



大交流維新

維新プロジェクト

- ⑥ 交流拡大による活力創出プロジェクト
- ⑦ 新たな観光県やまぐち創造プロジェクト
- ⑧ 国内外での市場拡大プロジェクト
- ⑨ 新たな人の流れ創出・拡大プロジェクト

大交流維新

⑥ 交流拡大による活力創出プロジェクト

イベントの開催や交流拠点の整備等を通じて交流を拡大し、県民の活力を創出・発信することにより、山口ならではの豊かさの創出につなげます。また、人やモノの流れの拡大を支えるため、空港、新幹線停車駅等を起点とする交通ネットワークの機能強化や、高速道路・国道・県道等の道路網の整備・充実を推進するとともに、海外自治体との交流やグローバル化（世界的な結びつきの深まり）に対応した多文化共生[※]による地域づくりを進めます。

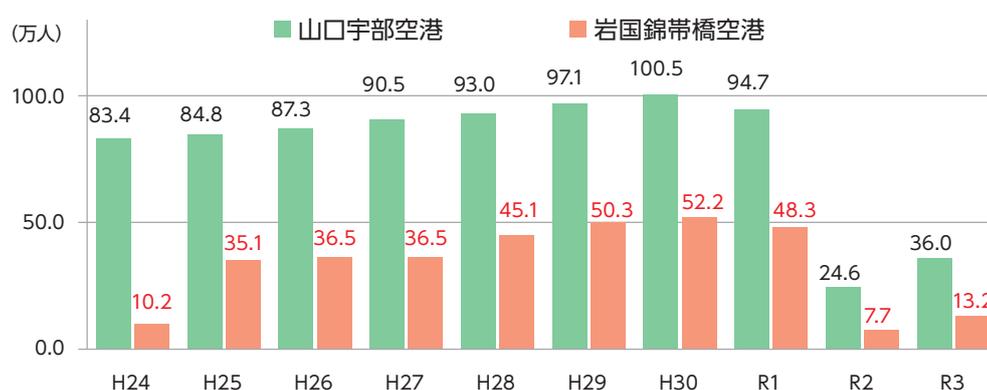
※多文化共生：国籍や民族などの異なる人々が、互いの文化的違いを認め合い、対等な関係を築こうとしながら、地域社会の構成員として共に生きていくこと。

1 これまでの主な取組と成果

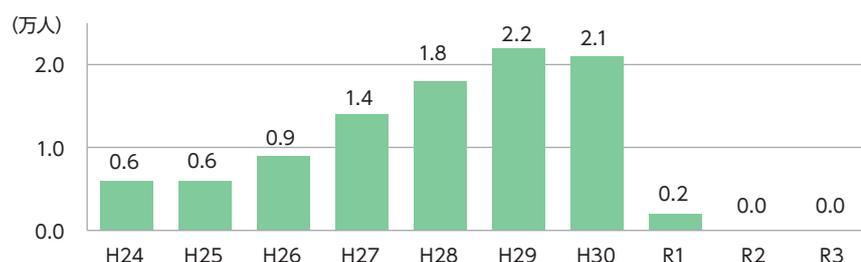
【県内2空港の利用促進】

- 関係機関等と連携した各種利用促進策により、2018（平成30）年度には、県内2空港の国内定期便の利用者数はともに過去最高となり、山口宇部空港は100.5万人、岩国錦帯橋空港は52.2万人を達成
- 国際便について、2018（平成30）年度には、定期便・チャーター便（不定期の貸切便）を合わせた利用者数が2.1万人となり、過去最高を達成した2017（平成29）年度に次ぐ実績を計上

県内2空港の国内定期便利用者数の推移



山口宇部空港の国際便（チャーター便を含む）の年間利用者数の推移



資料：県観光スポーツ文化部

【JR西日本(西日本旅客鉄道株式会社)との連携】

- JR西日本との地域振興に関する連携協定に基づく市町と一体となった要望の実施により、2020(令和2)年3月に「みずほ」の新山口駅への停車(上下1本)や、2022(令和4)年に「のぞみ」の新山口駅早朝便(上り)の設定が実現
- 新幹線駅のバリアフリー化(障壁の除去)について、県内の新幹線全駅での内方線付点状ブロックの整備が完了

【交通拠点と観光地とのネットワーク強化】

- JR新山口駅北地区の「山口市産業交流拠点施設」を核とした交流人口の拡大に向け、新山口駅から山口、萩、長門、宇部、美祢の各エリアを対象に、関係者連携の下、やまぐち MaaS[※]用 Webアプリ[※]「ぶらやま」を活用した新たなモビリティサービス[※]の実証事業を実施
- 路線バスについて、交通系ICカード[※]の導入に際する事業者の負担軽減を図るため、交通系ICカード整備費を助成。2022(令和4)年3月時点、県内4事業者が導入済



MaaS

- 在来線について、JR西日本に対してICカード「ICOCA[※]」の利用区間の拡大を要望し、2022(令和4)年3月に山陽線藤生駅から徳山駅までの14駅にICOCAエリアが拡大。さらに、2023(令和5)年春に、山陽線新南陽駅から下関駅までの20駅及び山口線山口駅・湯田温泉駅への拡大が決定

- 山陰道 長門・俵山道路の開通(2019(令和元)年9月)により、交通アクセス(接続)が向上

※MaaS: Mobility as a Service (サービスとしての移動)の略。交通をその種別などに関わらず移動のための一連の手段として位置づけ、それらをICTの活用により一つの統合されたサービスとして捉える概念。

※Webアプリ: インターネットを利用してブラウザ(パソコンやスマートフォンで閲覧するためのソフトウェア)上で動作する、アプリケーションソフト(ある特定の機能や目的のために開発・使用されるソフトウェア)のこと。

※新たなモビリティサービス: 個々の利用者の移動ニーズに対して、情報通信技術などの先端技術を活用して利用者の利便を増進するサービスのこと。

※交通系ICカード: 交通業者が発行しているICカードを指し、主に鉄道やバス等の公共交通機関で利用可能なICカード(集積回路が入ったカード)のこと。代表的なものとして「Suica」「ICOCA」「PASMO」等がある。

※ICOCA: JR西日本(西日本旅客鉄道株式会社)が発行している交通系ICカードのこと。

【海外自治体との交流・外国人支援体制の整備】

- 中国・山東省、韓国・慶尚南道、スペイン・ナバラ州などとの姉妹提携等に基づく地域間交流をはじめ、韓国との広域交流や在外山口県人会との連携、ホストタウン[※]相手国との人的、文化的な相互交流、国際協力などを推進
- 多文化共生[※]についての意識啓発や理解促進を図るため、市町などの関係機関を対象とした研修会や、県民を対象とした講座等を開催



国際交流員による自国(スペイン)紹介

- 多言語による生活相談を行う一元的な窓口として、「やまぐち外国人総合相談センター」を県国際交流協会に設置し、外国人住民やその関係者が必要とする情報を迅速かつ的確に提供できる体制を整備するとともに、多言語化した情報をSNS[※]等により積極的に配信
- 外国人住民が、生活に必要となる基礎的な日本語を学習するための環境整備に向け、各市町や地域の日本語教室等と連携し、地域日本語教育に係るモデル教室や人材を育成するための講座を開催
- 災害時の外国人支援に向けた体制整備のため、「山口県災害時多言語支援センター設置マニュアル」を作成し、市町等との連携体制を確認するとともに、災害時にボランティアとして外国人に向けた支援を行う「災害時外国人サポーター」制度を創設し、その養成に向けた講座を開催

※ホストタウン：2020年東京オリンピック・パラリンピック大会において、全国の自治体と大会参加国・地域が人的・経済的・文化的な相互交流を目的に行った取組のこと。

※多文化共生：国籍や民族などの異なる人々が、互いの文化的違いを認め合い、対等な関係を築こうとしながら、地域社会の構成員として共に生きていくこと。

※SNS：ソーシャルネットワーキングサービス（Social Networking Service）の略で、登録された利用者同士がインターネット上で交流できる会員制サービスのこと。

2 現状と課題

【コロナ禍で低調となっている交流の拡大】

- コロナ禍で、スポーツをはじめ、文化・芸術、県民活動など様々な分野におけるリアルでの交流が低調となっており、その再活性化が必要
- 県民が、コロナ禍で難しくなっていた自らの活動を創出・発信するなど、交流を通じて、山口県で暮らすことの価値や豊かさを実感できる環境の整備が必要

【コロナ禍により減少した県内2空港の利用回復】

- コロナ禍による減便・運休のため、県内2空港の利用者が激減していることから、利用回復を図るため、ビジネス需要に加えた観光需要の増大による利用者の増加が必要
- とりわけ、国際便については、定期便・チャーター便（不定期の貸切便）ともに運休が続いていることから、運航再開に向けた受入環境の整備や新規路線の誘致等が必要

【魅力ある観光スポットへのアクセス（接続）性向上】

- 新幹線停車本数の増加や在来線との乗継改善等の要望を行ってきたが、コロナ禍の影響により利用者数が大幅に減少しており、停車本数を増加するためには、利用促進に向けた取組を一層推進していくことが必要
- 鉄道やバスへの交通系ICカード[※]の早期導入、AI（人工知能）やICT（情報通信技術）等を活用した新たなモビリティサービス[※]の導入促進、公共交通情報のデジタル化の推進、運行本数の確保や乗換の円滑化など、二次交通[※]のさらなる利便性向上に向けた取組を継続していくことが必要
- 観光需要の拡大に向け、観光旅行者の利便性、快適性、回遊性等を向上させるための観光ルートの形成や「道の駅」のさらなる機能の強化、観光地への交通アクセスの強化が必要

※交通系ICカード：交通業者が発行しているICカードを指し、主に鉄道やバス等の公共交通機関で利用可能なICカード（集積回路が入ったカード）のこと。代表的なものとして「Suica」「ICOCA」「PASMO」等がある。

※新たなモビリティサービス：個々の利用者の移動ニーズに対して、情報通信技術などの先端技術を活用して利用者の利便を増進するサービスのこと。

※二次交通：空港や鉄道の主要駅から観光目的地までの交通のこと。

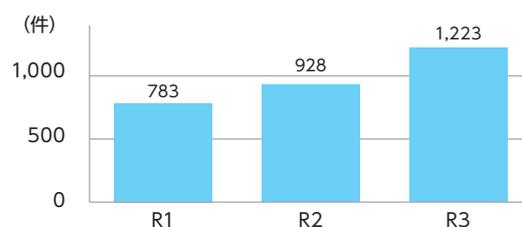
【姉妹都市提携などの基盤の活用・外国人材との連携強化】

- 友好・姉妹提携先である中国・山東省、韓国・慶尚南道、スペイン・ナバラ州などと築いてきた強固な信頼関係と、これまでの交流を通じて得られた人的つながりや相互理解の深まりを活かし、交流人口の拡大や地域の活性化を促進するためには、オンライン*など新たな手法も活用しながら、国際交流の活発化を図ることが必要
- 日韓海峡沿岸8県市道交流知事会議に参加し、コロナ禍においても途絶えることなくトップによる意見交換を行うとともに、環境・観光など幅広い分野において、継続的に共同事業を実施することが必要
- 県内の外国人住民数は、コロナ禍において減少しているものの、コロナ禍以前は、5年間で4,500人以上増加しており、新たな在留資格の創設や多国籍化の進展などにより、今後、さらに増加する見込み

また、「やまぐち外国人総合相談センター」での相談件数は、年々増加（R元:783件、R2：928件、R3：1,223件）しており、今後、外国人が地域で安心・安全に生活できるよう、身近な地域での支援の拡充を進めていくことが必要

※オンライン：インターネット等の回線に接続している状態のこと。

「やまぐち外国人総合相談センター」での相談件数



資料：県観光スポーツ文化部

山口きらら博記念公園を拠点とした交流の拡大により、県民の活力の創出・発信を図ります。また、国内便の利用促進や国際便の運航再開、市町や交通事業者、関係団体等と連携した二次交通[※]の充実、幹線道路網等の整備、国際交流の活発化などの取組を推進します。

※二次交通：空港や鉄道の主要駅から観光目的地までの交通のこと。



重点施策

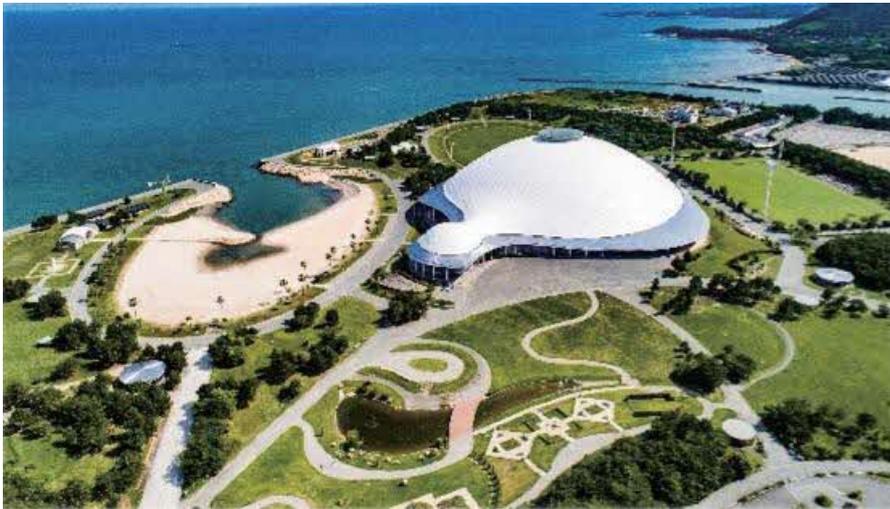
21 山口きらら博記念公園を拠点とした県民の活力の創出・発信

イベント等による交流の拡大

- 山口きらら博記念公園の持つポテンシャルを活かし、すべての県民を主役とする県民活動・スポーツ・文化をはじめとする様々な分野のイベントを、年間を通じて開催
- 山口きらら博記念公園活性化協議会を核とするシンボルイベントの開催
- 全国から集客できる大規模イベントを山口きらら博記念公園に誘致
- 山口きらら博記念公園を拠点として創出・発信される県民の活力を、県内に広く波及させるための取組を推進

交流の拠点となる山口きらら博記念公園の整備

- 山口きらら博記念公園が、幅広い世代の県民が集い、交流し、県民の活力を創出・発信するにふさわしい拠点となるよう、交流拠点施設としての整備を推進



22 交流を活発化する交通ネットワークの機能強化

県内2空港の交流拠点化の推進

- 国内便の早急な利用回復に向け、航空会社や関係団体等と連携した観光需要の増大や、各種媒体を用いた積極的なPR等による利用促進
- 増便や航空ダイヤ（運航図表）の改善、主要駅や観光地などへのアクセス（接続）改善等による空港の利便性向上

■国際便の定期便・チャーター便(不定期の貸切便)の運航再開・定着に向けた取組の推進

新幹線の利便性の向上

- 県内駅への停車本数の増加やダイヤ(運行図表)改善等、利便性の向上に向けた取組を市町や関係団体と一体となって推進

観光地等へのアクセス向上に向けた二次交通[※]の充実

- 鉄道・バスにおける交通系ICカード[※]や、バスロケーションシステム[※]等の導入促進
- AI(人工知能)やICT(情報通信技術)等を活用した新たなモビリティサービス[※]の導入促進、公共交通情報のデジタル化、オープンデータ[※]化などによる利便性の向上
- 絶景の観光地を巡る観光周遊バスなど、交通拠点から観光地を結ぶ、二次交通の充実支援

※二次交通：空港や鉄道の主要駅から観光目的地までの交通のこと。

※交通系ICカード：交通業者が発行しているICカードを指し、主に鉄道やバス等の公共交通機関で利用可能なICカード(集積回路が入ったカード)のこと。代表的なものとして「Suica」「ICOCA」「PASMO」等がある。

※バスロケーションシステム：無線通信やGPS(全地球測位システム)などを利用して、バスの現在位置や運行情報をバスターミナル等に設置したモニターやスマートフォン等に情報提供するシステムのこと。

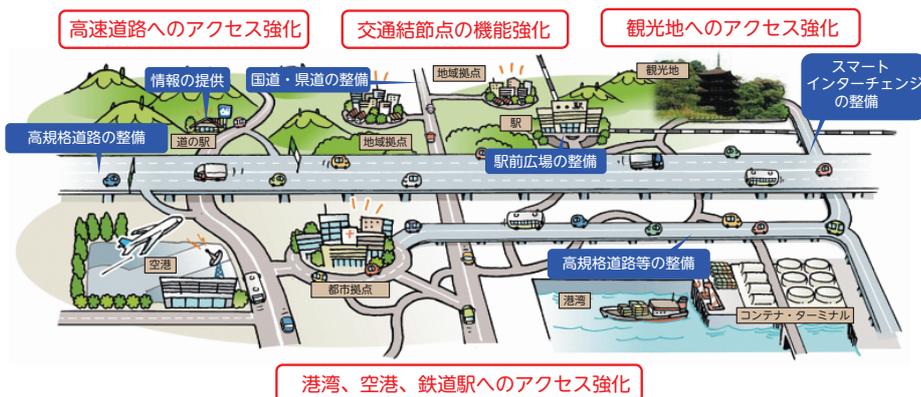
※新たなモビリティサービス：個々の利用者の移動ニーズに対して、情報通信技術などの先端技術を活用して利用者の利便を増進するサービスのこと。

※オープンデータ：国、地方公共団体及び事業者が保有する官民データのうち、国民誰もがインターネット等を通じて容易に利用(加工、編集、再配布等)できるよう、次のいずれの項目にも該当する形で公開されたデータのこと。(①営利目的、非営利目的を問わず二次利用可能なルールが適用されたもの②機械判読に適したもの③無償で利用できるもの)

23 広域的な交通インフラ(産業や生活の基盤)の整備

交流を支える道路網等の整備

- 空港や新幹線駅等の広域交通拠点と観光地、観光地相互の移動時間の短縮、周遊ルートの形成に資する、山陰道をはじめとした幹線道路の整備の推進
- 観光客が快適に移動・観光できるよう、「道の駅」におけるトイレの改修や情報発信環境の整備などの推進
- 観光地周辺における交通の円滑化や歩行空間の整備及び景観に配慮した道路の整備の推進



山陰道 俵山・豊田道路

24 国際交流の推進

友好協定等に基づく海外自治体との交流等の推進

- 中国・山東省、韓国・慶尚南道、スペイン・ナバラ州など、友好協定・姉妹提携先との交流について、周年を契機とした、交流拡大を目指した新たな交流の実施
- ベトナム・ビンズン省をはじめ、東アジア地域との、経済・観光・文化・スポーツ等、多様な分野における一層の交流の推進
- アメリカ・ハワイ州との姉妹提携による、これまでの県人会との交流を土台とした新たな交流の推進
- 日韓8県市道が連携し、外国人観光客誘致をはじめとする共同事業を、継続的・連続的に実施するとともに、コロナ禍による社会変革を踏まえた双方の政策課題やニーズ（需要）に応じた新たな共同事業の実施
- 海外の交流拠点である在外県人会と構築した「山口県人ネットワーク」を活用し、県人会世界大会や現地イベント等において、山口県の魅力を広く世界に発信するとともに、次世代の交流を担う人材の育成に向けた取組や交流分野の拡大を推進
- 移動時間や場所に縛られず容易に参加できるオンライン^{*}を活用した交流を積極的・機動的に活用するなど、これまでの様々な交流の手法との組み合わせによる新たな交流モデルの展開
- 国際協力等を通じた山口県の魅力発信



ハワイ州との姉妹提携調印式

^{*}オンライン：インターネット等の回線に接続している状態のこと。

多文化共生^{*}による地域づくりの推進

- 外国人住民に対し、生活する上で必要な支援を行うことができるよう、デジタル技術を活用した相談体制や情報発信の充実
- 県内在住外国人が生活等に必要な日本語能力を身に付けられるよう、身近な各市町や関係機関等を主体とし、地域の実情に応じた地域日本語教育に係る研修会、講座等の取組を促進
- 県内在住外国人の支援の担い手となる人材の育成や、市町、関係機関等と連携した必要な体制づくりの推進
- 地域に定住・定着した外国人住民が、自らの強みや専門的技術・知識、外国人独自の視点を活かした地域の魅力や活力の創出に寄与できるよう、各市町や関係機関とも連携し、地域社会への外国人住民の積極的な参画を促進

^{*}多文化共生：国籍や民族などの異なる人々が、互いの文化的違いを認め合い、対等な関係を築こうとしながら、地域社会の構成員として共に生きていくこと。

4 成果指標



5 関連する県の計画

- やまぐち未来開拓ロードプラン
- 新たな観光振興計画
- 新たなスポーツ推進計画
- やまぐち文化芸術振興プラン
- やまぐち産業イノベーション戦略

6 県民等に期待する役割

県民	<ul style="list-style-type: none"> ● 山口宇部空港・岩国錦帯橋空港、鉄道、バスを積極的に利用する。 ● 山口きらら博記念公園を積極的に利用する。
市町	<ul style="list-style-type: none"> ● 高速交通ネットワークの重要性を地域住民に広く周知し、県内2空港や鉄道、バスの利用促進に努める。 ● 県との連携を図り、道路等の整備を進める。
企業・団体等	<ul style="list-style-type: none"> ● 山口宇部空港・岩国錦帯橋空港、鉄道、バスの効果的な利活用を図る。 ● 山口きらら博記念公園を積極的に利活用する。

大交流維新

⑦ 新たな観光県やまぐち創造プロジェクト

コロナ禍によるニーズ(需要)の変化を捉えた本県ならではのツーリズム(観光旅行)の創出や、データに基づく観光地経営の実践に向けた支援、デジタル技術を活用した戦略的なプロモーション(誘客促進活動)の展開等を通じて、持続可能で国内外から選ばれる新たな観光県やまぐちを創造します。

1 これまでの取組と成果

【観光力の強化】

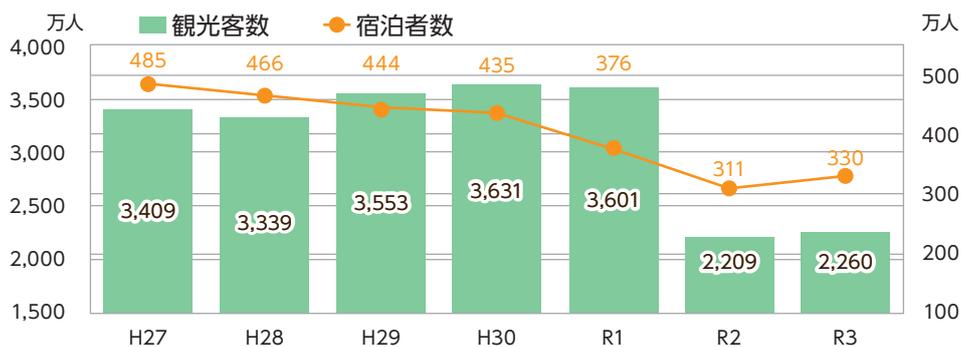
- 各地域の多様な関係者が協働した、観光客の周遊・滞在促進に向けた取組や、各地域の特色ある自然・文化等を活用した、付加価値の高い体験型コンテンツ(内容)の造成・販売を支援(2019(令和元)年度～2020(令和2)年度)
- 山口県観光キャッチフレーズ「YAMAGUCHI MAGIC!」の下、本県の優れた観光資源である「絶景」「温泉」などを活用したプロモーションである「熱気球による絶景体験」や「オフ泉県やまぐち」キャンペーンを展開(2019(令和元)年5月～)
- 2018(平成30)年の観光客数は3,631万人、外国人延べ宿泊者数は12.3万人、2019(令和元)年の観光消費額は1,577億円と、それぞれ過去最高を記録



**YAMAGUCHI
MAGIC!**

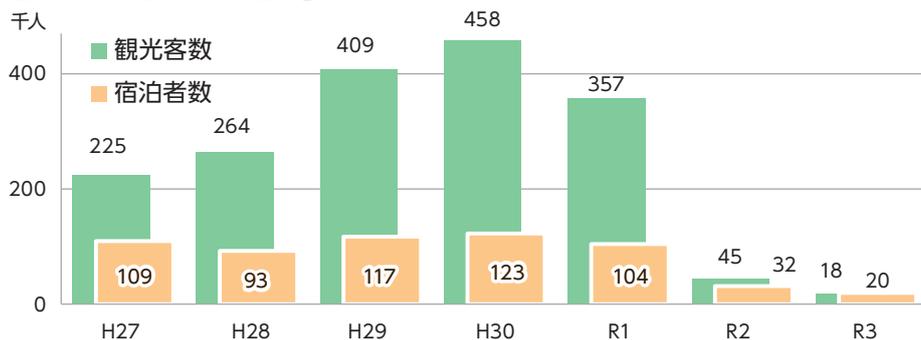
「YAMAGUCHI MAGIC!」ロゴ

【観光客数・宿泊者数の推移】



資料:観光庁「宿泊旅行統計調査」、県観光スポーツ文化部「山口県観光客動態調査」

【外国人宿泊者数と観光客数の推移】



資料:観光庁「宿泊旅行統計調査」、県観光スポーツ文化部「山口県観光客動態調査」

- コロナ禍の影響により落ち込んだ観光産業の早期回復に向け、宿泊事業者を中心とする観光需要喚起(割引宿泊券の発行等(2020(令和2)年度~)、国の地域観光事業支援を活用した県民割制度の展開(2021(令和3)年度~)等)や、宿泊施設が行う「新しい生活様式」への対応や高付加価値化等に向けた取組への支援を実施(2020(令和2)年度~)
- 観光需要の喚起に向けた即効性のある取組等により、2020(令和2)年のホテル・旅館等の客室稼働率は全国1位を達成

【観光・交流施策の一体的推進】

- 「サイクル県やまぐち推進協議会」でのサイクリスポーツ(自転車を使った競技)の振興による交流人口の拡大の取組を継承・発展させ、「スポーツフィールドやまぐち推進協議会」へ体制を強化し(2021(令和3)年5月)、キャンプ場とアクティビティ(活動)を結び付けた新しいスポーツツーリズム*を推進



サイクリスポーツ

Sports Field Yamaguchi



GROUND・陸



WATERSIDE・水辺



SKY・空

スポーツフィールドやまぐち

- レノファ山口FCやACT SAIKYO、ながとブルーエンジェルスといったトップスポーツクラブと連携し、PRイベントや交流イベントの開催等を通じ、スポーツや県の魅力を発信
- 美術館等を核として周辺施設や地域と連携したワークショップ(参加体験型グループ学習)、アートイベントの開催など、文化資源を活用して県内文化の魅力を発信する「やまぐち文化プログラム」を展開
- 5G*、VR*等の最先端技術を活用した新たな展示コンテンツ(内容)の制作や、美術館所蔵品をデジタル化し、「やまぐちデジタルギャラリー*」や「やまぐちバーチャルアートミュージアム*」で公開するなど、デジタル技術を活用した、美術作品を新たな観光素材として活用する取組を推進
- 国や地元と連携し、国及び県指定文化財の補修・整備を実施するとともに、地域が一体となって保存・活用を計画的に進めていくための基本的な方向性を示す「山口県文化財保存活用大綱」を策定
- 錦帯橋の世界文化遺産登録を目指し、その前提となる「世界遺産暫定一覧表」に錦帯橋が掲載されるよう提案書を文部科学省に提出(2018(平成30)年)
- 多くの宿泊客が見込め経済波及効果の高いMICE*について、営業活動や助成制度などにより、積極的・計画的に誘致

※スポーツツーリズム：スポーツの参加や観戦を目的として地域を訪れるだけでなく、周辺の観光やスポーツを支える人々との交流などを融合した旅行のこと。

※5G：Gとは、Generation（世代）の略で、第5世代移动通信システムのこと。「超高速」「多数接続」「超低遅延」といった特徴を持つ。

※VR：「Virtual Reality」の略。コンピューターによって作られた仮想的な世界を、あたかも現実世界のように体感できる技術。

※やまぐちデジタルギャラリー：美術館所蔵品をデジタル化し、県立美術館2館のエントランス等で大型タッチパネルにより行う高精細デジタル展示のこと。

※やまぐちバーチャルアートミュージアム：美術館所蔵品をデジタル化し、オンライン上で展覧会形式で公開する仮想美術館のこと。

※MICE：企業の会議（Meeting）、企業等の行う報奨・研修旅行（Incentive Travel）、各種団体・学会等が行う会議（Convention）、展示会・見本市、イベント（Exhibition/Event）の頭文字のことであり、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称。



国宝瑠璃光寺五重塔(山口市)

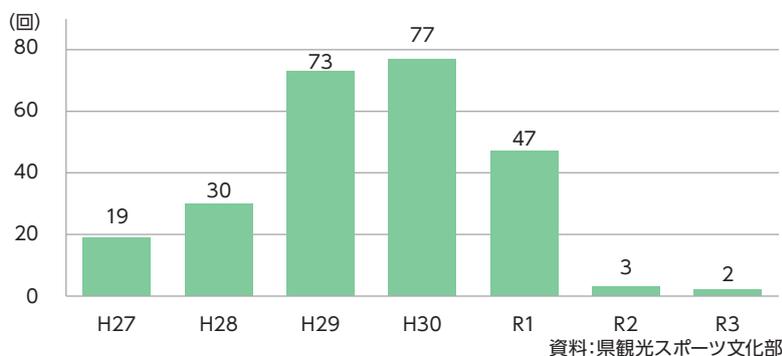


錦帯橋(岩国市)

【国際観光の推進】

- 5つの重点市場（韓国、台湾、香港、中国、ASEAN[※]）に観光プロモーター[※]を配置し、現地の旅行会社への継続的なセールス活動、現地の旅行会社やメディアと連携したプロモーション（誘客促進活動）、国際観光展やSNS[※]を通じた情報発信を実施
- 多言語コールセンター（電話対応を専門に行う事業所・部門）の設置や無料公衆無線LAN[※]環境の普及拡大など、受入環境を整備
- 県、市町等が連携した体制の下、クルーズ船の寄港に向けた戦略的なセールス活動等を実施し、クルーズ船寄港による地域への経済波及効果の拡大を図り、2018（平成30）年には、過去最高の77回の寄港を実現

【県内のクルーズ船寄港回数】



クルーズ船(にっぽん丸)

※ASEAN：東南アジア諸国連合(Association of Southeast Asian Nations)。東南アジア10か国による地域共同体。

※観光プロモーター：現地の旅行動向の情報収集とともに、現地旅行会社等への売り込みなどの誘客促進活動を行う者のこと。

※SNS：ソーシャルネットワーキングサービス（Social Networking Service）の略で、登録された利用者同士がインターネット上で交流できる会員制サービスのこと。

※公衆無線LAN：駅や街中など、公共の場所で利用できるように設定された無線LANの施設やサービスのこと。

2 現状と課題

【観光客のニーズ(需要)に基づいた戦略的な観光施策の展開】

- コロナ禍で観光客数が大きく落ち込んでおり、誘客拡大や観光需要の増大に向け、本県の優れた観光資源を活用した、新たなプロモーション(誘客促進活動)や大型観光キャンペーンの誘致が必要
- 観光消費の促進に向けて、ビッグデータ^{*}の分析結果等による、顧客目線に基づく観光コンテンツ(内容)の造成と一体的に展開するプロモーションの展開や、デジタル技術の効果的な活用が必要
- 観光トレンド(傾向・流行)の変容の根底には、人々の「自然」や「安心・安全」への関心や、SDGsへの認識の高まりがあることから、一過性ではない、将来的な地域の経済、社会、環境への影響を十分に考慮した「持続可能な観光(サステナブルツーリズム^{*})」の実現に向け魅力的な観光地域づくりが必要



元乃隅神社(長門市)



秋吉台(美祿市)

※ビッグデータ：ボリュームが膨大でかつ構造が複雑であるが、そのデータ間の関係性などを分析することで新たな価値を生み出す可能性のあるデータ群のこと。

※サステナブルツーリズム：持続可能な観光。訪問客、産業、環境、受け入れ地域の需要に適切につつ、現在と未来の環境、社会文化、経済への影響に十分配慮した観光のこと。

【スポーツや文化など多様な分野との連携による観光交流施策の一体的推進】

- 自然の中で家族や友人と過ごす心地よさを求める人が増加し、アウトドア人気が高まっていることから、本県の豊かな自然やキャンプ施設数の優位性を活かし、キャンプ利用者に対する周辺アウトドアアクティビティ(野外活動)の魅力向上や情報発信の強化、キャンプ場との連携による多様なニーズ(需要)への対応などを図っていくことが必要
- スポーツの力を活用した交流施策について、コロナ禍で停滞を余儀なくされたことから、本県を拠点に活動するトップスポーツクラブ等と連携し、スポーツの魅力発信に取り組むとともに、美しい景観や史跡など本県の魅力を活かした誘客の促進を図り、交流人口の拡大につなげていくことが必要
- 文化財や美術作品など、本県の多彩で魅力ある文化資源を観光振興に活用する文化観光^{*}の取組を推進していくことが必要
- MICE^{*}誘致について、コロナ禍の影響で、中止や延期、オンライン^{*}による開催が進むなど、取り巻く環境は厳しいものの、回復に向けた動きもみられ、引き続きMICE誘致を推進していくことが必要

※文化観光：文化資源の観覧や体験活動等を通じて、文化についての理解を深めることを目的とする観光のこと。

※MICE：企業の会議（Meeting）、企業等の行う報奨・研修旅行（Incentive Travel）、各種団体・学会等が行う会議（Convention）、展示会・見本市、イベント（Exhibition/Event）の頭文字のことであり、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称。

※オンライン：インターネット等の回線に接続している状態のこと。

【コロナ後を見据えた積極的なインバウンド（外国人観光客誘致）の推進】

- 2022（令和4）年6月から約2年ぶりに外国人観光客の受入が再開された中、機会を逃すことなくインバウンドの早期回復に向けて攻勢をかけるため、効果的なプロモーション（誘客促進活動）や受入環境の整備が必要
- 大阪・関西万博などの国際的大規模イベントの開催を契機とした、誘客拡大や新たな市場開拓への取組が必要
- 寄港地の安全性も強力にPRしながら、船会社のニーズ（需要）に応じたセールス活動により、クルーズ船の誘致につなげることが必要

3 今後の展開

コロナ禍で落ち込んだ観光客の回復を図り、さらなる観光需要の拡大に向け、近年の観光トレンド（傾向・流行）やビッグデータ[※]の分析結果等に基づいた新たな戦略的プロモーションや持続可能な観光地域づくりを一体的に展開するとともに、スポーツの力や多彩な文化資源を活用した交流人口の拡大、誘客対策の強化と受入環境の充実によるインバウンドの拡大など、国内外からの誘客促進を図る取組を進めます。

※ビッグデータ：ボリュームが膨大でかつ構造が複雑であるが、そのデータ間の関係性などを分析することで新たな価値を生み出す可能性のあるデータ群のこと。



重点施策

25 観光客の心をつかむ新たな戦略的プロモーション（誘客促進活動）の展開

新たなプロモーションの展開による観光需要の拡大

- 本県の優れた観光資源である「絶景」、「歴史」、「グルメ」、「温泉」などを活用した新たなプロモーションの実施や新たな大型観光キャンペーンの誘致

デジタルを活用したプロモーションの展開

- ビッグデータ分析結果等に基づき、付加価値の高い観光コンテンツ（内容）の造成支援と一体的に展開する、戦略的なプロモーションの展開
- デジタル技術を効果的に活用したマーケティング（市場活動）やホームページ・SNS[※]等の特性に応じた観光客のニーズ（需要）に即した情報伝達、デジタルコンテンツ（デジタル化された映像等）による誘客促進

※SNS：ソーシャルネットワーキングサービス（Social Networking Service）の略で、登録された利用者同士がインターネット上で交流できる会員制サービスのこと。

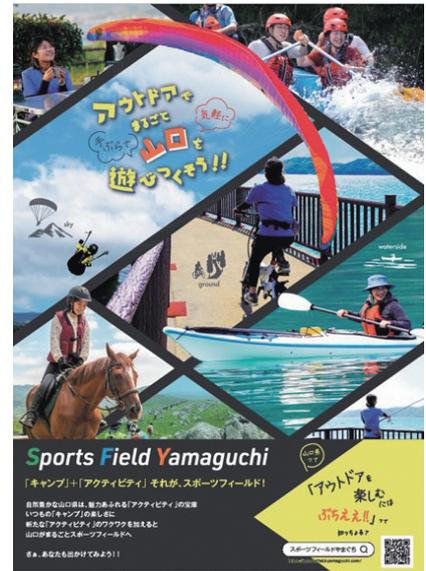
「スポーツフィールドやまぐち[※]」の推進による新たな交流の創出

- キャンプ場とアウトドアアクティビティ（野外活動）を結び付けた新しいツーリズム（観光旅行）である「スポーツフィールドやまぐち」の推進
- キャンプ人口の増加や本県の豊かな自然、キャンプ施設数の優位性を活かした新たなツアー造成など誘客の促進及び交流人口の拡大
- 中四国・九州の近隣県との広域連携やeスポーツ[※]の活用による、新たなサイクルツーリズム[※]の創出

※スポーツフィールドやまぐち：山口県の豊かな自然やキャンプ施設数の優位性を活かし、キャンプ場とアウトドアアクティビティを結び付けた体験型コンテンツの開発支援や情報発信など、県内各地域で手ぶらで気軽に楽しめるアウトドアスポーツを推進する取組のこと。

※eスポーツ：オンラインを活用した対戦形式のコンピューターゲームのこと。野球やサッカーなどのバーチャルスポーツのほか、シューティングや格闘など、様々なジャンルの大会が国内外で開催されている。

※サイクルツーリズム：ツーリング、グルメ、名所旧跡巡りなど多種多様な目的で訪れた地域を自転車で行き、楽しむ旅行のこと。



スポーツフィールドやまぐち

スポーツの力を活用した交流促進施策の展開

- 東京2020大会で活躍した本県ゆかりの選手との連携強化や「第19回FINA世界水泳選手権2022福岡大会」（2023（令和5）年に延期）の事前キャンプ受入れ支援などオリンピックのレガシー（遺産）の継承
- トップスポーツクラブ等と連携したスポーツ活動の活性化や誘客促進



レノファ山口



スポーツ教室 (ACT SAIKYO)

多彩な文化資源を活用した文化観光[※]の推進

- 美術館等を核とした文化施策による交流の促進
 - ▶美術館や博物館を核に、地域と連携した文化資源の魅力発信による誘客の拡大
 - ▶魅力ある企画展の実施と各種観光施策等の連携による誘客の拡大及び地域周遊へつなげる取組の推進
 - ▶美術館所蔵品のデジタルアーカイブ（保存記録）化やオンライン美術館の公開など、デジタル技術を活用した美術作品の魅力発信
- 文化財を地域資源[※]として観光振興に活用するための地域一体となった保存・活用の取組の推進
- 「錦帯橋」の世界文化遺産登録に向けて、「世界遺産暫定一覧表」への追加掲載を目指した取組の推進

※文化観光：文化資源の観覧や体験活動等を通じて、文化についての理解を深めることを目的とする観光のこと。

※地域資源：自然・土地、歴史・文化・伝統、農林水産物、加工産物、人工公物、技術など、地域に備わっているもの、地域から生み出されるものの総称。

MICE[※]誘致による交流人口の拡大

- 市町と連携したMICE誘致の推進
- 新たな開催形態として増加が見込まれるハイブリッド（複合）型（オンライン[※]とリアル（現実）の併用）MICEについて、新規開拓に向けた積極的なプロモーション（誘客促進活動）の実施

※MICE：企業の会議（Meeting）、企業等の行う報奨・研修旅行（Incentive Travel）、各種団体・学会等が行う会議（Convention）、展示会・見本市、イベント（Exhibition/Event）の頭文字のことであり、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称。

※オンライン：インターネット等の回線に接続している状態のこと。

27 反転攻勢に向けた戦略的な誘客対策によるインバウンド（外国人観光客誘致）の拡大

大阪・関西万博の開催などを見据えた海外からの誘客対策の強化と受入環境の充実

- 5つの重点市場（韓国、台湾、香港、中国、ASEAN[※]）に対し、デジタル技術を活用したデータ分析・マーケティング（市場活動）と観光プロモーター[※]の専門的知見・経験、現地での活動・情報収集を組み合わせ、取組の相乗効果による効果的なプロモーションの展開
- 台湾など重点市場における、トップセールスや商談会、情報発信会等の開催による、一層の誘客拡大に向けた取組の推進
- 大阪・関西万博などに向け、国際定期便等が就航する近隣県や、「せとうちDMO[※]」などとの連携を強化し、広域的な観光情報の発信や周遊ルートの造成を図ることによる、欧米等からの誘客拡大や新たな市場開拓の推進
- インバウンドの拡大に向けた、山口県ならではの特別な体験などのコンテンツ造成や県内宿泊を一層促進する取組への支援
- 訪日外国人旅行者の快適な県内周遊を促進するため、安心して県内観光を楽しめる受入環境の充実や、利便性の向上に繋がるデジタル技術の活用等に向けた機運の醸成



海外からの誘客に向けた県内視察ツアー

※ASEAN：東南アジア諸国連合(Association of Southeast Asian Nations)。東南アジア10か国による地域共同体。

※観光プロモーター：現地の旅行動向の情報収集とともに、現地旅行会社等への売り込みなどの誘客促進活動を行う者のこと。

※せとうちDMO：瀬戸内エリアの観光活性化を通じて地方創生を実現するために瀬戸内海を共有する山口県を含む7県を中心に、民間企業も参加する広域連携DMOのこと。

クルーズ船の誘致推進

- クルーズやまぐち協議会[※]を中心とした、クルーズ船誘致の体制の強化
- 県内各港の特色や地域の観光資源を活かした戦略的な誘致活動の展開
- 県内周遊の促進と経済効果の拡大に向けた取組の推進
- 県内観光地の感染症対策のPRによる、クルーズ船誘致の推進
- 大型クルーズ船の受入促進のための寄港環境の整備

※クルーズやまぐち協議会：山口県へのクルーズ船誘致促進のため、市町、関係団体及び県が連携してネットワークを形成し、関係機関等が一体となった取組を進める協議会のこと。

県内2空港の交流拠点化の推進[再掲]

28 新たなニーズを捉えた持続可能な観光地域づくり

やまぐちの特色を活かしたツーリズム(観光旅行)の創出

- 「持続可能な観光(サステナブルツーリズム)[※]」の実現に向けた、山口県の特色や強みを活かしたツーリズムの創出
 - ▶「自然」や「文化」などの魅力的な観光資源や、「食」、「アクティビティ(活動)」などの効果的な融合による、山口県ならではのツーリズムの創出
 - ▶年齢や障害の有無に関わらず、誰もが安心して旅行を楽しむことのできる魅力的な観光地域づくりの推進

※持続可能な観光(サステナブルツーリズム)：訪問客、産業、環境、受け入れ地域の需要に適切しつつ、現在と未来の環境、社会文化、経済への影響に十分配慮した観光のこと。

やまぐちDMO[※]による観光基盤の強化

- 観光産業の持続的な成長・発展に向けた、観光地経営をけん引する役割を担うやまぐちDMOによる、データを活用した観光エリアの特性に応じた推進体制の構築
- 地域の特性を活かし観光客の多様なニーズ（需要）に応える魅力ある観光地域づくりに向けた、観光地経営を推進する人材の育成

※DMO：Destination Management/Marketing Organizationの略。様々な地域資源を組み合わせた観光地の一体的なブランドづくり、ウェブ・SNS等を活用した情報発信・プロモーション、効果的なマーケティング、戦略策定等について、地域が主体となって行う観光地域づくりの推進主体のこと。

観光消費額を高める付加価値の高い商品・サービスの開発

- ビッグデータ[※]の分析結果等を活用した、顧客目線に基づく、付加価値の高い観光コンテンツ（内容）の造成支援
- 特産品等を観光資源として積極的にPRすることによる、特産品の開発や販売促進

※ビッグデータ：ボリュームが膨大でかつ構造が複雑であるが、そのデータ間の関係性などを分析することで新たな価値を生み出す可能性のあるデータ群のこと。



特産品のPR

4 成果指標



5 関連する県の計画

- 新たな観光振興計画
- 新たなスポーツ推進計画
- やまぐち文化芸術振興プラン
- 山口県文化財保存活用大綱

6 県民等に期待する役割

県民	<ul style="list-style-type: none"> ●本県の持つ多彩な魅力を感じ、地域への誇りを持つことにより、来県者等への積極的な情報発信を行う。 ●地域資源[※]の磨き上げや観光地域づくり、交流活動へ積極的に参加し、観光客に対する心のこもったおもてなしを実践する。
市町	<ul style="list-style-type: none"> ●地域の関係者による自主的・主体的な取組を調整、支援する。 ●地域資源の磨き上げや観光施設等の整備、おもてなしの気運を醸成することにより、地域が一体となった魅力ある観光地域づくりを進める。また、県等と連携を図りながら積極的に情報発信する。 ●県や他市町と連携した一体的な魅力向上の取組を推進する。
企業・団体等	<ul style="list-style-type: none"> ●観光地のイメージアップやおもてなし向上の中心的な役割を担い、関係者間の連携を図りながら、観光客のニーズ（需要）に対応した、質や満足度の高いサービスを提供することにより、魅力ある観光地域づくりを進める。 ●県や市町等と連携を図りながら、スポーツ・文化等の取組と連携した交流施策を進めるとともに、積極的に情報発信する。

※地域資源：自然・土地、歴史・文化・伝統、農林水産物、加工産物、人工公物、技術など、地域に備わっているもの、地域から生み出されるものの総称。

大交流維新

⑧国内外での市場拡大プロジェクト

県産品や農林水産物、県内企業の技術などについて、大きな需要のある大都市圏や海外への販路開拓をさらに進めるとともに、インターネット上でモノやサービスを売買するイーコマースへの参入促進等を支援することを通じて、国内外での市場を拡大します。

1 これまでの取組と成果

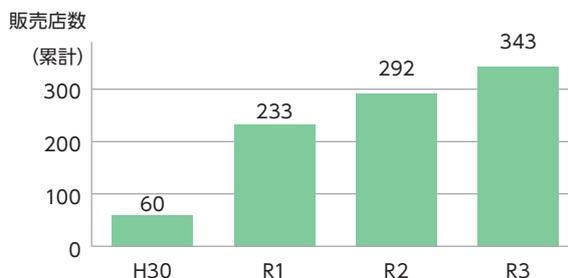
【大都市圏への売り込みやブランド化】

- 2019(令和元)年、県、市町、地域商社、物産・農林水産関係団体、中小企業支援機関との連携による「オールやまぐち！県産品売り込み会議」を立ち上げ、市町、関係団体が一体となった新たな売り込み体制を構築し、商品開発に係る支援を行うとともに、首都圏等で取扱商品のプロモーション(促進活動)等を実施
- コロナ禍の影響により、EC取引(電子商取引)の需要が高まったことから、地域商社やまぐち*のECサイト*(jimotto)の拡充を行い、県内事業者が利用可能な体制を整備
- おいでませ山口館内での夏みかんフェアや新酒フェア、市町フェアなど、テーマを絞ったイベントの開催や、首都圏百貨店等での「山口フェア」の開催等、地域商社など関係団体とも連携しながら、県産品の魅力発信や売り込みを実施
- 大都市圏等への販路開拓・拡大を志向する産地等と連携した、やまぐちブランド*を中心とした戦略的な販路開拓・拡大を実施
- 外部専門人材を活用し、職員の情報発信力の強化を図るとともに、首都圏等へのメディアへの売り込みやSNS*等を活用した情報発信を実施



ECサイト(jimotto)

【地域商社取扱商品の販売店数】



資料:県商工労働部

*地域商社やまぐち: 県と山口銀行との共同構想の下、県産品を首都圏等の地域外へ売り込むため、2017(平成29)年10月に山口銀行など民間出資により設立した株式会社のこと。オリジナルブランド「やまぐち三ツ星セレクション」を中心とした加工食品のブランディングや営業代行により、首都圏市場等での販路開拓を行っている。

*ECサイト: インターネット上で商品を販売するウェブサイトのこと。

※やまぐちブランド：県内で生産される農林水産物及び主な原材料が県産100%の加工品を対象に、味や品質を重視した独自の基準を設け厳選した商品のブランドのこと。

※SNS：ソーシャルネットワーキングサービス（Social Networking Service）の略で、登録された利用者同士がインターネット上で交流できる会員制サービスのこと。

【中小企業・農林水産物等の海外展開】

- ASEAN^{*}地域や東アジア地域を対象に、やまぐち産業振興財団や山口県国際総合センター、JETRO^{*}などと連携し、海外展開に意欲のある中小企業を支援

【やまぐち維新プラン期間中の成果（成約件数）】

	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	合計
目標	5件	5件	5件	5件	5件	25件
実績	<u>5件</u>	<u>12件</u>	<u>20件</u>	<u>19件</u>	—	(<u>56件</u>)

資料：県商工労働部

- 県版エクスポーター^{*}の支援による農産加工品や和牛等の輸出や、事業者向け輸出スクールの開催、オンライン^{*}商談会の実施、「日本酒」輸出拡大プロジェクトの開始など、強みのある品目や輸出に意欲のある事業者を重点的に支援し、県産農林水産物等の輸出を促進



やまぐち和牛燻(きらめぎ)初輸出



日本酒輸出拡大プロジェクト

【やまぐち維新プラン期間中の成果(輸出商品数累計)】

	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
目標	90商品	105商品	120商品	135商品	150商品
実績	<u>127商品</u>	<u>176商品</u>	<u>196商品</u>	<u>253商品</u>	—

資料：県農林水産部

※ASEAN：東南アジア諸国連合(Association of Southeast Asian Nations)。東南アジア10か国による地域共同体。

※JETRO：日本貿易振興機構(Japan External Trade Organization)。2003(平成15)年10月1日に前身の日本貿易振興会を引き継いで設立された経済産業省所管の独立行政法人。日本の貿易の振興に関する事業、開発途上国・地域に関する研究を幅広く実施している。

※県版エクスポーター：県産農林水産物等の海外競争力を高めるため、県内他事業者の商品取りまとめや代金決済機能、県内港など近隣地からのコンテナ便混載の調整を担うエクスポーター(輸出者)として、商品コスト低減に向けた取組等を行う県内事業者のこと。

※オンライン：インターネット等の回線に接続している状態のこと。

【産業インフラの輸出促進】

- ベトナム・キエンザン省への専門家の派遣及びキエンザン省関係者の招へいによる鮮度管理システム導入への理解促進(2018(平成30)年9月及び2019(令和元)年12月)や、JICA※「中小企業・SDGsビジネス支援事業」による漁獲段階における鮮度保持に係る実証事業の採択(2019(平成31)年1月)、県内企業とベトナム企業との商談会の開催(2021(令和3)年3月及び2022(令和4)年3月)等を通じて、水産インフラ(基盤となる設備)の輸出に向けた取組を推進



ベトナム・キエンザン省の漁港

※JICA：国際協力機構（Japan International Cooperation Agency）。政府開発援助（ODA）の実施機関の一つであり、開発途上地域等の経済及び社会の発展に寄与し、国際協力の促進に資することを目的としている。

2 現状と課題

【大都市圏における地域間競争】

- コロナ禍の影響により、首都圏における県産品の売り込み機会が減少しているため、県産品のブランド価値と存在感がさらに高まるよう、取組の強化が必要

《首都圏における商談会件数の推移》

年度	H30	R1	R2	R3
地域商社やまぐちが参加した首都圏における商談会件数(件)	4	6	2	1

資料：県商工労働部

《ぶちうま産直市場の販売額の推移》

年度	H30	R1	R2	R3
ぶちうま産直市場の販売額(千円)	9,819	11,767	4,083	3,614

資料：県農林水産部

- これまでの首都圏等のメディアへの県情報の売り込みに加え、コロナ禍での意識の変化やデジタル技術の進展を踏まえた効果的な情報発信が必要

【中小企業・農林水産関係事業者の海外展開】

- 国内の人口が減少する中、中小企業の海外展開への意欲は旺盛で、海外需要の獲得は引き続き重要
- コロナ禍によるビジネス環境の変化に対応し、渡航が困難な海外現地の情報収集・市場調査、取引先企業の発掘・紹介等に対する支援が必要
- 東アジアやASEAN※など、拡大を続ける海外の農林水産物市場獲得に向け、海外市場で求められるスペック(量・価格・品質・規格)の産品を生産・販売する「マーケットイン※」により取組を進めるとともに農林水産関係事業者の生産規模や輸出への取組状況等に応じたきめ細やかな支援が必要

※ASEAN：東南アジア諸国連合(Association of Southeast Asian Nations)。東南アジア10か国による地域共同体。
 ※マーケットイン：顧客や消費者のニーズに合わせて商品を生産、販売していく考え方のこと。

【産業インフラの輸出促進】

- コロナ禍等による実証事業スケジュールへの影響が懸念される中、事業の着実な実施を支援するとともに、実証事業終了後の民間ベースでの事業展開に向けた支援を行うことが必要

3 今後の展開

コロナ禍の影響による国内外のEC取引(電子商取引)需要の拡大に対応するためのオンライン※を活用した販売への支援や、県産品のブランド力強化等により販路拡大に取り組みます。また、県内中小企業の海外販路開拓や農林水産関係事業者の海外展開に向け、海外現地での情報収集や取引先企業の発掘などの支援を強化します。

※オンライン：インターネット等の回線に接続している状態のこと。

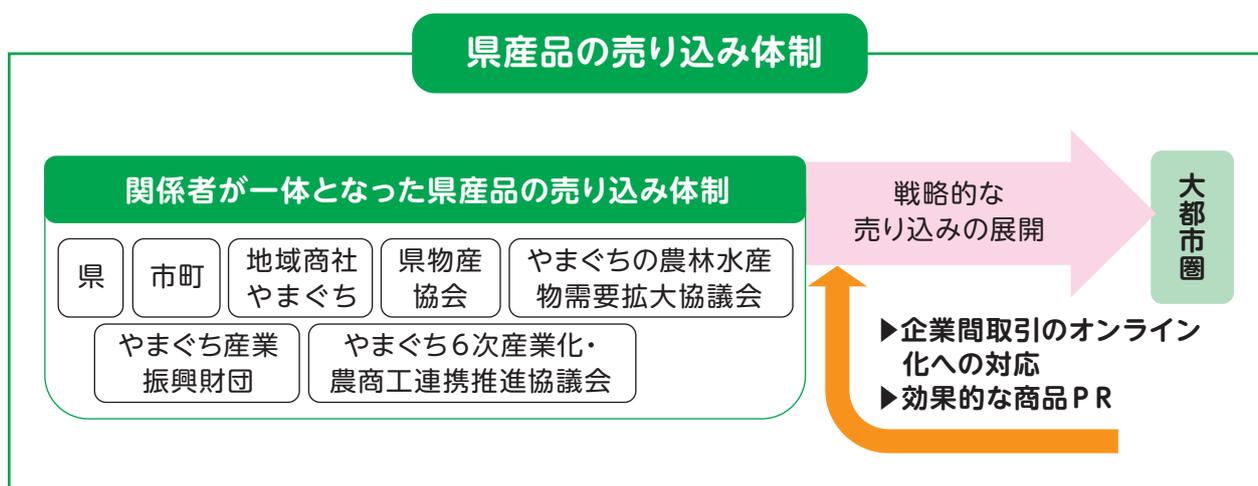


重点施策

29 大都市圏へのやまぐちの売り込み強化

オンライン商談会等デジタルを活用した県産品の売り込み

- 県、市町、地域商社等の関係機関が一体となった県産品の売り込み
- 企業間取引のオンライン化に対応した、効果的な商品のPR等の販路拡大に向けた取組支援



首都圏アンテナショップ※での売り込み

- おいでませ山口館で実施する市町フェアや旬なフェア等の催事の充実や、物産協会の持つECサイト※の活用による魅力発信や販売強化

※アンテナショップ：地方公共団体などが特産品等の情報を広く発信するとともに、消費の動向等を把握する目的で開設する店舗のこと。

※ECサイト：インターネット上で商品を販売するウェブサイトのこと。

県産農林水産物等の大都市圏等への戦略的な販路開拓・拡大

- ブランディング[※]支援を踏まえた販売対象品目の拡充、強みのある個別品目の売込対策の強化による、大都市圏等のニーズ(需要)に的確に対応した販路の拡大と供給体制の整備
- ECサイト「ぶちうま産直市場[※]」の機能拡充(BtoC[※]向け販売機能の付加、取扱品目の拡充)やSNS[※]の活用による、飲食店や幅広い消費者層への販売拡大
- 大手交通事業者等の取組と連携した大都市圏等への販路拡大
- 大都市圏等の需要動向を踏まえ、展示商談会やオンライン[※]を活用した販路開拓の展開

※ブランディング：ブランドに対する共感や信頼などを通じて顧客にとっての価値を高めていくマーケティング戦略のこと。

※ぶちうま産直市場：県産農林水産物の注文から配送、代金決済までをインターネットを利用して一元的に処理する取引システムにより運営するECサイトのこと。

※BtoC：「Business to Consumer」の略で、企業と消費者間の取引のこと。

※SNS：ソーシャルネットワークワーキングサービス（Social Networking Service）の略で、登録された利用者同士がインターネット上で交流できる会員制サービスのこと。

※オンライン：インターネット等の回線に接続している状態のこと。

魅力情報の発信強化

- デジタルマーケティング[※]の視点を取り入れたターゲットの細分化や効果測定の実施などによる効果的な情報発信の実施

※デジタルマーケティング：インターネットやメール、SNS等のデジタル技術を活用して顧客のニーズや行動データを蓄積・分析することで、顧客属性等に応じた戦略的な広告のこと。

30 成長する海外市場への中小企業・農林水産物等の展開

中小企業の海外展開の促進

- 各支援機関や「山口県海外ビジネスサポートデスク[※]」による新たな販路開拓の一層の強化
 - ▶現地情報の収集や市場調査、取引先企業の発掘及び商談でのファシリテート（商談の円滑な進行の支援）及び通訳など、マッチング（組み合わせること）からアフターフォロー[※]まで、最適な支援メニューの提供
 - ▶海外現地での市場状況をリアルに体験できる「オンライン[※]市場調査」や、山口県海外ビジネスサポートデスクを活用した「オンライン商談」の実施
- 国境を越えての電子商取引（越境EC）について、JETRO[※]が実施しているジャパンモール事業[※]と連携し、越境EC市場への新規参入の一層の促進
 - ▶バイヤー（買い手）から関心が寄せられた企業に対し、商談（オンライン、リアル（対面））等の支援
 - ▶ASEAN[※]地域や中国に加え、欧米をはじめとした各地域の越境EC市場への新規参入の促進

海外展開に意欲のある中小企業

相談

支援

支援機関

**やまぐち
産業振興財団**
(ASEAN地域、欧米 ほか)

**山口県国際
総合センター**
(中国、香港 ほか)

JETRO

山口県産業技術
センター

中国経済産業局

JICA

農林水産物需要
拡大協議会

中小機構
中国本部

CLAIR

九州貿易振興
協議会

金融機関

市町

県

海外現地からの支援

(山口県海外ビジネスサポートデスク)

- ・情報収集
- ・市場調査
- ・商談先発掘
- ・商談での
 - ファシリテート
 - 通訳
- ・展示会出展企業への
 - マッチング支援
 - 会期中の商談支援
 - アフターフォロー



※山口県海外ビジネスサポートデスク：県内中小企業のASEAN地域等に向けた海外販路開拓を支援するため、令和4年7月、シンガポールに設置した機関のこと。ASEAN地域を中心として、海外ビジネス展開に関する豊富な知見や、幅広いネットワーク等を有する専門家が、海外現地での事業展開に関する相談や情報収集・市場調査、取引先企業の発掘・紹介等の支援を行っている。

※アフターフォロー：商品やサービスなどを購入した顧客に対して、問い合わせや相談などを受け付ける等のサービスや活動を行うこと。

※オンライン：インターネット等の回線に接続している状態のこと。

※JETRO：日本貿易振興機構 (Japan External Trade Organization)。2003 (平成15) 年10月1日に前身の日本貿易振興会を引き継いで設立された経済産業省所管の独立行政法人。日本の貿易の振興に関する事業、開発途上国・地域に関する研究を幅広く実施している。

※ジャパンモール事業：JETROが実施する、海外におけるEC販売プロジェクトのこと。世界60以上の連携先ECバイヤーに日本企業の商品を紹介し、バイヤーから関心が寄せられた企業に対して、商談(オンライン、リアル(対面))のアレンジやサンプル依頼時の調整、成約後のプロモーションなどを行う。

※ASEAN：東南アジア諸国連合 (Association of Southeast Asian Nations)。東南アジア10か国による地域共同体。

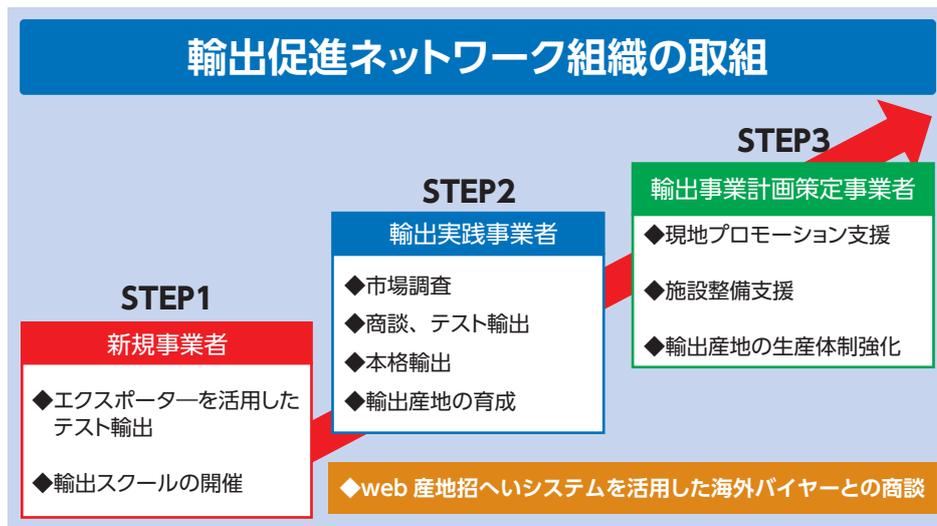
産業インフラの輸出促進

- 流通・加工段階に対象範囲を広げ、参画する企業の裾野拡大を図ることによる、水産インフラ(基盤となる設備)輸出の一層の促進
- 渡航制限の影響を受けないオンライン等も活用し、海外を視野に事業展開を目指す高い技術力を有する県内企業の産業インフラ輸出を促進

県産農林水産物等の輸出競争力強化による海外販路拡大

- 輸出事業者や関係団体等からなるネットワーク組織を形成し、マーケットイン*に基づく輸出競争力の強化に向けた取組を推進

- 県版エクスポーター[※]や海外の現地プロモーター[※]等を通じた輸出ルートを活用や、他県と連携した海外展示会への参加など輸出品目を拡充
- デジタル技術を活用した新たな商談手法の導入



※マーケットイン：顧客や消費者のニーズに合わせて商品を生産、販売していく考え方のこと。

※県版エクスポーター：県産農林水産物等の海外競争力を高めるため、県内他事業者の商品取りまとめや代金決済機能、県内港など近隣地からのコンテナ便混載の調整を担うエクスポーター（輸出者）として、商品コスト低減に向けた取組等を行う県内事業者のこと。

※プロモーター：海外マーケットやバイヤー情報など現地市場に精通し、商談や販路開拓など一貫したサポートを行う専門家のこと。

4 成果指標



※ぶちうま産直市場：県産農林水産物の注文から配送、代金決済までをインターネットを利用して一元的に処理する取引システムにより運営するECサイトのこと。

※SNS：ソーシャルネットワーキングサービス(Social Networking Service)の略で、登録された利用者同士がインターネット上で交流できる会員制サービスのこと。

※フォロワー：特定のアカウントが発するメッセージ等を継続して読めるように登録した人のこと。

5 関連する県の計画

- やまぐち農林水産業振興計画
- 新たな商工計画
- やまぐち産業イノベーション戦略

6 県民等に期待する役割

県民	●県産品や県産農林水産物等への理解を深め、様々な活動の中で、国内外への積極的な情報発信を行う。
市町	●県等と連携を図り、積極的な情報発信を行う。 ●地域の農林水産関係事業者や中堅・中小企業等の主体的な取組に対する積極的な支援や環境づくりを進める。
企業・団体等	●6次産業化・農商工連携や、国内外に向けた需要拡大、販路開拓等の取組に努める。

大交流維新

⑨ 新たな人の流れ創出・拡大プロジェクト

都市部の人口集中リスク（危険）の顕在化を背景とする、テレワーク^{*}など時間や場所に捉われない「働き方の新しいスタイル」の普及や地方移住への関心の高まり、企業の地方分散の動きを捉え、山口ならではの豊かな暮らしの魅力を活かして、若者や子育て世代を中心とした移住・定住を促進するなど、本県への新たな人の流れを創出します。

※テレワーク：情報通信技術を活用した、時間や場所に捉われない柔軟な働き方のこと。

1 これまでの取組と成果

【移住・定住の推進】

- 県・市町・関係団体等で構成する「住んでみいね！ぶちええ山口」県民会議^{*}を中心に、きめ細やかな相談対応や移住者ニーズ（需要）に対応した受入支援に取り組んできた結果、移住者数は直近の4年間で約2倍に増加
- 移住後も安心して住み続けられるよう、移住者同士が支え合う「やまぐち移住倶楽部」を設立し、移住者同士のネットワーク構築を支援（会員数200名超）
- 「やまぐちとのつながり」が生み出す新たな人の流れを創出するため、2020（令和2）年7月に、東京圏^{*}の都市部人材と県内地域をつなぐ拠点として「山口つながる案内所」を設置



「住んでみいね！ぶちええ山口」県民会議

《相談受付件数》

年度	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3
県	951	1,275	2,027	2,266	2,625	2,836	2,719	2,810	3,484
市 町	1,451	2,225	2,731	3,293	4,137	5,936	6,121	7,295	7,183
合 計	2,402	3,500	4,758	5,559	6,762	8,772	8,840	10,105	10,667

資料：県総合企画部

《転入者アンケート等による移住者数》

年度	H29	H30	R1	R2	R3
移住者数	1,745	2,097	3,100	3,230	3,588

資料：県総合企画部

- テレワークの普及や地方移住への関心の高まりを捉え、新たな人の流れを本県に確実に呼び込んでいくため、2021（令和3）年5月、「住んでみいね！ぶちええ山口」県民会議に「テレワーク・ワーケーション専門部会」を設置し、地方創生テレワーク^{*}とワーケーション^{*}を一体的に推進

- 2021（令和3）年7月、県庁1階に「やまぐち創生テレワークオフィス YY！ SQUARE[※]」を、同年8月、山口宇部空港内に「やまぐちワーケーション総合案内施設 YY！ GATEWAY[※]」を開設し、県内関係施設とのネットワーク化を図るなど都市部テレワーカー[※]の受入れを推進



YY!SQUARE



YY!GATEWAY

※「住んでみいね！ぶちええ山口」県民会議：行政、関係団体等が連携・協働し、山口県への移住の促進や若い世代の県内定着に向けた県民運動を推進していくため、2015(平成27)年に設立した組織のこと。

※東京圏：東京都・神奈川県・埼玉県・千葉県のみ。

※地方創生テレワーク：テレワークにより、地方に暮らしながら都会と同じ仕事を行う「転職なき移住」等を実現し、地方創生につなげるための取組のこと。

※ワーケーション：「ワーク」と「バケーション」を組み合わせた造語で、業務効率の向上やイノベーションの創出とともに、観光地などで余暇の充実を図る働き方のこと。

※やまぐち創生テレワークオフィスYY！SQUARE：テレワークを活用した本県への新たな人の流れを創出・拡大するため、都市部の企業等に勤務されている方が、地方に移住・滞在しながら、都会と同じように働けるよう、令和3年7月に全国で初めて県庁1階に開設した「地方創生テレワーク」のモデルオフィス。

※やまぐちワーケーション総合案内施設YY！GATEWAY：ワーケーションの県内推進拠点として、山口宇部空港内に開設したワーケーション総合案内施設。コンシェルジュによるワーケーションの情報案内やプランコーディネートなどのほか、空港到着後・出発前のテレワークが可能。

※テレワーカー：情報通信手段(IT)を利用して、会社や自宅などから離れた場所で働く人。

【県外人材の県内への就職の促進】

- 東京、大阪、山口のやまぐち暮らし支援センター[※]にアドバイザーを配置し、県外在住の県内就職希望者の相談対応、情報提供や職業紹介を実施したほか、就職支援協定締結大学と連携した県内企業の魅力情報発信や、オンライン[※]を活用した就職・採用活動の支援などにより、県外人材の県内就職を促進
- 農林漁業新規就業者の確保・育成に向け、募集から技術研修、就業、定着までの一貫した支援体制を整備

※やまぐち暮らし支援センター：山口県への移住希望者のための総合相談窓口として、移住に関する就職・創業から暮らし全般に対する一元的な支援を行う施設のこと。東京、大阪、山口の3か所に設置。

※オンライン：インターネット等の回線に接続している状態のこと。

《農業》

2018(平成30)年度から2021(令和3)年度までの4年間で、新規就業者442人を確保

目 標 項 目	H30 (実績)	R1 (実績)	R2 (実績)	R3 (実績)	R4 (目標年)
新規就業者数(農業) (人)	126	114	102	100	600/5年

《林業》

2018(平成30)年度から2021(令和3)年度までの4年間で、新規就業者159人を確保

目 標 項 目	H30 (実績)	R1 (実績)	R2 (実績)	R3 (実績)	R4 (目標年)
新規就業者数(林業) (人)	40	40	44	35	200/5年

《漁業》

2018(平成30)年度から2021(令和3)年度までの4年間で、新規就業者241人を確保

目 標 項 目	H30 (実績)	R1 (実績)	R2 (実績)	R3 (実績)	R4 (目標年)
新規就業者数(漁業) (人)	60	61	60	60	300/5年

資料：県農林水産部

【地方への分散移転の動きに呼応した誘致の推進】

- コロナ禍を契機とした地方移転へのニーズの高まり、デジタル化によるテレワーク[※]の進展などを背景に、デジタル関連企業等の立地は順調に推移

《デジタル関連企業等の誘致件数》

年	H30	R1	R2	R3
誘致件数(累計)	6	12	15	22

資料：県商工労働部

- 地方拠点強化等の動きに呼応した研究開発部門等の整備に対する支援により県内大手企業を中心に本県への研究所等の移転が実現
- 本県において、企業数の99.9%を占める中小企業は地域の経済・雇用を支える重要な存在であり、創業は中小企業の源泉であるとともに、地域経済を活性化させる重要な役割を担っていることから、創業支援を重点的に実施

「関係支援機関の支援による創業数」KPI[※]1,100件に対して、2022(令和4)年3月末時点で862件(達成率78.4%)、「関係支援機関の支援による女性創業数」KPI340件に対しては、326件(95.9%)と、概ね順調に推移

※テレワーク：情報通信技術を活用した、時間や場所に捉われない柔軟な働き方のこと。

※KPI：Key Performance Indicatorの略。重要業績評価指標のこと。

【ふるさと納税の取組の推進】

- 「つながる。やまぐち応援寄附金」として、2018(平成30)年10月から、福祉と教育・文化の2分野・5つのテーマを用途とする寄附の募集を開始し、その後、用途をコロナ対策に拡大
- 2020(令和2)年8月からは、寄附者に返礼品を提供する取組を導入

《ふるさと納税寄附実績》

(単位：件、千円)

年 度	H29	H30	R1	R2	R3
寄 附 件 数	59	57	70	1,573	3,458
寄 附 金 額	3,796	8,620	7,831	98,414	152,291

資料：県総務部

- 企業版ふるさと納税について、コロナ対策等に対し取組を推進

《企業版ふるさと納税寄附実績》

(単位：件、千円)

年 度	H29	H30	R1	R2	R3
寄 附 件 数	8	4	2	17	10
寄 附 金 額	1,900	600	1,200	22,540	27,650

資料：県総合企画部

2 現状と課題

【移住・定住の推進】

- 移住に関する相談件数やアンケート把握による移住者数は着実に増加するなど、一定の成果は現れているが、依然として人口減少の流れは継続
- 特に、本県では過去10年で、25歳から39歳の女性人口が約3割減少し、婚姻数や出生率も低下していることから、若者や子育て世代にとって魅力ある環境整備や移住施策を展開することが必要

《本県の25歳～39歳の女性人口の推移》

	H23	H25	H27	H29	R1	R3
対象年齢女性人口(人)	120,405	111,427	104,081	96,367	89,541	86,176
H23との比較	—	92.5%	86.4%	80.0%	74.4%	71.6%

資料：「県人口移動統計調査」

- コロナ禍を契機に、テレワーク*が急速に普及し、職場の近くに住む必然性が薄れたことで、東京都からの人口流出が生じており、こうした動きをしっかりと捉え、新たな人の流れを本県へ確実に呼び込んでいくことが必要
- 移住やワーケーション*の推進に向けては、全国的に誘致競争が激化しており、本県が目的地として選ばれるためには、地理的に優位な首都圏近隣県や先進地との差別化を図っていくことが必要
- 少子高齢化や転出超過が続く中、活力ある地域社会を実現していくためには、都市住民が多様な形で地域に関わる関係人口を増加させていくことが必要

*テレワーク：情報通信技術を活用した、時間や場所に捉われない柔軟な働き方のこと。

*ワーケーション：「ワーク」と「バケーション」を組み合わせた造語で、業務効率の向上やイノベーションの創出とともに、観光地などで余暇の充実を図る働き方のこと。

《地域別テレワーク実施率》

調査時期	R1.12	R2.12	R3.10	R4.6
東京都23区	17.8%	42.8%	55.2%	50.6%
全国	10.3%	21.5%	32.2%	30.6%
地方圏	8.1%	14.0%	23.5%	22.7%

《地方移住への関心（東京都23区）》

調査時期	R1.12	R2.12	R3.10	R4.6
20歳代	38.9%	47.1%	49.1%	50.9%
全年齢	28.0%	33.8%	37.3%	37.2%

《地方移住への関心理由（東京圏在住で地方移住に関心がある者）》

調査時期	R1.12	R2.12	R3.10	R4.6
1.人口密度が低く自然豊かな環境に魅力を感じたため	28.8%	35.1%	31.5%	34.5%
2.テレワークによって地方でも同様に働けると感じたため	24.1%	25.4%	24.3%	24.5%

資料：内閣府「新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査 令和4年7月」

【県外人材の県内就職促進】

- コロナ禍を契機に地方での就職に関心が高まっている中、本県出身学生にいかにして本県の企業や就職情報を届け、県内就職に結びつけるかが課題
- 首都圏の企業を中心にデジタルを活用した採用活動が拡大していることから、本県企業もデジタル化への対応が必要

- ・就職情報会社の調査によると、「Uターン^{*}や地方での就職」を希望する学生が増加
2020(令和2)年度 21.8% ⇒ 2021(令和3)年度 47.4%
- ・Uターンの勤務地で希望する地域は、「出身の都道府県」が69.3%

- 新規大卒就職者のうち、31.5%が3年以内に離職しており、セカンドキャリア（離職後の第二の職業）を構築しようとする転職希望者に対する支援の強化が必要

^{*}Uターン：大都市圏の居住者が地方に移住する動きのこと。Uターンは出身地に戻る形態、Iターンは出身地以外の地方へ移住する形態を指す。

【地方への分散移転の動きに呼応した企業誘致の推進】

- コロナ禍におけるテレワーク^{*}の普及や地方移転への関心の高まりを捉え、県外企業等に対し、本県の魅力ある立地環境等を積極的にPRすることが必要
- 若者及び女性の人口流出が著しく、社会減が継続していることを踏まえ、若者及び女性の定住に資する雇用先の確保が必要
- テレワークの進展や原材料の調達、自然災害等に対するリスク（危険）分散等の観点から、首都圏企業の地方移転が増加しており、こうした好機を捉え、本県への移転を支援する取組の強化が必要

^{*}テレワーク：情報通信技術を活用した、時間や場所に捉われない柔軟な働き方のこと。

【ふるさと納税を活用した関係人口[※]の拡大】

- 全国の自治体でふるさと納税に係る様々な取組が行われている中で、本県が選択され、ふるさと納税を通じて、本県を応援していただける関係人口を増やしていくことが必要
- 企業版ふるさと納税についても制度活用の促進が必要

※関係人口：移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域や地域の人々と多様に関わる者のこと。

3 今後の展開

コロナ禍を契機に、テレワークによる時間や場所に捉われない「働き方の新しいスタイル」が普及し、若い世代を中心に、地方移住への関心が高まっていることを好機と捉え、移住や企業移転の推進、県内企業情報の発信強化による県外進学者の県内就職の促進、県内中小企業と首都圏等のプロフェッショナル人材[※]とのマッチングの促進等に取り組みます。

※プロフェッショナル人材：地域企業の経営者の右腕等として、企業マネジメントの実施、新たな商品・サービスの開発、その販売の開拓や、個々のサービスの生産性向上などの取組を通じて、企業の成長戦略を具現化していく人材のこと。



重点施策

31 「住んでみいね！ぶちええ山口」YY！ターン[※]の推進

移住の働きかけ、相談対応・情報提供、受入支援の充実

- 「住んでみいね！ぶちええ山口」県民会議[※]を中心に、市町や関係団体等と連携し、若者や女性をはじめ、本県への移住に関心を持つ層を確実に移住につなげられるよう、移住の検討段階から受入・定着に至るまでのきめ細やかな相談対応を強化
- オンライン[※]を活用した相談会等を開催するとともに、民間の移住支援サイトの運営事業者等と連携し、SNS[※]を効果的に活用しながら、「やまぐち暮らし」の魅力を様々な角度から戦略的に情報発信
- 女性や子育て世代の移住に効果的な施策の充実・強化を図るとともに、本県からの転出者が多いエリアに対する重点的なアプローチを実施
- 移住後も安心して住み続けられる環境の整備に向け、「YY!ターンコンシェルジュ[※]」による伴走支援や「やまぐち移住倶楽部[※]」交流会の開催等による受入・定着支援を強化

※YY！ターン：「やまぐち」のYと「ワイワイ楽しい暮らし」のYを組み合わせた、山口県への移住を表す言葉として使用しているキャッチフレーズのこと。

※「住んでみいね！ぶちええ山口」県民会議：行政、関係団体等が連携・協働し、山口県への移住の促進や若い世代の県内定着に向けた県民運動を推進していくため、2015(平成27)年に設立した組織のこと。

※オンライン：インターネット等の回線に接続している状態のこと。

※SNS：ソーシャルネットワーキングサービス（Social Networking Service）の略で、登録された利用者同士がインターネット上で交流できる会員制サービスのこと。

※YY!ターンコンシェルジュ：移住希望者を確実に移住につなげるために、個々の移住希望者に着目し、相談の段階から移住、その後の定住まで一貫して寄り添いきめ細かな支援を行う者のこと。

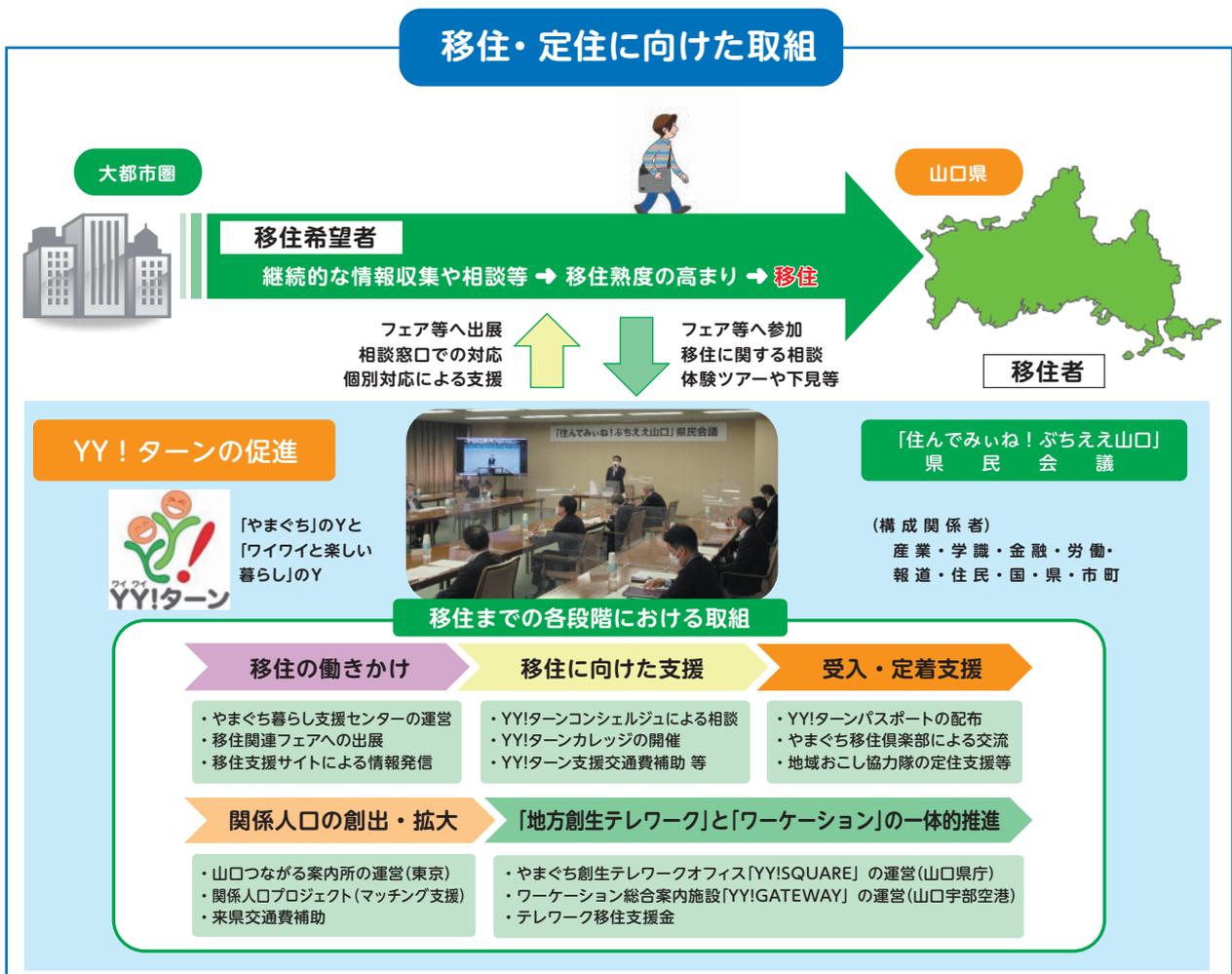
※やまぐち移住倶楽部：「住んでみいね！ぶちええ山口」県民会議が2016(平成28)年度に設置した、移住者同士で交流、情報交換、相談ができる移住者のネットワークのこと。

山口つながる案内所を通じた関係人口の創出・拡大

- 本県と継続的に関わる関係人口の創出・拡大を図るため、山口つながる案内所を総合的なハブ（中心）拠点として、首都圏における情報発信や関係人口の登録促進、フォローアップ等を行うことにより、本県への移住の裾野の拡大を推進

地方創生テレワーク[※]とワーケーション[※]の一体的な推進による新たな人の流れの創出

- 「やまぐち創生テレワークオフィスYY! SQUARE[※]」と「やまぐちワーケーション総合案内施設YY! GATEWAY[※]」を核に、市町や関連施設等と連携を図りながら、全県的なテレワーク・ワーケーション環境を構築し、県内における地方創生テレワーク・ワーケーションの受入れを積極的に推進
- 移住支援金制度の活用等により、大都市部からの移住（就業・創業・テレワーク等）を積極的に推進
- 他地域との差別化が図られるよう、ビジネス創出や地域課題の解決等につながる、企業目線に立った「山口型ワーケーション[※]」のプログラム開発を促進するとともに、ワーケーションに関心の高い首都圏企業や本県ゆかりの企業等をターゲットとした戦略的な誘致活動を展開



※テレワーク：情報通信技術を活用した、時間や場所に捉われない柔軟な働き方のこと。

※地方創生テレワーク：テレワークにより、地方に暮らしながら都会と同じ仕事を行う「転職なき移住」等を実現し、地方創生につなげるための取組のこと。

※ワーケーション：「ワーク」と「バケーション」を組み合わせた造語で、業務効率の向上やイノベーションの創出とともに、観光地などで余暇の充実を図る働き方のこと。

※やまぐち創生テレワークオフィスYY! SQUARE：テレワークを活用した本県への新たな人の流れを創出・拡大するため、都市部の企業等に勤務されている方が、山口に移住・滞在しながら、都会と同じように働けるよう、令和3年7月に全国で初めて県庁1階に開設した地方創生テレワークのモデルオフィスのこと。

※やまぐちワーケーション総合案内施設YY! GATEWAY：ワーケーションの県内推進拠点として、山口宇部空港内に開設したワーケーション総合案内施設のこと。コンシェルジュによるワーケーションの情報案内やプランコーディネートなどのほか、空港到着後・出発前のテレワークが可能。

※山口型ワーケーション：山口県が推進するワーケーションで、観光だけではなく、業務の生産性の向上やイノベーションの創出につながる、企業目線に立ったプログラムを提供するワーケーションのこと。

32 県外人材の県内への就職の促進

■ 新卒学生等を対象とした県外人材の県内就職対策の強化

- 地方での就職への関心の高まりを捉え、就職支援協定締結大学との連携をさらに強化しながら、県外人材に県内企業の魅力情報や就職関連情報を着実に届けることによる県内就職の促進
- 高校在学中から県内企業の魅力を発信するとともに、県外大学進学者には、その保護者に対しても県内就職関連情報を発信するなど対応の強化
- 県内企業の採用活動のデジタル化を支援するためのセミナーやアドバイザー派遣の実施

■ 県外からのキャリアアップ[※]・キャリアチェンジ[※]支援

- 働きながら転職を考えている就職希望者に柔軟に対応できるオンライン[※]等のデジタル技術を活用した就職採用活動への対応の強化
- キャリアアップ・キャリアチェンジのための相談対応、訓練プログラムの充実、セカンドキャリア(離職後の第二の職業)向けインターンシップ(就業体験)などの実施
- 移住支援金のさらなる活用に向けた取組の充実・強化

※キャリアアップ：より高い能力を身につけて、経歴を高めること。

※キャリアチェンジ：未経験の業界や職種へ転職すること。

※オンライン：インターネット等の回線に接続している状態のこと。

■ 県外からのプロフェッショナル人材[※]等の確保

- 中小企業の経営課題解決に必要な経営人材やデジタル人材[※]等の専門人材確保に向けた、就業や副業等多様な形態での首都圏等のプロフェッショナル人材とのマッチング(組み合わせること)の促進
- デジタル技術の活用による意見交換や情報発信を行うことによる、県外の専門人材の県内就業を支援する取組の強化と新たな人の流れの呼び込みの促進

※プロフェッショナル人材：地域企業の経営者の右腕等として、企業マネジメントの実施、新たな商品・サービスの開発、その販売の開拓や、個々のサービスの生産性向上などの取組を通じて、企業の成長戦略を具現化していく人材のこと。

※デジタル人材：AIやIoT、5Gなどデジタルに係る専門知識を有する人材のこと。

■ 「農林業の知と技の拠点」等を活用した農林漁業新規就業者の確保・定着[再掲]

33 地方への分散移転の動きに呼応した企業誘致の推進

■ デジタル関連企業・サテライトオフィス[※]等の誘致

- 遠隔でも本県の魅力や進出メリットを発信できるWEBプロモーション(促進活動)等の展開によるPRや企業の進出時の実態を踏まえた支援制度の拡充

※サテライトオフィス：企業や団体の本社・本拠から離れた場所に設置されたオフィスのこと。

■ 研究開発部門等企業の本社機能の県内移転の促進[再掲]

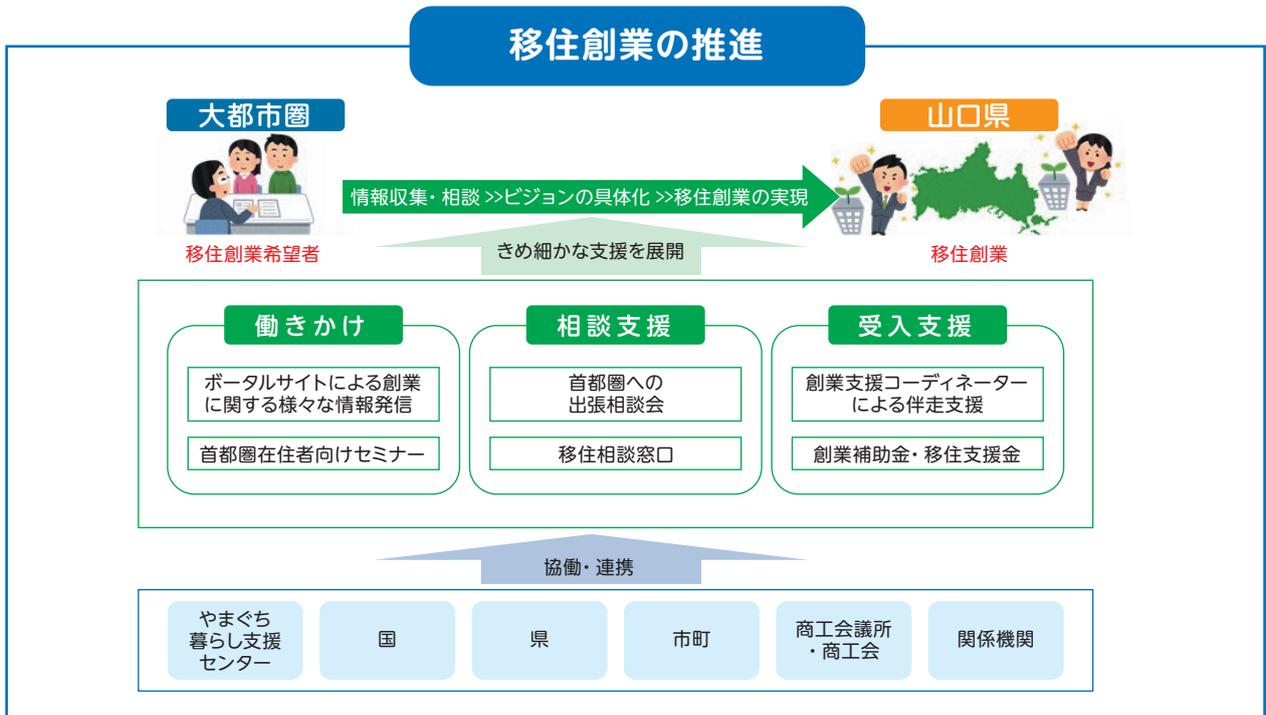
- 県外企業の本県への地方拠点整備に対する重点的な支援

■ デジタル化やグリーン化[※]をはじめとした成長分野における研究開発部門などの本社機能移転も含めた戦略的な誘致活動の展開

※グリーン化：エネルギー利用効率の改善、物の生産・消費の効率化・削減、人・物の移動の削減などによるCO₂の排出量削減等により、環境負荷の低減を図ること。

■ 移住創業の推進

■ 移住創業希望者の掘り起こしときめ細かな支援により、県外から創業人材を呼び込み、定着を図る移住創業を促進



34 ふるさと納税の推進

■ ふるさと納税を活用した関係人口[※]の拡大

- 本県の特産品や自然、文化を感じられる魅力的な返礼品を活用することにより、ふるさと納税をきっかけとした本県への新たな人の流れの創出・拡大
- ふるさと納税ポータルサイト[※]との連携等により、寄附者の属性や関心に応じた情報発信を行うなど、デジタル技術を活用した情報発信の強化
- 企業版ふるさと納税について、県の課題や取組を企業に対し分かりやすく提示すること等による制度活用促進

※関係人口：移住した「定住人口」でもなく、観光にきた「交流人口」でもない、地域や地域の人々と多様に関わる者のこと。

※ふるさと納税ポータルサイト：ふるさと納税に関する様々な情報への入り口となるウェブサイトのこと。



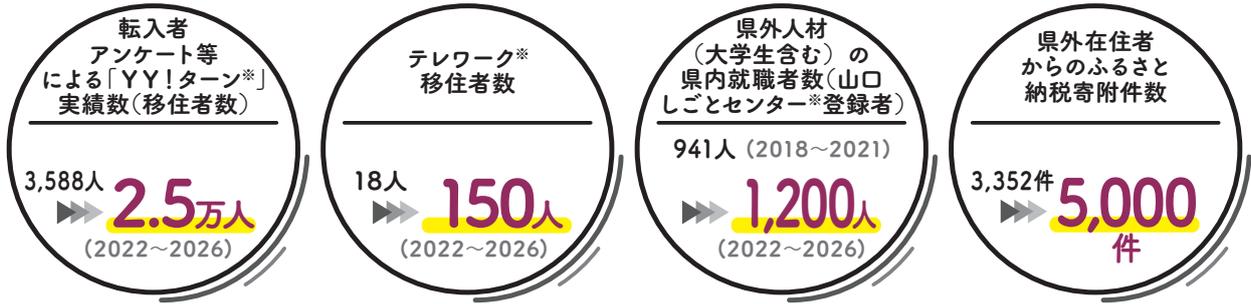
ふるさと納税

つながる。やまぐち応援寄付金



ふるさと納税の推進

4 成果指標



※YY!ターン：「やまぐち」のYと「ワイワイ楽しい暮らし」のYを組み合わせた、山口県への移住を表す言葉として使用しているキャッチフレーズのこと。

※テレワーク：情報通信技術を活用した、時間や場所に捉われない柔軟な働き方のこと。

※山口しごとセンター：全年齢の求職者及びUJIターン希望者を対象に、個別就職相談・情報提供・職業紹介等の支援を一貫して行うために、県が設置しているワンストップサービスセンターのこと。

5 関連する県の計画

- 山口県中山間地域づくりビジョン
- 新たな労働計画
- やまぐち農林水産業振興計画

6 県民等に期待する役割

県民	●移住者に対する相談や助言など、各地域への円滑な移住・定住に向けた取組を行う。
市町	●地域住民をはじめ、県や関係団体等と連携しながら、地域への移住・定住を促進する。
企業・団体等	●県外人材の就職や農林漁業への移住就業による人材の受入を積極的に行い、移住・定住を促進する。

