

令和３年度事業方針

令和２（２０２０）年は、新型コロナウイルス感染症の世界的な感染拡大により、国内の旅行需要は激減し、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推計）と大きく減少し、壊滅的状况となった。

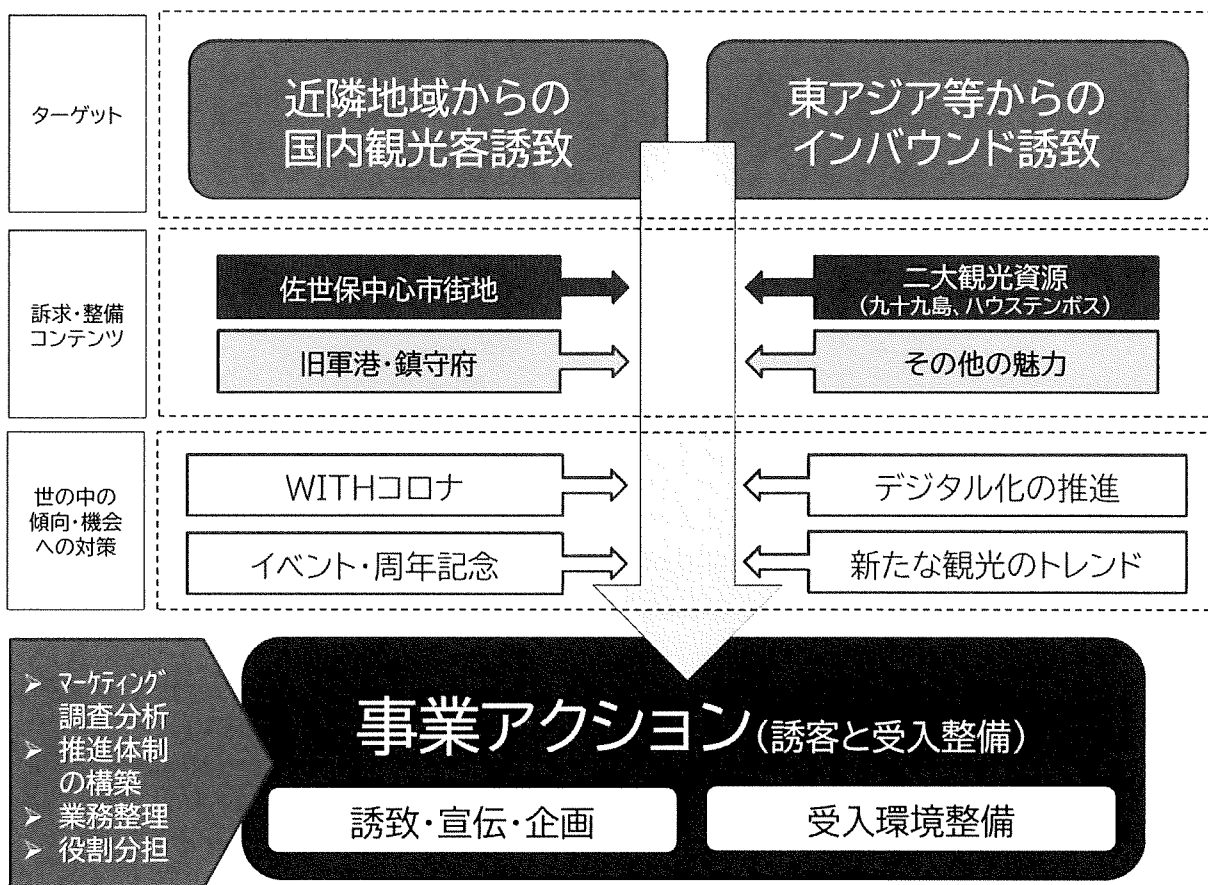
佐世保市においても、緊急事態宣言発出後の行動自粛に伴い、観光施設や宿泊施設、飲食店等の臨時休業や時短営業を余儀なくされるなど、これまで経験したことのない厳しい状況が続いた。この間、県民対象の宿泊キャンペーンや国のＧｏＴｏトラベルキャンペーンなど旅行需要喚起策の実施により、一部回復の兆しはみられたものの、本市を訪れた観光客数は大きく減少する見込みである。

このような中、佐世保市及び佐世保観光コンベンション協会では、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もと観光振興に取り組むために策定した今後３年間の「佐世保市観光アクションプラン」に沿って、低迷している地域経済の早期回復と活性化に繋げていく。

国内対策としては、本市を訪れる観光客の多数を占める県内及び福岡を中心とした北部九州エリアをメインターゲットに、宿泊旅行圏域である首都圏・関西圏を含め、ＧｏＴｏトラベルキャンペーンの再開などコロナ収束後の消費者マインドの向上に伴う旅行需要の喚起に合わせた旬の観光情報の発信や、方面変更となった修学旅行の新規校取り込みなど、適切かつ柔軟な対応を図りながら観光客の誘致に取り組む。

また、インバウンドに関しては、需要回復に一定の時間を要することが想定されることから、訪日外国人観光客の入国制限解除後の誘客を見据え、滞在に繋がる体験コンテンツの収集・整理、磨き上げなど受入環境の整備に取り組むとともに、本地域への旅行意欲に繋がるような効果的な情報発信を強化する。

□令和3～5年の3ヵ年アクションプラン策定イメージ



【重点事業】

1 コロナからの早期回復

新型コロナウイルス感染症の蔓延により、観光を取り巻く環境は非常に厳しい状況にあり、収束時期の予測が立てにくい中、旅行需要の回復には一定の時間が必要と見込まれる。

コロナ禍にあって、これまでにない新しい観光のスタイルへの対応や、収束後に見込まれる爆発的な旅行需要の取り込み、地域への経済効果を高める取組みについては、観光関連事業者との緊密な連携が必要不可欠である。

特に、各種観光キャンペーンなど国県市の需要喚起策の動向を注視しながら、効果的な施策を柔軟かつ円滑に実施できるよう、体制の整備を含め積極的に推進していく。

2 マイクロツーリズムの推進とインバウンド対策

国内については、コロナ禍の観光動向の大きな変化を踏まえ、まずは近場からの観光客の確実な取り込みを進めるため、県内及び福岡を中心とする北部九州エリアをメインターゲットとした重点的なPRを展開する。

また、メディアや旅行会社を対象とした説明会やオンラインミーティング等を積極的に活用し、旅行商品造成に繋がる有益な情報提供や旬の観光情報発信などを通じた誘客促進を図る。

【佐世保市来訪観光客の居住地】（令和元年度来訪者満足度調査）

1位：長崎県（39.5%） 2位：福岡県（16.9%） 3位：関東1都3県（10.4%）
4位：佐賀県（7.1%） 5位：関西2府1県（6.6%）

海外については、コロナ収束後の渡航制限解除を見据え、重点エリアである東アジア地域からの旅行者の趣向を熟知し、数多くのユーザーを有する訪日観光WEBメディアやSNSを活用した観光情報発信を強化するとともに、海外OTA（オンライントラベルエージェント）を通じたセールスプロモーションに取り組むなど、コロナ収束後の本地域への旅行意欲の喚起に努める。

3 佐世保市観光アクションプランに基づく事業の実施

令和2年度に策定した「佐世保市観光アクションプラン」に基づき、本市固有の観光資源を活用した宣伝・誘致と受入整備について、観光マーケティングを強化しながら各種事業の推進に取り組むことで実効性の高いものとし、観光客の周遊・滞在の促進と観光消費の拡大を目指す。

＊ グルメ観光の推進、ツアー商品の充実、観光人材育成、二次交通の整備など

◎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KPI

項目	年	単位	令和3年目標 (うち外国人)	令和2年実績 (うち外国人)	令和2年目標 (うち外国人)
① 旅行推定消費額		百万円			116,760 (9,387)
② 延べ宿泊者数		千人			2,180 (267)
③ 来訪者満足度		%			90.0
④ リピーター率		%			77.0

※④リピーター率は、2回以上来訪者数の合計（無回答除く）

※新型コロナウイルスの影響を受け旅行需要が大きく変化していることから、各KPIの目標値については、今後の動向・予測を精査し、改めて設定する。

令和3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. プロモーション事業
4. 九十九島誘客事業
5. 日本遺産「佐世保鎮守府」PR 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. 訪日外国人誘致事業
13. クルーズ船受入対策事業
14. 広域観光マーケティング事業
15. 広域インバウンド事業

〈新 規 事 業〉

16. 公式ホームページリニューアル事業
17. 佐賀・長崎デスティネーションキャンペーン(JRグループ) 事業

〈自 主 事 業〉

18. 旅行事業
19. 物販事業
20. 賛助会員事業
21. 賃貸事業

観光地域づくり

・令和3年度予算 73,546千円（前年比 83.7%）
（参考）令和2年度 87,841千円

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、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。※登録観光地域づくり法人（登録DMO）令和3年1月7日更新登録通知

令和2年度においては、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、観光産業は厳しい状況に置かれており、当協会では安心・安全に旅行できる環境づくりや旅行需要の喚起に向けた取り組みを行った。

引き続きこれらの取り組みを着実に推進しつつ、令和3年度においては、地域経済を支える観光の再生と新たな展開のための「新たな旅のスタイル」の普及・定着を図り、インバウンドの再開を見据えて、訪日外国人旅行者の誘致・受入を推進するとともに、さらに必要な施策について、今後の感染状況や観光需要の動向等も踏まえつつ、以下の事業に取り組む。



海風の国

<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(平成30)年4月1日～2023(令和5)年3月31日

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

・令和3年度予算 45,496千円（前年比 103.9%）
（参考）令和2年度 43,796千円

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

[計画]

[単位：人]

		R3	R2 見込	前年比
情報センター 利用者数	全体	34,500	17,000	203.0%
	(内外国人)	3,000	350	857.1%

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）

・令和3年度予算 28,050千円（前年比 63.7%）
（参考）令和2年度 44,045千円

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、事業を推進する。

(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 滞在コンテンツ造成事業

ア. ナイトタイム・モーニングタイムコンテンツ造成事業

訪日外国人を含めた観光客に対する夜間を楽しめる観光コンテンツの開発、現在推進している「海風グルメ」と連携しながら、佐世保ならではのグルメや飲食店等を情報発信し、周遊に繋がる企画等を行う。また、コロナ収束後の反転攻勢になり得るコンテンツとして、宿泊の誘導につながることからモーニングタイムを合わせて実施する。

[コンテンツ案]

- ・多言語ガイド付き居酒屋、ラーメン屋、寿司屋、カラオケ等周遊ツアー
(既存飲食店街の有効活用__インバウンド対象)
- ・佐世保朝市オリジナルどんぶり作り体験

[目標]

[単位：件]

	R3	R2 実績	前年比
商品造成数	2	3	66.3%

イ. 着地型観光ニーズ創出事業

佐世保観光の着地型旅行ブランド「海風旅。」のブランド再構築を行う。

商品カテゴリーを佐世保C V主催の定番旅行商品とテーマ型旅行商品、市内事業者造成体験プログラムの3つに分け観光客が利用しやすい商品ラインナップを揃え、わかりやすく訴求する。

- ・新規商品造成、既存商品の磨上げ、総合ツールの制作、広告宣伝

[目標]

[単位：件]

	R3	R2 実績	前年比
新規商品造成数	5	5	100%

ウ. 着地型体験プログラム紹介ブランディングツール制作事業

佐世保観光情報センターへ訪問されたお客様へ、当日または近日中に申込が可能な体験プログラムを市内事業者と造成し、ポストカードタイプのツールを制作する。

[目標]

[単位：種]

	R3	R2 実績	前年比
新規ツール制作数	5	11	45%

※事業費は、(3) ブランド管理②観光コンテンツ情報発信事業

② 九十九島クリーンアップ大作戦事業

毎年「九十九島の日」である9月19日に開催しており、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。

- ・場 所：九十九島パールシーリゾートエリア周辺、九十九島海面

- ・参 加：一般市民、陸上・海上自衛隊、米海軍佐世保基地、佐世保海上保安部など

[目標]

[単位：人]

	R3	R2 実績	前年比
参加者	400	401	99.7%

(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

観光関係者、地域団体が、地域の伝統文化、美しい自然、歴史的景観、豊かな農山漁村、魅力ある食等の地域資源を活かした観光コンテンツや名産品の開発に対し支援する。

- ・江 迎：三川内焼×江迎地域産品のメニュー開発事業
- ・俵ヶ浦：白浜海水浴場・キャンプ場等を活用したアウトドア体験創出事業
- ・黒 島：GPS連動観光スポットデジタルガイド導入事業 など

② おもてなし醸成事業

地域の「おもてなし力」のより一層の向上を図るため、地域住民や観光施設、宿泊・飲食事業者、交通事業者等の観光事業従事者を対象に、観光カリスマなどを招聘しおもてなしや観光のトレンド等の講演会を開催する。

[目標]

[単位：人]

	R3	R2 見込	前年比
参加者	120	115	104.3%

(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 観光コンテンツ情報発信事業

佐世保観光の着地型旅行ブランド「海風旅。」の商品を中心に、祭り、イベント、食など旬の観光コンテンツを情報発信する。

- ・SNS、WEBメディア、新聞、雑誌等紙媒体を使った広告
- ・観光マイスターによる旬の観光情報発信
- ・ブランディングツールの制作など

③ 「海風の国」写真素材撮影事業

佐世保・小値賀の公式サイト、各種ツール制作、広告媒体に使用し、本地域のブランド向上を目的とした観光スポット、イベント、体験コンテンツ等の写真を写真家や専門のプロカメラマンに依頼し撮り下ろす。

④ 「海風の国」観光マーケティング調査事業

多様化するニーズを把握し観光客の増加や滞在時間の延長を図るため、地域資源の掘り起こしや旅行商品の開発、プロモーション方法、観光客の満足度及び再来訪率向上の取り組み、アクションプラン事業における観光ニーズ調査、二次交通施策効果など、基礎資料となる市場調査を必要に応じて5～10件程度実施する。

(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

全国の13の観光圏で連携し、訪日外国人旅行者を対象とした観光圏を繋ぐ広域周遊ルートの開発を行う。

② 九州3観光圏連携事業

「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つの観光圏が連携して、訪日外国人観光客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。

・各観光圏のコンセプトに基づいた地域ならではの「食」に注目したデジタル冊子制作

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]

[単位：人]

		R3	R2 実績	前年比
参加者数	シルバー	70	65	107.6%
	ゴールド	15	15	100%
	こども	20	20	100%
合計		105	100	105%

(5) 来訪者の評価

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

全国の観光圏と連携し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。

[目標]

[単位：人]

	R3	R2 見込	前年比
調査サンプル数	800	600	133%

② G A P 調査事業

「観光地側の売り・素材」と「消費者が購入したい物」の差異を明確にし、観光客誘致促進に資するデータの収集を行う。

・インターネット調査（サンプル数：1,400件、調査エリア：関東・中部・近畿・中国・四国・九州）

③ 観光地点調査事業

主要観光地点の入込客数のデータ収集を行う。

・調査箇所：展海峰（2箇所）、弓張展望台（1箇所）、神崎鼻（1箇所）

観 光 P R 関 係

3. プロモーション事業

・令和3年度予算 5,474千円（前年比 61.5%）
（参考）令和2年度 8,897千円

コロナ禍にあつて、観光プロモーション活動は、情報として求められる内容、入手方法などが大きく変わってきていることから、ウィズコロナ、アフターコロナのニューノーマルな観光に即した内容（個人旅行、新型コロナウイルス感染症対策情報など）を含め、佐世保中心市街地と二大観光資源である九十九島とハウステンボス、その他自然、歴史、文化、グルメや特産品など、佐世保の多彩で魅力的な観光コンテンツの宣伝活動を行う。

(1) P R 事業

① 広報・P R

T Vや情報誌、WEBメディア等の取材の積極的な受け入れやメディア招聘事業を行い、佐世保市内の旬の素材、観光コンテンツを紹介しパブリシティを獲得する。

[目標]

[単位：件]

	R3	R2 見込	前年比
取材等対応数	400	280	142.8%
パブリシティ取得数	180	100	180%

※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(佐世保市・小値賀町)

佐世保・小値賀のホームページやSNSの更新、管理。9月にホームページの全面的な

リニューアルを計画しているため、4月～8月までの更新、管理を行う。

・言語（文字）：日本語、英語、中国語（繁体字、簡体字）、韓国語

[目標]

	R3	R2 見込	前年比
HP セッション数	700,000	630,000	111.1%
HP ページビュー数	1,760,000	1,560,000	113.4%
SNS（FB フォロワー数）	5,780	5,400	107.0%
SNS（Instagram フォロワー数）	1,820	1,400	130.0%

※セッション数・ページビュー数＝海風の国サイトのみ

※上記数値はリニューアル後の数値も含む一年間

(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30名）への定期的な情報発信、大使の名刺作成、意見交換会の開催などを行う。

佐世保観光ふるさと大使の任期は3年間で、10月に任期満了のため、改選を行う。

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17名）の委嘱・任命を行う。

4. 九十九島誘客事業

・令和3年度予算 10,000千円（前年比 100.0%）
（参考）令和2年度 10,000千円

全国で認知度が高いハウステンボスとの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、九十九島を中心に佐世保中心市街地、他エリアの相互の周遊を促すプロモーションを行う。

・SNS、WEBメディア、テレビ・ラジオ、新聞、雑誌、交通広告等

[目標]

	R3	R2 実績	前年比
九十九島認知度	66%	62.1%	106.2%

5. 日本遺産「佐世保鎮守府」PR事業

・令和3年度予算 2,000千円

日本遺産「鎮守府佐世保」、「三川内」の2つのコンテンツを中心に「九十九島」や世界文化遺産「黒島の集落」、「ハウステンボス」等の観光資源と連携したプロモーション行う。

(1) 日本遺産「鎮守府佐世保」に係る情報発信

令和4年の針尾無線塔完成100周年、令和5年の旧佐世保鎮守府凱旋記念館100周年に向け、日本遺産「佐世保鎮守府」の情報発信を行う。

6. 印刷物事業

・令和3年度予算 8,406千円（前年比 121.0%）／内、3,815千円広告収入
（参考）令和2年度 6,946千円／内、3,815千円広告収入

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。

スマートフォンが普及するなか、各種ツール類については、全てのツールをデジタルパンフレット化し、リニューアルするHP等へ掲載するほか、観光情報センターでのタブレット等を用いた案内に活用する。

（1）させぼグルメ＆タウン情報ブック「タウンズ／2022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。（改訂増刷：4万部）

（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。（改訂増刷：7万部）

（3）総合観光パンフレット「させぼ・おじか」

「海風の国」佐世保・小値賀の魅力をコンパクトにまとめた、総合パンフレットを制作する。（改訂増刷：5万部）

観光誘致関係

7. 国内観光誘致事業

・令和3年度予算 10,740千円（前年比 237.8%）
（参考）令和2年度 4,515千円

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

電子周遊型パス・チケット“MY SASEBO PASS”の情報を入れ旅行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]

[単位：件]

	R3	R2実績	前年比
旅行商品数	4	3	133%

[MY SASEBO PASS]

令和3年2月に販売開始した、市内の観光施設・飲食店・温泉・体験

プログラムなどで2,000円相当の商品引き換えが出来るチケット（4枚綴り）と画面を見せるだけで割引やプレゼントなどの特典を受けられるパスがセットになったスマートフォンを使った電子周遊型のパス・チケット。

- ・金額：2,500円
- ・参加店：佐世保市内60店舗



(2) セールス活動

関係団体が主催する関東・関西・中部・九州地区の旅行会社やメディアを対象とした観光情報説明会への参加、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旅行商品の造成を促進する。

新たに、九州地区については、マイクロツーリズム促進のため、福岡・佐賀・大分・熊本等の近隣エリアの旅行会社へのセールスを実施する。

（九州観光推進機構主催：2回、長崎県観光連盟主催：1回、九州セールス：1回）

8. コンベンション誘致事業

- ・令和3年度予算 1,640千円（前年比 92.3%）
（参考）令和2年度 1,775千円

小・中規模の学術大会や会議をターゲットとして、県内のコンベンションの事務局となり得る団体へのセールス活動を実施し、開催誘致へつなげるとともに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

- ・長崎県内の団体へのセールス
- ・日本港湾協会総会開催都市（福島県いわき市）のでPR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) 販促ツール作成

誘致用施設案内ガイドブックの作成を行い誘致活動に活用する。

また、観光パンフレットやコンベンションバッグ等の提供支援を行う。

9. コンベンション開催助成事業／助成金（長崎県・佐世保市）

- ・令和3年度予算 800千円（前年比 28.1%）
※内県負担金 150千円

(参考)令和 2 年度 2,850 千円
※内県負担金 1,250 千円

本市でのコンベンション開催の誘致を図るため、コンベンションを開催する主催者に対して、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]

		R3	R2 見込	前年比
開催助成	件数	4	0	400.0%
交付数	人数	1,300	0	1300.0%

※R2 は、新型コロナウイルスの感染拡大により予定されていた大会は全て中止、延期。

10. 修学旅行誘致事業

・令和 3 年度予算 2,280 千円（前年比 148.1%）
（参考）令和 2 年度 1,540 千円

令和 2 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、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。

・セールス訪問回数 3 回（関東甲信越、近畿等）

(2) アクティブラーニングプログラム造成

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学習方法アクティブ・ラーニングを活用した修学旅行の体験プログラムの磨き上げを行い、令和 4 年度からの受入整備を整える。

協同事業者（コンテンツの対象となるSDGs目標）

- ・九十九島パールシーリゾート&ビジターセンター（14. 海を守ろう、15. 陸を守ろう）
- ・ハウステンボス（8. 働きがい経済成長、14. 海を守ろう）
- ・針尾無線塔&無窮洞（16. 平和と公正）
- ・SASEBO軍港クルーズ&セイルタワー（16. 平和と公正、11. 住み続けられるまち）
- ・佐世保観光コンベンション協会（8. 働きがい経済成長、11. 住み続けられるまち）

（参考）市内宿泊修学旅行受入数

[計画]

		R3	R1 実績※	H31 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%

※R2 実績は、3月中旬集計の為、R1 年度実績記載

11. 修学旅行誘致新規施策事業／助成金

・令和3年度予算 2,444千円（前年比725.2%）

※内事業者負担金 1,222千円

（参考）令和2年度 337千円

※内事業者負担金 169千円

本市への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]

		R3	R2 実績	前年比
交付数	件数	16	1	1600.0%
	人数	2,444	128	190.1%

12. 訪日外国人誘致事業

・令和3年度予算	12,430 千円（前年比 91.8%）
（参考）令和2年度	13,542 千円

新型コロナウイルス収束後の訪日希望者が相当数見込まれることから、継続的に情報発信を行うことの重要性が増している。このような状況をふまえ、ターゲットを絞り、個人旅行や小グループなどのF I T向けに、効果的に情報発信及びセールス活動を行うことで、継続的且つ安定的なインバウンドの確保を狙う。

※F I T（海外個人旅行）とは、団体旅行やパッケージツアーを利用することなく個人で海外旅行に行くこと。Foreign Independent Tour の頭文字の略。Free Individual（Independent）Traveler ともいう。（出典：J T B総合研究所）

(1) 中国

上海地区をターゲットとし、WE I B Oを活用したF I T向けプロモーション及び現地商談会への参加、旅行会社セールスを実施する。

(2) 韓国

S N Sを活用した広告配信やフォローキャンペーンを実施する。また、オンライントラベルエージェント（O T A）や小グループ、ゴルフなどの専門旅行会社が参加する現地商談会への参加及び旅行会社セールスを実施する。

(3) 台湾

現地商談会への参加、F I T向け・親子旅行などの小グループ専門会社を中心にセールスを実施する。

(4) 香港

佐世保市でのリーガルウェディングの商品造成に係る受け入れ整備及びプロモーションを実施する。

(5) 東南アジア（タイ・シンガポール）

次重点国候補である市場のアドバイザーを設置し、市場調査及び現地セールスを実施し、今後のプロモーション戦略策定を行う。

(6) 国内

東京・福岡を中心とした国内のランドオペレーター向けセールスや国内で行われる東アジア、東南アジア市場向けの商談会へ参加し、効果的なセールス活動を行う。

13. クルーズ船受入対策事業（長崎県クルーズ振興協議会・佐世保市）

・令和3年度予算	19,974 千円（前年比 72.7%）
（参考）令和2年度	27,487 千円

国際クルーズ船ターミナルがある三浦地区、浦頭地区での観光案内や歓送迎イベントなどの受入体制の充実を行うことで、お客様の満足度向上を図る。

(1) 歓送迎事業

① 歓送迎イベント（三浦地区）

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を実施する。

② 臨時観光案内所等の設置（国際ターミナル内）

観光案内所に外国語対応スタッフを配置するほか、三浦地区では地域の特産品を中心とした物産販売を行う。

(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

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（浦頭地区のみ）。

[計画]

	R3	R2 見込	前年比
入港隻数	50	2	2500%

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および観光協会等と連携しながら、インバウンドの観光マーケティング及びプロモーション・誘致に関する事業を行う。

14. 広域観光マーケティング対策事業

・令和3年度予算 8,910 千円（前年比 45.4%）
（参考）令和2年度 19,606 千円

(1) 観光マーケティング調査費

① 現地ヒアリング調査

圏域12市町の観光素材の情報収集や新たな観光素材の発掘、他都市との資源の共有化を図り、今後の誘客活動に活用する。

② PR制作物評価調査

西九州させば広域都市圏をドライブで巡る観光に特化した自社WEBサイト「ドライブウェブ」の台湾と香港の現地の方からみた評価調査を行う。

15. 広域インバウンド対策事業

・令和3年度予算 17,924 千円（前年比 103.2%）
（参考）令和2年度 17,366 千円

香港・台湾を中心に各種メディアを活用し西九州させば広域都市圏の観光情報を発信し、当地域の認知向上と誘客につなげる。また、コロナ収束後には、両地域の旅行代理店等を訪問して関係強化、誘致活動を行う。

(1) F I T対策／情報発信

- ・ドライブウェブのコンテンツ増強（邦人も対象）
- ・各種メディアを活用した観光情報の発信

(2) F I T対策／セールス

- ・主に香港・台湾の旅行代理店等に対するセールス活動

新規事業

16. 公式ホームページリニューアル事業

・令和3年度予算 18,899 千円

WEBサイトを取り巻く環境は、通信インフラ、ハード、ユーザーの嗜好など急速な勢いで変化を続けており、その対応をすべく機能強化のためのリニューアルを行う。

(1) 主なリニューアル強化点

- ・観光客、管理者のユーザビリティを強化したスマホ対応の仕様
- ・観光スポット、イベントページから近隣宿泊施設への誘導強化
- ・タイムリーな情報更新が可能な自社管理システムの強化
- ・旅行商品販売管理に重点を置いたWEB予約システムの導入
- ・長崎県観光連盟、九州観光推進機構との情報データ連携の強化 など

(2) リニューアル時期

令和3年9月

17. 佐賀・長崎デスティネーションキャンペーン(JRグループ)事業

・令和3年度予算 3,000 千円

令和4年秋に予定されている九州新幹線西九州ルート（長崎ルート）の暫定開業を契機に、佐賀県との共催でデスティネーションキャンペーンが実施されることから、観光地の受入整備や事前プロモーションを行う。

(1) モデルコース開発

新幹線の停車駅からのモデルコースを開発する。

- ・モデルコース作成停車駅（予定）：武雄温泉駅、嬉野温泉駅、新大村駅、長崎駅

(2) WEBメディア広告

インスタグラマーを招聘し、モデルコースを紹介する記事制作を行い、HPへの掲載やWEBメディアなどで広告を行う。

自主事業

【自主事業売上目標合計】

[単位：千円]

	R3		R2 見込		前年比	
	売上	粗利	売上	粗利	売上	粗利
18. 旅行事業	86,600	6,670	51,570	△7,005	167.9%	—
19. 物販事業	3,000	900	800	180	375.0%	720.0%
20. 賛助会員事業	4,550	3,690	0	△618	—	—
21. 賃貸事業	20,825	4,049	32,635	16,685	63.8%	24.2%
合計	114,975	15,309	85,005	9,242	135.0%	165.6%

18. 旅行事業

県北地域のゲートウェイとして観光案内業務をおこなっている佐世保観光情報センターは、旅行商品販売の窓口機能を担っており、大手旅行代理店との委託販売契約等をワンストップで集約する販売業務を行う。

また、本事業は、観光客の誘致、周遊促進という当協会の公益事業推進の役割に加え当協会の安定した運営のための財源を確保する収益事業としても位置づける。

(1) 旅行商品販売

- ・募集型企画旅行
- ・手配旅行、JTB提携販売店契約

[目標]

	利用者数 (単位：人)	単価 (単位：円)	売上 (単位：千円)	経費 (単位：千円)	粗利 (単位：千円)
R3	1,000	6,000	6,000	5,100	900
R2 見込	170	10,000	1,700	1,445	255
前年比	588%	60%	353%	353%	353%

(2) 観光バス

- ・クルーズバス海風

[目標]

	乗車人数 (単位：人)	単価 (単位：円)	売上 (単位：千円)	経費 (単位：千円)	粗利 (単位：千円)
R3	7,000	1,700	11,900	16,000	△4,100
R2 見込	1,800	1,700	3,060	14,500	△11,440
前年比	389%	100%	389%	133%	—

※上記経費は、運行委託費、ガイド代、保険代等。

(3) 自社商品販売

- ・HTB 1DAYパスポート (入場+約40のアトラクション施設)

- ・HTB 1DAY&海きららセット券
- ・HTB アフター5パスポート（5時から入場できるパスポート）※期間限定
[目標]

3種合計	販売数 (単位：枚)	単価 (単位：円)	売上 (単位：千円)	経費 (単位：千円)	粗利 (単位：千円)
R3	5,000	6,500	32,500	31,520	980
R2 見込	4,700	6,900	32,430	31,450	980
前年比	106%	94%	100%	100%	100%

※上記経費は、仕入金額、委託手数料、チケット制作費等。

(4) 受託商品販売

- ・SASEBO軍港クルーズ（チャーター含む）
- ・事業者造成体験プログラム
- ・市内路線バス1日乗車券、島瀬美術館、イベントチケット他
[目標]

軍港クルーズ	乗船数 (単位：人)	単価 (単位：円)	売上 (単位：千円)	経費 (単位：千円)	粗利 (単位：千円)
R3	8,500	400	3,400	—	3,400
R2 見込	2,450	400	980	—	980
前年比	347%	100%	347%		347%

※上記の単価、売上は、軍港クルーズの販売受託手数料からガイド代等経費を引いた金額（＝粗利）。その他、体験プログラム、チケット類の受託販売は含まない。

(5) ふるさと納税

- ・ふるさと納税返礼品（宿泊券）
- ・ふるさと納税返礼品（タクシープラン、お節料理など）
[目標]

宿泊券	販売枚数 (単位：枚)	単価 (単位：円)	売上 (単位：千円)	経費 (単位：千円)	粗利 (単位：千円)
R3	5,000	6,000	30,000	25,000	5,000
R2 見込	1,900	6,000	11,400	9,500	1,900
前年比	263%	100%	263%	263%	263%

※販売件数は R2 見込：380 件、R3：1,000 件

※上記の経費には、前年発行済みの経費は含まれない。

その他返礼品	販売件数 (単位：件)	単価 (単位：円)	売上 (単位：千円)	経費 (単位：千円)	粗利 (単位：千円)
R3	70	40,000	2,800	2,310	490
R2 見込	50	40,000	2,000	1,650	350
前年比	140%	100%	140%	140%	140%

【旅行事業全体売上】

[目標]

[単位：千円]

	R3			R2 見込		
	売上	粗利	利益率	売上	粗利	利益率
(1) 旅行商品販売	6,000	900	15.0%	1,700	255	15.0%
(2) 観光バス	11,900	△4,100	—	3,060	△11,440	—
(3) 自社商品販	32,500	980	3.0%	32,430	980	3.0%
(4) 受託商品販売	3,400	3,400	100.0%	980	980	100.0%
(5) ふるさと納税	32,800	5,490	16.7%	13,400	2,250	16.8%
合計	86,600	6,670	7.7%	51,570	△7,005	—

19. 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、クリアファイル、ハンドタオル）
- ・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

【物販事業全体売上】

[目標]

[単位：千円]

	R3			R2 見込		
	売上	粗利	利益率	売上	粗利	利益率
(1) オリジナル商品	2,000	700	35.0%	400	0	—
(2) 受託商品	1,000	200	20.0%	400	180	40%
合計	3,000	900	30.0%	800	180	22%

20. 賛助会員事業

賛助会員年会費については1口1万円とし、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。新型コロナウイルスの影響で苦境を強いられている賛助会員の拠り所となるべく、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

	H28	H29	H30	R1	R2
法人会員	389 名	386 名	385 名	387 名	381 名
個人会員	9 名	9 名	9 名	8 名	8 名
合 計	398 名	395 名	394 名	395 名	388 名

[目標]

[単位：千円]

	R3			R2 見込		
	売上	粗利	利益率	売上	粗利	利益率
賛助会員事業	4,550	3,690	81.1%	0	△618	0%

※R2年度は、新型コロナウイルスの影響により会費請求なし

21. 賃貸事業

(1) 観光交流センター賃貸

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28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。

(2) 駐車場賃貸

佐世保中央IC高架下の駐車場（普通車57台収容）については、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、更地にする工事を行う。（工事予定期間：令和3年5月～令和7年3月頃）

【賃貸事業全体売上】

[目標]

[単位：千円]

	R3			R2 見込		
	売上	粗利	利益率	売上	粗利	利益率
(1) 観光交流センター賃貸	20,825	6,060	29.1%	19,855	7,443	37.5%
(2) 駐車場賃貸	0	△2,011	0%	12,780	9,242	72.3%
合計	20,825	4,049	—	32,635	16,685	51.1%

※（1）観光交流センター賃貸は、償却前

以上