



A 2 高付加価値化による消費単価の向上

経済再生

●付加価値の高いコンテンツの造成

長崎の食文化のブラッシュアップと種類が豊富で新鮮な「さかな」を活かしたすしなど、食と観光のコンテンツ化により、稼ぎにつながる高付加価値化を図ります！

食・観光高付加価値化事業費

「食」を起点とする観光の消費拡大が期待できる国・地域ごとの顧客層のニーズを特定する調査を実施し、長崎ならではの「卓袱」「魚」をはじめとした、食の高付加価値化に官民一体で取り組む機運醸成を図り、「食×観光」のコンテンツ造成や磨き上げに係るプロモーション戦略を策定します。

「食×観光」ニーズ調査

- 「食」を起点とした来島が期待できる県外居住者及び外国人観光客を対象に、食材や提供方法などに関するニーズ調査を行います。

「食×観光」コンテンツの造成

- ニーズに応じたコンテンツ造成や磨き上げによる「食」の高付加価値化、ひいては観光客の獲得へつなげるため、専門家を交え、市内飲食事業者の機運醸成を図りながら、「食×観光」のコンテンツを造成します。

「食×観光」プロモーション戦略策定

- 長崎ならではの「食×観光」コンテンツのプロモーション戦略を策定します。



●長崎の魚の魅力発信と拠点づくり

さしみシティ推進事業費

長崎の魚を起点とした更なる交流人口拡大、観光消費額向上を意識した情報発信や、長崎の魚がシビックプライドとなるよう、地元スーパー・マーケット等と連携した長崎の魚の認知度向上・消費拡大を目的としたキャンペーンを実施します。

さしみシティのPR

【「観光客向け」の取組み】

- さしみシティガイドブックの作成
- 公共交通機関での広告
- Instagramでの情報発信

〔域外インフルエンサーとの連携、ふるさと納税を意識した加工品紹介等〕

【「市民向け」の取組み】

- スーパー・マーケットと連携した消費拡大キャンペーンの実施



さしみシティプロジェクト認定制度

- 認定を契機に市の事業と認定プロジェクトの連携を強化し、官民連携で長崎の魚の認知度向上や消費拡大により効果的な事業を展開します。



認定第18号(握りのはやし)