

3つの柱	2	力強い産業を育て、魅力あるしごとを生み出す						
基本戦略	2	交流人口を拡大し、海外の活力を取り込む						
施策	1	地域に新たな価値を付加する魅力ある観光まちづくりの推進						
担当部局		文化観光国際部 観光振興課						
将来像		本県ならではの魅力を付加した「観光まちづくり」や、外国人、障害者、高齢者など誰もが安心して旅行を楽しむことができる環境整備が進むことで、観光客数や観光消費額が増加し、地域や観光産業が活性化している。						
数値目標	指標名	観光消費額（総額）					総合戦略	○
	目標値	基準値 （基準年）	R3	R4	R5	R6	R7	最終目標 （目標年）
		3,778億円 （H30年）	3,944 億円	3,992 億円	4,040 億円	4,089 億円	4,137 億円	4,137億円 （R7年）
	指標設定の理由	「観光まちづくり」の推進、「食」のサービスの充実、観光の高付加価値化等は観光消費額の向上に直接つながっていくものであるため。						
目標値の設定根拠	国の観光ビジョンでは、日本人国内旅行消費額を15年で約10%増、訪日外国人旅行消費額を15年で約4倍増を目標としており、その率を参考に目標を設定し、最終目標を4,137億円に設定。							
指標データの参照元	統計名など	長崎県観光統計			データ把握時期	翌年7月上旬		

3つの柱	2	力強い産業を育て、魅力あるしごとを生み出す							
基本戦略	2	交流人口を拡大し、海外の活力を取り込む							
施策	1	地域に新たな価値を付加する魅力ある観光まちづくりの推進							
事業群	1	地域住民が主体となって取り組む魅力ある観光まちづくりの推進							
担当部局		文化観光国際部 観光振興課							
数値目標	指標名	観光客（宿泊）のリピーター率						総合戦略	○
	目標値	基準値 (基準年)	R3	R4	R5	R6	R7	最終目標 (目標年)	
		58.6% (H30年度)	61.9%	63.0%	64.0%	65.0%	66.0%	66.0% (R7年度)	
	指標設定の理由	地域住民が主体となって取り組む魅力ある観光まちづくりの推進や「食」のサービス提供の充実と情報発信の推進及び観光情報の効果的な発信、高付加価値化に取り組む観光事業者への支援に取り組むことで、観光客の満足度を高め、再び訪れたいと思われる魅力ある観光地を創出し、リピーター客の割合を増やすことを目指すため、観光客のリピーター率の増を目標とすることが適当であると判断したため。							
	目標値の設定根拠	基準年(H30)の実績は、九州7県中5番目で平均も下回っているため、基準年における九州平均値(66.0%)まで増やすことを目標とし、最終目標をリピーター率66.0%に設定。							
指標データの参照元	統計名など	民間調査	データ把握時期	翌年8月					

3つの柱	2	力強い産業を育て、魅力あるしごとを生み出す						
基本戦略	2	交流人口を拡大し、海外の活力を取り込む						
施策	1	地域に新たな価値を付加する魅力ある観光まちづくりの推進						
事業群	1	地域住民が主体となって取り組む魅力ある観光まちづくりの推進						
担当部局		文化観光国際部 観光振興課						
数値目標	指標名	延べ宿泊者数					総合戦略	○
	目標値	基準値 (基準年)	R3	R4	R5	R6	R7	最終目標 (目標年)
		836万人 (H30年)	842 万人	872 万人	878 万人	885 万人	891 万人	891万人 (R7年)
	指標設定の理由	地域住民が主体となって取り組む魅力ある観光まちづくりの推進や「食」に関するサービス提供の充実と情報発信の推進及び観光情報の効果的な発信、高付加価値化に取り組む観光事業者への支援に取り組むことで、リピーター客の確保等による誘客拡大を目指すため、観光客の延べ宿泊者数の増を目標とすることが適当であると判断したため。						
目標値の設定根拠	国内・国外の延べ宿泊者数それぞれで目標を設定。国内は、人口減少に伴って市場規模の縮小が見込まれているが、熊本地震前のH27年並の水準を確保することを目標とし、国外は、一部の特殊事情を除き、国の観光ビジョンの目標値の伸び率を参考に目標を設定し、最終目標値を国内・国外合計で886万人に設定。 ※国内:743万人→766万人、国外:93万人→125万人							
指標データの参照元	統計名など	長崎県観光統計			データ把握時期	翌年7月上旬		

3つの柱	2	力強い産業を育て、魅力あるしごとを生み出す						
基本戦略	2	交流人口を拡大し、海外の活力を取り込む						
施策	1	地域に新たな価値を付加する魅力ある観光まちづくりの推進						
事業群	1	地域住民が主体となって取り組む魅力ある観光まちづくりの推進						
担当部局		文化観光国際部 観光振興課						
数値目標	指標名	観光消費額（総額）					総合戦略	○
	目標値	基準値 (基準年)	R3	R4	R5	R6	R7	最終目標 (目標年)
		3,778億円 (H30年)	3,944 億円	3,992 億円	4,040 億円	4,089 億円	4,137 億円	4,137億円 (R7年)
	指標設定の理由	<p>地域住民が主体となって取り組む魅力ある観光まちづくりの推進や「食」に関するサービス提供の充実と情報発信の推進及び観光情報の効果的な発信、高付加価値化に取り組む観光事業者への支援に取り組むことで、観光産業が真の基幹産業となるよう、観光産業の高度化・活性化を図るため、観光消費額の増を目標とすることが適当であると判断したため。</p>						
	目標値の設定根拠	<p>国の観光ビジョンでは、日本人国内旅行消費額を15年で約10%増、訪日外国人旅行消費額を15年で約4倍増を目標としており、その率を参考に目標を設定し、最終目標を4,137億円に設定</p>						
指標データの参照元	統計名など	長崎県観光統計			データ把握時期	翌年7月上旬		

3つの柱	2	力強い産業を育て、魅力あるしごとを生み出す							
基本戦略	2	交流人口を拡大し、海外の活力を取り込む							
施策	1	地域に新たな価値を付加する魅力ある観光まちづくりの推進							
事業群	2	「食」のサービス提供の充実と発信、観光情報の訴求力向上							
担当部局		文化観光国際部 観光振興課							
数値目標	指標名	観光客（宿泊）のリピーター率						総合戦略	○
	目標値	基準値 (基準年)	R3	R4	R5	R6	R7	最終目標 (目標年)	
		58.6% (H30年度)	61.9%	63.0%	64.0%	65.0%	66.0%	66.0% (R7年度)	
	指標設定の理由	地域住民が主体となって取り組む魅力ある観光まちづくりの推進や「食」のサービス提供の充実と情報発信の推進及び観光情報の効果的な発信、高付加価値化に取り組む観光事業者への支援に取り組むことで、観光客の満足度を高め、再び訪れたいと思われる魅力ある観光地を創出し、リピーター客の割合を増やすことを目指すため、観光客のリピーター率の増を目標とすることが適当であると判断したため。							
	目標値の設定根拠	基準年(H30)の実績は、九州7県中5番目で平均も下回っているため、基準年における九州平均値(66.0%)まで増やすことを目標とし、最終目標をリピーター率66.0%に設定。							
指標データの参照元	統計名など	民間調査	データ把握時期	翌年8月					

3つの柱	2	力強い産業を育て、魅力あるしごとを生み出す						
基本戦略	2	交流人口を拡大し、海外の活力を取り込む						
施策	1	地域に新たな価値を付加する魅力ある観光まちづくりの推進						
事業群	2	「食」のサービス提供の充実と発信、観光情報の訴求力向上						
担当部局		文化観光国際部 観光振興課						
数値目標	指標名	延べ宿泊者数					総合戦略	○
	目標値	基準値 (基準年)	R3	R4	R5	R6	R7	最終目標 (目標年)
		836万人 (H30年)	842万人	872万人	878万人	885万人	891万人	891万人 (R7年)
	指標設定の理由	<p>地域住民が主体となって取り組む魅力ある観光まちづくりの推進や「食」に関するサービス提供の充実と情報発信の推進及び観光情報の効果的な発信、高付加価値化に取り組む観光事業者への支援に取り組むことで、リピーター客の確保等による誘客拡大を目指すため、観光客の延べ宿泊者数の増を目標とすることが適当であると判断したため。</p>						
	目標値の設定根拠	<p>国内・国外の延べ宿泊者数それぞれで目標を設定。国内は、人口減少に伴って市場規模の縮小が見込まれているが、熊本地震前のH27年並の水準を確保することを目標とし、国外は、一部の特殊事情を除き、国の観光ビジョンの目標値の伸び率を参考に目標を設定し、最終目標値を国内・国外合計で886万人に設定。 ※国内:743万人→766万人、国外:93万人→125万人</p>						
指標データの参照元	統計名など	長崎県観光統計			データ把握時期	翌年7月上旬		

事業群

3つの柱	2	力強い産業を育て、魅力あるしごとを生み出す						
基本戦略	2	交流人口を拡大し、海外の活力を取り込む						
施策	1	地域に新たな価値を付加する魅力ある観光まちづくりの推進						
事業群	2	「食」のサービス提供の充実と発信、観光情報の訴求力向上						
担当部局		文化観光国際部 観光振興課						
数値目標	指標名	観光消費額（総額）					総合戦略	○
	目標値	基準値 (基準年)	R3	R4	R5	R6	R7	最終目標 (目標年)
		3,778億円 (H30年)	3,944 億円	3,992 億円	4,040 億円	4,089 億円	4,137 億円	4,137億円 (R7年)
	指標設定の理由	<p>地域住民が主体となって取り組む魅力ある観光まちづくりの推進や「食」に関するサービス提供の充実と情報発信の推進及び観光情報の効果的な発信、高付加価値化に取り組む観光事業者への支援に取り組むことで、観光産業が真の基幹産業となるよう、観光産業の高度化・活性化を図るため、観光消費額の増を目標とすることが適当であると判断したため。</p>						
	目標値の設定根拠	<p>国の観光ビジョンでは、日本人国内旅行消費額を15年で約10%増、訪日外国人旅行消費額を15年で約4倍増を目標としており、その率を参考に目標を設定し、最終目標を4,137億円に設定</p>						
指標データの参照元	統計名など	長崎県観光統計			データ把握時期	翌年7月上旬		

3つの柱	2	力強い産業を育て、魅力あるしごとを生み出す							
基本戦略	2	交流人口を拡大し、海外の活力を取り込む							
施策	1	地域に新たな価値を付加する魅力ある観光まちづくりの推進							
事業群	3	高付加価値化に取り組む観光事業者への支援							
担当部局		文化観光国際部 観光振興課							
数値目標	指標名	観光客（宿泊）のリピーター率						総合戦略	○
	目標値	基準値 (基準年)	R3	R4	R5	R6	R7	最終目標 (目標年)	
		58.6% (H30年度)	61.9%	63.0%	64.0%	65.0%	66.0%	66.0% (R7年度)	
	指標設定の理由	地域住民が主体となって取り組む魅力ある観光まちづくりの推進や「食」のサービス提供の充実と情報発信の推進及び観光情報の効果的な発信、高付加価値化に取り組む観光事業者への支援に取り組むことで、観光客の満足度を高め、再び訪れたいと思われる魅力ある観光地を創出し、リピーター客の割合を増やすことを目指すため、観光客のリピーター率の増を目標とすることが適当であると判断したため。							
	目標値の設定根拠	基準年(H30)の実績は、九州7県中5番目で平均も下回っているため、基準年における九州平均値(66.0%)まで増やすことを目標とし、最終目標をリピーター率66.0%に設定。							
指標データの参照元	統計名など	民間調査	データ把握時期	翌年8月					

3つの柱	2	力強い産業を育て、魅力あるしごとを生み出す						
基本戦略	2	交流人口を拡大し、海外の活力を取り込む						
施策	1	地域に新たな価値を付加する魅力ある観光まちづくりの推進						
事業群	3	高付加価値化に取り組む観光事業者への支援						
担当部局		文化観光国際部 観光振興課						
数値目標	指標名	延べ宿泊者数					総合戦略	○
	目標値	基準値 (基準年)	R3	R4	R5	R6	R7	最終目標 (目標年)
		836万人 (H30年)	842万人	872万人	878万人	885万人	891万人	891万人 (R7年)
	指標設定の理由	<p>地域住民が主体となって取り組む魅力ある観光まちづくりの推進や「食」に関するサービス提供の充実と情報発信の推進及び観光情報の効果的な発信、高付加価値化に取り組む観光事業者への支援に取り組むことで、リピーター客の確保等による誘客拡大を目指すため、観光客の延べ宿泊者数の増を目標とすることが適当であると判断したため。</p>						
	目標値の設定根拠	<p>国内・国外の延べ宿泊者数それぞれで目標を設定。国内は、人口減少に伴って市場規模の縮小が見込まれているが、熊本地震前のH27年並の水準を確保することを目標とし、国外は、一部の特殊事情を除き、国の観光ビジョンの目標値の伸び率を参考に目標を設定し、最終目標値を国内・国外合計で886万人に設定。 ※国内:743万人→766万人、国外:93万人→125万人</p>						
指標データの参照元	統計名など	長崎県観光統計			データ把握時期	翌年7月上旬		

事業群

3つの柱	2	力強い産業を育て、魅力あるしごとを生み出す						
基本戦略	2	交流人口を拡大し、海外の活力を取り込む						
施策	1	地域に新たな価値を付加する魅力ある観光まちづくりの推進						
事業群	3	高付加価値化に取り組む観光事業者への支援						
担当部局		文化観光国際部 観光振興課						
数値目標	指標名	観光消費額（総額）					総合戦略	○
	目標値	基準値 (基準年)	R3	R4	R5	R6	R7	最終目標 (目標年)
		3,778億円 (H30年)	3,944 億円	3,992 億円	4,040 億円	4,089 億円	4,137 億円	4,137億円 (R7年)
	指標設定の理由	<p>地域住民が主体となって取り組む魅力ある観光まちづくりの推進や「食」に関するサービス提供の充実と情報発信の推進及び観光情報の効果的な発信、高付加価値化に取り組む観光事業者への支援に取り組むことで、観光産業が真の基幹産業となるよう、観光産業の高度化・活性化を図るため、観光消費額の増を目標とすることが適当であると判断したため。</p>						
	目標値の設定根拠	<p>国の観光ビジョンでは、日本人国内旅行消費額を15年で約10%増、訪日外国人旅行消費額を15年で約4倍増を目標としており、その率を参考に目標を設定し、最終目標を4,137億円に設定</p>						
指標データの参照元	統計名など	長崎県観光統計			データ把握時期	翌年7月上旬		

3つの柱	2	力強い産業を育て、魅力あるしごとを生み出す							
基本戦略	2	交流人口を拡大し、海外の活力を取り込む							
施策	2	県産品のブランド化と販路拡大							
担当部局		文化観光国際部 物産ブランド推進課							
将来像		県産品のブランド化や輸出拡大、新たな販路開拓が進み、生産者の所得が向上している。							
数値目標	指標名	県産品（水産物、農産物・木材、加工食品、陶磁器等）の輸出額						総合戦略	○
	目標値	基準値 (基準年)	R3	R4	R5	R6	R7	最終目標 (目標年)	
			3,832百万円 (H30年度)	5,499 百万円	5,837 百万円	6,375 百万円	6,713 百万円	7,053 百万円	7,053百万円 (R7年度)
		水産物	2,700百万円	4,000 百万円	4,200 百万円	4,600 百万円	4,800 百万円	5,000 百万円	5,000百万円
		農産物・木材	771百万円	955 百万円	1,032 百万円	1,109 百万円	1,186 百万円	1,265 百万円	1,265百万円
	加工食品、陶磁器等	361百万円	544 百万円	605 百万円	666 百万円	727 百万円	788 百万円	788百万円	
指標設定の理由	県内各事業者の本県産品(水産物、農産物・木材、加工食品・陶磁器等)の輸出額の増加をもって、生産者の所得が向上しているものと考えられるため、指標としては本県産品の輸出額の設定が適当である。								
目標値の設定根拠	<p>【水産物】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●東アジア、東南アジアへの輸出 <ul style="list-style-type: none"> ・市場開拓等の取組により、活・鮮魚、加工品等の取引拡大を図ることによる輸出増加:約4.5億円 ・既存市場における新たな輸出ルート確保等による輸出増加:約12億円 ・養殖クロマグロの大型化等の品質向上の取組や販路拡大等による輸出増加:約3.5億円 ●米国等への輸出 <ul style="list-style-type: none"> ・養殖ブリの漁場再編等による生産規模拡大、大型化等の品質向上の取組による輸出増加:約2.7億円 ・輸出に取り組むマアジ養殖業者の増加による安定供給体制の構築、取引拡大等の取組による輸出増加:約0.3億円 <p>【農産物】</p> <p>2040年の農畜産物輸出額を1,300百万円と設定。現在R2の農林部での目標を500百万円とし、2040(R22)年の目標達成のためには年40百万円の増加となることから、目標年であるR7は700百万円に設定する。</p> <p>【木材】</p> <p>中国向け丸太R7:408百万円(H30の2.7倍)、韓国向け丸太H7:108百万円(H30の1.1倍)、韓国向け製材品R7:35百万円(H30の1.1倍)、新規開拓国向け丸太R7:14百万円 合計565百万円</p> <p>R7目標:700百万円(農産物)+565百万円(木材)=1,265百万円</p> <p>【加工食品・陶磁器等】</p> <p>基準値は直近であるH30の県産品輸出額の実績値とし、R元以降は、H30の基準値をベースに、H25～H30の6か年の年平均増加額61,095千円(≒61,000千円)をそれぞれ増加した数値を目標値として設定する。</p>								
指標データの参照元	統計名など	加工食品・陶磁器等の輸出額(県関与分) 農産物輸出:長崎農産物輸出協議会調べ 木材輸出:素材生産量調査(県独自調査) 長崎県水産物海外普及協議会 長崎県水産物輸出連絡会			データ把握時期	加工食品・陶磁器等の輸出額(県関与分) :毎年5月 農産物:毎年5月中旬 木材:毎年7月 水産:毎年5月頃			

3つの柱	2	力強い産業を育て、魅力あるしごとを生み出す						
基本戦略	2	交流人口を拡大し、海外の活力を取り込む						
施策	2	県産品のブランド化と販路拡大						
事業群	1	県産品のブランド化の推進						
担当部局		文化観光国際部 物産ブランド推進課						
数値目標	指標名	情報発信拠点「日本橋 長崎館」の来館者数					総合戦略	○
	目標値	基準値 (基準年)	R3	R4	R5	R6	R7	最終目標 (目標年)
		56.5万人 (H30年度)	62.4 万人	63.6 万人	64.8 万人	66.0 万人	67.2 万人	67.2万人 (R7年度)
	指標設定の理由	<p>県産品のブランド化を促進するため、百貨店、高級スーパー・ホテル等における「長崎フェア」を実施すると共に、アンテナショップ「日本橋 長崎館」で観光、物産、歴史・文化など、本県の魅力を総合的に発信しているが、情報発信のためにまずは「日本橋 長崎館」を訪れていただき、本県の情報に触れていただくことが重要であると考えており、来館者数を目標とする。</p>						
	目標値の設定根拠	<p>平成30年度は店舗をリニューアルするとともに、取扱品目数の増加、運営事業者や市町との連携による観光・物産のPRイベント等により、56.5万人が来館した。 令和2年度の来館者は、令和元年度来館者見込数に日本橋地区設置6県アンテナショップの令和元年度上半期来館者平均伸率2%を乗じて算定。令和3年度以降は、令和2年度の増加人数の1.2万人を加算して算定。</p> <p>【令和2年度目標値】 令和元年度見込人数60.0万人×102%=61.2万人 【令和3年度以降目標値】 前年度目標人数+1.2万人（令和2年度増加人数）</p> <p>※日本橋地区設置6県アンテナショップの令和元年度上半期伸率：平均+2% 日本橋ふくしま館：+3%、日本橋とやま館：+8%、ここ滋賀：▲7%、奈良まほろば館：+5%、にほんばし島根館：▲2%、三重テラス：+5%</p>						
指標データの参照元	統計名など	日本橋長崎館運営事業者によるカウント			データ把握時期	毎年4月		

3つの柱	2	力強い産業を育て、魅力あるしごとを生み出す							
基本戦略	2	交流人口を拡大し、海外の活力を取り込む							
施策	2	県産品のブランド化と販路拡大							
事業群	2	海外需要を取り込むための県産品の輸出拡大							
担当部局		文化観光国際部 物産ブランド推進課							
数値目標	指標名	県産品（水産物、農産物・木材、加工食品、陶磁器等）の輸出額						総合戦略	○
	目標値	基準値 (基準年)	R3	R4	R5	R6	R7	最終目標 (目標年)	
		水産物	3,832百万円 (H30年度)	5,499 百万円	5,837 百万円	6,375 百万円	6,713 百万円	7,053 百万円	7,053百万円 (R7年度)
		農産物・木材	2,700百万円	4,000 百万円	4,200 百万円	4,600 百万円	4,800 百万円	5,000 百万円	5,000百万円
		加工食品、陶磁器等	771百万円	955 百万円	1,032 百万円	1,109 百万円	1,186 百万円	1,265 百万円	1,265百万円
		加工食品、陶磁器等	361百万円	544 百万円	605 百万円	666 百万円	727 百万円	788 百万円	788百万円
	指標設定の理由	国内需要が減少する中で、増大する海外需要に対応し、事業者の取引拡大や産地の維持拡大を図るためには、海外における販路を開拓し、輸出促進を図ることが重要な課題である。その取組の成果を示す指標として、県産品(水産物、農産物・木材、加工食品・陶磁器等)の輸出額が適当である。							
	目標値の設定根拠	<p>【水産物】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●東アジア、東南アジアへの輸出 <ul style="list-style-type: none"> ・市場開拓等の取組により、活・鮮魚、加工品等の取引拡大を図ることによる輸出増加:約4.5億円 ・既存市場における新たな輸出ルートの確保等による輸出増加:約12億円 ・養殖クロマグロの大型化等の品質向上の取組や販路拡大等による輸出増加:約3.5億円 ●米国等への輸出 <ul style="list-style-type: none"> ・養殖ブリの漁場再編等による生産規模拡大、大型化等の品質向上の取組による輸出増加:約2.7億円 ・輸出に取り組むマアジ養殖業者の増加による安定供給体制の構築、取引拡大等の取組による輸出増加:約0.3億円 <p>【農産物】</p> <p>2040年の農畜産物輸出額を1,300百万円と設定。現在R2の農林部での目標を500百万円とし、2040(R22)年の目標達成のためには年40百万円の増加となることから、目標年であるR7は700百万円に設定する。</p> <p>【木材】</p> <p>中国向け丸太R7:408百万円(H30の2.7倍)、韓国向け丸太H7:108百万円(H30の1.1倍)、韓国向け製材品R7:35百万円(H30の1.1倍)、新規開拓国向け丸太R7:14百万円 合計565百万円</p> <p>R7目標:700百万円(農産物)+565百万円(木材)=1,265百万円</p> <p>【加工食品・陶磁器等】</p> <p>基準値は直近であるH30の県産品輸出額の実績値とし、R元以降は、H30の基準値をベースに、H25～H30の6か年の年平均増加額61,095千円(≒61,000千円)をそれぞれ増加した数値を目標値として設定する。</p>							
指標データの参照元	統計名など	加工食品・陶磁器等の輸出額(県関与分) 農産物輸出:長崎農産物輸出協議会調べ 木材輸出:素材生産量調査(県独自調査) 長崎県水産物海外普及協議会 長崎県水産物輸出連絡会			データ把握時期	加工食品・陶磁器等の輸出額(県関与分) :毎年5月 農産物:毎年5月中旬 木材:毎年7月 水産:毎年5月頃			

3つの柱	2	力強い産業を育て、魅力あるしごとを生み出す						
基本戦略	2	交流人口を拡大し、海外の活力を取り込む						
施策	3	アジアをはじめとした海外活力の取り込み						
担当部局		文化観光国際部 国際観光振興室						
将来像		アジアをはじめとする海外の活力が取り込まれ、県内の経済活動が活発化している。						
数値目標	指標名	外国人延べ宿泊者数					総合戦略	○
	目標値	基準値 (基準年)	R3	R4	R5	R6	R7	最終目標 (目標年)
		93万人 (H30年)	99万人	106万人	112万人	119万人	125万人	125万人 (R7年)
	指標設定の理由	<p>インバウンド観光の拡大は、本県経済の活性化のために各種施策を展開するものであり、その効果を高めるためには、外国人観光客の県内での滞在時間を長くすることが重要である。</p> <p>そこで、滞在時間を計測するのに適当であり、かつ数値の精度も高い長崎県観光統計の外国人延べ宿泊者数を指標に設定する。</p>						
	目標値の設定根拠	<p>平成30年の数値を基準値に、国が定めた「明日の日本を支える観光ビジョン」(H27～R12)に掲げられている目標値(訪日外国人旅行者数)を基に、H30～R7の伸び率を算出し、同一の伸び率に設定した。ただし対馬の韓国人観光客については、R1年の急減を考慮して算出。</p> <p>※国の目標(R2に200%(対H27比)、R12に300%(対H27比))に基づくH30→R7の伸び率 156.3%</p>						
指標データの参照元	統計名など	長崎県 観光統計			データ把握時期	毎年7月頃		

3つの柱	2	力強い産業を育て、魅力あるしごとを生み出す						
基本戦略	2	交流人口を拡大し、海外の活力を取り込む						
施策	3	アジアをはじめとした海外活力の取り込み						
事業群	1	海外における本県の認知度及びプレゼンスの向上						
担当部局		文化観光国際部 国際課						
数値目標	指標名	アジア諸国における長崎県の認知度					総合戦略	○
	目標値	基準値 (基準年)	R3	R4	R5	R6	R7	最終目標 (目標年)
		60% (R1年度)	62%	63%	64%	65%	66%	66% (R7年度)
	指標設定の理由	<p>アジア・国際戦略の目的である、海外活力の取り込み(観光客誘致や県産品の輸出拡大など)を推進するためには、先ずもって、それぞれのターゲット国・地域において、本県を知っていただくことが肝要となる。</p> <p>そこで、中国、韓国、東南アジアといった、アジア諸国における本県の認知度を数値目標として設定し、関係国・地域における情報発信の取組成果を測定の上、施策内容のブラッシュアップにつなげていく。</p>						
	目標値の設定根拠	<p>基準値については、令和元年の中国、韓国及びベトナムでのイベントにて実施したアンケート調査の結果をもとに設定。基準年となる令和元年の認知度の実績は平均で60%であり、平成28年度の57%から年度ごとに1%上昇している。</p> <p>今回設定の指標については、これまでの伸び率を勘案し、基準値から毎年、1%上昇する目標値としている。</p>						
指標データの参照元	統計名など	アンケート調査			データ把握時期	毎年3月上旬		

3つの柱	2	力強い産業を育て、魅力あるしごとを生み出す						
基本戦略	2	交流人口を拡大し、海外の活力を取り込む						
施策	3	アジアをはじめとした海外活力の取り込み						
事業群	2	環境変化や市場動向を踏まえたインバウンド観光の推進						
担当部局		文化観光国際部 国際観光振興室						
数値目標	指標名	国際定期航空路線の利用者数					総合戦略	-
	目標値	基準値 (基準年)	R3	R4	R5	R6	R7	最終目標 (目標年)
		51千人 (R1年度)	30千人	80千人	100千人	150千人	200千人	200千人 (R7年度)
	指標設定の理由	長崎空港の国際定期路線の維持・拡大及び新たな路線誘致の推進については、長崎空港国際線の利便性向上とともに、県内へのインバウンド需要の取り込みに直接つながる取組であり、施策目標の「外国人延べ宿泊者数」に寄与するなど県内経済への波及効果が期待される。						
	目標値の設定根拠	<p>現在運休している既存の定期路線(上海線、香港線)については、早期の運航再開を図り、再開後の利用促進に取り組むことで、その後増便等により路線拡充を見込んでいる。</p> <p>また、R1年6月から10月まで連続チャーターが実現した台湾線の新規就航や、運休しているソウル線の運航再開に取り組んでいくこととし、国際チャーター便の実績を重ねることにより、訪日市場が拡大している東南アジア又は重点市場である中国(内陸部、東北部等)からの新規就航を目指す。</p> <p>なお、新型コロナウイルスの影響により、現状、観光目的の入国が認められておらず、地方空港への国際線再開の見通しもたっていないこと、またIATA(国際航空運送協会)において航空需要がR1年水準に回復するのはR6年と予測されているなど、需要回復には一定の期間を要することを踏まえ目標設定している。</p>						
指標データの参照元	統計名など	長崎空港利用者数実績			データ把握時期	毎年4月末		

3つの柱	2	力強い産業を育て、魅力あるしごとを生み出す						
基本戦略	2	交流人口を拡大し、海外の活力を取り込む						
施策	3	アジアをはじめとした海外活力の取り込み						
事業群	2	環境変化や市場動向を踏まえたインバウンド観光の推進						
担当部局		文化観光国際部 国際観光振興室						
数値目標	指標名	国内外のクルーズ客船入港数					総合戦略	-
	目標値	基準値 (基準年)	R3	R4	R5	R6	R7	最終目標 (目標年)
		272隻 (R1年)	40隻	190隻	272隻	357隻	440隻	440隻 (R7年)
	指標設定の理由	<p>新型コロナウイルスの感染拡大の影響により入港数の見通しが立たない状況であるが、中長期的には東アジアでクルーズ需要は拡大すると見込んでおり、状況を見極めながら国内外のクルーズ客船を誘致し、県内各地への周遊観光の促進を図ることで、地域経済の活性化に寄与する。</p>						
	目標値の設定根拠	<p>令和2年は、浦頭埠頭(佐世保港)の供用開始の効果もあり、当初の予約数が過去最高であったが、新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、多数の入港キャンセルが発生している。 このような状況の中、国において、国内クルーズを対象とした船舶及び港湾ガイドラインが示されたことから、今年11月以降、段階的に国内クルーズの運航が再開されることとなった。当面、邦船の誘致に取り組むことで県内への寄港増を目指すこととするが、国内のクルーズ船は3隻であり、大幅な寄港回数の増加にはつながらないことから、早急な入港数の回復は見込めない。令和3年については、国際クルーズの年後半の入港再開を想定し、令和5年までに、コロナ禍以前の入港数まで回復することを目指す。最終年(令和7年)は令和2年の予約数と同程度の約440隻に設定。5年後までに過去最高の入港数を目指す。</p>						
指標データの参照元	統計名など	国際観光振興室調べ		データ把握時期	毎年6月			