

佐世保観光コンベンション協会 ミッション	観光を手段とした豊かな地域づくり	中長期 事業計画	・海風の国観光圏整備実施計画（2/5年） ・佐世保市観光振興羅針盤（1/4年）
	「DMO」として短期的成果を重視したマーケティング志向、「観光地域づくりプラットフォーム」として長期的成果を重視したブランディング志向		

事業方針	
コロナ禍では、疲弊した地域経済を回復すべく短期的成果を重視した取組を中心に行った。令和5年度から日本国内の観光需要は、特に都市圏においてインバウンドを中心に増加し、令和6年度も更なる増加が見込まれる。 地方都市である佐世保市は、日本人観光客をベースにインバウンドの誘客を強化し経済波及効果を高めるため、オンリーワンの地域を目指し、当市観光を代表する「ハウステンボス」、「九十九島」の2つのエリアと、交通の要衝で宿泊・商業施設が集積し、旧海軍とアメリカ文化が息づく「港まち・街なか」エリアを中心に、そこから広がる自然、歴史、文化など多種多様な佐世保の魅力を磨き上げ、発信していく取組を短期及び長期的成果双方のバランスを取り推進する。事業推進にあたっては、ハウステンボスや九十九島パールシーリゾート等の観光施設、宿泊施設等の地域事業者及び九州観光機構、長崎県観光連盟等の観光組織や西九州させば広域都市圏のほか九州内の自治体との連携を強化する。	

重点戦略		
1	地域資源の魅力創出と受入体制の強化・高付加価値化	①エリアのキーとなる組織との連携によるエリアの特徴を活かした観光商品開発 ②ガストロノミーツーリズムによる食ブランド化及びナイトタイムの魅力向上 ③魅力あるガイド等観光人材の育成
2	マーケティング強化及びDXによる国内観光客の誘客・利便性の向上	①ウェブ・SNS等のオウンドメディアでの情報提供・情報発信の強化 ②受入整備の取組におけるデータ収集の視点追加 ③観光データの収集・分析結果の地域事業者等への提供と活用促進
3	インバウンド拡大に向けた取り組み強化	①周辺自治体とタイアップした誘致・プロモーション ②インバウンド向け（FIT・団体・クルーズ客）着地型商品の開発 ③佐世保・小値賀エリアブランディング滞在モデルの作成

KGI	KPI			
観光消費額(千円)	延べ宿泊者数(人)	来訪者満足度	再来訪意欲率	地域住民満足度
70,000,000	1,900,000人	15.0%	74.0%	27.0%

※来訪者満足度調査(リカード尺度7段)の「大変満足」の数値

収支予算(千円)					公益事業費内訳(千円)※自主除く			
収入	補助金	164,066	支出	事業費	238,929	受入	29,155	35%
	負担金	0				国内	28,988	35%
	事業収益	73,961		管理費	10,410	海外	20,874	25%
	会費・他	4,073				マーケティング リサーチ	4,103	5%
	合計	242,100		合計	249,339	合計	83,120	100%

（参考）令和6年のトピックス	
・ハウステンボスNEW／ミッション・ディープシー（3/15～）、ウォーターガーデン（4/27～）・佐世保港浦頭クルーズターミナル供用開始（3月～）・九十九島パールシーリゾート30周年（7/20）・北部九州総体2024（7/21～8/12）・長崎スタジアムシティ開業（10/14～）・SAGA2024国民スポーツ大会（10/5～15）・パリ2024オリピック・パラリンピック（7/26～8/11・8/28～9/8） ※R7県内トピックス：西海国立公園70周年（3/16）、ながさきピース文化祭（9/14～11/30）	

令和6年度の主な取り組み										
NO	重点戦略	事業名	事業費					成果視点		概要
			(千円)	補助	委託	自主	他※	短期	長期	
1	地域資源の魅力創出と受入体制の強化・高付加価値化	ガストロノミーツーリズム推進事業	2,000	○				○	○	「食」による観光コンテンツ及びナイトタイムの強化として、「魚の美味しいまち、佐世保」をコンセプトに海鮮をフックにしたメニュー開発を行い、市内飲食店等地域事業者と連携しながら観光事業への意識醸成と、市内周遊の促進を図る事業。
2		地域受入整備事業「世知原、高島、鹿町」	4,100	○ 県含む			○	○	○	・世知原ならではのアウトドア資源「沢登り」を活用した体験コンテンツの造成・販売 ・高島のマリンアクティビティや魚を使ったBBQ等を活用した体験コンテンツ造成・販売 ・鹿町と近隣の産品を網羅した野外クッキングを強みとする商材を活用した体験コンテンツ開発事業
3		地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化事業	2,000,000	観光庁		○	○	○		観光庁の補助メニューを活用し、宿泊施設、観光施設、飲食店等の高付加価値化改修及び高付加価値化改修の効果を高める実証事業を行う。DMO及び関係者で協議した地域のビジョン・コンセプトに沿って取り組むもので、地域一体となった観光地を目指す。申請は令和6年4月予定。審査結果7月頃。（注）左記事業費は、参加事業者に直接が大半を占め、一部を除き当協会の予算に計上されません
4	マーケティング強化及びDXによる国内観光客の誘客・利便性の向上	【新】コンテンツツーリズム推進事業	8,000	○				○		これまで佐世保市で映画、ドラマなど様々なメディアで撮影の受入をおこなったものを活用し、観光客の誘致・周遊はもとより、地域住民の地域愛の向上を目的にコンテンツツーリズムを企画。ロケ地マップ等の制作、DMOウェブサイトの情報頁の作成などを行う。あわせて今年放映の佐世保も舞台となったアニメ映画「きみの色」とタイアップしたキャンペーンを長崎県と連携し実施する。
5		【新】MaaSアプリ活用「観光ルートのテーマ設定及び記事作成事業」	1,660	○				○		観光客の形態は個人旅行客が多くを占めている中、顕在化した観光情報に限らず市民が親しんでいるお店や癒しスポットなどをテーマ別に焦点を当てることで、観光資源として潜在的な情報の発信を行う。土地勘の少ない観光客にその場所を案内する手法として、MaaSアプリ「STLOCAL」を活用し、個人旅行客の様々な訴求に対応する最適な情報とルート案内の実現を図る。
6		地域一体とした観光振興のためのマーケティングリサーチ強化事業	2,104	○				○		令和5年末からスタートした、佐世保市への観光客の誘客、地域全体で経済効果を狙った戦略の策定、施策の立案の為のマーケティングリサーチに必要な、人流、SNS、WEB検索などのデータを収集分析し、当該地域の観光市場の状況や今後の見通しなどを地域のステークホルダーへ情報提供・発信する事業を強化する。
7	インバウンド拡大に向けた取り組み強化	【新】アフターコロナのインバウンド訴求変化に呼応した受入体制整備事業	7,050	○					○	令和6年度から5ヵ年計画で西九州させば広域都市圏の構成市町が連携し、インバウンドをターゲットに据えた体験コンテンツの造成を進める。国内のコンテンツ企画・販売事業者を起用し、令和6年度は広域圏でのコンテンツ調査・発掘・検証を行い、次年度以降の磨き上げ、コンテンツ毎の内容・金額等のタリフ化、旅行商品等商品化に繋げる。
8		【新】市内観光施設共同「韓国プロモーション」事業	4,500	○				○		令和3年度から台湾とタイを福岡市、北九州市、日田市など北部九州の周辺自治体と誘客連携を行い、一定の成果が出てきている。令和6年度は、訪日滞在時間が短く周辺自治体と誘致に競合する韓国を佐世保市に誘客する為、ハウステンボス、九十九島パールシーリゾートなど市内の観光施設と事業費を含めた連携での共同プロモーションを実施する。
9		海風の国「佐世保・小値賀観光圏」一丁目一番地滞在モデルコース造成	未定						○	佐世保市のインバウンドのターゲットエリアは、東アジア、東南アジアだが、小値賀との海風の国観光圏のエリアブランディングでは、特に欧米等のインバウンド富裕層を狙い、数を求める低価格モデルの競争ではなく、収益重視路線の滞在モデルを造成。二次交通アクセスでは、ヘリコプターや船のエンターテインメントを検討する。実施は、小値賀町とも連携し国の補助メニュー等を狙い令和7年度以降を予定。

※補助○=佐世保市 ※他=参画事業者の受益者負担等

令和6年度事業項目一覧

[金額単位：千円]

大項目	事業名	予算額
1.観光ブランド確立事業	1) ブランド価値の提供「地域魅力創出事業」	1 6,100
	2) ブランド価値の提供「受入環境整備事業」	2 900
	3) ブランド管理「マネジメント体制の確立事業」	3 700
	4) ブランド管理「地域連携事業」	4 2,765
	5) 来訪者の評価「地域連携事業」	5 1,800
2.地域一体とした観光振興のためのマーケティング強化事業	1) デジタルマーケティングデータ収集	6 2,103
3.MaaSアプリ活用「観光ルートのテーマ設定及び記事作成事業」	1) MaaSアプリ活用「観光ルートのテーマ設定及び記事作成事業」	7 1,660
4.印刷物事業	1) グルメ&ナイト情報集約・案内ツール制作事業	8 1,532
	2) 観光案内印刷物制作事業	9 1,177
5.プロモーション事業-1	1) PR事業	10 4,500
	2) 公式HP事業	11 3,619
6.九十九島誘客事業	1) ハウステンボス連携	12 5,000
7.デジタル化推進事業	1) 観光パンフレットのデジタル化推進	13 750
8.佐世保コンテンツツーリズム推進事業【新規】	1) 佐世保コンテンツツーリズム推進事業	14 8,000
9.コンベンション誘致事業	1) セールス活動	15 689
	2) コンベンション開催助成金	16 500
10.修学旅行誘致事業	1) セールス活動	17 2,019
11.国内観光客誘致事業（旅行会社対策）	1) セールス活動	18 1,247
12.訪日外国人誘致事業	1) 情報発信	19 900
	2) タイアップ事業	20 8,768
13.広域インバウンド対策	1) アフターコロナのインバウンド訴求変化に呼応した受入体制整備事業	21 7,050
	2) ドライブウェブサイト	22 3,400
14.プロモーション事業-2	1) 観光大使事業	23 1,500
15.観光案内所運営・地域商品PR・販売事業	1) 観光案内業務	24 2,303
	2) 旅行事業	25 -
	3) 物産品PR・販売事業	26 -
16.駐車場等施設運営事業	1) 駐車場施設運営	27 -
17.地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化事業	1) 事業者支援	28 -
	2) 協会事業	29 -
18.地域団体・事業者等と連携した事業	1) 地域団体・事業者等と連携した事業	30 -
	2) 協会職員によるブログ記事制作	31 -
	3) 協会職員による地域活性化プロジェクト	32 -
19.その他事業にかかる各種費用（事務所賃貸料、サーバー・システム利用料、通信費、事務局諸経費等）		33 14,138
合計		83,120

令和6年度部署別事業計画

企画課 (地域づくり)	地域の取り組み伴走支援、観光人材育成、着地型旅行商品造成、マーケティングリーサチ関連
----------------	--

※KPIのR5の数値は見込数

1.観光ブランド確立事業					
1)ブランド価値の提供「地域魅力創出事業」	①ガストロノミーツーリズム推進事業				
	「食」による観光コンテンツ及びナイトタイムの強化として、「魚の美味しいまち、佐世保」をコンセプトに海鮮をフックにしたメニュー開発を行い、市内飲食店等地域事業者と連携しながら観光事業への意識醸成と、市内周遊の促進を図る事業。令和5年度から5ヵ年計画を予定。1～2年目として、参画店を中心とした地域事業者へガストロノミーツーリズムの理解を深めるために下記を実施及び1年目に決定した「九十九島ヒラマサ」。				
	●九十九島ヒラマサを使ったメニュー開発及び提供 (R5-6の2ヵ年強化事業)				
	●ガストロノミーツーリズムの理解を深めるための勉強会、地域食材・食文化の調査 (R6～)				
	KPI	参加飲食店	R6	15	R5 14 前年比 107%
	②地域受入整備事業				
	あ.世知原:世知原のアウトドア資源を活用した滞在コンテンツ開発事業				
	世知原ならではのアウトドア資源「沢登り」を活用した体験コンテンツの造成・販売				
	KPI	日帰りコンテンツ利用者数	R6	90	R5 — 前年比 —
	い.高島:高島における漁業等を活用した体験コンテンツ開発事業				
2)ブランド価値の提供「受入環境整備事業」	高島のマリンアクティビティや魚を使ったBBQ等を活用した体験コンテンツ造成・販売				
	KPI	コンテンツ商品開発数	R6	5	R5 — 前年比 —
	う.鹿町:鹿町エリアの自然を体感する周遊コンテンツ開発事業				
	鹿町と近隣の産品を網羅した野外クッキングを強みとする商材を活用した体験をコンテンツ開発				
	KPI	商品タリフ素案件数	R6	5	R5 — 前年比 —
	③海風の国「佐世保・小値賀観光圏」一丁目一番地滞在モデルコース造成事業				
	佐世保市のインパウンドのターゲットエリアは、東アジア、東南アジアだが、小値賀との海風の国観光圏のエリアブランディングでは、特に欧米の富裕層を狙い、数を求める低価格モデルの競争ではなく、収益重視路線の滞在モデルを造成。二次交通アクセスでは、ヘリコプターや船のエンターテインメントを検討し、実施予算は、小値賀とも連携し国の補助メニュー等を狙い令和6～7年度を予定。				
	予算				
	6,100千円	KPI	事業計画書作成	R6	1 R5 — 前年比 —
	①ツアー及び体験ガイド人材育成事業				
3)ブランド管理「マネジメント体制の確立事業」	当協会で作成するツアーやクルーズ船寄港時のガイド商品など有料で観光客にガイドできる人材の育成に加えガイド登録制度を検討する。また、本ガイド人材育成は、各地域で顕在化してきているガイド高齢化に伴う将来的なガイド後継者育成も視野に入れた、3ヵ年程度の中期計画。令和6年度は、特に利用頻度が高いが人材不足が懸念される「海軍さんの散歩道」や「SASEBO軍港クルーズ」を中心に、新たなガイドの育成と既存ガイドのガイドの種類を広げるためのスキルアップ研修を行うもの。				
	(その他) 着地型旅行商品について				
	ガイド人材育成に関連し、当協会主催の日帰りツアーやガイド街歩き等着地型商品の造成他、地域事業者が実施している商品の発掘、旅行商品として磨き上げを行い当協会でブランディング・商品化を行う。				
	*佐世保観光コンベンション協会は、第2種旅行業者。商品造成・商品化を企画課、販売を総務課(情報センター)で担当。				
	予算				
	900千円	KPI	ガイド人材育成(人数)	R6	3 R5 6 前年比 50%
	①「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組み、観光ニーズ調査など、基礎資料となる市場調査を実施する。				
	●ニーズGAP調査				
	予算				
	700千円	KPI	調査数	R6	1 R5 2 前年比 50%

4) ブランド管理「地域連携事業」	①全国観光圏推進協議会 全国の13の観光圏で連携した、観光客に対する各種調査、地域の観光人材育成、訪日外国人旅行者を対象としたプロモーションの実施に加え、九州内の3つの観光圏が連携した広域周遊ルートの開発を行う。 ●顧客満足度等調査※5) ①事業と連携 ●人材育成(観光地域づくりマネージャー育成研修ほか) ●Undiscovered Japan情報発信(SNS等) ●九州3観光圏連携事業	KPI	マネージャー育成研修参加者数(人)	R6	2	R5	2	前年比	100%	
		②九十九島クリーンアップ大作戦事業 九十九島の日に環境美化活動(清掃活動)を開催し、活動に参加することで普段からゴミを捨てないという意識向上はもちろん、観光客を迎え入れるおもてなしの心の醸成、取組を発信することによる環境保全・観光PRなどを目的とした事業。令和6年度は、開催場所・実施方法の内容も検討する。 (参考)「九十九島の日」は佐世保市民の宝である九十九島の豊かな自然と美しい景観をそのまま子ども達、後世に残していくため、また、より多くの方々にその素晴らしさを伝えるため、1999年9月19日に定められた。								
		KPI	参加者数(人)	R6	400	R5	330	前年比	121%	
		③「海風の国」観光マイスター事業 あ.観光マイスター認定試験 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、マイスター認定者が活躍できる場づくりや情報共有のためマイスターを中心としたネットワークの構築を図ると共に、より専門的な知識をもってガイドが出来る「マイスタープラチナ制度」を新たに導入する検討を行う。 ●「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								
		KPI	シルバー試験参加者数	R6	30	R5	23	前年比	130%	
		KPI	ゴールド試験参加者数	R6	15	R5	12	前年比	125%	
		い.こども観光マイスター 観光マイスター認定試験と併せて、小学生向けに佐世保・小値賀ならではの歴史文化を観光資源として、楽しく、じっくり学ぶ勉強会を開催することで、郷土愛の醸成を図り、将来の観光人材育成を目指すもの。 ●「海風の国」こども観光マイスター勉強会開催 1回								
		予算								
		2,765千円	KPI	こどもマイスター参加者数	R6	30	R5	54	前年比	56%
		5) 来訪者の評価「地域連携事業」	①顧客満足度等調査事業 全国の観光圏と連携して佐世保市と小値賀町に来訪する日本人及び外国人の満足度、消費額等の調査を行う。調査数値は、事業のKPIの指標数値、観光統計の消費額等の基礎数値となる。 (参考)基礎質問項目が全国の13観光圏同一となっていることから、佐世保市、小値賀町が、他の観光地と比較が出来ることが特徴。							
KPI	調査サンプル取得数			R6	1,000	R5	1,000	前年比	100%	
予算										
1,800千円										

2.地域一体とした観光振興のためのマーケティングリサーチ強化事業									
1) デジタルマーケティングデータ収集		令和5年末からスタートした、佐世保市への観光客の誘客、地域全体で経済効果を狙った戦略の策定、施策の立案の為にマーケティングリサーチに必要な、人流、SNS、WEB検索などのデータを収集分析するもの。データ、分析結果をレポート形式で、当該地域の観光市場の状況や今後の見通しなどを地域のステークホルダーへの情報提供・発信する事業を強化する。 ●収集データ:人流データ、SNS等分析データ、WEB検索データ							
予算 2,103千円		KPI	マーケティングレポート閲覧回数	R6	1,200	R5	—	前年比	—

3.MaaSアプリ活用「観光ルートのテーマ設定及び記事作成事業」【新規】									
1) MaaSアプリ活用「観光ルートのテーマ設定及び記事作成事業」		観光客の形態が個人旅行者が多くを占めている中、顕在化した観光情報に限らず市民が親しんでいるお店や癒しスポットなどをテーマ別に焦点を当てることで、観光資源として潜在的な情報の発信を行う。土地勘の少ない観光客にその場所を案内する手法として、MaaSアプリ「STLOCAL」を活用し、個人旅行者の様々な訴求に対応する最適な情報とルート案内の実現を図る。 ●佐世保観光マイスターによるテーマ設定と記事作成 ●観光マイスターの記事を統一感を持たせるための監修業務委託							
予算 1,660千円		KPI	記事作成数	R6	30	R5	—	前年比	—

令和6年度部署別事業計画

企画課 (宣伝)	観光客向けツール制作、オウンドメディア、ペイドメディア、アードメディアを活用した宣伝活動、フィルムコミッション
-------------	---

※KPIのR5の数値は見込数

4.印刷物事業

1) グルメ&ナイト情報集約・案内ツール制作事業	来訪した観光客(旅ナカ)に利便性及び満足度を向上していただく受入強化のため、グルメ・宿泊・ナイト・お土産等を掲載した情報ガイド「佐世保タウンガイド」を公式ウェブサイト上に制作する。あわせて、ウェブサイトに誘導を促すパンフレット(紙媒体)を制作し、宿泊施設等に設置する。 ●情報集約業務・パンフレット制作 ●バナーの制作・WEB広告(Instagram、Facebook、LINE、Google広告)
予算 1,532千円	KPI 掲載店舗数 R6 65 R5 62 前年比 105%
2) 観光案内印刷物制作事業	①佐世保バーガーマップ 佐世保グルメでお問合せ、ウェブ検索がもっとも多い佐世保グルメの代名詞「佐世保バーガー」の提供店舗を掲載したグルメマップを制作する。 ●印刷部数:40,000部(予算:792千円) KPI 佐世保バーガー認知度(%) R6 91.0 R5 91.0 前年比 100%
予算 1,177千円	②佐世保市街地マップ 佐世保駅構内にある佐世保観光情報センター及び宿泊施設で設置、案内する佐世保中心市街地を中心とした街なか観光を促進する観光マップを制作する。 ●印刷部数:40,000部(予算:385千円) KPI 観光案内所来訪者数(人) R6 22,000 R5 22,000 前年比 100%

5.プロモーション事業-I

1) PR事業	①PR活動(public relations & advertise) 本市を代表する九十九島を中心とした自然、世界文化遺産や日本遺産などの歴史・文化、グルメや特産品、アミューズメント、旬のイベント等を広報活動、フィルムコミッション機能の強化によるパブリシティの獲得、WEB・SNS広告を活用して情報発信を行うもの。 あ.情報発信(ラジオ、イベント出展などの有料広告) マスメディア広告、セールスプロモーション広告を活用した情報発信を行う。近隣からの観光客の誘客、訪問者の市内周遊、リピーターを狙い、長崎県内・市内の広告媒体も活用する。また、昨今、SNSで旅先の情報を探す人も増えていることから、インフルエンサーを活用した情報発信も実施する。 KPI 有料広告、イベント実施回数 R6 5 R5 - 前年比 - い.WEB広告 マスメディア広告やセールスプロモーション広告と比べて、高度なターゲティングや効果を可視化してリアルタイムな改善が行えるため、費用対効果が非常に高いとされているWEB広告を発信素材・内容、ターゲット等に応じて適切な媒体を選択し行う。 ●使用媒体:Meta、LINE、Google KPI CPC/クリック単価(円) R6 15 R5 - 前年比 - う.各種メディア受入 パブリシティ獲得のためのニュースリリースの発信、取材・撮影・相談などの受入、及び県外メディアへのPRセールス活動を行う。 KPI パブリシティ獲得件数 R6 300 R5 280 前年比 107%
予算 4,500千円	
2) 公式HP事業	当市への来訪見込客への情報の充実、WEB広告連動した誘客促進のために公式ウェブサイト「海風の国 させば・おぢか観光情報サイト」に新規特集の追加や改訂更新、SEO対策を強化する。 ●日本語WEBサイトのサーバー保守・管理 ●WEBサイトのレポート解析やWEBに関する勉強会の実施 ●多言語サイトへの新規コンテンツ翻訳業務 ●外国語WEBサイト(英語・韓国語・繁体語・簡体語) (参考)多言語は、長崎県観光連盟が管理する外国語WEBサイト「DISCOVER NAGASAKI」に情報集約。 KPI 日本語サイト年間PV数(千回) R6 2,500 R5 2,500 前年比 100%
予算 3,619千円	

6.九十九島誘客事業

1) ハウステンボス連携

①インフルエンサー招聘事業

本事業のメインターゲットをF1、F2層とし、この層が旅行先を決めるきっかけや旅行先の情報を収集するのはInstagramやYouTubeであるという結果が(公財)日本交通公社やハウステンボス独自に行ったデプスインタビューの調査で出ており、SNSでの接点強化を図るもの。
広告手法としては、ハウステンボスと九十九島を中心に佐世保の季節を感じる魅力ある観光コンテンツ題材にインフルエンサーとタイアップした情報発信を行う。
●インスタグラマー2回招聘(1回につき1〜2組、1回につき計フォロワー20万人以上)
●ユーチューバー1〜2回招聘
(1シーズンあたり直近3ヶ月の平均再生回数14万回以上のユーチューバーを招聘)

KPI	Instagram 平均エンゲージメント率(%) ※メイン投稿となるフィード、リール投稿のみ	R6	4	R5	3.8	前年比	105%
KPI	YouTube 平均再生回数(万回)	R6	14	R5	16	前年比	88%

②「MOTTOハウステンボスMOTTO佐世保」新規コンテンツ制作

ハウステンボスを訪れる多くの観光客に対し、佐世保市内を周遊していただく動機づくり、及び情報発信の効果測定を目的に、ハウステンボス並びに佐世保の観光情報・素材を集約し発信するランディングページを制作・運営している。
●新規記事の制作・配信および過去記事の更新
(参考) 令和2年度からハウステンボスHP内にランディングページ設置

予算

5,000千円

KPI	年間LPアクセス数(万回)	R6	20	R5	20	前年比	100%
-----	---------------	----	----	----	----	-----	------

7.デジタル化推進事業

1)観光パンフレットのデジタル化推進	①総合パンフレットイラストレーターデータ制作							
	ペーパーレス化に向けた取組の一環として、宿泊施設など各事業者が、必要に応じ印刷できる、総合パンフレットの代わりとなる、市内の主な観光情報をまとめ、あわせてWEBサイトやデジタルパンフレットへのQRコードも記載したチラシを制作する。チラシのデータは、営業時間の変更など軽微なテキストの修正が行えるものとする。 ●納品データ:イラストレーター（事業者への貸出可能。二次利用は不可）							
	KPI	データ貸出件数	R6	10	R5	-	前年比	-
	②バーガーボーイ型サイト誘導カード制作							
予算 750千円	旅マエ、旅ナカでの配布用として、観光パンフレットの代わりにデジタルパンフレットへ誘導するバーガーボーイ型カードを増刷する。 ●制作枚数:12万枚							
	KPI	年間ウェブサイトアクセス数（万回）	R6	2	R5	-	前年比	-

8.佐世保コンテンツツーリズム推進事業【新規】

1) 佐世保コンテンツ ツーリズム推進事業	令和6年8月に、一部佐世保の施設をモデルとしたアニメ映画「きみの色」の映画公開を機に「きみの色」をフックにした公開記念キャンペーンを実施する。これに加え、今年6月にジャパン・フィルムコミッションの総会が佐世保市で開催が決定しており、先のキャンペーンとも連動し、これまで佐世保市を舞台や撮影をされた映画やドラマなどに焦点をあて佐世保市全体のコンテンツツーリズムの振興を図るもの。						
	『映画「きみの色」タイアップキャンペーン（8月～11月ごろ※映画公開に合わせて開催）』 ●映画「きみの色」公開記念キャンペーンのランディングページ、チラシなど情報ツールの制作 ●WEB広告（リスティング、GDN、LINE、Meta） （参考）特定非営利活動法人ジャパン・フィルムコミッション 総会 ・日程：6月20～21日 ・参加数：約120名 ・場所：アルカス						
	①映画「きみの色」タイアップ企画 あ.スタンプラリー・オリジナル 映画「きみの色」を鑑賞したファンをメインターゲットに、ロケ地巡りとして佐世保市への誘客及び訪れた観光客に市内を周遊していただくための施策。 ●映画「きみの色」ロケ地巡りデジタルスタンプラリー ●飲食店、宿泊施設利用者向け映画「きみの色」佐世保オリジナルデザインのノベルティ制作						
	KPI	スタンプラリー参加者数	R6	10,000	R5	-	前年比

予算 8,000千円	い.声優招聘情報発信 ジャパン・フィルムコミッション総会にあわせ、映画「きみの色」に関する声優等を招聘し、イベントを開催。あわせて、招聘した声優等に佐世保市内を周遊いただき、その様子の特集ページにまとめ、SNSなどで情報発信を行う。 ●特集ページ「声優〇〇が巡る佐世保の旅(仮称)」の制作									
	KPI		特集ページサイトページビュー(万回)		R6	10	R5	-	前年比	-
	う.映画「きみの色」公開記念ロケ地巡りツアー及び佐世保ロケ地巡りツアー商品造成 佐世保のコンテンツツーリズムを代表する、ロケ地巡りツアー商品の造成及び映画「きみの色」公開記念のイベントとしての2つの目的としたモニター形式のロケ地巡りツアーを実施。 ●公開記念モニターツアー実施回数 1回 ●佐世保ロケ地巡りツアー商品造成 令和7年3月販売開始									
	KPI		モニターツアー参加者数		R6	30	R5	-	前年比	-
	②佐世保ロケ作品ロケ地マップ制作 これまで、佐世保市では映画はもとより、ドラマやバラエティなど様々なメディアの撮影受入を行っており、その実績も増えてきた。観光客誘致と受入整備のため、観光客向けに今まで佐世保や近隣地域で撮影された過去作品のロケ地マップを制作する。 ●印刷部数:10,000部									
	KPI		利用者数/配布数(部)		R6	10,000	R5	-	前年比	-
	③ロケ誘致活動 映画やドラマの制作者向けのフィルムコミッションのイベントなどに出席するほか、制作会社、メディア等映像業界へのロケ誘致活動を行う。 ●イベント:全国ロケ地フェア 2回、TIFFCOM(東京国際映画祭と併設されるフィルムマーケット)1回									
	KPI		セールス・商談先件数		R6	30	R5	19	前年比	158%

令和6年度部署別事業計画

誘致課 (国内)	MICE、修学旅行、国内観光誘致
-------------	------------------

※KPIのR5の数値は見込数

9.コンベンション誘致事業

1) セールス活動	特に佐世保市の施設規模から九州内で持ち回りで実施されるコンベンションや全国展開している会社の研修旅行、インセンティブ旅行等を狙う。コンベンションの施設情報に加え、令和6年度からコンベンション開催（一部、研修・インセンティブ旅行も審査の上、対象とする）に対する宿泊助成金の下限の人数を下げ対象を広げたことから、ハウステンボスや市内の宿泊施設にも情報共有し、各事業者のセールスに活用を促す。また、当協会が加盟している九州・沖縄地区CV推進団体連絡会の会合に参加しMICEの情報共有を行い、特に加盟する福岡、佐賀など周辺エリアとの連携強化を図り、誘致に繋げる。
	①セールス活動
	●九州・沖縄地区CV推進団体連絡会への参加（2回）
	●コンベンション事務局等への資料送付（150件）
	②制作物
	●コンベンションガイドブック制作（500部）
予算 689千円	KPI 令和7年度コンベンション開催支援数 R6 10 R5 9 前年比 111%
2) コンベンション開催助成金	コンベンション主催者に対する開催助成を行うことにより、佐世保市でのコンベンション開催の誘致を図るもの。前年9月までにエントリー分。
	（開催名）
	・第71回九州児童福祉施設職員研究大会（6/11～13）
予算 500千円	KPI 令和7年度助成件数 R6 1 R5 1 前年比 100%

10.修学旅行誘致事業

1) セールス活動	佐世保市内観光事業者・宿泊事業者等が加盟している「佐世保市修学旅行受入協議会（事務局：佐世保観光コンベンション協会）」において、今後九州方面での修学旅行実施が見込めるエリアの学校及び旅行会社への合同誘致セールスを実施するもの。また、修学旅行を取り扱う旅行会社に、佐世保市の修学旅行プログラムや観光スポット、団体受入飲食店等を視察いただくための招聘を実施。
	①学校・エージェンツセールス
	●佐世保市修学旅行受入協議会学校・旅行会社訪問（2回）
	●協会単独AGTセールス（2回）
	●九州観光機構主催 修学旅行説明会（4回）
	●旅行会社取り扱い旅行会社招聘事業（1回）
	②制作物
	●修学旅行ガイドブック制作（ガイドブック800部・学校用チラシ800部）
予算 2,019千円	KPI 令和7年度修学旅行宿泊者数 R6 70,000 R4 116,692 前年比 60%

11.国内観光客誘致事業（旅行会社対策）

1) セールス活動	佐世保市観光の旅行商品の造成促進を目的に、都市圏で開催する観光情報説明会・商談会への参加、各エリアの旅行商品造成担当者を訪問セールスや長崎県内の視察招聘を行う。
	①セールス活動
	●都市圏での観光情報説明会・商談会参加及び旅行会社訪問（6回／東京・名古屋・大阪・福岡等）
	主催：九州観光機構
	●旅行会社招聘・長崎県観光情報説明会参加
	主催：長崎県観光連盟
	②制作物
	●旅行会社向けの観光商品素材集制作（2回／令和6年度下期、令和7年度上期）
予算 1,247千円	KPI セールス・商談先件数 R6 70 R5 87 前年比 80%

令和6年度部署別事業計画

誘致課 (海外)	訪日外国人誘致のセールス・宣伝活動、西九州させば広域都市圏連携したコンテンツ開発支援(R6新規)
-------------	--

※KPIのR5の数値は見込数

12.訪日外国人誘致事業					
1) 情報発信 予算 900千円	中国・韓国・台湾・香港の各市場(FIT、団体、国際クルーズ船)向けの協会が運営するSNSでの情報発信・DM(ダイレクトメッセージ)への問合せ対応 ●中国・・・WEIBO ●韓国・・・Instagram ●香港・台湾・・・Instagram・Facebook				
	KPI	各市場への情報発信回数	R6	60	R5 60 前年比 100%
2) タイアップ事業 予算 8,768千円	九州の玄関口である福岡空港を起点とした北部九州五市(福岡市・北九州市・日田市・熊本市・佐世保市)は、インバウンド誘致においては、ほとんどのターゲット国・地域を狙うにあたって共創先となり、令和5年度から連携した取組を行っている。令和6年度においても継続して各市の魅力的な観光コンテンツと予算面で連携した取組を実施する。また、短期間で狭いエリアを周遊する韓国や、戦略的にターゲットを絞った誘致施策に取り組んでいる香港においては、市内の観光施設等とのタイアップした事業を行う。 ①韓国(施設連携) 他市場と比較し、韓国市場は、短期間で狭いエリアを周遊する傾向があることから、福岡+αの旅行地として選択されるべく、市内事業者と費用面も含め連携したFIT向けのプロモーションを実施する。 ●観光施設連携:事業者提案でハウステンボスとパールシーリゾートと協議して決定				
	KPI	韓国人 宿泊者実数(人)	R6	20,000	R1※ 8,757 R1比 228%
	②台湾(5市連携) 福岡空港を起点とし、北部九州五市(福岡市・北九州市・日田市・熊本市・佐世保市)の魅力ある観光地を持つ自治体と連携した周遊プランを提案することで、ターゲット国から、旅行先として選ばれるような情報発信を行う。 ●5市連携事業:タイとともに、事業者提案で5市で協議して決定				
	KPI	台湾人 宿泊者実数(人)	R6	54,000	R1※ 53,782 R1比 100%
	③香港(施設連携) 令和5年度から受入を開始した香港からのリーガルウェディングをフックにした外国人のウェディング誘致事業について、これまでに造成した商品の販売に向けた取り組みを佐世保市内事業者と連携しながら実施する。 ●香港でのウェディングフェア等への出展等詳細は令和5年度実績にて決定(一例)				
	KPI	香港人 宿泊者実数(人)	R6	15,000	R1※ 14,275 R1比 105%
	KPI	リーガルウェディング実施組数	R6	2	R5 2 前年比 100%
	④タイ(5市連携、他) 福岡空港を起点とし、北部九州五市(福岡市・北九州市・日田市・熊本市・佐世保市)の魅力ある観光地を持つ自治体と連携した周遊プランを提案することで、ターゲット国から、旅行先として選ばれるような情報発信を行う。また、タイ市場は開拓市場(順重点国)として、アドバイザーを設置し、本市を含む新規旅行商品の造成やBtoCの認知度向上に繋げる事業を行う。 ●5市連携事業:台湾とともに、事業者提案で5市で協議して決定 ●アドバイザー事業:FITフェアへの出展				
	KPI	タイ人 宿泊者実数(人)	R6	3,700	R1※ 3,618 R1比 102%

13.広域インバウンド対策

1)アフターコロナのインバウンド訴求変化に呼応した受入体制整備事業【新規】	西九州させば広域都市圏でのインバウンドに関する事業連携として、コロナ禍を含む過去5ヵ年事業で、市場調査、プロモーション、商品造成促進などの取り組みを行った。これまでの取組状況、実績を踏まえ、令和6年度からは、継続した情報発信に加え、新たに長期的な広域都市圏の魅力向上、受入整備を中心とした取組を行う。								
	①地域インバウンド戦略とインバウンドコンテンツタリフ素案策定								
	令和6年度から5ヵ年計画でインバウンドをターゲットに据えた体験コンテンツの造成を進める。国内のコンテンツ企画・販売事業者を起用し、令和6年度は広域圏でのコンテンツ調査・発掘・検証を行い、5ヵ年の事業計画策定、次年度以降の磨き上げ・タリフ化・商品化に繋げる。								
	KPI	調査・発掘コンテンツ数		R6	20	R5	-	前年比	-
予算 7,050千円	②セールス&プロモーション								
	香港及び台湾の旅行社を訪問し、造成候補コンテンツの、インバウンドへの訴求力につき、意見聴取を行う。併せて旅行社に圏域の観光情報を伝える。								
KPI	訪問旅行社数		R6	20	R5	60	前年比	33%	
2)ドライブウェブサイト	西九州広域都市圏の構成市町を車で巡るドライブルートや観光情報を掲載した主にインバウンドを対象としたウェブサイト「ドライブジャパンウエスト九州」（現在、日本語・英語・中国語版を公開）の韓国語版を制作する。併せて、韓国向けに同ウェブサイトを周知するプロモーションを実施する。								
予算 3,400千円	KPI	サイト利用 韓国ユーザー数（月間）		R6	200	R5	4	前年比	5000%

令和6年度部署別事業計画

総務課	観光大使、観光案内所運営、着地旅行商品販売、手配旅行・物産品販売
-----	----------------------------------

※KPIのR5の数値は見込数

14.プロモーション事業-2					
1)観光大使事業	①佐世保観光ふるさと大使 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PRの為の佐世保の旬の情報発信、大使の名刺作成、意見交換会などを行う。				
	KPI	大使への情報発信（回）	R6	4	R5 ー 前年比 ー
	②佐世保観光名誉大使 佐世保市にゆかりがあり、各界で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15名）への情報発信の他、新規大使の該当者がいれば委嘱・任命を行う。				
	KPI	新規大使候補者選定（名）	R6	1	R5 0 前年比 ー
	③させば観光大使 させば観光大使の交代年となり、第7期を募集。今回からこれまでの観光大使の主な役割であったイベント、式典等の活動に加え、より佐世保の観光情報の発信に力を入れた活動を期待する計画。 ●させば観光大使の募集に関する広告 ●選彰式 （参考）【公式】させば観光大使Instagramフォロワー数：1,637人（2024.2月現在）				
予算 1,500千円	KPI	大使による年間SNS情報発信（回）	R6	12	R5 11 前年比 109%

15.観光案内所運営・地域商品PR・販売事業					
1)観光案内業務	来訪された観光客のワンストップ窓口機能として、「佐世保観光情報センター」を佐世保駅構内に設置し、佐世保市内はもとより、長崎県北、離島、西九州させば広域都市圏のへの玄関口として、各地の観光情報、交通アクセス、飲食店、宿泊施設などの総合案内業務を行う。 （その他）クルーズ船寄港時の観光案内について 上記の佐世保観光情報センターの他、クルーズ船寄港時には、全職員が持ち回りて佐世保国際ターミナル内の観光案内所（三浦）で観光案内業務を実施。また、特別対応のクルーズ船寄港時には、佐世保市観光課と共同で松浦公園や九十九島観光公園などに臨時の観光案内所を設置。				
	予算 2,479千円	KPI	佐世保観光情報センター利用者数（人）	R6 40,000	R5 36,500 前年比 110%
2)旅行事業	観光客の満足度、利便性を高める、地域ならではの観光素材を活用した旅行商品や体験プログラム、各種チケット販売など行う。 ●旅行業：募集型企画旅行、手配旅行 ●自社商品販売：ハウステンボス、海きらら企画チケット、MY SASEBO PASS等 ●受託商品販売：SASEBO軍港クルーズ、海風旅。Experience、路線バス1日乗車券、施設チケット等 ●ふるさと納税：宿泊券、タクシープラン等				
	予算 -	KPI	旅行事業売上（千円）	R6 78,978	R5 80,000 前年比 99%
3)物産品PR・販売事業	佐世保らしい素材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観光案内所内で紹介、販売し、地域の魅力発信に繋がるよう努める。 ●オリジナル商品販売：佐世保バーガーボーイ関連商品（ステッカー・Tシャツ、クリアファイルなど）、九十九島オリジナルロゴデザインTシャツ、日本遺産鎮守府記念切手シート ●受託商品販売：地域をPRできるグッズ、地元物産品、三川内焼、絵葉書、本等				
	予算 -	KPI	物販事業売上（千円）	R6 2,310	R5 2,000 前年比 116%

16.駐車場等施設運営事業【自主事業】							
1) 駐車場施設運営 予算(自主財源) 18,500千円	①佐世保中央インター観光駐車場運営 自動車で佐世保市へ来訪する観光客に利便性が高い駐車場。近くには、老舗佐世保バーガー店、日本遺産関連施設、米海軍基地など佐世保らしい観光コンテンツが集積したエリアで、街なか観光の一つの拠点として運営する。 令和3年4月から高架2車線化工事の影響で2年間休業していたが、令和6年度から、再整備を行い営業を再開する。 ●駐車場再開にかかる経費(工事費・機械設置費):18,500千円						
	KPI	年間売上(千円)	R6	12,000	RI※	13,441	RI比 89%
	②万津町朝市駐車場施設運営・管理【新規】 佐世保朝市の未来像を観光の視点から、させば朝市従事者を中心に万津町で地域づくりに関わる関係者等と協議し、計画の策定にあわせて万津町の朝市駐車場施設の運営・管理を行う。 ※協議・計画策定事業は、19.地域団体・事業者等と連携した事業【自主事業】に記載						
	KPI	年間売上(千円)	R6	12,750	R5	-	前年比 -

令和6年度部署別事業計画

共通	事業者支援及び連携したコンベンション協会自主事業
----	--------------------------

※KPIのR5の数値は見込数

17.地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化事業【自主事業】						
1) 事業者支援	観光庁がすすめる、地域全体で魅力と収益力を高めるため、観光施設全体が再生できるような高付加価値化改修などを強力に支援する事業。本事業の申請にあたり、当協会が事務局としての事業者等と協議し、地域全体計画の策定、個別事業者の事業申請に伴う業務を支援するもの。 ●支援事業者：宿泊施設、観光施設、飲食施設など					
事業費 2,000,000千円	KPI	支援施設数(件)	R6	20	R5	20 前年比 100%
2) 協会事業	シェアサイクル及び観光MaaSアプリを活用し、街なかを中心とした佐世保全域の面的周遊観光の創出。シェアサイクルやアプリを運用している事業者と連携し周遊促進の実証を行う。シェアサイクル、観光MaaSアプリとも利用者のエリア周遊状況が確認可能で、実証後の事業の継続の検証に加え、各種施策にも繋げる事業。 観光客の利便性の向上により地域の活性化が図れる観光モデルとして一定の手応えを掴め、収益の確保が見込める場合、当協会の自主事業として次年度以降も事業を継続する計画。 ①シェアサイクル実証事業(企画課・総務課) 通信キャリア大手のNTTドコモグループの(株)ドコモ・バイクシェアが運営している自転車およびバイクシェアシステムを導入した実証事業。 ●実証期間：4カ月 設置台数：4台 ●情報チラシ制作(改修した宿泊施設等に設置)					
	KPI	バイクシェア利用数(台)	R6	200	R5	- 前年比 -
	②高付加価値化改修施設を使った商品開発・PR(企画課) MaaSアプリ「ストローカル」の機能を使った利用者の周遊を促せる利便性が高い商品を当協会で作成販売する周遊実証事業。 ●「STLOCAL」での観光商品の造成販売 ・改修宿泊・観光施設及び協力先で提供する商品チョイスプラン ●「STOOCAL」等に掲載する観光記事の作成 ・内容：シェアサイクル、商品チョイスプランを使ったモデルコース記事 ●上記をDMOウェブサイト内に作成					
予算 1,700千円	KPI	商品販売数	R6	50	R5	- 前年比 -

18.地域団体・事業者等と連携した事業【自主事業】						
1) 地域団体・事業者等と連携した事業	①万津町させば朝市活性化検討事業(企画課) 佐世保朝市の未来像を観光の視点から、させば朝市従事者を中心に万津町で地域づくりに関わる関係者等と協議し、計画を策定する。 ●朝市活性化プロジェクト協議会設立：関係者の定期会議、活性化検討の為の調査、コンサルタント検討					
予算 500千円	KPI	万津地区関係者会議開催(回)	R6	12	R5	- 前年比 -
2) 協会職員による ブログ記事制作	①海風旅ブログ(企画課、全職員) 令和3年12月からスタートした当協会職員の自由な視点でテーマ・題材を決め、自身がライター、カメラマンとなり、ブログ形式で佐世保の王道からニッチな情報を発信する企画で、中には、2万を超える閲覧もあり。 ●海風旅スタッフブログ編集部 職員ライター22名					
予算 0千円	KPI	ブログ記事作成数(件)	R6	50	R5	53 前年比 94%
3) 協会職員による 地域活性化プロジェクト	①社内チャレンジ企画会議 協会の担当業務や部署の枠を超え、特に若手職員の有志が集まって「佐世保を観光で面白く元気にする! (仮)」をスローガンに様々なアイデアを持ち寄り検討する企画会議を実施。企画は、最終的に実際に事業として実施することを目標としており、具体的な事業費の確保や事業の継続性などを考えて事業計画を策定する。					
予算 未定	KPI	企画立案件数	R6	1	R5	- 前年比 -