

佐賀県国際ビジョン ～ Excellent SAGA ～ ①

国際展開の目的

国際展開によって、「人を大切に、世界に誇れる佐賀づくり」の実現に資する。

ビジョンの位置づけ

佐賀県総合計画2015における将来（2025年）の姿を見据えたうえで、2018年の明治維新150年を経て、2020年の東京オリンピック・パラリンピックを迎えるに当たり、目的に向け、佐賀県の各分野が共通の方向性を持って国際展開に取り組むためのもの。

これまでの成果と課題

これまで、地域と地域、人と人など様々な分野での交流が基盤であるという前提のもと、

- ・ 観光客誘致（その基盤の九州国際佐賀空港の国際線拡充）
- ・ 佐賀牛、有田焼などの県産品輸出促進と企業の海外展開支援
- ・ 多文化共生の地域づくりやグローバルな視野を持つ人材の育成

などに取り組んだ結果、観光客数の増加、県産品の輸出の増加、県内に住む外国人住民の増加などの成果がみられた。

一方、世界では更なるグローバル化が進展し、世界中で人、モノ、情報の行き来が盛んになり、海外と接することが日常となっている。

そうした中、これまでの取組の成果を踏まえ、更に発展進化させ、「世界に誇れる佐賀づくり」を実現するためには、幕末維新期の「志」を受け継ぎ、世界基準でものごとを考え、海外の視点や技術等を取り入れ、更なる佐賀の魅力向上を図り、加えて、その魅力を世界へ発信していくことが必要となっている。

これからの取組の基本姿勢

「人を大切に、世界に誇れる佐賀づくり」を実現するため、150年を迎える幕末維新期の「志」を受け継ぎ、次の基本姿勢を持って国際展開を図る。

◆「創造的豊かさ」による佐賀の魅力向上

- ・幕末の佐賀は、藩主自らがオランダ船に乗り込むなど、西洋の科学技術等を精力的に受け入れ、佐賀が持つ人材と資源を活用し、最先端のものを生み出していった。
- ・このようなことを成し得たのは、当時の佐賀人が、進取の精神によって異国の文化や技術等を受け入れ、受け入れたものと佐賀独自のものとを組み合わせ、より優れたものを生み出していく、言わば「創造的豊かさ」を持ち合わせたことにある。
- ・これからのグローバル社会においては、このような「志」を受け継ぎ、海外の文化、視点、発想、考え方、技術等との接触によって、県民一人ひとりが「創造的豊かさ」を養い、佐賀の本物に磨きをかけ、新しい「佐賀らしさ」を生み出し、佐賀の魅力向上につなげていく。

◆佐賀の魅力の総合展開

- ・「観光」「物産」「食」など、複数の取組がバランスよく連携した佐賀の魅力づくりと発信を行うことで、佐賀への注目を増す。
- ・佐賀への注目の拡大は、県民の佐賀への誇りと愛着の深まりにつながり、より佐賀県の魅力向上につながっていく。
- ・また、佐賀の魅力が「人」にあることにも留意する。

◆相互理解とWin-Winの関係づくり

- ・お互いが相手のことを知り、価値観を認めあう「相互理解」の意識を高め、日本人と外国人がともに住みやすい「多文化共生」の地域づくりにつなげていく。
- ・海外との連携・交流については、お互いの特長を提供・補完しあい、双方にとって有益な関係を構築していく。

佐賀県国際ビジョン ～ Excellent SAGA ～ ③

■ 目的 ■

幕末維新时期に世界を見据えた「志」を受け継ぎ、刻々と変化する国際情勢を的確にとらえ、「創造的豊かさ」を持って、佐賀にある本物の資源に磨きをかけ、世界基準でものごとを考え、あらゆる機会を有効に活用しながら、「人を大切に、世界に誇れる佐賀づくり」を目指す。

■ 基本姿勢 ■

これまでの取組の成果を踏まえ、更に発展進化させるため、次の基本姿勢を持って、国際展開を図る。

「創造的豊かさ」による佐賀の魅力向上

佐賀の魅力の総合展開

相互理解とWin-Winの関係づくり

■ 考え方 ■

(海外の視点・発想等を取り入れた)
新たな佐賀の「**魅力づくり**」

- ◇ 海外の文化、視点、発想、考え方、技術等に触れることによる新たな発想の獲得や、それを取り入れた商品開発など、佐賀の本物の磨きあげや再発見による新たな魅力づくり。
- ◇ 佐賀を訪れる人の目的や嗜好にあわせ、複数の佐賀の魅力を組み合わせた提供。
- ◇ 海外からの評価を得ることを通じた佐賀への誇りと自信の醸成による自発的な魅力の創出。

(佐賀の魅力を効果的に伝える)
総合的・柔軟な「**海外展開**」

- ◇ 展開先の特性を理解し、現地の嗜好にあわせたプロモーションや商品販売などの現地展開。
- ◇ 空港路線、ロケ誘致や農産物輸出など、相手先に向けた適切な分野の組み合わせと、適切なタイミングでのプロモーション。
- ◇ 佐賀の魅力を組み合わせた、ストーリーのある情報発信。
- ◇ 佐賀の魅力を生み出す「人」による高い共感を呼ぶ情報発信とコミュニケーションの創出。
- ◇ 民間、県の取組のPR。

(人・モノ・情報が行き来する)
国際展開の「**基盤づくり**」

- (人的基盤)
 - ◇ 国際感覚をもつ人材づくり
 - ◇ 多文化共生の地域づくり
 - ◇ 外国人が活躍できる地域づくり
 - ◇ 相手先とのWin-Winの関係づくり・信頼関係づくり
- (施設等基盤)
 - ◇ アジアへの拠点として優位な地理的条件を生かした交流拡大のための施設基盤づくり(空港・港湾充実等)
 - ◇ 多言語化等コミュニケーションの基盤づくり

- ・「国際戦略本部会議」や庁内会議等を活用し、共通の基本姿勢、考え方によって、各施策分野が連携した効果的な国際展開を行う。
- ・民間の取組と情報共有・連携をしながら、効果的な事業実施を行う。