

令和三年度 政策提言書



長崎商工会議所青年部

令和3年度政策提言 稲佐山活性化協議会の設置

目次

はじめに	2
稲佐山に再び着目した理由	2
観光客の視点から	4
環境の変化を捉えながら	5
稲佐山活性化協議会の設置	6
仮テーマの設定	7
ソフト面について	8
ハード面について	10
まとめ	14
おわりに.....	15

令和三年度 政策提言委員会 名簿

副会長	甲斐	亮
委員長	金澤	友己
副委員長	中村	禎二
副委員長	日高	圭太
委員	内田	佳伯
委員	浦山	純菜
委員	岡田	雄一郎
委員	欽先	晃生
委員	児島	正吾
委員	榊原	寛
委員	塚島	温子
委員	乗松	亮平
委員	林田	健太
委員	広田	聖実
委員	藤澤	翔

はじめに

長崎商工会議所青年部では、平成 24 年度より毎年新しい政策提言を行ない続けてきました。これまで、累計 20 案もの政策提言を実施し、その提言の中には実現化が出来た提言もあれば、実現化に至らなかった提言も多くあります。

令和 3 年度政策提言委員会では例年通りにゼロから新しい提言を考えるのではなく、過去の実現化に至らなかった提言に目を向けました。過去実施した提言の中から、「今こそ、長崎の発展に必要なっている政策提言があるはず。」という考えで検討を始め、今年度の提言としてまとめました。

私達が注目した過去の提言は、平成 27 年度、平成 28 年度の提言です。この 2 年は両方、ロープウェイ延伸の提言と稲佐山に関する提言を行っています。このふたつの提言を参考に、私達も今こそ稲佐山に变革が必要であると考えました。

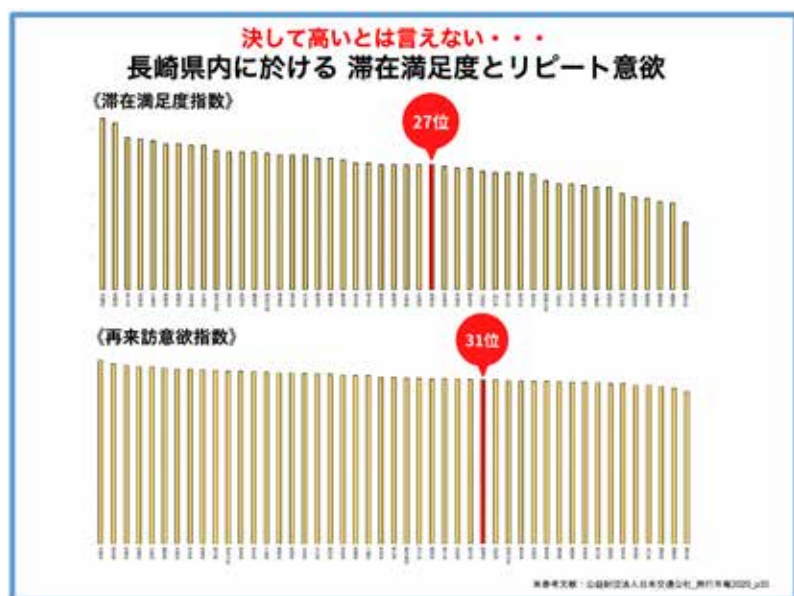
平成27年度

- ・「稲佐山展望台へのアクセス向上」
ロープウェイ延伸に関しての提言
- ・「光のコンテンツ」として の提言

平成28年度

- ・「夜景世界一のまち 長崎を目指して」
～長崎の夜景から生まれるシビックプライド～
- ・「ロープウェイの延伸」
- ・「夜景ガイドの確立と積極的活用」

稲佐山に再び着目した理由



では、「なぜ今、改めて稲佐山に着目したのか？」を説明致します。まず、長崎県全体の状況です。長崎県内全体の滞在満足度とリピート意欲を表したグラフでは、滞在満足度指数は 27 位、再来訪意欲指数は 31 位、観光地長崎として決して高いとは言えません。

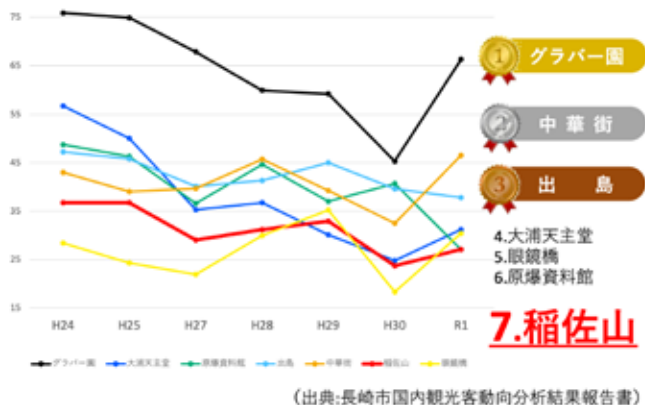
次に、観光客が回答した長崎市内での訪問先・訪問予定先の回答では、トップがグラバー園、中華街、出島と長崎主要観光地が続く中、稲佐山は 7 位に落ち込んでいます。上位に挙がっているグラバー園、出島、大浦天主堂など

日中に回るものが多いこともわかります。

赤の線が稲佐山です。グラフの始まりの年平成 24 年は世界新三大夜景に登録された年ですが、その以降も順位が上がっていません。

令和 2 年度観光統計からの資料より観光消費額の推移について、令和 2 年度に於いては当然ながらコロナの影響で観光客数、観光消費額の両方格段に低下していますが、それ以前、平成 29 年

長崎市内での訪問先・訪問予定先の回答推移 (長崎市民・修学旅行客を除く観光客が回答)



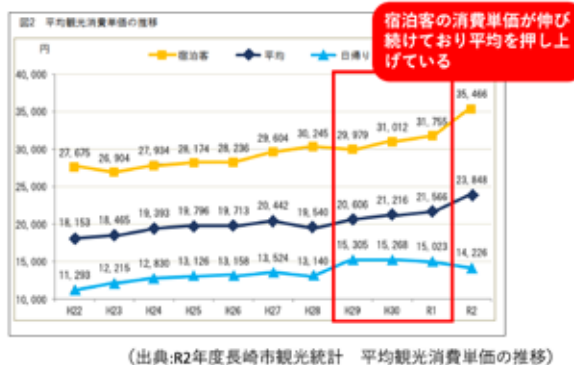
観光客数・観光消費額の推移



から令和１年にかけては、観光客数が低下している中でも、観光消費額は伸び続けていました。

更に、観光客一人当たりの消費額、平均観光消費単価を見ると、日帰り客の消費単価が下がっているのに対して、宿泊客の消費単価は伸び続けている事がわかります。単価は日帰り客の倍以上の金額で、平均を押し上げるまでになっています。すなわち、伸び続けている観光消費額は宿

平均観光消費単価 (観光客1人あたりの消費額)



なぜ今稲佐山か

- 現状、日中に回る観光施設が人気
→ 稲佐山は7位に落ち込んでいる
- 観光客が減少する中でも観光消費額は増加傾向にあり、それは宿泊客が押し上げている
→ 宿泊客を増やす事で、
長崎の経済は潤う

泊客が牽引しているといえます。

これらの事から、宿泊客を増やすことが、長崎の経済を潤す事に直結すると考えられます。現状では、日中に回る観光施設が人気であり、稲佐山は7位に落ち込んでしまっていますので、今こそ稲佐山をもっと活性化させ多くの人に来て頂くための施策が重要であると考えました。宿泊客を増やすための手段としても、「夜景」という夜のコンテンツを持つ稲佐山が果たす役割は大きいと考えています。

観光客の視点から

ただ、今の稲佐山について、実際に訪れた方が必ず楽しんで頂ける施設になっているかという、決してそうではないと感じています。観光客からの来訪順位が上がっていないデータもございました、果たして稲佐山は今のままで良いのでしょうか？

私達で事前に今回のテーマを決める前に稲佐山ロープウェイ視察を開催したのですが、その参

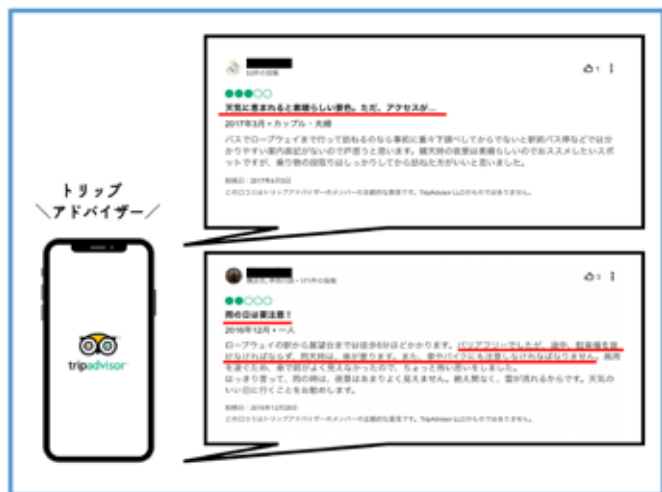
加者からは数々の指摘の声が上がりました。

「キャッシュレスを事前に知っておらず戸惑った」「夜のトイレ、女性は不安に思うスペース、トイレが古い」「夜景灯の案内が夜だと全く見えない」「喫煙スペースがあるのかなのか、わからなかった」「電飾が中途半端で寂しい印象」といった内容です。

更に、実際に観光に訪れた、観光客からも厳しい声が届いています。



稲佐山視察アンケートより



旅行に関する世界最大の口コミサイト、トリップアドバイザー（<https://www.tripadvisor.jp/>）から抜粋しています。「期待外れ」といった声が散見されます。「わかりやすい案内表記がないので戸惑う」「雨の日に怖い思いをした」といった観光地として見逃せない声がかかれています。

全て実際に訪れた旅行者の声ですので、きちんと目を向ける必要があると思います。

最後に Twitter でも、稲佐山でイベントが開催された際の投稿で、県内の方々の投稿かと思いますが、「1 時間待ちの渋滞が発生。駐車場に入るまで 30 分以上かかった。」といった声があります。

環境の変化を捉えながら



稲佐山を取り巻く長崎市全体は今、大きな変化の時を迎えています。先日、出島メッセ長崎が開業致しました。また、これからは新幹線の開業も控えています。

更には、長崎駅周辺エリアにおけるスタジアムシティプロジェクトも動き出しています。また民間デベロッパによるマンション開発も進んでおり、商業施設も含めこれまでの人口分布図が変化しています。

稲佐山においても、世界新三大夜景に再登録というニュースがありました。

日本・世界中から注目をあつめるこれからの稲佐山は、変化が求められているのではないのでしょうか。

観光客、地元長崎の方々に楽しんでもらう為に、活性化が必要と考えます。

令和3年度政策提言 稲佐山活性化協議会の設置



そこで、私達が今年度提言するのは、稲佐山活性化協議会の設置です。

稲佐山をもっと観光客・地元の方々に楽しんで頂く為のアイデアを話し合い、実際に実現に向けて動いていく協議会です。

想定されるメンバーは、行政の方々、指定管理者であるリージョナルクリエイション長崎に加え、200にのぼる様々な民間事業者が在籍している長崎 YEG も参画することで、経済団体、そして、市民の声。このように官民が一緒になって、話し合う場として設ける。

行政・経済団体・何より、【市民力】を活かした協議会の設立を目指したいと考えています。

《課題整理》



活性化と言っても、さまざまな事が考えられます。私たちなりに分類してみました。

イベントの開催、より魅力的なサービスを提供する事といったソフト面の協議、ロープウェイの整備、指摘にも上がっていたトイレの改修など施設内整備の改善などハード面の協議。それぞれのアイデアを実行に移すためのプラン立てや費用感、予算についての検討など。

やるべきことはたくさんありますが、ま

ずはソフト面・ハード面の協議が必要であると考えています。

仮テーマの設定



次のセクションからは、また訪れたい、長崎を目指し「稲佐山で出逢い・見つける NAGASAKI SIGHT」を仮テーマと設定して説明を進めて参ります。

ソフト面について



再び訪れたいくなる、長崎稲佐山を目指すためには一体何をすれば良いのでしょうか。先に設定した仮テーマに沿って考え、「唯一無二の稲佐山コンテンツ」と「世界新三大夜景×〇〇」を軸に検討しました。わざわざ来てもらうためには、手間暇かけた質の良い空間施設と【記憶に残る】【感動できる】体験があってこそであると考えます。

そこで私達はわざわざくる＝質の良いリピーターアップに繋がる可能性が高いと考えられる、四季折々の季節のイベントを検討しました。

長崎の歴史、文化芸術はもちろん、多くのお客さまが年間を通して楽しめるイベント。山頂のみならず、中腹エリアや街中への送客などもこれらからは繋がっていくものと考えます。



まずは春のイベントから。春はまだが長崎美味しい季節ですが、長崎市×さしみシティのイベントや魚祭り、また夜景を有する稲佐山での夜景ディナーなど、婚活クオリティの底上げにもつながるようなイベントに仕立てることができると思います。

次に夏のイベントです。全国のクラフトビールの会社を誘致し、例えばさいたまけやきビアフェスタを参考にした九州ビアフェスタを開催すれば現在のクラフトビールブームに乗って多くの来場者が見込めると考えます。



このクラフトビールブームは既に1996年頃からありますが、コロナの影響もあり、家飲みが流行っている今だからこそ、屋外を活用したイベントになると思います。

さて、2021年11月時点で国内のクラフトビールブルワリー数は一体何社ぐらいあると思われますでしょうか？ 答えは500社以上です。現在は536社となっております。



1年に10社ずつ国内のクラフトビールブルワリーをイベントにお誘いして行っても、長く続くイベントとなると考えます。

そして、秋のイベントです。稲佐山丸ごとアートにした長崎アートインスタレーションなど芸術の秋のイベントを考えてみました。また、食事の面では限定メニューを用意することにより、リピーターの増加に繋がることが考えられると思います。

また、長崎には北村西望という文化勲章を受章した彫刻家がいたことを忘れてはなりません。平和祈念像と連動した企画なども有効に使えるのではないのでしょうか。

また、アートを通して感性を養うことでイノベーションを生み出します。欧米の経営者たちは新たなビジネスアイデアを創出するために美術館やアートスクールに通い、クリエイティブな感性を養う活動に時間とお金を費やすようになってきています。先行きが不透明な時代に合わせて、経済が進化する状況に入り、一方で人の感性に対する意識が高まる時代となってきています。つまり、世界の潮流が観光産業にも大きな影響を与えていると考えられます。

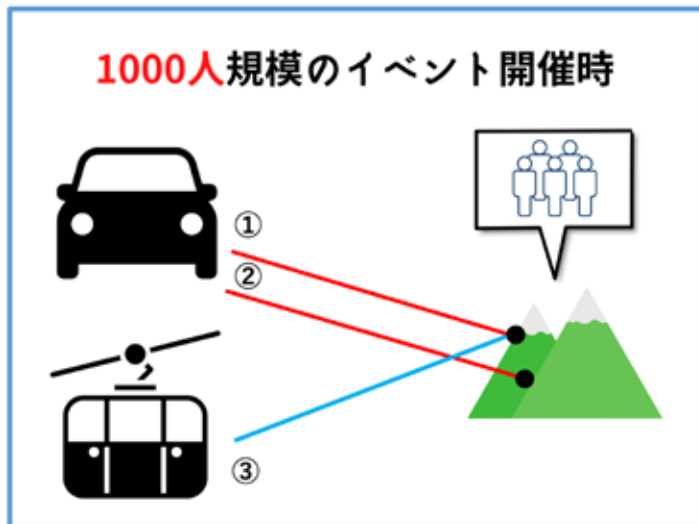
これからの時代、観光客は歓声に触れる知的な旅をしたいと考えるようになってきているのではないのでしょうか？感性に触れる旅の創出を発信するのはいかがでしょうか。

最後に冬のイベントです。長崎は日本酒の酒蔵も多くあります。選りすぐりの日本酒を皆様に振る舞ってみてはいかがでしょう？ お正月の御神酒は稲佐山でといった新しい形を提案するのはいかがでしょうか。新しいニーズの発見にも繋がるかと思います。

ハード面について

ここまでは観光活性化のために稲佐山を活用するイベントなどソフト面での提案をしてきましたが、大規模なイベントをおこなった場合、観光客や参加者の送客手段を考える必要があります。ここからはロープウェイの活用を軸に提案します。

送客手段について



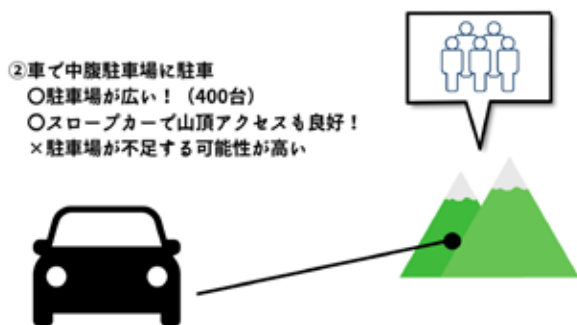
現在、稲佐山を訪れる場合、選択肢は主に3つあります。徒歩による登山を除くと、方法は車とロープウェイの二つに絞られます。車でアクセスする場合はさらに、駐車場所が山頂駐車場と稲佐山公園の中腹駐車場に分かれます。

山頂駐車場は、車で展望台へ直接乗り付けられて便利ですが、駐車台数が限られ、週末などは恒常的に渋滞が発生しています。イベント時を想定すると、駐車場としての容量不足はもちろん、山頂駐車場入りロゲートでの渋滞が中腹駐車場へ向かう車の妨げにすらなりかねま

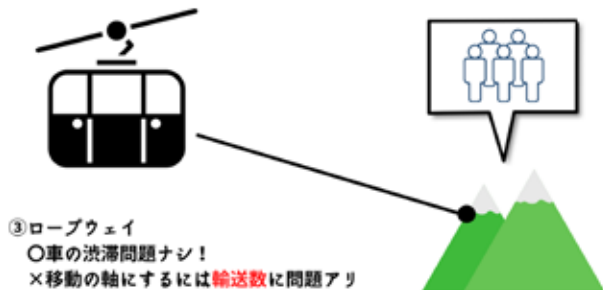
1000人規模のイベント開催時



1000人規模のイベント開催時



1000人規模のイベント開催時



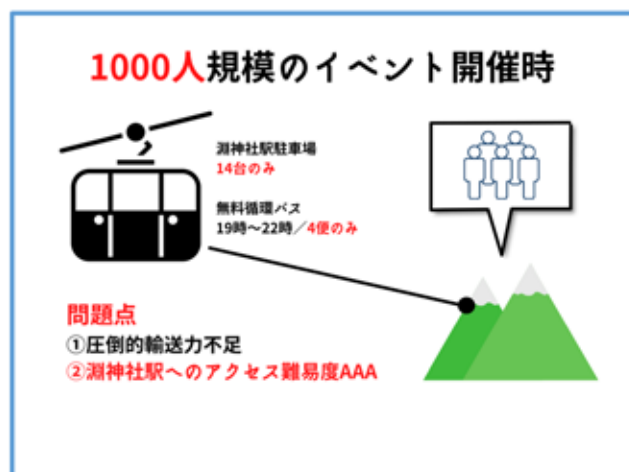
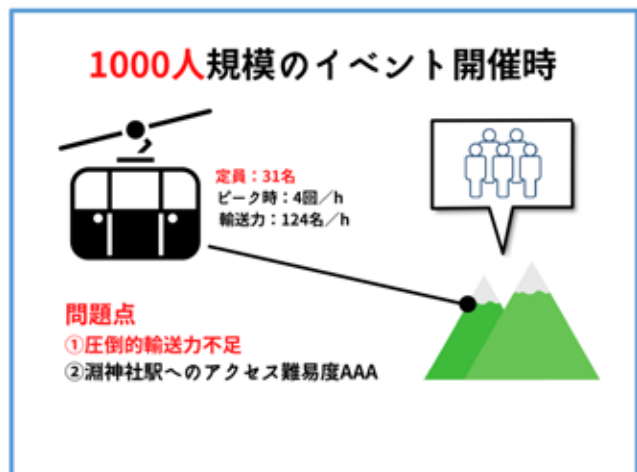
せん。

次に中腹駐車場ですが、こちらは400台のスペースがあり、通常は週末であっても観光客の利用まで対応できる広さがあります。スロープカーで山頂へも行けますので、通常時であれば十分な機能があると思います。

しかし、1000人規模のイベント時には、400台でも十分なスペースとは言えません。2021年に開催されたイベントの際には駐車場不足により大規模な渋滞を引き起こしました。

一方、ロープウェイによる移動であれば、車のような駐車場不足や渋滞の問題は回避できます。しかし、ロープウェイによってお客様を大量に、またスムーズに輸送するには、問題点もあります。

ロープウェイの輸送能力について



まず問題となるのは、アクセスのメイン方法とするには圧倒的に輸送力が足りないことです。現在、定員31名のゴンドラが一時間に4往復の運用で、一時間あたり124名を輸送できますが、連休時には1時間以上の乗車待ちが発生し、観光客にとってストレスとなっています。今以上の集客をしようとした場合、今のロープウェイの輸送力では不足することが予想できます。

次に問題となるのは、ロープウェイまでのアクセスの悪さです。あまりロープウェイに乗ることがない長崎市民はピンと来ないかもしれませんが、観光客からはロープウェイまでのアクセスがしにくい、わかりにくい、という声が多くあります。

現在の起点である淵神社駅は駐車場が14台しかなく、公共交通機関に頼ろうとしても、路線バスは観光客にはわかりにくく、また無料循環バスもありますが一時間に一本、しかも夜の4便しかありません。このような状態では観光客がアクセスしやすい環境とは、とても言えません。

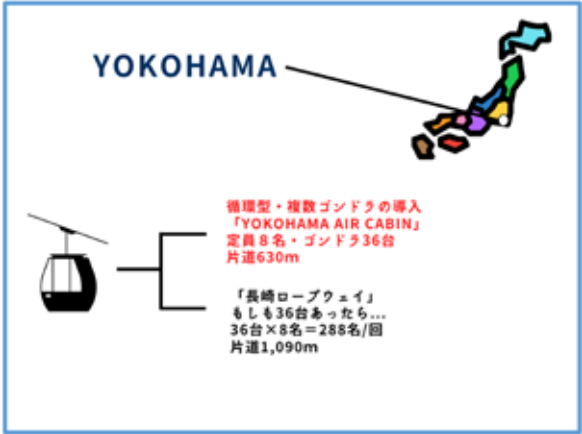
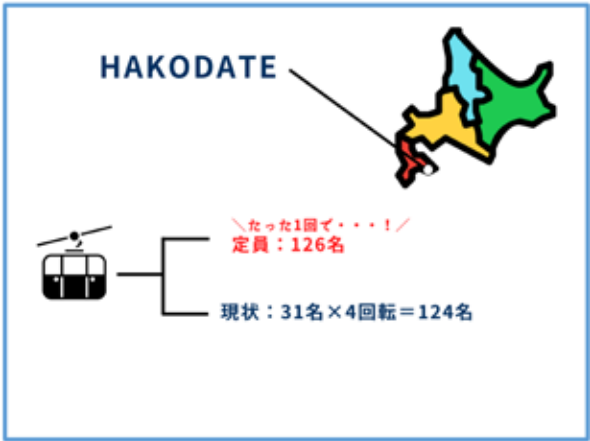
ロープウェイに関連する評判



これは、大手旅行サイトじゃらんに投稿された、「ロープウェイの混雑がひどい」という投稿です。この投稿はコロナ前の夏休み時期のもので、インターネット上では、長崎ロープウェイの混雑っぷりについての投稿がこの他にも多く見かけられます。

こちらは、海外観光客がよく見るトリップアドバイザーにあった、淵神社駅までのアクセスの悪さについての投稿です。観光客がバスで淵神社駅に行くことの難しさを指摘する内容です。夜景そのものについては素晴らしいと評価してくれていますが、アクセスについては不満だったようです。

函館山や横浜との比較



ここで、稲佐山と同じようにロープウェイを備え夜景で有名な函館山と、稲佐山を比べてみましょう

函館山ロープウェイのゴンドラは定員が126名で、稲佐山の長崎ロープウェイの定員31名の4倍の輸送力があります。

長崎ロープウェイのゴンドラも新しく綺麗ですが、輸送力という観点からは、能力不足と言わざるを得ません。大型のゴンドラにして、一回あたりの輸送人数を増やすことで、輸送力強化するという方法が考えられます。

次に、最近話題となった横浜の観光用ロープウェイと比較してみましょう。

横浜のロープウェイ、「ヨコハマ エア キャビン」は、ゴンドラ1台の定員こそ8名ですが、36台の小型ゴンドラが循環しています。

長崎ロープウェイも同じ方式にした場合、1回転でも288名と、今の1時間あたりの輸送人数の倍以上が輸送できます。

1 時間あたりの回転数を仮に 4 回とすると、さらに 4 倍の輸送力です。

また横浜よりも長崎ロープウェイの距離が長いことを考えると、ゴンドラの台数も 36 台より多くできるはずですので、さらに輸送力は増やせるはずです。このように、輸送回数を増やすことで輸送力不足を解消する、という方法も考えられます。

残された問題は、淵神社駅までのアクセスの問題です。

ハード面での提案

ロープウェイを利用するにあたっての、淵神社駅までのアクセス問題については、これまでの長崎 YEG の提言でも繰り返してきましたが、ロープウェイを延伸し、麓駅へのアクセスを改善することが最も効果的であると考えます。

無料循環バスや路線バスの運用を工夫する余地はあると思いますが、効果は限定的で、根本的な解決策とは考えにくいです。

観光客の目線から考えると、最もわかりやすい交通手段である路面電車と直接アクセスできることや、観光地やイベント会場と直結していることが望ましいと思います。

新幹線に合わせて、出島メッセもできましたし、駅も新しくなります。100 年に一度の大きな進化の時期だからこそ、このタイミングで長崎の観光活性化を図りたい、ということは皆さんの考えは共通していると思います。

今回の提言で我々商工会議所青年部からは稲佐山の活性化を提案しましたが、そのためにはロープウェイの進化も併せて必要だと考えます。

現在、民間事業者でもイベント施設と結びつけてのロープウェイ延伸を検討していますので、観光資源としての稲佐山とロープウェイ活用を考えるには、まさに 100 年に一度のチャンスです。ロープウェイの見直しの機運は確実に高まっています。

まとめ

今回、提言させていただいたソフト面、ハード面での活性化案を官民連携し、市民の方を多くまねき入れて、地域全体で実現化に向けて進めて行くため、行政・経済団体・何より市民の力を生かした協議会の設立を目指していただきたいと思います。

冒頭ご紹介した観光順位、宿泊者数を上げるという目標。もちろん、一朝一夕で達成できるようなことではありません。具体的に動き出したとしても、目標達成には今回提言させていただいた通り、多くの段階を踏まなければならないということは重々承知しております。

しかし、それでも動き出さなければ何も始まりません。今回提言させていただいた、稲佐山活性化協議会の設立は、その第一歩、スタートラインの部分であると思います。

先日長崎市が世界新三大夜景に再登録されるという嬉しいニュースがございました。日本世界中から注目を集めています。また、MICE の稼働開始、駅周辺再開発、西九州新幹線開業、それに加えて IR 開業もあり得ます。

これからの稲佐山の活性化に向けて今動き出しましょう。100年に一度、大きな進化の時期である今こそ、動くときではないでしょうか？



観光順位・宿泊者数を上げるために・・・！

ソフト面・ハード面から宿泊＆リピーター数UP!

宿泊＆リピーター数UP！

時代の潮流に合わせた観光都市になることで
一人一人の体験価値を上げ、記憶に残るまちに。

個人旅行／ゆったり滞在型観光

県内周遊イベントツーリズムや、市内マイクロツーリズム
ウェルネスツーリズムなどへパラダイムシフト。

体験価値の底上げ(ソフト)&施設整備(ハード)

片方が良くてもダメ！世界中から愛される観光都市「長崎」には
ソフトもハードも必須事項。接客レベルの向上から、周辺施設の安心安全まで。

マーケティング&仕組みづくり

SWOT分析などを用いて、ソフト面・ハード面の強みと弱みの洗い出し。
同時に、観光客や地元住民のニーズの把握、費用感をどのくらいでPayできるのか。
また地域を開発し、地域価値をデザインするトータルデザイン力も必須。

稲佐山活性化協議会の設立

他地域との差別化を測り、稲佐山を拠点にどんなことができるのか。
官民一体の稲佐山活性化協議会での活動がスタート。

おわりに

開港 450 周年を迎え、出島メッセ長崎、長崎新幹線開業など長崎が大きく変わる 100 年に 1 度の
大転換期に入りました。さまざまなバックグラウンドを持った文化たちが層を成して重なり
合っている、世界的にも稀有な土地、それが長崎であると言えます。

コロナ禍が完全に収束することは叶わず、現実は今からコロナとともに進んでいく形を模索し
ていくこととなりました。このような中で、長崎としてより発展していくためには、これまで培っ
たものを、再び現在の文脈の中で再定義し直し、新たな機能を見つけ、与え、大きくしていく必
要があります。

多くの長崎人が一度は訪れたことがあるであろう稲佐山。これまで多くの観光客をもてなし、こ
れからも長崎の玄関口を見守り続けます。長崎駅を中心にさまざまな施設が誕生していますが、
それらが持つ新しい力と、これまで存在していた観光資源が「おもてなし」のキーワードで結び
ついていけばと望みます。

そして生まれる「豊かな郷土長崎」を次世代の子らへと繋ぐことが我々世代の責務であると確信
しています。

我々長崎商工会議所青年部はこれまで諸先輩方が実践されてきたように、新しい文化的創造を
もって、豊かで住みよい郷土づくりにこれからも貢献していきます。

結びとなりますがこの提言をまとめるにあたり、非常に多くの方々にご協力賜りました。この場
をお借りして厚く御礼申し上げます。

令和三年度 政策提言担当
副会長 甲斐 亮