

令和4年度事業方針

令和3（2021）年は、前年同様、新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受け、全国的に観光関連産業は低迷が続いた。感染者数も拡大と減少を繰り返し、一時的に落ち着きを見せた秋頃には旅行需要の回復に期待が持たれたものの、一年を通してみると行動自粛の傾向は続き、総じて大変厳しい対応を迫られた年となった。なお、訪日外国人観光客数は24万6千人で、コロナ前の2019年（3188万人）と比べると99.2%減（JNTO推計）となり壊滅的な状況が続いた。

佐世保市においても、旅行需要喚起策として実施した県民対象の宿泊キャンペーン（12月より隣県も対象）や方面振替となった修学旅行の受入れにより、後半期には一部持ち直しの動きもみられたが、通年では期待した人流の回復には至らず、特に、感染者数等が拡大したまん延防止等重点措置の実施期間は、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、昨年同様に厳しい状況が続いた。

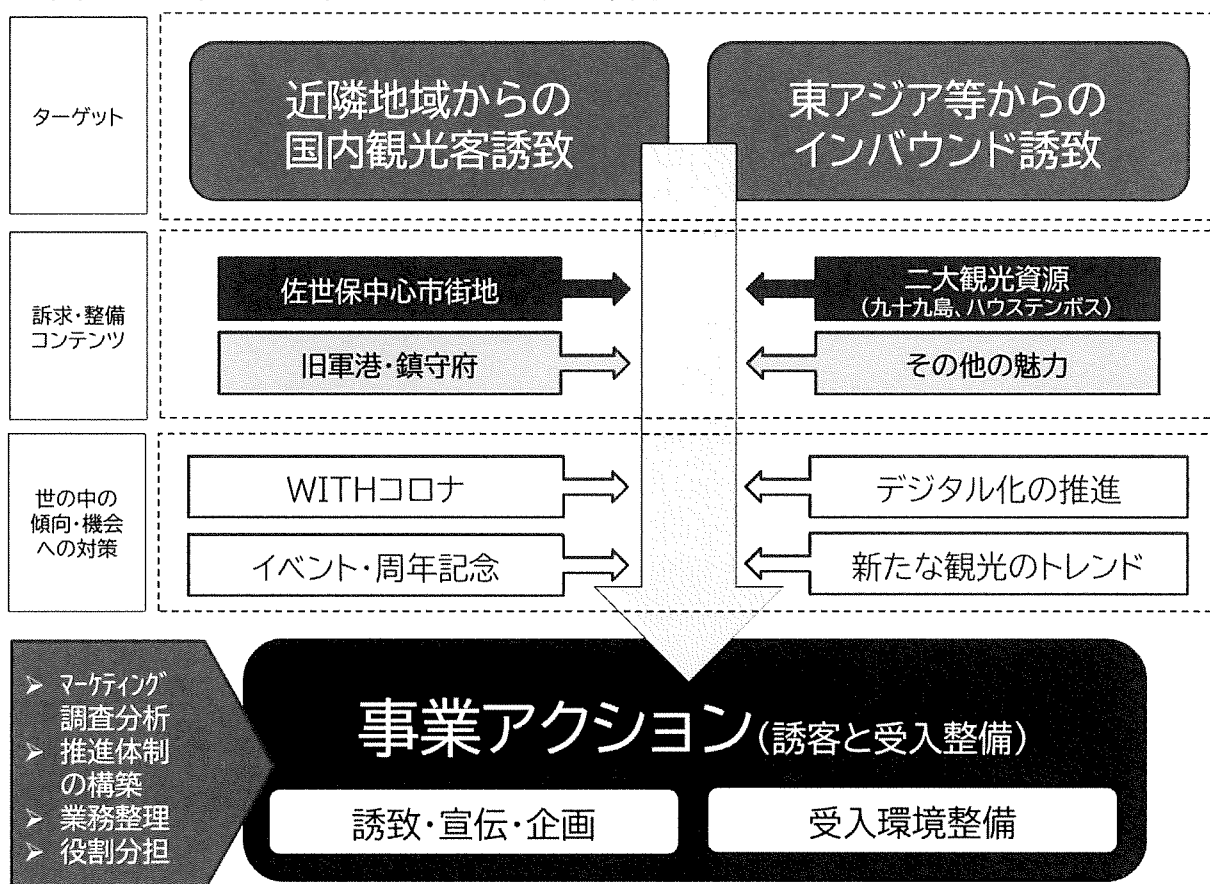
令和4年度について、コロナの影響をはじめ先行きの予測が立てにくい中ではあるものの、佐世保観光コンベンション協会では、「佐世保市観光アクションプラン」に基づく事業の進捗を図りながら、観光客誘致と受入整備の両面について、ウィズコロナ・アフターコロナの視点に立ち、佐世保市の観光を牽引するDMOとしての役割を果たすべく、域内の事業者や地域住民の方々との連携をより一層深め、観光振興による地域経済の早期回復と活性化に繋げていく。

国内対策としては、市制施行120周年、針尾送信所建設100年、西九州新幹線暫定開業、佐賀・長崎デスティネーションキャンペーンなどの周年記念やイベントが多数予定されていることから、観光振興において好機の年となる。

これらをフックに、本市に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とし、コロナ禍での安心安全の観光のための受入態勢を整備し、コロナ収束後の消費者マインドの向上にあわせた企画、プロモーションを展開するとともに、昨年に引き続き、県民対象の宿泊キャンペーンの実施や方面変更となった修学旅行の取り込みなど、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、現時点では訪日外国人観光客の入国制限解除の目処は立っていないものの、クルーズ船をはじめとする団体客や小グループ、FITなどの旅行形態に合わせ、それぞれ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継続して行う。

□令和3～5年の3カ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まん延により、観光を取り巻く環境は依然として非常に厳しい状況にあるが、今後は、ウィズコロナの生活様式の定着や世界的なワクチンの普及に加え治療薬の開発も加速し、経済活動が活性化していくことが期待できる。

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、これまで同様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 周年記念、イベント等を契機とした観光振興策

佐世保市制施行120周年、針尾送信所建設100年、西九州新幹線暫定開業、佐賀・長崎デスティネーションキャンペーン、佐世保中央公園リニューアルなど佐世保

市の観光に賑わいが戻ってくることを期待できる一年である。

これらを契機とした観光振興策を企画立案し、特に集客の見込みが高い北部九州を中心としたメインターゲットに向け、重点的なPR、誘致活動を展開する。

海外については、引き続き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。

- ・佐世保市制施行120周年
- ・旧海軍佐世保無線電信所（針尾送信所）建設100年
- ・旧佐世保鎮守府凱旋記念館（佐世保市民文化ホール）建設99年
- ・西九州新幹線暫定開業／令和4年秋
- ・佐賀・長崎デスティネーションキャンペーン／令和4年10月1日～12月31日
- ・佐世保中央公園リニューアル／令和4年4月

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3年に策定した「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

令和 4 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. 印刷物事業
6. 佐賀・長崎デスティネーションキャンペーン(新幹線対策)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. 広域インバウンド対策事業
14. クルーズ船受入対策事業

〈新 規 事 業〉

15. 「針尾送信所建設 100 年祭」企画・日本遺産「佐世保鎮守府」PR事業
16. デジタル化推進事業

〈委 託 事 業〉

17. 佐世保市内でゆったり宿泊キャンペーン事業
18. 周遊ワーケーションツアー造成・販売事業

〈自 主 事 業〉

19. 旅行事業
20. 物販事業
21. 賛助会員事業
22. 賃貸事業

観光地域づくり

・令和4年度予算 72,892 千円（前年比 99.1%）
（参考）令和3年度 73,546 千円

佐世保市と小値賀町の2市町は、平成25年度に、観光庁より「海風の国」佐世保・小値賀観光圏の認定を受けており、当協会はそのプラットフォーム機能として、圏域の観光地域としてのブランド化を目指し、佐世保市、小値賀町と連携し策定した『「海風の国」佐世保・小値賀観光圏整備計画』に基づき観光地域づくりに取り組んでいる。

また、平成29年度には、観光庁より観光地域をマーケティング・マネジメントする観光地域づくり推進法人（DMO）として第一回から認定されている。

＜観光圏整備計画及び観光地域づくり法人形成・確立計画＞

- ① 対象区域 長崎県佐世保市、長崎県北松浦郡小値賀町
- ② 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～



海風の国

1. 観光地域づくりプラットフォーム構築事業（佐世保市・小値賀町）

・令和4年度予算 46,802 千円（前年比 102.9%）
（参考）令和3年度 45,496 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]

		R4	R3 見込	前年比
情報センター 利用者数	全体	27,000	15,000	180.0%
	（うち外国人）	3,000	400	750.0%

※年度内の渡航制限解除を見込み計画

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4年度予算 26,090 千円（前年比 93.0%）
（参考）令和3年度 28,050 千円

国際競争力の高いブランド観光地域をつくるため、観光事業者のみならず地域の多様な関係者を巻き込み、地域の観光資源を磨き上げる事業。

(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魅力を創出する。

① 滞在コンテンツ・プログラム造成事業

観光客自身が自分の好みに合うプログラムを選び、自ら組み立てて当地域の滞在を楽しむ

むことのできるコンテンツの充実を図る。

[コンテンツ案]

- ・ディープな佐世保を巡るツアー造成事業
当地域ならではの日本遺産鎮守府関連資産を巡る周遊ツアー
- ・ペットツーリズムツアー造成事業
当エリアにおけるペットとの同伴ツアー

[計画]

[単位：件]

	R4	R3 見込	前年比
商品造成数	2	5	40.0%

② 九十九島クリーンアップ大作戦事業

「九十九島の日（9/19）」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整備・保全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

[計画]

[単位：人]

	R4	R3 実績	前年比
参加者	400	中止	—

(2) ブランド価値の提供「受入環境整備」

圏域の各エリアにおいて、地域住民や事業者が自立し持続可能な観光客受入を目指して、主体的に行う来訪者を呼び込む取り組みや企画に対してサポートする。

① 地域受入整備事業

地域の観光資源を活かした着地型旅行商品の造成や名産品の開発等を行う。

- ・まちなか：万津エリアを拠点とした滞在プラン造成事業
牽引車を活用したコース造成及びモニターツアー
- ・小値賀：環境保護活動「OJIKI ISLAND GREEN TRIP」事業
海洋プラごみをアップサイクルした商品開発・販売
- ・黒 島：黒島天主堂献堂ナイトタイム魅力創出事業
献堂 120 年記念天主堂ライトアップ
- ・俵ヶ浦：俵ヶ浦半島ランナース・ヴィレッジ事業
俵ヶ浦半島のトレイルコースの磨き上げ など

[計画]

[単位：件]

	R4	R3 実績	前年比
受入整備	6	6	100.0%

② 観光人材育成講座・体験コンテンツ造成事業

観光マイスターなど地域の観光人材を対象に当圏域の歴史・観光、インバウンド受入に

関する知識習得や現場でのガイド体験研修等を実施し、修了者による「海風の国」オリジナルの体験コンテンツの造成を行う。

[計画]

[単位：人]

	R4	R3	前年比
体験コンテンツ造成数	1	—	—

③ デジタルサイネージ多言語追加事業

佐世保観光情報センター入口に設置している観光案内デジタルサイネージの多言語化を充実させる。(簡体字・繁体字・韓国語)

(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行うための体制確立と情報発信。

① 圏域内アドバイザー・コーディネータ連携事業

観光地域づくりに関する各種事業の助言などを行っていただくアドバイザーを招聘する。

② 「海風の国」観光マーケティング調査事業

インターネットによるニーズ調査など各種施策、マーケティングに必要な市場調査を実施する。

[計画]

[単位：件]

	R4	R3 見込	前年比
調査数	5	5	100.0%

③ 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

(4) ブランド管理「地域連携」

地域内外の多様な関係者との連携。

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及び旅行会社との商談会を行う。

[計画]

[単位：件]

	R4	R3 見込	前年比
旅行会社商品設定数	1	1	100.0%

② 九州 3 観光圏連携事業

九州域内の観光圏と連携して、訪日外国人観光客における九州の認知度向上、国内観光客の誘致に取り組む。

※九州域内観光圏：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）

・九州・長崎 IR を見据え、富裕層向けに圏域をまたぎ外国語でガイドできる人材の育成

③ 「海風の国」観光マイスター事業

佐世保・小値賀の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を案内できる「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、じっくりと楽しく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）

・「海風の国」こども観光マイスター勉強会開催

[計画]

[単位：人]

		R4	R3 実績	前年比
参加者数	シルバー	70	68	102.9%
	ゴールド	15	22	68.2%
	こども	20	5	400.0%
合計		105	95	110.5%

(5) 来訪者の評価

観光全体の目標数である入込客数や来訪者満足度などの調査を行う。

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う。

[計画]

[単位：人]

	R4	R3 見込	前年比
調査サンプル数	800	600	133.3%

② 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）、弓張岳展望台（1箇所）、神崎鼻公園（1箇所）

観光PR関係

3. プロモーション事業

・令和4年度予算 7,475 千円（前年比 136.6%）
（参考）令和3年度 5,474 千円

佐世保市の観光情報を収集・整理し、広報活動、広告宣伝を行う。

(1) PR事業

① 広報・PR

自社 SNS や紙媒体を使用した広告に加え、TV 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など PR 活動を行い、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]

	R4	R3 見込	前年比
取材等対応数	400	280	142.9%
パブリシティ獲得数	180	100	180.0%

※取材対応数：アテンド、校正、写真貸出等含む

[参考] SNS フォロワー数 (2/4 時点)

Facebook 6,036 フォロワー

Instagram 2,065 フォロワー

Twitter 1,178 フォロワー

(2) 公式ホームページ管理運営(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、ログ解析を行う。日本語のホームページについては、定期的に分析を行い、日々のコンテンツの更新や情報の拡充を図るなどの SEO 対策を行い、オーガニック検索を増やすことで安定した利用者を着実に増やし、誘客に繋げる。

・言語（文字）：日本語、英語、中国語（繁体字、簡体字）、韓国語

[計画]

	R4	R3 見込	前年比
HP セッション数	950,000	800,000	118.7%
HP ユーザー数	610,000	510,000	119.6%
HP ページビュー数	1,927,800	1,700,000	113.4%

※R3 見込の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、意見交換会などを行う。

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 16 名）の委嘱・任命を行う。

③ させぼ観光大使事業

させぼ観光大使（2 名）の改選期にあたるため、選彰委員会による選彰を行う。

・募集案内ツール制作、選彰式典、制服費

4. 九十九島誘客事業

- ・令和 4 年度予算 10,000 千円（前年比 100.0%）
（参考）令和 3 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を活かし、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、九十九島を中心に中心市街地など、他エリアの相互の周遊を促すプロモーションを行う。

- ・WEB サイト、SNS、WEB 広告、WEB メディア、テレビ、紙媒体等

[目標]

	R4	R3 実績	前年比
九十九島認知度	66%	62.1%	106.2%

5. 印刷物事業

- ・令和 4 年度予算 3,680 千円（前年比 43.8%）※うち広告収入 165 千円
（参考）令和 3 年度 8,406 千円 ※うち広告収入 3,815 千円

来訪または来訪予定の観光客を対象に、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。

各種ツール類については、デジタルパンフレット化しホームページ等へ掲載するほか、観光情報センター等でタブレットを用いた案内に活用する。

(1) グルメ & ナイト情報集約・案内ツール制作業務

佐世保のグルメや宿泊施設などの情報を掲載したウェブサイト「佐世保タウンガイド」を制作する。

(2) 佐世保バーガーマップ

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。

(3) 佐世保市街地マップ

中心市街地をメインに郊外を含む観光エリアを掲載したマップ型チラシを制作する。

(4) 総合観光パンフレット「させぼ・おぢか」

「海風の国」佐世保・小値賀の魅力をまとめた、総合パンフレットを制作する。

6. 佐賀・長崎デスティネーションキャンペーン(新幹線対策)事業

- ・令和 4 年度予算 3,000 千円（前年比 100.0%）
（参考）令和 3 年度 3,000 千円

佐賀県と共催の佐賀・長崎デスティネーションキャンペーン（10～12 月開催）の実施にあわせ、セールス・プロモーション活動を行う。

(1) 動画制作

旬の観光素材や体験コンテンツなど、本市の観光資源の魅力をわかりやすく伝えるため、テレビ局やWEBメディアへの貸出用としても活用できる汎用性の高い動画を制作する。

(2) セールス活動

長崎県及び長崎県デスティネーションキャンペーン事務局と連携して、旅行会社などへのキャラバン活動やセールス活動を行う。

観光誘致関係

7. 国内観光誘致事業

・令和4年度予算 10,260千円（前年比95.5%）
（参考）令和3年度 10,740千円

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

大規模観光キャンペーン「佐賀・長崎デスティネーションキャンペーン」関連の旅行商品などで市内の着地型商品を販売するものに対し助成を行う。

[目標]

[単位：人]

	R4	R3実績	前年比
助成商品の集客人数	1,600	—	—

[対象商品]

- ・海風旅。Experience（佐世保バーガー手作りなど17種類の体験商品）
- ・日本遺産を巡る海軍さんの散歩道、英語で佐世保の街を知る、佐世保港まち歩き、SASEBOナイトツアーなど

(2) セールス活動

九州観光推進機構や県など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、旅行会社へのセールスを行い、旅行商品の造成を促進する。

また、九州地区については、福岡・佐賀・大分・熊本等の北部九州エリアの旅行会社及びバス会社等へのセールスを実施する。

- ・九州観光推進機構主催 観光情報説明会（東京・名古屋・大阪・広島・福岡）
- ・九州地区セールス

8. コンベンション誘致事業

・令和4年度予算 1,492千円（前年比91.0%）
（参考）令和3年度 1,640千円

小・中規模の学術大会や会議をターゲットとした、コンベンション誘致活動を行う。

(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
- ・九州内のコンベンション事務局への DM 発送（約 600 件）

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
- ・担当者会議の佐世保市開催受入対応

③ 当協会主催コンベンションセミナー

- ・佐世保市内でのコンベンション開催を促すため、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。

(2) 販促ツール作成

誘致活動に活用するため、施設案内ガイドブックを制作するほか、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 4 年度予算	400 千円（前年比 50%）※うち県負担金 100 千円
（参考）令和 3 年度	800 千円 ※うち県負担金 150 千円

佐世保市内で宿泊を伴う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]

		R4	R3 見込	前年比
開催助成 交付数	件数	1	0	100.0%
	人数	320	0	320.0%

※R3 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 4 年度予算 2,002 千円（前年比 87.8%）
（参考）令和 3 年度 2,280 千円

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たことから、その対応が出来る地域への方面変更が増えている。

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かつ効果的に PR、誘致活動を行う。

(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校、高校を中心に誘致セールスを行う。

- ・佐世保観光コンベンション協会主催セールス（北陸・東海・近畿エリア）
- ・九州観光推進機構主催 修学旅行説明会（東京・大阪）

(2) アクティブラーニングプログラム造成

令和 3 年度に造成した、修学旅行の体験プログラム「未来を変える SDGs 探究プログラムー SASEBOー」のモニターとして、プログラムを利用する学校向けに一部の料金を助成する。

（参考）市内宿泊修学旅行受入数

〔計画〕

		R4	R2 実績※	R2 年度比
小学校	校数	215	212	101.4%
	人数	15,300	15,192	100.7%
中学校	校数	160	158	101.2%
	人数	8,000	7,934	100.8%
高校	校数	130	129	100.7%
	人数	18,500	18,329	100.9%
その他	校数	5	4	125.0%
	人数	305	303	100.6%
合計	校数	510	503	101.3%
	人数	42,105	41,758	100.8%

※R3 実績は、3 月中旬集計の為、R2 年度実績記載

11. 修学旅行誘致新規施策事業／助成金

- ・令和 4 年度予算 4,592 千円（前年比 187.9%）
※うち事業者負担金 2,296 千円
（参考）令和 3 年度 2,444 千円
※うち事業者負担金 1,222 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) 助成金

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]

		R4	R3 見込	前年比
交付数	件数	21	4	525.0%
	人数	4,592	597	769.2%

(新規)修学旅行誘致新規施策事業／助成金(コロナ対策)

・令和4年度予算 2,600千円

コロナ禍を踏まえ、全国的に修学旅行の実施が大きく変化している中、インセンティブを働かせ、より多くの学校を取り込むことができるよう、令和4年4月1日以降に佐世保市へ方面変更を行った中学校、高校の修学旅行に対し、助成金を交付する。

(1) 助成金

1人1泊あたり 1,000円（佐世保市負担100%）

[計画]

		R4	R3	前年比
交付数	人数	2,600	-	-

12. 訪日外国人誘致事業

・令和4年度予算 10,660千円（前年比 85.8%）
（参考）令和3年度 12,430千円

コロナが収束し渡航制限が解除された後のインバウンド需要を見据え、本地域への誘引につながるよう、継続的な情報発信、セールス活動を行う。

(1) 中国

上海地区をターゲットとし、WEIBOを活用したFIT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

SNSによる情報発信及びOTA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

SNSによる情報発信及び現地商談会への参加、FIT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

SNS による情報発信及びリーガルウエディング商品販売・プロモーションのため、現地ウエディングフェアへの出展を行う。

(5) 東南アジア（タイ）

令和 3 年度に実施した市場調査の結果を踏まえ、現地旅行会社と連携した旅行商品の造成及び現地旅行博への出展を行う。また、福岡県、大分県と連携したプロモーションを実施する。

13. 広域インバウンド対策事業

・ 令和 4 年度予算 17,314 千円（前年比 96.6%）
（参考）令和 3 年度 17,924 千円

香港・台湾を中心に、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する。また、旅行代理店等に対し、オンライン・オフラインのコンタクトを行い、現地の旅行事情などの情報収集・関係強化・誘致活動を行う。

(1) セールス

- ・ 渡航制限時：香港・台湾両地域で現地レップを起用し、オンラインにて現地旅行社からの情報収集及び観光資源の紹介、商品造成に向けたセールスを実施する。
- ・ 渡航制限解除後：同レップのサポートを得て、現地旅行社を直接訪問のうえ誘致セールスを実施する。

(2) プロモーション

- ・ WEB メディアを活用した情報発信
- ・ 現地旅行社の保有する WEB や雑誌などの媒体を活用し、旅行商品を造成・販売する。

[計画]

[単位：個]

	R4	R3 見込	前年比
旅行商品造成数	4	—	—

[目標]

[単位：人]

	R4	R3 見込	前年比
旅行商品利用者数	50	—	—

14. 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 4 年度予算 19,653 千円（前年比 90.6%）
（参考）令和 3 年度 21,688 千円

国際クルーズ船ターミナル（三浦地区、浦頭地区）での観光案内や物産販売の設置、歓送迎イベントを行う。また、旅行会社やランドオペレーターに対し、セールス活動を行う。

(1) 歓送迎事業

① 歓送迎イベント

音楽やダンスなど、市内で活躍されている団体や学校などにご協力をいただき、歓送迎イベントを実施するほか、初入港のクルーズ船に対しては、歓迎セレモニーを行う。

② 臨時観光案内所等の設置

外国語に対応できる観光案内所を設置するとともに、三浦地区ターミナルでは、地域の特産品を含めた物産販売コーナーを設置する。

(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、佐世保市のクルーズ船の受入内容の情報提供や観光素材を体感できる周遊ルートを提案する。

(3) ツアーバス造成販売

浦頭地区では、主にクルーを対象とした周辺観光のバスツアーを造成・販売する。

[計画]

[単位：隻]

	R4 見込	R3 見込
入港隻数	50	3

新規事業

15. 「針尾送信所建設 100 年祭」企画・日本遺産「佐世保鎮守府」PR事業

・令和 4 年度予算 8,000 千円

令和 4 年の針尾送信所建設 100 年を記念して開催する「針尾送信所建設 100 年祭（佐世保市文化財課主管）」の集客企画として、佐世保鎮守府をテーマにアート・デザインと観光を融合させた話題性のある参加型イベントを開催する。

(1) SASEBO 鎮守府アート・デザインフェスティバル（仮称）の実施

日本遺産「佐世保鎮守府」をメインに、九十九島などの観光素材も活用したアート・デザイン作品を、針尾送信所を中心に市内各所へ展示するイベントを実施する。

① アート・デザイン作品の展示

期 間：令和 4 年 11 月の 1 ヶ月程度

場 所：針尾送信所、佐世保市民文化ホールほか

② 周遊企画の実施

フェスティバルに関連した日本遺産関連施設などを巡る周遊企画を実施する。

③ イベント告知用ツールの制作

リーフレット、ポスター、WEB サイトデザインなどの告知用ツールを制作する。

④ 情報発信

SNS 広告などを用いフェスティバルに関する情報発信を行う。

[目標]

[単位：人]

	R4	R2 実績	前年比
10～12 月施設利用数	61,000	50,545	120.7%

※対象施設：日本遺産鎮守府関連（弓張岳、針尾送信所、海自史料館、浦頭引揚記念館、無窮洞、艦艇見学、佐世保軍港クルーズ）

16. デジタル化推進事業

・令和 4 年度予算 5,060 千円

観光客の利便性の向上や適切なタイミングでの情報発信、業務効率化による質の向上を目的にインターネットや IT ツールを活用したデジタル化の体制整備を進めていく。

(1) 観光パンフレットのデジタル化

- ・総合パンフレット「海風の国させば・おちか」のデジタルパンフレット制作
- ・外国語版パンフレットのデジタルパンフレット（5 言語）
- ・佐世保バーガーマップ WEB ページ
- ・デジタルパンフレットへの誘導チラシ など

(2) 観光案内ツール等整備

観光案内所にタブレット端末を配置しデジタル化を進めることで、利用者の利便性や満足度の向上、業務の効率化を図る。

委 託 事 業

17. 佐世保市内でゆったり宿泊キャンペーン事業 （佐世保市）

・令和 4 年度予算 315,000 千円（うち施設等への助成金 300,000 千円）

新型コロナウイルス感染症の影響によって低迷した観光需要の早期回復を図るため、県民を対象にした宿泊キャンペーンを実施する。

(1) 事業内容

事業に参画する市内の宿泊施設等に対し、宿泊料金に応じ助成金を交付する（長崎県民の宿泊が対象）。宿泊施設への直接予約のほか、市内旅行会社での予約について対象とする。

- ・実施期間 令和 4 年 4～12 月
- ・助成額 宿泊料金 1 泊一人当たり半額助成（上限 3,000 円）
- ・宿泊目標 延べ 100,000 人／泊以上
- ・助成金予算額 300,000 千円

18. 周遊ワーケーションツアー造成・販売業務 （佐世保市）

・令和 4 年度予算 4,900 千円

西九州させば広域都市圏エリアを含めた地域のファン作りの一つとして、本地域の持つ魅力を体感できるような周遊ツアーを造成・販売するとともに、様々なプロモーションなどを通じて、佐世保市移住の検討につながることを目指す。ターゲットは30～40代の福岡を中心とする北部九州圏域在住者とし、対象はファミリー・カップル・一人旅と幅広く設定する。

自主事業

【自主事業売上目標合計】

[単位：千円]

	R4		R3 見込		前年比	
	売上	粗利	売上	粗利	売上	粗利
19.旅行事業	38,370	3,346	39,170	△7,328	98.0%	-%
20.物販事業	3,000	1,700	2,000	1,150	150.0%	113.3%
21.賛助会員事業	4,200	3,330	3,800	3,200	110.5%	104.1%
22.賃貸事業	20,825	5,100	19,855	5,418	104.9%	94.1%
合計	66,395	13,476	64,825	△2,440	102.4%	-%

19. 旅行事業

佐世保及び県北地域ならではの観光素材を活用した旅行商品の販売や、コンベンション開催時の宿泊手配などの旅行業務を行う。

(1) 旅行業

① 募集型企画旅行

[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)
R4	400	4,500	1,800	1,530	270
R3 見込	130	7,000	910	774	136
前年比	307.7%	64.3%	197.8%	197.7%	198.5%

② 手配旅行

[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)
R4	120	7,000	840	714	126
R3 見込	50	7,000	350	298	52
前年比	240.0%	100.0%	240.0%	239.6%	242.3%

(2) 観光バス

① 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)
R4	500	1,600	800	3,000	△2,200
R3 見込	1,500	1,600	2,400	14,220	△11,820
前年比	33.3%	100.0%	33.3%	21.1%	-%

※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

①観光施設入場・入館券

HTB 1DAY パスポート、HTB 1DAY&海きららセット券、HTB アフター5 パスポート

[目標]

	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)
R4	2,000	6,800	13,600	13,192	408
R3 見込	2,000	6,800	13,600	13,192	408
前年比	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

※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

①SASEBO 軍港クルーズ

[目標]

	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)
R4	6,700	400	2,680	938	1,742
R3 見込	2,250	400	900	315	585
前年比	297.8%	100.0%	297.8%	297.8%	297.8%

※単価、売上は、軍港クルーズの販売手数料のみ記載。

※チャーター含む

② その他

海風旅。Experience、路線バス 1 日乗車券、施設チケット他

[目標]

	利用数 (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)
R4	1,200	125	150	0	150
R3 見込	200	50	10	0	10
前年比	600.0%	250.0%	150.0%	-%	150.0%

(5) ふるさと納税

①佐世保宿泊券

[目標]

	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)
R4	2,500	6,000	15,000	12,500	2,500
R3 見込	3,000	6,000	18,000	15,000	3,000
前年比	83.3%	100.0%	83.3%	83.3%	83.3%

※発行枚数は R3 見込：3,300 件、R4：2,750 件

※上記の経費には、前年発行済みの経費は含まれない。

②その他

タクシープラン、お節料理など

[目標]

	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)
R4	120	2,500	3,500	3,150	350
R3 見込	90	3,000	3,000	2,700	300
前年比	133.3%	83.3%	116.7%	116.7%	116.7%

20. 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及び地元で販売されている地域物産商品の受託販売を行う。

(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、ハンドタオルなど）
- ・九十九島Tシャツ

(2) 受託商品販売

お土産用地場産品、三川内焼、絵葉書など

[目標]

[単位：千円]

	R4			R3 見込		
	売上	経費	粗利	売上	経費	粗利
(1) オリジナル商品	2,000	800	1,200	1,500	600	900
(2) 受託商品	1,000	500	500	500	250	250
合計	3,000	1,300	1,700	2,000	850	1,150

21. 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。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。

賛助会員数推移・令和4年度目標

	R4 目標	R3	R2	R1
法人会員	392 名	371 名	381 名	387 名
個人会員	8 名	6 名	8 名	8 名
合 計	400 名	377 名	388 名	395 名

[目標]

[単位：千円]

	R4			R3 見込		
	売上	粗利	利益率	売上	粗利	利益率
賛助会員事業	4,200	3,330	79.3%	3,800	3,200	84.2%

22. 賃貸事業

(1) 観光交流センター賃貸

観光交流センターは、年間契約によるホール賃貸および事務室の貸出を行っている。

佐世保市で佐世保競輪場の再整備について検討がなされていることから、今後の対応を検討していく。

- ・ 建築年：1993 年
- ・ 賃 主：日本トーター、スーパアップ

(2) 駐車場賃貸

佐世保中央 I C 高架下の駐車場については、令和 3 年度より、西九州自動車道 4 車線化工事に伴い、駐車場を一時閉鎖している。

- ・ 閉鎖期間：令和 7 年 3 月頃までの予定

[計画]

[単位：千円]

	R4			R3 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	5,100	24.5%	19,855	7,443	37.5%
(2) 駐車場賃貸	0	0	0%	0	△2,025	0%
合計	20,825	5,100	24.5%	19,855	5,418	27.3%

※ (1) 観光交流センター賃貸は、償却前

[用語説明]

アクティブラーニング

伝統的な教員による一方向的な講義形式の教育とは異なり、学習者の能動的な学習への参加を取り入れた教授・学習法の総称。学習者が能動的に学ぶことによって、後で学んだ情報を思い出しやすい、あるいは異なる文脈でもその情報を使いこなしやすいという理由から用いられる教授法。発見学習、問題解決学習、経験学習、調査学習などが含まれるが、教室内のグループ・ディスカッション、ディベート、グループ・ワークなどを行うことでも取り入れられる。(引用元：文部科学省 HP 用語解説)

アップサイクル

サステイナブル（持続可能）なもののづくりの新たな方法論のひとつである。従来から行なわれてきたリサイクル（再循環）とは異なり、単なる素材の原料化、その再利用ではなく、元の製品よりも次元・価値の高いモノを生み出すことを、最終的な目的とする。（引用元：アートスケープ）

オーガニック検索

検索結果画面の広告枠を除いた部分のことを指す。Google や Yahoo! でユーザーが検索を行った際、検索エンジンがアルゴリズムによって評価したサイトをランキング形式で表示させている。別名、自然検索とも呼ばれる。（引用元：デジタルマーケティングブログ）

ランドオペレーター

旅行会社の依頼を受け、旅行先のホテルやレストラン、ガイドやバス・鉄道などの手配・予約を専門に行う会社のこと。海外に支店や子会社を持ち独自に手配・予約のできる大手旅行会社以外は、現地に詳しいランドオペレーターに手配・予約を委託している。日本国内の旅行会社で、インバウンド（訪日外国人旅行）のホテルなどの手配・予約を専門に行っている会社もランドオペレーターになる。日本では、ツアーオペレーターともいう。（引用元：JTB 総合研究所）

リーガルウエディング

「legal＝法的な、合法の」という名の通り、その国の民法で定められた挙式スタイルのこと。挙式当日は地元の市民や信者さん同様に、民法で定められた資格を有する司祭のリードによって、法の規定通りに結婚を誓って婚姻証明書を取得し、帰国後にその原本と和訳を市町村役場に届け出て入籍をする手順となる。それにより、日本の戸籍にも挙式日に遡って「〇〇国方式により婚姻」と記載され、両国に実際の挙式日での婚姻記録が残る。（引用元：㈱EVC HP）

レップ（セールスレップ）

アメリカで数十年前から発展してきたビジネス形態の一つで、日本では、営業代行業、販売代理業などがイメージとしては近いものとなるが、セールスレップと言った場合は、その専門分野や地域において強力な人的営業・販売ネットワークを持ち、高いマーケティングスキルや専門知識により、効率的かつ効果的に販売支援を行う専門家であることが大きな特徴となっている。顧客からは、常に非常に大きな信頼を受け事業成功の成否を握る重要な役割を担っている。（引用元：日本セールスレップ協会）

FIT (Foreign Independent Tour /Free Individual (Independent) Traveler)

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。1964（昭和 39）年の海外観光旅行自由化以降しばらくの間、海外旅行はパッケージツアーや団体旅行で行くことが多かった。しかし、海外旅行の経験者が増えるに従い旅行目的も多様化し、不特定多数を対象としたパッケージツアーなどではなく、自分の目的に合わせた旅行をしたいという要望が高まり FIT が増えてきた。観光旅行のみならず、業務や海外駐在、家族・知人訪問などで海外を訪れる人が増えたのも一因と考えられる。FIT という言葉が浸透したのは、格安航空券が出回り海外旅行者数が急増した 1990 年代初め頃からといわれている。（引用元：JTB 総合研究所）

OTA (Online Travel Agent)

インターネット上だけで取引を行う旅行会社のこと。店舗で営業を行っている旅行会社のオンライン販売は OTA とは呼ばない。国内外の宿泊や航空券などの手配旅行、宿泊と航空をセットにしたダイナミックパッケージ、施設とお客様が直接契約する宿泊仲介、旅行保険などを取り扱うことが多い。24 時間いつでも膨大な数の商品を閲覧・検索でき、店舗へ出向く必要のない利便性が消費者の支持を得ている。店舗を構えることも営業社員を抱えることもなく、システム投資がほとんどであることから、旅行業以外からの参入が多く見られる。OTA に対し従来型の旅行会社は、自社サイトと店舗、電話販売を関連させ、それぞれの利便性を追求したクロスチャネル販売に力を入れている。（引用元：JTB 総合研究所）

SEO (Search Engine Optimization)

インターネット上の検索エンジンで特定のキーワードを検索した結果リストにおいて、その上位に表示されるようにウェブサイトの構成や内容を調整すること、また、その手法。検索エンジンの検索結果は公平性を重視した独自のプログラムによって導き出される。この検索プログラムの特徴や情報収集の方法を分析すると、適切なキーワードをタイトルやページ説明に加えたり、他の多くのウェブサイトで紹介されることで、検索結果の上位に表示されやすくなることができるとされる。（引用元：日本大百科全書）

以上