

◎コロナ禍に力を蓄える

今年は観光振興・交通対策特別委員会に所属しましたが、10月の委員会で『国際戦略』に対して次のような意見を述べました。

「コロナ禍が続く中でインバウンドが再開する時にスタートダッシュをかけるという意味でも今しっかり課題を検証し、見えてくる課題と目標をしっかりと見極めて取り組んでいかねばと思っているが、各部局共通で、もう少し全体を俯瞰する中での戦略、取り組みというものを、工程表を作ってやっていかないと非常にもったいないし、そうでないと他都市には勝てないと思う。」

その時には明確な回答はありませんでしたが、去る15日に開催された委員会では「加工品・陶磁器輸出戦略強化事業」「水産物輸出倍増事業」「農産物輸出促進事業」「外国人材受け入れ（産業全般）」「同（介護）」「同（水産）」「同（農業）」「インバウンド・国際航空路線・クルーズに関する事業」「国際交流（ベトナム）に関する今後の事業」について工程表が示されました（例えば以下のように）。さすが県職！コロナ禍のなかで力を蓄えることが今後の長崎の浮沈の如何に繋がります。全力でサポートします。

■インバウンド・国際航空路線・クルーズに関する今後の事業計画（案）

区分	R3年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	R4年1月	2月	3月	
外国人観光客の受入に関する国の動き	観光目的の入国への対応 ◎策とりまとめ（想定）			試行的に受入再開（想定）					オリ・バラ 7/23~9/5	試行枠の拡大または本格的な再開						
インバウンドの受入拡大 【事業内容】 デジタル化やコロナ収束後の個人旅行化の進展を見据え、個人の興味関心に直接訴求するデジタルプロモーションや現地メディアや旅行会社と連携した情報発信を強化するとともに、観光素材や受入環境の外国人対応等に取り組む	旅行会社等との協議（オンライン）			現地セールス、旅行会社との協議、キーマン招聘事業												
	観光Webセミナー開催			現地メディア、旅行会社等と連携したキャンペーン												
	Web・SNSでの情報発信			旅行会社向け商談会、一般客向け観光説明会 ◎東京でのPR ◎観光展（台湾） ◎観光展（香港） ◎観光展（韓国・中国）												
	動画広告の配信			Web・SNSでの誘客プロモーション												
	動画広告の配信・デジタルマーケティング															
	インバウンド向け観光素材の磨き上げ・受入環境の整備															
国際航空路線の維持拡大 【事業内容】 既存定期路線の早期運航再開を図り、再開後の利用促進やプロモーションに取り組むとともに、アジアの成長市場から新規路線や国際チャーター便の誘致に取り組む	運航再開等に関する協議（オンライン、メール等）			現地を訪問しての航空会社との協議、新規就航に向けた誘致活動												
				運航再開決定◎（想定）		航空会社、旅行会社、現地メディアと連携したプロモーション										
	国際定期航空路線の運航再開															
	安定運航のための航空会社、旅行会社への支援															
クルーズ船の誘致 【事業内容】 感染症等環境の変化を踏まえたクルーズ客船の誘致や、周遊対策等経済的な効果を高める取組を推進する	国内クルーズ受入体制の整備、国内クルーズの誘致・周遊対策															
	海外クルーズの受入体制の整備															
	船社、旅行会社との協議（オンライン、メール等）			海外クルーズの誘致（セールス・ファムツアー）												
	広域周遊対策															
	海外クルーズの受け入れ再開															
	国が外国船を対象とした船舶及び港湾ガイドラインの策定・公表															

追伸

今般、県議に感染者が発生したことで皆様に大変ご心配をおかけしました。議長からも改めて感染拡大防止のための申し合わせ事項の通達（①会食する際の注意、大人数を避け二次会は自粛）②年末年始の訪問活動の自粛 ③イベント・会合参加の際は密を避け短時間の参加に努める等）がなされました。

一方で飲食他サービス業の落ち込みが心配されるなか、私自身は「正しく行動することを意識した活動」をさらに心がけていきます。皆様もご注意のうえお過ごしくださいませ。

