

平成28年1月25日

長崎都市経営戦略推進会議
議長 里 隆光 殿

長崎経済同友会
代表幹事 宮脇雅俊
代表幹事 坂井俊之

「交流人口拡大」に係る提言について

長崎経済同友会では、人口減少が進む長崎市域の地域経済の活性化を図る分野として、観光を中心とした「交流人口拡大」を2年間のメインテーマとして活動し提言書に取り纏めました。

全国的な地方創生の動きにより既に観光地間競争が始まっていますが、長崎においては二つの世界遺産と世界新三大夜景（長崎）という追い風もあり観光分野は順調に推移しています。この機会に「交流の産業化」の視点で観光を更に活性化し、雇用の創出や定住人口の安定化に資する地域の基幹産業として発展させるため現状分析から目標設定、今後の具体的課題や体制作りまで検討したものです。

交流人口拡大による地域の持続的な発展を目指し、官民学が結集した活動とするため長崎都市経営戦略推進会議に提言いたします。

「交流人口拡大」に係る提言書 ～交流都市・長崎 2040 に向けて～



写真撮影・掲載に当たっては大司教区の許可をいただいています。

平成 28 年 1 月 25 日

長崎経済同友会

提 言

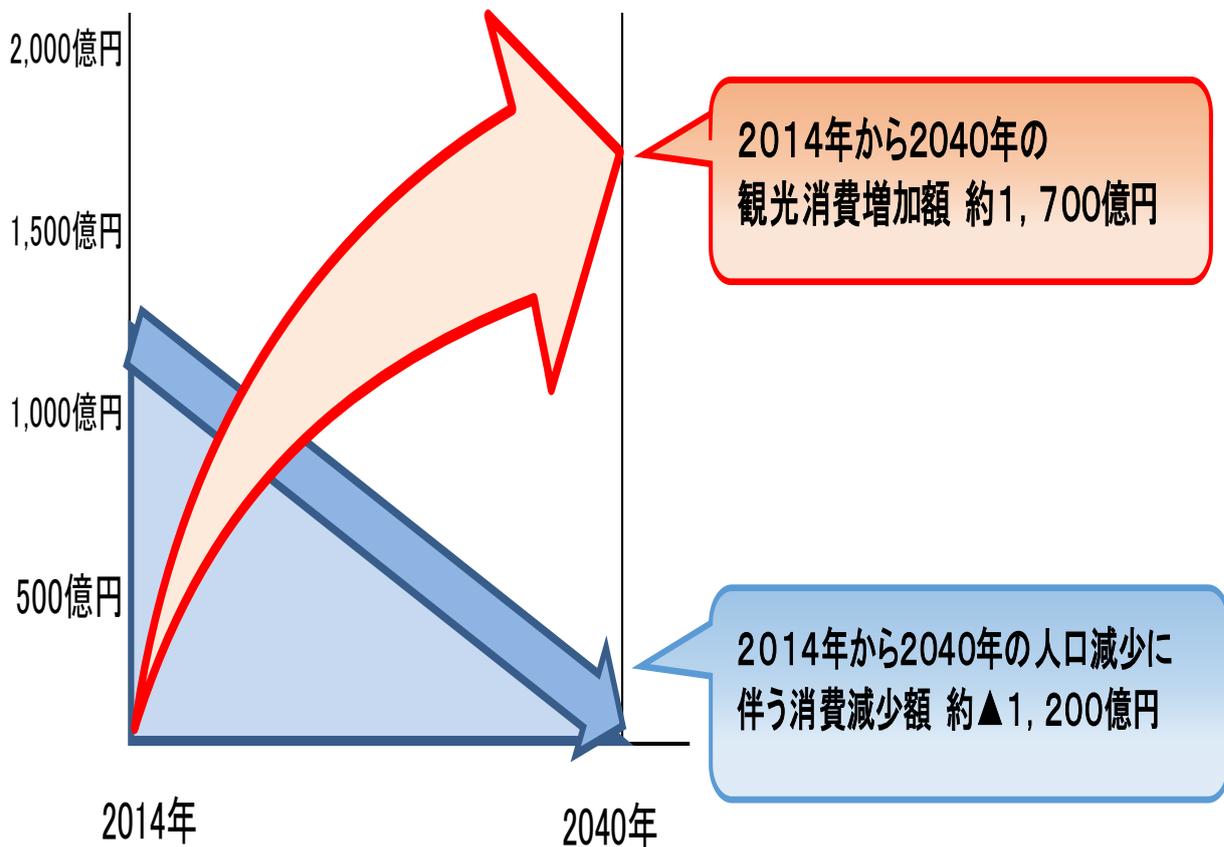
長崎市域における定住人口減に伴う消費減の影響を吸収し、地域経済の活力を維持・推進するためには、長崎の特徴を活かした交流人口の拡大による需要創出が有効かつ有力な対策である。

そのためには、官民学が連携する強力な推進体制を構築し、従来以上に観光関連の環境整備を進めるとともに、新たな幅広い見地から交流の産業化を推進する必要がある、統合的なマネジメント機能やマーケティング機能を一元的に司る「核」となる組織・体制の整備を早急に進めるべきである。

～ 数値目標 ～

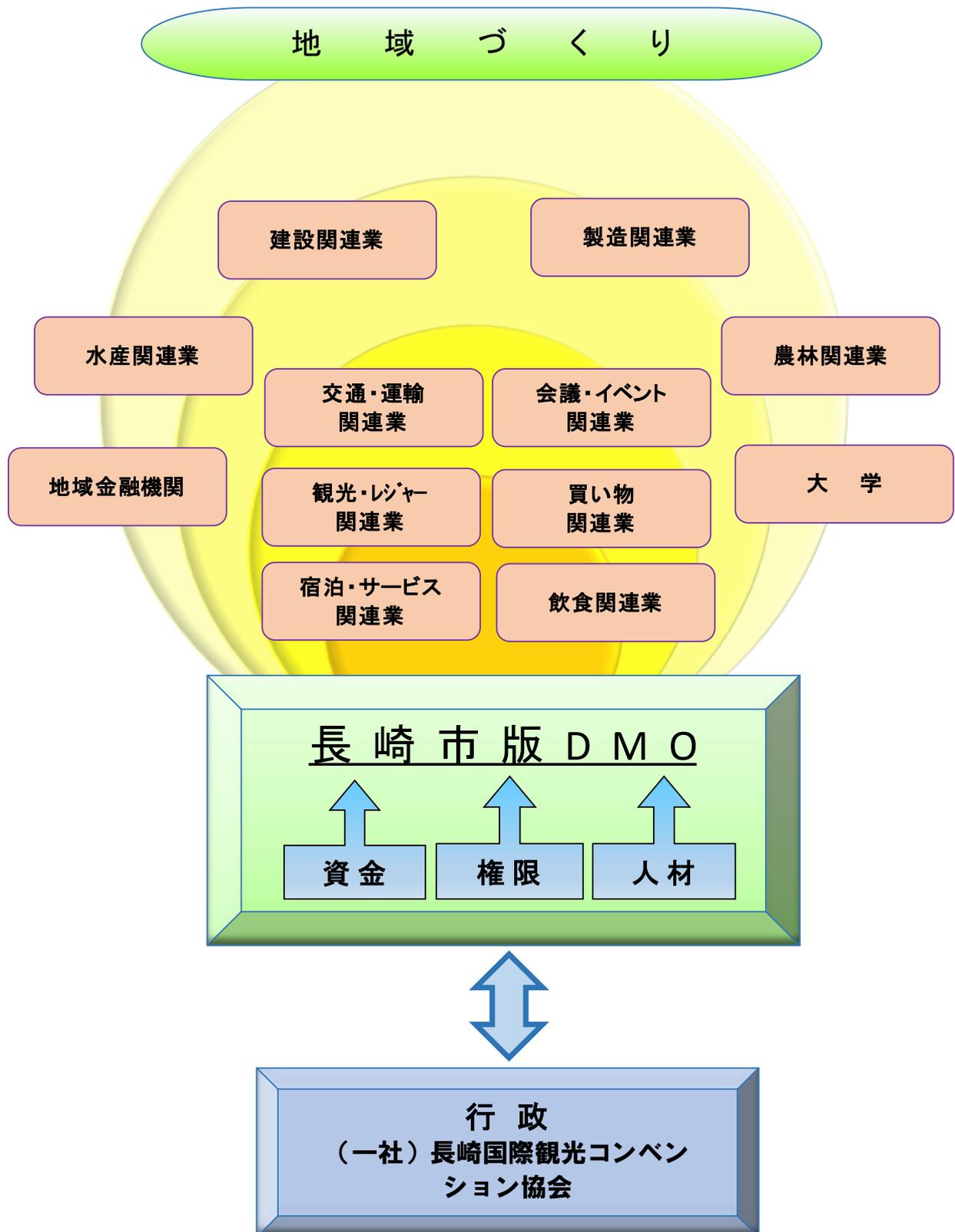
2040年までに 観光客数 1,000 万人、観光消費額 3,000 億円
(1人あたり観光消費単価 3 万円)を達成し、人口減少による消費額減 1,200 億円を上回る需要創出を狙う。

(注)数値目標および推進・実現すべき事項は、別表1、2を参照。



～交流の産業化の「核」となる組織・体制～

交流の産業化を図る統合的な組織「長崎市版DMO」の早急な整備に向け
官民学一体となった動きを！



提言の主旨

1. 長崎市の定住人口は、今後、年率1%程度のペースで減少し、四半世紀後の2040年にかけて現在の43万人から33万人へと10万人減少することが見込まれるため、1人当たりの年間の消費額を120万円と想定すると、四半世紀後には年間約1,200億円^{注1}の消費需要が減少することになる。

こうした状況の下で、地域経済の活力を維持・増進するためには、定住人口減に伴う消費減の影響を吸収する必要がある。そのためには、このところ好調に推移している観光関連、さらにはより広い概念である交流人口の拡大による需要創出が有効かつ有力な対策になると考えられる。

2. 近年、長崎市の観光客数は、2013年607万人、2014年630万人と前年比4%増加するなど、好調を維持している。この観光客数の高い伸び率が先行きも持続するとの想定は厳しいものの、年平均2%の増加で推移することにより、2040年の観光客数は年間1,000万人に達することが期待され、また、現状1人当たり2万円の観光消費額も、3万円になることが期待できる。

これらを踏まえると、観光消費額は、現状の1,243億円（630万人、約2万円/人）から四半世紀後には3,000億円（1,000万人、3万円/人）に達する可能性がある。従って、年間1,000万人、3万円/人を目標とすることには十分な合理性があり、この目標が達成できれば、観光消費額は年間約1,700億円増加し、定住人口減に伴う消費減の影響約1,200億円をカバーすることが可能となる。

3. 上記目標を達成するためには、官民学が連携する強力な推進体制を構築し、長崎の特徴を活かしつつ、従来以上に観光関連の環境整備を進めるとともに、新たに幅広い見地から交流の産業化を推進する必要がある。そのためには、例えば、最近注目されているDMO^{注2}のような、統合的なマネジメント機能やマーケティング機能を一元的に司る「核」となる組織・体制（長崎市版DMO<仮称>）の整備を早急に進めるべきである。

注1 2014年から2040年の消費減少予想額は1,236億円。これは、2012年長崎市総生産（GDP）の8.2%に相当する。なお、長崎市の定住人口1人当たり年間消費額は、120万円（家計調査年報2013年（総務省）の消費支出額）で計算した。

注2 DMOは、Destination Marketing/Management Organizationの略。

長崎市の人口推移予想と交流人口拡大目標値案

	実績		予測													
	2014年	(前年比)	2015年	(前年比)	2020年	15年比	2025年	20年比	2030年	25年比	2035年	30年比	2040年		35年比	
国立社会保障・人口問題研究所2013年推計による長崎市の将来推計人口(千人)	434	▲ 2	429	▲ 5	413	▲ 16	394	▲ 19	374	▲ 20	353	▲ 21	331	▲ 22	2014年から2040年の消費減少予想額累計	
人口減少による消費減少予想額(億円)				▲ 60		▲ 192		▲ 228		▲ 240		▲ 252		▲ 264		
人口減少による消費減少予想額累計(億円)				▲ 60		▲ 252		▲ 480		▲ 720		▲ 972		▲ 1,236	1,236億円	
長崎市まち・ひと・しごと創生長期人口ビジョン(素案)(千人)	434	▲ 2	430	▲ 4	418	▲ 12	405	▲ 13	392	▲ 13	379	▲ 13	365	▲ 14	2014年から2040年の消費減少予想額累計	
人口減少による消費減少予想額(億円)				▲ 48		▲ 144		▲ 156		▲ 156		▲ 156		▲ 168		
人口減少による消費減少予想額累計(億円)				▲ 48		▲ 192		▲ 348		▲ 504		▲ 660		▲ 828	828億円	
各種イベント	<ul style="list-style-type: none"> 2015年産業遺産世界遺産決定 観光客数6.5~26万人 2016年教会群世界遺産決定 観光客数 11~26万人 2016年JRデスティネーションキャンペーン開催 2016年ねんりんピック開催 2017年表門橋架橋予定 2019年MICE施設完成予定 2020年東京オリンピック開催 2022年九州新幹線西九州ルート開通 (2030年代前半に2バース化?) 													2040年と2014年の差		
観光客数(千人)	6,306	228	6,700	394	7,500	800	8,300	800	9,000	700	9,500	500	10,000	500	3,694	
インバウンド(千人)	210	▲ 46	570	360	830	260	970	140	1,130	160	1,310	180	1,450	140	1,240	割合 33.6%
(内 外国人宿泊者)	85	1%	170	85	200	30	300	100	400	100	500	100	600	100	515	2014年比増加率 6.9倍
(内 クルーズ客)	125	2%	400	275	630	230	670	40	730	60	810	80	850	40	725	
国内客数(千人)	6,096	274	6,130	34	6,670	540	7,330	660	7,870	540	8,190	320	8,550	360	2,454	割合 66.4%
(内 国内旅行 宿泊者)	2,464	39%	2,500	36	2,850	350	3,000	150	3,000	0	3,100	100	3,200	100	736	2014年比増加率 1.4倍
(内 MICE宿泊者)	192	3.0%	150	▲ 42	150	0	250	100	350	100	400	50	450	50	258	
日帰り旅行者(千人) (外国人日帰り客も含む)	3,440	54.6%	3,480	40	3,670	190	4,080	410	4,520	440	4,690	170	4,900	210	1,460	
参考 国際クルーズ(隻数)	72	35	131	59	210	79	220	10	230	10	250	20	260	10		
" (乗客・乗員数:千人)	197	120	400	203	630	230	670	40	730	60	810	80	850	40		
宿泊者稼働率(延べ宿泊者数で計算) ※全宿泊施設定員は5,255千人で試算	78.8%		82.7%		94.0%		105.7%		113.3%		122.3%		131.2%			
観光消費予想額(億円)	1,243		1,414	171	1,683	269	1,996	313	2,336	340	2,656	320	3,000	344	2014年から2040年の観光消費予想額累計	
一人あたり観光消費単価(万円)	2.0		2.1		2.2		2.4		2.6		2.8		3.0			
観光消費予想額累計(億円)				171		440		753		1,093		1,413		1,757	1,757億円	

長崎市第4次総合計画後期基本計画(案)の2020年の観光客数は710万人、観光消費額は1,600億円。観光消費額を観光客数で割った一人あたり観光消費単価は2.2万円となる。同友会の2020年の目標は、同一の2.2万円とした。2025年以降は、2万円づつ単価を上げていく目標とした。

推進・実現すべき事項

- 観光HPの利便性向上
- SNS、口コミの活用
- アンテナショップの活用
- 映画・ドラマ等ロケ誘致

情報発信

- 県庁舎跡地の整備
- 長崎駅前の再開発
- 陸の整備
 - ・九州新幹線西九州ルート
2022年開業実現
 - ・長崎自動車道の整備 など
- 海の整備
 - ・大型クルーズ船の寄港促進
→ 早期の複数バース化
- 空の整備
 - ・長崎空港の24時間運用

インフラの整備

観光客数
1000万人

現状の1.6倍

- まちづくりのさらなる促進(歴史・文化の掘り起こし、まちなみ景観の統一、休憩所&トイレの充実等)
- おもてなしの心の醸成
- Wi-Fiや案内板等の環境整備 など

受入体制の充実

観光収入
約3,000億円

現状の2.4倍

- 高付加価値(高単価)ホテルの建設・誘致
- 国際会議などMICEの誘致
- 夜型(夜景)観光の充実
- 朝型観光の推進

宿泊数の増加

1人当たりの
観光消費額
3万円

現状の1.5倍

- 各種イベントなどの充実
- 世界遺産の活用

魅力的な
観光商品

消費単価の増加

- ちゃんぽんや魚、鯨料理を堪能できる「食」の”場”の提供
- 地元産品を用いた新商品の開発

魅力的な食事
・お土産など

～ 目次～

はじめに	1
I. 長崎市の人口減少と観光の現状	
1. 長崎市の人口減少予測と地域経済への影響	2
2. 観光の現状	
(1) 観光客数	3
(2) 宿泊客数	3
(3) 観光消費額	4
II. 交流人口拡大のための課題や推進・実現すべき事項	
1. 情報発信	
(1) 観光HP（ホームページ）の利便性向上	5
(2) SNS、口コミの活用	5
(3) アンテナショップの活用	5
(4) 映画・ドラマ等ロケ誘致	6
2. インフラの整備	
(1) 県庁舎跡地の整備	6
(2) 長崎駅前の再開発	6
(3) 陸の整備	6
(4) 海の整備	7
(5) 空の整備	8
3. 受入体制の充実	
(1) まちづくりのさらなる推進	8
(2) おもてなしの心の醸成	8
(3) Wi-Fi や案内板等の環境整備	9
(4) 観光案内所の充実	9
(5) 観光資源の維持・管理	9
(6) 外国人観光客対策	10
4. 宿泊数の増加	
(1) 高付加価値（高単価）ホテルの建設・誘致	10
(2) 国際会議などMICEの誘致	10
(3) 夜型（夜景）観光の充実	11
(4) 朝型観光の推進	11

5. 消費単価の増加

- (1) 魅力的な観光商品 11
- (2) 魅力的な食事・お土産など 12

Ⅲ. 「交流の産業化」を図る推進組織『長崎市版DMO』の構築に向けて..... 13

Ⅳ. 参考資料

- 1. 長崎市の人口推移予想と交流人口拡大目標値案 15
- 2. 開催講演・勉強会 17
- 2. 委員会名簿 19



はじめに ー提言の背景ー

長崎県は、「長崎県総合計画 2011～2015」において、人口減と少子高齢化による労働力人口の減少が地域経済の成長阻害となり、住民活動の担い手の減少や限界集落の増加にも繋がる、との危機感を政策展開の視点の一つとしている。

また、長崎市も「長崎市第四次総合計画（2011～2015）」（前期基本計画）にて、人口減少社会の到来を踏まえた交流人口の拡大を目指しており、観光を強い産業に育成することで雇用の場の創出を目指す、という政策を策定している。

一方、長崎経済同友会では、人口減に伴う地域経済衰退の危機感から、2010年5月に「長崎における都市経営戦略 中間報告ー地域経済の現状分析ー」を提言し、同年7月、経済4団体と長崎県・長崎市・長崎大学の産学官が連携した「長崎サミットプロジェクト」を立ち上げた。以来、2020年までの10年計画にて長崎都市経営戦略推進会議が中心となり「基幹製造業」「観光」「水産」「大学」の4分野に重点をおいた活動を展開してきている。

しかしながら、現在のところ長崎地域の人口減少・高齢化に拍車がかかる趨勢に変わりはなく、なおかつ当地の基幹製造業では構造改革が進展するなど、地域を取り巻く経済的な環境は大きく様変わりしてきている。

このようななか、近年の長崎市の観光は、「世界新三大夜景」「日本新三大夜景都市」に認定されている夜景をはじめ、世界文化遺産『明治日本の産業革命遺産ー製鉄・鉄鋼、造船、石炭産業ー』と、本年に同遺産への登録が期待されている『長崎の教会群とキリスト教関連遺産』という2つの世界遺産、昨年131隻・約40万人（見込み）が入港し、本年も190隻の入港が予定されている国際クルーズ船の来港増など、多くの観光素材から好調を維持しており、さらなる成長が期待されている。

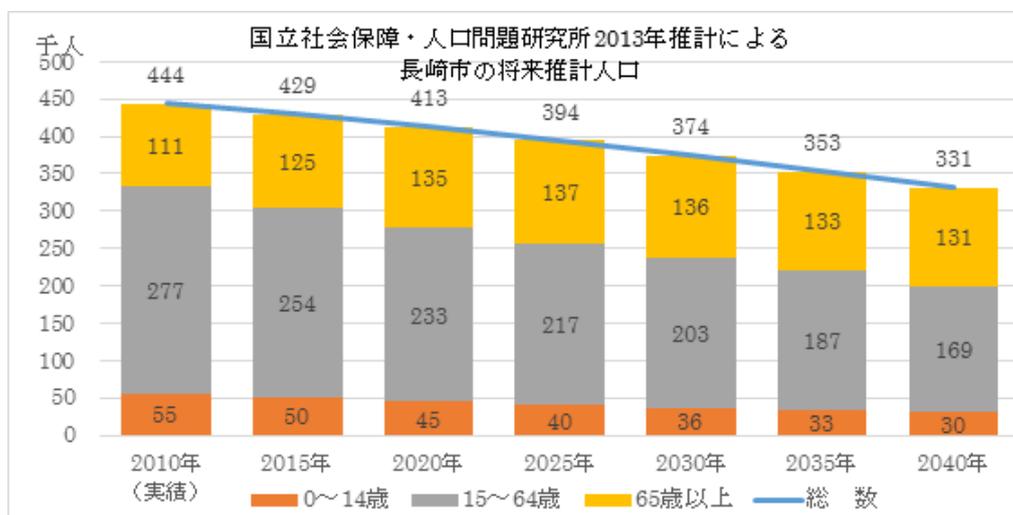
そこで当会では、長崎市の強みや長崎らしさを活かし地域経済を活性化させる分野として観光を中心とした「交流人口の拡大」を2年間のメインテーマとして活動してきた。「まちづくり委員会」「県内地域交流委員会」「広域交流委員会」「国際交流委員会」を中心に現状分析から長崎の課題、今後の方向性等検討を重ね、当提言書に取り纏めた。本テーマについては既に地域間競争の時代に入っていることをふまえ、世界遺産登録から2022年九州新幹線西九州ルート開業までの追い風を生かし、2020年以降の持続的な地域経営に繋がる取組みを提言する。



I. 長崎市の人口減少と観光の現状

1. 長崎市の人口予測と地域経済への影響

長崎市の人口は、2014年10月現在433千人であるが、2013年の国立社会保障・人口問題研究所の推計によると、2040年には331千人まで減少する。これは、今後10年間毎年3千人台、その後の10年は4千人台の減少が続くことを意味している。さらに少子高齢化により、65歳以上の高齢者比率は28%から40%に増加する一方、14歳以下の子供は12%から9%に、15～64歳の生産年齢人口は60%から51%に減少するものとみられ、生産年齢人口においても高齢化が進行する。



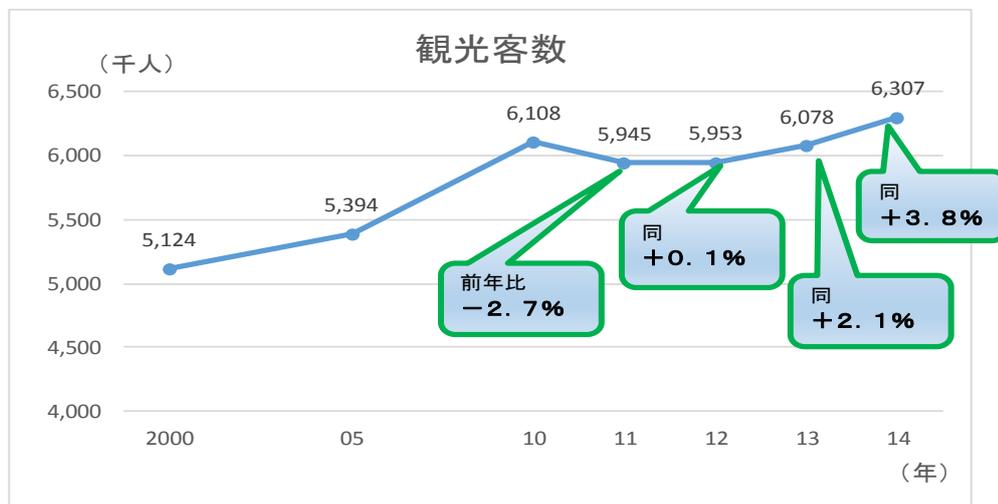
このような人口減に加えて、働き手世代であると同時に消費活動も旺盛な世代が大きく減少することは、地域経済に大きな影響を与えることとなる。消費額の観点から捉えて試算してみると、2014年から2040年までの人口減少103千人、定住人口1人当たりの年間消費額が120万円（家計調査年報2013年（総務省）の消費支出額）として長崎市の消費支出は約1240億円減少する。長崎市が行う人口減少対策後の予想人口365千人で試算しても消費支出は約830億円減少することになる。

そこで、地域経済の縮小を交流人口拡大、とりわけポテンシャルを持つ観光で支えるため、観光の産業化、機能強化を早急に図ることが必要であろう。



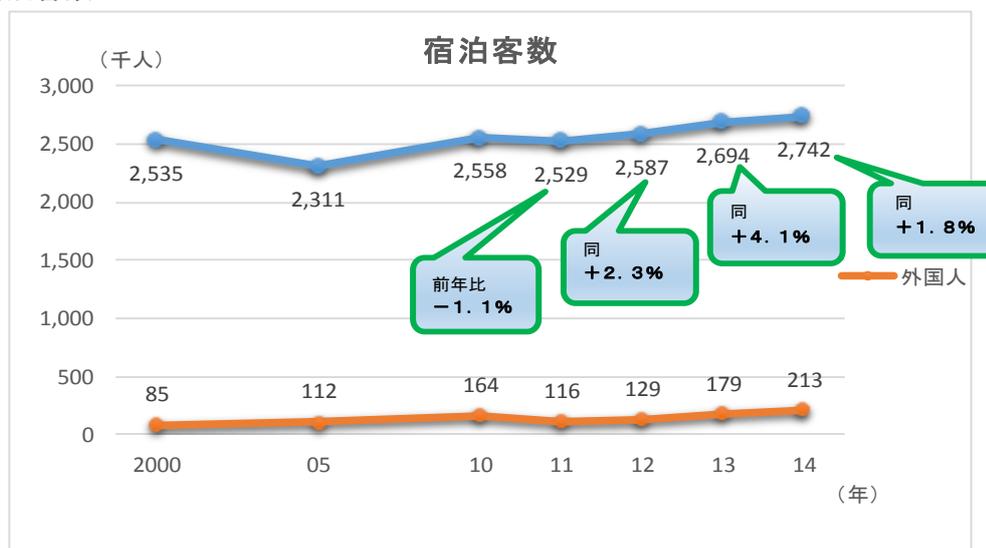
2. 観光の現状

(1) 観光客数



長崎市の観光客数は、NHK 大河ドラマ「龍馬伝」が放送された 2010 年に『長崎「旅」博覧会』が開催された 1990 年以來となる 600 万人超えを達成したものの、翌年以降は再び 500 万人台へ減少した。しかしながら、2012 年 10 月に開催された夜景サミットにおいて、長崎市の夜景が香港・モナコとともに「世界新三大夜景」に認定されたことや国際クルーズ船の寄港増などもあり、2013 年には再び 600 万人台へと回復した。さらに、昨年（2015 年）7 月に長崎県内では初となる世界遺産が誕生し、また同年 10 月の夜景サミットでは札幌・神戸両市とともに「日本新三大夜景都市」に選出されるなど、強い追い風が吹いており、さらなる増加が見込まれている。

(2) 宿泊客数

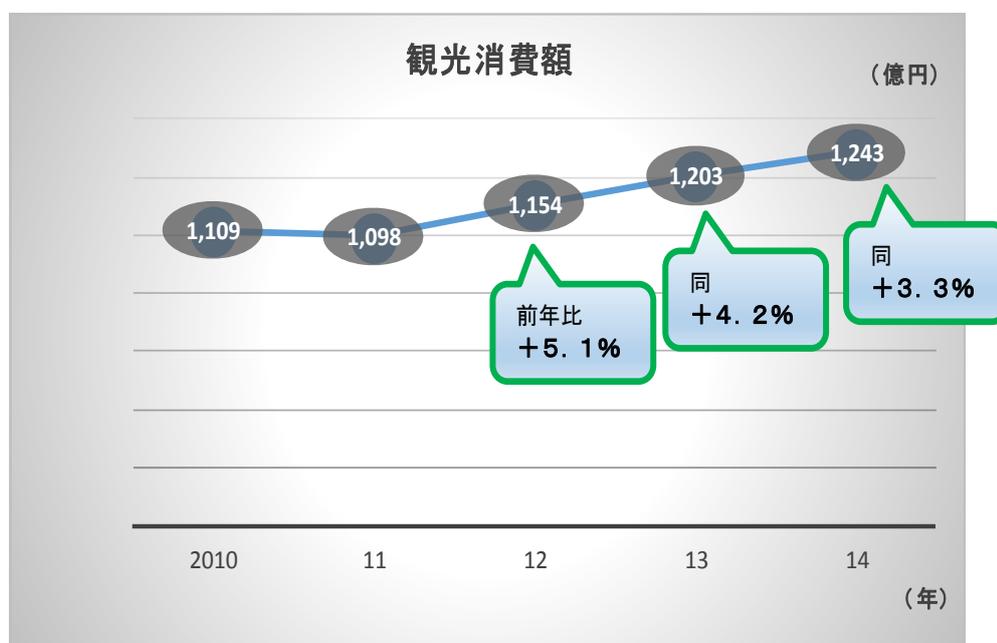




長崎市の宿泊客数は、観光客数の増加とともに増加傾向にある。しかしながら、外国人の延べ宿泊客数をみると、増加傾向にありながらもまだその数は非常に小さく、外国人観光客の長崎市内への宿泊を促す仕組みづくりが課題の1つとなっている。

また、観光庁「宿泊旅行統計調査報告」における「県別にみた観光目的の延べ宿泊者数（2014年）」によると、長崎県は全国で19位である。観光立県として確立するための今後の課題として、例えば、延べ宿泊者数で全国10位以内を目標とすることなども必要であろう。

(3) 観光消費額



観光消費額は、観光客の増加とともに増える傾向にあるが、さらなる消費額の増加のためにも、消費単価の高い宿泊客や観光消費を促進する魅力ある商品開発等を増やしていくことが求められる。



Ⅱ. 交流人口拡大のための課題や推進・実現すべき事項

長崎市には、世界遺産「明治日本の産業革命遺産—製鉄・鉄鋼、造船、石炭産業—」の構成資産が8つ、また世界遺産候補「長崎の教会群とキリスト教関連遺産」の構成資産が3つあり、その普遍的価値は世界的にも認められており、国内外から訪れる観光客が増加している。

しかしさらに多くの人々を招いて交流人口を拡大させるためには、国際観光都市としての魅力を国内外問わず発信するとともに、まちの景観や機能を整えるなど、観光客の受入態勢を充実させておく必要がある。そこで、長崎経済同友会の各委員会で検討した課題や推進・実現すべき事項について項目ごとに整理した。

1. 情報発信

(1) 観光 HP(ホームページ)の利便性向上

長崎市が観光客に選ばれるまちとなるためには、戦略的な情報発信が求められる。長崎市の公式観光 HP「あっと！ ながさき」は、観光スポットやイベントに関すること、あるいは宿泊・航空機の予約などといった長崎市を訪れるにあたり検索できる基本機能は全て備えているものの、石川県の観光情報 HP「ほっと石川 旅ネット」と比較してみると、各事項に関する検索のしやすさという点において今一步の感がある。今後の観光 HP は、情報の検索機能や多言語化の充実を図る必要がある。

(2) SNS、口コミの活用

近年、最も重要な情報発信ツールとなったものに、Facebook や LINE などに代表される SNS (ソーシャル・ネットワーキング・サービス) がある。これら ICT (Information and Communication Technology の略。情報通信技術の総称) の活用には、関係者よりも実際に現地を訪れた人からの口コミが効果的となる。観光関係者からの情報発信とともに、観光客の情報発信を誘発することで、大きな効果が期待できる。今後は、観光客側から情報発信してもらうような仕掛けや、著名人を招いての情報発信などが有効な手法と考える。また、ICT を駆使した情報発信には、それらに長けた人材が必要されることから、そのような人材を育成・発掘できるシステムの構築も求められる。

(3) アンテナショップの活用

長崎観光の情報発信に関する動きのなかで注目されるものに、本年3月に長崎県が東京・日本橋に設置する予定である本格的アンテナショップの存在がある。都心部での情報発信力を強化できる機会であることをふまえ、官民の知恵を結集し、長崎自慢を発掘・商品化して地域の魅力をアピールすべきである。



(4) 映画・ドラマ等ロケ誘致

長崎県内に映画やドラマなどの撮影を誘致するフィルム・コミッションは、地元出身者の小説の映画化などにて実績を上げてきているが、まだイベントに対するアピール力を高められる余地がある。直近では佐賀県において、タイのロケを通じて同国からの観光ニーズが高まった例などもあることから、様々なロケの誘致は、国内外から多くの観光客を集客する有効なツールであることは間違いなく、今後も応援していくことが肝要である。

2. インフラの整備

(1) 県庁舎跡地の整備

① 観光拠点として

長崎県庁舎跡地は、歴史上も長崎の中心地であり続けた場所であり、隣接する出島の復元も進んでいる。観光客に対する情報発信のワンストップ化が望まれているなか、当地に世界遺産や交通アクセスに関する情報提供、まちあるき観光「長崎さるく」の出発地点、電車・バスの一乗車券の販売等、長崎市の観光に関連するあらゆる情報を得られる場所、新たな観光交流の拠点とする必要がある。

② 交通拠点として

当地は長崎市の「へそ」とも云え、長崎駅とまちなかを結びつける場所である。この地には、観光情報発信施設と共に、観光バスや長距離バス、空港バスで来訪する国内外の観光客が乗降するゲートウェイとしての機能も持たせることにより、中心市街地の重要な交通結節点として活用できよう。

(2) 長崎駅前の再開発

2022年開業予定である九州新幹線西九州ルート（長崎新幹線）は、誘客の大きなツールとなる。関西圏や中国圏への宣伝活動を民間主体で取り組むと同時に、ルート沿線の各経済団体やJR九州と連携した新幹線開業気運の醸成活動にも着手する必要がある。また、新幹線の開業に向けて新築される長崎駅の南側には新県庁舎が完成し、さらに西側には交流拠点施設の整備も計画されている。従って当地の再開発については、駅を結節点とした交通アクセスを充実し、居住者や来訪者の利便性を確保していくことが望ましい。

(3) 陸の整備

① 九州新幹線西九州ルートでの2022年開業実現

九州新幹線西九州ルート（長崎新幹線）は長崎にとって最も重要なインフラ整備である。今後長崎市のまちづくりは新幹線開業を目標に計画が進んでいく。長



崎地域の発展や交流人口拡大の大きなツールであり、2022年開業の実現は不可欠と考える。

② 長崎自動車道の整備

九州横断自動車道長崎大分線（長崎自動車道）の暫定2車線区間である長崎多良見IC～長崎IC（長さ11.3km）のうち、長崎多良見IC～長崎芒塚ICの長さ8.3km部分は2018年度の完成に向けて順次工事が実施されている。2012年4月に許可を受けた本事業では、4車線となることによる安全性や走行性の向上、災害時など防災面での代替機能、さらに観光や流通など、地域の発展や利便性の向上に大きく貢献するものと期待されており、地域振興に重要な路線として位置付けられることから、早期の完成を望む。

③ 市内交通網の整備

長崎市内の交通ネットワークについては路面電車、乗り合いバスが主体になるが、今後建設が予定されている様々な公共施設を機能的に結びつけることが、まちなかの回遊性にもつながる。また、観光巡回バスの運行や長期的には軍艦島（端島）クルーズ船の発着所の集約なども検討すべきであろう。さらに、今後の交通状況と環境によってはパーク&ライドの拡充も必要と思われる。

④ 二次交通整備の促進

交通網の背骨になる縦軸の新幹線に加えて、その横に広がる二次交通網の構築も重要な課題となるが、長崎経済同友会では、佐世保・ハウステンボスへのアクセス改善と長崎空港の利用促進に必要な東彼杵IC～大塔ICまでの地域高規格道路『東彼杵道路』の整備について、2014年12月に長崎県へ要望書を提出している。一方、長崎や諫早、大村の各地から雲仙・小浜や島原へのアクセスをみると、改善しつつあるものの、いずれも未だ長い時間を要しているのが現状である。

そこで、新幹線開業時の各駅からの二次交通については、公共バス事業やレンカー等、各地の特性を生かした整備となることが予想されるが、その立上げにあたっては行政による支援も重要と考える。

(4) 海の整備

① 大型クルーズ船の寄港促進

長崎港へのクルーズ船の急増に対応するためには、CIQ体制の改善に加え、複数バース化を早期に実現させる必要がある。

クルーズ船寄港日本一の博多港は、現在3隻の船が同時着岸できるが、乗客数5千人超という世界最大級のクルーズ船は接岸できない状況にあることをふまえ、国も「2018年度を目処として、博多港を世界最大級のクルーズ船が接岸できるように整備したい」と表明している。こうした動きに対応して今後も長崎の競争力を維持するためには、長崎港の複数バース化を早期に実現すべきと考える。



(5) 空の整備

① 長崎空港の 24 時間運用

現在、わが国で 24 時間運用可能な空港は、6 空港（新千歳・羽田・中部・関西・北九州・那覇）しかなく、なかには、騒音問題等により真夜中や明け方の離発着が制限されている空港もある。

このような状況のなか、長崎空港は九州最大級の滑走路を有する海上空港という施設面での高い機能を備えるとともに、海上空港であるため騒音問題が少ない。加えて福岡との良好なアクセスや長崎市やハウステンボス・雲仙・島原などの各観光地を背後に抱える等、福岡空港の補完機能としての基礎的条件は九州内の国際空港の中で優れていると云える。また県内の振興だけでなく北部九州あるいは九州全体を視野に入れた役割を果たせるポテンシャルも十分に備えている。

このポテンシャルを最大限に生かすことにより、24 時間運用による九州域内の広域連携や LCC の誘致・増便などについて、大きく貢献できるものとする。

3. 受入体制の充実

(1) まちづくりのさらなる推進

長崎市は、歴史の重層性と文化の多様性を持つ観光資源がまちなかに点在し、和・華・蘭の表情が突然現れるという不思議な魅力をもつ。このような長崎特有の歴史や文化の魅力の掘り起こしは、他地域との差別化にもつながることとなる。

そこで、長崎市もその歴史・文化に沿うようなまちづくりに着手している。まず、市内の景観形成重点地区として「中島川・寺町地区」の“和”と、「館内・新地地区」の“華”の景観づくりを始めているが、これらまちなみの再生と保存は、観光客が歴史を体感できる空間としても大きな資産となる。これと同じ動きを“蘭”の「東山手・南山手地区」と“和”の「丸山地区」にも広げて、各地区の特性を生かしてまちなみ景観を充実していくことにより、今後増加することが予想される国内外の FIT（個人客）や団体客に対して長崎のまちなみの魅力を訴求することができる。

また、近年重視されている休憩所やトイレの整備も重要となる。これらの施設は、観光地における地域の善し悪しを凶るバロメーターともなっており、それらが清潔感に溢れて使い勝手がよく、外観がまちなかにマッチングしているかどうかで、観光客に与える地域の印象が全く異なってくる。まちなみ景観をここまで整備することにより、観光客に気持ちよく周遊してもらうことができる。

(2) おもてなしの心の醸成

旅先で来客を最も感動させるのはその土地の人との出会いである。一義的には観



光ガイドや宿泊施設の従業員、公共交通機関の運転士や観光案内所・施設の受付員などといった関連スタッフの接客水準を向上する必要がある。

長崎県では、2009年より「総おもてなし運動」を展開して県内8つの地域にてセミナーを開催するなど、民間との意見交換を図ってきており、また、民間のなかにも従業員に対するおもてなし教育を行う宿泊施設などが見受けられるなか、観光客アンケートには、関係者の対応に不満を持つ声が未だに散見される。このことから長期的視野に立ったおもてなしの心を醸成するプログラムを継続していくことが求められる。

また、市民にも観光客へのおもてなしの心を広げることにより、長崎市を再び訪れたいまちとして印象づけることができる。長崎市民には、子供の頃から地元の文化と歴史への理解を深めてもらい、外客をもてなす心を醸成すべきだと考える。観光関係者などが市内の小中学校や高校に出向いて、長崎の観光やおもてなしに関する授業を行うなど、地域を挙げて観光客をもてなす環境整備も必要ではないか。

(3) Wi-Fi や案内板等の環境整備

Wi-Fi については、既に長崎市が電停 39カ所を整備して供用を開始している。今後は民間との連携で環境整備を進めると同時に、Wi-Fi マップの作成等、旅行者に使いやすいツールの作成も必要である。また、併せて観光案内板の多言語化の拡大も検討すべき課題といえる。主要観光施設の説明や交通結節点における案内標記もまだ十分とはいえず、整備を進めていく必要がある。

(4) 観光案内所の充実

観光案内所は、観光客が入りやすく、利用しやすいよう、駅に加えて中心地など人が多く訪れる場所に設置すべきである。また、そこに携わるスタッフには“長崎の顔”として観光についての豊富な知識や笑顔溢れる応対など、おもてなしの心を備えた人材育成を行うことを含め案内所の充実を図ることが求められる。

(5) 観光資源の維持・管理

昨年7月に世界遺産となった「明治日本の産業革命遺産—製鉄・鉄鋼、造船、石炭産業—」、および今年の世界遺産登録を目指している「長崎の教会群とキリスト教関連遺産」は県域全体に広がる有力な観光・文化資産である。構成資産の維持・管理は財源問題を中心に大きな課題となるが、長崎市が設立を表明した『軍艦島基金』の拡大やインターネットによるクラウドファンディング、ふるさと納税の活用などにより、その財源を確保していくことが重要といえよう。



(6)外国人観光客対策

外国人観光客を増やすためには、“九州アイランド”を訪れる観光客を長崎県にも呼び込むことのできる広域観光ルートを九州観光推進機構と連携して商品の開発をしていくことが望ましい。そのためには、外国語に堪能で、かつおもてなしの心に溢れたガイドの育成が急務であり、日本人通訳（長崎県には県内地域限定の通訳案内士制度はある）以外にも留学生やJETプログラム（The Japan Exchange and Teaching Programme の略称。外国青年を招致して地方自治体等で任用し、外国語教育の充実と地域の国際交流の推進を図る事業のこと）参加者などが活躍できる仕組み作りを検討すべきである。

さらに、長崎を訪れる全ての外国人に気持ちよく楽しんでもらうためにも、両替所や免税エリア、ハラル対応が可能な施設などを記した外国人観光客専用観光マップを充実させるなど、彼らにわかりやすい観光ツールを準備する必要がある。

4. 宿泊数の増加

(1)高付加価値(高単価)ホテルの建設・誘致

長崎市には、近年人気の夜景観光や2年連続となる世界遺産の誕生が現実味を帯びるなか、より多くの観光客が訪れることが予想される。しかしながら、長崎市の宿泊状況を見ると、ランタンフェスティバル開催期間の週末や、2014年の「がんばらんば国体」など各種イベントの開催時には、市内に宿泊客を収容できていないという実態がある。

そこで、宿泊施設の整備が喫緊の課題となるが、観光消費額の増加に大きく貢献する富裕層の長崎市への滞在日数を増やすためにも、高級ホテルの建設やその誘致が求められる。

また、行政では民間投資を促すための規制緩和に加え、宿泊稼働率などをはじめとする正確な宿泊関連データを把握、蓄積しておくことも肝要である。それには宿泊施設の協力が欠かせないことから、調査協力への見返りとして関連データを民間側に開示・提供することも検討すべきであろう。

(2)国際会議など MICE の誘致

長崎市は歴史的な重層性などを背景に多くの観光資源があり、多額の消費が見込まれる各種学会などの開催地としての魅力を持っている。また学会終了後のいわゆるアフターコンベンションにおいても他地域比優位なまちであるといえる。しかしながら、現在は規模相応の MICE 専用施設を常設していないことから、大型コンベンションを誘致するチャンスを逃してしまっている。

学会や会議、展示会など、いわゆる MICE は、その開催に際して地元企業への発



注や、観光消費額の高い宿泊客の増加、土産品の売上増など「地域全体への波及効果が大きな“産業”である」ともいえ、内外からの有力な集客装置となる MICE 施設の整備は喫緊の課題である。

(3)夜型(夜景)観光の充実

2012年に「世界新三大夜景」、昨年(2015年)10月の夜景サミットにて札幌・神戸両市とともに「日本新三大夜景都市」にも選出された長崎市の夜景は、夜型観光の中心である。夜型観光の活発化は宿泊客の増加につながることから、今後も“夜景磨き”を怠らず、そのグレードアップを図りたい。

しかしながら、近年の長崎市の夜景は、高齢化と人口減による斜面地人口の減少により、家庭の暖かい灯りが少なくなりつつある。長崎夜景独特の斜面地に揺らめく光を維持する方法としては、空き家の活用などをはじめ、街灯の増設など街の安心安全面からのアプローチも選択肢となりうるだろう。

(4)朝型観光の推進

観光消費額の高い宿泊客の増加につながるように、朝市の開催など、朝食に絡めた朝型観光素材の開発も考慮すべきであり、官民が協力しながら具現化していくことが必要ではないか。

5. 消費単価の増加

(1)魅力的な観光商品

①各種イベントなどの充実

長崎市は、春「長崎帆船まつり」、夏「長崎ペーロン選手権大会」、秋「長崎くんち」、冬「長崎ランタンフェスティバル」などと、四季を通じてイベントのあるまちである。これらのイベントを今後も魅力的なものにしていくためにも、現状に満足することなく、その内容を高め、充実させていくことが求められる。

また、長崎市の観光商品で有名なものに、全国のまちあるき観光の先駆けとなった「長崎さるく」がある。現在の「長崎さるく」の街歩きコースは、観光客が自由に散策する「長崎遊さるく」46コース、ガイドが案内する「長崎通さるく」33コースなどと充実しているが、短期間で長崎観光を楽しみたいビジターにとっては、そのコース選定に迷う場面も見受けられる。そこで、「長崎さるく初級コース」などを新たに企画し、その参加者には「長崎さるく初級免許」を授与するなど、リピーターを増やすツールとしても活用すべきである。



②世界遺産の活用

世界遺産の誕生後、長崎自動車(株)は観光客が直接見ることのできない三菱重工業(株)内にある構成資産と、最も間近に端島(軍艦島)を眺めることができる場所とを回る新たな周遊ツアーを商品化している。一方、本年は「長崎の教会群とキリスト教関連遺産」の世界遺産登録も控えていることから、構成資産のある五島列島の教会を巡る巡礼ツアーや、外海町の遠藤周作文学館・出津教会などへの観光客が増加すると見込まれ、市内の事業者にはさらなる魅力的な観光商品の開発が望まれる。

他方、長崎県域を見ると、グラバーの時代には外国人が避暑地として海外からも人気があった雲仙・小浜の温泉地がある。また島原市内や「長崎の教会群とキリスト教関連遺産」の構成資産である原・日野江両城跡を巡るルート、JR九州が運行する豪華列車「或る列車」が走る佐世保・ハウステンボス～長崎間なども新たな観光商品として有力である。

(2)魅力的な食事・お土産など

①「食」の“場”の提供

長崎市の「ちゃんぽん」「皿うどん」や佐世保市の「佐世保バーガー」、雲仙市の「小浜ちゃんぽん」など、県内各地の『食』は既にある程度ブランド化している。それらと共に、新たにおいしい「鯨」や「魚」を観光のキラーコンテンツに育て、それらをまとめて観光客が堪能できる場所を新たに造るべきである。

長崎市は“魚のおいしい街長崎”をアピールしているが、その手ごたえは今のところまだ弱く感じる。新鮮な魚を販売する市場や魚料理を提供する屋台村など「食の見える化」を図り、海産物の観光資源化を目指す必要がある。『食』は、観光における大きなコンテンツの1つとして確立しているが、(株)JTB総合研究所の「JTB 地域パワーインデックス調査 2012」によると、長崎の居住者が自信を持つキーワード2位の“魚”は、来訪者が評価する物の5位以内にも入っていない。全国第2位の漁獲量を誇り、我々はその新鮮さを誇る“魚”は、観光客には未だに注目されていないコンテンツであり、観光客の消費単価の増加を図るためにも、今後のびしろのある分野であるといえる。

②地元産品を用いた新商品の開発

観光客の消費を地元への直接効果に結び付けるための1つの方法として、新たに地元産品を用いた土産物などを生み出すことなどが考えられる。それには民間の独創性ととも、行政によるバックアップの拡充も検討する必要がある。



Ⅲ. 「交流の産業化」を図る推進組織『長崎市版DMO』の構築に向けて

長崎市は、地方創生の戦略として“「交流の産業化」による長崎創生”を表明しており、観光都市としての優位性を活かした地域活性化を目指しているが、観光を主流としたいいわゆる「交流の産業化」のためには、旅行目的の多様化や急増するインバウンドに柔軟かつ的確に対応することが不可欠である。

本書で述べてきたように、長崎市の観光には都市機能の充実や情報発信など、まだ多くの解決すべき課題が残されている。観光地間競争が激しさを増すなか、地方自治体と各観光関連団体による縦割り対応・推進という従来の観光行政とは異なり、官民学が一体となった長崎市の観光を一元的に統括・マネジメントを行う体制を構築し、科学的なアプローチを採り入れ、利用者・消費者のニーズにあった「観光企画の提案実施」「地域ブランドの確立」「主体的な情報発信」等を柔軟性や優先順位を付けて進めていくべきである。

このように、長崎市の観光を一元的に統括してマネジメントを行う体制を整えるためには、関係団体や民間事業者の合意形成だけではなく、事業の適正性・継続性の確保や「権限」「人材」「財源」の問題も解決していく必要がある。従来の組織にとらわれることなく、長崎の観光を中核とした「交流の産業化」を一元的にマネジメントする新組織『長崎市版 DMO』の設立を検討すべき時期に来ているといえよう。

観光振興は、これまで関係者だけで取り組むことが多かったが、これからは他の産業や住民を含めた地域全体が主役となる。その中心的役割を担うのが『長崎市版 DMO』となる。この新組織は、観光を中核とした地域経済の持続的発展により、安定した雇用の創出や生産性の向上を図るなど、長崎の地域経済全体に貢献する組織となりうる。

(参考)

国の政策に見える観光推進組織「日本版DMO」の必要性と役割

政府は、昨年（2015年）の6月末に「地方創生基本方針」を閣議決定したが、そのなかで、欧米の先進的なDMOを参考にした、マーケティングや地域づくりなどを担う新たな観光組織「日本版DMO」を今後5年間で全国各地に90カ所程設置する目標を掲げた。

※DMO・・・“Destination Marketing Management Organization”の略で、観光地のブランドづくりや情報発信、プロモーションやマーケティング、戦略策定などを行う観光地域づくりの推進主体となる組織のことである。ドイツやスイス、カナダなどといった海外の観光先進国における多くの観光地にはDMOが存在しており、《観光地域づくり》の重要な役割を担っている。

観光庁によると「日本版DMO」は、地域の稼ぐ力を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する

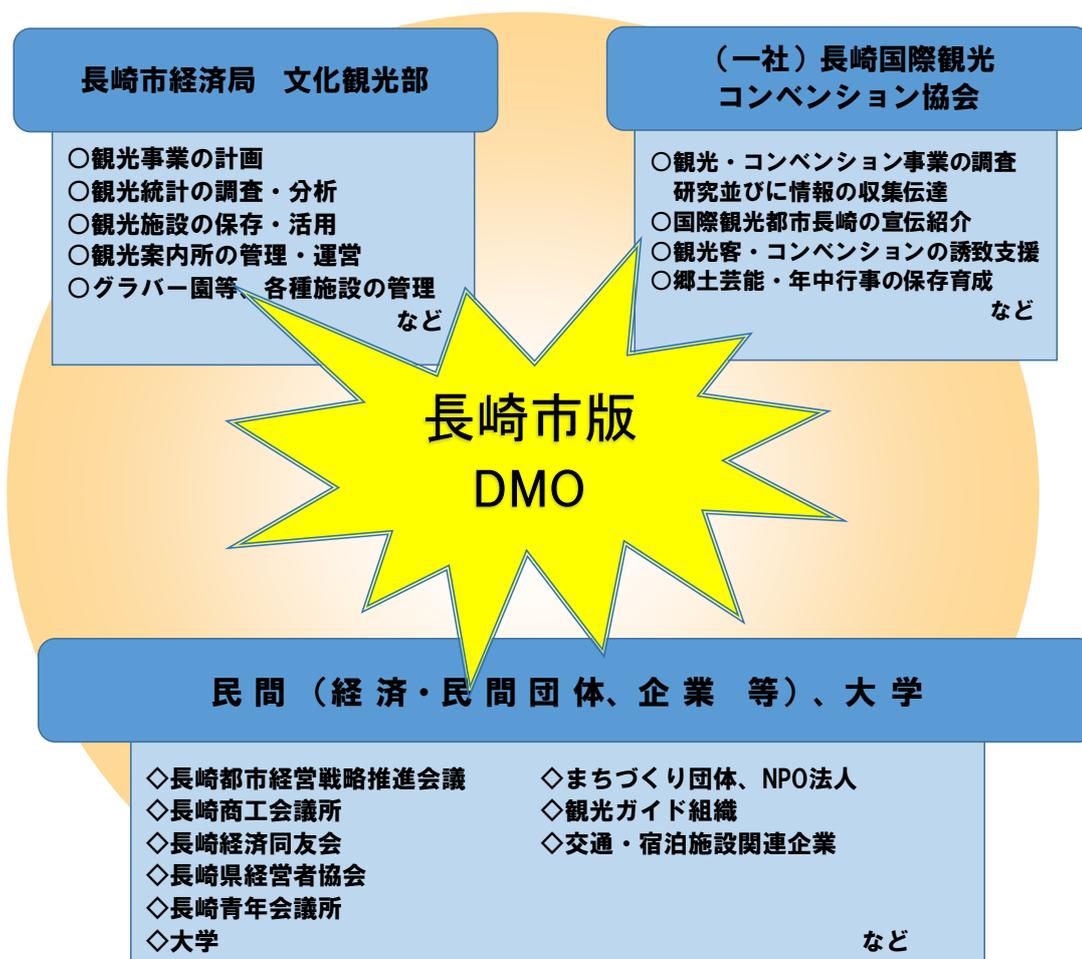


「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの役割を担う。

そのためには①地域のなかで“観光を生かした地域づくり”への合意形成を行い、②観光戦略策定や広報、誘致活動について民間の経営感覚を活かした調査・マーケティング、商品開発、KPI（重要業績評価指標）の設定とPDCA（Plan/計画、Do/実行、Check/評価、Act/改善）サイクルのマネジメント機能を導入し、③関係者が実施する観光関連事業と戦略の整合性に関する調整・仕組みづくり、プロモーションを行う必要があるとしている。

「長崎市版DMO」参加関係者イメージ図

DMOの組成に当たっては、事業の適正性・継続性確保し自主財源を持つ法人格の取得や行政や関係団体、民間事業者の合意形成、リーダーの確保と養成など数多くの課題がある。そこで、長崎市文化観光部と（一社）長崎国際観光コンベンション協会を中心に、経済界や観光関連企業、民間団体等が加わった『長崎市版DMO設立推進協議会（仮称）』の設立により協議を進めていく必要がある。





IV. 参考資料

1. 長崎市の人口推移予想と交流人口拡大目標値案

(1) 数値目標について

①観光客数

- ・2015年・・・長崎市第4次総合計画による2015年観光客数630万人は2014年に1年前倒しで達成した。2015年は産業遺産の世界遺産登録決定による観光客増加を見込み、前年比40万人増の670万人とした。
- ・2020年・・・昨今のクルーズ客船入港の急増、産業革命遺産の世界遺産登録決定、2016年のキリスト教関連遺産の世界遺産登録、2020年の東京オリンピック開催および長崎市版DMOによる施策効果に期待し、750万人の目標とした。
- ・2025年・・・2022年の新幹線開業効果やMICE開催による増加を期待して830万人を目標とした。
- ・2030年・・・中間報告同様900万人を目標とし、2040年の1000万人を目指す。

②外国人宿泊者

長崎市第4次総合計画後期基本計画案の2020年の目標は延べ400千人。同友会は、近年のインバウンド急増をふまえて、同目標を延べ500千人（実数200千人とし、2040年まで10万ずつ増加する目標とした。なお、2015年の170千人（延べ423千人）は、三菱重工業長崎造船所の客船建造に伴う人員増強のうち長崎市内ホテルに滞在の外国人約500人（延べ150千人）を含めた。

（参考：国と九州観光推進機構の目標）

1. 国

	2014年	2020年	2030年
訪日外国人数	1,341万人	2,000万人	3,000万人
観光消費額	2兆305億円	4兆円	

2. 九州観光推進機構

	2010年	2016年	2020年
訪日外国人数	100.1万人	188.7万人	440.6万人
観光消費額	961億円	2,301億円	6,406億円

③クルーズ客

松ヶ枝岸壁と出島岸壁に分けて試算した。クルーズ船の急増や博多港の入港状況も考慮し、堅調に伸びる予想とした。

	2015年			2020年		
	乗客乗員	隻数	計	乗客乗員	隻数	計
松ヶ枝	3,100	126	390,600	3,100	200	620,000
出島	1,500	5	9,000	1,500	10	15,000
合計		131	398,100		210	635,000
調整後		131	400,000		210	630,000
	2025年			2030年		
	乗客乗員	隻数	計	乗客乗員	隻数	計
松ヶ枝	3,200	200	640,000	3,400	200	680,000
出島	1,700	20	34,000	1,800	30	54,000
合計		220	674,000		230	734,000
調整後		220	670,000		230	730,000



	2035年			2040年		
	乗客乗員	隻数	計	乗客乗員	隻数	計
松ヶ枝	3,500	210	735,000	3,500	220	770,000
出島	1,900	40	76,000	2,000	40	80,000
合計		250	811,000		260	850,000
調整後		250	810,000		260	850,000

(参考) 博多港の入港予想

2015年の寄港予想 272隻 (前年115隻)

2016年の目標回数 400隻

④国内旅行宿泊者

世界遺産登録決定や新幹線開業等で2025年頃までは、堅調な伸びを予想した。それ以降は人口減少等により、少ない伸びを予想した。

⑤MICE 宿泊者

2015年および2020年は、国体の反動や公会堂廃止による設備不足により人数は減ると予想した。ただし、2025年以降は、MICE施設完成を期待し、堅調な伸びを予想した。

⑥国内旅行者

2040年の1000万人目標に向け、高い伸びを期待するが、2030年以降はその伸びも鈍化すると予想した。

⑦宿泊稼働率について

2020年は94%、2025年以降は100%超えの状況が予想され、新たな宿泊施設の整備が必要と考える。



2. 開催講演・勉強会

- ・平成26年8月19日 国際交流委員会
長崎国際大学 人間社会学部 国際観光課 教授 安徳 勝憲 氏
「世界経済フォーラム『国際観光競争力』の評価手法」
- ・平成26年8月25日～26日 まちづくり委員会、広域交流委員会
長崎商工会議所合同「金沢視察」・・・長崎県、長崎市のオブザーバー参加あり
視察（ヒアリング）先
①金沢市の取り組み（金沢駅東広場視察） ②金沢商工会議所の取り組み
③石川県の取り組み ④金沢経済同友会の取り組み
⑤株金沢商業活性化センター概要（商業施設ブレイゴ視察）
- ・平成26年9月9日 9月例会
株式会社 JTB九州 代表取締役 野口 和義 氏
「地域の宝を活かした交流の仕組みづくり～交流人口の増加による地域活性化～」
- ・平成26年10月23日 まちづくり委員会
長崎市建設局 都市計画部 次長 片江 伸一郎 氏
長崎県企画振興部 まちづくり推進室 室長 前川 謙介 氏
「長崎まちづくりの現状について」
- ・平成26年10月27日 広域交流委員会
長崎県企画振興部 文化観光物産局 観光振興課 課長 柿本 敏晶 氏
「長崎県の観光振興施策とJRデスティネーション キャンペーンの取り組み」
- ・平成27年6月9日 県内地域交流委員会
長崎自動車株式会社 常勤監査役 藤 泉 氏
「長崎活性化に向けた交通体系の構築～長崎県内の2次交通網の充実について～」
- ・平成27年7月30日 DMO勉強会1
まちづくり委員会、県内地域交流委員会、広域交流委員会、国際交流委員会
株式会社 日本政策投資銀行 地域企画部 部長 中村 欣央 氏
「インバウンド観光客への対応強化に向けての日本型DMOの活用について」



- ・平成27年8月20日 DMO勉強会2
まちづくり委員会、県内地域交流委員会、広域交流委員会、国際交流委員会
公益財団法人大阪観光局光連盟 専務理事 野口 和義 氏
「大阪の観光戦略と日本版DMOについて」
- ・平成27年9月9日 まちづくり委員会
長崎商工会議所合同「おおいたシティ・大分駅前広場」視察
- ・平成27年11月5日 県内地域交流委員会
「長崎の教会群とキリスト教関連遺産視察」
視察先・・・旧野首教会堂、青砂ヶ浦教会、頭ヶ島天主堂

<参考資料>

- ・平成26年2月 日本政策投資銀行
「日本型DMOの形成による観光地域づくりに向けて」
- ・平成26年12月 日本銀行長崎支店 Report & Research Papers
「長崎県の観光の最近の動向と今後の可能性」
- ・平成27年4月9日 公益社団法人 経済同友会
「『真の観光立国』実現に向けたあらたなKPIの設定を」



3. 委員会名簿

○まちづくり委員会

(敬称略)

	氏名	企業名	役職名
委員長	中川 信治	(株)JTB 九州 長崎支店	支店長
副委員長	扇 健二	扇精光ソリューションズ(株)	取締役相談役
副委員長	中川 安英	(株)文明堂総本店	代表取締役社長
副委員長	中西 太	鹿島建設(株) 九州支店 長崎営業所	所長
委員	安達 一藏	安達(株)	代表取締役社長
〃	上田 恵三	長崎自動車(株)	代表取締役会長
〃	川添 一巳	ラッキー自動車(株)	取締役会長
〃	栗山 次郎	(株)浜屋百貨店	代表取締役社長
〃	小林 茂樹	西日本電信電話(株) 長崎支店	支店長
〃	伊達 博一	(株)みずほ銀行 長崎支店	支店長
〃	田中 勝幸	(株)クリーン・マット	代表取締役会長
〃	塚原 修二	(株)九電工 長崎支店	上席執行役員支店長
〃	寺澤 律子	(株)西海建設	代表取締役社長
〃	中部 省三	NBC情報システム(株)	代表取締役社長
〃	中村 善和	日本航空(株) 長崎支店	支店長
〃	馬場 政廣	長崎トヨペット(株)	代表取締役会長
〃	藤瀬 直男	(株)プラネット	社主
〃	古川 康尚	アサヒビール(株) 長崎支社	支社長
〃	前田 茂	(株)前田園	代表取締役社長
〃	松本 一秀	日本通運(株) 長崎支店	支店長
〃	水野尾賢一	(株)電通九州 長崎支社	支社長
〃	宮原 由季	長星安全産業(株)	代表取締役
〃	村瀬 廣記	西部ガス(株) 長崎支社	常務執行役員長崎支社長
〃	森 甲成	(株)十八銀行	取締役常務執行役
〃	森岡 公隆	西日本菱重興産(株)	取締役社長
〃	横田 宏	三菱重工業(株) 長崎造船所	執行役員 長崎造船所長
〃	吉田 茂視	(株)メモリード	代表取締役社長
〃	渡辺 泰輔	長崎総合鑑定(株)	取締役会長



○県内地域交流委員会 (敬称略)

	氏名	企業名	役職名
委員長	佐々木 達也	(株)東美	代表取締役社長
副委員長	東 晋	長崎放送(株)	代表取締役社長
副委員長	中村 昭彦	長崎空港ビルディング(株)	代表取締役社長
副委員長	藤岡 秀則	(株)フジオカ	代表取締役社長
副委員長	坂根 康伸	大阪鋼管(株)	代表取締役社長 ※
委員	荒木 健治	(株)チョープロ	代表取締役社長
〃	井石 八千代	(株)井石	代表取締役
〃	粕谷 勝	粕谷製網(株)	相談役会長
〃	久保 貴紀	住友生命保険(相)長崎支社	支社長
〃	佐藤 修	(株)長崎ケーブルメディア	代表取締役社長
〃	佐藤 豊	東洋装設(株)	代表取締役社長
〃	田上 憲	野村証券(株) 長崎支店	支店長
〃	鶴巻 重次	長崎総合警備(株)	代表取締役社長
〃	馬場 正宏	有限責任監査法人 トーマツ長崎連絡事務所	事務所長
〃	平山 寿則	平山寿則税理士事務所	所 長
〃	福富 卓	(株)十八銀行	取締役常務執行役
〃	藤井 公彦	大和ハウス工業(株) 長崎支店	支店長
〃	本田 哲士	島原鉄道(株)	代表取締役社長
〃	松野 真也	明治安田生命保険(相)長崎支社	支社長
〃	山本 一雄	(株)長崎銀行	取締役頭取
〃	円田 浩司	長崎日産自動車(株)	取締役社長 ※
〃	塚原 康人	長崎放送(株) 佐世保支社	支社長 ※
〃	納所 佳民	九州ワーク(株)	代表取締役社長 ※
〃	松尾 慶一	白山陶器(株)	代表取締役社長 ※
〃	山口 嘉浩	ランドアーク(株)	代表取締役社長 ※

役職名後ろの※の方は、佐世保地区会員



○広域交流委員会

(敬称略)

	氏名	企業名	役職名
委員長	殿村 育生	(株)カステラ本家福砂屋	代表取締役社長
副委員長	谷口 悟	九州電力(株) 長崎支社	執行役員長崎支社長
副委員長	深田 康弘	九州旅客鉄道(株) 長崎支社	支社長
副委員長	横瀬 信一	(株)日本旅行 長崎支店	支店長
委員	岩永 泰明	(株)岩永印刷所	代表取締役社長
〃	小川 圭司	ニュー長崎ビルディング(株) ホテル ニュー長崎	代表取締役社長
〃	小林 健	大和証券(株) 長崎支店	支店長
〃	小林 直樹	富士ゼロックス長崎(株)	代表取締役社長
〃	酒井 一徳	十八ビジネスサービス(株)	代表取締役専務
〃	佐藤 三龍	(株)丸金佐藤造船鉄工所	取締役副社長
〃	宅島 壽雄	大石建設(株)	代表取締役
〃	田中 桂之助	長崎県信用保証協会	会長
〃	反田 邦彦	反田海運(株) ホテルニュータンダ 事業部	代表取締役社長
〃	塚根 健策	(株)ツカネクリア	代表取締役社長
〃	手塚 堅太郎	あじさい税理士法人	会長
〃	富永 栄一郎	(株)富建	代表取締役社長
〃	鳥巢 維文	鳥巢会計事務所	所長
〃	永井 和久	長崎自動車(株)	常務取締役
〃	永石 清太郎	(株)肥後銀行 長崎支店	支店長
〃	永江 正澄	(株)昭和堂	代表取締役社長
〃	長友 浩一	(株)ドコモCS九州 長崎支店	支店長
〃	前田 良治	(株)親和銀行	取締役常務執行役員
〃	牧 文春	後藤運輸(株)	代表取締役社長
〃	増田 基弘	みずほ証券(株) 長崎支店	支店長
〃	美根 晴幸	九州商船(株)	代表取締役社長
〃	山田 浩一朗	山田水産(株)	代表取締役社長



○国際交流委員会

(敬称略)

	氏名	企業名	役職名
委員長	山田 晃	山電(株)	代表取締役
副委員長	小田 博之	全日本空輸(株) 長崎支店	支店長
副委員長	木戸 郁穂	住友商事九州(株) 長崎支店	取締役支店長
副委員長	塚本 敏	製缶陸運(株)	代表取締役社長
委員	阿倉 宏隆	ANA クラウンプラザホテル長崎グラハバーヒル	常務取締役総支配人
〃	有馬 裕幸	長崎印刷(株)	代表取締役社長
〃	池田 賢一	(株)池田設計	代表取締役社長
〃	井寄 春生	イサハヤ電子(株)	代表取締役会長兼社長
〃	内野 博	新光貿易(株)	取締役会長
〃	内田 信吾	(株)インテックス	専務取締役
〃	小川 洋	(株)十八銀行	取締役常務執行役
〃	草野 幸子	ヤマハウおのまちセンター草野ムジークアカデミー	代表
〃	小松 雄介	不動技研工業(株)	取締役会長
〃	司波 卓	損害保険ジャパン日本興亜(株) 長崎支店	支店長
〃	白石 智史	長崎産業(株)	代表取締役社長
〃	鈴木 茂之	(株)鈴木商店	代表取締役社長
〃	田崎 正志	(株)吉本ハイテック	代表取締役社長
〃	徳田 浩	SMBC日興証券(株) 長崎支店	支店長
〃	永井 譲二	(株)テレビ長崎	代表取締役社長
〃	永井 剛	長崎船舶装備(株)	代表取締役会長
〃	中村 重敏	中村倉庫(株)	代表取締役社長
〃	服部 一弘	服部産業(株)	代表取締役社長
〃	前田 拓	(株)マエタク	代表取締役社長
〃	村木 昭一郎	野母商船(株)	代表取締役社長
〃	八尾 雅幸	(株)たらみ	代表取締役社長
〃	八幡 和幸	(株)リンガーハット	専務取締役

※校正協力 (株)長崎経済研究所

長崎経済同友会

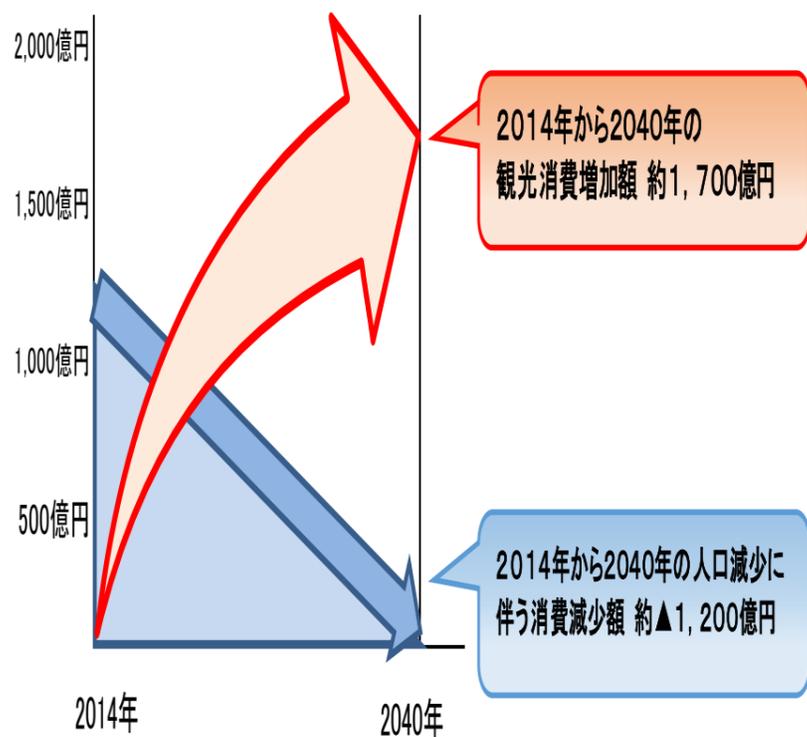
提言

長崎市域における定住人口減に伴う消費減の影響を吸収し、地域経済の活力を維持・推進するためには、長崎の特徴を活かした交流人口の拡大による需要創出が有効かつ有力な対策である。
 そのためには、官民学が連携する強力な推進体制を構築し、従来以上に観光関連の環境整備を進めるとともに、新たな幅広い見地から交流の産業化を推進する必要がある、統合的なマネジメント機能やマーケティング機能を一元的に司る「核」となる組織・体制の整備を早急に進めるべきである。

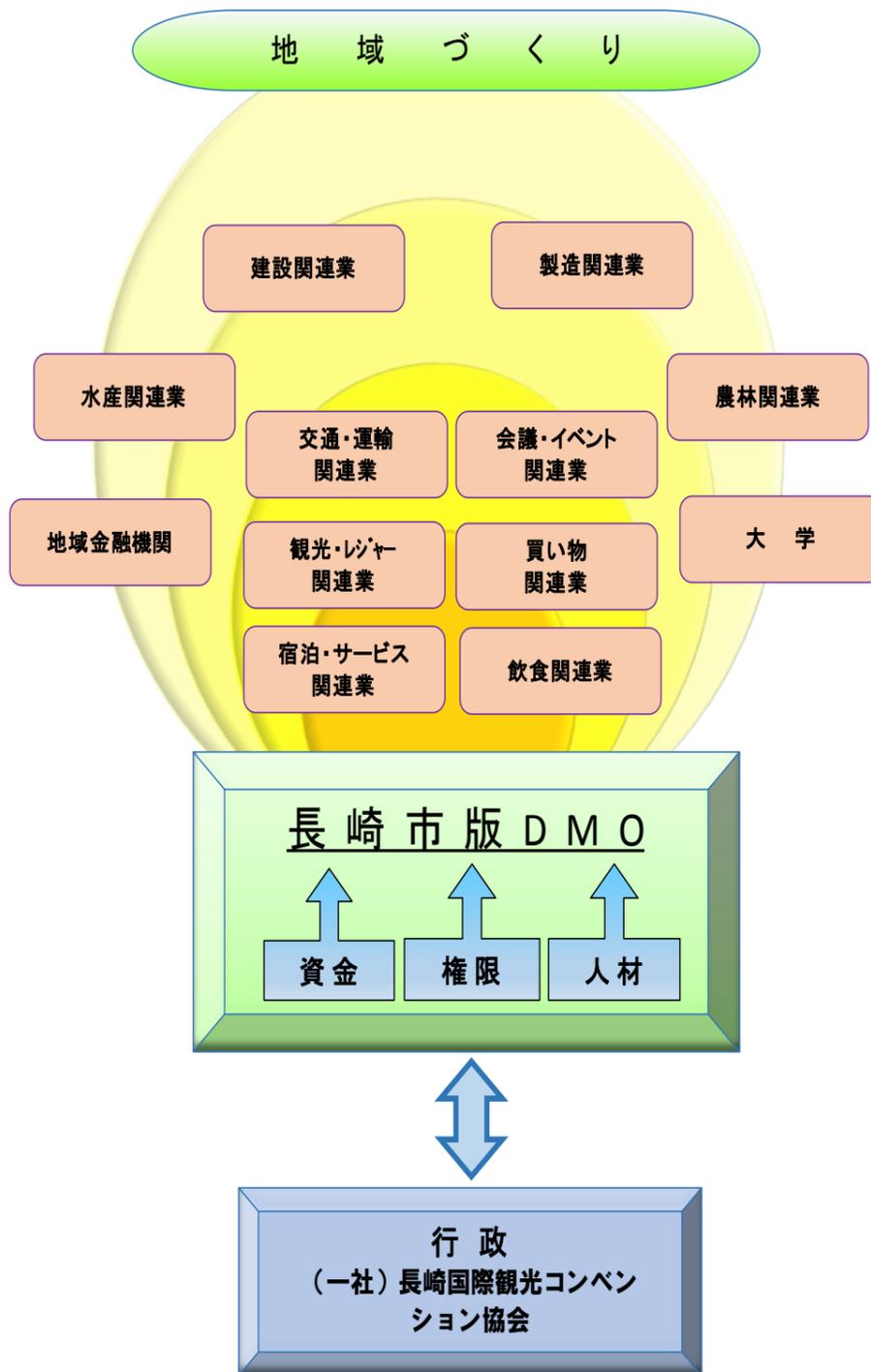
～ 数値目標 ～

2040年までに 観光客数 1,000 万人、観光消費額 3,000 億円 (1人あたり観光消費単価 3 万円)を達成し、人口減少による消費額減 1,200 億円を上回る需要創出を狙う。

(注)数値目標および推進・実現すべき事項は、別表1、2を参照。



～交流の産業化の「核」となる組織・体制～
 交流の産業化を図る統合的な組織「長崎市版DMO」の早急な整備に向け官民学一体となった動きを！



2040年の目標達成に向けて

別表2

