



# 長崎県「アジア・国際戦略」

～海外との友好交流関係と地の利を活かす～

【令和2年度行動計画】

令和2年3月

# 目 次

長崎県「アジア・国際戦略」について	1
1. 「アジア・国際戦略」の概要	2
2. 「アジア・国際戦略」の組み立て	3
国・地域別の取組の方向性	5
1. 中国における取組(香港・台湾を除く)	6
2. 香港・台湾における取組	10
3. 韓国における取組	14
4. 東南アジア(インド含む)における取組	18
5. ベトナムにおける取組	23
6. 欧州・米国における取組	26
戦略プロジェクト	29
1. 「外国人観光客誘致強化」プロジェクト	30
2. 「クルーズ客船受入・消費拡大」プロジェクト	32
3. 「新規航空路線・国際チャーター便誘致」プロジェクト	34
4. 「アジアとの物流拡大」プロジェクト	36
5. 「県産品の輸出拡大」プロジェクト	37
6. 「県内企業等の海外展開支援」プロジェクト	40
7. 「スポーツを活用した交流・地域づくり」プロジェクト	41
8. 「『歴史・文化』発信・交流発展」プロジェクト	42
9. 「外国人材受入促進・国際人材育成」プロジェクト	44
10. 「アジアの環境問題への貢献」プロジェクト	47

# 長崎県「アジア・国際戦略」について

---

# - 1 「アジア・国際戦略」の概要

## 目的

海外との歴史的な交流の積み重ねと、アジアへ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。

## 施策展開の視点

### 優位性の発揮、ソフトパワーの強化

本県は、海外との交流の窓口として人を呼んで栄え、人々との交流の中で発展してきた歴史があり、このことは 私たち県民の意識に深く根付いている。長い交流の積み重ねによって培ってきた友好交流関係や人的ネットワークなどの優位性をはじめ、本県のプレゼンスの向上、次世代の交流を担う国際感覚を備えた人材の育成、本県独自の文化発信力の強化などのソフトパワーの強化を図る。

### 世界に通用する新たな長崎県づくり

本県の強みを生かしながら、観光客誘致、県産品輸出促進、県内企業の海外展開支援など、経済的実利の創出・拡大に向けた取組を進めるとともに、国際的なステージで活躍する人材の育成や、海外との交流拠点づくりにも取り組み、世界に通用する新たな長崎県を目指す。

### 官民連携と総力の結集

海外とのつながりを有する金融機関、経済団体、大学などの県内各機関との連携により、各々が有する強みの結集と最大化を図る。

### SDGsの推進

国際連合で採択された「SDGs(持続可能な開発目標) Sustainable Development Goals」における「持続可能で、誰一人取り残さない社会の実現」という理念を踏まえながら各取組を推進するとともに、本県及び国内外のSDGsの達成に貢献していく。

## 施策展開の手法

施策を多層化(三層)の上、段階的な取組推進を基本イメージとし、着実な施策展開と確実な経済的実利の創出・拡大を図る。

## 経緯等

### 経緯

- ・平成23年3月に長崎県総合計画における政策横断プロジェクトのひとつとして戦略を策定。
- ・平成28年度から令和2年度までを計画期間とする「長崎県総合計画 チャレンジ2020」においても、引き続き、政策横断プロジェクトとして位置づけ取組を推進。
- ・毎年度の行動計画を取りまとめ、庁内連携して取り組んでいる。

### 推進体制 市町、民間団体、大学等と連携しながら、一体となって推進

- 〔 本部(知事、副知事、関係部局長)、プロジェクトチーム(関係課長等)、ワーキングチーム  
県内市町、企業・団体など民間との連携 九州地域での広域連携 〕



## - 2 「アジア・国際戦略」の組み立て ~ 成長を続けるアジアをはじめとした海外の活力を取り込む具体的手法 ~

ソフトパワーを強化し(第一層)、専門的な知識や情報による支援を行い(第二層)、経済的実利の創出・拡大に取り組む(第三層)。特に、県内企業等の海外進出やビジネス展開などの国際的な活動に当たっては、人脈などのソフトパワーを活かしつつ、専門的なサポートを、きめ細かに、かつ、段階的に実施していく。

### 第三層 経済的実利の 創出・拡大の取組

- ・外国人観光客の誘致
- ・県産品の輸出促進
- ・企業の海外展開支援

等

### 第二層 専門的な知識・情報 によるサポート体制の強化

- ・県の海外事務所(上海・ソウル)
- ・ビジネスサポートデスク(東南アジア)
- ・自治体国際化協会(クレアソウル)

等

### 第一層 ソフトパワーの強化

- ・人的ネットワークの創出・強化
- ・海外における長崎県のプレゼンス向上
- ・交流の歴史・文化
- ・友好交流関係の拡充
- ・国際人材育成と多文化共生の推進

等

### 戦略プロジェクトの位置づけ

外国人観光客誘致  
強化

クルーズ客船受入・  
消費拡大

新規航空路線・国際  
チャーター便誘致

アジアとの物流拡大

県産品の輸出拡大

県内企業等の海外展開支援

アジアの環境問題への貢献

スポーツを活用した  
交流・地域づくり

「歴史・文化」発信  
交流発展

外国人材受入促進・  
国際人材育成



## 国・地域別の取組の方向性

---

# - 1 中国における取組（香港・台湾を除く）

基本的な  
考え方

中国は、長年の交流の歴史と地理的近接性という長崎県の強みを最大限に活かすことができる国であり、アジア最大の消費市場でもある。本県と中国の歴史的なつながりの顕在化及び、本県ゆかりの偉人の功績の顕彰により、本県のプレゼンスを向上するとともに、先人が築いた友好交流の絆をさらに強固なものにして、観光誘客や県産品輸出を含む、あらゆる分野での相互交流の拡大につなげる。

## ソフトパワー強化

### 【長崎と中国の特別な関係、交流の歴史】

本県と中国は、地理的な近接性を背景に、長年のゆかりや交流の歴史により築かれた強い結びつきがある。

古代～中世：遣隋使、遣唐使

近世（明末～清朝）：唐人社会、唐通事、華僑、

隠元禅師と黄檗文化

近代（清末）：孫文と梅屋庄吉

現代：駐長崎中国総領事館設置（1985）

（一社）長崎県貿易協会上海事務所設置（1991）

### （友好交流関係）

福建省：友好県省（姉妹都市）1982年～

上海市：友好交流関係 1996年～

湖北省：友好交流関係 2011年～

中村知事が福建省の「荣誉公民」を授章（2019.9）



### 【主な交流実績】

本県と中国の強い結びつきを活かして、様々な分野・レベルでの交流を活発に行っている。

隠元禅師と黄檗文化について福建省と連携したシンポジウム等の開催

中国商務部主催「中国国際投資貿易商談会」における経済交流

県環境部と福建省生態環境庁との環境技術交流

福建省・浙江省との水産交流

長崎県内の大学生と中国の学生を相互に派遣する青少年交流の実施

長崎留学生支援センター、県内大学と連携した現地留学説明会の実施

### 【課題】

これまでに構築した人脈やネットワークを活用し、観光客誘致、県産品輸出拡大といった経済的実利の獲得へ着実につなげる取組が必要

## 観光客誘致

### 【訪日観光客の状況】

中国からの訪日客数は8,380千人（2018年）と、国・地域別で最多訪日中国人観光客の旅行形態は、団体から個人への移行が進行本県における中国人観光客の延べ宿泊者数は、69千人（2018年：前年比11.1%増）で、国・地域別3位

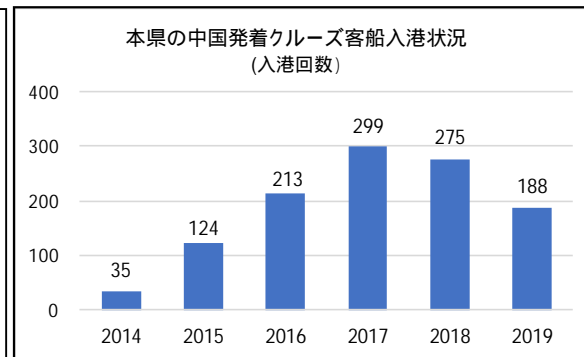
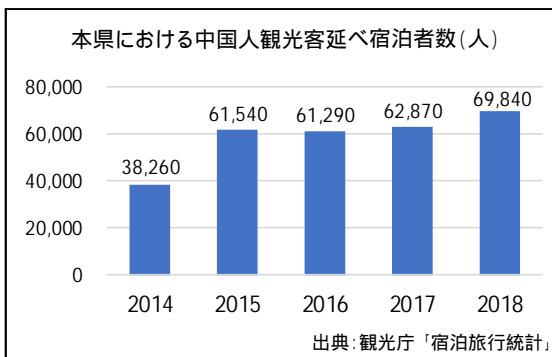
九州全体の延べ宿泊者数に占める本県シェアは8.5%（2018年）

日本の観光地の認知度調査によると、「長崎」の認知度は中国において低下傾向にあり、旅行先としての魅力発信の不足がうかがえる

国際定期航空路・長崎～上海線が、令和2年2月から週3便化

長崎、福岡を中心とした九州を寄港地とするクルーズ商品の人気が高く、本県の中国発着クルーズ客船入港回数は、188回（2019年）

教育旅行の誘致は、将来的な訪日旅行のリピーターにつながるという観点から注目されている



### 【課題】

旅行先としての魅力発信（観光地としての認知度向上）

旅行形態の変化に伴う、ニーズの変化への対応や受入体制の整備が必要

クルーズ客を中心に、経済的な効果をより高める取組が必要

現状と課題



県産品輸出促進

【中国市場の状況】 出典：JETRO「農林水産物・食品 国別マーケティング基礎情報」  
農林水産省「国・地域別の農林水産物・食品の輸出拡大戦略（中国）」

世界最大の人口を抱える巨大市場で、中間層が増加し、消費力も旺盛

- 輸入規制により青果物はほとんど輸入できないが、日本の水産物や加工食品、飲料などは信頼性も高い
- 日本からの農林水産物・食品輸出は、1,338億円(2018年)で、国・地域別で2位
- 上海市など大都市を中心に日本食レストランが普及(約40,800店)し、日系食品メーカーや日系小売店も多数進出

【県産品輸出の状況】

- 巨大市場であると共に、地理的な近接性から輸出及びプロモーションの面で優位性があり、重点国として位置づけ
- 本県からの主な輸出品目：水産物(活鮮魚)、陶磁器、調味料、酒類、麺類、木材
- 水産物は、他県に先んじて輸出を展開しており、輸出額は年々増加して更なる拡大が見込まれる

本県の輸出状況(輸出額) 県把握分

単位：千円

分野	2014年	2017年	2018年	対前年比	2014/2018比
水産物	628,719	1,298,538	1,651,342	127.2%	262.7%
農畜産物	624	715	635	88.8%	101.8%
木材	94,284	111,959	152,352	136.1%	161.6%
加工品・陶磁器等	39,769	149,728	203,650	136.0%	512.1%
国計	763,396	1,560,940	2,007,979	128.6%	263.0%

【課題】

県産品の認知度が低い  
商習慣(1国1商流)等の影響で、水産物を除き、県産品の取扱目や販路が限定的

企業展開支援

【中国進出状況(2018年)】

- 日系企業全体 33,050社 [出典：外務省 海外在留邦人数調査統計 令和元年版]
- 本県企業 17社 [出典：データ九州2019(2019.4月号・公益財団法人九州経済調査協会)]

【課題】

- 海外展開に取り組む意欲のある企業のすそ野の拡大
- ジェトロなどの支援策を活用した事業計画の立案に対するサポート等が必要

友好交流

県内8市町が中国の11市区と姉妹・友好都市交流

市町名	相手都市	提携年月	市町名	相手都市	提携年月
長崎市	福州市(福建省)	1980年10月	大村市	閔行区(上海市)*	1993年12月
	中山市*	2011年9月	平戸市	南安市(福建省)	1995年10月
佐世保市	廈門市(福建省)	1983年10月	対馬市	崇明県(上海市)*	2012年7月
	瀋陽市(遼寧省)	2011年5月	南島原市	福州市羅源県*	2006年3月
諫早市	漳州市(福建省)	1991年4月	長与町	南匯区(上海市)*	2002年3月
	平江区(江蘇省蘇州市)	2006年10月			

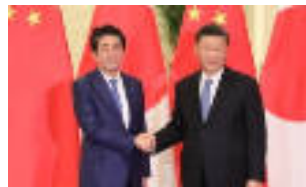
\*は友好交流関係

県内9大学が中国の132校と交流協定を締結(各大学HP調べによる)

観光客誘致

- 海外姉妹都市等へのトップセールス実施
- 中国の小中学校修学旅行団と市内の小中学校との交流事業実施
- 「Re島プロジェクト(福岡市・九州離島広域連携事業)」によるプロモーション、誘客促進。旅行会社の招請等の実施
- 航空会社に対し、安定運航することを図るための着陸料等の助成のほか、路線のインバウンド・アウトバウンド双方の利用促進を図ることを目的とした助成等を実施

- 中国・習近平国家主席が国賓として来日予定
- 中華人民共和国駐長崎総領事館開設35周年
- 長崎鮮魚輸出開始15周年
- 隠元禅師出家400年



(習近平・国家主席との日中首脳会談)  
(写真提供：内閣広報室)



(中華人民共和国駐長崎総領事館)

歴史・文化を活かした交流、情報発信による本県のプレゼンス向上

- 「隠元禅師と黄檗文化」、「孫文・梅屋庄吉」など、本県とゆかりのある偉人の功績の顕彰による本県のプレゼンス向上
- 長崎ゆかりの中国地方政府・関係機関や情報発信力・影響力のある機関・人物とのネットワークを強化
- 周年事業における県内市町・民間団体や企業等と連携した総合的プロモーションの推進
- 効果的なツール、手法による情報発信の強化



中国人観光客の誘致

- デジタルマーケティングを強化し、Web等を活用して戦略的なプロモーションを展開
- 定期航空路線の利用促進や教育旅行の誘致、クルーズ客船の誘致を推進
- 誘客による経済的な効果を高める施策への取り組み

水産物や加工品を中心とした県産品の輸出促進

- 中国とのゆかりに加え、輸出が進んでいる水産物などの知名度や商流を活かした県産品の総合的なプロモーションを推進
- 新たな輸出企業や輸出品目の掘り起こしと販路開拓
- 輸出を検討または推進している企業に対する相談・活動支援に注力



本県と中国の歴史的なつながりの顕在化、ゆかりの偉人の功績の顕彰による本県のプレゼンスの向上

人的ネットワークの強化、交流の拡大

中国における本県の特別感の維持・拡大



誘客拡大及び県内消費の拡大

県産品輸出拡大  
(飲食店、小売店等での取扱拡大)

## 令和2年度 主な関係事業(中国)

	新規・拡充、継続	事業名	概要	担当課
第一層	継続	長崎と中国の「永遠の絆」発信事業	隠元禅師や孫文・梅屋庄吉などに象徴される長崎と中国との交流の歴史を情報発信	文化振興課
	継続	海外向け認知度向上推進事業	SNSの活用や民間企業とのタイアップ等により、歴史・文化、観光、物産等本県の魅力を海外に情報発信	国際観光振興室
	新規	中華人民共和国駐長崎総領事館開設35周年記念事業	中華人民共和国駐長崎総領事館開設35周年を記念して、各種記念行事を実施し、今後の本県と中国における人脈等の関係強化並びに経済、文化、観光等の一層の交流を促進	国際課
	新規	これからの社会を生き抜く力を持ったグローバル人材育成事業	海外での語学研修とグローバル企業への訪問研修、各学校や生徒の国際的素養を身に付けるための取組を推進し、グローバルな視野を持って社会を牽引する人材を育成	高校教育課
第二層	継続	上海事務所運営事業	長崎県上海事務所による観光PR・誘客対策、県産品の販路拡大、県内企業のビジネス促進などの情報提供や連絡調整、現地活動支援	国際課
	継続	海外ビジネス展開促進事業	企業訪問等を通じて、海外展開に関する企業の考え方や状況を把握し、国や関係機関の支援制度の活用促進など、企業の状況に応じた支援を行うことで、県内中小企業等の海外展開を促進する。	経営支援課
第三層	新規	インバウンド向け戦略的プロモーション強化事業費	インバウンドについて、国・地域の特長やニーズに合わせ、現地PRからweb・SNSの情報発信まで組み合わせたプロモーションを戦略的に展開することで、インバウンド誘客拡大を総合的に推進	国際観光振興室
	継続	ビジットながさき・インバウンド旅行需要創出事業費	東アジア、東南アジア市場からの教育旅行や巡礼ツアー、企業研修旅行等の団体旅行の誘客を拡大するため、ターゲット層を明確化したセールスポモーションを実施し、2020年東京オリンピック・パラリンピック後も持続可能な観光需要の創出を図る	国際観光振興室
	継続	国際定期航空路線維持・拡大事業費	上海線及び香港線等の利用促進を推進し、国際定期航空路線の維持・拡大を図る	国際観光振興室
	継続	大型客船誘致促進プロジェクト推進事業費	県内各港への国内外クルーズ客船の積極的な誘致活動や客船の大型化等に対応するための受入体制の充実に加え、経済的な効果を高めるための寄港地ツアーにおける県内周遊の促進、情報発信の強化による県内消費の拡大などの取組を実施	国際観光振興室
	拡充	長崎産水産物輸出倍増事業費	海外での本県産水産物のPRや輸出国が求める衛生管理体制の充実に、ニーズに応じた商品強化を図るとともに、新たな輸出ルートや新規販路の開拓を推進する。	水産加工流通課
	継続	長崎県産品輸出拡大プロモーション事業	県産品のブランド化及び販路拡大を図るため、関係各課・団体・民間企業と連携し、海外における総合フェアの開催や飲食店プロモーション等により、県産品をはじめとした本県の魅力を総合的に発信する。	物産ブランド推進課



## - 2 香港・台湾における取組

基本的な  
考え方

香港は、本県にとって訪日観光客誘致や県産品輸出において大変重要な市場。香港・マカオ・広東省地域の経済開発の進展、香港エクスプレスによる長崎～香港直行便運航（2019.1.19～）を契機とし、今後一層、誘客促進、県産品の販路拡大などに取り組んでいく。台湾についても、本県にとって観光客誘致における重要な市場であり、長崎～台湾直行便の誘致及び誘客促進に取り組んでいく。

### ソフトパワー強化

#### 【本県とのゆかり、人脈】

- 孫文と梅屋庄吉に係るゆかり（長崎市と香港）
- 鄭成功に係るゆかり（平戸市と台湾）
- 香港長崎県人会の活発な活動、サポート
- 香港大手旅行会社や経済界トップ等との人脈構築

#### 【主な取組実績】

長崎～香港直行便運航を契機とした本県PR  
2019年6月～10月にかけての長崎～台湾線連続チャーター運航及び本県PR  
第13回アジアシェフ大会の開催を通じた、本県PRと発信力のある方々との人脈構築

#### 【課題】

各種取組の効果を高めるため、本県の認知度の更なる向上や人脈の拡大が必要

### 観光客誘致

#### 【訪日観光客（香港）の状況】

香港では、総人口（約750万人）の約1/3にあたる、2,207千人（2018年）が訪日  
訪日リピーター率が高く（訪日4回以上が6割超）、個人旅行が9割を占め、最も成熟した市場のひとつ



本県における香港からの観光客の延べ宿泊者数は、35千人（2018年）で、2015年以降は、ほぼ横ばいの状態。一方、九州全体では、2015年の526千人から、2018年の888千人と68.8%増加

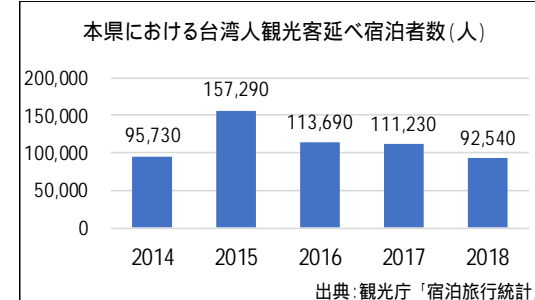
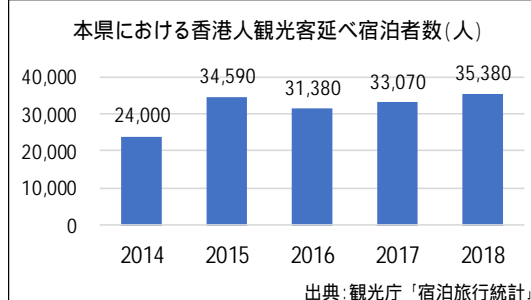
本県では、2019年1月から、国際定期航空路の長崎～香港線が就航

香港は高ストレス社会のため、旅行に癒しを求める傾向が高い

本県調査によると、本県の観光資源では、夜景、温泉、軍艦島、九十九島などの評価が高い

レンタカー利用者の割合が高く、周遊型観光に親和性の高い市場

佐世保市や雲仙市などの県内市町が香港からの誘客・PRに取り組み



#### 【訪日観光客（台湾）の状況】

訪日リピーター率が高く（訪日2回以上が約8割）、個人旅行と団体旅行の比率は、およそ7：3の割合

本県における台湾人観光客の延べ宿泊者数は92千人（2018年）で、国・地域別2位となっているが、2015年以降減少傾向。一方、九州全体では、2015年の1,016千人から、2018年の1,176千人へと増加

2019年6月から10月にかけて、長崎～台湾線チャーター便を運航し、搭乗率は91.5%と高水準を維持

「長崎」の観光地としての認知度は高いものの、訪問意向は低い傾向

#### 【課題】

本県の認知度向上と食や観光に関する魅力発信

航空路線にかかる長崎～香港線の維持及び利用者拡大、長崎～台湾線の新規路線誘致

ニーズに応じた受入体制の整備と地域の特色あるコンテンツの磨き上げ

現状と課題

県産品輸出促進

【香港市場の状況】

2018年における日本からの農林水産物・食品輸出は、2,115億円で国・地域別で最多  
 輸入規制が他国に比べ少なく、関税も無税  
 外食率が高く(約6割)、日本食が人気。日本産食品は種類、量ともに豊富であり、成熟市場  
 中国本土からの旅行者(5,104万人/年、2018年)が、香港経済を下支えしており、中国本土やアジアへのショーケース機能も高い

【県産品輸出の状況】

本県からの輸出額は、中国に次ぐ第2位で最重要市場のひとつ  
 本県からの主な輸出品目：農畜産物、陶磁器、酒類、調味料、麺類  
 果物類や陶磁器を中心に輸出額が伸びている  
 農畜産物においては、輸出額の6割を占める最大の輸出先  
 他国に比べて輸入規制が少ないこと等から、輸出拡大に向けた総合フェアや小売店でのプロモーションなどを積極的に展開  
 長崎和牛の定期輸出が実現し、現地飲食店によるフェアが開催され、3店舗が長崎和牛指定店に認定

本県の対香港輸出状況(輸出額)

県把握分

単位：千円

分野	2014年	2017年	2018年	対前年比	2014/2018比
水産物	25,243	34,484	18,631	54.0%	73.8%
農畜産物	31,291	183,250	260,269	142.0%	831.8%
加工品・陶磁器等	12,768	51,281	75,503	147.2%	591.3%
国計	69,302	269,015	354,403	131.7%	511.4%

【課題】

輸入規制のハードルが低く、関税もかからないため、他県産品等との産地間競争が激しく、他商品との差別化や商品の持つストーリーを丁寧に説明することが必要  
 商品の付加価値向上と競争力強化  
 県産品の知名度の向上  
 県産品の取扱品目や販路が限定的

〈出典〉 ～ :JETRO「農林水産物・食品 国別マーケティング基礎情報」  
 農林水産省「国・地域別の農林水産物・食品の輸出拡大戦略(香港)」

友好交流(香港)

県内大学への留学生数は、2015年以降、増加傾向であり、2019年5月1日時点で、56名(対2015年比1866%)  
 県内3大学が香港の6大学と交流協定を締結(各大学HP調べによる)  
 長崎留学生支援センターが、香港日本文化協会と連携協定(2017年)  
 長崎留学生支援センター、県内4大学が、香港公開大学と交流協定(2019年)  
 島原半島ユネスコ世界ジオパークと香港ユネスコ世界ジオパークが姉妹ジオパークを締結し、青少年交流を実施(2016年～)

友好交流(台湾)

県内大学への留学生数は、2015年以降、ほぼ増加傾向であり、2019年5月1日時点で、76名(対2015年比155%)  
 県内7大学が台湾の37大学と交流協定を締結(各大学HP調べによる)  
 平戸市と台南市の民間団体において民間交流促進協定を締結し、相互交流を実施(2013年～)

観光客誘致

香港国際旅行展示会(ITE)へのブース出展による認知度向上と誘客促進  
 台湾で開催される旅行博や観光説明会、商談会等への参加  
 福岡市・糸島市・唐津市・松浦市・平戸市の5市連携による誘客促進  
 「Re島プロジェクト(福岡市・九州離島広域連携事業)」によるプロモーションや旅行会社の招請等の実施  
 民間企業の協力のもと香港からメディア及び旅行会社の招請

### 人的ネットワーク及びプロモーションの強化

- ホームページ(繁体字)、フェイスブック、情報誌での積極的かつ効果的な情報発信による本県の認知度向上
- 地元県人会、本県ゆかりの方など、情報発信力・影響力の大きい方々との関係構築・強化



(第13回アジアシェフ大会)

### 国際定期航空路線を活かした観光客誘致

- 香港エクスプレス社との連携強化による、長崎～香港線の維持・拡大  
長崎～台湾線の誘致及び利用促進  
市町等と連携した、地域の特色あるコンテンツの磨き上げや主要ターゲット層に訴求する効果的なPR
- デジタルマーケティングを強化し、Web等を活用して戦略的なプロモーションを展開



(長崎県産いちごのPR)

### 県産品の輸出拡大

- 県産品と本県の観光の魅力を総合的に発信
- 既存の輸出ルートにおける、関係事業者との連携強化による輸出拡大  
新たな商流の創出・拡大や、新たな輸出商品の掘り起こし

国際定期航空路線を活用した、  
さらなる実利獲得に向けた取組の推進

香港・マカオ・広東省地域の経済活力の取り込み

国際定期航空路の  
就航効果の維持・最大化

本県の認知度向上による、  
誘客促進・県産品の輸出拡大

## 令和2年度 主な関係事業(香港)

	新規・拡充、継続	事業名	概要	担当課
第一層	継続	長崎と中国の「永遠の絆」発信事業 [再掲]	隠元禅師や孫文・梅屋庄吉などに象徴される長崎と中国との交流の歴史を情報発信	文化振興課
	継続	海外向け認知度向上推進事業 [再掲]	SNSの活用や民間企業とのタイアップ等により、歴史・文化、観光、物産等本県の魅力を海外に情報発信	国際観光振興室
第二層	継続	上海事務所運営事業 [再掲]	長崎県上海事務所による観光PR・誘客対策、県産品の販路拡大、県内企業のビジネス促進などの情報提供や連絡調整、現地活動支援	国際課
	継続	海外ビジネス展開促進事業 [再掲]	企業訪問等を通じて、海外展開に関する企業の考え方や状況を把握し、国や関係機関の支援制度の活用促進など、企業の状況に応じた支援を行うことで、県内中小企業等の海外展開を促進する。	経営支援課
第三層	新規	インバウンド向け戦略的プロモーション強化事業費 [再掲]	インバウンドについて、国・地域の特長やニーズに合わせ、現地PRからweb・SNSの情報発信まで組み合わせたプロモーションを戦略的に展開することで、インバウンド誘客拡大を総合的に推進	国際観光振興室
	継続	ビジットながさき・インバウンド旅行需要創出事業費 [再掲]	東アジア、東南アジア市場からの教育旅行や巡礼ツアー、企業研修旅行等の団体旅行の誘客を拡大するため、ターゲット層を明確化したセールスプロモーションを実施し、2020年東京オリンピック・パラリンピック後も持続可能な観光需要の創出を図る	国際観光振興室
	継続	国際定期航空路線維持・拡大事業費 [再掲]	上海線及び香港線等の利用促進を推進し、国際定期航空路線の維持・拡大を図る	国際観光振興室
	拡充	長崎産水産物輸出倍増事業費 [再掲]	海外での本県産水産物のPRや輸出国が求める衛生管理体制の充実、ニーズに応じた商品強化を図るとともに、新たな輸出ルートや新規販路の開拓を推進する。	水産加工流通課
	新規	ながさき農産物輸出促進事業	商談会への出展など輸出の取組支援や輸出商社等による海外フェア開催、九州各県と連携したイベント開催、輸出相手国の条件や実需ニーズに対応した産地育成など、本県農産物の輸出拡大を促進	農産加工流通課
	継続	長崎県産品輸出拡大プロモーション事業 [再掲]	県産品のブランド化及び販路拡大を図るため、関係各課・団体・民間企業と連携し、海外における総合フェアの開催や飲食店プロモーション等により、県産品をはじめとした本県の魅力を総合的に発信する。	物産ブランド推進課



# - 3 韓国における取組

基本的な  
考え方

日韓両国政府の関係は厳しい状況にあるものの、このような時だからこそ、民間交流・地域間交流を推進することが大変重要である。韓国は、中国と同様、古くからの歴史的つながりや地理的近接性という、本県の強みを最大限に活かせる国である。ユネスコ「世界の記憶」に登録された朝鮮通信使に関する記録や、世界文化遺産「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」などを活かし、交流基盤の強化、人的ネットワークの構築、本県のプレゼンスの向上に取り組み、経済的実利の創出・拡大につなげる。

## ソフトパワー強化

### 【長崎と韓国との交流】

本県と韓国は、地理的な近接性を背景とした長年の交流の歴史があり、友好交流は今日に受け継がれている。

17世紀～19世紀：「朝鮮通信使」

対馬藩が日韓の仲介を行い、両国間の平和構築と文化交流に貢献

2017年、朝鮮通信使に関する記録が、ユネスコ「世界の記憶」に登録（日韓団体共同申請）

対馬博物館と朝鮮通信使資料館（仮称）が開館予定

（対馬博物館は令和2年度中、朝鮮通信使資料館は時期未定）

現代：長崎県ソウル事務所設置（1993年～2003年、2013年～）

友好交流関係

・本県と釜山広域市が友好交流協定を締結（2014年）

・日韓海峡沿岸県市道交流知事会議の開催（1992年～）



### 【主な取組状況】

第28回日韓海峡沿岸県市道交流知事会議を本県で開催（2019年12月）

釜山広域市との友好交流協定に基づき、長崎県美術館と釜山市立美術館、長崎県埋蔵文化財センターと釜山博物館による相互交流事業を実施

釜山広域市と県内離島の高校生による、海岸清掃や海洋ごみ問題に関するワークショップを通じた交流の実施

長崎県内の大学生と韓国の学生を相互に派遣する青少年交流の実施 など

### 【課題】

日韓両国政府の関係は厳しい状況にあるものの、このような時だからこそ、民間交流・地域間交流を推進し、強固な地域間の絆を築くとともに、両国関係が改善した際の各種取組の加速化へつなげる。

## 観光客誘致

### 【訪日観光客の状況】

韓国からの訪日客数は7,538千人（2018年）で、国・地域別では、中国に次いで2位

2019年は、日韓関係の悪化による影響で、訪日観光客数が減少  
本県における韓国人観光客の延べ宿泊者数は、218千人（2018年、前年比4.9%増）で国・地域別で最多

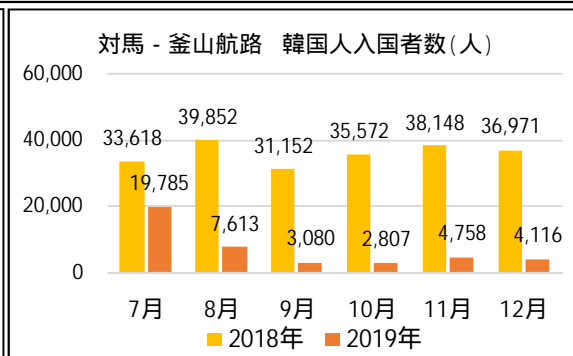
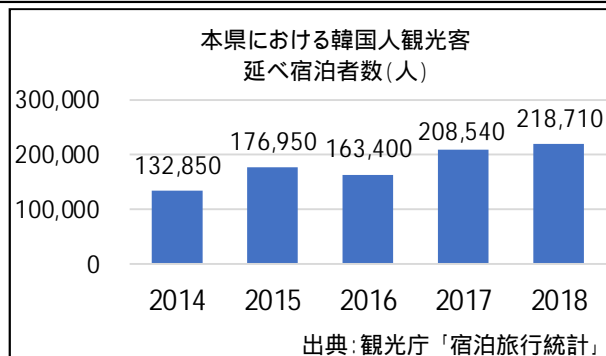
日韓関係の悪化により、特に対馬では、2019年9月以降の入国者数が対前年比で約9割減少

国際定期航空路 長崎～ソウル線が、2019年3月末から運航休止中  
旅行形態は、個人旅行と団体旅行の割合がおよそ9：1となっており、日本に関する情報も豊富でリピーターも多い

旅行の情報源として、ブログやSNSが活用されている

多様化するライフスタイルを受けて旅行ニーズも多様化しており、多彩な旅行テーマを発信することが求められている

国民の約3割をキリスト教徒が占めていることから、巡礼ツアーに対する潜在需要が他地域に比べて非常に高い



### 【課題】

日韓情勢は依然として不透明な状況にあり、その状況をふまえたセールス等が必要であるとともに、運航休止中の長崎～ソウル線や韓国人観光客が急減した対馬についての対策が必要  
多様化した旅行ニーズへの対応や受入体制の整備が必要

（出典） JNTO訪日外客数 観光庁宿泊旅行統計 観光庁訪日外国人消費動向調査

JNTO訪日旅行データハンドブック2019年 JNTO「世界の市場別基礎情報」

現状と課題



県産品輸出促進

【韓国市場の状況】

日本からの農林水産物・食品輸出は635億円(2018年)で、国・地域別で5位  
 日本産品の多くが外食市場で消費。日本食の人気が高まっており、日本食店  
 (居酒屋含む)は増加傾向  
 動植物検疫や放射性物質規制などの輸入規制が多いものの、日本からの距離が近く、訪日旅行者も多く、日本食が人気であることなどから、輸出を増やすことは可能と考えられる

【県産品輸出の状況】

本県からの主な輸出品目:木材、活魚、麺類、菓子類、酒類、調味料  
 韓国百貨店での総合フェアを契機に、ECサイト(インターネット上で商品を販売するWebサイト)で新商品の取引が始まるなど輸出額が伸びてきていたが、日韓情勢の悪化による日本製品の不買運動が輸出に大きく影響を与えている  
 木材はヒノキの需要が多いが、国内工場向け出荷の増加や他県産材との競争により輸出が減少

本県の輸出状況(輸出額) 県把握分

単位:千円

分野	2014年	2017年	2018年	対前年比	2014/2018比
水産物	149,519	157,151	144,969	92.2%	97.0%
農畜産物	0	297	1,243	418.5%	
木材	254,496	146,494	189,015	129.0%	74.3%
加工品・陶磁器等	3,344	13,428	35,009	260.7%	1046.9%
国計	407,359	317,370	370,236	116.7%	90.9%

【課題】

日韓情勢の悪化により、今後の動向が不透明な状況  
 輸出について取扱品目や販路が限定的

(出典) ~ :JETRO「農林水産物・食品 国別マーケティング基礎情報」  
 農林水産省「国・地域別の農林水産物・食品の輸出拡大戦略(韓国)」

友好交流

- 県内4市町が、韓国の6市区郡と姉妹・友好都市交流

市町名	相手都市	提携年月	市町名	相手都市	提携年月
佐世保市	坡州市(京畿道)	2013年11月	雲仙市	求礼郡(全羅南道)	2002年3月
	西区(釜山広域市)*	2013年8月	波佐見町	康津郡(全羅南道)*	2010年10月
対馬市	影島区(釜山広域市)	2012年7月	*は友好交流関係		
	蔚州郡(蔚山広域市)*	2006年3月			

県内大学への留学生数は、2015年以降、微増傾向であり、2019年5月1日時点で、202名(対2015年比 112%)

- 県内8大学が韓国の86校と交流協定を締結(各大学HP調べによる)

観光客誘致

- 巡礼ツアー誘致に向けた韓国人神父、旅行会社の招へい、セールス

県産品輸出促進

- 韓国の地元企業における、県産品を活用し、「長崎」をテーマとした店舗展開
- 韓国のECサイトにおける県産品の取扱い増加

- 国立海洋文化財研究所および釜山文化財団において、復元された朝鮮通信使船を活用した、朝鮮通信使の足跡を辿る文化イベントの開催予定
- 2020年4月に韓国の国会議員総選挙が実施  
 日韓国交正常化55周年



(復元された朝鮮通信使船)

## 本県のプレゼンス向上に向けた地域間交流の推進

- 本県と韓国との歴史的なつながりを各種施策へ活かしていくため、「朝鮮通信使」を足がかりとして、韓国において影響力・情報発信力を有する人材・各種機関と連携した情報発信や民間交流を推進
- 日韓の政府間関係が難しい状況にあっても、民間や地方間の交流をしっかりと続けていくことで強固な関係を築き、関係が好転した後の取組の加速化につなげていく



(第28回日韓海峡沿岸県市道交流知事会議)

## 観光客の誘致

- 長崎～ソウル線については、日韓情勢を注視しながらセールスを行い、可能な限り早期の再開に向けた取組を実施
- 世界遺産「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」や、ローマ教皇フランシスコ台下のご来崎により残されたレガシーを活かし、巡礼ツアーの誘致を推進
- 韓国人観光客のニーズに対応した観光コンテンツやツアーの提案と効果的なプロモーションを展開



(ローマ教皇フランシスコ台下ご来崎)

## 県産品の輸出促進

- 県産品の良さを理解し、取扱い拡大の動きを捉え、県ソウル事務所を中心に現地企業との関係強化を図るとともに、引き続き、県産品の輸出拡大をつなげていく。
- 新たな輸出企業や輸出品目の掘り起こしに向け、引き続き、ソウル事務所を中心に現地ニーズを拾い上げ、県内企業へ市場ニーズを伝えるとともに、県内企業の相談や現地活動の支援に注力

国政府間の関係に影響されない、  
友好交流関係の確立

地元行政機関、民間団体等との  
信頼関係・連携体制の構築

世界文化遺産、世界の記憶  
をテーマとした交流創出

更なる本県のプレゼンス向上・  
交流拡大

誘客促進・県産品輸出拡大

## 令和2年度 主な関係事業(韓国)

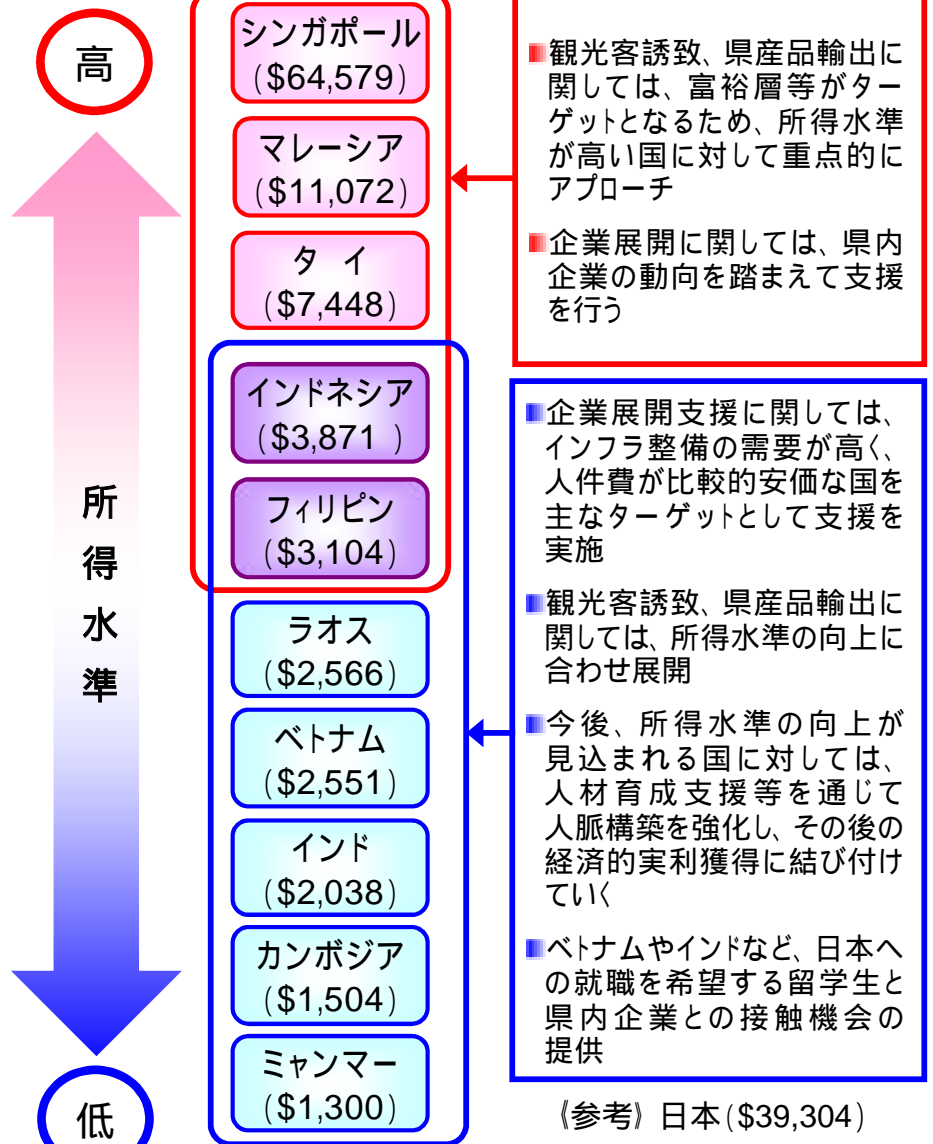
	新規・拡充、継続	事業名	概要	担当課
第一層	継続	海外向け認知度向上推進事業 [再掲]	SNSの活用や民間企業とのタイアップ等により、歴史・文化、観光、物産等本県の魅力を海外に情報発信	国際観光振興室
	拡充	アジア・国際戦略プロジェクト推進事業	本県とゆかりが深く、地理的に近い優位性のある中国、韓国や経済成長著しい東南アジアなどに対し、本県の強みを生かしながら、それぞれの国(地域)の現状に応じた取組(観光客誘致、県産品輸出促進、県内企業の海外展開支援など)を展開し、本県の認知度向上、人脈構築、経済的実利の創出・拡大を図る。	国際課
	新規	対馬歴史研究センター管理運営費	国の重要文化財である宗家文書(「対馬宗家関係資料」)の展示を予定する対馬博物館の開館に併せた記念シンポジウムを実施	学芸文化課
	継続	日韓海峡沿岸交流事業	日韓海峡沿岸地域間の友好関係の増進及び相互理解の促進を図るとともに、両地域の発展と繁栄に資するために日韓海峡沿岸県市道交流知事会議を開催するとともに、日韓交流事業を実施	国際課
	継続	海岸環境保全対策推進事業	外国由来の漂着ごみが多い県内離島において、韓国や県内の高校生、NPO等が海洋ごみ削減に向けて共に取り組むための交流事業等を開催	資源循環推進課
第二層	継続	ソウル事務所運営事業	長崎県ソウル事務所による観光PR・誘客対策、県産品の販路拡大、県内企業のビジネス促進などの情報提供や連絡調整、現地活動支援	国際課
	継続	海外ビジネス展開促進事業 [再掲]	企業訪問等を通じて、海外展開に関する企業の考え方や状況を把握し、国や関係機関の支援制度の活用促進など、企業の状況に応じた支援を行うことで、県内中小企業等の海外展開を促進する。	経営支援課
第三層	新規	インバウンド向け戦略的プロモーション強化事業費 [再掲]	インバウンドについて、国・地域の特長やニーズに合わせ、現地PRからweb・SNSの情報発信まで組み合わせたプロモーションを戦略的に展開することで、インバウンド誘客拡大を総合的に推進	国際観光振興室
	継続	ビジットながさき・インバウンド旅行需要創出事業費 [再掲]	東アジア、東南アジア市場からの教育旅行や巡礼ツアー、企業研修旅行等の団体旅行の誘客を拡大するため、ターゲット層を明確化したセールスプロモーションを実施し、2020年東京オリンピック・パラリンピック後も持続可能な観光需要の創出を図る	国際観光振興室
	拡充	長崎産水産物輸出倍増事業費 [再掲]	海外での本県産水産物のPRや輸出国が求める衛生管理体制の充実、ニーズに応じた商品強化を図るとともに、新たな輸出ルートや新規販路の開拓を推進する。	水産加工流通課
	継続	長崎県産品輸出拡大プロモーション事業 [再掲]	県産品のブランド化及び販路拡大を図るため、関係各課・団体・民間企業と連携し、海外における総合フェアの開催や飲食店プロモーション等により、県産品をはじめとした本県の魅力を総合的に発信する。	物産ブランド推進課

# - 4 東南アジア（インド含む）における取組

基本的な  
考え方

各国の特性（人口規模、経済成長の度合いなど）が大きく異なることから、それぞれの特性を十分踏まえ、かつ、本県の歴史的なつながりや強みを活かして国別に効果的な取組を推進

## 各国の1人あたり名目GDPとアプローチの視点



- 観光客誘致、県産品輸出に関しては、富裕層等がターゲットとなるため、所得水準が高い国に対して重点的にアプローチ
- 企業展開に関しては、県内企業の動向を踏まえて支援を行う

- 企業展開支援に関しては、インフラ整備の需要が高く、人件費が比較的安価な国を主なターゲットとして支援を実施
- 観光客誘致、県産品輸出に関しては、所得水準の向上に合わせ展開
- 今後、所得水準の向上が見込まれる国に対しては、人材育成支援等を通じて人脈構築を強化し、その後の経済的実利獲得に結び付けていく
- ベトナムやインドなど、日本への就職を希望する留学生と県内企業との接触機会の提供

〔参考〕日本(\$39,304)

国名下の()の値が1人当たり名目GDP (IMF統計 2018年)

### 現状と課題

#### ソフトパワー強化

##### 【本県とのゆかり、人脈】

〈歴史的ゆかり〉  
近世初期：長崎・平戸を基地として東南アジアと御朱印船により貿易  
特に、日越両国の平和・友好交流の歴史の重要なエピソード  
本県の認知度向上のため、ゆかりを活かした交流や情報発信を実施



〈友好交流関係〉  
本県とベトナム・クアンナム省との間で「友好交流関係に関する同意書」に署名 (2017年6月)  
地方政府間交流や民間交流を促進

〈人脈・ネットワーク〉  
本県ゆかりの人脈やネットワークを活かして、各種分野での交流促進  
・県人会(シンガポール、タイ、インドネシア、マレーシア)、ベトナム長崎同窓会  
・長崎と各国(シンガポール・マレーシア、ベトナム、ラオス)をつなぐ友好協会  
・本県ゆかりの飲食店や企業 など

##### 【交流の主な取組状況】

歴史的ゆかりを活かし、ベトナムでの交流イベント等へ参加して本県の魅力をPR  
東京オリンピック・パラリンピックを契機としたキャンプ誘致や交流の推進 (ベトナム、フィリピン、ラオス)

##### 【留学生の受入促進】

産学官が一体となり開設した「長崎留学生支援センター」を中心に、現地留学説明会など留学生の受入促進策を実施

##### 【課題】

経済成長著しい東南アジアの活力を本県に取り込むため、本県の歴史的なゆかりやこれまでに構築した人脈などを活かし、さらにソフトパワーを強化することが不可欠



## 外国人材受入促進

全国的に人手不足・人材不足が深刻化する中、外国人材の活用が進んでいる。国では、2016年に外国人技能実習制度を見直し、2018年には新たな在留資格「特定技能」が創設され、人材不足対策充実に向けた施策が本格化している。

### 【主な取組状況】

本県とゆかり・交流が深い国(ベトナム等)を中心に、地方政府や大学等と受入体制の構築に向けた協議や協定締結等を実施

2019年10月、本県とベトナム・クアンナム省との間で「人材交流に関する覚書」を締結

受入後、外国人が安全で快適に生活し、安心して県内に定着できるよう、多文化共生の取組を推進

2019年7月、多言語による生活や就労等の相談窓口「長崎県外国人相談窓口」を開設

### 【課題】

- 人材の安定的な確保(本県の受入ニーズと送出側の人材のマッチング)
- 受け入れた人材が本県に定着できる環境整備

## 企業展開支援

県内企業の東南アジアへの展開を支援するため、ビジネス相談や現地活動のサポートを行う「東南アジアビジネスサポートデスク」を設置し、県内企業の取組を支援している。

### 【本県企業進出状況(2018年)】

- |          |    |          |    |
|----------|----|----------|----|
| ○ シンガポール | 2社 | ○ マレーシア  | 2社 |
| ○ タイ     | 1社 | ○ インドネシア | 4社 |
| ○ フィリピン  | 2社 | ○ ベトナム   | 5社 |
| ○ カンボジア  | 1社 | ○ ミャンマー  | 1社 |

[出展:データ九州2019(2019.4月号・公益財団法人九州経済調査協会)]

### 【課題】

県内企業の関心は高いものの、実際に進出するケースは少ない

## 観光客誘致

東南アジアからの訪日客数は、近年、増加傾向となっている。

東南アジアからの訪日客数(2018年)は、国別に多い国でタイ1,132千人、フィリピン504千人、マレーシア468千人、シンガポール437千人の順となっている

本県における前記4カ国からの延べ宿泊者数(2018年)は、タイ9,320人(対前年比8.3%)、フィリピン5,730人(同11.7%)、マレーシア1,780人(同14.0%)、シンガポール8,420人(同11.7%)であり、東南アジアでトップの訪日客数であるタイなどにおいて、宿泊客数の伸び悩みが見受けられる。

(出典) JNTO訪日外客数 観光庁宿泊旅行統計

### 【主な取組状況】

タイに向けては、九州観光推進機構の枠組みにおける現地旅行博等でのPRや九州横断3県(長崎・熊本・大分)連携による体験型観光や二次交通情報を主とした情報発信を実施

フィリピンに向けては、九州観光推進機構主催の商談会や現地観光フェアにての出展、世界遺産や巡礼ツアーなどの本県観光の魅力PRや、旅行社に対する教育旅行の誘致セールスを実施

### 【課題】

東南アジア地域からの新規航空路線の誘致

## 県産品輸出促進

シンガポールやタイなどは、日本食や日本産食品への関心が高い成熟市場である。  
<日本からの農林水産物輸出状況>

シンガポール 284億円 うち 農産物232億円(81.6%)

タイ 435億円 うち 農産物195億円(44.8%)、水産物236億円(54.3%)

(出典) 農林水産省 平成30年農林水産物・食品の輸出実績

### 【主な県産品輸出の状況】

本県は、農畜産物を主にシンガポール、マレーシア、タイへ、水産物は、主にタイ、ベトナム、フィリピンへ輸出している。

農畜産物の輸出額(2018年度) 県把握分

シンガポール:31,985千円 マレーシア:30,477千円 タイ:13,368千円

水産物の輸出額(2018年度) 県把握分

タイ:153,792千円 ベトナム:153,319千円 フィリピン:66,093千円

### 【課題】

国によって輸出環境(輸出規制やコールドチェーン、所得状況など)が異なり、環境が整った成熟市場の国では産地間競争が激しいため、販路開拓等の輸出拡大に向けては十分な戦略が必要

## 友好交流

フィリピンの現地日本人会が、日比友好月間のイベントにて「長崎・天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」のPR等を実施

県内民間財団が、2011年以降、フィリピンでの教育支援(学校建設等)を実施

県内大学への留学生は、2019年5月1日時点で、ベトナム173名(対2015年比153%)、ネパール93名(同 145%)、インド53名(同 2650%増)、ミャンマー319名(同 195%)と、各国とも増加傾向

県内7大学が東南アジアの66大学と交流協定を締結 (各大学HP調べによる)

長崎大学が2020年4月に「情報データ科学部」を新設し、インドなど海外から専門家を招く予定

長崎バイオパークとマレーシア国立マラッカ動物園が姉妹動物園提携(2008.6)

長崎バイオパークとマレーシア天然資源環境省野生生物国立公園管理局が、マレーバク保護繁殖プログラム協定を締結(2015.10) 2頭の繁殖に成功(2020.1月時点)

マレーシア全国青少年協同組合と連携し、西海市がマレーシア・マラッカ市と青少年交流を実施(2014~) ホームスティ及び現地中学校を訪問

## 外国人材受入促進

- 特定技能外国人を農業経営体に派遣する農業サービス事業者が設立され、生産現場へカンボジア人2名を派遣

タイ大学生のインターンシップ受入れを実施

## 観光客誘致

県内観光事業者がタイのFITフェアに出展

県内民間放送局がタイのテレビ局の誘致し、旅番組や長崎を舞台にしたドラマを制作して放映

### 本県の認知度向上に向けた交流促進と情報発信強化

本県とのゆかりや人脈を最大限に活かした、更なる交流の活発化と人的ネットワークの拡大  
本県の認知度向上のため、実利の獲得につながる情報発信を強化

### 外国人材の安定的な確保と受入促進

送出国の地方政府や大学等との協働体制を整え、その他関係機関とも連携して、安定的な受入体制を構築  
県内企業の受入促進につながる支援を実施

### 観光客誘致

各国の市場ニーズや状況に応じた本県の情報発信の強化と受入体制の整備  
潜伏キリシタン関連遺産等を活かした巡礼ツアーを誘致 (フィリピン)  
路線誘致と誘客拡大を見据えたチャーター便を誘致(フィリピン、ベトナム、タイ、シンガポール、マレーシア)

### 県産品の輸出促進

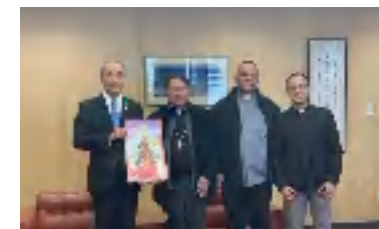
長崎和牛(シンガポール、タイ)、青果物(シンガポール、マレーシアなど)、水産物(タイなど)の輸出拡大  
県産品の各分野の商流を活かし、各分野が連携したパイヤー招聘、商談会等の実施により新たな販路を開拓



(長崎県とベトナム・ダナン市外務局主催による日本語スピーチコンテスト)



(タイでの誘客プロモーション)



(フィリピンからの巡礼ツアー視察)

本県の有する強みを活かした交流の活発化と情報発信の強化

安定的な国際人材受入と、県内企業の海外展開促進

国の特性と本県のコンテンツに応じた誘客・輸出展開

本県の認知度向上・交流拡大

誘客促進・県産品輸出拡大

令和2年度 主な関係事業(東南アジア)

	新規・拡充、継続	事業名	概要	担当課
第一層	継続	海外向け認知度向上推進事業 [再掲]	SNSの活用や大企業とのタイアップ等により、歴史・文化、観光、物産等本県の魅力を海外(中国、香港、韓国、東南アジア)に広く発信し、海外における本県の認知度向上を図る。	国際観光振興室
	拡充	アジア・国際戦略プロジェクト推進事業 [再掲]	本県とゆかりが深く、地理的に近い優位性のある中国、韓国や経済成長著しい東南アジアなどに対し、本県の強みを生かしながら、それぞれの国(地域)の現状に応じた取組(観光客誘致、県産品輸出促進、県内企業の海外展開支援など)を展開し、本県の認知度向上、人脈構築、経済的実利の創出・拡大を図る。	国際課
	拡充	スポーツコミッション事業(東京2020大会ホストタウン交流事業、受入事業)	東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会を契機として、人的・経済的・文化的な相互交流を図っていく事業であり、キャンプ誘致活動や受入等を通じて地域活性化に繋げていく。	スポーツ振興課
	継続	留学生受入対策事業	留学生と共に地域の国際化を推進するため、産学官が一体となって開設した長崎留学生支援センターに県も参画し、留学生の募集支援・生活支援・就職支援等の留学生受入促進策を実施。	国際課
	新規	外国人材受入促進事業費	技能実習生や特定技能など、外国人労働者にとって安全・安心な受入環境を、本県と交流のある国(地域)の公的機関等と連携して整備し、外国人材の安定的な確保を図る。	雇用労働政策課
	拡充	農業支援体制総合推進事業	特定技能による農業分野の外国人材の受入れを推進するために、関係機関と連携して受入体制を整備する。	農業経営課



	新規・拡充、継続	事業名	概要	担当課
第一層	拡充	外国人介護職員確保・定着支援事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・本県と友好交流関係にある国(地域)の公的機関等と関係を構築し、外国人材と本県の介護事業所とのマッチングを支援。</li> <li>・介護福祉士養成施設の留学生に対して、奨学金等の貸付を行う介護事業所に対し、当該経費の一部を助成。</li> <li>・外国人材の介護技能等の向上を図るとともに、外国人同士の交流等を促進するため集合研修を実施</li> <li>・覚書に基づき外国人を受け入れた介護施設等が実施する日本語等の教育に要する経費の一部を助成</li> <li>・外国人介護人材定着のための取組検討事業の実施</li> </ul>	長寿社会課
	継続	海外ビジネス展開促進事業 [再掲]	企業訪問等を通じて、海外展開に関する企業の考え方や状況を把握し、国や関係機関の支援制度の活用促進など、企業の状況に応じた支援を行うことで、県内中小企業等の海外展開を促進する。	経営支援課
第二層	継続	建設企業のアジア展開のための啓発・戦略策定支援事業	国内の建設マーケットが縮小する中、伸張著しいアジアの建設需要の開拓による外貨と人材の獲得を目指し、アジア進出に向けた情報提供を行うとともに、海外展開に取組む企業に対し、専門家等による伴走型支援や事業化可能性調査費等への助成による集中支援を行うことでトップランナーを創出し、その取組を波及させ建設企業のアジア展開を促進する。	監理課
	新規	インバウンド向け戦略的プロモーション強化事業費 [再掲]	インバウンドについて、国・地域の特長やニーズに合わせ、現地PRからweb・SNSの情報発信まで組み合わせたプロモーションを戦略的に展開することで、インバウンド誘客拡大を総合的に推進する。	国際観光振興室
第三層	継続	ビジットながさき・インバウンド旅行需要創出事業費 [再掲]	東アジア、東南アジア市場からの教育旅行や巡礼ツアー、企業研修旅行等の団体旅行の誘客を拡大するため、ターゲット層を明確化したセールスプロモーションを実施し、2020年東京オリンピック・パラリンピック後も持続可能な観光需要の創出を図る。	国際観光振興室
	継続	県内空港活性化推進事業費	長崎空港への国際チャーター便就航に関し、運航経費に関する助成や旅行社への助成を行うことで、長崎空港の利用促進を図る。	国際観光振興室
	継続	長崎県産品輸出戦略強化事業	経済成長著しいアジア地域を中心に、既存のパートナー企業(輸出商社、輸入商社)との連携強化による輸出拡大を図るとともに、信頼できる新たなパートナー企業の発掘による県産品の販路拡大を促進する。	物産ブランド推進課
	拡充	長崎産水産物輸出倍増事業費 [再掲]	海外での本県産水産物のPRや輸出国が求める衛生管理体制の充実、ニーズに応じた商品強化を図るとともに、新たな輸出ルートや新規販路の開拓を推進する。	水産加工流通課
	新規	ながさき農産物輸出促進事業 [再掲]	協議会会員の商談会への出展など輸出の取組支援や輸出商社等による海外フェア開催、九州各県と連携したイベント開催、輸出相手国の条件や実需ニーズに対応した産地育成など、本県農産物の輸出拡大を図る。	農産加工流通課
	新規	ながさ木ウッドチェンジ事業 [一部]	県産材丸太、製材品等において、新たな販路の開拓を行う木材加工業者等に対し、トライアル輸出、現地調査、通訳料等の経費を支援する。	林政課



# - 5 ベトナムにおける取組

基本的な  
考え方

経済発展著しい東南アジアの国々の中において、御朱印船貿易の時代から続く約400年の歴史的ゆかりを活かし、官民において様々な相互交流が活発化しているベトナムについて、更なる本県のプレゼンス向上・関係強化を図り、人的交流の拡大、技能実習生など外国人材の受入や県内企業の海外展開、観光客誘致につなげていく。

現状と課題

## ソフトパワー強化

### 【長崎とベトナムとの交流】

（中村知事とフック首相との面会）（2017.4）

経済交流、人的交流の更なる拡大、長崎とベトナムとの航空路線の開設などについて 意見交換を行った。



（カンナム省との友好交流関係に関する同意書を締結（県、県議会））（2017.6、2018.8）

経済交流、文化的遺産の管理、国際観光の振興、人材育成、文化等交流の一層の促進を目指す。



（「御朱印船」寄贈・展示が民間交流へ拡大）（2017.11）

APECのベトナム開催に合わせ、官民一体のプロジェクトにより御朱印船をカンナム省へ寄贈、両国首脳の立ち会いのもと、お披露目  
長崎くんちで御朱印船を披露している地域の関係者が、ベトナムのホイアン市で開かれる日本まつりへ参加するなど、民間交流へと拡大



（長崎県公立大学法人とダナン市人民委員会外務局が包括連携に関する協定を締結）

相互の教育・文化の振興や人材の育成などに取り組み、国際交流の進展及び地域社会の発展に寄与することを目的とする（2017.9）

（カンナム省との人材交流に関する覚書を締結）

産業人材が必要とされるなか、カンナム省との友好関係を活かし、人材交流に関する覚書を締結（2019.10）  
カンナム省と連携して、技能実習生等の受入を促進

（ベトナムスポーツ総局と県・関係市で東京オリンピックの事前キャンプ実施に関する基本合意書を締結）

○ 県及び長崎市・諫早市・大村市が、基本合意書を締結（2019.8）。オリンピック出場が決まれば空手・柔道・競泳（長崎市）、陸上競技・フェンシング（諫早市）バドミントン男子（大村市）の事前キャンプが実施される予定

### 【課題】

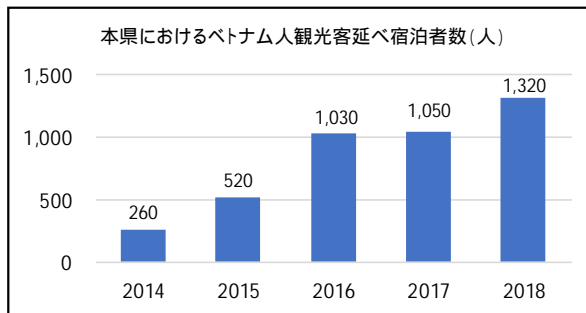
歴史的な交流等を活かして構築した人脈を観光客誘致や県内企業の海外展開などの経済的実利の獲得へつなげていく  
本県で就労する人材や留学生が、安心して快適に暮らせるよう多文化共生の取組を進め、県内定着につなげる

## 観光客誘致

### 【訪日ベトナム観光客と本県の状況】

2018年のベトナム人訪日客数は389千人、国・地域別では12位  
2018年のベトナム人訪日客数は、前年比26.0%増加しており、観光庁で調査している国と地域の中で最も高い伸び率（前年比）を記録

ベトナム人訪日客数に観光客の占める割合は3割程度  
本県におけるベトナム人観光客の延べ宿泊者数は、1,320人（前年比26%増）となっており、九州では福岡、大分に次ぐ第3位



（出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」）

2018年の旅行形態は、観光・レジャー目的の場合は団体旅行が62.2%を占めており、初来日が61.7%となっている  
ベトナム人観光客が日本旅行で期待することは、日本食（76.4%）、ショッピング（59.1%）、自然・景勝地（48.5%）、繁華街のまち歩き（42.9%）など以前は大部分がゴールデンルートのパッケージツアー商品であったが、近年の傾向として旅行地の多様化が見られる

### 【課題】

観光地「長崎」の認知度不足  
ゴールデンルートに次ぐ新たな観光地となるよう、継続的に訪日動機に合致する情報の発信が必要

（出典） JNTO訪日外客数 観光庁訪日外国人消費動向調査  
観光庁宿泊旅行統計 JNTO「世界の市場別基礎情報」

## 外国人労働者受入促進

### 【外国人労働者の状況(全国)】

在留する外国人約283万人(2019年)のうち、外国人労働者は約166万人で前年比13.6%増加  
 一方、少子高齢化の進行を経て、2011年から人口減少局面に入っており、人材不足の問題が深刻化

### 【本県における外国人労働者の状況】

本県における外国人労働者の国籍別(2019年)では、ベトナムが最多の2,051人で、2015年(H27)以降、増加傾向

外国人技能実習生の国籍別(2019年)においても、ベトナムが最多の1,396人であり、2015年(H27)以降、増加傾向

(国籍別・外国人労働者数の推移)

(単位:人)

国名	H27	H28	H29	H30	R1
ベトナム	912	1,204	1,437	1,764	2,051
中国	1,363	1,361	1,209	1,054	966
フィリピン	676	1,056	1,072	748	730
ネパール	180	310	241	267	450
インドネシア	-	-	-	307	316
その他	1,079	1,479	1,596	1,293	1,464
計	4,210	5,410	5,555	5,433	5,977

(国籍別・外国人技能実習生数の推移)

(単位:人)

国名	H27	H28	H29	H30	R1
ベトナム	548	752	971	1,182	1,396
中国	541	466	400	338	314
フィリピン	488	648	592	343	280
インドネシア	-	-	-	229	255
ネパール	41	14	3	4	4
その他	346	596	662	366	399
計	1,964	2,476	2,628	2,462	2,648

### 【関係法令の制定】

「外国人の技能実習の適正な実施及び技能実習生の保護に関する法律」(技能実習法)の施行(2017年11月)により、技能実習制度の適正化及び拡充が図られたほか、技能実習制度の対象職種に「介護」職種が追加

「出入国管理及び難民認定法及び法務省設置法」の改正(2018年12月)による新たな在留資格「特定技能」の創設

### 【主な取組状況】

ベトナム人労働者の安定的な確保のため、これまでのベトナムとの交流の歴史やネットワークを活かし、現地政府機関等と連携して受入体制の構築に向けた取組を実施

- ・2019年2月:外国人材を農業経営体に派遣する農業サービス事業体の設立
- ・2019年10月:長崎県とクアンナム省との人材交流に関する覚書の締結

### 【課題】

全国的に人手不足・人材不足が深刻化するなか、外国人材の活用が進んでおり、本県でも県内企業等への影響が懸念され、今後安定的に確保していくことが必要

## 友好交流・人材育成

APECのベトナム開催に合わせ、官民一体のプロジェクトにより御朱印船をクアンナム省へ寄贈し、両国首脳立会いのもとでお披露目

ベトナムナショナルチームのトレーニングキャンプ受入

産学官連携による水環境改善事業の展開

県内大学への留学生数は、2017年以降、ほぼ増加傾向であり、2019年5月1日時点で、173名(対2017年比 153%)

県内4大学がベトナムの12校と交流協定を締結(各大学HP調べによる)

## 外国人材受入促進

ベトナム人技能実習生の受入

農業現場へ派遣する外国人材が安全に安心して暮らし、就労できる環境づくりに向け、JA・地元3市とともに地域受入市町連絡協議会を設置

県商工会連合会・カマウ省人民委員会協力関係に関する覚書を締結(2018.9)

- 東京2020オリンピック・パラリンピックの開催  
 ホスタウン登録国であるベトナムからのトレーニングキャンプ及び事前キャンプの受入
- 「長崎くんち」において、本石灰町が長崎とベトナムの交流の象徴である「御朱印船」を奉納
- ホイアン市が「日本文化館」の整備を計画

## 歴史・文化を活かした交流、情報発信による本県のプレゼンス向上

2020年の「長崎くんち」では、交流の象徴である「御朱印船」が奉納されることから、この機会を捉え、クアンナム省から訪問団を招へいし、一層の関係強化を図るとともに、政府間交流や民間交流を促進



## 外国人材の安定的確保と受入促進

これまでのベトナムとのゆかりや交流を活かし、現地政府機関等と連携してベトナム人労働者の安定的な確保、人材交流に関する覚書を締結したクアンナム省からの技能実習生等受入れに向けた体制づくり

## 認知度向上による観光誘客の促進

ホイアン旧市街における情報発信やベトナム長崎同窓会と連携したPRなどにより、観光地「長崎」の認知度向上及び観光誘客の促進

本県の有する強みを活かした交流の活発化と情報発信の強化

安定的な外国人材受入と本県経済の活性化

ゆかりを活かした誘客促進

更なる本県のプレゼンス向上・交流拡大

ベトナムからの誘客促進  
(技能実習・留学含む)

## 令和2年度 主な関係事業(ベトナム)

新規・拡充、継続	事業名	概要	担当課
拡充	アジア・国際戦略プロジェクト推進事業 [再掲]	本県とゆかりが深いベトナムに対し、本県の強みを生かしながら、それぞれの国(地域)の現状に応じた取組を展開し、本県の認知度向上、人脈構築、経済的実利の創出・拡大を図る。	国際課
新規	外国人材受入促進事業費 [再掲]	技能実習生や特定技能など、外国人労働者にとって安全・安心な受入環境を、本県と交流のある国(地域)の公的機関等と連携して整備し、外国人材の安定的な確保を図る。	雇用労働政策課
拡充	農業支援体制総合推進事業 [再掲]	特定技能による農業分野の外国人材の受入れを推進するために、関係機関と連携して受入体制を整備する。	農業経営課
拡充	外国人介護職員確保・定着支援事業 [再掲]	・本県と友好交流関係にある国(地域)の公的機関等と関係を構築し、外国人材と本県の介護事業所とのマッチングを支援。 ・覚書に基づき外国人を受け入れた介護施設等が実施する日本語等の教育に要する経費の一部を助成 等	長寿社会課



# - 6 欧州・米国における取組

基本的な  
考え方

東京2020オリンピック・パラリンピックの開催、交流の歴史、二つの世界遺産の活用やローマ教皇のご来県などによる本県の認知度向上を図るとともに、観光客の誘致、県産品の輸出拡大に向けた取組を推進する。

## ソフトパワー強化

### 【歴史・文化・交流】

世界遺産「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」  
フランスとのゆかりを活かし、2020年1月、登録1周年記念行事として本県PRをパリで実施

2019年11月、ローマ教皇フランシスコ台下が本県をご訪問

ラグビーワールドカップ2019日本大会開催  
スコットランド代表(長崎市)、トンガ代表(島原市)が事前キャンプ・地元交流を実施

東京2020オリンピック・パラリンピック開催  
スペインとポルトガルを相手国として、国が推進する「ホストタウン」(人的・経済的・文化的な相互交流を図る地方自治体)に登録済



(友好交流関係)

オランダ・ゼーランド州の間で友好関係に関する意向書を締結(2000年)

### 【課題】

本県の認知度の更なる向上や人脈の拡大とともに、本県の強み(ソフトパワー)を誘客や県産品の輸出などの各種取組に活かしていくことが必要

## 観光客誘致

### 【訪日観光客と本県の状況】

訪日客数(2018年)は、欧州1,720千人、米国1,526千人であり、欧州の中では、英国333千人が最多、次いで、フランス304千人、ドイツ215千人  
本県における欧米主要国からの延べ宿泊者数(2018年)は、米国39,330人、ドイツ5,900人、英国4,700人、フランス4,340人

長崎の観光地としての認知度は、他の地方観光地と比較して高い傾向があるが、訪問意向は、ゴールドルート(東京や京都、大阪など)と比べると低い  
地方観光地を訪れた際にしたいことは、「自然観光地を訪れる」が最も多く、次いで「歴史的な建造物(寺や神社、城など)や遺跡を訪れる」が多い

(出典) : JNTO訪日外客数 : 観光庁宿泊旅行統計  
: DBJ JTBF「アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査

### 【主な取組状況】

東京2020オリンピック・パラリンピックを見据え、東京都と連携して個人旅行を首都圏から九州・本県へと周遊促進させるためのPR施策を実施  
五島市と連携し、フランス人向けの素材磨き上げ、情報発信を実施

### 【課題】

本県の認知度は、平和都市としてのイメージにより高い傾向にあるものと考えられ、本県の自然や2つの世界遺産を含む歴史的遺産などの観光地としての多彩な魅力発信をさらに工夫・強化する必要がある  
ラグビーワールドカップ2019日本大会や東京2020オリンピック・パラリンピックによる日本への関心の高まりを、本県の誘客拡大につなげていく必要がある

## 県産品輸出促進

### 【県産品輸出の状況】

水産物については、米国へ鮮魚(養殖マアジ、ヒラマサ等)を輸出しており、ハワイ常設店舗を活用したPRや米国本土への販路拡大を推進  
農畜産物については、米国へ長崎和牛の定期輸出が実現  
欧州は地理的・法的制約があり、生鮮食品の輸出が困難

### 【課題】

県産品の知名度向上  
現地マーケットに精通し、確立された輸送ルート・販路を持つ現地卸等の確保

現状と課題

友好交流

県内8市町が欧州・米国の12都市と姉妹・友好都市交流

市町名	相手都市	提携年月	市町名	相手都市	提携年月
長崎市	セントポール市(アメリカ)	1955年12月	諫早市	アセズ市(アメリカ)	1986年4月
	ボルト市(ボルトガル)	1978年5月	大村市	シントラ市(ボルトガル)	1997年8月
	ライデン市(オランダ)	2017年11月		サンカルロス市(アメリカ)	2012年7月
	ヴォスロール村(フランス)	1978年5月	平戸市	ノールトワイケルハウト市(オランダ)	2011年9月
	アバディーン市(イギリス)*	2010年7月	対馬市	グアム島(アメリカ)	1977年2月
	ヴェルツブルク市(ドイツ)*	2013年4月	南島原市	キエーティ市(イタリア)	2016年11月
佐世保市	アルバカーキ市(アメリカ)	1966年11月	長与町	ウェーザスフィールド町(アメリカ)	1997年5月

\*は市民友好都市

県内8大学が欧州・米国の159大学・機関と交流協定を締結  
(各大学HP調べによる)

県美術館がスペイン国立プラド美術館と交流に関する覚書を締結

ラグビーワールドカップ2019日本大会における事前キャンプ、代表チームと受入市との交流を実施

欧州のスポーツ選手と県内スポーツ選手との交流

観光客誘致

欧州からの観光客を誘致するため、旅行会社や現地でPRを行うメディアを招聘

九州の自治体と連携し、旅行サイトを活用した米国向けの誘客プロモーションを実施

まちの産業や景観を観光事業に活かし、欧州からのツアーの体験プログラムに組み込む事業を展開

県産品輸出促進

現地小売店でのフェアに参加し、農産加工品等PRを実施

本県の認知度の向上

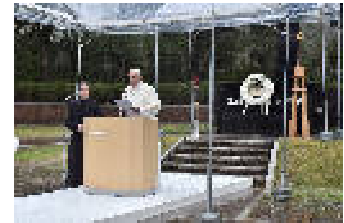
本県の強みである歴史的ゆかりの発信や様々な交流の拡大による、本県の認知度向上  
ラグビーワールドカップ2019日本大会や2020東京オリンピック・パラリンピックを契機としたスポーツ交流の拡大

歴史・文化・スポーツ等を活かした観光客の誘致

二つの世界遺産やローマ教皇のご来県など本県の特徴を活かした、観光地としての魅力発信強化と欧州・米国人観光客の誘致を推進  
欧米船社やチャーター旅行社の離島港等へのクルーズ客船の誘致を推進

県産品の輸出促進

現地パートナーと連携したPR・販促活動や新たな取扱い店舗の開拓、輸出ルートの確保による県産品の輸出促進



本県の有する強みを活かした交流と認知度向上のための情報発信

本県の強みやゆかり、国際的スポーツ大会の日本開催を活かした観光客の誘致

県産品の販路拡大、新たな輸出先、輸出品目の開拓

本県の認知度向上・交流拡大

誘客促進・県産品輸出拡大

## 令和2年度 主な関係事業(欧州・米国)

	新規・拡充、継続	事業名	概要	担当課
第一層	拡充	スポーツコミッション事業 (東京2020大会ホストタウン交流事業、受入事業) [再掲]	東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会を契機として、人的・経済的・文化的な相互交流を図っていく事業であり、キャンプ誘致活動や受入等を通じて地域活性化に繋げていく。	スポーツ振興課
	継続	長崎県美術館運営事業【一部】(指定管理者管理運営負担金)	スペイン国立ブラド美術館、釜山市立美術館との交流を促進	文化振興課
	継続	文化芸術による地域ブランディング事業【一部】	海外アーティストを本県離島に招待し、世界への島の魅力発信や外国人を受け入れる風土づくりを行う。	文化振興課
	継続	語学指導等外国青年招致事業	語学指導等を行う外国青年を招致し、地域における国際化の推進を図る。	国際課
第二層	継続	ディスカバーNAGASAKIグローバルキャンペーン事業費	インバウンドの誘客に積極的に取り組む「地域」を、誘客ターゲット市場を設定した上で、市町とともに育て上げて優先的に情報発信し、観光まちづくりの成功事例を創出する。	国際観光振興室
	新規	インバウンド向け戦略的プロモーション強化事業費 [再掲]	インバウンドについて、国・地域の特長やニーズに合わせ、現地PRからweb・SNSの情報発信まで組み合わせたプロモーションを戦略的に展開することで、インバウンド誘客拡大を総合的に推進する。	国際観光振興室
	継続	外国人受入環境パワーアップ事業費	本県を周遊滞在中の外国人観光客に、言語の壁のないストレスフリーな旅行環境を提供し、外国人観光客数のさらなる増加を図るため、多言語コールセンターの設置・運営を行う。	国際観光振興室
	継続	大型客船誘致促進プロジェクト推進事業費 [再掲]	県内各港への国内外クルーズ客船の積極的な誘致活動や客船の大型化等に対応するための受入体制の充実に加え、経済的な効果を高めるための寄港地ツアーにおける県内周遊の促進、情報発信の強化による県内消費の拡大などの取組を実施する。	国際観光振興室
	拡充	長崎産水産物輸出倍増事業費 [再掲]	海外での本県産水産物のPRや輸出国が求める衛生管理体制の充実、ニーズに応じた商品強化を図るとともに、新たな輸出ルートや新規販路の開拓を推進する。	水産加工流通課
	新規	ながさき農産物輸出促進事業 [再掲]	協議会会員の商談会への出展など輸出の取組支援や輸出商社等による海外フェア開催、九州各県と連携したイベント開催、輸出相手国の条件や実需ニーズに対応した産地育成など、本県農産物の輸出拡大を図る。	農産加工流通課

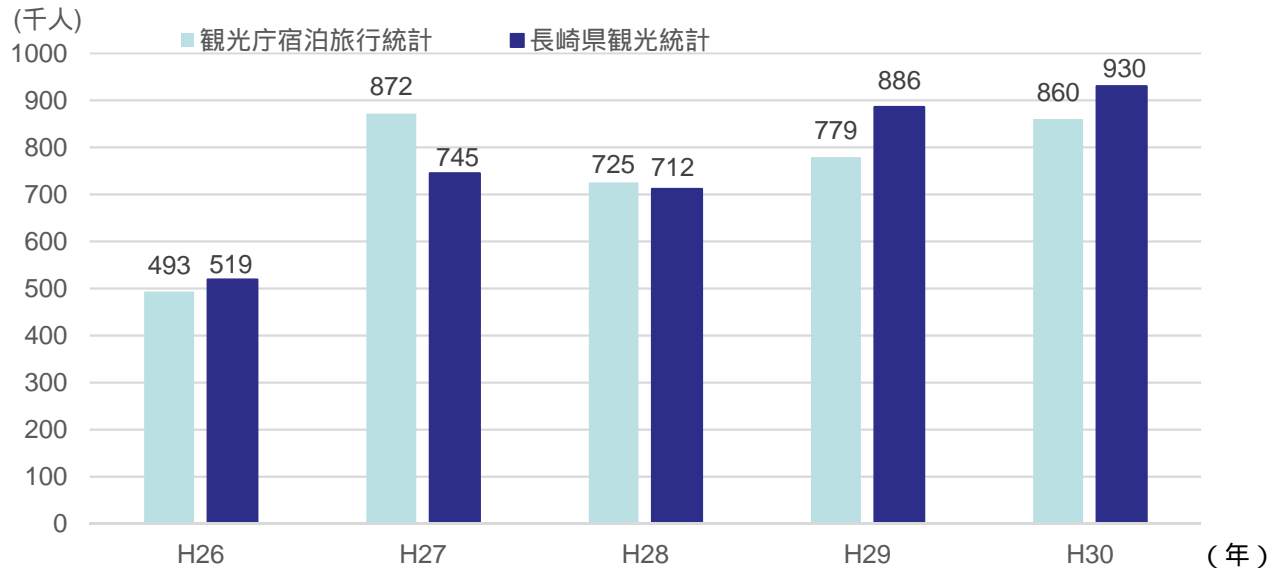
# 戦略プロジェクト

---

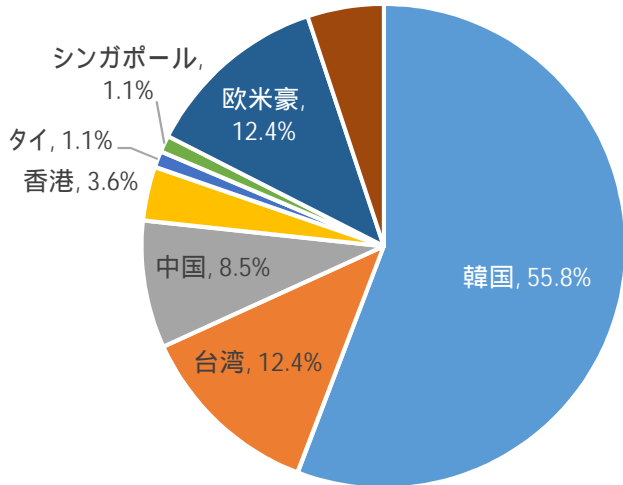
# - 1 「外国人観光客誘致強化」プロジェクト

長崎県を訪れる外国人観光客の約8割を占める東アジア4カ国・地域からの誘客強化に加え、訪日旅行市場が拡大している東南アジア・欧州等についても各市場の特性に応じた誘致に取り組む。

## ターゲット



その他, 5.1%



市場別シェア  
(出典) H30 県観光統計

### 現状と課題

来訪者の80%が東アジア4カ国・地域に集中

延べ宿泊客数の伸び率低迷(九州最下位)

観光地としての認知度低迷・情報発信が不足

外国人観光客に訴求するコンテンツの不足

日韓関係悪化に伴う韓国からの観光客の減少

上海線の増便と、定期航空路線の維持拡大

IR区域認定数は全国で上限3箇所

### 県総合計画目標

R2年 **117.9万人**  
(外国人延べ宿泊者数)

#### 取組の方向性

##### インバウンド観光コンテンツの拡充

海外市場のニーズ分析等を行い、ターゲット市場に訴求する観光素材のカスタマイズを、県・市町・地域が連携して実施。

##### 戦略的プロモーションの強化

国・地域の特徴やニーズに合わせた現地PR、Web・SNSの情報発信を組み合わせたプロモーションを戦略的に展開。

##### 受入環境の整備

多言語での対応やWi-Fi環境、キャッシュレス対応等の受入環境の整備に官民一体となって取り組む。

##### 特定複合観光施設(IR)区域の整備

本県へのIR区域整備に向け、民間事業者の公募・選定を行うとともに、選定した民間事業者と共同で区域整備計画を策定するなど、区域認定申請に向けた準備を着実に実施。



# 「外国人観光客誘致強化」プロジェクト

新規・拡充 継続

延べ宿泊者は観光庁「宿泊旅行統計」H30年(従業員数10人以上)。「東南アジア」は、フィリピン、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、ベトナムの実績、「欧州」は、英国、独国、仏国、伊国、スペインの実績

**中国** 延べ宿泊者2,217万人うち県内7.0万人(全国26位)

本県と中国の交流実績を生かした教育旅行の受入拡大。  
OTA等を活用したFIT向け情報発信の強化。  
上海線増便に伴う誘客拡大。

**韓国** 延べ宿泊者1,195万人うち県内21.9万人(全国9位)

「潜伏キリシタン関連遺産」を生かした巡礼ツアーのさらなる拡大。  
九州オルレ、温泉、ゴルフ、ハウステンボス、女子旅(カフェ、スイーツ、夜景)等、FITに訴求するテーマ型観光の推進。

**台湾** 延べ宿泊者1,210万人うち県内9.3万人(全国26位)

現地説明会や旅行社タイアップによる情報発信。  
対馬をはじめとする離島の認知度向上及び誘客対策。

**香港** 延べ宿泊者621万人うち県内3.5万人(全国25位)

香港～長崎路線及びレンタカーの利用促進による県内周遊・滞在型観光の拡大。  
対馬をはじめとする離島の認知度向上及び誘客対策。

**東南アジア** 延べ宿泊者860万人うち県内2.9万人(全国25位)

長崎・熊本・大分三県連携による九州横断周遊ルート of 構築及びFITの誘客拡大。  
「潜伏キリシタン関連遺産」を生かしたツアーの誘致(フィリピン)。

**欧州** 延べ宿泊者464万人うち県内1.7万人(全国21位)

2つの世界遺産やローマ教皇来県を契機とした、観光地としての本県の知名度向上対策。  
九州各県と連携した現地プロモーションの強化。

## 現地メディア等とのタイアッププロモーション

東アジアを中心に、東南アジアや欧米豪において現地メディアや旅行社とのタイアップ、動画広告等のプロモーション事業を戦略的に実施。

## 調査分析型Webプロモーション

訪日外国人旅行者の行動について、Webプロモーションを通して調査分析。

## 外国語版観光Webサイトのリニューアル

外国語Webサイトをリニューアルし、国内版とデータベースを共通化するなど、運営の効率性を高め、内容の充実を図る。

多言語コールセンターの活用促進 九州他県との共同運用  
多言語案内板やWi-Fi整備など公共交通機関・民間事業の取組を支援(国の補助制度への誘導)  
大手コンビニエンスストアと連携した免税店や観光案内所等の受入環境の充実

## 観光素材のカスタマイズ

市場調査による観光素材の掘り起こし  
市町と一体となり、専門家の助言も受けながら観光素材をインバウンド向けにカスタマイズ  
ワークショップ等を開催して、地域の自主的な取組を促進

## - 2 「クルーズ客船受入・消費拡大」プロジェクト

### クルーズ客船の入港状況

入港数・乗客乗員数の推移	H26(2014)	H27(2015)	H28(2016)	H29(2017)	H30(2018)	R1(2019)	R2(2020) (1月末現在の見込)
目 標							270
入港数	92	180	273	365	337	272	444
うち長崎港	75	131	197	267	220	183	268
うち佐世保港	10	36	64	84	108	79	160
うち離島港等	7	13	12	14	9	10	16
乗客乗員数	220,837	500,866	837,096	1,198,901	1,252,379	989,096	-
うち長崎港	199,031	434,543	717,288	1,052,455	936,046	733,160	-
うち佐世保港	17,286	58,873	111,150	139,156	311,628	249,472	-
うち離島港等	4,520	7,450	8,658	7,290	4,705	6,464	-

### 課題・取組の方向性

( 新規・拡充 継続 検討中 )

#### 長崎港

- ・客船の大型化による受入環境の改善が必要
- ・安定した入港数が確保できており、経済的な効果を高めていく必要がある。  
多様な地域からの受入や中国のチャーター旅行社との関係を強化  
島原半島などへの広域周遊対策や県産品の販売促進の取組、宿泊を伴う乗下船クルーズ商品の開発を推進

#### 佐世保港

- ・三浦岸壁が延伸され、浦頭地区の港湾整備も実施されており、客船の受入環境が充実してきている。  
入港数の拡大を目指し、認知度向上のための県北地域の観光地情報の発信を強化

#### 離島港等

- ・入港数が横ばいの状況であり、誘致対象船社等を拡大する必要がある。  
小型船を有する外国船社や日本・外国のチャーター旅行社に対する誘致活動を強化

## クルーズ客船の誘致

### 長崎港

- ・入港を安定化させるため、日本、中国、欧米など多様な地域からの受入を促進し、チャーター数の多い中国旅行社との関係も強化

### 佐世保港

- ・国際旅客船拠点形成港湾の指定を受けており、関連船社からの受入拡大のため、佐世保市との連携を強化
- ・佐世保港に特化した重点船社の誘致を継続

### 離島港等

- ・日本のチャーター旅行社を対象に誘致活動を展開
- ・錨泊による邦船の誘致を推進
- ・誘致の対象とする外国(米豪)のチャーター旅行社数を拡大
- ・誘致対象の外船社(欧米)に加えて、小型船の日本寄港を新たに計画している外船社(米豪)の誘致に着手

## 受入環境の改善

### 長崎港

- ・直轄事業による岸壁改良や航路拡幅等受入環境の強化
- ・松が枝岸壁2バース目の整備促進

## 受入体制の充実(市町)

- 入出港時における港での歓送迎イベントの実施
- 観光案内所の設置
- 観光マップの配布
- ガイドによる案内
- (外国船の場合)両替サービス等
- 県産品の販売所設置、ふるまい など
- \* 長崎県クルーズ振興協議会による支援
- ・県負担金から受入を担当する関係市町へ助成

## 経済的な効果を高める取組

### (広域)周遊対策

- ・域内周遊対策は地元市町で対応
- ・長崎港から島原半島、佐世保港から県北地域などへの広域周遊対策は県が担当
- ・船社や日本の旅行社に対する情報発信を強化(観光地に招聘するファミツアーの実施 など)

### 県産品の販売促進

- 客船への食材等の供給
- ・外船社を取り扱っている船舶納入業者と地元企業とのマッチング
- ・邦船社に対する県産品の紹介
- ・取引商品の拡大に向け、船社との商談を設定するなど新たな商品紹介を推進
- インターネットを活用した県産品の販売
- ・中国発着クルーズの乗客に対し、ネット注文(長崎港・佐世保港での引き渡し)による県産品の販売を県内企業と連携して推進
- 地元産品を活用した商品開発
- ・邦船社の監修による地元商社の商品の販売を促進

### 宿泊を伴う乗下船クルーズ商品の開発

- ・邦船社を中心に宿泊を伴う乗下船商品の開発を要請
- ・中国発着クルーズを活用したフライ&クルーズ商品を県・県内旅行社・中国のチャーター旅行社の三者で開発

- \* 新たな観光情報 ... 多様な周遊先による再訪者の確保
- 県産品の積込等 ... 港での多様なサービスの提供
- 乗下船者の増加 ... 寄港のほか多様な商品造成が実現

経済的な効果の向上とともに、観光地・港での多様性が発揮され、入港の維持・拡大につながる好循環を創出

# - 3 「新規航空路線・国際チャーター便誘致」プロジェクト

## 基本戦略

アジアとの近接性やアジアをはじめとする海外との交流の歴史・ゆかり等の特性を活かし、人流や物流の基盤となる新規航空路線や国際チャーター便の誘致等の取組を促進する。

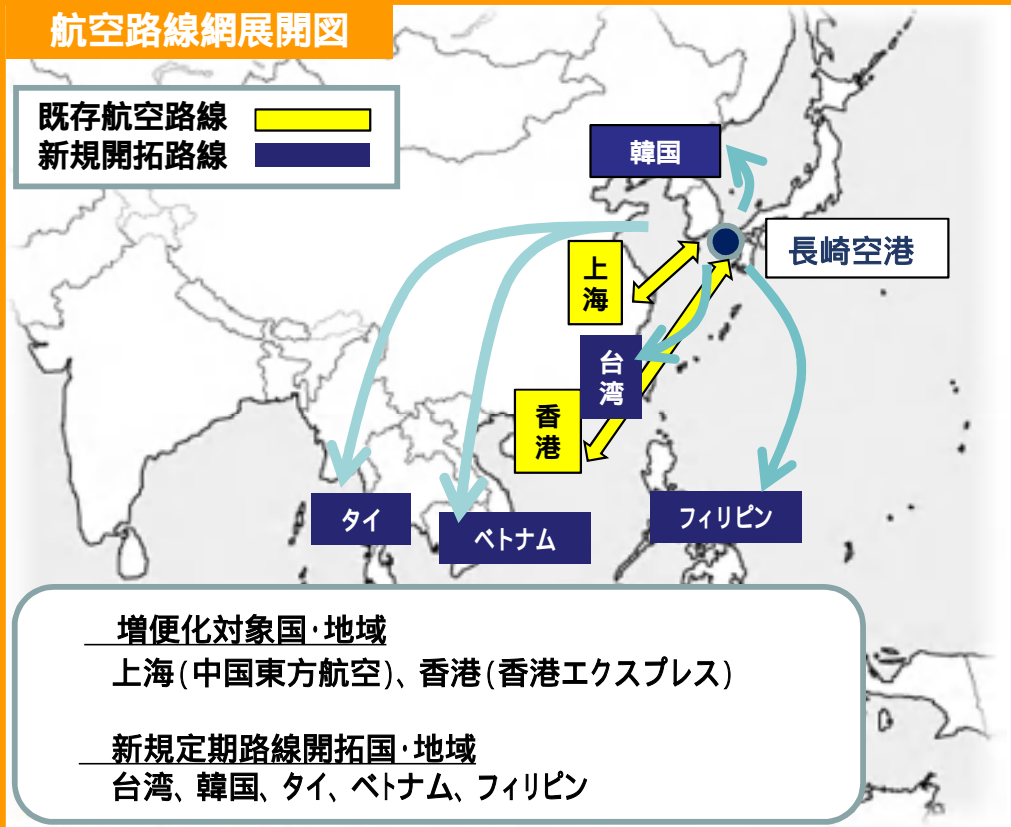
## 取組内容

- 既存定期路線の増便化等を見据えた利用促進(航空会社との連携強化)
- アジアの成長市場からの新規路線誘致(国際チャーター便の誘致を含む)
- アウトバウンド需要も含めた2WAYツーリズムや、県産品輸出(物流)も視野に入れた需要創出

## 誘致の考え方

長崎空港の夜間・早朝における発着、空港民営化の検討状況も踏まえつつ誘致を展開

## 航空路線網展開図



## チャーター誘致対象国・地域

中国	(北部・東北部) 北京、瀋陽、天津、長春、ハルビン 等 (内陸部) 武漢、西安、成都 等 (沿海部) 福州、アモイ、温州 等
台湾	台北、台中、台南、高雄
東南アジア	ベトナム、フィリピン、タイ、マレーシア、シンガポール

現  
状

国際定期路線(2路線)

- ・上海線(S54年～中国東方航空 週3便 A319 座席数119)
- ・香港線(H31年～香港エクスプレス 週3便 A320 座席数180)

国際チャーター便運航実績

- ・H29年度 28便
  - ・H30年度 30便
  - ・R元年度 128便
- プライベートチャーター含む  
<台湾連続チャーター78便、上海チャーター20便、その他30便>

具  
体  
的  
な  
取  
組

< 国際定期路線 >

既存路線

増便を見据えた利用促進策の推進

< 送客ボリュームの確保 >

国内外旅行社等の販売促進の取組への支援  
魅力ある旅行商品(新たな見所、富裕層対策、国内他空港との連携による広域観光推進、乗継利用等)の造成促進(イン&アウト)  
教育旅行の促進(イン&アウト)

< 路線認知度向上対策 >

航空会社等との連携による広告宣伝(イン&アウト)  
効果的なプロモーション、キャンペーンの実施(イン&アウト)

新規開拓路線

人流・物流拡大につながるアジアを対象とした路線誘致の推進

航空会社等への誘致セールスの推進  
定期航空路線の開設につながるチャーター便の誘致

< 国際チャーター便誘致 >

定期航空路線の開設を見据えた誘致の推進

チャーター実施の旅行社や航空会社に対するセールスの推進  
長崎空港の受入体制等の確保

目 標

【長崎県総合計画チャレンジ2020】

国際定期航空路線の利用者数

(H26年度) 72千人

(R2年度) 115千人

国際定期航空路線数

(H26年度) 2路線

(R2年度) 4路線

チャーター便の3倍増

(14便(21年度実績) × 3倍  
= 42便)

新規路線開設も見据えた誘致促進

効 果

長崎空港利用者数の増加

外国人観光客の周遊・滞在の増加による県内経済の活性化



# - 4 「アジアとの物流拡大」プロジェクト

- ・県内企業の貿易における国際競争力強化のために、航路の維持・発展を図る。
- ・長崎港の地理的優位性を活かせる航路展開により、アジアとの物流拡大を促進する。

長崎港取扱コンテナ貨物量(実入り)  
 <目標値> R2年度 10,000 TEU (最終年度)

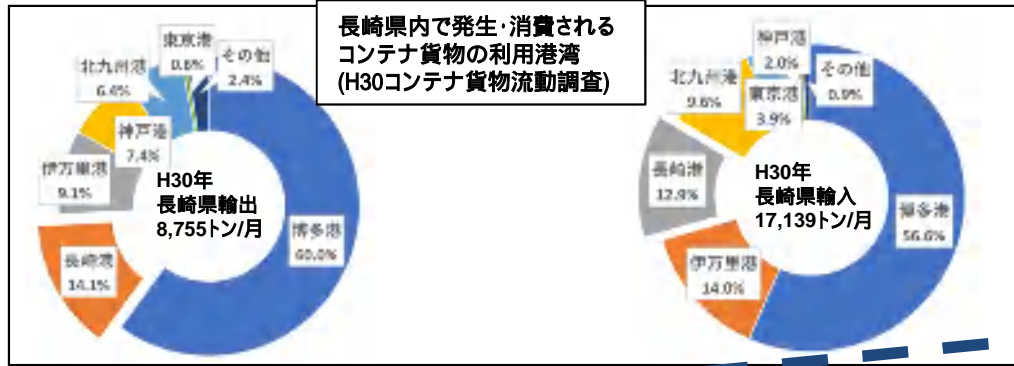
## 背景

長崎港は日本本土の最西端に位置し、関東・関西圏から最も遠い地理的劣位、港湾背後地が狭小な地形的劣位から、物流を行う上で、不利な状況にある。

## 長崎県の海上コンテナ貨物の動向

県内発生・消費貨物の約8割が県外港湾を利用。  
 他港に比べて取扱貨物が少なく、輸出入バランスが輸入側に偏っており、便数が少ない。

[H30輸出入バランス(輸出:輸入) = 1:3.7]



## 他県の状況

企業の国際競争力の強化には欠かせないインフラとして、港湾施設整備・航路誘致に積極的  
 港湾の発展には貨物量維持が不可欠なため、県内で生産・消費されるコンテナ貨物に対して助成金をPRするポートセールスを展開

## 長崎港の現状

船舶や大型機械が輸出貨物の中心となっており、コンテナ利用の貨物が少ない。  
 長崎県内で発生・消費されるコンテナ貨物は輸出入合わせて年間約31万トンで47都道府県中46位。(H30コンテナ貨物流動調査)

改善の糸口はコンテナ利用貨物の拡大…難問

## 環境の変化

平成28年10月三菱重工業長崎造船所が大型客船建造の受注凍結を発表。高付加価値のLNG船についても、令和元年9月の引渡しを最後に生産終了  
 国内外造船業の再編が進んでいる。(三菱が香焼工場の売却を検討など)

## 取組(事業内容)

物流企業(フォワーダー)と連携し、他港利用中の輸出入貨物取込活動を実施  
 長崎港活性化センターと連携した貨物インセンティブ及び集貨活動を実施するとともに  
 原木など新たな貨物を取り込む取組も実施  
 長崎港のアジアに近い地理的優位性を活かした新たな航路の検討

厳しい環境下でも、航路の維持・発展を図り、長崎港での物流活性化を推進する

- ・県内企業の国際競争力強化
- ・県民所得向上

# - 5 「県産品の輸出拡大」プロジェクト

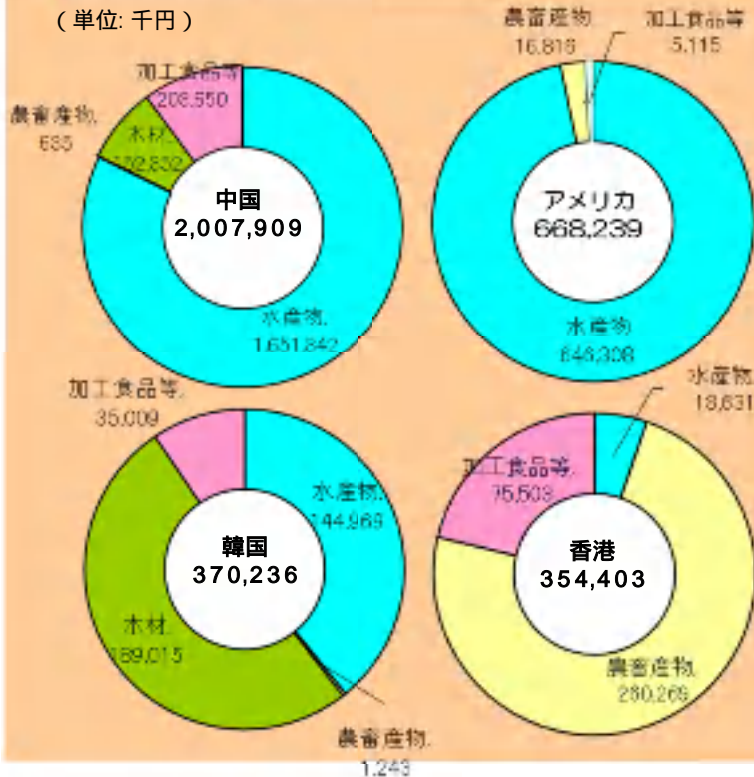
## 目的

長崎県産品のブランド化を進め、輸出を拡大させることにより、県内企業及び生産者等の販売額を増加させ、県民所得の向上と雇用の拡大を図る。

輸出額の推移	H26年度 実績	H30年度 実績	R2年度 目標
水産物輸出額(関係団体分)	1,180 百万円	3,305 百万円	3,000 百万円
農産物・木材の輸出額	424 百万円	770 百万円	650 百万円
県産品(加工食品、陶磁器等)の輸出額	71 百万円	361 百万円	427 百万円
<b>県産品の輸出額(合計額)</b>	<b>1,675 百万円</b>	<b>4,436 百万円</b>	<b>4,077 百万円</b>

### 上位4か国・地域別の輸出品目 >> H30年度

(単位: 千円)



- ◆ 輸入規制や通関・検疫の状況が国・地域ごとに違うため、輸出可能品目が異なる。
  - ◆ 水産物が輸出額全体の74.5%を占める。
  - ◆ 国・地域別の輸出額では中国が最も多く、輸出額全体の45.3%を占める。
- 各分野の連携により、「長崎ブランド」としてPR

### < R元年度の連携した取組 >

各分野の輸出可能品目を総合的にPR  
バイヤー招へい等による新たなパートナーの開拓

**中国**  
「長崎鮮魚」のブランド力を活かし、長崎鮮魚を取扱う飲食店で県産酒、麺類(島原手延そうめん、五島手延うどん)、調味料等をあわせてPRするフェアや輸入博覧会の出展等を実施

**香港**  
輸入規制が少なく、多くの品目の輸出が可能であるため、農産物・水産物、加工食品等をあわせて県全体をPRする小売店等での総合フェアを実施

**シンガポール**  
輸入規制が少なく、多くの品目の輸出が可能であるため、農産物、水産物、加工食品等、幅広い商品の販路拡大を図るため、バイヤー招聘を実施

**アメリカ**  
ハワイにおける常設店での農畜産物・水産物の販売を継続するとともに、現地フェアでのPRやバイヤー招聘等を実施

# 1. 加工食品・陶磁器等

## ターゲットとする輸出国・品目

### 1. ターゲットとする輸出国・品目（輸出額順）

- 中国...陶磁器、調味料、酒類、麺類、菓子
- 香港...陶磁器、酒類、調味料、麺類、菓子
- 韓国...麺類、菓子、酒類、調味料
- シンガポール...酒類、菓子、麺類、調味料

### 2. 考え方

これまでの県の事業展開等により、県内企業が海外への輸出ルートを構築できた品目・商品を中心に、県が輸出への取組を連携して実施することで輸出額の増加を図る。

東アジアにおいては、既に県産品が流通している中国、韓国、香港を中心に県産品のPR及び販路拡大に取り組む。

東南アジアにおいては、輸出ルートの構築の見込みがあるシンガポール等を中心に新たな販路を開拓する。

輸入規制等により、国ごとに輸出可能な品目が異なるが、各国へ輸出可能であり、市場ニーズが高く、県内メーカーの意欲もある酒類、麺類、菓子類、調味料を重点的にPRする。

## 取組の方向性

東アジアにおいては、中国、韓国、香港、東南アジアにおいては、シンガポールを中心に、百貨店等における総合フェアや小売店、飲食店、ECサイト等において、販促プロモーションを実施することにより、県産品の認知度向上及び販路拡大に取り組み、県産品の輸出額の増加を図る。

中国ではブランド力がある長崎鮮魚の取組と連携したPR、販路拡大に取り組む。

国内商社やジェットロ等と連携し、バイヤー招聘、商談会の実施等により、県産品が流通していない地域での新たな販路の開拓を行う。

中国国際輸入博覧会



長崎県産酒



### 目標

県産品（加工食品、陶磁器等）の輸出額  
427百万円（R2年度）

# 2. 水産物

## ターゲットとする輸出国・品目

各国の貿易事情（ニーズや規制状況等）を踏まえ、関係者と協議しながら輸出拡大に努める。

輸出国	輸出品目
中国	クロマグロ、ブリ、カキ等多種類の活鮮魚
韓国	マダイ、ブリ等の活魚
米国	養殖マアジ、ヒラマサ等の鮮魚
香港	養殖ハマチ等の鮮魚
東南アジア	鮮魚、冷凍魚、加工品

長崎県産魚



## 取組の方向性

海外での本県産水産物のPRや輸出国が求める衛生管理体制の充実、ニーズに応じた商品力強化を図るとともに、新たな輸送ルートの開拓検討、新規販路の開拓も推進する。

輸出国	取組の方向性
中国	・輸出先との連携強化による新たな販路及び輸出ルートの開拓 ・常設店活用や展示会による販売促進活動の実施
韓国	・通関に時間を要している現状において、動向を注視しつつ、継続的かつスムーズな輸出体制の構築を目指す。
米国	・ハワイ常設店舗を本土輸出への中継地点として活用 ・西海岸に加え東海岸への新たな販路の開拓
香港	・他県との差別化を図るため、付加価値を高めた商品の輸出を促す
東南アジア	・冷凍魚に加え、鮮魚についても新規市場開拓

中国(青島)での博覧会



米国(ハワイ)でのフェア



### 目標

水産物の輸出額  
3,000百万円（R2年度）



### 3. 農林産物

#### ターゲットとする輸出国・品目

##### 農産物

###### 【青果物】

いちご、びわ、みかんなどの果実類を中心に輸出実績の大部分を占める香港への継続輸出を図るとともに、シンガポール・マレーシアなどへの輸出品目、取引量の拡大を図る。

###### 【長崎和牛】

高級部位を中心とした販路の一つとして輸出を進めている。既存輸出先の香港、シンガポール、タイ、アメリカへの継続輸出と取引量の拡大を図る。

###### 【花き】

国内消費の低迷打破のための販路開拓として、香港、台湾、アメリカへの輸出を進める。

###### 【茶】

健康志向を背景に、海外での緑茶人気が高まっているため、ドイツ、香港、アメリカへの輸出を販路の一つとして検討する。

##### 林産物

###### 中国

世界有数の木材消費地である中国に対し、スギ・ヒノキ低質丸太、製材品の輸出を推進する。

###### 韓国

ヒノキ需要が旺盛な韓国に対し、ヒノキの丸太、製材品の輸出を推進する。



#### 取組の方向性

##### 農産物

生産者・農業団体及び県、市町等で構成する「長崎県農産物輸出協議会」を中心に、商談会参加や初期輸出支援により、輸出プレーヤーの増加を図る。

###### 【青果物】

- ・フェアや産地招へいの開催によりこれまで確保したルート（輸出先）との連携強化に取り組み、輸出量の拡大を図る。
- ・規制が厳しい国への輸出に取り組むため、生産者や法人等に対して植物検疫等への理解醸成を進める。

###### 【長崎和牛】

- ・長崎和牛指定店の新規認定や、認定店舗でのフェア開催により海外での長崎和牛の認知度向上と輸出拡大を図る。

###### 【花き】

- ・市場流通からの輸出がメインであるため、現在取り引きを行っている海外実需者との信頼関係を築き、契約取引による輸出の実現を目指す。

###### 【茶】

- ・輸出に対応できる産地体制（残留農薬対応等）の整備と、茶商との連携を進め、産地で取り組む輸出の実現を目指す。

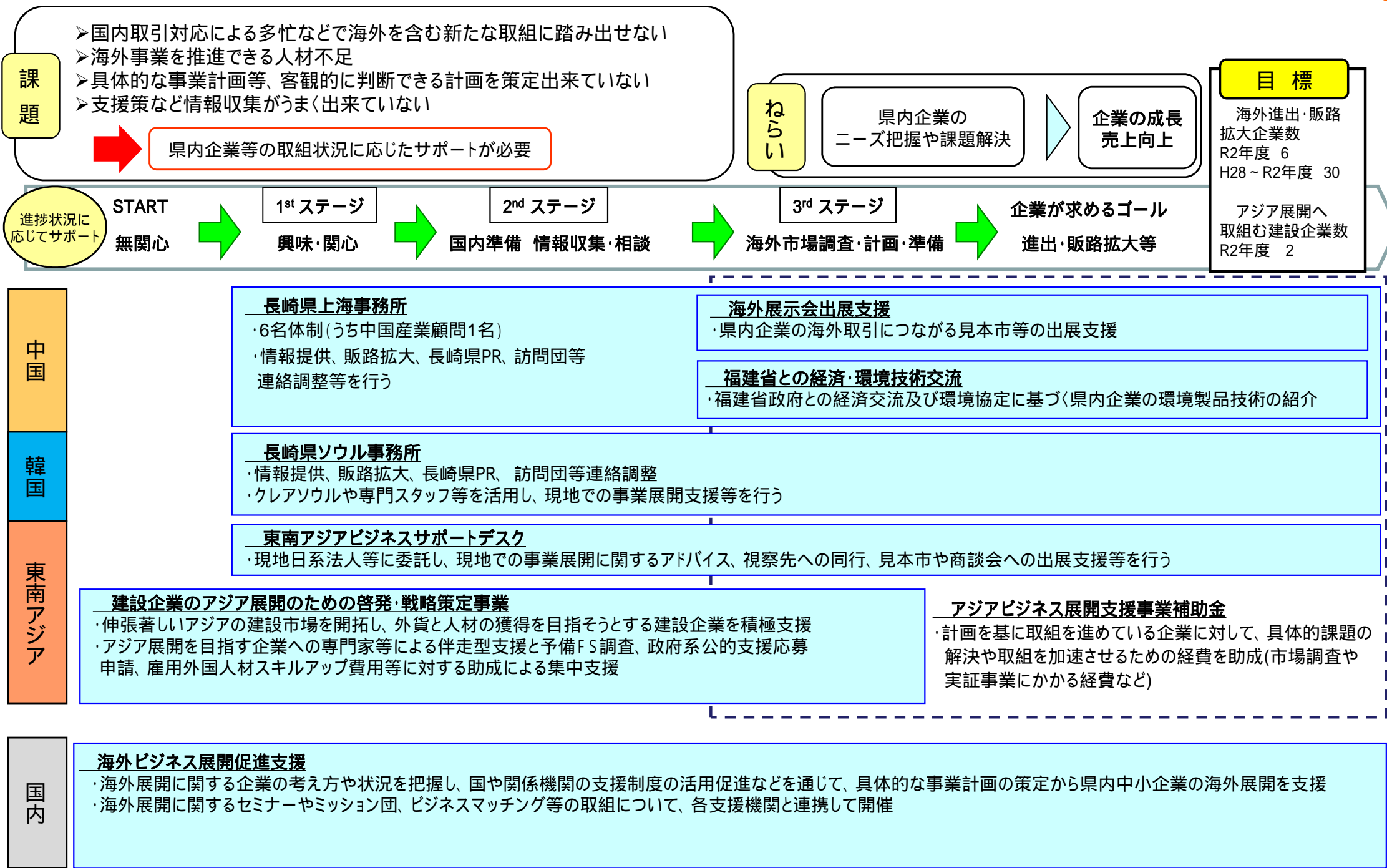
##### 林産物

英語・中国語等のパンフレットを作成して県産品をPRするとともに、新たな販路の開拓を推進する。

#### 目標

農産物・木材の輸出額  
650百万円（R2年度）

# - 6 「県内企業等の海外展開支援」プロジェクト



# - 7 「スポーツを活用した交流・地域づくり」プロジェクト

## 目的

新規 実施済・実施中 検討中

ラグビーワールドカップ2019日本大会、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会等世界規模のスポーツイベントが日本で開催されることを契機として、スポーツを通じた交流促進、長崎の知名度アップ、経済交流の活発化を図ることを目的とする。

## 現況

### ・東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会におけるキャンプ地誘致

本県とゆかりがある国や今後の発展が見込まれる国をターゲットに、県内の国際交流団体等の人脈を通じ、各国オリンピック委員会等の関係者に対する誘致活動に取り組んでおり、これまでベトナム等の6カ国から本県の視察を受け入れた。

### ・東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会キャンプ誘致国との交流事業（ホストタウン事業）

国が推進する「ホストタウン」にベトナム、スペイン、フィリピン、ポルトガル、ラオス、ドイツの6カ国を相手国として登録済。  
これまで、ベトナムで開催された国際女子バレーボール大会への高校生チームの派遣（H28）、（独法）国際交流基金と連携した「日本語パートナーズ」ベトナム短期派遣事業への大学生の派遣（H28～30）、ホストタウン登録国代表チーム（5カ国、延べ11チーム）のトレーニングキャンプ受入（H29～31）などを行った。

### ・ラグビーワールドカップ2019日本大会キャンプ相手国との交流事業（地域交流計画事業）

公認チームキャンプ地として、長崎市がスコットランド代表チーム、島原市がトンガ代表チームを受け入れた。各市においてラグビー教室などの交流事業を実施した。

## 今後の取組

### 誘致

これまでに蓄積されたラグビーワールドカップ及び東京オリンピック・パラリンピックにおけるキャンプ受入のノウハウを活用し、今後も継続して海外チームキャンプを誘致するための情報収集・発信

### 交流

ホストタウン登録国（ポルトガル、スペイン、ベトナム、フィリピン、ラオス、ドイツ）とのコミュニケーションの維持・発展  
東京オリパラ事前キャンプ受入自治体との連携による交流計画の見直し

### 基盤整備

海外関係団体へ長崎県のスポーツ環境、魅力等を情報発信するための多言語Webサイトの活用、プロモーションビデオの作成等  
海外チームキャンプ受入体制の整備・充実

## 目指す姿

スポーツツーリズムの活性化による交流人口の拡大  
相手国における知名度向上による経済的実利の創出・拡大

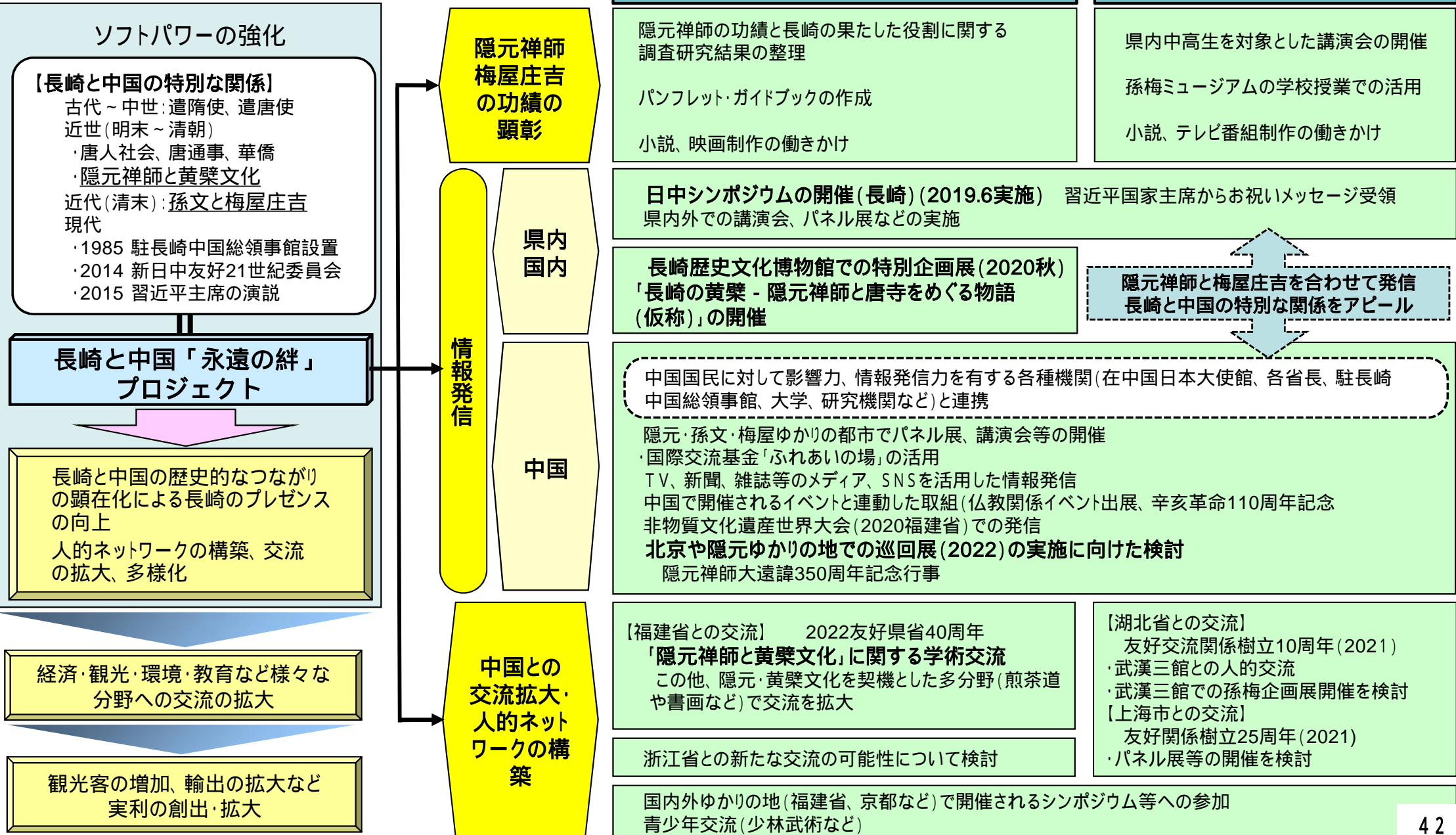
国内外から注目されるスポーツキャンプ地づくり  
海外チーム選手と県内競技者によるスポーツ交流  
スポーツを通じた国際交流の活発化  
おもてなし・心のバリアフリー意識の醸成  
グローバル人材の育成

# - 8 『歴史・文化』発信・交流発展プロジェクト

目的

本県の特徴ある歴史・文化（ソフトパワー）を強化し、本県の海外におけるプレゼンスの向上や人的ネットワークの構築、交流の拡大につなげる。

## 中国における取組の方向性





# 朝鮮通信使(韓国)と御朱印船(ベトナム)を活かした発信・交流発展

## ソフトパワーの強化

### 【長崎との特別な関係】

日韓両国の平和・友好の象徴である「朝鮮通信使」と、日越両国の友好交流の歴史の重要なエピソードである「御朱印船」を活かした、情報発信に取り組み、韓国・ベトナムにおける交流の拡大へつなげていく。

### 「朝鮮通信使」と「御朱印船」を活かした発信・交流発展

長崎との歴史的なつながりの顕在化による長崎のプレゼンスの向上

人的ネットワークの構築、交流の拡大、多様化

経済・観光・環境・教育など様々な分野への交流の拡大

観光客の増加、輸出の拡大など実利の創出・拡大

### 交流の歴史的意義と功績の顕彰

### 県内国内

### 国外

### 情報発信

### 関係機関との交流拡大・人的ネットワークの構築



## 朝鮮通信使(韓国)

約200年にわたり続いた隣国同士の平和に貢献した朝鮮通信使の歴史的意義や、その根底に流れる誠信交隣(じんしんこうりん)の精神は、日韓両国の友好交流の発展に大変重要である。

・2017年10月、ユネスコ「世界の記憶」登録。

本県副教材を活用した情報発信  
(中学校配布の「ふるさと長崎県」)

日韓未来塾における専門家の講演・学習

関係団体等と連携したイベントの開催  
・釜山広域市での取組 朝鮮通信使まつりに参加し、釜山文化財団や日韓両国の民間団体などと連携し、写真パネル展を開催  
・ソウル特別市での取組 日韓交流おまつりに参加し、釜山文化財団などと連携した情報発信を実施  
SNSを活用した情報発信

朝鮮通信使に係る日韓両国の関係団体等との連携及び関係強化  
・対馬市及び朝鮮通信使縁地連絡協議会  
・釜山広域市及び釜山文化財団、釜山博物館、国立海洋文化財研究所 等

韓国内の新たな機関との関係構築



## 御朱印船(ベトナム)

約400年前、長崎の商人荒木宗太郎が安南国王の娘を妻とし、長崎へ迎えたことは、日越友好交流の歴史の大変重要なエピソードになっている。

国際交流・協力フェスティバル等への参加  
長崎くんち(2020年)での御朱印船奉納を活用した情報発信  
本県副教材を活用した情報発信  
(中学校配布の「ふるさと長崎県」)  
国際交流サークル等への情報発信

各種イベント等への参加  
(ダナンフェスティバル、ホイアン祭り等)  
長崎くんち(2020年)での御朱印船の奉納に向けたPR  
観光ガイドによる御朱印船への誘導、エピソードの紹介  
学校教育における御朱印船及びそのエピソードの紹介  
SNSを活用した情報発信

【クアンナム省との交流】  
2017年友好交流関係樹立  
2019年人材交流に関する覚書締結  
・長崎くんち(2020年)での御朱印船奉納を活用した民間交流  
・海外技術研修員の受入  
・官民連携による現地観光人材の育成  
・外国人材の受入促進

ベトナム長崎同窓会や県人会との連携 強化

# - 9 「外国人材受入促進・国際人材育成」プロジェクト

外国人材の受入れを促進し、県内産業の活性化を図るとともに、外国人が地域において安心して安全に生活できる多文化共生社会の推進。

新規・拡充 継続 検討中

技能実習をはじめ、新たに創設された在留資格「特定技能」による外国人材の受入促進のほか、外国人材の受入れ・共生のための総合的対応策に基づく多文化共生社会の推進のため、市町と連携し、全庁一体となって総合的かつ計画的に各種施策を推進。

## 《庁内推進体制》

### 外国人材受入対策プロジェクトチーム

産業労働部政策監をリーダーとした、関係課29課で構成

#### < 目的 >

県内の各産業において、外国人材を受け入れようとする取組を積極的に支援するとともに、外国人材の就労面及び生活面にわたる安全・安心な受入環境の整備のための施策を推進

2019年10月、クアンナム省(ベトナム)と「人材交流に関する覚書」を締結

#### < 検討する対策 >

外国人材の就労支援  
外国人材の受入れ・共生のための総合的対応策の推進  
具体的な施策の方向性や取組方針の検討

### 外国人材就労支援ワーキングチーム

### 外国人材受入れ・共生ワーキングチーム

(1) 外国人が安全で快適に生活し、安心して県内に定着できるよう、関係機関と連携し、受入れ・共生のための総合的対応策を充実

#### < 多文化共生の推進 >

在留外国人が、地域において安心して安全に生活できる共生社会を実現するため、多文化共生の取組を推進

地域における多文化共生施策を促進するための研修会を実施

在留外国人が生活や就労等の適切な情報に速やかに到達できるよう、多言語によるワンストップの相談窓口を運営

行政機関の相談窓口における多言語対応の促進

生活に役立つ情報をまとめた生活ガイドブックや医療ガイド、災害時対応ガイドの多言語発信

日本文化に触れる機会や交流の場の提供

外国人による日本語スピーチコンテストの開催

県民と在留外国人との理解促進や地域国際交流協会等とのネットワークの強化

住民や企業、NPO等への多文化共生の地域づくりについての啓発強化

地域における日本語教育の実態や課題把握のための調査と体制づくり

外国語で提供する行政情報・生活情報の内容や提供言語の充実



#### < 目指す姿 >

外国人が安心して生活できる社会の実現

## (2) 県内の各産業において、担い手不足が深刻化する中、外国人材を活用していこうとする取組を積極的に支援

### < 外国人労働者の受入促進にかかる方針 >

全国的に外国人労働者の受入れ拡大が図られるなか、県内の各産業における人材不足等を解消するため、各分野のニーズに応じ、本県とゆかり・交流が深い国(地域)・大学・公的機関等と連携し、受入れを促進  
分野・国籍・在留資格別に明確にターゲットを選定  
就労面、生活面双方において、安全・安心な環境を提供  
本県で働く魅力や就労情報をPR

### < 目指す姿 >

他県に先んじて  
外国人に選ばれる  
長崎県

### < 産業分野(全般) > … ベトナム・フィリピン

技能実習生や特定技能など、外国人労働者にとって安全・安心な受入環境を、本県と交流のある国(地域)の公的機関等と協力して整備し、外国人材の安定的な確保を図るとともに、帰国後、県内受入企業等の将来的な海外展開に寄与することを想定

(ベトナム) 2019年10月、クアンナム省と「人材交流に関する覚書」を締結。技能実習生の受入れに向けた取組を推進。

(フィリピン) 公的機関等との連携体制の構築・推進。

農業や介護以外の、宿泊などの人手不足の分野においても、特定技能を含め、各業界等のニーズを踏まえながら、外国人材の受入れを促進。

### < 介護分野 > … ベトナム

本県と友好交流関係にある国(地域)の公的機関等と関係を構築し、本県の介護事業所・介護福祉士養成施設での受入れを推進  
覚書に基づき外国人を受け入れた介護施設等が実施する日本語等の教育に要する経費の一部を助成  
介護福祉士養成施設の留学生に対して、奨学金等の貸付を行う介護事業所に対し、当該経費の一部を支援  
外国人材の介護技能等の向上を図るとともに、外国人同士の交流等を促進するため集合研修を実施

### < 農業分野 > … ベトナム・カンボジア

2019年2月に特定技能外国人を農業経営体に派遣する農業サービス事業体を設立。12月から生産現場へカンボジア人の派遣を開始し、2020年2月末現在16名が就労

これまで交流を深めてきたベトナム国立農業大学を通じて特定技能外国人として技能実習生OBの受入れを調整中。

特定技能外国人については、今後3ヵ年で、300人の受入れを想定  
農業分野で外国人材活用の中心となっている技能実習生と特定技能外国人の受入れを今後推進し、人材不足の解消を図る。

### < 建設・水産分野 >

建設業分野については、労働者不足の進行が懸念されていることから、業界のニーズも踏まえ、中長期的な視点で対応策を検討  
水産業分野については技能実習生を中心に受け入れているが、法改正に伴う新たに創設される在留資格に関する制度について情報提供を行いながら、業界の意向に沿って対応

長崎県で学ぶ外国人留学生を産学官一体となって誘致・支援することで地域活性化を図るとともに、将来、本県と海外との懸け橋となる人材の育成・活用を図る。また、県内の学校教育における外国語教育を一層充実させ、将来活躍する国際人材の育成を図る。

新規・拡充 継続 検討中

### 留学生の受入促進にかかる方針

留学生受入による県内経済の活性化(目標:外国人留学生数の増加 H29:約1,500人 R2:3,000人)  
産学官一体となった留学生支援の推進 「長崎サミット」の目標数  
県単独の施策に加え、長崎留学支援センターを中心に支援策を強化(は同センター実施)

#### <目指す姿>

海外人材の県内  
定着による産業の  
活性化

#### <募集支援> ~ 勉学意欲の高い留学生の獲得に向け効果的なPR活動の実施 ~

中国・ベトナム政府との交流を活かした現地留学説明会の開催 国内日本語学校での留学説明会  
私立大学等が行う受入促進に要する経費に対する助成 日本学生支援機構実施の留学フェアへの参加

交流の懸け橋となる  
長崎ファンの育成

#### <生活支援> ~ 留学生の生活に関する支援の実施 ~

私費留学生奨学金 私費留学生国民健康保険料一部補助  
アルバイト支援体制の整備 住環境整備(空き家の活用研究)

#### <就職支援> ~ 留学生の県内就職支援 ~

留学生受入県内企業の開拓 留学生と企業との交流機会の提供  
留学生向け就職準備講座の実施

### 国際人材育成にかかる方針

国際コミュニケーション能力の向上や国際的視野の拡大

#### <目標>

高校生 高校卒業時に英検準2級程度以上の英会話力をもつ生徒の割合 H26:85.1% R2:90%を維持  
中学生 中学校卒業時に英検3級程度以上の英語力をもつ生徒の割合 H26:31.3% R2:60%

#### <目指す姿>

国際的視野をもって  
県内外で活躍できる  
人材の育成

#### <高等学校>

離島留学制度(壱岐高校では中国語、対馬高校では韓国語の学習機会の提供)  
長崎県高校生英会話力テスト  
外国語指導助手等招致事業  
中国語研修(上海)・韓国語研修(釜山)・英語研修(シンガポール)の実施  
おもてなし英会話力向上応援講座

#### <小・中学校>

英語によるコミュニケーション力の向上(英単語・表現集ソフトの活用、スペリングコンテスト、イングリッシュ・パフォーマンスコンテスト)  
教員の指導力・英語力の向上(小学校教員を対象としたイングリッシュ・サポートキャンプ、長崎県英語教育推進協議会、小・中・高等学校を通じた英語教育強化事業)



## 現状と課題

- ・「日韓海峡沿岸県市道交流知事会議」の一環として、1993年以来「日韓海峡沿岸県市道環境技術交流事業」を実施し、環境に関する共同調査や情報交換を行ってきた。また、環境保全に関する交流を通じ、地域に共通する課題の解決と人材育成を推進するため、福建省生態環境庁と協定を締結し、環境技術の交流を行ってきた。
- ・アジアの国々では、経済発展が進む一方、水質汚濁、廃棄物など、地域的な環境問題に加え、PM2.5、酸性雨などアジア全体の課題、また、オゾン層の破壊、地球温暖化、海洋プラスチックごみ問題など、課題の対象が、各地域から地球規模へ拡大している。
- ・県内企業が有する環境関連技術、製品を活用した課題解決について、中国等の関心が高まっている。

## 第1段階の取組 ソフトパワーの強化 人的ネットワークの形成

### ネットワークの形成による環境交流の推進

- ・東アジア地域との環境保全に関する交流を通じた相互の人材育成や課題解決への貢献等を図るため、日韓海峡沿岸県市道環境技術交流や、長崎県・福建省の環境技術交流を実施

### 大学等と連携した、本県のグローバルな環境課題の解決

- ・研究開発能力の向上や人材育成への貢献等を図るため、環境保健研究センターと、福建省CDC、福建医科大学との研究連携協定などに基づき、環境保健分野での情報交換や共同研究を実施



## 第2段階の取組 専門的な知識・情報によるサポート体制の強化

### 人的ネットワークの活用による情報共有・体制強化

- ・環境技術協定を締結した福建省生態環境庁との技術職員の交流などを通じ、現地ニーズを把握するとともに、本県の環境技術等に直接触れる機会を設けること等により、県内の環境関連企業の海外展開への基礎となるよう、情報交換や人材形成を支援
- ・PM2.5等、東アジア地域に共通する環境問題解決に向け、研究連携協定を締結した機関との研究交流や共同研究を実施
- ・中国、韓国や東南アジア諸国への展開を支援

## 第3段階の取組 実需創出・拡大の取組

### 経済交流の促進

- ・中国、韓国や東南アジア諸国と、県内企業が有する水処理技術等の活用による国際協力から経済交流への発展を目指す取組を推進

## 目指す姿：「アジアにおける環境経済交流拠点」

1. アジアの環境問題への貢献 : アジアの環境改善にむけた活動を自治体レベルで支援し、アジアの環境問題への貢献を果たす。
2. 人的交流から技術・経済交流へ : 国際交流を契機に環境技術へのニーズを把握し、経済交流の活性化へつなげる。

