,900	4,986,900	5,387,500	5,873,149	5,919,518	5,705,588	5,886,255	6,012,868	5,824,354	3,174,995	3,146,152	4,303,727	136.8%
観光客実数 * H29値より追加															5,421,545	5,559,189	5,260,430	2,802,155	2,786,850	3,754,764	134.7%
日帰り客数	3,229,000	3,078,000	3,225,900	3,442,800	3,413,600	2,406,000	2,795,300	3,130,500	3,166,500	3,775,200	3,859,400	4,213,749	4,168,918	4,070,488	3,868,585	4,001,085	3,727,309	1,933,849	1,910,007	2,492,420	130.5%
延べ宿泊客数 * H29値より追加															1,852,236	1,898,022	1,845,368	1,085,022	1,064,630	1,528,706	143.6%
宿泊客実数	1,400,800	1,210,300	1,190,900	1,282,800	1,429,100	1,059,300	1,112,500	1,139,400	1,211,700	1,528,100	1,659,400	1,750,600	1,635,100		1,552,960	1,558,104	1,533,121	868,306	876,843	1,262,344	144.0%
(うち、外国人の宿泊客実数)	103,600	142,500	165,200	213,600	246,300	202,500	77,300	141,290	85,050	103,830	127,210	132,316	158,513	119,267	147,811	139,658	140,309	37,674	26,264	31,496	119.9%
宿泊率	30.3%	28.2%	27.0%	27.1%	29.5%	36.0%	27.5%	26.2%	26.5%	24.3%	28.4%	28.3%	29.6%	28.7%	28.6%	28.0%	29.1%	31.0%	31.5%	33.6%	106.9%

● 滞在時間の状況

全国の13観光圏における滞在期間について、「海風の国」佐世保・小値賀観光圏と他地域との比較した結果、本観光圏はニセコ観光圏と並んで日帰り観光の率が一番高い状況となっており、日帰り観光としては充分楽しめるものの、それが宿泊観光に結び付いていない現状があります。

■ 本地域での滞在時間（全体/単一回答）

Q7.本地域での滞在時間を教えてください。（○は、1つだけ）※旅行全体ではなく、本調査票を受け取った地域での滞在について教えてください。



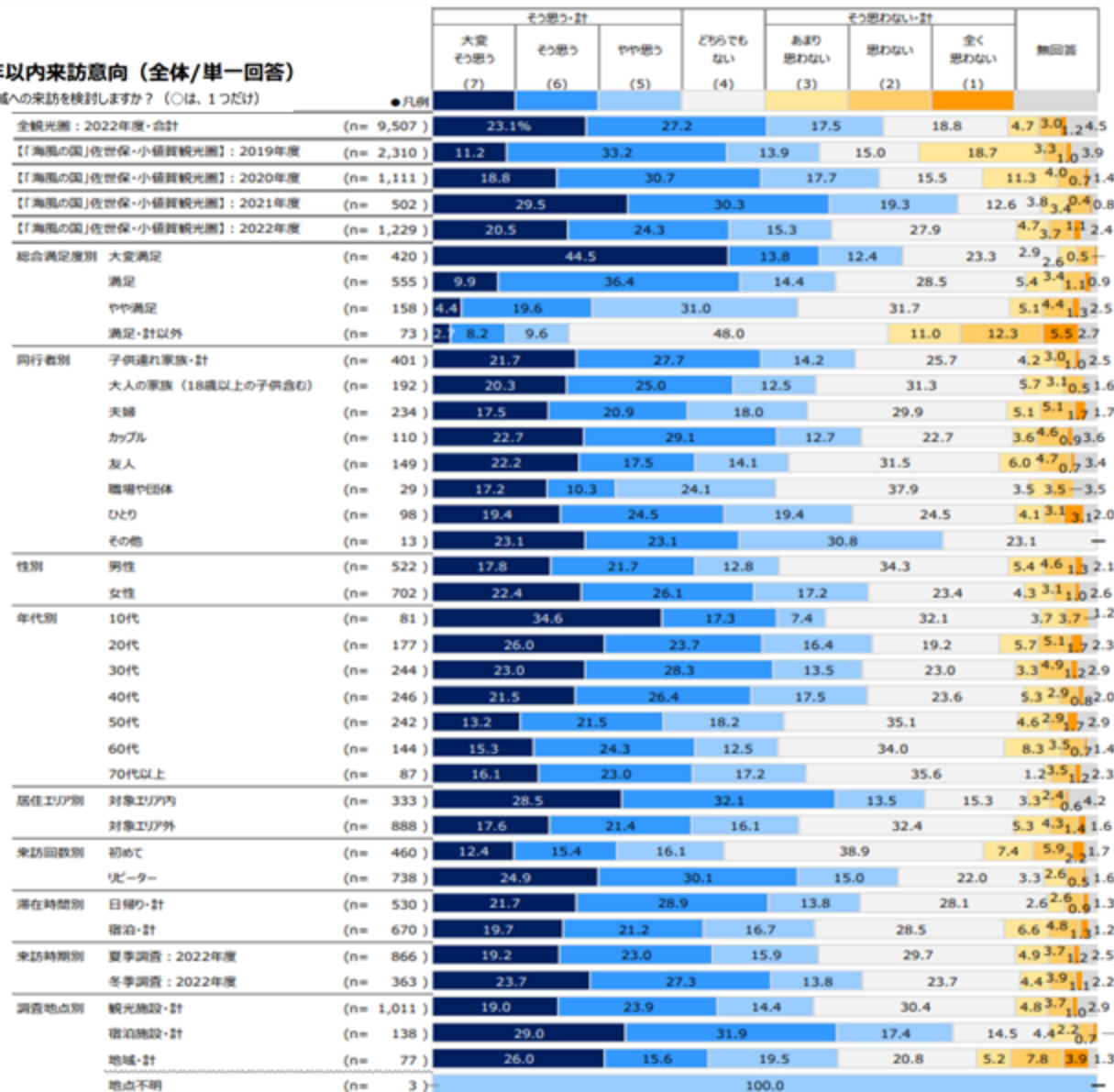
出典：【2022 年度】来訪者満足度調査

● 1年以内の再来訪意向

満足度別にみると、大変満足層では『再来訪意向（大変そう思う）』が45%、『そう思う・計』は71%。同行者別にみると、『再来訪意向（大変そう思う）』が最も高いカップル（23%）、ついで友人、子供連れ家族・計（22%）。特に、日帰り観光客における再来訪意向は、宿泊観光客の再来訪意向を上回っています。

■ 本地域への1年以内来訪意向（全体/単一回答）

Q10. 1年以内に、本地域への来訪を検討しますか？（○は、1つだけ）



出典：【2022年度】来訪者満足度調査

● 旅行消費額

全国の13観光圏における旅行消費額について、全観光圏の旅行消費金額の平均は35,929円となっているが、「海風の国」佐世保・小値賀観光圏においては24,036円（2022年度）となっており、大きく下回っている状況となっています。

■ 1人あたりの平均消費金額（金額記入者/各実数回答）

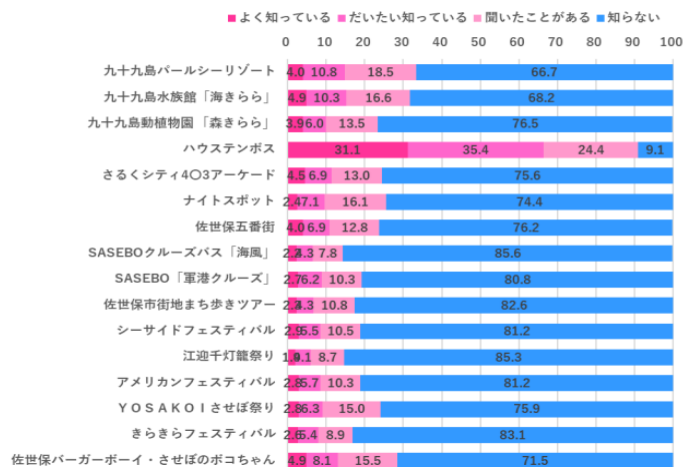
		旅行消費額						宿泊	
		総額	交通費 (タクシー・バス代など)	宿泊費（宿泊者のみ） (ホテルでの飲食代込み)	飲食費	買い物費	その他（入場料など）	日帰り	宿泊
		調査数 平均金額 (円)	調査数 平均金額 (円)	調査数 平均金額 (円)	調査数 平均金額 (円)	調査数 平均金額 (円)	調査数 平均金額 (円)	調査数 平均金額 (円)	調査数 平均金額 (円)
全観光圏：2022年度・合計		(n=6,505) 35,929	(n=3,337) 9,823	(n=2,814) 21,788	(n=3,615) 6,568	(n=3,263) 5,898	(n=2,011) 4,203	(n=1,550) 12,336	(n=4,767) 43,749
【「海風の国」佐世保・小値賀観光圏】：2019年度		(n=1,049) 21,718	(n= 476) 11,632	(n= 316) 17,038	(n= 573) 6,816	(n= 464) 6,291	(n= 483) 3,922	(n= 513) 6,901	(n= 502) 37,121
【「海風の国」佐世保・小値賀観光圏】：2020年度		(n= 774) 23,660	(n= 367) 5,920	(n= 242) 13,807	(n= 405) 5,124	(n= 354) 5,446	(n= 297) 3,253	(n= 288) 8,065	(n= 484) 32,974
【「海風の国」佐世保・小値賀観光圏】：2021年度		(n= 440) 23,683	(n= 284) 5,548	(n= 178) 13,777	(n= 308) 5,102	(n= 287) 4,688	(n= 200) 3,720	(n= 154) 6,902	(n= 286) 32,719
【「海風の国」佐世保・小値賀観光圏】：2022年度		(n= 780) 24,036	(n= 367) 7,517	(n= 313) 16,130	(n= 406) 5,697	(n= 343) 5,286	(n= 327) 3,558	(n= 270) 7,643	(n= 499) 33,103
来訪回数別	初めて	(n= 289) 27,481	(n= 140) 10,079	(n= 130) 16,879	(n= 144) 6,275	(n= 122) 5,502	(n= 103) 3,594	(n= 82) 8,938	(n= 207) 34,826
	リピーター	(n= 478) 21,597	(n= 220) 5,644	(n= 181) 15,514	(n= 254) 5,300	(n= 216) 4,758	(n= 220) 3,503	(n= 186) 7,062	(n= 288) 31,207
滞在時間別	日帰り・計	(n= 270) 7,643	(n= 119) 3,274	(n= 0) 0	(n= 136) 2,502	(n= 89) 3,033	(n= 136) 2,007	(n= 270) 7,643	(n= 0) 0
	宿泊・計	(n= 499) 33,103	(n= 244) 9,644	(n= 313) 16,130	(n= 265) 7,378	(n= 251) 6,118	(n= 189) 4,698	(n= 0) 0	(n= 499) 33,103
来訪時期別	夏季調査：2022年度	(n= 519) 23,229	(n= 243) 6,572	(n= 200) 16,280	(n= 260) 5,342	(n= 214) 4,182	(n= 194) 3,681	(n= 175) 7,844	(n= 335) 31,464
	冬季調査：2022年度	(n= 261) 25,640	(n= 124) 9,368	(n= 113) 15,865	(n= 146) 6,328	(n= 129) 7,116	(n= 133) 3,377	(n= 95) 7,271	(n= 164) 36,452
調査地点別	観光施設・計	(n= 592) 21,638	(n= 255) 6,900	(n= 195) 17,810	(n= 274) 5,541	(n= 215) 5,786	(n= 269) 3,429	(n= 258) 6,810	(n= 324) 33,651
	宿泊施設・計	(n= 118) 31,620	(n= 67) 8,616	(n= 79) 12,582	(n= 83) 5,858	(n= 79) 5,146	(n= 44) 4,766	(n= 3) 12,333	(n= 115) 32,124
	地域・計	(n= 68) 31,926	(n= 44) 9,521	(n= 39) 14,920	(n= 48) 6,364	(n= 49) 3,315	(n= 13) 1,638	(n= 8) 31,688	(n= 59) 32,229
	地点不明	(n= 2) 18,000	(n= 1) 3,000	(n= 0) 0	(n= 1) 3,000	(n= 0) 0	(n= 1) 10,000	(n= 1) 16,000	(n= 1) 20,000
【「海風の国」佐世保・小値賀観光圏】：2022年度 外国語圏		(n= 0) 0	(n= 0) 0	(n= 0) 0	(n= 0) 0	(n= 0) 0	(n= 0) 0	(n= 0) 0	(n= 0) 0

出典：【2022 年度】来訪者満足度調査

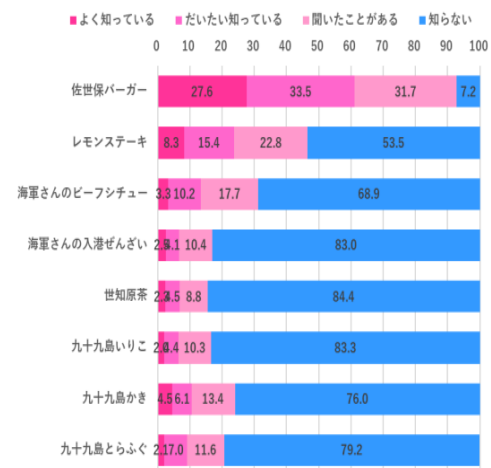
● 観光施設の認知度

ハウステンボスや佐世保バーガーの認知度は90%を超える認知度となっているが、その他の認知度については、まだまだ低い状況となっており、観光コンテンツの認知度に差がある状況となっています。

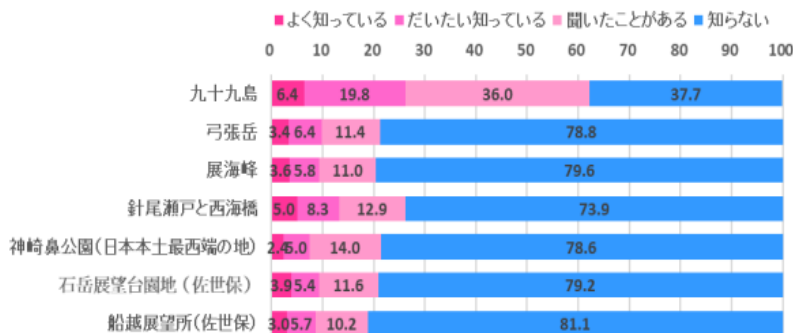
認知度 「遊・楽・快」スポット



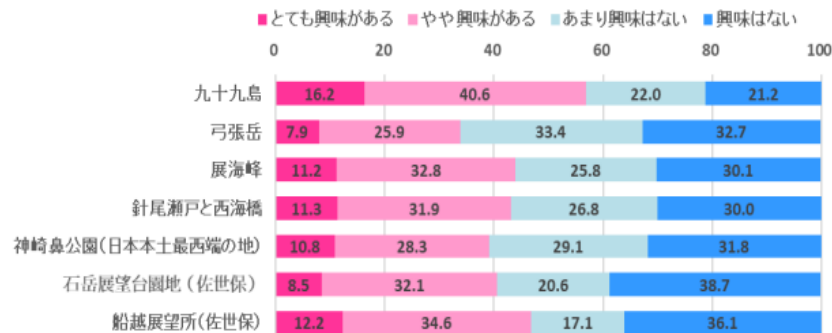
認知度 「食・グルメ」



認知度 「自然・景観」スポット



興味・関心度 「自然・景観」スポット

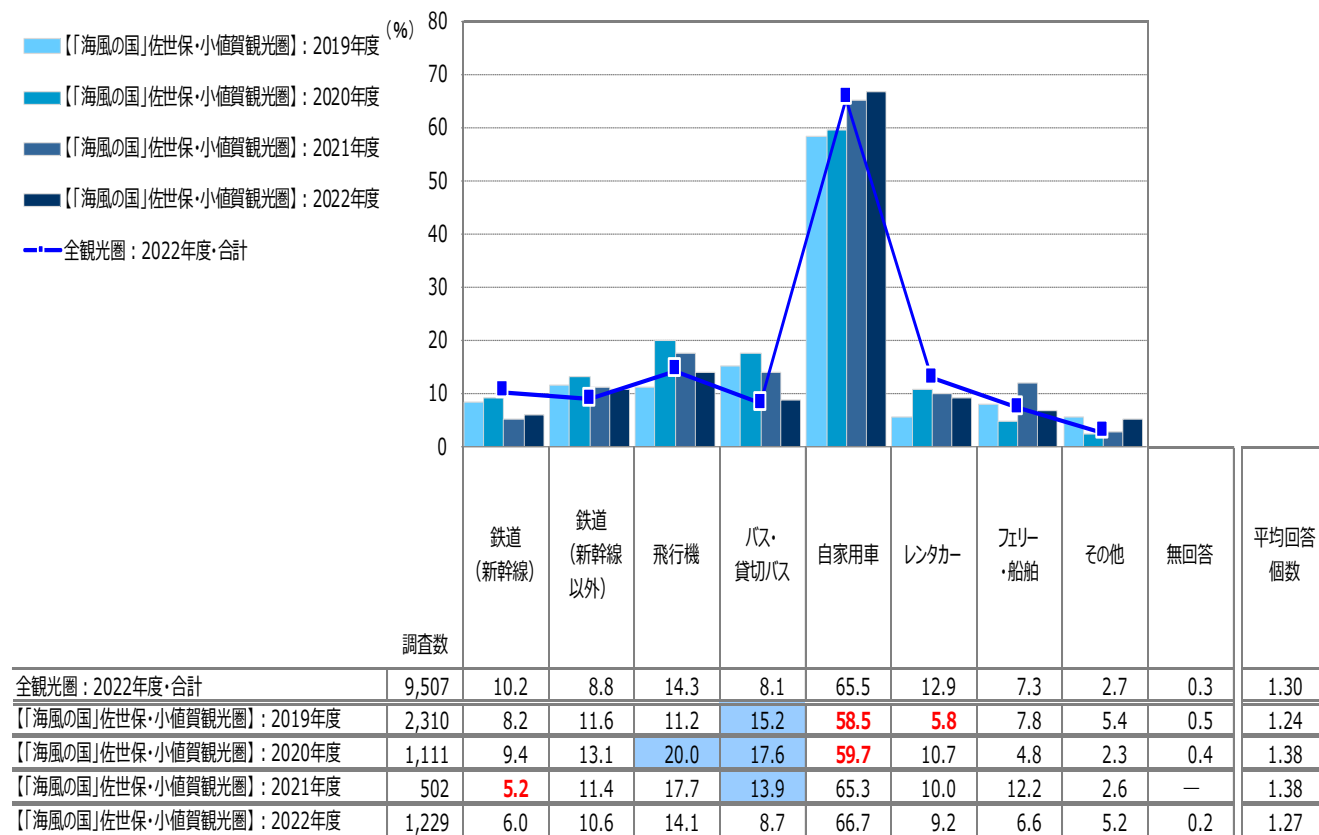


● 旅行で利用した交通移動手段

佐世保市を訪問する際に利用した交通手段については、自家用車の利用が最も多くなっています。

■ 旅行で利用した交通機関（全体/複数回答）

Q3. 今回の旅行について、出発地から最初の目的地までの移動に利用した交通機関を教えてください。（〇は、いくつでも）



出典：【2022 年度】来訪者満足度調査

（２）佐世保市観光アクションプランの取組み ー令和３（２０２１）年度～令和５（２０２３）年度ー

佐世保市においては、コロナの感染拡大防止と社会経済活動の両立を図り、本市観光業のＶ字回復を図ることとアフターコロナを見据え、「グルメ観光の推進」、「マリンアクティビティやツアー商品の充実」、「各種イベント・スポットなどの強化」、「観光人材育成・地域事業者との連携」、「二次交通対策」、「デジタル化の推進及びWEB・SNSを活用した情報発信強化」の６つの重点事業の方向性に基づき、観光施策を推進しました。

佐世保市観光アクションプランの概要

二大観光資源である「ハウステンボス」と「西海国立公園・九十九島」を核とした観光振興を図ると共に、その２つの観光地の中間地点に位置する「街なか」については、大型クルーズ客船が訪れる国際ターミナルやJR等の交通拠点、多くの宿泊施設や飲食店が集積しており、また、旧海軍関連施設や海上自衛隊、米海軍関連施設等の「港まち」ならではの歴史や食文化を有することから、「街なか」を拠点に、佐世保市の多彩な観光資源と連携した周遊促進に取り組むものです。

実施した主な取組み

軍港グルメの開発普及・一元情報発信

横須賀市・呉市・佐世保市・舞鶴市が連携して、旧軍港４市グルメ交流会を開催し、肉じゃがや海軍さんのビーフシチュー、海軍カレー等の旧海軍グルメのPRを行いました。また、文化庁が主催する「１００年フード宣言」事業において、日本遺産ストーリーに関連する「海軍ゆかりの食文化」が１００年フードの認定を受けました。



市街地宿泊施設での飲み歩きプラン造成・販売

飲み食べ歩きを促すため、team NAGASAKI SAFETY 登録店が飲み物と料理が注文できる「させば飲み食べパスポート」を制作しました。また、佐世保ならではの食材や地酒等を活用し、店の雰囲気を楽しみながらはしごする「させばバル」を開催し、街の賑わいと活性化並びに、宿泊型観光に繋げました。



日本遺産見学

旧軍港4市の取組みである「日本遺産WEEK」に合わせて、SSKの特別見学ツアーを実施しました。令和4(2022)年度からは、同WEEKから「日本遺産MONTH」に事業が拡大され、「針尾送信所と石原岳堡壘跡を訪ねるツアー」や「弓張岳から岡本水源を巡る日本遺産特別公開ツアー」等の特別ツアーをはじめ、「佐世保鎮守府周遊ラリー」、「日本遺産写真展」等の各種イベントを開催しました。また、令和7(2025)年度に供用開始が予定されている「させば立神近代化歴史公園」は、日本遺産構成文化財が存在する周辺地域も自然や歴史・文化を一体的に体感できる「佐世保フィールドミュージアム」の中心として計画が進んでいます。



黒島オリジナル御朱印の活用

黒島天主堂リニューアルオープン（令和3（2021）年3月）の記念御朱印をはじめとする様々な御朱印や黒島御朱印帳を準備し、何度も黒島を訪れる仕組みづくりを構築しました。また、令和5（2023）年度には、世界遺産登録5周年を記念して、ナイトタイム用の御朱印を制作し、黒島への観光客の誘致に努めました。



マリンアクティビティのPR強化

マリンレジャー利用者が多い鹿子前海岸（旧海水浴場）については、九十九島ビジターセンターが中心となり利用ルールづくりを検討しています。また、九十九島パールシーリゾート周辺海域ではカヤックやSUP等を活用したガイドツアーなどが市内外の業者によって行われていることから、させぼパール・シー（株）が園地の管理者として、海上保安庁から第七管区のマリンレジャー安全活動団体の認証を受け、トラブル防止に向けた対応（防犯カメラや路上駐車防止用ポールの設置）を進めています。

遊覧船等の新たな魅力づくりとして、御船印事業を開始しています。



（出典：ながさき旅ネット）

ハウステンボスを核とした観光の魅力向上

佐世保市の最大の集客施設であるハウステンボスと連携し、SNSや雑誌、TV等情報発信事業に取組み、佐世保市の魅力発信、認知度向上に努めています。また、ハウステンボスと各観光地との連携した周遊促進の取組みにつきましては、令和3（2021）年度観光庁の「既存観光拠点の再生・高付加価値化推進事業」の支援を受け、長崎県内唯一の2階建て観光バスを利用し、ハウステンボスと日本遺産に認定されている「佐世保鎮守府」「窯業圏」を巡るバスツアーを実施しました。さらに、令和5（2023）年度には、ハウステンボス、西海国立公園九十九島、街なかを周遊する「リアル宝探しゲーム」を開催し、観光客を市内全体へ波及させる取組みを実施しました。



国内外クルーズ船の受入整備

新型コロナウイルス感染症の影響により、中国からの国際クルーズ船の寄港が途絶えましたが、アフターコロナに向けた取組みとして、継続的に佐世保の観光情報発信に取組みました。また、令和4（2022）年11月には、コロナ後初となる日本船「ぱしふいっくびいなす」で航く佐世保市制120周年記念クルーズを実施しました。

令和6（2024）年以降につきましては、浦頭地区のクルーズターミナルの供用開始も見込まれると共に、クルーズ乗船客のニーズが「モノ消費」から「コト消費」に移行することが予測されることから、市内における寄港地観光の充実を図ると共に、周辺自治体と連携した広域周遊ルートの確立に向けた取組みを行います。



海風の国アートプロジェクト検討

針尾無線塔建設100年と連携した日本遺産「佐世保鎮守府」PR事業として、針尾無線塔でのアートイベント他、教育委員会と連携した音楽フェスティバルや郷土史体験講座、記念シンポジウムを開催すると共に、観光庁の支援を受け、針尾無線塔ライトアップ等を実施しました。

令和5（2023）年度については、凱旋記念館建設100年を記念したイベント「アソボ サセボ アートロード」を令和6（2024）年1～2月に開催し、閑散期対策として取り組みました。



観光人材育成講座

「海風の国」観光人材育成講座・滞在コンテンツ造成事業として、観光マイスターを対象にした海風の国魅力発掘発信ワークショップや「海風の国」おもてなし講演会を開催しました。また、観光庁の支援を受け、佐世保観光特化型エンターテイナーを全力で発掘・育成プロジェクトに取り組み、佐世保ディープツアーを造成すると共に、更なる、魅力創出や情報発信を強化しました。また、子どもたちのふるさとへの愛着と誇りを育むことを目的に、自然・歴史文化等を体験する「海風の国」こども観光マイスターに取り組んでいます。



街なか体験事業者との連携強化

佐世保観光情報センター、宿泊施設へ訪れたお客様に向けた前日・当日に申し込みが可能な着地型体験コンテンツを地域事業者と連携・協同で造成しました。また、佐世保の体験プログラムの利用促進を行うため、キャンペーン事業に取り組むと共に、既存コンテンツの磨き上げを行い、付加価値の向上に努めました。



タクシープランの充実

佐世保市内に点在する観光資源を効率よく周遊して頂くための二次交通対策として、観光マイスターが案内するタクシープランの充実やレンタカーキャンペーンに取組み、観光客の利便性向上に努めました。また、自家用車等で訪れる観光客向けの情報発信として、「西九州させば広域都市圏」Drive Webを制作（日本語・英語・繁体字）し、広域での周遊観光促進に向けた取組みも推進しています。



黒島二次交通対策

世界文化遺産の島である黒島島内にはバス・タクシー等の公共交通機関をはじめレンタカーもなく、電動アシスト自転車も限りがあるため、来訪者の島内における移動手段は徒歩とならざるを得ない状況です。また、自家用車等のフェリー（黒島航路）積載も、同フェリーが島民の生活航路として位置づけられており、車両の輸送も限定的となっていることから、世界文化遺産「黒島の集落」を観光客が効率的に島内移動（ラストワンマイル）を行うために、グリーンスローモビリティを導入すると共に、観光庁の支援を受け、グリーンスローモビリティの操作手順映像の製作等に取り組みました。さらに、助成金を活用し、カーポート一体型太陽光発電機器の設置を行い、再生可能エネルギーによる小型モビリティの運行に取り組んでおり、「歴史文化×環境×暮らし」の共存を進めています。



デジタル化の推進及びWEB・SNSを活用した情報発信強化

デジタル化の推進にあたっては、令和3（2021）年に「海風の国」佐世保・小値賀公式ホームページのリニューアルを行い、適時な情報更新を可能とすると共に、長崎県観光連盟等関係団体との情報データの連携を強化しました。また、「させぼ・おぢか観光パンフレット」のデジタル版を令和5（2023）年3月から始動し、デジタルマップ等と連動した情報を提供出来るようになりました。

(3) 佐世保市観光の分析

これまでの佐世保市観光の概要・状況を踏まえ、観光振興の課題を整理します。

強み (Strength)	弱み(Weakness)
・日本本土最西端に位置し、大陸に最も近い玄関口であること ・西海国立公園九十九島を有していること ・大型テーマパークのハウステンボスを有していること ・米軍基地を有することで、アメリカ人が日常行き交うとともに佐世保バーガーや外国人バーなどアメリカ文化を直接体験できること ・JR 佐世保駅、佐世保港ターミナル、高速道路インターチェンジといった交通の要衝と中心市街地（街なか）との距離が近いこと ・日本遺産「鎮守府」「三川内焼」、世界文化遺産”黒島の集落”を有していること	・域内観光地とハウステンボスとの連携が不十分であること ・観光施設の老朽化により魅力が減少していること ・日帰り観光客が多く、宿泊観光客の取込みが不十分であること ・ナイトタイムの仕掛け作りが不足していること ・ハウステンボスと佐世保バーガー以外の認知度が低いこと ・冬季の観光客数が少なく、通年型観光になっていないこと ・クルーズ観光客の消費効果が流失していること ・二次交通の利便性が悪いこと
機会(Opportunity)	脅威(Threat)
・観光庁の「持続可能な観光モデル事業」の採択を受け、「持続可能な観光」に向けた取組みが始まったこと ・西九州新幹線が開通したこと ・ユニバーサルスタジオ・ジャパンを再建したマーケティング会社がハウステンボスの運営を支援すること ・佐世保港浦頭地区に新たに国際ターミナル等の整備が行われたこと ・クルーズ船の入港が再開したこと ・西九州させば広域都市圏等の広域連携の活動が進んでいること ・西九州道の4車線化工事が進められていること	・コロナ禍の収束により、各地における観光客誘致が激しくなっていること ・国際クルーズ客船の誘致競争が激化していること ・国内人口減少に伴う国内旅行市場が縮小していること (少子化によるファミリー旅行者層の減少) ・若年層の市外流出が進んでいること ・I Rの認定が見送られたこと ・人手不足が深刻化していること ・二次交通の更なる脆弱化が見込まれていること

◆ 第3章 佐世保市観光振興羅針盤の基本戦略

1 戦略テーマ

地域を元気に、来訪者を笑顔に ～四季を通して、昼も夜も楽しめる観光地・佐世保～

◆戦略テーマのコンセプト

- (1) 市民（地域）、観光客、観光事業者並びに従事者、地域活動団体等が互いに尊重し、それぞれに好影響を与えると共に、満足度の高い観光に繋げる「三方良し」の観光地づくりに取り組みます。
- (2) 佐世保市には、二大観光資源である「ハウステンボス」と「西海国立公園九十九島」に加え、世界文化遺産「黒島の集落」、日本遺産「鎮守府」「三川内焼」、離島等、多彩な魅力を有していることが佐世保観光の強みとなっています。この多様な魅力を最大限に活用した楽しみ方を、それぞれのターゲットに提供することにより、四季を通して、昼も夜も楽しめるオンリーワン観光を推進します。

2 観光振興羅針盤の基本戦略の構成 — 3つの方向性と5つの基本戦略—

佐世保市観光の現状と課題並びに取り巻く環境を踏まえ、特に、取組んでいく項目を以下のように定めます。

方向性1

コロナ禍で変化した旅行需要と行動の変化を探るため、観光客の実態を把握するデータ収集と分析を進め、観光マーケティングを強化します。さらに誘客へとつなげるため、ニーズに応える商品の造成と魅力の発信に取り組みます。

方向性2

「ハウステンボス」「九十九島」の二大観光拠点を柱に、日本遺産など本市独自の観光資源を活用しながら、市内周遊・滞在を促進し、観光消費の向上を目指します。

方向性3

国の観光立国推進基本計画に基づく施策の動向を見据えながら、行政とDMOが中心となり、地域住民や環境、文化等に配慮した持続可能な観光施策を実践し、観光地・観光産業の高付加価値化を図ります。

3つの方向性として示すと共に、さらにその方向性を元に、5つの基本戦略に取り組みます。



【5つの基本戦略】

基本戦略1	ハウステンボス・佐世保市中心市街地・九十九島間の連携強化によるエリア一体での収益力強化・高付加価値化の推進
	① ハウステンボスを核とした佐世保観光の周遊促進 ② 九十九島エリアの新たな観光プログラムの磨き上げ・掘りおこし ③ 国際クルーズ船の寄港地観光の推進 ④ 訪日外国人観光客の誘致による地域活性化 ⑤ 佐世保の観光資源を活用したナイトタイムエコノミーの推進 ⑥ 通年型観光への取組み
基本戦略2	多様な観光資源（自然、歴史、食、離島等）を活用した魅力創出・情報発信・誘客
	① 佐世保ならではの“食”を活かした観光振興 ② テーマ・ストーリー性を重視した観光コンテンツの磨き上げと魅力創出 ③ 観光地としての認知度向上に向けた効果的なプロモーションの推進 ④ 広域連携を活用した観光客の誘客促進
基本戦略3	佐世保の魅力を支える担い手の育成と快適に観光できる環境整備
	① 佐世保市民が魅力になる観光受入態勢づくり ② 地域内移動の利便性向上及び改善 ③ リピーター向けの取組みの充実 ④ 新たな需要への対応
基本戦略4	観光DXによる観光振興の推進
	① データ活用による戦略策定と観光力の強化 ② デジタル技術を活用したマーケティングやプロモーションの実施
基本戦略5	観光地マネジメント体制の強化と地域資源を生かした観光地域づくり
	① 観光産業の高付加価値化 ② 社会情勢の変化に左右されない観光振興 ③ 日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）を活用した観光地マネジメントの推進 ④ 佐世保の歴史・文化・自然など地域資源を生かした観光地づくりの推進 ⑤ DMOを核としたオール佐世保での観光地域づくり

3 観光振興羅針盤の基本戦略の推進

【基本戦略1 ハウステンボス・佐世保市中心市街地・九十九島間の連携強化によるエリア一体での収益力強化・高付加価値化の推進】

佐世保市は、二大観光資源である「ハウステンボス」と「西海国立公園九十九島」を核として観光施策を展開しており、旧海軍関連施設や海上自衛隊、米海軍関連施設等の「港まち」ならではの歴史や食文化を有する佐世保市中心市街地（「街なか」）の開発に取り組んでいます。

特に、ハウステンボスと西海国立公園九十九島の間地点に位置する「街なか」については、大型クルーズ客船が訪れる国際ターミナルやＪＲ等の交通拠点があると共に、「賑わい」のあるアーケード、多くの宿泊施設や飲食店が集積しているため、周遊滞在型観光の拠点としてのポテンシャルを備えています。

「ハウステンボス」、「佐世保市中心市街地（街なか）」、「西海国立公園九十九島」が相互に連携強化を図り、エリア一体での観光振興に努めます。



① ハウステンボスを核とした佐世保観光の周遊促進

佐世保市における最大の集客力を誇るハウステンボスは、地域の観光産業（宿泊事業・交通事業・飲食事業等）や、さらには第一次産業にも大きな影響を与える観光資源です。全国的な知名度を誇り、佐世保市並びに周辺自治体にも大きな集客効果を与えるハウステンボスの効果を、佐世保市内全体に波及させるためにも、まずは、本地域の強みであるハウステンボスの魅力を広く発信します。

また、西海国立公園九十九島並びにハウステンボスについては、それぞれのエリア内で行動が完結している状況にあることから、佐世保市内にある多様な地域資源をアピールし、認知度を高めることで、相互に連携した周遊ルートの確立を目指します。さらに、ハウステンボスと西海国立公園・九十九島の間地点に位置する「街なか」については、ＪＲ等の交通拠点があると共に、「賑わい」のあるアーケード、多くの宿泊施設や飲食店が集積しているため、周遊滞在型観光の拠点としてのポテンシャルを有しており、「街なか」等との連携体制を構築することで、市内全体の周遊促進に繋げていきます。

(主な取組み)

- ア 観光・集客の核となる「ハウステンボス」の魅力発信
- イ ハウステンボス・九十九島が連携したプロモーション活動・相互誘客の推進
- ウ 観光客が滞在・訪れたいくなるオンリーワン観光の振興



(ハウステンボス・西海国立公園九十九島等が連携したプロモーション活動・相互誘客)

② 九十九島エリアの新たな観光プログラムの磨き上げ・掘りおこし

九十九島は島の密度が日本一と言われ、宮城県の松島や天橋立を要する宮津・伊根湾とともに「世界で最も美しい湾クラブ」にも登録された佐世保の自然景観を象徴する観光エリアです。

エリア内には九十九島パールシーリゾートや森きららがあり、九十九島八景と呼ばれる複数の展望台を擁し、ハウステンボスと共に佐世保市の観光を支える重要な拠点となっています。

西海国立公園内の一角にあって景観スポットとしての認知や関心は高いものの、自然に触れる、楽しむという活用面が十分ではありません。

九十九島の魅力に触れ、滞在時間の延長を促すために、観光コンテンツの整備やプログラムの造成に取り組めます。

(主な取組み)

- ア 環境や自然・歴史文化をテーマにした観光（エコツーリズム）の推進
- イ 開園30周年を契機とした九十九島パールシーリゾートの魅力増進
- ウ 九十九島の滞在環境の上質化に向けたコンテンツ等の整備
- エ 九十九島観光公園を核とした俵ヶ浦半島への誘客促進
- オ 九十九島パールシーリゾートのリニューアルに向けた検討



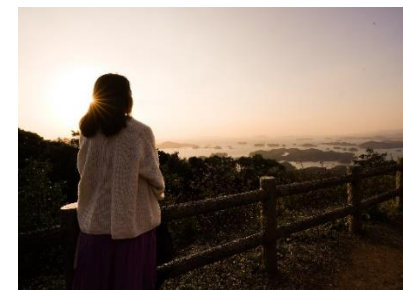
（佐世保の自然を活用したエコツーリズムの推進）（九十九島無人島キャンプ）



（夜の水族館の取組み）



（九十九島の夕日）



（プライベートサンセットクルーズの取組み）

③ 国際クルーズ船の寄港地観光の推進

佐世保港は、平成29（2017）年1月に「官民連携による国際クルーズ拠点」に選定され、市内中心部にある三浦岸壁の延伸により、平成30（2018）年7月から三浦岸壁において16万トン級のクルーズ船の受入を開始し、また、令和2（2020）年7月には浦頭地区に新たなクルーズ船寄港岸壁となる国際クルーズ拠点のターミナルビルが完成しました。

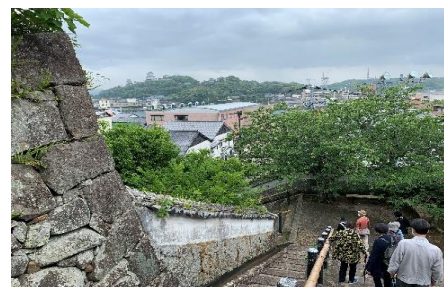
こうした取組みによって、全国でも有数のクルーズ船寄港数の達成を果たしましたが、新型コロナウイルス感染症の世界的流行により、国際クルーズ船の需要は大きく減少しました。これまで、佐世保港への寄港が最も多かった中国からの国際クルーズ船については、まだまだ回復途上であるものの、今後、中国人観光客については、これまでのショッピング中心の「モノ消費」から、体験や経験を重視する「コト消費」へと消費行動の変化も予測されていることから、クルーズ船寄港による経済的な効果を高めるための取組みを進めていきます。

（主な取組み）

- ア クルーズ船寄港による経済的な効果を高める取組みの推進
- イ 国際クルーズ船寄港時の周辺市町を含めた周遊観光促進
- ウ 本格的な国際クルーズ再開によるオーバーツーリズム対策



(国際ターミナルにて佐世保の特産品の店舗出店、まちなか周遊の促進)



(広域連携を活用した寄港地観光ツアーの開発)



④ 訪日外国人観光客の誘致による地域活性化

佐世保市を訪れる訪日外国人観光客については、新型コロナウイルス感染症の影響により、大きく減少しています。

ゴールデンルート等の主要観光地については、コロナ禍前の状況まで回復しつつあるなか、本市におきましては、政府による水際対策が緩和された後も、以前の水準まで回復していない状況となっています。こうした状況において、広域での連携が重要な訪日外国人観光客を佐世保へ誘致するためには、まずは、アジアの主要都市とのアクセスが良い福岡空港をゲートウェイとし、東アジア（中国・台湾・香港・韓国）やタイの訪日外国人観光客をメインターゲットと捉え、周辺自治体や市内事業者等と連携し、市場に応じた効果的なプロモーションを行うと共に、受入環境の整備を行いながら、誘客促進の取組みを進めます。

(主な取組み)

- ア インバウンド向けコンテンツ開発とプロモーション展開の推進
- イ 訪日外国人観光客の受入れ環境の整備
- ウ 広域連携によるインバウンド向けプロモーションの強化
- エ 長崎県、周辺自治体や市内事業者と連携した海外向け情報発信



(観光コンテンツの開発)



(インバウンド向けの環境整備)



(欧米豪向けの招聘事業の実施)



(長崎県と連携した観光商談会等への参加)

⑤ 佐世保の観光資源を活用したナイトタイムエコノミーの推進

佐世保市観光については、観光圏の顧客満足度調査結果より、日帰り観光率が高く、宿泊率が低い状況となっていることから、滞在時間を延長させ、宿泊観光客数の増加に繋げることが、観光振興の中で重点施策の1つとなっています。

佐世保市には外国人バーやジャズバー、冬季の観光地におけるライトアップやイルミネーション等、夜型の観光メニューもありますが、夜間の消費拡大に繋がる魅力向上には、まだまだ開発の余地が残っています。そこで、ナイトタイムエコノミーの活性化を推進するために、佐世保市ならではの夜、朝の体験プログラムの造成を図ると共に、ライトアップ等の夜間コンテンツの仕掛けに取組み、夜間消費の拡大と共に、夜間訪問客や宿泊観光客の増加を目指していきます。

(主な取組み)

- ア アメリカ文化を活かした佐世保の夜の魅力発信
- イ 朝の観光素材の磨き上げ
- ウ ライトアップによる夜の魅力づくり
- エ 鯨瀬ターミナル及び朝市周辺の観光活用の検討



(金の夜景の推進)



(文化財のライトアップ)



(夜の江迎散策の取組み)



(ネオ朝市の開催)

⑥ 通年型観光への取組み

多くの観光客が訪れる佐世保市ですが、その繁忙の時期は3月からゴールデンウィークがある5月、夏休み、秋の行楽シーズンとなる10月、ハウステンボス等のイルミネーションが灯りをともし12月となっています。

一方、梅雨並びに冬場の1～2月については、旅行先で快適に過ごすことが出来ないことから、観光客が少ない状況となっています。

通年型観光の実現を目指すためには、旅行者に対し佐世保の冬の魅力を伝えると共に、冬季の集客対策が必要となっています。

さらに、イベントや季節毎の豊かな地域資源を生かしたプロモーション展開を推進し、旅行需要の平準化に繋げていきます。

(主な取組み)

- ア 冬季観光（閑散期）等の振興・観光需要の平準化
- イ イベントを活用した賑わいづくりの創出
- ウ 四季毎の豊かな地域資源を生かした情報発信



(四季毎の地域資源の情報発信)

(イベントを活用した観光誘客)

(冬季観光の振興)

近世保市観光カレンダー												
月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
季節	春			夏			秋			冬		
イベント・花情報等	●江田本陣跡開き(春の陣)	●江田本陣跡開き(春の陣)	●江田本陣跡開き(春の陣)	●江田本陣跡開き(春の陣)	●江田本陣跡開き(春の陣)	●江田本陣跡開き(春の陣)	●江田本陣跡開き(春の陣)	●江田本陣跡開き(春の陣)	●江田本陣跡開き(春の陣)	●江田本陣跡開き(春の陣)	●江田本陣跡開き(春の陣)	●江田本陣跡開き(春の陣)
	●江田本陣跡開き(春の陣)	●江田本陣跡開き(春の陣)	●江田本陣跡開き(春の陣)	●江田本陣跡開き(春の陣)	●江田本陣跡開き(春の陣)	●江田本陣跡開き(春の陣)	●江田本陣跡開き(春の陣)	●江田本陣跡開き(春の陣)	●江田本陣跡開き(春の陣)	●江田本陣跡開き(春の陣)	●江田本陣跡開き(春の陣)	●江田本陣跡開き(春の陣)

(イベントカレンダー)

【基本戦略2 多様な観光資源（自然、歴史、食、離島等）を活用した魅力創出・情報発信・誘客】

佐世保市には、世界文化遺産「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」の構成資産の1つである「黒島の集落」や日本遺産「鎮守府」「三川内焼」等の歴史資源をはじめ、アメリカ文化、佐世保バーガーやレモンスステーキ等の「食」、離島・農山漁村や特色あるイベント等、様々な地域資源に恵まれています。これらの多様性のある豊かな地域資源を活かしながら、テーマ・ストーリー性を重視した観光コンテンツとして磨き上げ、魅力創出に努めると共に、旅行者のニーズを踏まえた情報発信を行うことにより、観光客の誘客に繋げていきます。



① 佐世保ならではの“食”を活かした観光振興

佐世保市には、全国ブランドとなっている「佐世保バーガー」をはじめ、「レモンスステーキ」や「海軍さんのビーフシチュー」など、佐世保ならではのご当地グルメが存在しており、また、「九十九島かき」などの海産物、世知原茶、長崎和牛などの農産物についても、1年を通じて味わうことができます。

このような中、「水産県・長崎」ということで、豊富な海産物を有しているものの、「海の幸」の認知度については、佐世保バーガー等の肉料理と比べ低い状況になっています。そこで、本市ならではの多様な「食」の魅力を活用した、グルメ観光の推進に取組み、「食」と「観光」による誘客促進を図っていきます。

（主な取組み）

ア 魅力ある佐世保グルメの開発

イ ガストロノミーツーリズムの推進



（魅力ある佐世保グルメの開発・発掘）



（佐世保ならではのグルメの情報発信）



（旧軍港グルメを活用したイベント出展）

② テーマ・ストーリー性を重視した観光コンテンツの磨き上げと魅力創出

佐世保市は、米軍基地を有していることからアメリカ色の強い文化や、鎮守府の歴史を持つことから造船などの産業が地域の景観や雰囲気が出ています。

その結果、旧海軍や自衛隊、米軍基地関連の遺産・施設が存在している点や本土最西端に位置していることから離島の存在について、マーケットにおいて強く認識されています。このような佐世保独自の素材を観光資源として更に磨き上げ、佐世保への誘客に繋がる観光素材の特徴的な魅力づくりを進めていきます。

(主な取組み)

ア 佐世保フィールドミュージアム（日本遺産「佐世保鎮守府」）を活用した観光誘客の推進

イ フィルムコミッションや聖地巡礼の後方支援による観光誘客の推進

ウ 本土最西端、離島、トレッキング等を活かしたアドベンチャーツーリズムの開発

エ 隠れた地域資源の発掘及び既存観光コンテンツの深掘り



(アニメを活用した市内周遊の取組み)



(日本遺産「佐世保鎮守府」を活用した特別ツアーの実施)



(アドベンチャーツーリズムの開発)



(マリナクティビティ、トレッキングを活用した観光ツアーの造成)



(隠れた地域資源【棚田】を活用した観光コンテンツの磨き上げ)

③ 観光地としての認知度向上に向けた効果的なプロモーションの推進

ソーシャルメディアの発達により、観光地側が発信する情報に加え、観光客自身が主体的に情報発信を行うことが増加したことから、他の観光客が発信した口コミ情報をたよりに旅サキを決定したり、また、旅の動機として「インスタ映えしそうな場所に旅行に行く」という傾向が強まってきています。こうした傾向から、観光客に選ばれる観光地を目指すために、インフルエンサーやWEBサイト等を活用した情報発信を強化すると共に、「旅ナカ」における着地型の観光情報の充実や、観光客が「旅ナカ」、「旅アト」において、SNS等に佐世保市の観光について情報発信できるような仕組みづくりに取組みます。

(主な取組み)

- ア インフルエンサー等を活用した佐世保観光の魅力発信
- イ ホームページ・SNSでの情報発信や地域資源を活用したプロモーション
- ウ 観光客のニーズに応じた国内外向けの情報発信の強化



(メディアを活用した国内外への情報発信)

(メディア向けファムツアーの実施)

(インフルエンサーを活用した情報発信)

(インスタグラムを活用した情報発信)

④ 広域連携を活用した観光客の誘客促進

西九州新幹線の開通により、これまで連携してきた自治体・地域に加え、県南地域からの入込みも期待が出来る、広域観光ルートを選択肢が広がることで、国内外の観光客の利用が見込まれることから、長崎県と連携した観光誘客をはじめ、それぞれの自治体・地域が持つ観光資源の強みを活用しながら、広域で楽しめるプログラムの造成や周遊ルートの設定を行います。また、官民が連携してプロモーションを展開することで、エリア全体の観光客の周遊・滞在時間の延長並びに認知度向上に繋がっていきます。

さらに、長崎県並びに佐賀県の12市町で連携する西九州させば広域都市圏については、広域連携のスケールメリットを生かしたインバウンド対策を行い、本市を起点とした域内周遊観光の促進を図ります。

(主な取組み)

ア 西九州広域都市圏の中心都市「佐世保」を核とした観光振興

イ JR沿線を活用した広域連携の推進

ウ 日本遺産「鎮守府」「窯業圏」を活用した周遊促進

エ 海風の国「佐世保・小値賀」観光圏を活用した受入整備・誘客促進

オ 九州観光機構、長崎県、周辺自治体、市内事業者と連携した国内外に向けたセールスプロモーションの実施



(旧軍港4市の軍港クルーズを巡る御船印)



(長崎県と連携した旅行会社招聘事業)



(海風の国による観光展出展)



(佐世保鎮守府を活用した広域周遊ラリー)



(日本遺産「鎮守府」を巡る御朱印)



(日本遺産「窯業圏」の情報発信)



(金融機関営業店舗を活用した情報発信)

【基本戦略3 佐世保の魅力を支える担い手の育成と快適に観光できる環境整備】

地域の資源は、その魅力を伝える人の存在により付加価値が高められると共に、その存在が観光客を惹きつける重要な要因となります。

佐世保市では、アメリカ文化、世界文化遺産、宿場町等の歴史文化をはじめ、西海国立公園九十九島や宇久島等の「離島」、日本遺産“鎮守府”“三川内焼”など、佐世保市民にとって身近で馴染みのある観光資源が存在しています。このような特徴を持つ佐世保市の観光の担い手は、観光事業者だけではなく、一人でも多くの佐世保市民であることを広く訴えながら、住んでいることを誇りに思えるようなアイデンティティの醸成に取り組んでいきます。

また、観光客にとってストレスなく移動、観光、飲食等が出来ることは、安心して快適に過ごせる上で欠かせない要素です。

ユニバーサルデザインや地域内移動の利便性向上の推進により、訪れる人、住んでいる人双方に配慮した街づくりを進めていくことにより、多くの人が快適に滞在できる環境づくりを実現します。



① 佐世保市民が魅力になる観光受入態勢づくり

佐世保市と（公財）佐世保観光コンベンション協会では、「海風の国」佐世保・小値賀観光圏として連携して観光地域づくりに取り組んでいる1つに、佐世保市と北松浦郡小値賀町の観光に関する豊かな知識（地理、歴史、文化、食、観光施設等）と、おもてなしの心を持って観光客を案内できる方を「海風の国」観光マイスターとして認定しています。

これを市民による観光客の受け入れ態勢づくりのひとつと位置づけ、佐世保市のうんちくを語ったり、異文化とのふれあいをより興味深いものにしてくれる案内人として、その「人」自身が観光客を呼び込む大きな資源になるよう磨き上げていきます。

（主な取組み）

ア 観光マイスターを活かした情報発信

- イ 観光まちづくり講演会等のセミナー開催
- ウ 誰もが地元、街を自慢出来る地域の魅力づくり



(観光マイスターによるツアー商品の造成) (子ども観光マイスターの育成)

(観光まちづくり講演会、セミナーの開催) (観光ガイドによる地域の魅力発信)

② 地域内移動の利便性向上及び改善

観光客にとって、観光地に行くための公共交通は非常に重要な意味を持っており、特に、佐世保駅や佐世保バスセンターに到着後に乗り継ぐ「二次交通」は各地域や観光スポットへの「導線」として、公共交通機関の存在が不可欠となっています。

ただ、現状においては、公共交通機関の運転手不足や高齢化等が深刻な状況となっており、目的地までの地域交通の確保も難しくなりつつあることから、周遊の利便性向上を図る仕掛けとして「Maas」並びにタクシープラン等を活用した二次交通対策に取組み、利便性の向上を図っていきます。

さらに、自動運転等の技術導入や移動時間も楽しめる公共交通の導入など、新たな技術についても研究を進めていきます。

(主な取組み)

- ア Maas アプリを活用した移動の利便性の向上
- イ ハウステンボス・九十九島・まちなか周遊アクセスの改善
- ウ 離島航路アクセス整備に向けた検討（エアモビリティの活用等）



(Maas アプリを活用した周遊対策の取組み)

③ リピーター向けの取組みの充実

観光庁においては、国内交流市場の拡大に向けて、「何度も地域に通う旅、帰る旅」という新たな旅のスタイルの普及・定着を図る「第2のふるさとづくりプロジェクト」に取組みを進め、地域との継続的な交流の拡大に努めています。

また、一般社団法人九州観光機構では、第三期観光戦略の柱に、K P Iとして、観光消費額や延べ宿泊日数に加え、新たに「リピーター率」の目標を設定し、リピーター獲得に向けた戦略を重点的に盛り込んだのが特徴となっています。

佐世保市におきましても、北部九州からの観光客が主要マーケットとなっていることから、ハウステンボスや西海国立公園九十九島の二大観光地をはじめ、地域と連携した観光の魅力づくりに取組み、リピーターの確保に繋げていきます。

(主な取組み)

ア きめ細かな情報等の発信等による佐世保ファンの拡大（リピーター客の獲得）

イ 「新たな旅のスタイル」等の滞在型観光に向けたコンテンツ開発

ウ シーズン毎のイベントの強化



(しま旅観光コンテンツの開発)



(地元の食を活かした観光素材の掘り起こし)



(三川内焼のロングストーリーツアー商品の造成)



(古民家を活用した滞在型観光商品の造成)

④ 新たな需要への対応

「ユニバーサルツーリズム」とは、観光庁における定義として「旅行をする上で何らかのバリアがある方を含め、誰もが気兼ねなく参加できるよう創られた旅行」のことと示しており、その対象は、高齢者、障がい者、妊産婦、乳幼児連れ、外国人等広範囲にわたっています。

これらの対象となる人口推計については、日本の人口の約2分の1ほどの規模となり、少子高齢化が進む日本の社会にとっては市場的にも非常に大きいマーケットと考えられています。

乳幼児連れや妊産婦が旅行に参加しやすい環境づくりや、外国人観光客に対する言葉の壁を軽減する取組みなど、ユニバーサルツーリズムを推進する取組みを行うと共に、働き方改革の普及等により観光需要の質の変化への対応を図るため、ワーケーション等、新たな観光需要の創出に努めていきます。

(主な取組み)

ア ユニバーサルツーリズムの推進

イ 観光資源を活用した新たな需要開拓事業（ペットツーリズムなど）



(ペットツーリズム、癒し旅等の新たな観光プログラムの開発)

【基本戦略4 観光DXによる観光振興の推進】

令和4（2022）年12月に閣議決定された「デジタル田園都市国家構想総合戦略（令和5（2023）年度～令和9（2027）年度）」の方向性として、デジタルの力を活用して社会課題解決に向けた取組を加速化・深化することが掲げられており、観光DXの推進につきましても重要な取組みとして挙げられています。

上記を踏まえ、「佐世保市DX戦略」にも示されている「旅行者の移動・宿泊・購買データ等を用いたマーケティング（CRM）による再来訪促進、消費拡大」や「DMP（データマネジメントプラットフォーム）の活用による誘客促進」など、デジタルマーケティングを活用した人流データ並びにSNS（WEB）データの解析や顧客満足度調査等を実施し、各種データを継続的に収集・分析をすすめています。

こういった国及び本市の状況を踏まえながら、収集・分析したデータの市内事業者等への提供並びに、ターゲット（エリア、年齢層、性別、属性、インバウンド等）層への効果的な情報発信や誘致促進策に繋げていきます。



① データ活用による戦略策定と観光力の強化

現在、旅行会社からの送客が主流であった旧来型の旅行形態から変化してきており、観光地への集客対策や消費行動の改善を図り、観光振興の効果を高めていくためには、観光客の動態状況、属性、消費行動等のデータを蓄積し、その分析結果に基づいた戦略策定に取り組むことが必要となっています。

また、マーケティングにより取得した各種データ等については、広く地域内の事業者と共有し活用することにより、観光誘客への効果だけでなく、新たな投資や誘致等を生み出す効果が期待されることから、事業者に対し積極的にデータの活用を促すことで地域の観光力の強化に繋げていきます。

（主な取組み）

- ア DX人材の活用・育成
- イ データ分析による需要予測の実現
- ウ 人流データを活用した行動分析
- エ ステークホルダーへの情報提供・分析の共有
- オ マーケティング分析による戦略策定の推進

② デジタル技術を活用したマーケティングやプロモーションの実施

観光地においては、観光客のニーズに応じたお薦めの情報発信を行うことで、観光客の行動に変化を与えると共に、満足度の向上に繋がるものと考えられています。そこで、デジタル技術により観光客のニーズを把握し、その嗜好性に基^づいた情報発信を行うことで、観光客一人ひとりに適した新しい発見や隠れた地域資源に触れ合う機会の増加を促し、観光客の周遊促進に繋げていきます。

(主な取組み)

ア 収集データ結果を基にした適切なプロモーションの実施

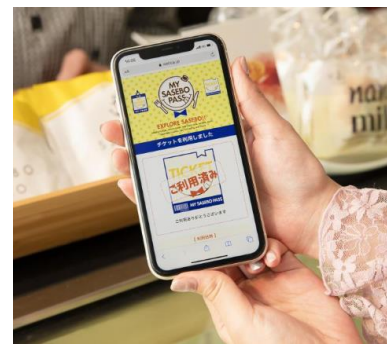
イ デジタルを活用した回遊性向上に向けた取組みの推進



(観光DX人材の育成研修)



(マーケティングレポートの提供)



(デジタルツールの活用)

【基本戦略5 観光地マネジメント体制の強化と地域資源を生かした観光地域づくり】

(公財)佐世保観光コンベンション協会は、観光地域づくり法人(DMO)として「住んでよし 訪れてよし」の観光地域づくりを実現するにあたり、地域住民並びに観光客の双方が満足できる観光まちづくりのマネジメントや観光人材の導入・育成、多面的、客観的なデータの収集・分析や観光客の動態分析を行い、総合的な観光地マネジメントに取り組むことが求められています。

また、地域資源を生かした観光地域づくりにあたっては、海風の国「佐世保・小値賀」観光圏において、圏域を構成する魅力をジャンルや地区ごとに整理を行い、地域ならではの魅力的な空間の形成や時間・季節ごとの楽しみを充実させることで、観光地としてのブランド化を進めていくこととしています。

地域一体となって、観光地としての高付加価値化を推進するとともに、これまでの取組の効果も活かしつつ、持続可能な観光地であり続けるために、（公財）佐世保観光コンベンション協会が核となって観光地域づくりに取り組みます。



① 観光産業の高付加価値化

第4次観光立国推進基本計画において、観光は、その推進によって生み出される国内外からの交流人口の増大とそれに伴う旅行消費は地域の活性化と経済に大きな効果をもたらすものとして、今後もその効果が期待されることから、成長戦略の柱であり、地方創生の切り札といわれています。

このような中、観光圏顧客満足度調査において佐世保エリアについては、全国の観光圏と比較して、観光消費単価が安価となっていることから、この改善が課題となっています。

現在、「海風の国」佐世保・小値賀観光圏整備実施計画において、宿泊施設の品質保証やサービス向上、高付加価値化の取組みを第3期の柱として実施することが計画に記されており、それらの取組みを関係事業者と連携して着実に推進することで、観光消費単価の向上の実現に向け取組を進めていきます。

また、宿泊業等の観光産業は、コロナ禍以前から、賃金水準の低さなど雇用条件や労働環境の厳しさ、非正規職員の多さから離職率の高い傾向にあります。

そのため、コロナ禍を経て、いったん宿泊業などの観光業から離れてしまった労働者が、同産業に戻ってきていないことから、人手不足感が高まっています。

さらに、高齢化や産業としての安定性への懸念により、今以上の人手不足の深刻化が予測されていることから、1年を通じて観光需要を安定させると共に、デジタル化による労働生産性の向上など、地域が一体となった雇用の安定に向けた取組みの検討が必要になっています。

（主な取組み）

ア 観光事業や観光サービス・宿泊施設の高付加価値化

イ 富裕層向けの観光プログラムの開発

ウ 地域一体となった宿泊施設の魅力アップ・多様な宿泊施設の検討

エ 長崎県と連携した観光を支える人材の確保・育成



(宿泊施設の高付加価値化)



(多様な宿泊施設のPR)



(ゲストハウスを活用した高付加価値化プログラムの造成)



(富裕層向けの観光プログラムの開発)

② 社会情勢の変化に左右されない観光振興

新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響により、国内外における観光需要は消失し、訪日外国人観光客の減少により、日本人を含む旅行消費額は大きく減少しました。コロナ禍から疲弊した地域を再び成長させていくためには、今後、交流人口・関係人口を拡大し、これまで以上に観光施策を充実させていかなければなりません。現状の施策に加えて、さらなる観光振興施策の展開を進めていくためには、観光庁等の支援やクラウドファンディングの推進と共に、新たな取り組みに必要な財源の在り方について検討を行うなど、社会情勢の変化に左右されない観光振興を図っていきます。

(主な取り組み)

ア 目標の実現に向けた観光庁等の支援事業への積極的な獲得

イ クラウドファンディングの活用

ウ 将来を見据えた財源の検討



(クラウドファンディングを活用した観光振興)

(観光庁支援事業を活用したナイトマルシェ、海・陸ツアーの開催)

③ 日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTSD）を活用した観光地マネジメントの推進

地域の観光振興のためには、産業振興という経済面だけでなく、観光と地域との共存、歴史文化資源・自然環境の維持保全や活用が求められており、観光が持つ総合力を活かすことで、持続可能な観光地経営を目指していきます。また、世界的な潮流として、「サステナブルな旅行」への関心が年々高まってきており、佐世保市におきましては、西海国立公園九十九島や「エコロジーとエコノミーの共存」を進めるハウステンボス、世界文化遺産「黒島の集落」等エコツーリズムの概念を認識できる観光資源も存在していることから、これらを生かしながら、サステナブルツーリズムの実現に向け取り組んでいきます。

(主な取り組み)

ア 持続可能な観光地マネジメントの推進

イ サステナブルツーリズムの実現に向けた観光振興

ウ 感染症や災害等のリスクに応じた観光客の安全・安心対策



(外国人に選ばれる観光地づくり)

(太陽光発電を活用した脱炭素型の二次交通)

(観光庁の持続可能な観光推進モデル事業)

(宇久町の自然を活用したアクティビティの開発)

④ 佐世保の歴史・文化・自然など地域資源を生かした観光地づくりの推進

佐世保市は、(公財)佐世保観光コンベンション協会と共に、地域の「稼ぐ力」を引き出すと共に、地域への誇りを醸成する地域経営の視点に立った観光地域づくりの中核として、多様な関係者と協調しながら、テーマやストーリーに基づいた観光地域づくりに取り組むと共に、地域と連携して、地域社会や地域の文化・自然環境の保全並びに次世代への継承に繋がる事業を推進します。

(主な取組み)

- ア 江迎町の伝統・文化を活かした宿場町構想の推進
- イ 持続可能な世界文化遺産「黒島の集落」の観光地づくり
- ウ 宇久町の自然や伝統文化を活かした観光事業の推進
- エ 民間事業者等と連携した農山漁村エリアの観光資源の磨き上げと情報発信の推進
- オ 地域における良好な景観の保全（クリーンアップ活動など）



(おおたやを拠点とした観光まちづくり) (小型モビリティを活用した収益力の強化) (自然を活かした観光資源の磨き上げ) (クリーンアップ運動の実施)



(観光地域づくりと情報発信)

⑤ DMOを核としたオール佐世保での観光地域づくり

（公財）佐世保観光コンベンション協会は、佐世保の観光振興を図るため、魅力創出や情報発信、誘客に取り組むと共に、DMOとして地域のブランド化を進めていきます。

また、観光地づくりで重要となる「観光地の魅力を高める」取組みについては、行政と事業者、住民を繋ぐ組織としてDMOである（公財）佐世保観光コンベンション協会に大きな期待が寄せられており、官民双方が協調し、パートナーシップをもって創造していきます。

（主な取組み）

ア 佐世保観光DMOの観光マネジメント機能の強化

イ 観光地域づくりマネージャーの活用・強化（地域のマネージャーの育成）



（佐世保観光DMO研修セミナー）



（観光地域づくりマネージャー等の育成事業）



4 観光振興羅針盤の重要業績評価指標（K P I）

項 目	現状値（令和 4（2022）年度）	目標値（令和 9（2027）年度）
観光消費額 ※ 1	61,046 百万円	95,699 百万円
観光消費単価 ※ 1	24,036 円	34,000 円
訪日外国人宿泊客数 ※ 2	31,496 人	176,000 人
クルーズ客船による乗降人員数 ※ 1	2,747 人	750,000 人
来訪者満足度 ※ 3	92.2%	95.0%
西海国立公園九十九島の認知度 ※ 4	61.1%	66.0%
地域住民の満足度	—	33.0%

※ 1 観光消費額、観光消費単価、クルーズ客船による乗降人員数については、第 7 次総合計画の数値に併せて設定

※ 2 令和 7（2025）年にコロナ禍前（平成 30（2018）年）の数値に回復し、令和 12（2030）年に佐世保市訪日外国人宿泊者数の過去最高（平成 19（2007）年）の数値を目標として設定

※ 3 現状値より、0.5 ポイントずつのアップを目標として設定

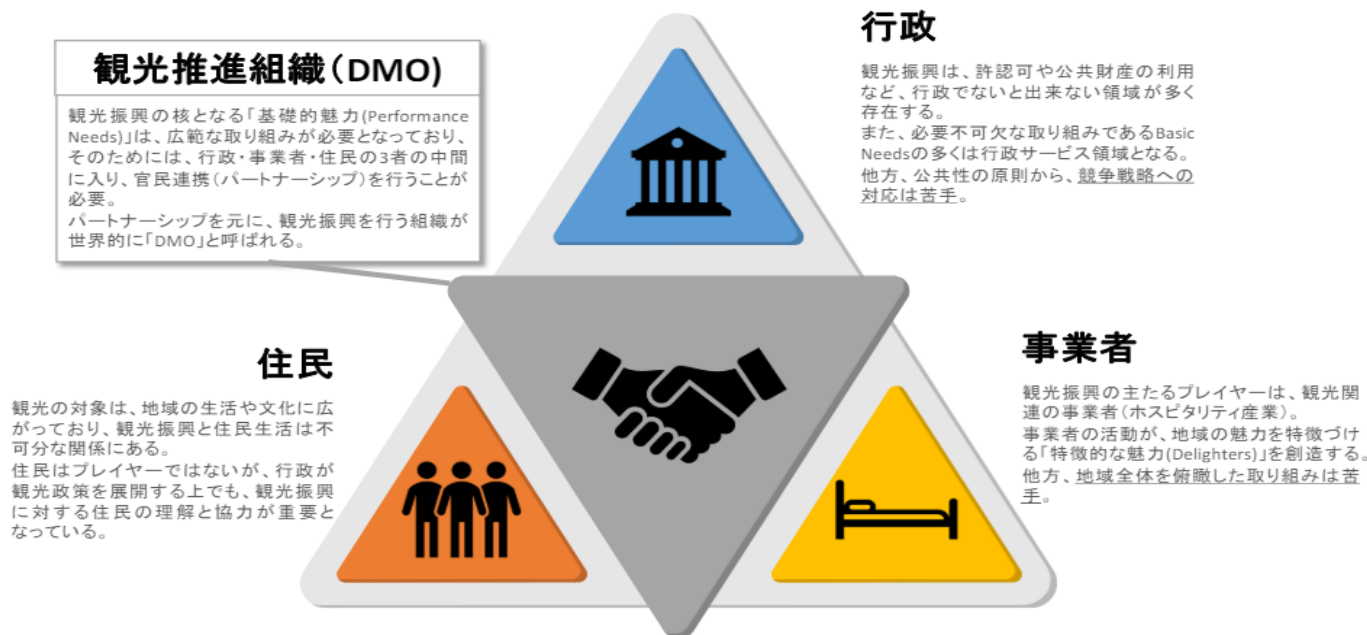
※ 4 現状値より、1 ポイントずつのアップを目標として設定

◆ 第4章 佐世保観光振興羅針盤の推進の仕組み

1 オール佐世保での観光振興の推進

持続可能な佐世保観光を進めていくためには、行政やDMO【(公財)佐世保観光コンベンション協会】、地域活動団体等が、目標を共有し、連携しながら、観光振興羅針盤を進めていきます。特に、佐世保市のDMOである(公財)佐世保観光コンベンション協会は、本観光振興羅針盤に掲げた施策を具体的に企画し推進を図ると共に、行政や観光関係事業者並びに市民を繋ぐ組織として重要な役割を担っております。

二大観光拠点である「ハウステンボス」や「西海国立公園九十九島」を中心とした情報発信、「旧海軍・鎮守府関連資源」・「三川内焼」、その他、世界文化遺産「黒島の集落」や離島など、多様な観光資源の磨き上げや観光受入環境の整備を、観光マイスター等の観光人材の育成、マーケティング分析など幅広く取り組む必要があります。そこで、観光振興羅針盤の推進にあたりましては、行政並びに、観光事業者、地域活動団体等との連携や役割分担の在り方と共に、今後も地域活性化の柱として佐世保観光の役割が増加していくことが予測されることから、DMOである(公財)佐世保観光コンベンション協会の機能が十分に発揮できるよう、その体制についても検討していきます。



図版出版：PresentationGO.COM

2 各主体に求められる姿勢

(1) 行政・DMO

行政並びに（公財）佐世保観光コンベンション協会は、佐世保市観光を担う中心的な存在として、佐世保市が一体となり、かつ、横断的な観光振興を進めていくためのリーダーシップを発揮すると共に、本市観光に携わっていく関係者へのサポートを行っていきます。

(2) 観光事業者（宿泊業、運輸・交通業、観光施設など）

観光事業者は、事業活動を通じて、観光客に対して良質なサービスを提供したり、観光ニーズに応じたサービスの充実を図るなど、観光客と直接接する場面が多いことから、観光客へ与える佐世保市観光のイメージに大きく関係することになります。

そこで、佐世保市観光の情報発信や行政や（公財）佐世保観光コンベンション協会等が実施する施策や地域が行う様々な取組み等と協力しながら、魅力ある観光地づくりに貢献し、本市観光を牽引していくことが求められています。

(3) その他の民間事業者

その他の民間事業者とは、観光事業者とは違い、直接的に観光客を対象にした事業に取組むことが少ない漁業・農業などの農林水産事業者や商工業事業者等と考えています。

旅行の目的については、「温泉」と共に、「食」への関心が非常に高いことから、行政や（公財）佐世保観光コンベンション協会、観光事業者との連携等を通じ、観光客のニーズに合った新たな商品・サービスの開発や磨き上げに取組み、地域の活性化・魅力づくりに携わっていくことが求められています。

(4) 市民・地域活動団体（地域住民、NPO団体など）

多様な観光資源を有する佐世保市は、各エリアによって観光資源（離島、世界遺産、宿場町など）の特性や抱えている課題が異なります。

また、それぞれの地域が長い間、独自の歴史や文化を辿り、住民の気風にも違いがあります。

さらに、人口減少や高齢化の影響による地域力の衰退が顕著なエリアもあります。

観光を手段に豊かな地域をつくる取組みにあたっては、事業内容や時間軸等、それぞれの地域に即して進めることが必要であることから、地域住民の観光地域づくりに対する意識啓発と参加促進を促す取組みを行うと共に、住民一人ひとりが観光に携わっているという意識を醸成していくことが期待されています。

■策定に係る協議状況

年 月 日	項 目	備 考
令和5年 4月10日 ～ 4月17日	観光課における佐世保観光のSWOT分析	
令和5年 4月17日 ～ 4月18日	(公財)佐世保観光コンベンション協会のSWOT分析	
令和5年 4月27日	第1回観光課・(公財)佐世保観光コンベンション協会との協議	佐世保観光振興アクションプランの振り返り、SWOT分析の状況、国・県・「海風の国」佐世保・小値賀観光圏整備計画等の内容確認、今後のスケジュール
令和5年 4月28日 ～ 5月30日	観光課・(公財)佐世保観光コンベンション協会による関係事業者への合同ヒアリング	佐世保旅館ホテル協同組合、松浦鉄道、JR九州佐世保駅、西肥自動車、タクシー協会、十八親和銀行、ハウステンボス、させぼパール・シー、佐世保商工会議所、佐世保物産振興協会、佐世保市商店街連合会、長崎国際大学、長崎県立大学、長崎県北振興局
令和5年 5月18日	第2回観光課・(公財)佐世保観光コンベンション協会との協議	新たな観光振興羅針盤のイメージ、事業者へのヒアリング状況報告
令和5年 6月22日	第3回観光課・(公財)佐世保観光コンベンション協会との協議	観光振興羅針盤の期間、事業者へのヒアリング並びにSWOT分析による観光振興の方向性、佐世保観光の魅力について
令和5年 7月12日	観光課・(公財)佐世保観光コンベンション協会による「海風の国」佐世保・小値賀観光圏アドバイザーへのヒアリング	事業者へのヒアリング並びにSWOT分析状況報告、佐世保観光の魅力について
令和5年 7月20日	第4回観光課・(公財)佐世保観光コンベンション協会との協議	成果指標の考え方
令和5年 7月24日 ～ 7月25日	先駆的DMO京都市観光協会マーケティング担当職員による研修会開催	テーマ：「観光地経営とDMOの役割」について 講 師：(公社)京都市観光協会 企画推進課主任 福永 香織
令和5年 7月31日	第5回観光課・(公財)佐世保観光コンベンション協会との協議	「観光地経営とDMOの役割」研修会を振り返り佐世保観光の在り方、佐世保観光のキーワードの確認

年 月 日	項 目	備 考
令和5年 8月17日	第6回観光課・(公財)佐世保観光コンベンション協会との協議	第7次佐世保市総合計画の現状について、観光振興羅針盤の方向性について
令和5年 8月21日	総合計画調査特別委員会	問題点の整理、問題解決の方向性など
令和5年 8月25日	(公財)佐世保観光コンベンション協会副理事長との意見交換	観光振興羅針盤策定に係る進捗状況報告、方向性の報告
令和5年 9月25日	第7回観光課・(公財)佐世保観光コンベンション協会との協議	今後、4年間に取組む施策に係る協議
令和5年10月19日	総合計画調査特別委員会	成果指標、施策の方向性など
令和5年10月26日	第8回観光課・(公財)佐世保観光コンベンション協会との協議	施策(案)について
令和5年11月17日	第9回観光課・(公財)佐世保観光コンベンション協会との協議	施策(案)について
令和5年11月20日	「海風の国」佐世保・小値賀観光圏推進委員会への報告	観光振興羅針盤の方向性、基本戦略等について報告
令和5年11月24日	第10回観光課・(公財)佐世保観光コンベンション協会との協議	施策(案)について
令和5年12月21日	第11回観光課・(公財)佐世保観光コンベンション協会との協議	基本戦略(案)・施策(案)・指標(案)の確認
令和6年 1月11日	第12回観光課・(公財)佐世保観光コンベンション協会との協議	基本戦略(案)・施策(案)・指標(案)の確認

■佐世保市統計データ

1 佐世保市宿泊観光客数・外国人宿泊観光客数

	令和2年(2020年)	令和3年(2021年)	令和4年(2022年)
佐世保市宿泊観光客数 (内外国人宿泊観光客数)	868,306人 (37,674人)	876,843人 (26,264人)	1,262,344人 (31,496人)

2 佐世保市延べ観光客数・日帰り観光客数

	令和2年(2020年)	令和3年(2021年)	令和4年(2022年)
佐世保市延べ観光客数	3,174,995人	3,146,152人	4,303,727人
佐世保市日帰り観光客数	1,933,849人	1,910,007人	2,492,420人

出典：佐世保市観光統計

3 来訪者居住地割合

年	北海道	東北	関東	甲信越	東海	北陸	関西	中四国	九州	海外	無回答
2020年 (令和2年)	0.5%	1.0%	16.2%	0.7%	4.1%	0.5%	9.6%	3.6%	61.8%	0%	2.1%
2021年 (令和3年)	1.0%	0.0%	13.6%	0.2%	3.6%	0.2%	6.2%	2.4%	71.9%	0%	1.0%
2022年 (令和4年)	0.2%	0.3%	12.7%	0.2%	4.0%	0.7%	6.6%	4.2%	70.6%	0%	0.7%

出典：令和4年度来訪者満足度調査

4 本地域を選んだ際の情報源

	以前来訪した際の 自身の経験	家族や友人知人 からの紹介・推奨	観光系の サイト・ブログ	その他インター ネットの情報	SNS（Facebook、 Instagram等）	旅行雑誌・ガイドブッ クの記事	テレビや映画での紹 介、ロケ地情報
2022年 (令和4年)	26.4%	19.5%	12.9%	9.3%	13.8%	7.7%	5.1%
2022年 (令和4年) 全観光圏	34.1%	20.4%	16.4%	12.9%	10.3%	10.0%	4.7%
	地元の人や公共機関 のサイト、ブログ	旅行会社の パンフレット	自分の意志外 (団体旅行・ビジネス・ 帰省など)	観光系以外の サイト・ブログ	特に理由はないが、な んとなく	その他	
2022年 (令和4年)	4.4%	2.5%	3.9%	1.6%	6.5%	25.5%	
2022年 (令和4年) 全観光圏	4.6%	3.9%	3.2%	1.6%	5.6%	15.4%	

5 旅行で利用した交通機関

	鉄道 (新幹線)	鉄道 (新幹線以外)	飛行機	バス・貸切バス	自家用車	レンタカー	フェリー・船舶	その他	無回答
2020年 (令和2年)	9.4%	13.1%	20.0%	17.6%	59.7%	10.7%	4.8%	2.3%	0.4%
2021年 (令和3年)	5.2%	11.4%	17.7%	13.9%	65.3%	10.0%	12.2%	2.6%	0.0%
2022年 (令和4年)	6.0%	10.6%	14.1%	8.7%	66.7%	9.2%	6.6%	5.2%	0.2%
2022年 (令和4年) 全観光圏	10.2%	8.8%	14.3%	8.1%	65.5%	12.9%	7.3%	2.7%	0.3%

出典：令和4年度来訪者満足度調査

6 旅行の同行者割合

	子供連れ家族 (未就学児含)	子供連れ家族 (小～高校生)	大人の家族	夫婦	カップル	友人	職場や団体	ひとり	その他	無回答
2022年 (令和4年)	16.6%	16.0%	15.6%	19.0%	9.0%	12.1%	2.4%	8.0%	1.1%	0.2%
2022年 (令和4年) 全観光圏	10.0%	11.6%	14.4%	27.7%	6.1%	14.9%	2.6%	10.6%	1.8%	0.2%

出典：令和4年度来訪者満足度調査