

県民所得向上対策（観光業等）

<p>現状・課題</p>	<p>○県民所得低迷の要因：宿泊業等の従業者数の増加につながる宿泊滞在型の観光客や首都圏や関西圏等からの集客の伸び悩み、観光消費の拡大や外貨の獲得に向けた本県の優位性を活かした東アジア市場等への戦略的取組の不足。 県内における小売業年間商品販売額は低迷しており、さらに勤労世帯の消費支出額は全国でも低位となっている。</p> <p>○現状：観光業は、産業としての裾野が広く、経済効果が幅広い分野におよぶ本県の主要産業の一つだが、近年、長引く景気の低迷や東日本大震災の影響、国際情勢の影響などにより、観光を取り巻く状況は厳しく、観光客数は伸び悩みの状況にある。本県の農水産物は、認知度が低く全国に通用するブランド商品は少ない。また、加工食品は、製造規模が小さいため商品量が少なく、ブランド化と販路拡大の妨げとなっている。</p> <p>○課題 ①本県は多彩な観光資源を有しているが、これらを網羅的に情報発信するとかえってイメージが希薄となる。 ②韓国に対して、本県の持っているポテンシャル(歴史的つながり、地の利、人脈)の活用が不十分。 ③本県農水産物・加工品から重点PR商品を選定し、首都圏等での情報発信等により「ナガサキブランド」を確立し、販路拡大に取組む必要がある。</p>
<p>対策の基本的考え方</p>	<p>○世界遺産登録を見据えた教会群とキリスト教関連遺産や世界新三大夜景など、本県独自の地域資源を活用した戦略的な発信によって本県観光のイメージ形成と浸透を図り、誘客拡大を目指す。また、復活する県ソウル事務所の効果的な活用など、東アジアの重点4市場を中心に、市場の動向や旅行形態に応じた戦略的なインバウンド対策に取り組むとともに、クルーズ船の一層の誘致拡大を図る。更に、県民総参加によるおもてなし運動の推進など、国内外からの観光客の受入態勢づくりを推進する。</p> <p>○本県の歴史的な交流の積み重ね、アジアの最前線に位置する地理的優位性を生かし、アジアをはじめとした海外の活力を取り込み、本県の経済活性化につなげる。</p> <p>○優れた県産品について、首都圏・関西圏でのブランド化や販路拡大に取り組むとともに、アジア諸国・地域の市場開拓等を行うとことと国内外における本県産品の常時取り扱い店舗の増加を図り、生産額の向上を目指す。</p>
<p>目指す姿</p>	<p>○観光業の生産額の目標 (H22) 2,726.6億円 → (H27) 3,021.5億円 < 294.9億円増加 > ・純生産額の増加 < 134.7億円増加 > ・第1次間接波及効果 < 16.5億円増加 > < 合計(直接+第1次波及) 151.2億円増加 ></p>

取組の柱（平成25年度当初予算の県民所得向上対策）

魅力あふれる観光地づくり	国内誘客戦略の展開	海外からの誘客戦略の展開	アジア・国際戦略の推進	県産品のブランド化と販路拡大
<p>○本県を訪れた観光客の皆様、「長崎県にまた訪れたい」と思っていただけ、県民総参加でおもてなし力の向上を図る。</p> <p>○地域の特性を活かし、魅力的な観光地づくりや地域資源の磨き上げのために、市町等が主体となり推進する観光まちづくりの取組を支援</p> <p>【主な事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○(拡)おもてなし日本一づくり推進事業 ○(継)県民総参加観光振興事業(元気の観光地応援事業) ○(継)21世紀まちづくり推進総合支援事業(観光交流まちづくり推進事業) 	<p>○「長崎の食」の取組の定着化を図りつつ、教会群や世界新三大夜景など本県独自の地域資源を活用した戦略的な発信による本県観光のイメージ形成を図る。</p> <p>○観光地の連携による県内周遊の促進を図るとともに、県内離島を巡る旅行商品の定着化や県民による県内観光の需要喚起、着地型観光の振興を図る。</p> <p>○修学旅行やコンベンションの誘致促進を図る。</p> <p>【主な事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○(新)「長崎の旅」イメージアップ推進事業【重】 ○(新)ながさき新発見の旅創出事業 ○(継)食と観光の融合による観光拡大推進事業 ○(継)国内誘致対策地域連携推進事業 ○(継)長崎のしま旅創出事業 ○(継)修学旅行誘致対策事業 ○(継)コンベンション誘致推進事業 	<p>○県ソウル事務所が復活する韓国等の東アジアの重点市場や、タイ・シンガポール等の東南アジア、福岡直行便が就航するヨーロッパ市場に向けて、積極的なPR・誘客に取り組む。また、受入態勢整備を図る。</p> <p>○中国市場の企業報奨旅行等の誘致促進</p> <p>○県内離島の特性を活かした外国人観光客の誘致・受入支援</p> <p>○クルーズ船の一層の寄港促進と受入態勢の充実強化を図る。</p> <p>【主な事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○(拡)大型客船誘致促進プロジェクト推進事業【重】 ○(継)国際観光戦略推進事業 ○(継)海外重点市場戦略的誘客拡大事業 ○(継)離島地域外国人観光客受入支援事業 ○(継)外国人観光客受入施設グレードアップ推進事業 ○(新)中国市場新分野誘客創出促進事業 	<p>○文化・友好交流、観光誘客、県産品輸出、企業の海外展開など、様々な分野の取組を後押しするため、中国、韓国に拠点を構え各種支援を行なうとともに、海外パブリシティを活用した情報発信により本県の認知度向上を図る。</p> <p>【主な事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○(継)上海事務所運営事業 ○(新)ソウル事務所運営事業【重】 ○(拡)海外パブリシティ推進事業 ○(継)長崎ブランド産品輸出促進事業【重】 	<p>○優れた県産品について、関係部局、団体等と連携のもと首都圏・関西圏及び東アジアを中心にブランド化や販路開拓・拡大に取り組む。</p> <p>【主な事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○(新)首都圏での長崎情報発信・営業拠点づくり事業【重】 ○(新)ながさきの魅力発信in KANSAI事業【重】 ○(継)「食材の宝庫ながさき」ブランド確立事業 ○(継)県産陶磁器産地ブランド確立事業【重】 <p>【他部局関連事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○(継)「売り出せ！水産ながさき」販路拡大事業【重】 ○(継)長崎ブランド農産物育成対策事業【重】 ○(継)地域産品商品力強化支援事業【重】

今後の中長期的な取組

- 平成27年の世界遺産の登録や平成34年の九州新幹線西九州ルートの開通を見据え、アジア・国際戦略、歴史、文化、食、自然等の様々な資源を活用した地域主体のまちづくりへの支援や情報発信、国内外からの戦略的な観光客誘致、観光客の利便性・快適性の一層の向上
- 県産品のブランド化と販路拡大

具体的な取組内容（平成25年度重点戦略の概要）

国内外の観光ニーズに訴求する魅力の発信	アジア・国際戦略の推進	県産品の販路拡大による実需の創出・拡大
<p>(新)「長崎の旅」イメージアップ推進事業(67百万円)</p> <p>○本県は「いつかは行ってみたい」と思われているものの、「ぜひ行ってみたい」までのインパクトに欠けていることから、それを払拭するような訴求力のある観光テーマを決定し、世界遺産登録や九州新幹線西九州ルート開業などに向けて、重点的な情報発信、プロモーションを実施し県外からの誘客促進を図る。</p> <p>(新)県内の歴史文化遺産を活用した交流促進事業 (46百万円)</p> <p>○朝鮮通信使などの世界に誇れる歴史文化遺産について、調査研究、顕彰・発信し、本県固有の大きな財産として東アジア地域との交流を促進し、旅行商品の造成など国内外からの誘客を図る。</p>	<p>(新)ソウル事務所運営事業(24百万円)</p> <p>(新)県内の歴史文化遺産を活用した交流促進事業 (46百万円)【再掲】</p> <p>(継)長崎ブランド産品輸出促進事業(28百万円)</p> <p>○韓国に対する本県のポテンシャル(歴史的つながり、地の利、人脈)を十分に活かしきれていない現状を踏まえ、県ソウル事務所を10年ぶりに復活させ、人脈の再構築や本県の認知度向上、誘客の促進、県産品の販路拡大など、韓国の活力を取り込むための具体的な取組を推進する。</p> <p>(拡)大型客船誘致促進プロジェクト推進事業(28百万円)</p> <p>○今後、更なる入港拡大に向け、新たなクルーズ船社の開拓による国内外クルーズ客船の積極的な誘致や新たな寄港地観光コースの開発などの誘致・受入態勢の充実・強化を図る。</p>	<p>(新)首都圏での長崎情報発信・営業拠点づくり事業 (18百万円)</p> <p>(新)ながさきの魅力発信 in KANSAI事業(15百万円)</p> <p>(継)「売り出せ!水産ながさき」販路拡大事業(47百万円)</p> <p>(新)加工業務用産地育成整備推進事業(33百万円)</p> <p>(継)長崎ブランド農産物育成対策事業(18百万円)</p> <p>(継)県産陶磁器産地ブランド確立事業(34百万円)</p> <p>(継)地域産品商品力強化支援事業(35百万円)</p> <p>○県産品のブランド化及び販路拡大のために首都圏対策として東京産業支援センターを活用し、常設のテストキッチンを備えた商談ルーム・県産品販売コーナーの設置や県産品を取り扱っている店舗を「長崎県応援店(仮称)」として認定する制度を創設する。また、関西地域対策として、関西圏の有力企業グループのタイアップによる電車内、駅構内でのPRイベントやホテル、レストランでの長崎県産品フェアの開催等長崎県総合プロモーションを展開。あわせて首都圏と同様に「長崎県応援店(仮称)」を創設する。</p>