

令和2年度事業方針

2019年は、国内においては、訪日外国人観光客数が3,188万人、前年比2.2%増（観光庁発表）と、日韓関係の悪化に伴い韓国人観光客が激減したものの7年連続で過去最高を記録した。

佐世保市においては、佐世保の発展の礎となった「佐世保鎮守府開庁・佐世保港開港130年」という記念すべき年であったことから、鎮守府関連（日本遺産）を中心とした観光PRや「黒島の集落」（世界文化遺産）を舞台とした集客イベントの実施、世界で最も美しい湾「九十九島」の訴求に継続して取り組むなど、本市特有の観光コンテンツを積極的に活用したプロモーションの強化と誘客活動を展開した。

また、インバウンド関連では、日韓間の情勢変化に伴う韓国からの観光客の大幅減の影響が懸念される一方で、香港⇄長崎間のLCC定期便の新規就航を契機とした香港での観光プロモーションの強化、中国・上海や台湾での観光情報説明会の開催や誘致セールスを実施するなど、東アジアを中心とした誘客対策に継続して取り組んだ。

観光客の動向としては、大雨や台風などの天候不順が続く日が多かった事などが影響し、本市の入込観光客数は前年より若干減少する見込みである。

2020年は、東京オリンピック・パラリンピック開催により、日本に多くの外国人観光客が訪れることが予想され、国としてはインバウンド客数4,000万人を目標とされている。オリパラ開催により喚起されたインバウンド需要は、開催年だけではなく長期に渡る傾向があることから、その後の対策も重要となってくる。

当協会では、長崎県や九州観光推進機構などの関係機関と密に連携しながら、インバウンド誘客に専任的に取り組む職員を配置し、海外での誘致・PRを重点強化する。

特に、インバウンド誘致にあたっては、本市のみならず周辺エリアを含めた広域的な視点が不可欠であることから、西九州させば広域都市圏での連携強化を図りながら実施していく。

具体的には、誘致セールス活動を更に強化していくことはもちろんのこと、観光マーケティングとして調査実施しているモバイル統計を活用した外国人の移動・SNS利用の実態調査の分析結果や、外部の各種調査結果などを有効活用しながら、インバウンド誘致に関する具体的な戦略の策定を行う。

また、本市観光客の大部分を占める国内観光客については、引き続き国内誘致活動（修学旅行、コンベンション誘致を含む）や観光プロモーションに積極的に取り組んでいくこととし、特に、宿泊観光客を増やす取り組みを強化することで観光消費額の増加を下支えしていく。

このほか、4月から供用開始となる浦頭地区の国際クルーズ船受入に合わせ、関係各所と連携を図りながら、クルーズ船乗客・乗員の市内周遊促進に取り組む。

【重点事業】

1 周遊・滞在型観光の促進

佐世保市を主たる滞在エリアとし、西九州させば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。

- ・観光地域としてのブランディング、情報発信の強化
(訪れたくなる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、受入体制の強化
- ・ハウステンボス、佐世保駅を2核とした二次交通の充実
- ・地域ならではの滞在プログラム、着地型旅行商品の強化
- ・宿泊促進のための「夜と朝の佐世保観光」の魅力向上

※ 現時点において、2019年の観光客総数は前年より若干減少する見込みであることから、連動して、主要 KPI である旅行推定消費額も前年比減となることが推測される。そこで、観光客数の増はもちろんのこと、滞在プログラムやコンテンツを強化し魅力アップを図ることで、観光客の周遊・滞在を促進させ市内宿泊に結び付けていくなど、消費単価の底上げと合わせ、観光消費額の拡大を目指していく。

2 データ分析に基づいた観光マーケティング

観光客の誘致やプロモーション、受入体制の整備などの施策を検討・実施する上で、各種データを活用した観光マーケティングを強化することで、佐世保観光の強み・弱みを、精度を上げて分析し具体的な戦略の策定を行う。

- ・モバイルを活用した移動統計やSNS分析などのビッグデータを活用した観光戦略
- ・満足度調査、GAP調査による観光素材の磨き上げやコンテンツ開発、PR
- ・市場調査（特に海外）による効果的な誘致・プロモーション

※ 事業の成果向上に加え、観光を取り巻く環境変化にタイムリーに対応していくためにも、自社の調査のみならず、外部の各種調査データなども活用しながら、効果的な施策について検討を深めていく。

3 インバウンドの強化

人口減少の影響などにより、国内の旅行需要は今後ますます減少していくことが予測される中、活況を呈するインバウンドの積極的な取り込みは必要不可欠である。

特に、情報入手手段の発達や格安航空会社（LCC）を中心とした航空路線の拡大などにより、旅行手配を自ら行う個人旅行（FIT）が急増していることから、その対策は急務である。

具体的事業については上記1、2に含まれる。

・ターゲット国・地域

重 点 東アジア（香港、台湾、中国）

※中国のF I T対策は上海地区。インセンティブ、パッケージツアー、教育旅行などの団体対策は、地域を問わず取り組む。

※韓国は、日韓関係の状況を見ながら対応する。

準重点 東南アジア

◎参考：公益財団法人佐世保観光コンベンション協会 KPI

□佐世保・小値賀観光圏K P I

項目 \ 年	単位	2020 年目標 (うち外国人)	2019 年目標 (うち外国人)
① 旅行推定消費額	百万円	116,760 (9,387)	110,150 (8,273)
② 延べ宿泊者数	千人	2,180 (267)	2,072 (235)
③ 来訪者満足度	%	90.0	88.0
④ リピーター率	%	77.0	76.5

※④リピーター率は、2 回以上来訪者数の合計（無回答除く）

■延べ観光客数（過去 4 年）

単位：人 (前年比)	2015 (H27)	2016 (H28)	2017 (H29)	2018 (H30)
① ハウステンボス	3,087,500 (107.1%)	2,869,800 (92.9%)	2,820,600 (98.2%)	2,700,900 (95.7%)
② パールシー (動物植物園含む)	1,013,661 (105.1%)	899,554 (88.7%)	926,525 (102.9%)	909,546 (98.1%)
③ その他	1,818,357 (93.4%)	1,936,234 (106.4%)	2,139,130 (110.4%)	2,402,422 (112.3%)
内クルーズ船	58,164 (336.4%)	111,132 (191.0%)	139,156 (125.2%)	311,628 (223.9%)
クルーズ船以外	1,760,193 (91.2%)	1,825,102 (103.6%)	1,999,974 (109.5%)	2,090,794 (104.5%)
合計 (①②③)	5,919,518 (100.7%)	5,705,588 (96.3%)	5,886,255 (103.1%)	6,012,868 (102.1%)

令和2年度事業計画

(公財)佐世保観光コンベンション協会

〈補 助 事 業〉

1. 観光地域づくりプラットフォーム構築事業
2. 観光地域ブランド確立支援事業
3. 着地型観光ニーズ創出事業
4. プロモーション事業
5. 九十九島誘客事業
6. 印刷物事業
7. 国内観光誘致事業
8. コンベンション誘致事業
9. コンベンション開催助成事業
10. 修学旅行誘致事業
11. 修学旅行誘致新規施策事業
12. 国際観光誘致事業
13. 訪日外国人誘致事業
14. クルーズ船受入対策事業
15. 観光マーケティング事業
16. インバウンド事業

〈委 託 事 業〉

17. 世界遺産「黒島の集落」集客対策事業(イベント企画)
18. 世界遺産「離島ニーズを活用した情報発信業務」(広告)
19. 日本遺産「鎮守府佐世保」集客対策事業(イベント企画)
20. 観光PR素材制作
21. 九十九島「世界で最も美しい湾クラブPR事業」

〈収 益 事 業〉

22. 旅行事業
23. 観光バス事業
24. チケット販売事業
25. 物販事業
26. 駐車場賃貸事業
27. 賛助会員事業
28. 観光交流センター賃貸事業

観光地域づくり

・令和 2 年度予算 87,841 千円（前年比 108.8%）
（参考）2019 年度 80,756 千円

当協会は小値賀町と連携して、2013（平成 25）年度から観光庁の認定を受けて策定した『「海風の国」佐世保・小値賀観光圏整備計画』に基づき、これまでブランド観光地域づくりに取り組んでいる。2017（平成 29）年には観光庁より佐世保・小値賀における観光圏の観光地域づくり推進法人（DMO）として認定された。

これから将来に渡りこの地域が観光地域として残っていくためには訪日外国人観光客の誘致・受入が重要なことから、その対策の中心的な役割を果たす組織として国が推奨する「世界水準DMO」としての機能構築を図り、観光圏「海風の国」佐世保・小値賀はもとより、今年度から連携して取り組んでいる西九州させば広域都市圏の中心的な役割となり「住んでよし訪れてよし」の地域を目指し、以下の事業に取り組む。

<現観光圏整備計画>

- ① 対象区域 長崎県佐世保市、長崎県北松浦郡小値賀町
- ② 観光地域名称 「海風の国」佐世保・小値賀観光圏
- ③ コンセプト 「海風の国」暮らし育む海舞台
～浦々の四季で迎える西海物語～
- ④ 整備計画期間 2018 年 4 月 1 日～2023 年 3 月 31 日

1. 観光地域づくりプラットフォーム（観光地域づくり推進法人（DMO））構築事業 （佐世保市・小値賀町補助事業）

・令和 2 年度予算 43,796 千円（前年比 103.3%）
（参考）2019 年度 42,406 千円

地域づくり、ワンストップサービスなど観光地域づくりの基本となる事業の体制づくりを行う。

（1）観光情報センター運営管理

施設修繕費、光熱水費、清掃費、通信運搬費、事務用品費、新聞図書費

[計画]

[単位：人]

		R2 計画	R1 見込	前年比
情報センター 利用者数	全体	35,500	35,400	100.3%
	内外国人	7,000	6,200	112.9%
	合計	42,500	41,600	102.2%

（2）観光圏会議開催（「海風の国」佐世保・小値賀観光圏推進委員会、WG等）

事務費、旅費交通費など

2. 観光地域ブランド確立支援事業（国・長崎県・佐世保市・小値賀町補助事業）

・令和 2 年度予算 44,045 千円（前年比 98.5%）

(参考)2019 年度 44,711 千円

国際競争力の高いブランド観光地域をつくるためにも、ストーリーを持って地域一体を磨き上げていくことが極めて重要となる。そのため、観光事業者のみならず地域の多様な関係者を巻き込み、以下の取り組みを行う。

(1) ブランド価値の提供「地域の魅力創出」

来訪者が「地域らしさ」を体感できるような地域の魅力が創出されていること。

① 「海風グルメ」地域連携創出事業

「海風の国」佐世保・小値賀を訪れた人に、食を通じて観光 1 1 エリア（又は気候、風土、食文化など）の地域性を感じてもらい、また食に関わる人々が、地域（観光、食材や作り手の思いなども含め）を語れるようになることで、佐世保・小値賀の「食」の魅力アップを図り、地域への愛着や誇りの醸成、さらには「海風の国」の認知度向上に繋げる。継続して海風グルメの賛同店増やしつつ、生産者とのマッチングの機会も創出し、地域ならではの「食」を作り上げていく。

（実施：食文化ワーキンググループ）

・海風の国エリアロゴを活用した飲食店企画

〔目標〕

	R2 目標	R1 実績	前年比
参加店舗数	50	—	—

② サクラクオリティ参画施設情報発信事業

外国人にも分かりやすい宿泊施設情報を発信することにより、インバウンドの誘客を図るとともに、調査結果のフィードバックにより、施設の各種改善などに活用する、宿泊施設の品質保証制度を促進する。

・サクラクオリティ参画施設の海外媒体等へのプロモーション

〔目標〕

	R2 目標	R1 見込	前年比
参画施設	2	1	200%

③ 「海風の国」外国人ペルソナ滞在プログラム商品造成事業

佐世保・小値賀の海外におけるブランディング、東アジアを中心とした訪日外国人観光客の誘致、コンテンツ開発、受入体制の強化を目的として、平成 3 0 年度に香港人女性（ファミリー層）をペルソナに設定し、モニターツアーを実施した。今年度、前回のアンケート結果を基に検証を行い「佐世保・小値賀ならではの」の滞在コンテンツ・プログラムの商品化を図る。

・ツアー検証、ランド社招聘

〔目標〕

	R2 目標	R1 実績	前年比
商品造成数	1	—	—

④ ガイド人材育成事業

佐世保・小値賀の各地域で活躍をしているガイドが相互に地域の観光情報、歴史、文化などについて学ぶことで、広域的な視点を持って、自地域以外の魅力を発信し、観光客の周遊促進へ繋げることを目的とする。また、他地域のガイドと課題や目標などを意見交換し共有することで、横の繋がりを構築し、圏域全体のガイドの向上に繋げる。

・地域ガイド磨き上げ交流事業

⑤ 体験コンテンツ販売サイト・旅行会社連携事業

インバウンドを対象とした体験プログラムを取り扱う旅行会社などと連携し外国人目線で地域が持つ魅力を再発見し地域事業者と一緒に体験プログラムやツアーを造成・販売する。

〔目標〕

	R2 目標	R1 実績	前年比
造成数	3	—	—

⑥ ガイドが造る「海風の国」朝・夜限定プログラム造成事業

宿泊観光の促進するため、佐世保ならではの「食」や「酒」等の各種観光コンテンツを活用し、国内外の観光客向けに魅力的なナイトタイムエコノミーの提供を目指す。

〔目標〕

	R2 目標	R1 実績	前年比
造成数	2	—	—

⑦ 着地型体験プログラムコンテンツ窓口紹介ツール制作事業

佐世保観光情報センター、宿泊施設へ訪れたお客様へ、当日または近日中に申込が可能な体験等の情報提供を行い、契約が可能なものは、販売、各施設へ送客を行う。

⑧ 「海風の国」特選コンテンツ磨き上げ事業

「海風の国」を体感できるコンテンツの磨き上げを行い、満足度の向上に繋げる。プレミアムな「海風の国」でしか体験することのできない、地域独自の尖った体験コンテンツとする。

- ・世界で最も美しい湾九十九島をシーカヤックで巡る体験コンテンツ
- ・世界文化遺産「野崎島の集落跡」と「黒島の集落」を周遊・散策する体験プログラム

⑨ 九十九島クリーンアップ大作戦事業

「九十九島の日」である9月19日に開催し、観光客を迎え入れるおもてなしの心の向上と環境保全・観光PRなどを目的とした清掃美化活動を行う。

〔目標〕

	R2 目標	R1 実績	前年比
参加人数	320	314	102%

(2) ブランド価値の提供「受入環境整備」

圏域の各エリアで、地域住民や事業者が主体的に取り組む、来訪者が快適かつ安心して周遊・滞在するための受入環境の整備についてサポートを行う。

① 地域受入整備事業

国内外からの観光客の受入体制の強化を図るとともに、地域が取り組む観光振興、地域間交流、景観整備等のまちづくりの事業に対して、支援を行う。

- ・ 三川内エリア_地域コミュニティ誌発行、みかわち陶器市地域連携イベント支援
- ・ 江迎エリア_地域内周遊コンテンツ造成等
- ・ 俵ヶ浦エリア_俵ヶ浦半島トレイル活用等
- ・ 世知原エリア_世知原茶連携創出事業 など

② おもてなし醸成事業

観光客の多様なニーズの一つとして地域住民との触れあいなども求められることから、観光カリスマなどを招聘しおもてなしについての講演会を開催する。

[目標]

	R2 目標	R1 実績	前年比
講演会参加人数	140	137	102%

③ 訪日外国人対象体験プログラム造成事業

これまで訪日外国人を対象とした多言語対応可能なまち歩きプログラムを造成してきたが、訪日外国人旅行者の興味関心が体験型観光へ高まっていることをうけ、体験プログラムの多言語化対応の促進を図る。

[目標]

	R2 目標	R1 実績	前年比
多言語対応プログラム数	2	1	200%

④ 多言語同時翻訳システムを活用した地域周遊促進事業

言葉の壁をなくし、グローバルで自由な交流を実現していくため、多言語同時翻訳システムを導入し、訪日外国人観光客に対してまち歩き等のガイドツアーを行う。

⑤ 無料公衆無線LAN環境整備事業

佐世保駅および観光情報センターには、多くの訪日外国人が立ち寄り、ここから様々な地域、観光スポットへ向かっていくことから、スマートフォンなどインターネットによる情報入手ツールを快適に利用出来る環境を提供するため、無料公衆無線LANを整備する。

⑥ 観光案内デジタルサイネージ整備事業

「佐世保観光情報センター(JNTO カテゴリー2)」は、佐世保を中心とした県北地域のワンストップ窓口となり観光案内を中心に対応を行っているが、訪日外国人観光客の増加などに伴い、観光案内の窓口機能が煩雑化している状況である。

このことから、外国語に対応した観光案内デジタルサイネージを整備し訪日外国人観光客

の利便性の向上を図る。

(3) ブランド管理「マネジメント体制の確立」

持続的に地域のブランド管理を担うマネジメント体制が確立されていること。

① アドバイザー委託事業

「海風の国」佐世保・小値賀の観光地域づくり及びブランディングを進めるにあたり、観光庁をはじめとする関係機関・団体等との情報共有を含む事業調整・統括及び地域関連の調整・助言を行っていただく方をアドバイザーとして招聘する。

② 「海風の国」外国語版パンフレット制作事業

「海風の国」の魅力をコンパクトにまとめた、本圏域に訪れたいくなるようなパンフレット（デジタル版含む）を多言語で制作し、来訪者への有用な情報提供を行う。

・「海風の国」佐世保・小値賀総合観光パンフレット 英語・繁体字・簡体字・タイ語

③ 離島周遊促進多言語パンフレット制作事業

小値賀島、宇久島を中心に「行きたい」「もう一泊したい」と旅行者に思わせるような島ならではの食や体験となどの魅力が詰まった、離島に特化した多言語パンフレットを制作する。

④ 「海風の国」ブランディング強化事業

有識者を招聘し助言をいただきながら、地域全体で方向性を合わせながら「海風の国」佐世保・小値賀観光圏のブランディングを強化する（実施：マーケティング・プロモーションワーキンググループ）

⑤ 観光コンテンツ情報発信事業

新型コロナウイルスの影響により在宅率が高くなっていることから、オンラインに費やす時間が増加し、SNS（Facebook、Instagram等）の閲覧頻度が向上している。

そこで、「海風旅。させば・おちかの旅プラン」などの着地型旅行商品や体験プログラム、圏域内の祭り、イベントなど旬の観光情報発信を、SNS等各種媒体を活用して発信する。

・広告媒体 主に九州域内を中心としたWEB、新聞広告など

⑥ 「海風の国」写真素材撮影事業

「海風の国」佐世保・小値賀の公式サイト及びPR用の貸出し素材用に新たに観光スポット、イベント、体験コンテンツ等を魅力的に撮り下ろす。行ってみたくなる写真を撮影し使用することで旅行目的地としての佐世保・小値賀の魅力を高める。

⑦ 「海風の国」体験プログラムWEB整備事業

佐世保市、小値賀町の最新の体験プログラム、滞在コンテンツの最新の情報を調査整理し、当協会ホームページで閲覧、検索可能な整備を行う。

旅行会社や宿泊施設などにも幅広く周知し、旅行商品や宿泊プランの造成に活用していた
 だく。

[目標]

	R2 目標	H30 実績※	H30 比
体験プログラム利用者数	270,000	263,145	102.6%

※R1 実績は集計中の為、H30 を記載

(4) ブランド管理「地域連携」

地域の多様な関係者との地域連携に取り組んでいること。

① 全国観光圏推進協議会事業

『全国観光圏推進協議会』は、ゴールデンルートに代わる新たな日本の魅力として「UNDISCOVERED JAPAN」をコンセプトに、13 観光圏が一体となり世界標準の滞在プログラムの造成に取り組む。訪日外国人旅行者の動向からも都市から地方へ、さらにはゴールデンルートをはじめとする既存のモデルルート以外の具体的な長期滞在・周遊が求められていることから、広域の観光圏を繋ぐ周遊ルート造成等を行う。

- ・UNDISCOVERED JAPAN 周遊ルート造成
- ・満足度調査など

② 九州 3 観光圏連携事業

2020 年のラグビーW杯、ハンドボール世界選手権大会、2020 年東京オリンピック・パラリンピック、2021 年の世界水泳選手権大会 IN 福岡に併せて、世界への情報発信が必要になっている。「海風の国」佐世保・小値賀観光圏、豊の国千年ロマン観光圏（大分）、阿蘇くじゅう観光圏（熊本・大分・宮崎）の九州域内の 3 観光圏が連携して、広域周遊ルートをランド社に提案し、訪日外国人観光客（特に、欧米豪）における九州全域の認知度向上を図ると共に、国内観光客の誘致に取り組むもの。

- ・九州広域ルートプロモーション

③ 「海風の国」観光マイスター事業

佐世保・小値賀について、様々な情報と豊かな知識とおもてなしの心をもって観光客に案内するため「海風の国」観光マイスターを認定する試験を実施する。

また、小学生向けに佐世保・小値賀ならではの観光資源などを、楽しく、じっくり学ぶ勉強会を実施する。

- ・「海風の国」観光マイスター認定試験 シルバー、ゴールド 各 1 回
- ・「海風の国」こども観光マイスター勉強会開催 1 回

[目標]

		R2 目標	R1 実績	前年比
参加者数	シルバー	40	34	117%
	ゴールド	23	21	109%
	こども	30	29	103%

合計	93	84	110%
----	----	----	------

④ 「海風の国」シンポジウム事業（海風ネットワーク交流会含む）

地域の魅力ある資源を活かす観光地域づくりを推進するため、宿泊施設、観光施設、交通、既存ガイドなどの観光事業者はもとより、農業、水産業の一次産業従事者やまちづくりや観光ガイドなどに興味がある地域住民などを対象に、観光ガイドなどの人材の創出やスキルアップのための講演会、パネルディスカッションなどを行う。

また、現地にてエクスカーションを開催し、現地ならではの歴史や文化、滞在プログラムを体験することで、自地域以外の観光素材や魅力を広く知る機会を設ける。

・「海風の国」佐世保・小値賀シンポジウム開催 1回

・エクスカーション 1箇所

[目標]

	R2 目標	R1 実績	前年比
参加者数	100	—	—

(5) 来訪者の評価

／広域連携事業にて実施

地域側の各種取組の成果として、来訪者から高い評価を得ていること。

① 顧客満足度調査事業

全国の観光圏で共通事業として実施する「顧客満足度調査」。多言語の調査表を用いて来訪する外国人の属性、消費額等の調査を行い、各指標間の相関関係等の分析を実施する。また、来訪者全体との比較、分析を行うことで、外国人来訪者のニーズ、傾向を把握し、その分析結果を以後の事業に反映させていく。

※広域連携事業にて実施。

② 観光地点調査機器保守・管理事業

主要観光地点の入込客数のデータ収集のための機器の保守・管理を行う（クラウド上での管理）。

・展海峰（2箇所）、弓張展望台（1箇所）、神崎鼻（1箇所）

3. 着地型観光ニーズ創出事業（佐世保市補助事業）

・令和2年度予算 1,050千円（前年比 73.7%）
（参考）2019年度 1,425千円

旅行商品ブランドを整理し、SASEBO クルーズバス海風や SASEBO 軍港クルーズ、各種まち歩きなど定番で提供可能な旅行商品を「佐世保の旅プラン」とし、地域特性を活かした、シーズン限定、数量限定のプレミアムな着地型旅行商品を「SASEBO 時旅」として、上質な旅の提供を行う。

これらの着地型旅行商品を観光施設や宿泊施設、地元旅行会社と連携しながら発信し、新たな来訪ニーズの掘り起しを行う。

(1) 旅行商品企画造成

地域素材を活用したプログラムを旅行商品化して販売を推進するとともに、旅行社向けに「SASEBO クルーズバス海風」、「SASEBO 軍港クルーズ」、2つの「日本遺産」（佐世保鎮守府・三川内焼）、世界遺産「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」等を活用した魅力ある商品を提供する。

① 「佐世保の旅プラン」パンフレットの制作

定番の商品を掲載した「佐世保の旅プラン」パンフレット制作。

② 「SASEBO 時旅」パンフレットの制作

地域特性を活かした、シーズン限定、数量限定の着地型旅行商品「SASEBO 時旅」パンフレット又はチラシの制作。本年度同様、同数の旅行商品、体験商品を増やしていく。

[目標]

	R2 目標	R1 実績	前年比
新規着地型商品造成数	3	3	100%

(2) 商品造成に係る活動

「SASEBO 時旅」等の造成に関する検証を行うため、現地調査、モニタリングなどを行う。

観 光 P R 関 係

4. プロモーション事業（佐世保市・小値賀町補助事業）

・令和2年度予算 8,897 千円（前年比 94.7%）
（参考）2019 年度 9,396 千円

九十九島を中心とした自然、歴史、文化、グルメや特産品、アミューズメントなど、魅力的な観光コンテンツの広報・PR活動や広告出稿を行い、訪れたい観光地域としてのブランドの定着を図る。

(1) PR事業

① 広報・PR

メディア招聘事業を行うほか、TV媒体や旅行専門誌等のメディア系取材の積極的な受け入れを行う。また、佐世保市内の旬の素材、観光コンテンツを紹介し情報誌、WEBなどのパブリシティを獲得する。

[目標]

	R2 目標	R1 見込	前年比
取材等対応数	400	390	102.5%
パブリシティ取得数	180	175	102.8%

※取材対応数：アテンド、校正、写真貸出等含む

(2) 公式ホームページ・SNS管理事業

佐世保・小値賀の最新の観光情報を提供することで観光客の誘致、域内消費の活性化に寄与するホームページやSNSの更新、管理を行う。

令和3年度にはホームページの全面リニューアルを計画しており、その準備も行う。

〔目標〕

	R2 目標	R1 実績	前年比
HP アクセス数	53 万	49 万	108.1%
HP ページビュー数	76 万	67 万	113.4%
SNS (FB フォロワー数)	5,300	4,954	107.0%
SNS (Instagram フォロワー数)	900	697	129.1%

① ホームページのサーバー保守・管理

海風の国佐世保・小値賀ホームページのサーバー保守・管理費用。

② ホームページ改訂更新業務委託

海風の国佐世保・小値賀ホームページの更新・改訂費用。

③ 外国語（英語・韓国語・繁体語・簡体語）ホームページサーバー保守・管理

外国語版海風の国佐世保・小値賀ホームページのサーバー保守・管理費用。

(3) 観光大使事業

① 佐世保観光ふるさと大使事業

首都圏を中心に佐世保観光の紹介・宣伝などの活動をしていただいている「佐世保観光ふるさと大使」（現在31名）との意見交換会の開催など。

※任期は3年間。

② 佐世保観光名誉大使事業

佐世保市にゆかりがあり、各界でご活躍されている著名人の方々に就任していただいている「佐世保観光名誉大使」（現在1組18名）の委嘱・任命など。

5. 九十九島誘客事業（佐世保市補助事業）

・令和2年度予算 10,000 千円（前年比 100.0%）
（参考）2019 年度 10,000 千円

ハウステンボスと共同出稿によるスケールメリットで、単独では難しい大型広告の掲出やハウステンボスを含む圏域を面で訴求し、ハウステンボス、九十九島、他エリアの相互の周遊を促し、滞在時間の延長、宿泊促進に繋げる。

6. 印刷物事業（佐世保市補助事業・広告収入）

・令和2年度予算 6,946 千円（前年比 102.0%）／内、3,815 千円広告収入
（参考）2019 年度 6,810 千円／内、3,740 千円広告収入

来訪または来訪予定の観光客を対象とした、佐世保の観光やグルメ情報を掲載した定番パンフレットを制作する。

(1) させぼグルメ&タウン情報ブック「タウンズ／2021 年度版」

佐世保のグルメや宿泊施設などの情報を一同に掲載したグルメ&タウン情報誌を制作する。
(4 万部制作予定)

(2) 佐世保バーガーマップ

佐世保のグルメで最も人気の高い「佐世保バーガー」の提供店舗を掲載したガイドマップを制作する。(7 万部制作予定)

(3) 佐世保市街地マップ

主に「佐世保観光情報センター」来訪客の案内用として使用する佐世保の市街地情報を掲載した観光マップを制作する (4 万部印刷予定)。

観光誘致関係

7. 国内観光誘致事業 (佐世保市補助事業)

・令和2年度予算 4,950 千円 (前年比 100.0%)
(参考)2019 年度 4,950 千円

観光客の誘致促進と滞在時間の拡大を目的に、旅行会社とタイアップしながら、着地型旅行商品などの観光コンテンツの掲載や市内宿泊を伴う旅行商品の造成・送客促進を図る。

(1) 旅行商品造成促進協賛事業

新規体験プログラムを入れた商品造成を行った旅行会社に対し、特典の協賛を行う。

[目標]

	R2 目標	R1 実績	前年比
旅行商品数	5	4	125%

(2) セールス活動

九州観光推進機構および長崎県観光連盟主催の旅行会社やメディアを対象とした観光情報説明会に参加し、最新の観光素材集を用いて観光情報提供を行う。

また、関東・関西・中部・九州地区の旅行会社へセールスを行い、商品企画担当者に対し佐世保の観光素材をPRし、旅行商品の造成を促進する。

(九州観光推進機構主催：年2回、長崎県観光連盟主催：年1回)

8. コンベンション誘致事業 (佐世保市補助事業)

・令和2年度予算 1,775 千円 (前年比 98.6%)
(参考)2019 年度 1,800 千円

小・中規模の学術大会や会議をターゲットとして、福岡都市圏を中心に学会事務局・団体・旅行会社・PCOなどへのセールスを行うとともに、県内のコンベンションの事務局となり得る

団体とも連携し、開催誘致へつなげるようセールスやコンベンションセミナーを行う。

また、九州・沖縄地区コンベンション推進団体連絡会などと情報交換をしながら、より効果的な支援制度となるよう協議を進めていく。

(1) セールス活動

① 活動内容

- ・福岡都市圏の学会・団体・旅行会社等へのセールス
- ・長崎県内の団体へのセールス

② 九州・沖縄地区コンベンション推進団体連絡会

- ・総会、担当者会議へ参加（各1回）

③ 当協会主催コンベンションセミナー

- ・コンベンション開催のため、地元の事務局となり得る方々及び受入施設に対し、ユニークベニューや助成金制度、市内施設などの説明を行う。（年1回）

(2) 特典割引券・パンフレット作成

誘致用施設案内ガイドブックの作成やコンベンション参加者用の観光施設割引券など各種支援サービス品の作成を行う。

[目標]

	R2 目標	R1 見込	前年比
開催支援件数	30	29	103.4%

9. コンベンション開催助成事業（長崎県・佐世保市補助事業）

・令和2年度予算	2,850 千円（前年比 46.7%）
	※県負担金 1,250 千円
（参考）2019 年度	6,100 千円
	※県負担金 1,800 千円

本市でのコンベンション開催による観光振興と地域の活性化を図るため、コンベンションを開催する主催者（事務局）に対して、コンベンション開催助成金の交付を行う。

(1) 交付対象

① 文化・学術コンベンション（大会・会議・シンポジウム等）

対象人数：100～3,000 人以上の延べ宿泊者数

助成金額：10～300 万円

対象規模：九州大会以上。但し、各県持ち回りは条件あり。

② スポーツ大会

対象人数：300～3,000 人以上の延べ宿泊者数

助成金額：20～150 万円（新規の場合 10～75 万円加算）

対象規模：九州大会以上。同一大会は3年迄。

その他：長崎県スポーツコミッションを通じて書類を申請。

[計画]

		R2 計画	R1 見込	前年比
開催助成 交付数	件数	5	16	31.3%
	人数	3,250	6,265	51.9%

10. 修学旅行誘致事業（佐世保市補助事業）

・令和2年度予算 1,540 千円（前年比 71.6%）
（参考）2019 年度 2,150 千円

2020 年より文部科学省の学習指導要領の変更に伴い、修学旅行の体験プログラムを活用し、生徒たちが主体的に参加して仲間と深く考えながら課題を解決する力を養う場が盛り込まれることとなり、これまでの旅行先からの方面変更が増えることが予想される。この機会を捉えて、当地の体験メニューやプログラムを整理し、佐世保市における「修学旅行用素材」として、実施校や旅行会社に対し積極的且つ効果的に P R し、誘致活動に繋げていく。

（1）セールス活動

長崎県観光連盟及び市内観光施設や宿泊施設と協同して、関東甲信越、近畿エリアの旅行会社や佐世保市への修学旅行の実績が多い中学、高校を中心に誘致セールスを行う。（コンベンション協会単独 2 回）

（2）コンテンツ整理

新しい学習指導要領に基づき、生徒たちが主体的に参加して仲間と深く考えながら課題を解決する力を養う場が盛り込まれるアクティブ・ラーニングを活用した修学旅行の体験プログラムの造成を行う。

（参考）市内宿泊修学旅行受入数

〔計画〕

		R2 計画	H30 実績※	H30 比
小学校	校数	210	210	100.0%
	人数	15,500	15,955	97.1%
中学校	校数	160	158	101.3%
	人数	19,000	18,683	101.7%
高校	校数	200	198	101.0%
	人数	36,000	35,602	101.1%
その他	校数	30	30	100.0%
	人数	2,200	2,174	101.2%
合計	校数	600	596	100.7%
	人数	72,700	72,414	100.4%

※R1 実績は、3 月中旬集計の為、H30 年度実績記載

11. 修学旅行誘致新規施策事業（佐世保市補助事業・事業者負担金）

・令和2年度予算 337 千円（前年比 29.7%）
 ※事業者負担金 169 千円
 （参考）2019 年度 1,134 千円
 ※事業者負担金 567 千円

新規学校の誘致を図るため、初めて市内に宿泊する中学、高校の修学旅行に対し、宿泊事業者と連携して、助成金を交付する。

① 助成額

1 人 1 泊あたり 1,000 円（負担割合：佐世保市 1/2・宿泊事業者 1/2）

[計画]

		R2 計画	R1 実績	前年比
交付	件数	2	5	40.0%
	人数	337	964	35.0%

12. 国際観光誘致事業（佐世保市補助事業）

・令和 2 年度予算 7,642 千円（前年比 59.7%）
 （参考）2019 年度 12,792 千円

東アジアからの F I T 誘致を促進するため、主に SNS を使った観光情報発信を行うとともに、東アジア、東南アジアの団体（パッケージツアー、F I T 対策含む）のセールス活動に取り組む。

(1) 広報・P R

SNS を活用し F I T 誘客のための情報発信を行う。

(2) インバウンド対策に関するアドバイザー設置

ターゲット国・地域の誘致、プロモーション戦略などについて有識者よりアドバイスをいただく。

(3) セールス活動

重点地域の旅行会社・メディアへのセールスや当地を紹介する観光展・情報説明会・商談会等への参加のほか、現地視察として市内へ来訪いただいた際に、受入を行う。

また、東京・福岡を中心とした国内のランド社向けセールスや国内で行われる V I S I T J A P A N トラベル&M I C E マート（V J T M）2020 及びトラベルマートで行われる商談会へ参加し、効果的なセールス活動を行う。

13. 訪日外国人誘致事業（佐世保市補助事業）

・令和2年度予算 5,900 千円（前年比 421.4%）
 （参考）2019 年度 1,400 千円

ターゲットを明確に絞り、旅行社などとのタイアップ施策やスポットでの企画を行う事業。

- (1) 中国 VJ FIT ハイエンド小グループ対策事業（大分県・福岡県・佐賀県連携）
北部九州 3 県と連携し中国のハイエンド層を中心とした誘致活動を行う。
- (2) 韓国 CBS 社巡礼ツアー
CBS 社が実施する巡礼ツアーの誘致、受入を行う。
- (3) 香港・台湾 レンタカーキャンペーン
香港・台湾からの訪日観光客でレンタカーを利用した市内宿泊者を対象にキャッシュバックキャンペーンを行う。東アジアを対象としたレンタカー会社とタイアップ予定。

14. クルーズ船受入対策事業（県協議会・佐世保市補助事業）

・令和2年度予算 27,267 千円（前年比 146,0%）
（参考）2019 年度 18,681 千円

歓送迎イベントなど受入態勢の充実を図ることで、お客様のおもてなしと満足度の向上を図る。

- (1) 歓送迎事業
 - ① 歓送迎イベント
佐世保ならではの音楽、ダンスなどの歓送イベント、初入港クルーズ船の歓迎セレモニーの実施。※三浦港のみ実施。浦頭港では港の構造上、イベントは行わない。
 - ② 臨時観光案内所および臨時売店の設置（国際ターミナル内）
ウェルカムサポーターにご協力をいただき、観光案内所に外国語対応スタッフを配置するほか、地域の物産事業者を中心とした物産販売を行う。
浦頭港での観光案内所については、外国人対応スタッフの手配を業務委託検討中。
- (2) セールス活動
・旅行会社、ランドオペレーターなどに対し、観光素材を使用した周遊ルートの提案や、滞在中の利便性の向上、環境整備に関する情報の提供を行う。
- (3) ツアーバス造成販売
浦頭岸壁の供用開始に合わせ、主にクルーを対象とした浦頭地区発バスツアーの造成販売を行う。

[計画]

	R2 計画	R1 見込	前年比
隻数	200	82	243.9%
乗船者数（船員含む）	—	260,856	—

西九州させば広域都市圏関係

西九州させば広域都市圏の加盟市町で連携しながら、観光マーケティングや特に訪日外国人観光客の誘致に関連した事業を行う。

15. 観光マーケティング事業（佐世保市補助事業）

・令和2年度予算 19,606 千円（前年比 57.3%）
（参考）2019 年度 34,200 千円

(1) 観光マーケティング調査費

- ① 顧客満足度調査／日本人、外国人（佐世保市のみ）
- ② G A P 調査（顧客ニーズ及び魅力度調査）／日本人

16. インバウンド事業（佐世保市補助事業）

・令和2年度予算 17,366 千円（前年比 620.2%）
（参考）2019 年度 2,800 千円

各国の各種媒体・メディアを活用した F I T を対象とした誘客（WEBメディア、インフルエンサー、紙媒体、TV広告、メディア招聘など）及び団体旅行（インセンティブ旅行、教育旅行の誘致、旅行会社のパッケージツアーなど）を対象としたセールス活動を行う。

(1) F I T 対策

F I T を対象にした情報発信事業

・WEB（K O L、SNS 含む）、O T A、雑誌、メディア招聘等

＊K O L（Key Opinion Leader）

中国において販売促進に影響がある専門家や人物を指します。もともとは医師など医療業界での専門家や研究者を指していましたが、最近は中国版インフルエンサーという意味で用いられることが多くなっています。（出典：訪日ラボ）

＊O T A（Online Travel Agent）

インターネット上で取引を行う旅行会社のこと。（出典：J T B 総研）

委 託 事 業

17. 世界遺産「黒島の集落」集客対策事業（イベント企画）

・令和2年度予算 1,373 千円（前年比 31.6%）
（参考）2019 年度 4,344 千円

18. 世界遺産「離島ニーズを活用した情報発信業務」(広告)

・令和 2 年度予算 2,000 千円

「黒島の集落」を含む「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」が世界遺産へ登録されたことから、マスメディアによる情報発信により構成資産全体の認知度の向上とともに消費者の訪問意向が高まっている。「黒島の集落」については、集客の核となる「黒島天主堂」が現在耐震化・保存修理工事中であるため、世界遺産登録効果が限定される恐れがある。黒島の知名度向上及び、島の魅力の情報発信、集客対策を行う。

(1) 世界遺産「黒島の集落」集客対策事業(イベント企画)

黒島天主堂をはじめとする黒島への来訪意欲の喚起を図るために御朱印帖の制作を行う。

(2) 世界遺産「離島ニーズを活用した情報発信業務」(広告)

旅行雑誌や WEB マガジンへの広告出稿を行い、黒島の情報発信を行う。

19. 日本遺産「鎮守府佐世保」集客対策事業(イベント企画)

・令和 2 年度予算 5,500 千円 (前年比 93.0%)
(参考)2019 年度 5,912 千円

平成 28 年 4 月に「鎮守府 横須賀・呉・佐世保・舞鶴～日本近代化の躍動を体感できるまち～」が日本遺産に登録されたことをきっかけにプロモーション活動を行い、広く観光客誘致を行っている。令和 2 年度も引き続き市内に点在する日本遺産構成資産についての情報発信を強化し、更なる観光客誘致につなげる。

(1) 日本遺産「鎮守府佐世保」集客対策事業

市内に広範囲に点在する日本遺産構成資産を含む観光素材を周遊を促すために、鎮守府佐世保を舞台にしたリアル宝さがしゲームを実施する。

20. 観光PR素材制作

・令和 2 年度予算 527 千円 (前年比 127.9%)
(参考)2019 年度 412 千円

観光PR用名刺台紙を制作する。

21. 九十九島「世界で最も美しい湾クラブPR事業」

・令和 2 年度予算 6,500 千円 (前年比 96.7%)
(参考)2019 年度 6,724 千円

平成 30 年 4 月、九十九島湾がフランスに本部を置く国際NGO「世界で最も美しい湾クラブ」に加盟認定されたことから、クラブのブランド力を活用して「世界で最も美しい湾、九十九島」を発信することにより、九十九島の認知度向上と九十九島エリアへの誘客を図る。

(1) 広告・PR事業

九十九島の魅力を伝えるチラシ等制作、及び九十九島パンフレットの改訂・増刷
 カメラガールズを活用した PR（WEB 広告、写真素材拡充）
 PR グッズ制作（クリアファイル増刷）
 専門雑誌広告出稿

自主事業（収益事業）

22. 旅行事業

観光客の利便性と満足度が高い佐世保ならではの着地型旅行商品の企画・販売を行うほか、
 県北地域のゲートウェイとして当地外の様々な地域の観光プログラムの手配・販売も行い収益
 の向上を図る。

- (1) 企画募集型旅行商品の企画・販売業務／4. 着地型観光ニーズ事業と連動
 佐世保旅プラン
- (2) 受託商品販売業務
 SASEBO 軍港クルーズの受託販売
- (3) 手配旅行販売業務
 大相撲九州場所観戦ツアーなどの団体手配業務
- (4) 宿泊施設斡旋業務
 ふるさと納税返礼品での佐世保宿泊券の販売
- (5) 施設入場斡旋業務
 島瀬美術館企画展、シーサイドフェスティバル花火栈敷券などの受託販売
- (6) 交通機関斡旋業務
 佐世保市内路線バス一日乗車券の受託販売
- (7) その他
 ふるさと納税パンフレット広告枠の販売など

[令和 2 年度目標・2019 年度見込] [単位：千円]

	令和 2 年度目標			2019 年度見込		
	売上	粗利	利益率	売上	粗利	利益率
旅行商品販売収入	2,000	460	23.0%	1,700	400	23.5%
受託販売手数料	18,000	3,060	17.0%	17,200	2,950	17.1%
手配旅行販売収入	4,000	320	8.0%	3,600	300	8.3%
宿泊施設斡旋収入	29,500	7,080	24.0%	29,400	7,000	23.8%
交通機関斡旋収入	1,500	75	5.0%	1,300	65	5.0%
施設入場斡旋収入	200	20	10.0%	130	13	10.0%
その他	4,000	200	5.0%	3,650	175	4.8%

合計	59,200	11,215	18.9%	56,980	10,903	19.1%
----	--------	--------	-------	--------	--------	-------

23. 観光バス事業

観光客の利便性向上（主要地点への二次交通アクセスの役割）及び佐世保らしさを体験する観光コンテンツとして観光バス「SASEBOクルーズバス海風」の運行を行う。

(1) 定期コース運行内容

① コース

ハウステンボス（初便のみ）～ 佐世保駅 ～ 造船所 ～ 九十九島展望台
～ 九十九島パールシーリゾート ～ ハウステンボス（最終便のみ）

② 便数

3 便／日 ※木曜日運休

③ 金額

- ・佐世保駅みなと口発(100 分) 大人 1,800 円 小人 900 円
- ・ハウステンボス発または着(150 分) 大人 2,000 円 小人 1,000 円
- ・ハウステンボス発着(150 分+35 分) 大人 2,200 円 小人 1,100 円

※2020 年 10 月より、料金改定予定

[令和 2 年度目標・2019 年度見込]

	乗車人数 (単位:人)	単価 (単位:千円)	売上 (単位:千円)	経費 (単位:千円)	粗利 (単位:千円)
令和 2 年度目標	8,000	1,750	14,000	14,000	0
2019 年度見込	7,150	1,700	12,155	15,000	▲2,845
	111.9%	103%	115.2%	93.3%	—

24. チケット販売事業

ハウステンボス（以下、HTB）の入場券や九十九島パールシーリゾート水族館の入館券を各社よりコンベンション協会で仕入れ、市内の宿泊施設へ卸し、各宿泊施設が宿泊プランを造成し販売する。宿泊施設にとっても集客性の高い事業として展開を図る。

(1) 商品内容・販売経路

① HTB 1DAYパスポート

② HTB&海きららセット券

佐世保市内宿泊施設（19 施設）、市外宿泊施設（5 施設）に、チケットを卸し、各施設の宿泊プランなどへの組み込み販売。

（参考）

宿泊施設エリア販売割合：HTB 周辺 70%：市街地 30%

[令和 2 年度目標・2019 年度見込]

	令和 2 年度目標				2019 年度見込			
	販売数	売上 (単位:千円)	粗利 (単位:千円)	利益率	販売数	売上 (単位:千円)	粗利 (単位:千円)	利益率

① ②合計	5,500	36,850	1,548	4.2%	5,500	36,850	1,548	4.2%
-------	-------	--------	-------	------	-------	--------	-------	------

25. 物販事業

佐世保らしい素材（佐世保バーガーボーイキャラクター、九十九島）を活用した協会オリジナルの商品を開発し販売を行う。また、賛助会員を中心とした関係事業者や海上自衛隊とも連携して、受託商品の販売拡充を図り、収益の向上に努める。

(1) オリジナル商品販売

佐世保バーガーボーイ関連商品（ピンバッチ・ステッカー・Tシャツ、クッキーほか）
九十九島Tシャツ

(2) 受託商品販売

三川内焼、絵葉書、海上自衛隊オリジナル商品、ミナトモノなど

(3) その他

ふるさと納税返礼品（おせち料理）

[令和2年度目標・2019年度見込]

[単位：千円]

■物販事業	令和2年度目標			2019年度見込		
	売上	粗利	利益率	売上	粗利	利益率
オリジナル商品	3,000	1,020	34.0%	1,900	650	34.2%
受託商品	1,500	300	20.0%	1,200	240	20.0%
その他(おせち料理)	2,600	260	10.0%	2,571	257	10%
合計	7,100	1,580	21.4%	5,671	1,147	20.2%

26. 駐車場賃貸事業

佐世保中央IC高架下の駐車場（普通車57台収容）について、快適な利用環境を維持し、適切な運営に努める。また、令和3年度より、西九州自動車道4車線化工事に伴い、駐車場の一時閉鎖が予定されていることから、市・国・NEXCO西日本と協議をしながら対応を行う。

27. 賛助会員事業

賛助会員年会費については1口10,000円とし、法人会員には2口以上、個人会員には1口以上の納入をお願いしている。今後も会員間の交流や有益な情報の提供など会員事業の充実を図るとともに、あらゆる機会を通じて新規会員の獲得に努める。

賛助会員の管理運営については、クラウドシステムを導入し、より適切な管理運営を行う。

賛助会員数推移

	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度	令和元年度
法人会員	394 名	391 名	389 名	390 名	390 名
個人会員	12 名	9 名	9 名	9 名	8 名
合 計	406 名	400 名	398 名	399 名	398 名

28. 観光交流センター賃貸事業

観光交流センター（佐世保市干尽町）は、年間契約による佐世保市競輪事業へのホール賃貸および事務室の貸出を中心に運営管理を行っている。

建設（1993 年）から 27 年を経過し経年による設備の老朽化が進んでいるが、運用に支障を来さないよう適切な管理に努める。また、佐世保競輪場の再整備についても検討がなされていることから、市と協議をしながら対応していく。

[令和 2 年度目標・2019 年度見込]

[単位：千円]

	令和 2 年度目標			2019 年度見込		
	売上	粗利	利益率	売上	粗利	利益率
26. 駐車場賃貸収益	14,000	9,710	69.4%	13,582	9,455	69.6%
27. 賛助会員事業	5,300	4,184	78.9%	4,656	4,339	93.2%
28. 観光交流センター賃貸事業 （償却前）	20,825	6,400	30.7%	20,219	6,053	29.9%
合計	40,125	20,294	50.8%	38,457	19,847	51.6%