議事（2）商工観光労働部の主な取組について

資料2

①賃上げの持続化に向けた支援

②副業・兼業の促進

③男性の育児休業取得の推進

④AIを活用した課題解決支援

⑤スタートアップ支援

⑥製造業の振興

⑦再生可能エネルギーの導入促進

⑧県産品の海外販路開拓

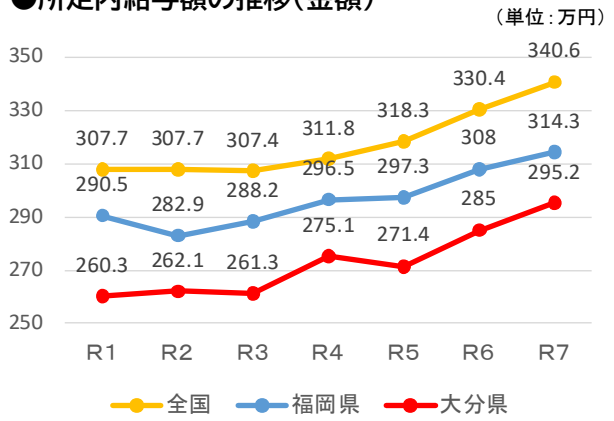
⑨観光消費額の拡大

①賃上げの持続化に向けた支援

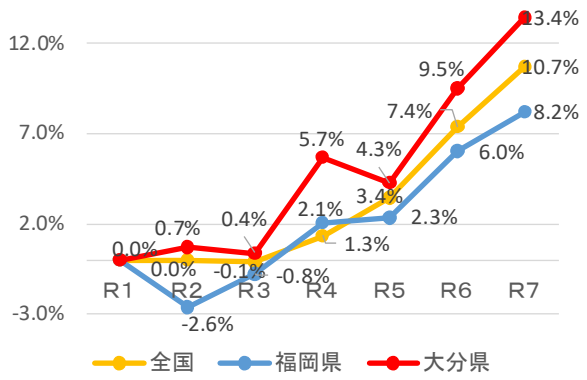
1 現状・課題

九州内で現金給与額が最も高い福岡県と大分県について、所定内給与額の推移を比較したもの 出典：令和1～7年賃金構造基本統計調査

●所定内給与額の推移（金額）



●所定内給与額のR1年度からの伸び率



データから見える賃金上昇の特徴

1. 全体的な傾向（全国）
・R4以降で明確な上昇傾向を示しており、R7でR1+10.7%と大きく賃金が上昇

2. 福岡県の傾向
・給与額は、全国よりは低いが、大分県と比べると高い水準
・着実に上昇してはいるものの、伸び率（+8.2%）は全国平均（+10.7%）を下回っており、全国との差がやや開いている。

3. 大分県の傾向
・金額は全国、福岡県より低いものの、R4以降は（R5に前年度の反動減が見られるも）高い伸びを見せており、R7時点では+13.4%と、全国や福岡県を大きく上回っている。

2 現在の取組

賃上げ支援

大分県物価高騰対応業務改善奨励金（R3年度～）
・生産性向上による持続的な賃上げの実現を図るため、国の業務改善助成金の採択を受けた中小企業等が行う設備投資等に対し、県独自の上乗せ支援を実施。
（R8年度の拡充内容）
通常枠 補助率 1/2→2/3 限度額 75万円→140万円又 は国助成額の低い方
重点枠 補助率 2/3→9/10 限度額 100万円→180万円 又は国助成額の低い方
事業者の負担割合 ※最も低くなる場合（国助成率4/5の場合）
15分の1（1/5×1/3）→50分の1（1/5×1/10）

「賃上げ枠」の設定（R5年度～）
・従業員の賃金を引き上げる事業者への補助金において、通常枠よりも補助率や補助上限額を引き上げる「賃上げ枠」を設定し、積極的な賃上げに取り組む企業を手厚く支援。R8年度は12事業から29事業に拡大。

大分県政労使会議
・3回目となる大分県政労使会議（地方版政労使会議）をR8年1月に開催
・県経済の好循環の実現のため、生産性の向上と労務費を含めた適切な価格転嫁に取り組み、企業の力を高め持続的な賃上げをめざすとした「共同メッセージ」を採択

価格転嫁の円滑化

パートナーシップ構築宣言
（制度概要）
・国が推進する制度で、サプライチェーン全体の付加価値向上、大企業と中小企業の共存共栄を目指し、「発注者」側の立場から「代表権のある者の名前」で宣言するもの。
・宣言企業は「ロゴマーク」が使用できる他、国では対象の補助金の加点措置や税制の適用等の優遇措置が受けられる。
（大分県の取組）
・「経営革新加速化支援事業費補助金」や「エコエネルギーチャレンジ支援事業費補助金」など、商工観光労働部所管の12補助金において加点措置を導入。
（宣言企業数）
・県内企業の宣言数 746社（R8.10.22日現在）

価格転嫁セミナー
価格交渉促進月間（9月,3月）にあわせて,価格転嫁や取適法をテーマとしたセミナーを開催。
（R8開催状況）
・第1回価格転嫁セミナー@佐伯市（R8.8） ・第2回価格転嫁セミナー@日田市（R8.8）
・第3回価格転嫁セミナー@杵築市（R8.11） ・第4回価格転嫁セミナー@大分市（R8.12）



①賃上げの持続化に向けた支援

論　点

全国を上回る高い伸び率を一過性に終わらせず、持続的な賃上げを実現するために、県が取り組むべきことは何か。

（例）

・県の賃上げ支援施策について、活用事例動画や支援額を試算できるシミュレーションシートを作成し、ＳＮＳ等で幅広く発信することで、企業の状況に応じたきめ細かな支援を強化する。

②副業・兼業の促進

1　現状・課題

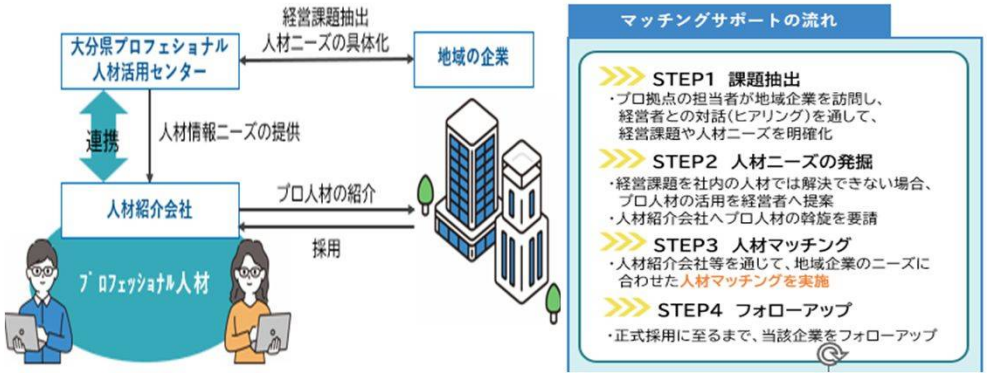
・人口減少が進む中、様々な産業や分野で人材不足が深刻化している。
・副業・兼業のマッチング件数は年々増加（R5 4件、R6 15件、R7 27件）
・県内企業の人材不足の解消に向けて、プロフェッショナル人材（副業・兼業人材）の活用を強化する。

2　現在の取組

副業・兼業人材の活用促進

◆ 大分県副業・兼業人材活用促進事業費補助金

大分県プロフェッショナル人材活用センターを通して、初めて、プロフェッショナル人材（副業兼業）を活用した県内企業に対し経費の一部を補助することにより、人材確保の取組を支援



区分	内　　容
補助上限・補助率	8/10以内　50万円
対象経費	副業・兼業人材活用に係る以下の費用 (1)民間人材ビジネス事業者へ支払う人材紹介手数料 (2)副業・兼業人材への報酬 (3)副業・兼業人材の交通費・宿泊費

取組

◆ 県・人材紹介会社3社とのMOU 6/24

県内で実績のある3社と連携協定を締結



◆ OITAしごと未来サミット 8/28

副業兼業の制度のメリットを県内企業へ広く周知・理解促進
活用メリット等への理解を深めた。



◆ マッチング交流会 9～11月

県内企業と副業兼業人材とのマッチングを図る。

今後の方向性

- 初回補助金の拡大
- モデル企業の創出に向けた機運醸成と戦略的な企業発掘
- 活用企業の裾野拡大のための情報発信強化
- 副業・兼業人材活用事例の発信



②副業・兼業の促進

論　点

県内企業の副業・兼業人材受入れを促進するために、
県内企業への周知に当たっての工夫するべき点や、その他
取り組むべき施策は、どのようなものがあるか。

（例）

・鳥取県の「週1副社長」のように、都市部等の人材が副業・兼業で県内企業の経営課題の解決に参画する仕組みなど



③男性の育児休業取得の推進

１　現状・課題

・令和７年度における男性の育児休業取得率は４２％で、大分県長期総合計画「安心・元気・未来創造ビジョン２０２４」に掲げる目標値５０％を下回った。

・県内の民間事業者への調査によると、男性の育児休業が進まない主な理由としては、「代替要員の確保が困難」が最も多く、次いで「周囲の負担が増加するなど、業務に影響が出るため対象者が取得を望まない」となっており、育児と仕事の両立を支える職場環境の構築が十分に進んでいないことが課題と認識

２　現在の取組

助成金

男性の育児休業取得促進助成金（令和８年度に制度を拡充）

・男性育休取得促進に取り組んだ中小企業等事業者に対し、助成金を１事業者あたり最大100万円、取得者１人あたり最大50万円交付

		令和7年度	令和8年度
対象事業者		資本額または出資金が3億円以下、または常時雇用する従業員が300人以下の法人または個人事業主	
助成金額		取得者1人目　5万円 2人目以降　3万円	**取得者1人目　10万円** up! 2人目以降　3万円
加算額	同僚応援手当または代替要員雇用加算	-	**実支出額** new! **または20万円** **（少ない方）**
	30日以上取得加算	3万円	**10万円** up!
	小規模事業所加算	-	**10万円** new!

意識醸成・理解促進

「おおいた働き方改革」推進優良企業表彰、トップセミナー

・優れた成果が認められる企業を「おおいた働き方改革」推進優良企業として表彰

・企業経営者等を対象にしたトップセミナーを開催し、働き方改革・生産性向上に関する取組事例を紹介



認証制度

・仕事と育児が両立できる職場環境づくり等に取り組む企業を「おおいた子育て応援団」として認証

・男性の２週間以上の育休取得を推進する企業を「イクドリ！宣言」企業として認証

new!

男性の育児休業取得事例紹介動画

・優良企業の取組を事例紹介動画として制作し、ＳＮＳ等により広く周知

「おおいた子育て応援団」認証マーク



③男性の育児休業取得の推進

論　点

１.中小企業における男性の育児休業取得促進のためには、どのような支援が必要か。

２.既存の助成金制度の改善点や、セミナー等県の施策の効果的な周知方法については、どのような方法が考えられるか。

（例）
・男性育休の取得を促進する企業に対し、専門家を派遣し、業務引継ぎ体制の構築や就業規則の見直し等への伴走支援を行う（長野県の取組）

④AIを活用した課題解決支援

1 現状・課題

- 県内事業者のDXの取組状況は、**53.4%が文書の電子化・ペーパーレス化に取り組んでいる**が、データの戦略的活用やデジタルマーケティングといった**「攻めのDX」に取り組む事業者は10%前後と低調**（「2026年 春の500社訪問」より）
- おおいたAIテクノロジーセンターによる県内事業者のAI活用事例を分析したところ、知覚AI活用は44%、生成AI活用は33%。**AIエージェントやフィジカルAIといった先進的な取組は、3%以下**にとどまる

2 現在の取組

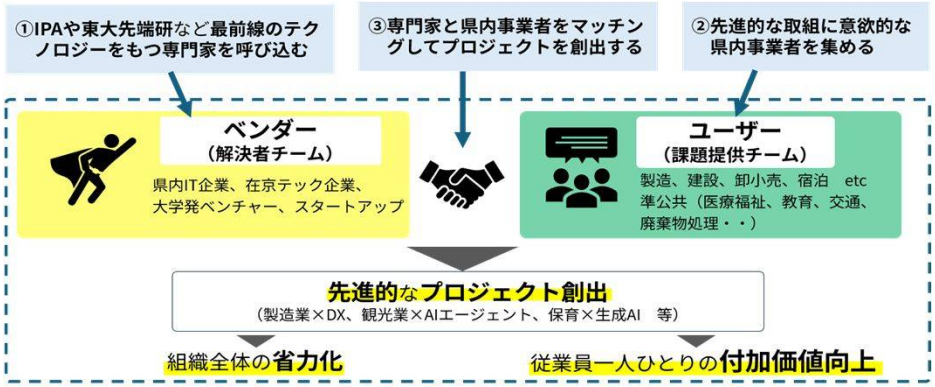
方向性

- 人口減少による**人手不足**と物価高に伴う**賃上げ**に対応するため、**デジタルやAI**といった先端情報技術を活用
- **組織の省力化**と**従業員1人ひとりの付加価値向上**を図ることで、**「人とAIが協働する次世代の組織づくり」**を目指す



DAIBの発足

- 課題を持つユーザー会員とソリューションを持つベンダー会員のマッチングを行う組織**「デジタル&AIイノベーションブリッジ」（DAIB）**を7月に発足



実施体制



活 動

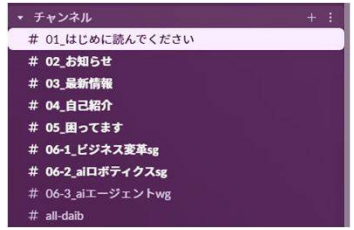
①スタディ/ワーキンググループによる活動

ツール活用の可能性を探るスタディグループ（SG）と、ツール活用プロジェクトを進めていくワーキンググループ（WG）に分け、会員は各グループでのセミナーやワークショップ等に参加

ビジネスモデル変革SG	AIロボティクスSG	AIエージェントWG
DXの促進に向け、IPA等を講師としたセミナー、ワークショップ等を開催	AIロボティクスの県内での活用可能性を探る勉強会を開催	企業の課題に対してエージェントの導入プロジェクトを創出

②コミュニケーションツールを活用したコミュニティ運営

会員間の情報交換や最新技術の動向のキャッチアップ、自己紹介などを通じてDAIB活動の活性化を図る





④AIを活用した課題解決支援

論　点

1. DXの推進に不可欠となりつつあるAIの活用が有効な中小企業の課題は何か。

2. 中小企業の課題解決に向けて、DAIBが果たすべき役割や備える機能は何か。

（例）
・中小企業の課題や関心分野に応じた新たなワーキンググループを設置

⑤スタートアップ支援

1 現状・課題

- 「おおいたｽﾀｰﾄｱｯﾌﾟｾﾝﾀｰ」を中心とした創業相談、ﾋﾞｼﾞﾈｽﾌﾟﾗﾝｺﾝﾃｽﾄ(OITAｾﾞﾛｲﾁ)等の支援により、創業支援の基盤を構築
- 一方、支援事業が単発で完結しており、成長段階(ｽﾃｰｼﾞ)に応じた切れ目ない支援導線が不足
- 挑戦者同士が日常的につながるコミュニティや、県内関係機関・県外VC・先進拠点と繋がる常設的な仕組み・拠点が必要

2 現在の取組

推進体制

H27年度に「おおいたスタートアップセンター」を設置
創業相談のワンストップ拠点として県と両輪で施策を推進

- (公財)大分県産業創造機構内に設置
- センター長1名、コーディネーター3名体制
- 創業相談やセミナー開催など累計1万人以上の相談に対応

(創業支援件数)

H29	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7
571	599	591	626	560	643	698	720	702

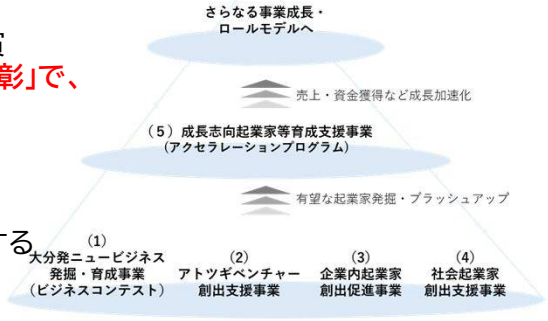
創業・スタートアップ支援体系

事例1 ㈱MGワークス

- ロボットやクレーン等プラント工場の稼働に必要な減速機の修理・再生事業。高い知識と技術力を有し、解体から製作までワンストップで対応できるサービスを構築。
- R5OITAゼロイチ県知事賞受賞
- R6「九州ニュービジネス大賞表彰」で、県内企業初となる大賞を受賞。

事例2 ㈲育葉産業

- ミツバ農家の後継ぎとして、有機水耕栽培の開発普及に関するビジネスプランでR6アトツギ甲子園優秀賞(全国3位/189)



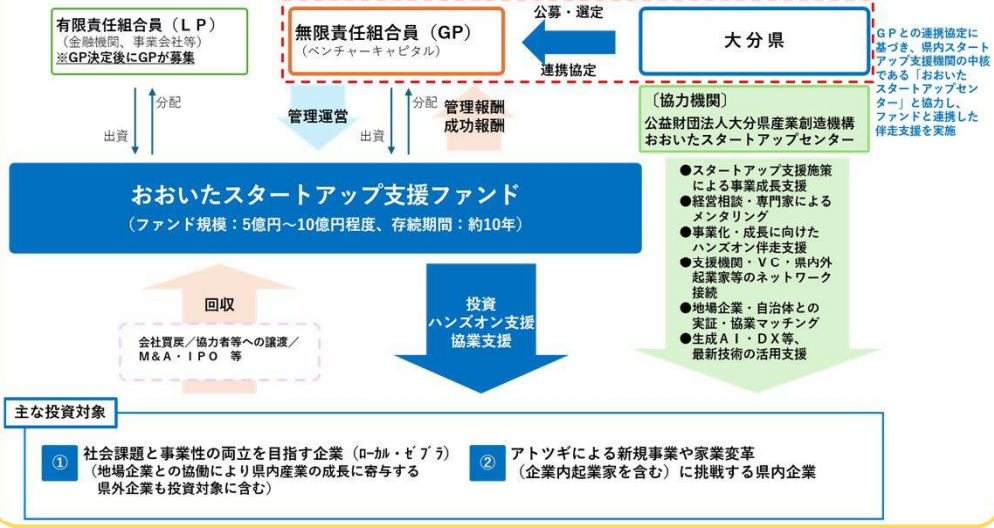
今年度の取組

■東京、福岡等との連携強化

・東京(渋谷QWS:12/18)、福岡(CIC FUKUOKA:11/12)にて大分のスタートアップとそれぞれの都市をハブとした国内外の投資家やスタートアップ企業、大学等とのマッチングイベントを開催予定

■おおいたスタートアップ支援ファンド(仮称)の組成

・民間からの資金集めや投資判断、伴走支援等の専門性を有する運営会社(GP)を公募。県内外の多彩な挑戦者を支えるファンドを令和8年度内の組成予定



⑤スタートアップ支援

論　点

1. 成長志向のスタートアップを継続的に生み出し、事業の成長を支えていくためには、どのような支援の仕組みや連携体制が必要か。

2. 都市部等のスタートアップを本県に呼び込み、県内企業・自治体等との協業や実証を、継続的に展開するためには、何が必要か。

（例）
県内を実証フィールドとして提供し、県外・海外のスタートアップと県内企業・自治体等をつなぐ仕組みを創設

⑥製造業の振興　～今後10年を見据えた製造業政策の方向性～

1　現状・課題

1.大分県の製造業の歩み

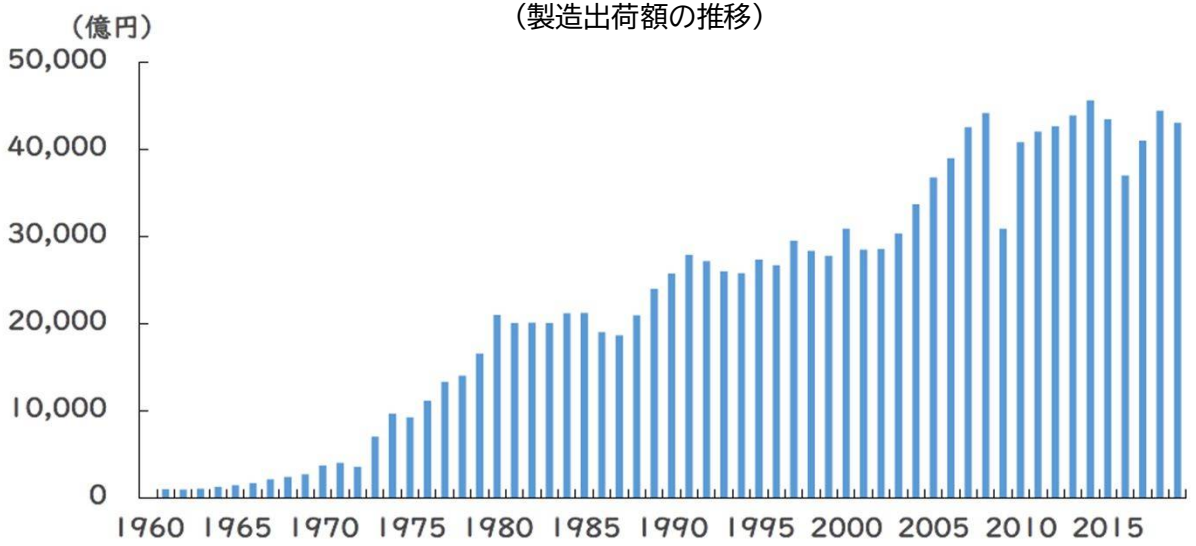
大分県のものづくり産業は、様々な産業の集積を経て、集積が集積を呼び大きく成長してきた。

1964年　新産業都市指定
昭和39年新産業都市指定。臨海部に大規模工業集積が形成
1964年:九州石油大分製油所操業開始
1969年:大分コンビナート稼働
1970～72年:東芝、新日鐵が進出
⇒ **素材型産業が集積**

1984年:テクノポリス指定
テクノポリス開発計画承認。
東芝、キヤノン、ソニー、NECなどの電子・電機関連企業が集積
⇒ **電子・電機産業が集積**

2003年以降:大型立地・設備投資
2004年ダイハツ九州(中津)工場操業開始
自動車一次サプライヤなどが集積
キヤノン、新日鐵、東芝などの大型投資・設備投資
⇒ **自動車産業の集積等**

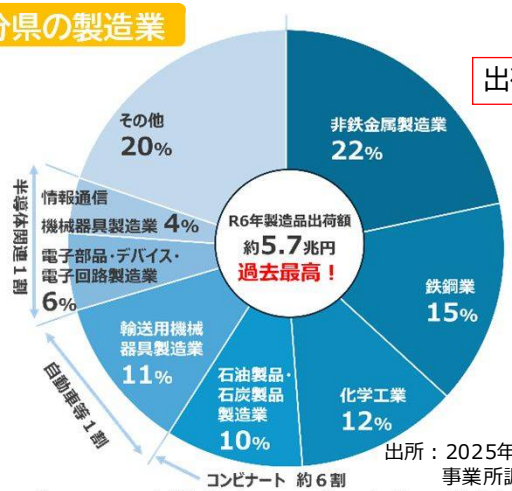
（製造出荷額の推移）



（出典）大分県工業統計調査

2.現在の大分県の製造業

出荷額は九州2位



出所：2025年経済構造実態調査　製造業事業所調査（地域別統計表データ）

大分県は、世界トップレベルの企業がバランスよく立地し、地場企業と共存しながら、レベルの高い産業集積を形成し、日本のものづくり産業の縮図と言われている。

3.これまでの産業政策の振り返り

【歩み】大規模投資・企業誘致による産業集積
・鉄鋼・石油化学・造船・自動車・半導体・食品等の企業立地・設備投資が進展し県経済の成長を牽引。

【直面する課題・変化】ものづくりを取り巻く環境が大きく変化
・人口減少・人手不足、エネルギーコスト上昇、脱炭素化、サプライチェーン再構築など、製造業を取り巻く環境が変化。
・かつての新産業都市期のような大規模投資も限定的。

【今後】持続的な成長に向けた取組が必要
・これまで築いてきた産業集積を活かしながら、「県内企業の成長」と「新たな産業分野への展開」を一体的に進め、持続的な成長につなげていく。

参 考:新たな産業分野への展開事例

佐賀県「コスメティック構想」
佐賀県を「アジアーのコスメ産業の拠点」とすることを目指し、約10年にわたり、佐賀ならではのクラスター形成を推進。現在では、企業の集積や事業展開が進み、産業として大きく動き始めている。



⑥製造業の振興　～今後10年を見据えた製造業政策の方向性～

論　点

「今後10年を見据えた製造業政策の方向性」として、これまでの産業集積や取組を踏まえ、県内企業が既存分野での成長や、新たな産業分野への展開を進めていくために、県としてどのような取組を進めるべきか。

⑦再生可能エネルギーの導入促進

1 現状・課題

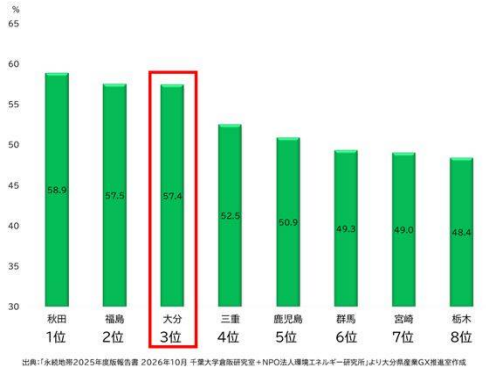
- 本県の「再生可能エネルギー自給率」は全国３位（産業部門を除く ※各都道府県で産業構造にばらつきがあるため）
- 地熱や小水力などの導入も進んでおり、太陽光だけに偏重しないバランスのよい構成となっている
- 広大な土地や地域の資源を活用する再生可能エネルギーの導入に向けては、地域と共生した取組が必要不可欠

2 現在の取組

再生可能エネルギーの導入状況

◆大分県は、日本一の発電量を誇る地熱をはじめとし、多様な再生可能エネルギーが導入されている

◆再生可能エネルギー自給率（産業部門を除く）は全国３位でトップクラス



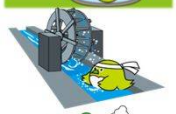
出典：「永続地帯2025年度版報告書 2026年10月 千葉大学倉阪研究室＋NPO法人環境エネルギー研究所」より大分県産業GX推進室作成



■太陽光発電
2012年に導入された固定価格買取制度（FIT）により県内では180か所のメガソーラー(出力1,000kW以上)が稼働中



■地熱発電
日本最大の八丁原発電所をはじめ、県内で６か所の発電所が稼働中（出力1,000kW以上の発電所）



■小水力発電
農業用水路（土地改良区）をはじめ、県内で約２０か所の発電所が稼働中（出力1,000kW以下）



■バイオマス発電
県産材や輸入PKSを原料とした発電所が県内５か所で稼働中（清掃センターなどのバイオマス発電を除く）

★地熱利用
愛彩ファーム九重：温泉熱を利用したパプリカ・トマト・イチゴ栽培
久大林産㈱：温泉熱を利用した少花粉スギの苗を育苗
オット・エ・セッテ：温泉の蒸気を使用した地獄蒸し料理を提供

現在の取組

■再エネを用いたビジネス展開、地産地消の取組を支援

- 大分県エネルギー産業企業会の活動を通じて、エネルギー産業の育成や中小企業のビジネス展開を総合的に支援
- 「エコエネルギーチャレンジ支援事業」では、地域で発電した再エネ電力を地域で消費する「エネルギーの地産地消」に向けた取組等を支援


姫島エコツーリズム


パラオにおける実証


湯平における取組

■再生可能エネルギーに関する普及啓発

◆再生可能エネルギーの導入拡大に向けては地域との共生が前提
◆地熱発電やエコエネルギー（再エネや水素等）に対する県民への理解促進に繋がる取組を実施

※エコエネルギーに関しては、12/5(土)に大分市のGarraway0(祝祭の広場隣)にて普及啓発イベントを開催予定





⑦再生可能エネルギーの導入促進

論　点

「地域との共生」を前提とした再生可能エネルギーの導入拡大に向けてどのような取組が必要か。

（例：事業者向け）
地熱や小水力といった再生可能エネルギーの地域内利用や地元事業者等との共同出資による売電収入の地域内循環など、地域に裨益する再生可能エネルギー導入事業を実施

（例：県民向け）
・再生可能エネルギーの普及啓発イベントの実施



⑧県産品の海外販路開拓

1 現状・課題

- R7年 県産加工食品の輸出額：24.5億円（前年比＋14億円 中国向けを中心に増） ※参考：R7年農林水産物全体の輸出額 59億円
- 国内市場の縮小に伴い海外展開の重要性が増す一方、国内外の産地とのシェア獲得競争が激化
- 既存市場の深化を図りつつ、更なる輸出拡大に向けた「新たな切り口での支援」や「新市場への挑戦」が必要

2 現在の取組

現地プロモーション・国際見本市出展等

県海外戦略に定める重点国（米国・台湾・中国）を中心とした販売促進活動

1 現地プロモーション
(1)米国（R8.11月中旬）
・県プロモーションと連携してロサンゼルスで実施
・会場：日系スーパー、和食レストラン等
・内容：加工食品・県産酒フェア、和食店での特別メニュー提供
　　加工食品8社、酒蔵4社の商品を出展予定
(2)台湾（R8.10.2～3）
・県プロモーションと連携して台北市で実施
・会場：新光三越（県酒造組合と連携）
・内容：県産酒・越境ECサイトプロモーション
　　酒蔵7～8社の商品及び越境ECサイトで購入可能な加工食品等を出展予定

2 国際見本市出展（大分ブースでの出展）
・FOOD TAIPEI（台湾／R8.6.24～27）
　5社出展（商談継続中）
・FHC上海（中国／R8.11.10～12）
　4社出展予定
・FOODEX JAPAN 2027（東京／R9.3.10～13）

3 上海事務所・上海領事館との連携（中国／R9.1月予定）
・県産酒プロモーションイベントの開催

事業者支援・関係機関との連携

県内事業者のニーズに対応した海外展開支援と専門機関との連携

1 【輸出挑戦支援】県産加工食品海外サポート事業費補助金
・県産加工食品等の海外販路開拓への支援
　加工食品・酒類に加えて工芸品を対象に追加（R8～）
　展示会出展費、旅費等の経費助成（補助率1/2、上限30万円）
・R8 申請16件（（R8.8.31時点）

2 【商談機会創出】海外バイヤー招聘商談会（R9.2予定）
　現地での販路開拓が難しい県内事業者に対し、商談機会を提供
・R7実績：海外バイヤー9社、県内37社が参加
　　141件の商談を実施。成約11件

3 【情報提供・コンソーシアム】Oita食輸出コンソーシアム
・ジェトロ等13の支援機関が連携して切れ目のない支援を行う組織。
　情報交換、商社・専門家によるセミナー及び個別相談会を実施
・R8 上海・中国市場の最新トレンドセミナー＆個別相談（R8.7.29）

4 【関係機関連携】JETRO大分及び上海事務所との連携
(1)JETRO
・「日台パートナーシップ強化セミナーin大分」＆個別相談会（R8.8.25）
・重点国（米国・台湾・中国）以外の市場調査・情報収集
(2)上海事務所
・現地商社・日系商社と連携した販路開拓



⑧県産品の海外販路開拓

論　点

海外での産地間競争を勝ち抜き、販路開拓を進めるために
どのような取り組みが必要か

（例）
米国・台湾以外の新市場開拓に向けたプロモーション及び
海外展開に取り組む事業者への支援

⑨観光消費額の拡大

1 現状・課題

- 訪日外国人旅行者の観光消費額（443億円）が九州2位である一方、一人当たり消費単価（3.2万円）は九州最下位
  消費の内訳をみると宿泊費・飲食費・買い物代が九州最下位。平均宿泊日数は日本人1.19泊で九州最下位、外国人1.26泊で九州6位
- 宿泊者数の夏季（6・7・9月）の落ち込み（R7　夏季：576千人/月　年間：677千人/月）
- デジタル中心の情報収集（訪日外国人は、SNS43.3%、動画サイト39.6%、個人ブログ23.9%
  国内旅行者は、インターネット検索エンジン63.5%、宿泊予約サイト31.1%、SNS・動画サイト26%）

⇓

- 市場特性に応じた戦略的誘客と受入環境整備による、観光消費の拡大、滞在の促進が必要
- デジタル技術の進展により、データに基づく効果的な情報発信や、生成AI等を活用した新たな誘客手法への対応が必要

2 現在の取組

1 選択と集中による戦略的な誘客

(1)国内
【to B】①県及び県内市町村等が連携した商談会及び意見交換会の実施
【to C】①熱海駅前での温泉プロモーションイベントの実施
別府市・由布市と連携、参加者1,753名
②在京メディア(東京MX)と連携した温泉番組の制作・配信
③データを活用した情報発信の強化

(2)海外(韓国、中国、香港、台湾、タイ、欧州、豪州、米国)
①戦略ﾊﾟｰﾄﾅｰを活用した誘客対策
・各市場に精通した旅行会社等を戦略パートナーとして配置
・主な取組　県単独商談会・ｾﾐﾅｰ開催、旅行博出展、旅行会社招請等
②SNS等を活用した海外への情報発信
・Instagram (英)+Facebook(英・繁・タイ)フォロワー 17.4万人
・Weibo,Wechat,Red(簡)フォロワー 31.9万人　等

(3)涼しいおおいた(夏季の誘客促進)
①ガイドブック「NATURE COOL OITA」等を活用した情報発信
・ガイドブックや公式SNS等で、涼しいスポットを国内外に紹介
・Vtuber「白銀ノエルさん」と連携し、YouTubeで大分の魅力を発信
②観光関連施設クールスポット創出事業費補助金
・観光施設における暑さを軽減する設備導入等に対する支援(21件)

2 地域素材の磨き上げ

(1)観光コンテンツの高付加価値化
・観光コンテンツの磨き上げを図るための県内観光事業者等向けセミナー及び商談会の開催
・高付加価値パッケージ商品の企画・開発・販売
(2)観光地域づくり共創事業
・県内周遊による長期滞在と観光消費の拡大を図るため、地域の観光資源を活かした複数市町村をまたぐ旅行商品の造成等を支援

3 データマーケティングの推進

(1)「おおいた観光データカタログ」の構築
・観光庁統計やSNS閲覧履歴等を自動集計・グラフ化し、webで公開
(2)専門人材による研修
・各地域の人材育成を図るため、観光庁登録専門家3名による研修会を実施(延べ157名が参加)

4 観光推進体制の強化

(1)ツーリズムおおいたの体制強化
・データマーケティングや地域マネジメント等の専門的機能を強化
・オフィスを県庁内に移転し、官民の連携を強化
(2)宿泊税の導入
・持続可能な観光地域づくりを推進するための安定財源を確保

⑨観光消費額の拡大

論　点

観光消費額を拡大するために、どのような取り組みが必要か

①消費単価を上げるための取り組み

②宿泊日数を伸ばすための取り組み

（例）
・早朝・夜間を含む、滞在時間を延ばす観光コンテンツの造成
・酒蔵や食品工場等の観光スポット化の推進