

令和2年 佐世保市観光の概況（1月～12月）

令和2年は、新型コロナウイルス感染症の影響で観光面でも大きな打撃を受け、国内の旅行需要は激減するとともに、旅のスタイルも大きく変化してきた。また、これまで順調に推移していた訪日外国人観光客は、入国制限等の影響を受け、4,116千人、前年比12.9%（JNTO発表）と大きく減少し、壊滅的状況となった。

佐世保市においても、緊急事態宣言発出後の行動自粛に伴い、観光施設や宿泊施設、飲食店等の臨時休業や時短営業を余儀なくされるなど、これまで経験したことのない厳しい状況が続いた。

この間、県民対象の宿泊キャンペーンなど佐世保市独自の緊急経済対策や国のGoToトラベルキャンペーンなど旅行需要喚起策の実施により、一時的な回復の兆しもみられたものの、感染拡大の波やコロナ禍での消費者マインドの低下による旅行控えなどにより、本市を訪れた観光客数は317万5千人（対前年54.5%、264万9千人減）、宿泊客数も86万8千人（対前年56.6%、66万5千人減）と、いずれも前年を大きく下回る結果となった。

令和2年度 重点事業について（4月～3月）

1 周遊・滞在型観光の促進

コロナ禍でのニューノーマルな観光の促進として、長崎市・雲仙市と共同で長崎大学の協力の下、官民一体となった安心・安全のための宿泊施設認証制度「team NAGASAKI SAFTY」への参画など感染症対策の強化やその情報発信を行うとともに、旅行客の動向を踏まえ、主に長崎県内を中心としたマイクロツーリズムの促進を図った。また、アフターコロナを見据えた動きとして、佐世保市内を主たる滞在エリアとし、西九州させぼ広域都市圏など周辺自治体とも連携しながら、観光客の周遊・滞在を促進することで観光消費の拡大を目指す取り組みを行った。

- ・観光地域としてのブランディング、継続した情報発信
（訪れたい観光地域のイメージ、情報の整理）
- ・各エリアの観光地域・コンテンツの磨き上げ、受入体制強化
- ・地域ならではの滞在プログラム、着地型旅行商品の強化など

2 データ分析に基づいた観光マーケティング

観光客誘致や観光プロモーション、受入態勢の整備などの施策を企画立案し実行するにあたっては、各種データを踏まえ観光マーケティングの視点を意識しながら取り組んだ。

また、佐世保市とともにデータ分析を行い、今後3ヵ年の観光客誘致と受入整備の両面について、ウィズコロナ・アフターコロナの視点に立って今後の方向性、ターゲット、目標等を検討し、事業の選択と集中の下、観光振興に取り組むための「佐世保市観光アクションプラン」を策定した。

3 インバウンドの強化

新型コロナウイルスの影響を最も受けたインバウンドの本市宿泊者数は、東アジアを中心に激減し3万8千人（対前年27%、10万2千人減）という結果となった。

インバウンド対策については、渡航制限もあり現地へのセールスは出来なかったものの、新型コロナウイルス収束後を見据え、入国制限解除後に重点エリアである東アジアからの訪日旅行ニーズの取り込みに遅れることがないよう、本地域への旅行需要喚起策として、各国の動向を踏まえグルメや写真映えスポットなどテーマを設定しながら、WEBを中心に本市観光資源の魅力・情報発信を継続的に行った。

■佐世保観光コンベンション協会 令和2年実績

(1) 佐世保市指標

項目	年	単位	R2 実績	R1 実績	前年比
① 観光客数		人	3,174,995	5,824,354	54.5%
② 旅行消費額		百万円	44,029	86,205	51.1%

(2) DMO指標 ※（）内、外国人

項目	年	単位	R2 実績	R1 実績	前年比
① 宿泊消費単価		円	35,581 (52,118)	38,744 (38,500)	91.8% (135.4%)
② 延べ宿泊者数		千人	1,085 (66)	1,845 (168)	58.8% (39.3%)
③ 来訪者満足度		%	95.2	89.4	106.5%
④ リピーター率		%	63.4	58.4	108.6%

※（2）-④リピーター率は、2回以上来訪者数の合計（無回答除く）

(3) その他の指標

項目	年	単位	R2 実績	R1 実績	前年比
① 宿泊施設の稼働率		%	28.6	49.0	58.4%
② WEBサイト利用数		PV	1,504,868	1,638,844	91.8%
③ 観光素材認知度		%	62.3	62.2	100.2%

※（3）-①宿泊施設稼働率は、定員比

※（3）-②WEBサイト利用数は、ページビュー

※（3）-③観光素材認知度＝九十九島の認知度

※（3）-②・③は、年度（4月～翌3月）の数