

# 長崎市の観光活性化への提言

—観光地長崎の魅力向上のための試論—

2000年5月

長崎経済同友会

## はじめに

近年の長崎市の観光客数は、旅行客の「安・遠・短」志向、団体旅行から個人・小グループ旅行へのシフト、国内外の観光地間の競争激化などを背景として年々減少傾向にあり、旅行価格の低廉化や宿泊日数の短縮化を反映した観光消費額の低迷も相まって市内の観光事業は厳しい経営を余儀なくされているのが現状であります。

しかしながら、観光産業は造船・機械を中心とする製造業、水産業と並ぶ長崎市の基幹産業であり、観光消費額の増加は観光産業はもとより域内各産業への多大なる波及効果が見込めることからも、長崎市の観光振興は21世紀の地域経済を支える柱として官民ともに真剣に取り組むべき課題であります。

このためには、地域全体が一体となって観光都市長崎の魅力を高め、来訪客を満足させる仕組みづくりに努力を傾けていかなければなりませんが、ともすれば従来型の団体旅行志向の考え方や売り手側の論理が優先され、諸々の施策が観光客の真のニーズに的確に対応できていないのが現状ではないかと勘案されます。

このような状況のもと、長崎県においては、観光は県の基幹産業であるとの認識のもと、その振興には行政組織全体が横の連携をとりつつ総合行政として取り組むべく昨年8月に観光活性化推進本部が設置されました。また、長崎市においても、本年4月より観光部を独立させて組織の強化をはかっており、県市ともに21世紀に向けた観光振興のための施策展開が始まっております。

こうした行政部門の施策を踏まえつつ、民間経済団体としては、市場の変化や消費者の厳しい選別眼に常に晒されている民間企業の視点に立脚した観光振興策の立案と提言を積極的に行って観光行政への反映をはかることにより、官民一体となった観光活性化の実現をはかっていくことが求められているところであります。

長崎経済同友会では、長崎市観光についての会員へのアンケートを行い、民間部門の視点から長崎市の観光の現状と課題についての意見を収集し、そこから特に旅行客＝消費者の視点に立った短中期的な戦略と具体的な施策を抽出してたたき台をつくり、「観光産業振興委員会」において討議を重ねつつ、提言をとり纏めました。

なお、アンケートの回答においては長崎市の都市計画や街づくりにかかる長期的な課題に関する意見も多数寄せられましたが、これについては本同友会の長崎都心活性化委員会による「長崎中心市街地の活性化に関する提言」にその解決案が盛り込まれておりますので、併せてお読み下されば幸いに存じます。

本年は、NUR2001構想に基づくウォーターフロント施設「夢彩都」と「長崎出島ワーフ」や出島和蘭商館復元5棟といった長崎の新名所が誕生し、また、日蘭交流400周年を記念する各種事業が市内各所で開催されております。こうした街の活性化の流れを踏まえつつ、本提言が観光地長崎の魅力づくりのための施策立案においてご参考になれば大変幸甚であり、本同友会としても今後とも民間活力の一端を担う立場から努力を傾けて参りたいと存じます。

なお、本提言をとり纏めるにあたり、ご協力、ご助言を頂戴した皆様方には深甚なる感謝を申し上げます。

平成12年5月

長崎経済同友会  
代表幹事 松 藤 悟 司

# 長崎市の観光活性化への提言

提言要旨	1
1. 長崎市の観光／現状と課題	2
2. 都市全体の魅力向上のための施策の必要性	3
3. 施策展開のための観光サービス 6 つの基本戦略	4
4. 基本戦略を具体的施策に展開するための条件	6
5. 観光魅力向上のための具体的施策	7
付. 「長崎市観光についてのアンケート」集計結果の概要	10
* 平成11年度長崎経済同友会観光産業振興委員会 委員名簿	20

## 提　　言　　要　　旨

- 長崎市を訪れる観光客数は、平成2年をピークに長期低落傾向が続いており、観光消費額の落ち込みはもとより、観光客の長崎離れが深刻に懸念されるところである。こうした観光客数の減少傾向は「異国情緒」というイメージの訴求力が薄れてきたことによるもので、それはグラバー園と長崎原爆資料館という見物型の二大観光施設に長崎市の観光を依存しすぎたために、街中の歴史的・文化的遺産を活用して都市全体の魅力を観光客に訴えていく施策の遅れに起因すると推察される。
- 今後の課題は、多様なニーズを有する個人・小グループの旅行客や自己実現型の観光を求める旅行客へのきめの細かい対応が要求されるとともに、再訪客や滞在客を満足させ、かつ掘り起こしていくことが求められる。このためには、「異国情緒」という観光イメージを活用しながら、都市全体の魅力を観光資源として開発し、訴求するハード、ソフトの両面における施策の展開が必要となる。
- ハード面では、街づくりの視点からの長期的な都心エリアの整備・再開発という施策が必要であり、長崎都心活性化委員会による「長崎中心市街地の活性化に関する提言」においてその提案がなされている。
- 観光産業振興委員会においては、短中期的な対策として、現在の街並みや歴史・文化的資源を最大限に活用しながら、「歩いて楽しい街・長崎」、「多彩な歴史・文化を体験し、学べる街・長崎」をキーワードに、観光客の満足度を高めるためのソフト面での施策展開について提言する。
- かかる施策展開のための6つの基本戦略として、「わかりやすさ」、「利用しやすさ」、「快適さ」、「楽しさ」、「奥行きの深さ」、「きめの細かさ」の追求を掲げる。また、本戦略を具体的な施策に展開するためには、「ハードよりソフト、長期構想よりも実行可能性の優先」、「観光振興＝地域振興という視点」、「継続性の担保」、「観光客の立場で考えるという原則の貫徹」という4条件が必要である。
- 以上の基本戦略と条件を踏まえたうえで、観光魅力向上のための具体的な施策を下記の実施プランとして展開する。
  - ①「長崎ぶらぶら観光」PR事業
  - ②かゆいところに手が届く多様な「長崎タウントレインメニュー」の充実
  - ③ながさき美観ボランティアの育成・支援
  - ④市民向け観光セミナーの開催
  - ⑤段階学習的観光パンフレットの作成
  - ⑥祭り、イベント、市民ボランティア、産業への観光客の参加促進
  - ⑦冬のライトアップ・イルミネーション事業
  - ⑧インターネットを利用した徹底的な観光情報の提供
  - ⑨映像メディア活用事業

# 1. 長崎市の観光／現状と課題

長崎市を訪れる観光客数は、平成10年の実績で512万人を数えるが、長崎「旅」博覧会が開催された平成2年をピークに長期低落傾向が続いている。特に、長崎市の歴史観光と平和観光を代表する二大観光施設であるグラバー園と長崎原爆資料館は、ここ数年で入場者数が激減しており、これと足並みを揃えるかのように団体観光客数、宿泊客数のいずれも大幅な減少を示し、観光消費額の落ち込みはもとより、観光客の長崎離れが深刻に懸念されるところである。

長崎市観光課の分析によると、長期的な景気の低迷による消費者ニーズの落ち込みや本州からの「安・遠・短」志向により北海道・沖縄に人が集中したこと等が原因であると推測している。また、宿泊客が落ち込む一方で、「安・近・短」志向の高まりと交通網の充実による日帰り圏の拡大により日帰り客は年々増加しており、これが総体としての観光客数の激減に歯止めをかけているのが現状である。

こうした観光客数の減少傾向は、これまで長崎市に観光客を引きつけてきた「異国情緒」というイメージの訴求力が薄れてくれたことによるものであり、それはグラバー園（大浦天主堂と周辺土産品店を含む）と長崎原爆資料館（平和公園と周辺土産品店を含む）という見物型の二大観光拠点に長崎市の観光を依存しすぎたために、長崎の街のいたるところに点在する歴史的・文化的遺産を有効に活用し、都市全体の魅力を観光客に訴えていく施策が遅れてきたことに起因するのではないかと推察される。

観光地としての長崎市の今後の課題は、観光の主流となりつつある多様なニーズを有する個人・小グループの旅行客、「物見遊山」型観光では飽きたらず、学び、遊び、参加し、癒されるといった「自己実現」型の観光を求める旅行客へのきめの細かい対応が要求されるとともに、新しい魅力を求めてやって来る再訪客やゆっくりと時間をかけて長崎を観光しようとする滞在客を満足させ、かつ掘り起こしていくことが求められる。

このためには、長崎の都市全体の魅力を観光資源として開発し、訴求する戦略が必要であり、この戦略に基づくハード、ソフト両面における施策の展開が必要となっていくであろう。

## 2. 都市全体の魅力向上のための施策の必要性

長崎市は、江戸時代の海外交流の歴史とそれを支えた町人文化、幕末以降の開港都市としての外国人居留地の歴史などに由来する遺産が、港を中心とする都心エリアに数多く集積しており、「異国情緒」の街としての魅力はそこから生まれてきた。

観光イメージとしての「異国情緒」は長崎市の貴重な財産であり、今後ともこの財産を活用し、アピールしていくことが観光客誘致のための大戦略であることに変わりはないと考えられるが、今後は特定の観光拠点を重視した施策から、街並、史跡、文化財をフルに活用して歴史と文化に裏打ちされた多様な表情と奥深い魅力を有する長崎の街というイメージをトータルに訴求する施策へのシフトが求められていくであろう。

そのために、一方では街づくりの視点からの都市景観形成や交通インフラ整備など都心エリアの整備・再開発という施策が必要となるが、これは都市のグランドデザイン構築を前提とする長期的な課題であり、本同友会の長崎都心活性化委員会による「長崎中心市街地の活性化に関する提言」において以下の提案がなされている。

- (1) 中心市街地の中でポイントとなるエリア（地区、通り、川）を特定し、各々について明確なゾーニングの下で、その特色を生かすような再整備計画を策定・推進すること。
- (2) 地区、通りを繋ぐ動線を検討の上、道路、公共交通網、駐車場計画を策定すること。
- (3) 祭りやコンベンションのファシリティーの整備

他方、短中期的には、現在の街並みや点在する歴史・文化的資源を最大限に活用しながら、個人・小グループの旅行客の多様なニーズ、自己実現型の観光を求める旅行客のニーズに応え、再訪客や滞在客の満足度を高めるためのソフト整備を重視した施策を展開する必要がある。都市景観の悪さ、交通インフラ整備の遅れ、二大観光拠点以外の観光施設整備の遅れといったハード面の弱点を知恵とアイディアでカバーしつつ、旅行客に「歩いて楽しい街・長崎」、「多彩な歴史・文化を体験し、学べる街・長崎」を実感させる仕掛けをつくっていかなければならない。

### 3. 施策展開のための観光サービス 6 つの基本戦略

ソフト面での施策を展開して、旅行客が「歩いて楽しい街・長崎」、「多彩な歴史・文化を体験し、学べる街・長崎」を実感する仕掛けづくりを行う前提として、観光サービスについての考え方を大きく見直す必要がある。旅行客のニーズが多様化し、消費者としての選別眼が厳しくなっている現在、行政・観光業者においても、従来の売り手側、供給側の論理でものを考えることはもはや許されなくなっている。これまでの固定観念、既成概念、過去の成功事例とは決別し、徹頭徹尾旅行客の立場からみた長崎の魅力度向上のための観光サービスのあり方をその基本戦略に据えるべきである。

#### ①「わかりやすさ」を極める

##### ⓐ 潜在来訪客に対する観光情報のわかりやすさ

アクセスしやすく検索しやすい観光情報提供システムを確立する。  
(インターネットホームページの活用等)

##### ⓑ 来訪客に対する観光案内のわかりやすさ

歩きやすい案内・誘導板の整備、観光マップの充実をはかる。

##### ⓒ 観光施設の説明のわかりやすさ

説明版、パンフレットは地図や写真、イラストを多用し、文字は簡潔で必要十分な範囲にとどめる。

#### ②「利用しやすさ」を極める

##### ⓐ 観光マップ、パンフレット等は入手しやすさを確保する。また、小型の冊子化をはかったり、サイズを統一するなど持ち運びやすさにも配慮する。

##### ⓑ 公共交通機関を利用しやすいシステムづくり

公共交通機関利用マップを作成するなどして観光地への路線バスの利用促進、JR、路面電車、路線バス相互の乗り継ぎ利便をはかる。将来的には、共通乗車券の作成も検討する

#### ③「快適さ」を極める

##### ⓐ ゴミの削減と公衆トイレの清潔さの確保、植栽・花壇などの適正配置により街の美観をはかる。

- ⑥安全かつ快適に歩けるような歩行導線を確保する。
- ⑦観光ルート上の休憩所、売店(アイス等)、休み石、小公園の設置、樹木による日陰の確保など、歩きやすさに配慮する。

## ④「楽しさ」を極める

- ⑧祭り、イベント、アトラクション等に参加を呼びかけ、楽しんでもらう。
- ⑨人、たたずまい、食など身近な素材や生活文化との出会いを演出し、満喫してもらう。
- ⑩観光マップや説明版はデザインに配慮し、写真、イラストなどを盛り込むなど、ビジュアルな楽しさを提供する。

## ⑤「奥行きの深さ」を極める

- ⑪作り物ではない歴史的文化財を積極的にアピールし、本物志向に応える。
- ⑫観光施設に図書閲覧スペースを併設するなど、学ぶ場所の提供と史資料の充実をはかる。
- ⑬文化と伝統に裏打ちされた地場産品など質の高い土産物を提供する。
- ⑭テレビの特集番組など、映像メディアを活用して長崎の文化・歴史を知り、学ぶ機会をつくる。

## ⑥「きめの細かさ」を極める

- ⑮多様なニーズに対応するため、豊富なタウントレイルメニューを提供する。
- ⑯カップル、家族、女性、修学旅行生、高齢者、身障者向けなど多様な旅行客層のニーズに応じた観光サービスメニューを提供する。  
(禁煙レストラン、ホテルの家族パック料金、バリアフリー観光ルートの設置等)
- ⑰季節ごとの催事案内を充実する。
- ⑱特色ある地場産品の販売店、入手手段の案内を充実する。

## 4. 基本戦略を具体的施策に展開するための条件

観光サービス 6 つの基本戦略を具体的施策に展開するにあたり、その実効性を確保するためには、それを提供する側が以下の 4 つの条件をクリアすることが必要である。

### ①具体的施策の実施プランに明確な優先順位をつける。

特に、「ハードよりソフト」を、「長期構想よりも実行可能性」を優先する。

### ②観光振興＝地域振興であるという視点から実施プランを展開する。

施策の実施にあたっては、地元企業や市民の協力が欠かせない。非協力を意識が低いと嘆いても何も変わらない。企業にとっては経済効果、市民にとっては生活文化の充実、コミュニティの活性化といった効果を説得力をもって粘り強く訴えていく必要がある。

### ③いったん導入した実施プランは相当期間継続する意志をもつ。

実行可能性を優先することで導入はしやすくても、実効があがるために継続が欠かせない。プラン継続を担保する仕組みづくりが必要である。

### ④観光客の立場で考えるという原則を貫徹する。

6 つの基本戦略を展開することは観光客にとって長崎の魅力を高め、長い目で見ると「長崎大好き人間」を増やしていくことになる。また、観光客にとって訪れたい街は、市民にとっても住みやすい街であろう。観光客の立場にたって考えることが、住みよい街づくりにもつながっていく。将来的には「住んでよか街、来てよか街・長崎」になることが理想である。

## 5. 観光魅力向上のための具体的施策

以上の基本戦略と条件を踏まえたうえで、観光魅力向上のための具体的施策を以下の実施プランとして展開する。

### ①「長崎ぶらぶら観光」PR事業

)

「歩いて楽しい街・長崎」をイメージキーワードに、長崎の街歩きを素材にしたPRを実施する。その過程で埋もれている名所・旧跡を掘り起こし、新たな観光名所（例えば「中の茶屋」）や観光ルート（「長崎ぶらぶら節めぐり」、「愛八さんの歩いた道」など）の開発を行っていく。

### ②かゆいところに手が届く多様な「長崎タウントレイルメニュー」の充実

従来の総花的な観光マップを補完するために、飲食、買い物等の目的別、エリア別、時間帯別、料金別、利用交通機関別に、きめの細かいタウントレイルメニューを揃える。（例えば、「居留地めぐりコース」、「お薦め1時間コース」、「3,000円得々コース」、「電車・バス徹底利用コース」、「長崎港の歴史散策コース」、等々）

また、観光案内所に観光客のニーズに応えてメニューを作成する「長崎観光プランナー」を設置したり、インターネットを通じて自分だけの観光コースを作成できるサービスの提供なども検討する。

### ③ながさき美観ボランティアの育成・支援

中島川の定期清掃、湊公園や丸山公園の清掃、稻佐山の清掃など市民や企業がボランティアで行ってきた活動をネットワーク化し、官民一体となった清掃ボランティア体験を通じて新しいボランティアの育成をはかり、その活動を支援する仕組みを構築する。また、企業や市民の協力により「花いっぱい運動」、「コミュニティガーデンづくり」などを展開し、街の美観形成を進める。

### ④市民向け観光セミナーの開催

従来観光事業者や観光ボランティアガイドを対象に行われてきた観光セミナーや観光地モニター視察に広く市民の参加を呼びかけ、観光都市長崎に対する市民意識の向上と市外

の友人・知人を長崎に積極的に招待するインセンティブづくりを行う（「ひとりひとりが観光ガイド」事業）。また、「じげもんガイド」育成事業など観光N P Oへの発展を検討する。

## ⑤段階学習的観光パンフレットの作成

現状の観光パンフレットでは、長崎の歴史や文化をより深く学び、知りたい人の要望に応えられない。そこで、入門編、初級、中級、上級と段階的に質の高いパンフレットを用意する。上級編を卒業した観光客は、例えば「長崎学博士」に任命するなどして、長崎ファンを増やしていく。

また、このようなきめの細かいパンフレットを作成するためには、専門的な観光研究開発部門が必要であり、その設置を検討するべきである。さらに、このパンフレットは観光ボランティアガイドの教育や観光セミナー等にも幅広く活用できる。

## ⑥祭り、イベント、市民ボランティア、産業への観光客の参加促進

長崎市で開催される祭り、イベント、ボランティア活動、産業活動への観光客の参加を呼びかける。このためには、参加体験メニューの充実と参加募集方法の確立、企業や市民の協力が欠かせない。

例えば、「体験竜踊り（4月より毎週末グラバー園で実施）」、「体験ペーロン（修学旅行向けに実施）」、「観光ボランティアガイド体験」、「仮装パレード体験（ランタンフェスティバル、居留地まつり）」、「凧づくり」、「ランタンづくり」、「長崎伝習所事業」、「みかん狩、びわ狩」等々

また、「長崎ぶらぶらツアー」を定期的に開催し、観光客の参加を呼びかける。将来的には「長崎ぶらぶら祭り」など、市民・観光客総参加型の新しい祭りをつくることも検討する。

## ⑦冬のライトアップ・イルミネーション事業

現在長崎市が行っている施設ライトアップ事業に加え、冬場のイルミネーションロードやクリスマスツリーの設置、ランタンフェスティバルでのランタン設置地域の拡大等々、夜景の演出による夜の街「ぶらぶら歩き」事業や夜景フェスティバルなどの開催を検討する。

## ⑧インターネットを利用した徹底的な観光情報の提供

インターネット上には長崎のありとあらゆるきめの細かい観光情報（施設の利用料金や開館時間、タウン紙情報、地域の祭り・イベント・文化事業等の小さな催事もフォロー）を満載し、潜在的観光客の掘り起しがかかる。その際、システム構築、情報収集、情報更新、問い合わせへの対応等の必要性から、常設の専門組織の設置が望まれる。

## ⑨映像メディア活用事業

地元のテレビ局が制作した長崎の歴史・文化等の特集番組を編集し、観光宣伝隊の宣伝事業、観光セミナー、インターネット情報に活用したり、旅館・ホテルにビデオソフトを提供し、宿泊客に貸し出すサービスを行う。

# 「長崎市観光についてのアンケート」集計結果の概要

## 問1 観光地としての長崎市について貴方が抱くイメージに相応しいキーワード？

回答 71名 延べ344

1番目に挙げられたイメージは、異国情緒・42、歴史・10、坂道斜面・5以下、街並、平和・各3、文化、国際性・各2、もてなし、夜景、祭、洋館、各1となり、從来から長崎を表して来たものと変わらない結果となった。

2番目に挙げられたイメージは、歴史・19、異国情緒・8、港、夜景、平和・各7、もてなし・6、街並、祭、国際性・各3、文化、洋館・各2、教会、海、寺、神社、島、路面電車・各1となり、1番目とほぼ同様の傾向が見られる。

3番目に挙げられたイメージは、平和・10、歴史・9、港・7、夜景・6、祭・5、坂道斜面・4、以下、異国情緒、街並、郷土料理、路面電車、国際性・各3、もてなし、洋館、海・各2、文化、コンベンション、教会、スポーツ、島、自然、リゾート、寺、神社、イベント・各1となり、從来のイメージから変化し原爆や自然景観を主とするものが増加している傾向が見られる。

4番目上位は、祭・9、平和・8、夜景・7、路面電車、港、洋館・各6、以下10項目の回答が見られた。

5番目上位は、郷土料理・11、夜景、路面電車、教会・各6、平和・5、国際性、坂道斜面・各4となったがこの他13項目についての回答があり4番目5番目にはバラツキが目立った。

1番目から5番目までにイメージされた項目を延べ数で総合すると

- ① 異国情緒・57 (16.5%)
- ② 歴史・43 (12.5%)
- ③ 平和・33 (9.6%)
- ④ 夜景・27 (7.8%)
- ⑤ 洋館、教会、寺神社等計・24 (7.0%)
- ⑥ 港・23 (6.9%)
- ⑦ 祭、イベント・21 (6.1%)
- ⑧ 坂道斜面・17 (4.9%)
- ⑨ 郷土料理、路面電車・各16 (4.7%)
- ⑩ 国際性・11 (3.2%)

尚、ショッピング、癒し、体験、お土産の4項目についての回答は無かった。

★ 問1の（イメージキーワード）の総括  
長崎市が從来から売物にしてきたイメージが

現在も市民の中に生きている事が裏づけられる結果になった。

他都市に無い、外国との交流による史跡や習慣が、異国情緒・歴史・洋館教会・国際性につながり、長崎独特の地勢が夜景・港・坂道斜面をうみだし、被爆都市で有ることにより平和・国際性が、お盆・おくんち・ランタン等が祭りを、チャンポン等が郷土料理を、又殆どの都市で廃止された路面電車も長崎市を表すイメージとして強く印象づけられ、これは県外の人達にも同様と思われる。

## 問1 観光地としての長崎市が今後力を入れるべきキーワード？

回答71人延、187

☆1番目は、「異国情緒」について21名が力を入れるべきとした。

2番目、3番目に挙げた人を合計すれば29名(15.5%)に達し最も多い。

この理由として、長崎は古くから外国との交流の窓口であり、和・洋・中の遺産があり、又、多くの人が学び育った他に無い特徴が有り多地区との差別化も可能であり、生かし残していくべきとしている。

一方、年々長崎らしさが薄れしており、期待されているにもかかわらず十分満足して貰っていないとして、満足度を高める努力を求めている。

☆1番目に力を入れるべきとして、「歴史」について9名が回答している。

2番目、3番目に挙げた人を合計すれば18名(9.6%)となり3番目の多数意見となった。

この理由は、前に挙げた異国情緒と重複する面もあるが、長崎市は江戸時代からの歴史の街であり、和洋中の香りのある最古の街であり遺産の宝庫であるとし現在、表に出ていない過去の貴重な収蔵品を含め活用すべきとしている。

又、ボーリング発祥の地・高島秋帆宅・中の茶屋等も観光地としてPRすべきとしている。

尚、異国情緒と歴史を回答した人を合計すれば47名、25%に達している。

☆1番目に力を入れるべきとして「街並」について7名が回答している。

2番目、3番目に挙げた人を合計すれば24名(12.8%)に達し、2番目の多数意見となった。長崎観光の今後の在り方は、今ある財産を有効に活用し、独特な雰囲気（街並）を残さねばな

らないとしている。

このための方策として

△ 夫々のゾーンに分けた街並をつくる。地区

毎の保存整備

△ 歩いて散策できるスペースをつくる

△ 市民生活の中に歴史が残る街づくり

△ 自然との融和を図った街づくり

△ 出島の復元に期待

△ 路面電車の電柱をすっきりした形に

△ 長崎駅の手直し（駅前の高架広場も含め）

△ 点から面(街並)の観光に変えるべき 等々  
一方、現在の状況に対する不満は

◇ 観光都市のイメージが先行している。道(歩道) 狹くゴミゴミしている

◇ 他の都市の市街地と変わらず、観光都市とは言えない

◇ やたら、町名を変えない

◇ 異国情緒というが雰囲気が全くない

以上が上位3位までの意見の集約であるが

4番目以下は、港、夜景、祭、コンベンション、イベント、もてなし、平和、リゾート、国際性、路面電車と続いている。

一方、お土産、スポーツ、癒し、教会、郷土料理、島、自然、寺、神社を挙げた意見は各1名。博物館は0となった。

#### ★ 問1の（力を入れるキーワード）の総括

現在持っている財産（各所、旧跡、街並、自然、祭、国際性、文化等）を最大限に生かす方策を推進していくべきとの意見が大勢である。

#### ★ 問1の改善すべき事項を主体になって取組むべき組織

1・2・3番夫々に提案された取組むべき主体の回答数、回答延べ177人

公共・民間としたもの 95 (53.7%)

公共 リ 66 (37.3%)

民間・民間としたもの 16 (9.0%)

上記のうち、公共とした意見の主なものは

\* 交通渋滞、駐車場不足、交通対策、交通アクセス、3車線、無料駐車場、バイパスの無料化、航空運賃値下げ等々の交通関係全般意見が35

\* 街並デザイン、緑化、観光を重視した街づくり指導、電線の地中化、湊公園・大浦等未整備地区の整備、トイレ、駅舎の整備、環境ルート作り、案内板不足等々街づくり対策が14

\* ゴミ対策、5

\* このほか、安全都市を目指す5、コンベンション対策の充実、補助金交付各1、等々

が主な意見であり公共部門の施策が欠かせないものが殆どであった。

民間主体とした意見の主なものは

\* 営業時間の延長、バーゲンの実施（人通りの増加策）、特色ある土産品、接客サービスの強化、ショッピング街の充実、情報発信（インターネット）、目的別観光メニュー、丁寧さの訓練等々、商店街関連等が9

\* 案内板、道路のクリーン化、駐車場の充実、電線の地中化、駅前の整備、建物の洋風化等が7

以上、民間主体とした意見は、比較的公共部門の力を必要としないものについては独自に努力を求めている。

## 問2 観光地としての長崎市が改善すべき点？

回答 69名、延べ198

#### 第1位 交通渋滞

1番に改善すべきとした人・20人、2番目に挙げた人・12人

3番目に挙げた人・5人、合計 37人(18.6%)

以下は、その主な理由と回答者の提案を列挙した。

- ◇ 観光に渋滞は一番の敵、一番評判が悪い
- ◇ 公共が用意する駐車場が他市に比べ少ない（県庁坂地下等を開発すべし）
- ◇ 埋立て地を造成し、駐車場を確保すべし（無料化）
- △ 自家用通勤の自粛、制限
- △ 3車線化、一方通行や右折・左折禁止等の制限検討
- △ 中心部を通行しないですむ道路整備
- △ 公共利用乗物の利便性アップ
- △ 公有地や学校グランドの駐車場への開放

等々

#### 第2位 駐車場

1番に改善すべきとした人・10人、2番目に挙げた人・9人

3番目に挙げた人・3人、合計 22人(11.1%)

理由としては、前の交通渋滞とほぼ同じである。

尚、第1番目の問題点として挙げた69人のうち、交通渋滞と駐車場問題、歩道、アクセス、交通機関と交通関係について回答した人は37人に上り53.6%であり半数を超えた。

### 第3位 街並と景観

1番に改善すべきとした人・9人、2番目に挙げた人・7人  
3番目に挙げた人・7人、合計 23人(11.6%)

回答した理由および提案は下記の通り

- ◇ 電柱、自動販売機、広告が見苦しい
- ◇ 街並が統一されていない
- △ 観光性を加味した行政指導と規制（色・デザイン等）が必要
- △ 維持管理は官民一体で（経費・労力）、規制に対しては補助金も必要
- △ 全体的なガイドラインの作成
- △ 中華街の充実、建物の洋風化、電線の地中化、恒常的ライトアップ、ポイ捨て禁止、ゴミ処理の徹底、広告物の規制強化
- △ 官民協力と実行力ある組織づくり

### 第4位 ゴミ

1番に改善すべきとした人・8人、2番目に挙げた人・6人  
3番目に挙げた人・9人、合計 23人(11.6%)

- ◇ 観光地にゴミの山が目立つ
- △ ポイ捨て禁止条約の制定（シンガポールのように）
- △ 観光地では夜間・早朝の収集が必要
- △ 市民の意識改革

### 問3 観光地としての長崎市の魅力を向上するためには？

回答 64人

（主な意見を列挙し、同意見は計数化した）

- \* 市民意識の改革と教育（黙っていて客が来る時代はすぎた）・5  
市民自体勉強不足、マナー向上、努力が足りず魅力が薄れている、観光は一過性のものであってはならない、観光が基本産業であると言う認識、市民との協力体制等々、市民意識に関するもの、計11 (16.4%)
- \* コース設定の多様化（洋館巡り、幕末コース等）・4、長崎の特性を生かした観光地づくり、歴史と文化が調和した街、3街全体を観光地に、異国情緒のイメージに添った街づくり（現実と異なる）長崎独特の雰囲気づくり、市中心部以外の観光地開発、エリアをはっきり区分した街造り、港・夜景・グルメを生かす、子供が楽しめる施設が少ない、強みである異国情緒と祭り等を最大限に生かす、花と樹木、滞在型施設、異国を感じさせる施設、離島、リゾートを

加味した対策を、大型レジャー施設（遊園地なし）、歩いて観光出来る街造り、等々観光の在り方と施設についての提言、計23 (35.9%)

- \* 分散観光地を結ぶ足（観光客・市民の利便性アップ）、由緒ある施設を生かす為の施策（道路・駐車場の整備）、JRの利便性アップ、等々交通関連の提案が計3
- \* ゴミのポイ捨て防止・3、街のよごれが酷い（住みにくい）、渋滞・ゴミ等々環境についての意見が計5
- \* その他、流行歌を作ろう、観光客の変化に対応する体制づくり、平和都市を強調しよう（反面、平和のシンボルや原爆の強調に反対する意見も同数あり）、知られていない場所のPRを、出品の復元、日蘭400周年事業の成功、短年で結論を出さずイタリアの様に子孫に続く都市造り等計8

### 問4 長崎市に観光・コンベンションを誘致するために不可欠のもの？

ハード部門（同意見のものを集約した、複数のため回答人数より増） 回答48人

- \* 交通関連  
交通対策、駐車場、マイカー規制、地下駐車場、空港からのアクセス高速化、長崎自動車道の市内乗入れ、新幹線の早期乗入れ、公共交通の土・日・祝の運行（季節的運行）、空港拡張（アジアの中心基地として）、ハウステンボスに結ぶ第2西海橋の建設、九十九島、平戸一周観光道路網、JR増便、歴史を散策出来る遊歩道等々、交通関連について28（約半数）
- \* 設備関連  
建造物の景観（デザイン、色の統一）、博物館、平和祈念館・物産館や大会会場の建設・増設、（一方、大きな入物を作るな、維持管理が大変、博物館等の増設不要の意見あり）、観光施設が昔のまま・新しい施設が必要、コンベンションホール・イベントホール、ご婦人・若い人専用の宿泊施設、施設の集積（今ある施設の運動）、新設の商業施設に期待、安い宿泊施設、中小ホールの整備、街並の整備、歴史・文化遺産の整備、新築の場合は歴史と文化の長崎・異国情緒ある重厚なものを、ドーム球場、古い船を会場に、斜面・港・自然の整備等々、施設に関する意見が24

\* その他

観光にかたよらず世界唯一の製品やサービスの創出が結果的に集客に繋がる、平和都市をメインブランドに、各施設の動線を考慮した配置、イメージに反する建物や広告物の不許可、イメージにこだわりすぎ、体験型観光（手で体験出来るチャンポン作りやハタ上げ等）、遊べる施設（見るだけが多い）、市民の垣根を越えての協力、催物の開催（あらゆる機会をとらえ）とPR、等々が10人から一方、長崎は比較的に良好・欲を言えばきりがない、ナイトスポットが健全すぎる等の意見が2人から出ている。

ソフト部門（意見が多岐にわたる為、主なものを集約して列挙） 回答 50人

\* 市民意識

市民全体の盛上がり（400年前の服でガイド）、もてなしの気持ち、官民挙げてのPR、観光要員の確保と教育、観光従事者の教育、市民総参加長崎弁でおもてなし、アドバイザー作り、専門部隊の設置、解説・案内・講座等の開設、ぐるめ（新しい名物）、各街毎のブランド戦略立案、等々13

\* 交通関連

大型乗合タクシーの運行、駐車場と電車のセット、観光客のバス電車は無料に、車の規制、散策コース（昼は明るく、夜はホットとする）設置、等々の意見が5

\* 観光コースやイベント、コンベンション関連

修学旅行に相応しいコース設定（学校へ提案）、モデルコースの表示、イベントの定着化（春夏秋冬）、イベントの見直し（市民の満足に止まっており、観光客は呼べない）、定期的なイベントを、コンベンション誘致システムの確立、コンベンションへの助成、各種会議の誘致強化、ランタンや佐世保のアメリカンフェスティバルは成功（楽しきが有るから）等々の意見、9

\* その他

海・山・歴史・文化の組合せソフト、インターネットの活用、景観維持（デザイン、色等）の為の県市の助成、中国からのビザ廃止、ハウステンボス客の誘致、九州各県との連携、国外との文化交流、交通網の整備、他県に比し環境条件は上、等々9

★ 不可欠とされるハード・ソフトについての総括

ハードについての最大の意見は、交通渋滞の解消と歴史・文化・異国情緒を残しながらの景観の整備。

ソフトについては、市民の意識改革と協力、交通関連、観光コースの多様化、イベント、コンベンションの充実を挙げた意見が目立った。

問5 観光地としての長崎市の将来の都市像？

回答 58人

（回答者全員の表現が異なるため、同一趣旨のものは省略）

\* 異国情緒と自然（島を含む）の共存する街（東洋のサンフランシスコを目指せ）

\* 他の模倣ではなくオンリーワンを目指せ（横浜・神戸に無いもの）

\* 由緒ある観光都市、文化芸術都市、観光と生活が融合する都市、平和都市、知的生産性の高い都市、歴史異国（雰囲気）を感じる都市、滞在型の国際都市、テーマパーク都市、国際コンベンション都市、住民が住みやすい街、歴史のシンボルを生かした景観都市、平和+異国+清潔をイメージした都市、アジアの中心的機能を有するバイタリティー都市、光の街（街並を楽しむ、点在ではなく）、観光客が住みつきたくなる街、長崎の特異性を生かした街、イギリスのバースの様な遺産を生かしたトータルな街、等々に表現された街を目指す意見

\* 巨大都市より街並優先（市民が楽しんで歩ける街）、各市町村の協力で滞在型観光を目指せ、エキゾチックな市民参加の祭り、平和・異国・海・祭・料理等・魅力は多いので生かすPRを、中国・韓国をターゲットにした観光（交通や観光）、歴史と平和の顔（浦上の原爆等）の両立、交通網の整備と地区の特化、住・商・観光地を分譲する都市計画、古い街と新しい街の融和、電線の地中化、港と駅を中心とする街作り、体験観光等々の意見あり。

★ 問5（都市像）の総括

問4までに述べられた意見がイメージ的に纏められたものであり、基本的には前問までの内容と変化は見られない。

問6 長崎市の観光全般に対しての意見

回答 36人

（基本的には前問までと大きな変化はない、具体的な意見のみを挙げた）

- \* 又来てもらう、三菱の設備を生かせ、「くんち」は自分達中心で回りは白けている、ゴミの収集は夜に(福岡方式)、専門家の意見は出尽くしたので若い人や中年・高齢者の意見を、観光業者同志もっと仲よく、儲け主義自分達の都合優先(観光客無視)、会議所・コンベンション協会の不協和音を無くせ、小学生の教育、アピールの方法がスマートでない、長崎が九州一円で最も劣る、福岡との提携・全国縦断観光ルートの確立、各業界・自治体の理念と使命感の確立が最優先、等々の具体的意見。
- 問7 長崎県全般に対する意見 回答 34人  
(県全体の繋がりを重視する意見が大勢を占め、内容も問5までと大差ないので問6と同じく具体的な意見を列挙した)
- \* 交通アクセス対策と観光時間の時間短縮、県全体ルート作りが、多数意見
  - \* 島の活用、ハウステンボスの活用、県南と県北の連携強化、各市町村の連携(自然を生かすためにも)、企業誘致は大村周辺・長崎は歴史・文化・観光優先とし集約効果を目指す、福岡・熊本・佐賀との連携、長崎・平戸・ハウステンボス・雲仙等の連結(一方所では客は呼べない)、等々の県全体の連携強化が必要とする意見が多数あり。
  - \* ホームページの活用、特産品の利用、統計(観光客数の把握)の充実、リーダーの育成、県北はインパクト不足、等々の意見あり。
  - \* 尚、無理に結合する必要なし(地域別に活性化すれば良い)の意見も1人から出されている。
- 問7 アンケート回答者の内容 回答 71人
- \* 性別 男性 66人 (91.6%)  
女性 4人 (うち1人は男性と共同回答)  
不明 2人 合計 72人
  - \* 年齢 30歳以下 7人、40歳代 19人、50歳代 23人  
60歳代 20人、70歳以上 1人、他 1人  
30~60歳代 (97.2%)
  - \* 関連した職業ですか?  
関連する職業 11人  
関連ない職業 60人 (84.5%)
  - \* 住所は 長崎市内 48人  
市部(佐世保他) 18人
- |        |  |
|--------|--|
| 郡部     | 4人   |
| * 居住年数 | 1年未満・5人  |
|        | 1~3年・8人  |
|        | 3~5年・3人  |
|        | 5~10年・8人   |
|        | 10~20年・10人   |
|        | 20年以上・37人  |
|        | 10年以上計・47人 (66.2%)   |
| * 職場住所 | 同一の市又は郡・62人、隣接の市郡・7人<br>(回答者全員が県内の同一の市郡、または、隣接の市や郡に職場と住居がある) |

- ◎ 回答者自身についての纏め  
上記の様に、今回のアンケートの回答者は、県内にかなり長期にわたり職場と住居を有しつつ観光業に関連の薄い働き盛りの企業人の回答集約と言える。
- ◎ アンケートの総括  
質問のどの項目も回答の多くが、長崎特有の歴史と文化を生かし、異国情緒のイメージを大事にするとともに、新たな観光客を呼べるイベントやコンベンション施設の強化、原爆被爆都市としての国際性をアピールすべしとしている。  
反面、街並が特徴をなくし、他の都市に変わらず、観光客を失望させているとし、街並保存と交通渋滞対策の為には規制も必要とし、公権力の必要性も認め官民一体での対策と、住民にも納得(便利)出来るもので有るべきとしている。これ等の事は、既に各業界や自治体・審議会でも提案実行されているものも多く、今回の意見も大差なく現在の方針と対策が広く支持されている事がうかがえる。(但し、少数の反対意見あり)

## 長崎市観光についてのアンケート

問1. 観光地としての長崎市（長崎市およびその周辺町を含む。以下同じ）についてあなたが抱くイメージにふさわしいキーワードは、次のうちどれですか。また、今後力を入れるべきキーワードはどれですか。

- |            |          |                 |
|------------|----------|-----------------|
| 1. 異国情緒    | 11. スポーツ | 21. 島           |
| 2. 坂道／斜面   | 12. 街並み  | 22. リゾート        |
| 3. 文化      | 13. 癒し   | 23. ショッピング      |
| 4. 歴史      | 14. 祭り   | 24. 自然          |
| 5. お土産     | 15. 平和   | 25. 博物館         |
| 6. もてなし    | 16. 教会   | 26. 路面電車        |
| 7. 体験      | 17. 洋館   | 27. 寺・神社        |
| 8. コンベンション | 18. 芸術   | 28. イベント        |
| 9. 港       | 19. 海    | 29. 国際性         |
| 10. 夜景     | 20. 郷土料理 | 30. その他〔      〕 |

### ●ふさわしいイメージのキーワード

1番目〔      〕 2番目〔      〕 3番目〔      〕 4番目〔      〕 5番目〔      〕

### ●今後力を入れるべきキーワード

1番目〔      〕

その理由\_\_\_\_\_

取り組むべき主体〔      〕

2番目〔      〕

その理由\_\_\_\_\_

取り組むべき主体〔      〕

3番目〔      〕

その理由\_\_\_\_\_

取り組むべき主体〔      〕

※取り組むべき主体：A. 公共部門

B. 民間部門（企業、市民）

### C. 公共・民間部門の協力

問2. 観光地としての長崎市が改善すべき点をあげて下さい。

- |           |               |                 |
|-----------|---------------|-----------------|
| 1. ゴミ     | 11. 案内板       | 21. 駅           |
| 2. 交通渋滞   | 12. 歩道        | 22. 宿泊施設        |
| 3. 駐車場    | 13. 観光施設      | 23. 公共スペース      |
| 4. 食事     | 14. 営業時間      | 24. コンベンション施設   |
| 5. お土産    | 15. 街並み／景観    | 25. その他〔      〕 |
| 6. アクセス   | 16. 交通機関      |                 |
| 7. 各種料金   | 17. 宣伝・P R    |                 |
| 8. 観光案内   | 18. 商店街       |                 |
| 9. 接客サービス | 19. 情報／ネットワーク |                 |
| 10. 観光マップ | 20. 行政と民間の連携  |                 |

1番目〔      〕

具体的に……

---

取り組むべき主体〔      〕

2番目〔      〕

具体的に……

---

取り組むべき主体〔      〕

3番目〔      〕

具体的に…… /

---

取り組むべき主体〔      〕

※取り組むべき主体：A. 公共部門

B. 民間部門（企業、市民）

C. 公共・民間部門の協力

問3. 観光地としての長崎市の魅力を向上するために、必要なことは何だとお考えですか。ご自由にお答え下さい。

---

---

問4. 長崎市に観光・コンベンション客を誘致するために、特に必要不可欠な施策は何だとお考えですか。ハード・ソフトの両面についてお答え下さい。

ハード面について

---

ソフト面について

---

問5. 観光地としての長崎市は将来どのような都市像をめざすべきでしょうか。

---

---

問6. その他、長崎市の観光全般についてご意見がございましたら、ご記入下さい。

---

---

問7. その他、長崎県の全県にわたる、または長崎市以外の地域の観光振興の課題についてご意見がございましたら、ご記入下さい。

---

---

問8. 最後にあなた自身のことについておたずねします。

①あなたの性別は 男 性 女 性

②あなたの年齢は 30代 40代 50代  
60代 70代 80歳以上

③あなたの職業は 観光関連事業で ある ない  
さしつかえなければ具体的にご記入下さい。

[ ]

④あなたのご住所は 長崎県〔 〕市・郡 〔 〕町〔 〕・村

そこでの居住年数は 1年未満 1~3年 3~5年  
5~10年 10~20年 20年以上

⑤あなたの職場は 長崎県〔 〕市・郡 〔 〕町・村

問1. 観光地としての長崎市（長崎市およびその周辺町を含む。以下同じ）についてあなたが抱くイメージにふさわしいキーワードは、次のうちどれですか。また、今後力を入れるべきキーワードはどれですか。

#### ・ふさわしいイメージのキーワード

1番目	2番目	3番目	4番目	5番目
異国情緒	歴史	平和	祭り	郷土料理
歴史	異国情緒	歴史	平和	夜景
坂道・斜面	港	港	夜景	路面電車
街並み	夜景	夜景	路面電車	教会
平和	平和	祭り	港	平和
文化	もてなし	坂道・斜面	洋館	国際性
国際性	街並み	異国情緒	坂道・斜面	坂道・斜面
もてなし	祭り	街並み	歴史	洋館
夜景	国際性	郷土料理	文化	港
祭り	文化	路面電車	海	文化
洋館	洋館	国際性	異国情緒	祭り
	教会	もてなし	教会	海
	海	洋館	街並み	異国情緒
	寺・神社	海	郷土料理	歴史
	島	文化	国際性	コンベンション
	路面電車	コンベンション	自然	島
		教会		芸術
		スポーツ		リゾート
		島		イベント
		リゾート		博物館
		自然		
		寺・神社		
		イベント		
71	72	71	67	63

#### ・今後力を入れるべきキーワード

1番目		主体		2番目		主体		3番目		主体	
異国情緒	21	公共・民間	48	街並み	12	公共・民間	34	祭り	7	公共・民間	36
歴史	9	公共	9	歴史	7	公共	10	夜景	6	公共	8
街並み	7	民間	6	港	6	民間	9	街並み	5	民間	7
イベント	5			異国情緒	5			異国情緒	3		
もてなし	4			リゾート	4			コンベンション	3		
コンベンション	4			平和	4			港	3		
国際性	3			夜景	3			郷土料理	3		
港	3			郷土料理	3			路面電車	3		
体験	2			もてなし	3			イベント	3		
夜景	2			文化	2			歴史	2		
文化	2			路面電車	2			平和	2		
坂道・斜面	1			コンベンション	2			洋館	2		
平和	1			海	2			国際性	2		
島	1			坂道・斜面	2			その他( )	2	(新しい景観形成、美術・工芸品、アンティーグラム常設展示場、骨董市など)	
ショッピング	1			祭り	1			体験	1		
リゾート	1			洋館	1			文化	1		
芸術	1			芸術	1			教会	1		
路面電車	1			お土産	1			坂道	1		
祭り	1			スポーツ	1			もてなし	1		
癒し	1			ショッピング	1			海	1		
				国際性	1			自然	1		
				寺・神社	1			リゾート	1		

問2. 観光地として長崎市が改善すべき点をあげて下さい。

1番目		主体		2番目		主体		3番目		主体	
交通渋滞	20	公共・民間	34	交通渋滞	12	公共・民間	30	ゴミ	9	公共・民間	31
駐車場	10	公共	26	駐車場	9	公共	24	街並景観	7	公共	16
街道 景観	9	民間	4	街並み・景観	9	民間	5	交通渋滞	5	民間	7
ゴミ	8			観光施設	6			行政民間連携	5		
歩道	3			ゴミ	6			宣伝・PR	4		
宣伝・PR	2			観光マップ	3			営業時間	4		
アクセス	2			営業時間	3			駐車場	3		
案内板	2			歩道	3			観光施設	3		
観光案内	2			案内板	3			駅	3		
交通機関	2			コンベンション	3			観光案内	3		
接客サービス	2			観光案内	2			公共スペース	3		
お土産	1			宣伝・PR	2			コンベンション	3		
観光施設	1			駅	2			案内板	2		
営業時間	1			アクセス	2			商店街	2		
行政・民間連携	1			接客サービス	1			接客サービス	1		
宿泊施設	1			交通機関	1			アクセス	1		
コンベンション	1			行政民間連携	1			交通機関	1		
				宿泊施設	1			情報ネット	1		
				公共スペース	1						
				お土産	1						
69		64		69		59		60		54	

平成11年度 觀光産業振興委員会

	氏名	
委員長	小林 喜平太	(株)稻佐山観光ホテル 代表取締役社長
副委員長	松村 耕吉	日本交通公社 長崎支店長
"	村木 昭一郎	野母商船(株) 専務取締役
委員	池山 剛	島原鉄道(株) 代表取締役社長
"	尾崎 勝	(賃)うぐいすや旅館 社長室長
"	織田 照明	中小企業金融公庫 長崎支店長
"	岡部 信一郎	(株)長崎東急ホテル 取締役総支配人
"	日下部 茂人	鹿島建設(株) 長崎営業所長
"	笛本 強志	(株)ささや 代表取締役社長
"	佐藤 龍太郎	長崎電気軌道(株) 代表取締役社長
"	島崎 春彦	長崎文化放送(株) 代表取締役社長
"	瀬戸口 孝次	長崎自動車(株) 代表取締役社長
"	辻井 史明	大和証券(株) 長崎支店長
"	中古賀 健宏	(株)グラスロード 専務取締役
"	西村 隆夫	九州旅客鉄道(株) 長崎支社長
"	野口 司郎	(株)長崎国際テレビ 常勤監査役
"	平井 謙介	九州商船(株) 代表取締役社長
"	牧野 二朗	(株)清風荘 代表取締役社長
"	松尾 昭	長崎信用金庫 理事長
"	丸岡 豊	国民生活金融公庫 長崎支店長
"	森谷 八郎	(株)森谷商会 代表取締役社長
"	山崎 達雄	住友生命保険(相) 長崎支社長