

第2次

山形県国際戦略（仮称）

〈中間とりまとめ案〉

令和 年 月
山 形 県

目 次

I	本戦略の策定趣旨	1
1	趣 旨	1
2	戦略の位置づけ	1
3	計画の期間	1
II	現状と課題	2
1	国際交流の拡大	2
2	県内企業の海外取引の拡大・国際物流の推進	6
3	市場特性に応じた観光誘客の拡大	10
	【参考】山形県国際戦略の目標指標に対する進捗状況	14
III	目指す姿と基本目標	15
1	目指す姿	15
2	基本目標	15
	目標指標一覧	16
IV	取組みの基本方向	17
1	世界とつながる環境づくりの促進	17
2	山形の魅力・強みを活かした海外展開	17
3	関係機関の連携強化	17
V	施策の展開方向	18
1	地域の国際化	18
1-1	多文化共生の推進	18
(1)	言葉・生活・文化の壁を超えた相互理解の促進	18
(2)	多文化共生推進のための態勢整備	19
1-2	国際交流の促進	20
(1)	多様な国際交流の促進・経済交流への発展	20
(2)	グローバル人材の育成	21
2	本県産業の発展に向けた貿易振興	22
2-1	県産品の輸出拡大・県内企業の海外取引の拡大	22
(1)	重点4地域（台湾・香港・中国・ASEAN）を中心とした県産品の輸出拡大	22
(2)	ICTや人的ネットワークを活用した販路開拓等への支援	23
(3)	ものづくり企業の海外取引等支援の充実	24
2-2	国際物流の推進	25
(1)	酒田港を拠点とする国際物流ネットワークの強化	25

(2) 国際物流の合理化・効率化.....	26
3 インバウンドの推進.....	27
(1) 市場特性に応じた誘客拡大.....	27
(2) 本県の強みを活かしたツーリズムの展開と受入環境の整備.....	28
(3) 本県への移動手段の確保・二次交通の充実.....	28
(4) 個人旅行者増に対応した効果的な情報発信の強化.....	29
VI 主な国・地域別の方向.....	31
重点地域.....	31
1 台湾.....	32
2 中国.....	36
3 香港.....	40
4 ASEAN.....	43
《タイ》.....	44
《マレーシア》.....	46
《シンガポール》.....	47
《ベトナム》.....	48
《その他ASEAN》.....	49
5 欧州、米国、豪州.....	50
6 韓国.....	54
7 極東ロシア.....	57
VII 推進体制と手法.....	58
1 現地支援体制について.....	58
2 推進機関の連携.....	58
3 進行管理等.....	58

I 本戦略の策定趣旨

1 趣旨

- 山形県では、平成27年(2015年)に「山形県国際戦略」(平成27～31年度)を策定し、本県産業の安定的な発展に向け、「質の高い」「多様で豊かな」食の輸出と観光誘客の一体的な推進や、企業の海外展開に対する支援、多様な国際交流の推進など、国際交流、経済交流、観光交流の一体的、総合的な展開を図ってきた。

その間、世界経済はグローバル化の加速化やAI、ロボテックス、IoTに代表される情報通信技術が革新的な進歩を遂げ、人々の生活のあらゆる側面に劇的な変化をもたらしている。

このような中、本県においても国際化、グローバル化の流れを見極めながら、迅速かつ的確な対応を進めるとともに、国際化を意識した施策を戦略的かつ効果的に展開していくことが必要とされている。

- こうした国際情勢等の内外の環境の変化等を踏まえ、より一層効果的な国際関係施策を推進するための基本指針となる、新たな「山形県国際戦略」を策定し、地域の国際化、貿易振興、観光誘客の推進に総合的に取り組んでいくものである。

2 戦略の位置づけ

- 本戦略は、県づくりの指針である「第4次山形県総合発展計画」及び、産業分野のマスタープランとなる「山形県産業振興ビジョン」、観光振興に係る次期基本計画等と整合性をとって定めるものである。

3 計画の期間

- 本戦略の計画期間は令和2年度(2020年度)から令和6年度(2024年度)までの5カ年とする。

なお、社会経済情勢の変化や施策の進捗状況等に応じて、適宜、見直しを行うものとする。

Ⅱ 現状と課題

1 国際交流の拡大

【現状】

(多様な国際交流の推進・経済交流への発展)

- 山形県は、昭和 61 年(1986 年)12 月に米国コロラド州と、平成 5 年(1993 年)8 月に中国黒龍江省と、平成 6 年(1994 年)6 月にインドネシアパプア州と姉妹友好の盟約を締結した。以来、技術交流や青少年交流、周年行事における首長の相互訪問などの交流を重ねてきている。
- 戦前から国策に基づき海外に移住した県人の方々により、南米等に山形県人会が設立されている。県人会は、山形県と移住先国との関係の緊密化、友好親善の増進等に貢献していることから、県では県人会活動への支援や技術交流を通じた支援等を行っている。

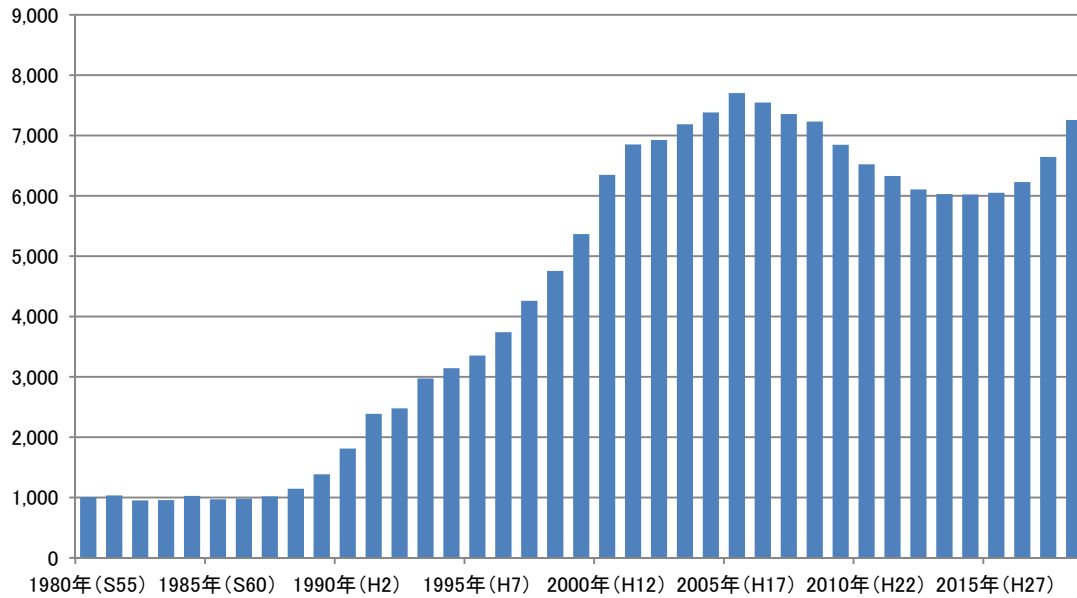
(グローバル人材の育成)

- 本県の J E T プログラム(「語学指導等を行う外国青年招致事業」)は、昭和 62 年(1987 年)に 3 カ国 11 名の受入れから始まり、令和元年には外国語指導助手及び国際交流員など計 111 名を県内に招致しており、次代を担う児童・生徒の国際理解の推進やコミュニケーション能力の育成が図られている。
- 県内の高等教育機関及び民間企業との連携により、海外留学及び地域企業等でのインターンシップを組み合わせたプログラムを設計し、2 年間で 25 名(平成 30 年度～31 年度)の大学生等の参加を得て実施している。

(多文化共生の推進)

- 本県の在住外国人は、平成 27 年(2015 年)以降増加傾向にある。平成 31 年(2019 年)4 月からは、「出入国管理及び難民認定法」の一部改正により、新たな在留資格である「特定技能」が創設され、今後は就労目的を中心に更なる在住外国人の増加が見込まれている。このため、同年 4 月に、山形県国際交流センター内に外国人総合相談ワンストップセンターを開設し、相談窓口機能の充実を図っている。

◆外国人人口の推移（山形県、総数）



出典：山形県国際交流室調べ

◆JET参加者数の推移（山形県）

令和元年8月末(ただし全国計は令和元年7月1日)現在 単位 人

	H26(2014)	H27(2015)	H28(2016)	H29(2017)	H30(2018)	R1(2019)
ALT(外国語指導助手)	73	74	82	96	97	96
CIR(国際交流員)	5	5	5	9	10	13
SEA(スポーツ交流員)	2	1	1	0	1	2
県内計	80	80	88	105	108	111
全国計	4,476	4,786	4,952	5,163	5,528	5,761

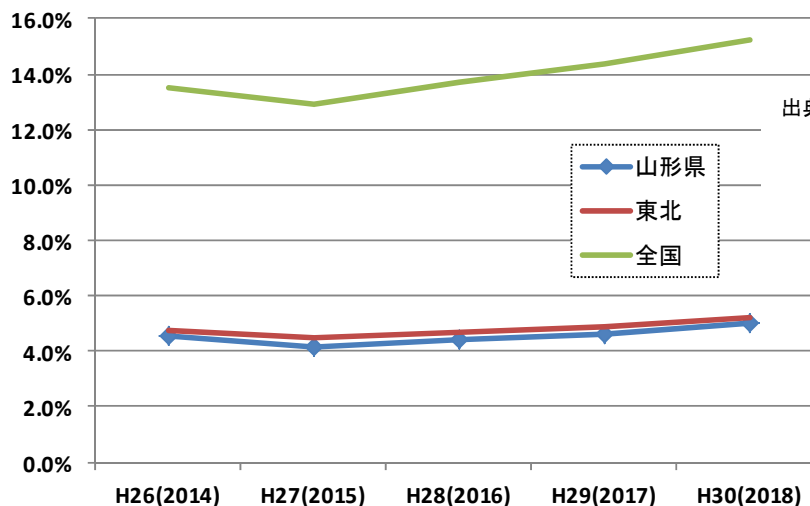
出典：山形県国際交流室調べ

◆出国者数（山形県）

○人数、人口比による全国順位

	H26(2014)	H27(2015)	H28(2016)	H29(2017)	H30(2018)
山形県	51,177人	46,578人	48,856人	50,485人	54,262人
(全国順位)	(40位)	(41位)	(41位)	(41位)	(42位)

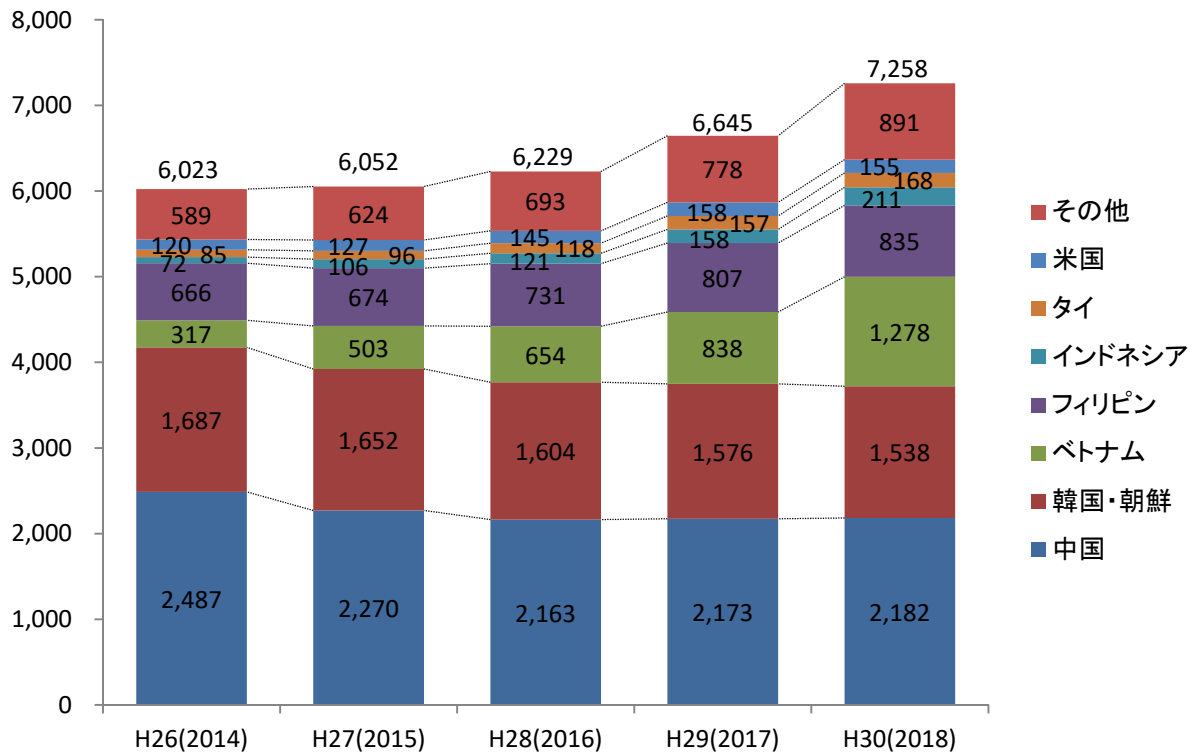
○人口比(山形県、東北、全国)



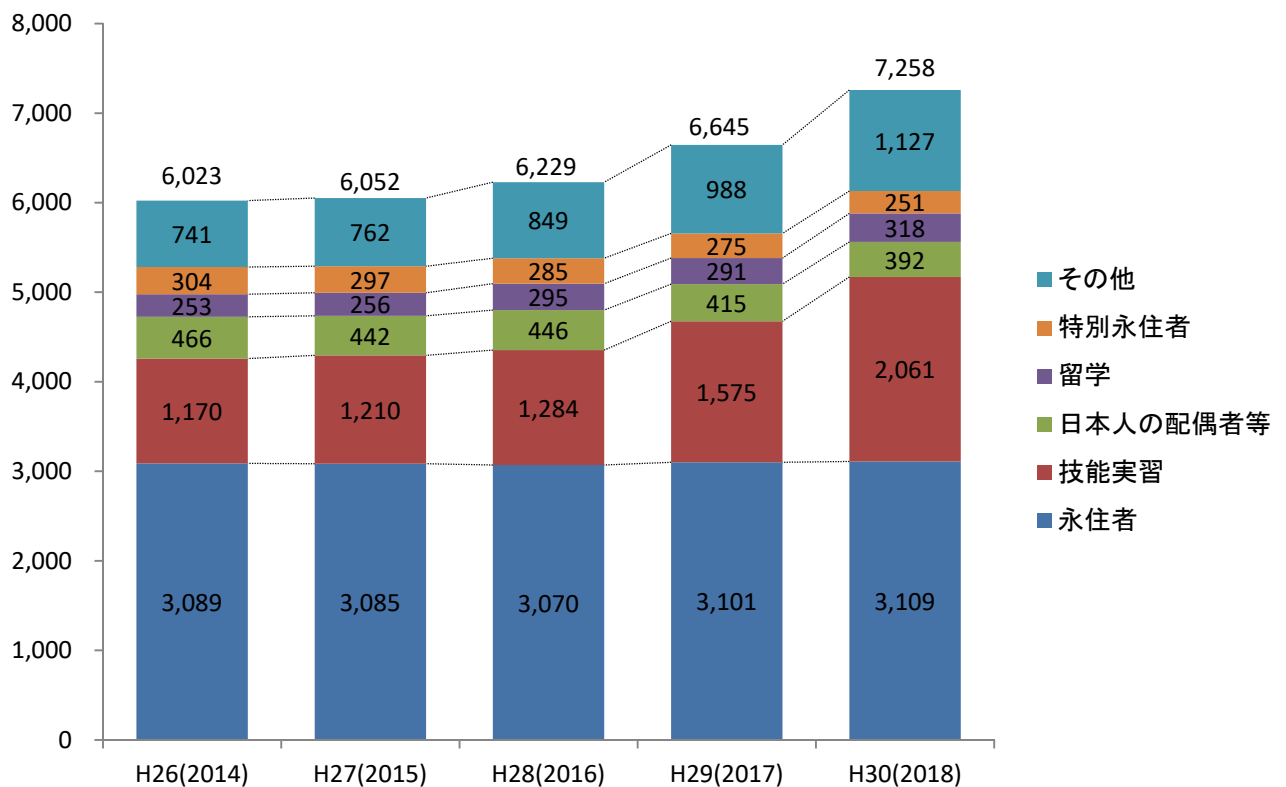
出典：人数 法務省「出入国管理統計」
人口比・全国順位 「出入国管理統計」を基に県国際交流室にて算出

◆外国人人口の推移（山形県）

(1) 国籍別



(2) 在留資格別



出典：山形県国際交流室調べ

【課題】**(多様な国際交流の推進・経済交流への発展)**

- これまでの交流で培ってきた人的ネットワークや交流実績を活かし、経済交流への発展を見据えた取組みが求められている。
- 海外の山形県人会は、今後とも、本県と海外との経済交流や観光交流に大きな役割を果たすことが期待されているが、会員の高齢化が進んでおり、活動を支える後継者の確保を支援し、新しい世代との人的ネットワークを強化しながら、新たな交流へ発展させることが必要である。

(グローバル人材の育成)

- グローバル化が加速している中、語学力・コミュニケーション力や、多様な文化の習慣・価値観などへの理解力を持つ人材の育成が必要である。
- 平成 29 年に改訂された学習指導要領が全面実施されることに伴い、英語教育が小学校第 3 学年から実施されることから、同要領の趣旨を踏まえた英語教育を推進する必要がある。
- 外国人留学生は、県内への定着により、高度人材としての活躍が期待されることから、積極的な受入れと、外国人の採用に興味・関心のある県内企業を結びつける取組みが必要である。

(多文化共生の推進)

- 今後ますます在住外国人の増加が見込まれる中、言語等の違いによる不安をなくし、地域社会の一員として円滑に生活できる環境の整備が必要である。
- 国際交流の中心的な役割を担っている NPO や国際交流団体と連携しながら、多文化共生の地域づくりに向けた県民の理解促進を図る必要がある。
- 地域における在住外国人との協働を進めていく上で、国際交流サポーター・ボランティアの果たす役割は大きなものがある。より多くの県民から、サポーター・ボランティアとして登録していただくとともに、活動する機会の確保を図る必要がある。

2 県内企業の海外取引の拡大・国際物流の推進

【現状】

(市場特性を意識した商品づくり)

- 現地市場のニーズや商品開発のポイント等について、山形県国際経済振興機構のコーディネーターや招へいバイヤーを活用したアドバイスを行うとともに、現地プロモーションでの試食提供などにより、現地消費者の具体的な嗜好を把握し、県内事業者へ情報提供を行い、海外向けの商品づくりの支援を行った。

(市場特性を踏まえた販路の開拓・拡大)

- 農産物や日本酒、加工食品等を中心に、輸出パートナーの発掘・関係強化を図りながら、現地での販売プロモーションやバイヤー招へいにより、販路の開拓・拡大に取り組むとともに、国際見本市や商談会等への出展により、県産品の取引機会の創出・支援に取り組んだ。県産品の輸出定番化の品目数は平成 26 年の 86 件から平成 30 年は 112 件となり、26 件 (130.2%) 増加した。
- 平成 30 年度から、香港市場を対象として、新たに輸出に取り組む若手経営者等を対象として、準備段階から商談に至るまで切れ目のないパッケージ支援事業を実施するとともに、新たな輸出ルートとして、越境 E C に取り組む県内事業者への支援を行い、県内の輸出取組み者の底上げを図った。
- 県産農産物の国別輸出アクションプラン (台湾、シンガポール、北米等) を策定し、新規輸出取組者の掘り起こしに活用した。

(現地情報を速やかに収集できる仕組みづくり)

- ハルビン事務所やジェトロ香港派遣職員等との連携により、現地情報を収集し、県内事業者へ情報提供を行うとともに、現地コーディネーター及びアドバイザーを設置し、現地における支援機能を強化した。

(ものづくり企業の海外展開支援)

- 投資環境の調査、取引拡大、人材確保を目的として、ミッション団を結成し、東南アジアに県内企業 52 社を派遣 (平成 27 年～令和元年累計) した。また、海外取引支援アドバイザーを企業振興公社に配置し、企業への指導助言を実施するなど、県内企業の海外展開への支援を行った。

(酒田港の国際物流拠点化の推進)

- 酒田港の国際定期コンテナ航路の貨物量の拡大に向けて、利用促進のための助成制度を設け、継続荷主の貨物量拡大や新規荷主の掘り起こしに取り組むとともに、東京や山形市でポートセミナーを開催し酒田港の P R を実施するなど、“プロスパーポートさかた” ポートセールス協議会が主体となって官民一体となってポートセールスを展開した。酒田港を利用する国際定期コンテナ貨物量は、平成 26 年の 13,799 T E U から平成 29 年は過去最高の 28,365 T E U、平成

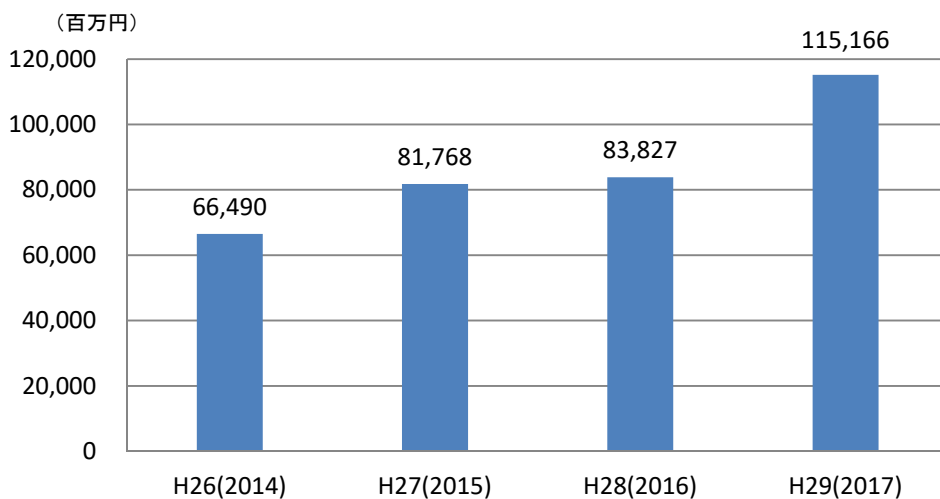
30年は前年を下回ったものの25,321TEU（平成26年対比183.5%の増）と大きく増加した。

- リサイクル貨物量の増加を目指し、酒田市及びNPO法人山形県リサイクルポート情報センターと共同でフォーラムやセミナーを開催した。
- 酒田港国際ターミナルの機能強化として、岸壁延伸に伴うふ頭用地造成及び1号コンテナクレーンの更新・大型化等を実施したほか、臨港道路の整備を推進した。

(航空機の活用による国際物流の促進)

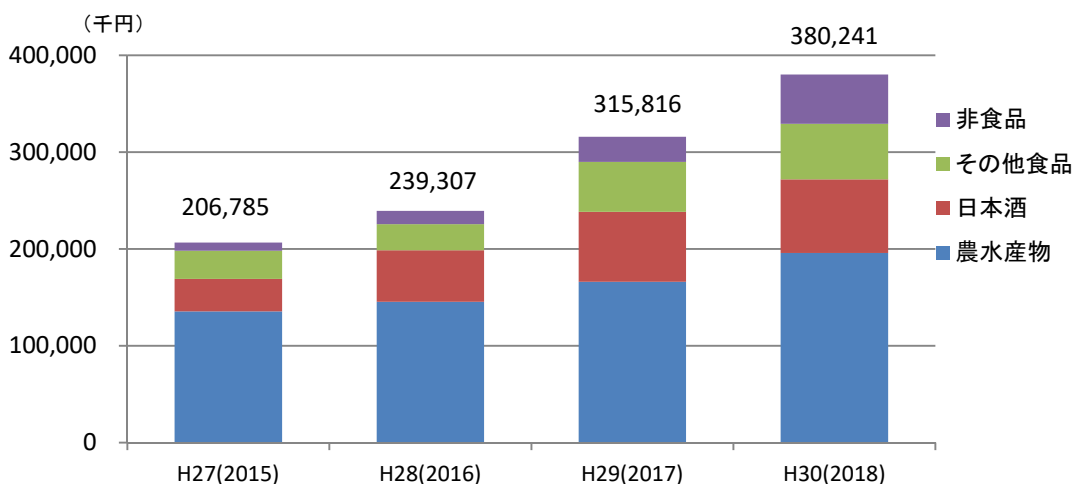
- 庄内空港を活用した小口混載による県産農産物の輸出可能性調査として、香港のレストランで需要のある農産物を調査した。
- 新たな物流体制の構築を目指し、庄内空港から香港に向け、県産農産物等の小口混載による輸出可能性調査を実施した。

◆輸出額（山形県）



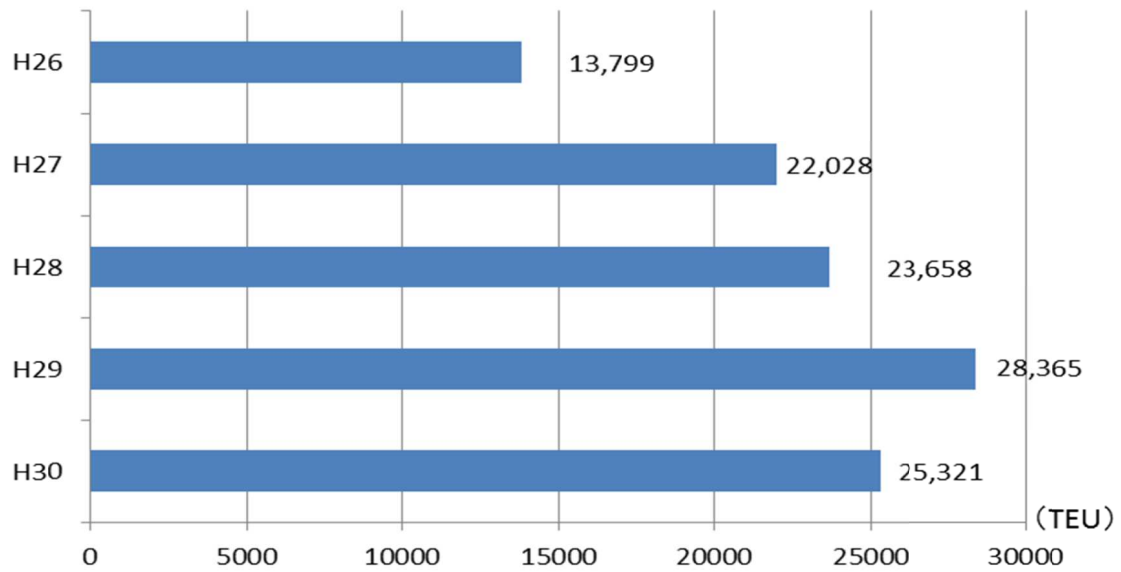
出典：山形県貿易実態調査

◆県産品の輸出額（山形県国際経済振興機構支援分）



出典：山形県国際経済振興機構調べ

◆酒田港国際定期コンテナ航路貨物量の推移



出典：山形県港湾事務所調べ

【課題】

(市場特性を意識した商品づくり)

- 定番化や輸出品目の拡大に向けて、事業者とバイヤー等とのマッチング後のフォローアップなどきめ細かな取組みが必要である。
- 県内事業者に対する現地のニーズや輸入規制に関する情報提供を強化する必要がある。

(市場特性を踏まえた販路の開拓・拡大)

- 香港、台湾等の成熟市場では、価格や品質面で産地間競争が激しさを増しており、既存の輸出ルートをより強固にするとともに、新たな信頼できるパートナーと新規輸出者との新規ルートの開拓が必要である。
- ベトナムなど今後経済成長が見込まれる新規市場では、現地輸入バイヤーとの関係構築を踏まえた輸出ルートの開拓が必要である。
- 輸出拡大に向けては、海外取引に取り組む県内事業者の掘り起しが必要である。
- 県産農産物等の輸出量をさらに伸ばしていくためには、業務用取引の拡大が必要である。
- インバウンドと連携した情報発信や海外の県人会・山形ファンなど人的ネットワークを活用し、県産品の認知度向上や山形ブランドのPRを強化する必要がある。

(現地情報を速やかに収集できる仕組みづくり)

- 現地活動拠点や現地コーディネーター等との連携により、現地と県内双方向での情報収集・発信の強化が必要である。

(ものづくり企業の海外展開支援)

- 取引拡大等の取組みの強化、将来の海外事業所の中核的な人材となる外国人材の確保が必要である。

(酒田港の国際物流拠点化の推進)

- 更なる貨物量の拡大と航路拡充等の利便性向上との好循環に向け、新規荷主増加への取組み強化と近隣港に対する優位性を確保・アピールしていく必要がある。
- 酒田港と県内陸部や太平洋側を結ぶ国道 47 号等の整備を促進する必要がある。
- 中国における廃プラスチック等の廃棄物の輸入規制に伴い、新たな輸出国等の検討が必要である。

(航空機の活用による国際物流の促進)

- 庄内空港を活用した小口・保冷航空輸送体系は、物量の安定確保や輸出検査機器の整備が必要である。

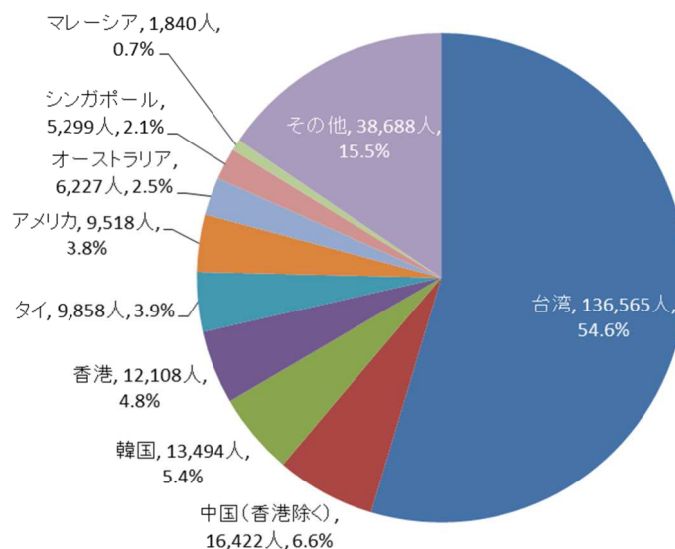
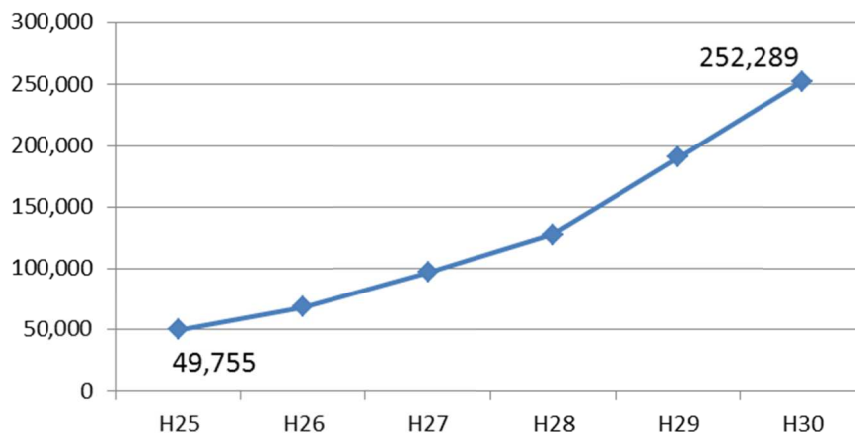
3 市場特性に応じた観光誘客の拡大

【現状】

- 山形県の外国人旅行者受入延人数は、252,289人（平成30年）となり、過去最高を記録した。これまでの、トップセールをはじめとする誘客プロモーションやチャーター便の運航に向けた継続した取組みなどにより、平成26年に比べ、18万人以上、約3.7倍に増加している。
- 国・地域別では、台湾が約13万7千人（全体に占める割合54.6%）、次いで中国（香港を除く）の約1万6千人（同6.6%）、韓国の約1万3千人（同5.4%）となっており、上位3カ国・地域で受入れ数の約3分の2を占めている。

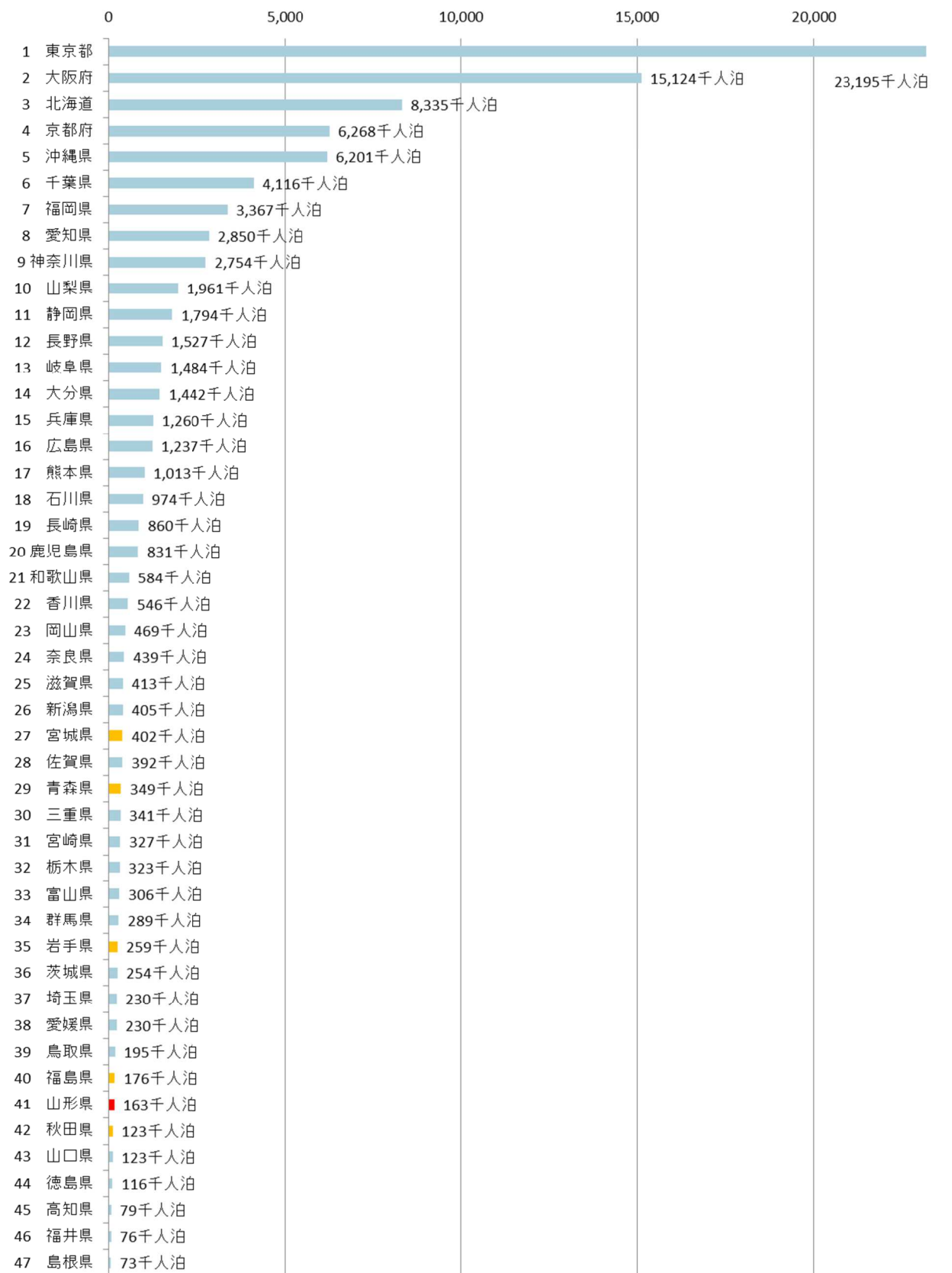
本県の外国人延べ宿泊者数は163,460人泊（平成30年）で、全国41位、東北では5位となっている。平成27年以降、本県の伸び率は全国を上回っているが、平成30年の全国に占める割合は0.2%と低い割合になっている。

◆外国人旅行者県内受入延べ人数の推移（山形県）



平成30年外国人旅行者県内受入実績調査結果
 (出典: 観光庁「宿泊旅行統計調査」、県インバウンド・国際交流推進課「立寄27観光地」)

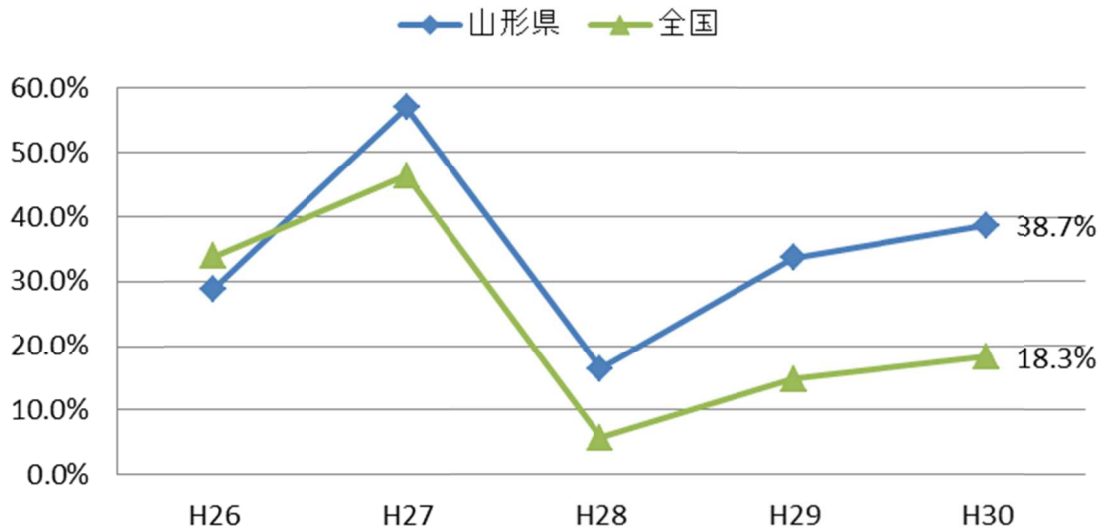
◆外国人延べ宿泊者数（平成30年、都道府県別）



(出典) 観光庁「宿泊旅行統計調査 (H30年・確定値)」

◆外国人延べ宿泊者数

(1) 伸び率



(2) 数、全国に占める割合、伸び率

(人泊)						
人泊	H25	H26	H27	H28	H29	H30
山形県	37,410	48,220	75,720	88,200	117,860	163,460
東北	349,770	402,050	607,890	725,520	1,065,540	1,473,340
全国	33,495,730	44,824,600	65,614,600	69,388,940	79,690,590	94,275,240

全国に占める割合	H25	H26	H27	H28	H29	H30
山形県	0.11%	0.11%	0.12%	0.13%	0.15%	0.17%
東北	1.04%	0.90%	0.93%	1.05%	1.34%	1.56%

伸び率	H26	H27	H28	H29	H30
山形県	28.9%	57.0%	16.5%	33.6%	38.7%
東北	14.9%	51.2%	19.4%	46.9%	38.3%
全国	33.8%	46.4%	5.8%	14.8%	18.3%

(出典:観光庁「宿泊旅行統計調査」)

【課題】

(「山形県のブランディング」に向けた取組み)

- 市場ごと成果やの特性・成熟度を踏まえた誘客プロモーションの充実や商品開発・造成が必要である。
- 送客実績のある現地有力旅行会社や影響力のあるメディアとの連携など、外国人目線による、F I T (個人旅行者)を見据えた取組みの一層の強化が必要である。
- 市場として成熟してきている台湾では、民間主体の相互交流を促進する取組みが必要である。
- 欧米豪など、本県の精神文化等の観光素材が高い訴求力を持つ有望市場への取組み拡大が必要である。
- 個人旅行者増大に対応し、I C Tを最大限に活用した効果的な情報発信が必要である。

(交通の利便性の向上)

- 定期便化を見据えたチャーター便の誘致継続・拡大と航空会社・旅行会社との連携強化が必要である。
- 個人旅行者増に対応した二次交通の充実が必要である。
- 羽田乗継利用に加え、新たに就航した庄内ー成田線（LCC）乗継利用の拡大に向けた取組み等が必要である。
- 近隣空港に定期便等が就航するタイ、大連（北京）、香港について、ゲートウェイの拡大を契機とした誘客の取組みが必要である。

(受入態勢の整備推進)

- 観光関係事業者や市町村等における態勢整備を促し、継続して外国人観光客の利便性の確保に取り組むことが必要である。
- 外国人観光客の増加に対応するための人材の育成・確保や受入環境整備の促進が必要である。
- 宿泊、滞在、周遊拡大による観光消費額増に向けた魅力的な体験コンテンツの開発・磨き上げが必要である。

【参考】山形県国際戦略の目標指標に対する進捗状況

国際交流の拡大

指標名	H25年度 (基準年)	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度 (目標)	出典
海外の大学・高校などとの協定・提携件数(累計)	176件	187件	211件	238件	249件	267件	240件	県国際交流室調べ
国際交流サポーター登録者数	531人	512人	582人	573人	675人	643人	600人	県国際交流室調べ

グローバル化に対応した県内企業の取引拡大

指標名	H25年度 (基準年)	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度 (目標)	出典
海外取引を行う県内企業の数(暦年)	191社	202社	221社	226社	259社	(R2.3 公表予定)	240社	県貿易振興課「山形県貿易実態調査」
県産品の輸出入番化の品目数	77件	86件	95件	99件	116件	112件	150件	(一社)山形県国際経済振興機構調べ
県産農産物の輸出数量	227t	455t	987t	843t	1,128t	1,507t	1,200t	県6次産業推進課調べ

市場特性に応じた観光誘客の拡大

指標名	H25年度 (基準年)	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度 (目標)	出典
外国人観光客の県内受入数(延べ・暦年)	49,755人	68,217人	96,847人	127,731人	190,639人	252,289人	260,000人	県インバウンド・国際交流推進課調べ
外国人観光客の宿泊者数(延べ・暦年)	37,410人	48,220人	74,750人	88,200人	117,860人	163,460人	180,000人	観光庁「宿泊旅行統計調査」

国際物流の推進

指標名	H25年度 (基準年)	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度 (目標)	出典
酒田港国際定期コンテナ航路貨物量(暦年)	7,797 TEU	13,799 TEU	22,028 TEU	23,658 TEU	28,365 TEU	25,321 TEU	35,000 TEU	県港湾事務所調べ

Ⅲ 目指す姿と基本目標

1 目指す姿

世界の活力を取り込み、世界に開かれた山形の実現

- 世界経済は、人やモノ、金、技術、情報などが国境を超えて移動するグローバル化が進み、デジタル技術をはじめとするイノベーションは飛躍的な進歩を遂げている。
- 本県では、少子高齢化の進行や社会移動等による人口減少が加速する一方、外国人観光客や在住外国人の数は年々増えており、この傾向は今後も続くことが見込まれている。
- 国際化、グローバル化が進む中、活力のある地域社会を維持、発展させていくため、海外との多様な交流を通して県民の国際理解を促進し、郷土愛を育みながら、これからを担う国際的な視野を持った人材の育成を推進する。また、互いの国籍や民族、文化の違いを尊重しながら、共に暮らす多文化共生を推進し、地域の国際化を進める。
- 海外における市場の特性や嗜好を踏まえ、本県が有する質の高い、多様で豊かな食、体験、価値を広く発信、提供することにより、輸出拡大と観光誘客の拡大を図る。
- グローバル化という大きな流れの中で、世界の活力を取り込み、「地域の国際化」、「本県産業の活性化に向けた貿易振興」、「インバウンドの推進」に取り組んで、世界に開かれた山形の実現を目指す。

2 基本目標

検討中

目標指標一覧

目標指標については、分野ごとに次のとおり定める。

地域の国際化

指 標 名	現状 H30年度	目標 R6年度	出 典
日本語サポーター・ボランティアの登録者数			県国際交流室調べ
多文化理解講座への参加者数			県国際交流室調べ

本県産業の活性化に向けた貿易振興

指 標 名	現状 H30年度	目標 R6年度	出 典
海外取引を行う県内企業の数 (暦年)			
県産品の輸出定番化の	検討中		
県産農産物の輸出数量			
酒田港国際定期コンテナ航路貨物量 (暦年)			

インバウンドの推進

指 標 名	現状 H30年度	目標 R6年度	出 典
外国人観光客の県内受入数 (延べ・暦年)			
外国人観光客の宿泊者数 (延べ・暦年)			

IV 取組みの基本方向

1 世界とつながる環境づくりの促進

- グローバル化が加速度的に進展し、本県においても外国人観光客や、海外からの留学生、技能実習生などの在住外国人と触れ合う機会が増えており、国籍や文化の異なる人々がお互いに文化の違いを認め合い、対等な関係を築こうとしながら、共に生きる「多文化共生社会」を実現するための取組みが必要になっている。
- 併せて、グローバル化が進展する中においては、広い視野とともに異文化に対する理解や、異なる文化を持つ人々と交流し、協働して新たな価値を創造できる、活力ある若い世代を育成することが重要である。
- このことから、本県では、多文化共生の推進、人材の育成、県民による多様な機会を捉えた国際交流の促進など、山形県と世界がつながる環境づくりに取り組む。

2 山形の魅力・強みを活かした海外展開

- 市場ごとの状況に応じて取組みの重点化を図りながら、県産品の輸出、県内企業の海外取引等の拡大を支援し、本県産業の持続的な発展と地域の活性化に向けて貿易振興に取り組む。
- 美食・美酒、温泉、雪と桜のコントラストなどの美しい景観、出羽三山に代表される精神文化など、本県が有する優れた資源を、その歴史的な背景とともに世界に発信し、観光誘客の拡大に結び付ける。

3 関係機関の連携強化

- 山形県国際経済振興機構、山形県企業振興公社、ジェトロ、東北観光推進機構などの各種団体、金融機関、農業者団体、民間企業、NPO、市町村などの関係団体と連携を強化し、国際・経済・観光の交流拡大に取り組む。
- 国際・経済・観光、それぞれの交流を円滑に進めるうえで、海外の活動拠点や現地コーディネーターは重要な役割を担っており、現地関係機関との関係構築や、必要とする情報の的確な収集、タイムリーな情報の発信を行うための体制づくりを進める。

V 施策の展開方向

1 地域の国際化

1-1 多文化共生の推進

【基本的考え方】

- ・日本人県民と外国人県民が、お互いの国籍や文化的な違いを理解し、多様な価値観を尊重しながら共に生きていく、多文化共生社会の実現に向けた取組みを推進する。
- ・外国人児童生徒等に対する学びの支援体制づくりを促進し、安心して暮らせる環境づくりを進める。
- ・外国語指導助手を活用し、外国語教育の充実を図るとともに、多文化共生意識の醸成を促進する。

(1) 言葉・生活・文化の壁を超えた相互理解の促進

●日本語・日本社会の学びの機会の提供

《取組内容》

- ・日本語教室の運営及び支援、日本語サポーター・ボランティア等の養成による外国人県民のための日本語学習環境の整備
- ・外国人県民への、日本語教室や日本語サポーター・ボランティア等に関する情報提供の強化
- ・日本の習慣や生活に関するルールなど、県内で生活していくうえで基本的な情報を提供する機会の確保
- ・日本語指導を含む学習支援のため、支援員の活用を促進

●多言語による情報提供の充実

《取組内容》

- ・公共施設の案内や利用情報等の公共表示の多言語化、ホームページ等における行政情報等の多言語化の促進
- ・相談窓口等におけるICTを活用した希少言語への対応
- ・相談窓口の体制充実による、教育、健康保険、医療などの外国人県民の課題への対応及びメンタルヘルスケアの強化
- ・外国人県民コミュニティを活用した、生活情報や災害情報等を伝達、共有できる外国人県民ネットワークの構築
- ・大規模災害時における多言語・やさしい日本語による情報提供など緊急時の支援体制の整備

●多文化共生意識の醸成

《取組内容》

- ・国際交流員等を活用した多文化共生に関する理解促進のためのセミナー開催の充実
- ・英語ディベート大会及びチャレンジ合宿の運営者として外国語指導助手の活用
- ・外国語指導助手を対象とした本県における英語教育及び国際理解教育への理解促進と、指導力向上のための研修の実施

(2) 多文化共生推進のための態勢整備

●「産・学・官・民」の連携強化

《取組内容》

- ・地域における外国人県民の活躍を促進するための、外国人県民向けスキルアップ研修会や就労支援説明会等の開催
- ・行政書士会や弁護士会等と連携した外国人相談窓口の充実
- ・大学及び企業と連携した留学生の県内就職支援

●国際交流サポーター・ボランティアの確保と育成

《取組内容》

- ・地域偏在を考慮した日本語サポーター・ボランティアの育成や拡充に向けた支援
- ・国際交流サポーター・ボランティアがスキルアップを図る機会の提供

1-2 国際交流の促進

【基本的考え方】

(多様な国際交流の促進・経済交流への発展)

- ・ 本県は海外との歴史的な経緯などを踏まえ、姉妹友好州省や南米等の山形県人会との友好交流・国際協力などに努めていたところであり、今後も多様な国際交流を促進するとともに、国際交流から経済交流への発展を図る。
- ・ 海外移住を通じて関係が深い南米等の海外県人会は、本県と移住先との交流の懸け橋となる大切なパートナーであるが、会員の高齢化による円滑な世代交代が課題となっていることから、次代の県人会活動の中心的役割を担う人材育成を支援することで、新しい人的ネットワークを強化し、新たな交流へと発展させる。
- ・ 東京2020オリンピック・パラリンピックのホストタウン登録を契機とした相手国・地域との交流や姉妹友好都市など、多様な国際交流を推進するほか、若者の海外渡航を促進し、文化やスポーツ、観光等の多様な分野における県民の相互交流の促進を図る。

(グローバル人材の育成)

- ・ グローバル化が加速する中で、広い視野とともに異文化に対する理解や、異なる文化を持つ人々と交流し、協働して新たな価値を創造できる、活力ある若い世代を育成することが重要である。
- ・ 自らが住む地域の歴史や文化などへの理解を深めるとともに、語学力やコミュニケーション力を高め、多様な文化の習慣や価値観などへの理解力を持つ人材の育成を推進する。
- ・ 人口減少が進む中、将来に亘って活力ある山形県を創っていくため、本県産業を担う高度外国人材の卵である外国人留学生の県内高等教育機関への受入れ拡大を図る。
- ・ 外国語教育を通して、コミュニケーション能力の育成と国際的視野の醸成を図る。
- ・ グローバル人材の基礎となる外国語教育の充実を図るとともに、国際理解教育を促進する。

(1) 多様な国際交流の促進・経済交流への発展

●姉妹友好州省や海外県人会等を通じた国際交流の深化

《取組内容》

- ・ 姉妹友好州省である米国コロラド州、中国黒龍江省、インドネシアパプア州との友好交流、技術・学術交流、周年記念事業等の実施による関係の強化
- ・ 海外の山形県人会の運営支援や技術協力の推進、本県の海外事業における現地山形県人会との協力関係の構築
- ・ 本県出身の駐在員等により結成された県人会との関係構築

- ・市町村や国際交流団体の国際交流、国際協力の取り組みに対する支援
- ・JICA（独立行政法人国際協力機構）海外協力隊派遣の推進

●海外県人会の担い手育成の支援

《取組内容》

- ・明日の海外県人会活動の一翼を担う後継者育成のための支援
- ・海外の山形県人会の運営支援や技術協力の推進（再掲）

●相互交流の促進に向けた支援の充実

《取組内容》

- ・県民による姉妹友好提携地域等との人的交流に対する支援

(2) グローバル人材の育成

●外国語教育の充実、国際理解教育の促進

《取組内容》

- ・中学校や高等学校の外国語活動や外国語科における外国語指導助手（ALT）の積極的な活用
- ・外国青年招致事業であるJETプログラムを活用し、小学校や地域コミュニティで行われる英語教室、異文化体験講座などへの国際交流員（CIR）の更なる活用の促進
- ・JICA等との連携による、青年海外協力隊を通じた国際理解講座の実施
- ・小中学校の英語教育の充実のため、教員を対象とした研修会等を開催
- ・中学校区5地区（山形・大江・新庄・高島・酒田）を指定し、新学習指導要領に対応した英語教育を推進
- ・中高をとおした教科指導の在り方について研究・協議する場として、中高英語教員相互派遣研修の開催
- ・「英語ディベート力育成事業(H29～)」として、指導者研修会、高校生英語ディベート大会、高校生を対象としたチャレンジ合宿を実施
- ・留学支援事業として、国の補助金による短期留学支援、留学フェアの開催

●国際的視野を広げるためのアウトバウンド促進

《取組内容》

- ・県内の高等教育機関や民間企業・団体との連携による、大学生などを対象とした海外留学の支援
- ・県内の若者の海外渡航の促進に向けた、パスポートの取得等に対する支援

●外国人留学生等の拡充・人材活用に向けた支援

《取組内容》

- ・本県に就職する意思がある外国人留学生に対し奨学金を支給
- ・県内高等教育機関が行う外国人留学生の募集活動に対する補助

2 本県産業の発展に向けた貿易振興

2-1 県産品の輸出拡大・県内企業の海外取引の拡大

【基本的考え方】

(重点4地域(台湾・香港・中国・ASEAN)を中心とした県産品の輸出拡大)

- ・ 人口減少による国内市場の縮小が懸念される中、経済成長が著しいアジア諸国などの活力を取り込み、本県産業の持続的な発展と地域の活性化を図るため、重点4地域を中心に、県産品の輸出拡大等に取り組む。
- ・ 重点4地域においては、これまで経済交流の取組みを進める中で、信頼できる輸出パートナーや関係者との人的ネットワークなど経済交流拡大の基盤が築かれてきており、市場ごとの成果・課題、現地情勢を踏まえた取組みの重点化を図りながら、県産品の輸出拡大等の取組みを強化していく。
- ・ 輸出を見据えた県産品の育成と市場特性に応じた商品づくりに向けた支援を行うとともに、ハルビン事務所等の現地活動拠点、コーディネーター、海外取引支援機関等との連携強化、金融機関、関係団体等との連携協力による一体的な海外取引等に関する支援の充実を図る。

(ICTや人的ネットワークを活用した販路開拓等への支援)

- ・ ICTの利用拡大が進む中、効果的・効率的な取組みの推進を図るため、越境EC(インターネットを通じた国際的な電子商取引)を活用した販路開拓への支援、SNS等を活用した情報収集・発信の強化など、グローバル化に対応したICTの活用を促進するとともに、海外の人的ネットワークを活用した情報発信と山形ファン拡大のための取組みを強化していく。

(ものづくり企業の海外取引等支援の充実)

- ・ ものづくり企業の海外取引等の事業展開を支援するため、海外取引支援機関との連携により海外取引着手(スタートアップ)時等における関連情報提供や、取引拡大のための機会確保やマッチングへの支援など取組みを強化するとともに、大学等と連携しグローバル人材の確保・育成を支援する。

(1) 重点4地域(台湾・香港・中国・ASEAN)を中心とした県産品の輸出拡大

●市場ごとの成果・課題、現地情勢を踏まえた取組みの重点化

《取組内容》

- ・ 重点4地域を中心に市場ごとの成果・課題、現地情勢を踏まえた取組みの重点化を図りながら、県産品の輸出拡大等の取組みを強化
- ・ 香港では、輸入規制が少なく、参入しやすい市場であるとともに、港珠澳大橋の開通など経済圏が拡大していることから、アジアのゲートウェイとして、ジェトロ香港事務所との連携強化等により海外取引のスタートアップ支援や販路拡大の取組みを推進

- ・台湾では、輸出パートナーとの関係強化や県産品の情報発信拠点の設置など、経済交流拡大の基盤が形成されたことから、成熟市場における産地間競争を勝ち抜くため、これまでの人脈等を最大限に活用しながら、台中など新規エリアへの商流拡大を含め県産品の輸出数量・品目を拡大
- ・中国では、輸出に伴う障壁は高いものの、市場規模が巨大であるとともに、日中関係の改善により経済交流への機運が一層高まっていることから、ハルビン事務所を核とした東北3省と上海等の大消費地での取組みを強化
- ・ASEANでは、輸出パートナーとの関係を強化してきたタイ、マレーシア、シンガポールや、県内企業を含む日系企業が多く進出するなど今後の販路開拓が期待できるベトナムの4か国を中心に取組みエリアを重点化

●輸出を見据えた県産品の育成と市場特性に応じた商品づくり

《取組内容》

- ・海外での販売プロモーションや商談会の開催等、輸出パートナーや海外バイヤーの招へいなどの機会を活用し、県内事業者の海外向けの商品づくりや商品改良へのアドバイス・機会の創出
- ・バイヤーやデザイナーとの連携による、輸出を見据えた商品の開発に対する支援や、県内事業者に対する海外向け商品の販路開拓に向けた助成制度の活用支援・フォローアップの実施

●現地活動拠点やコーディネーター等の連携による現地支援態勢の充実

《取組内容》

- ・ハルビン事務所等の現地活動拠点やコーディネーター、海外取引支援機関等との間で、現地情勢や活動内容の共有を定期的に行い、連携強化を図るなど現地支援態勢を充実
- ・上海等でのコーディネートを強化し、大消費地における県産品の販路開拓と輸出拡大
- ・海外取引支援機関との連携強化、金融機関、商工団体等との連携協力による一体的な海外取引等に関する支援

(2) ICTや人的ネットワークを活用した販路開拓等への支援

●ICTを活用した県産品の認知度向上と販路開拓等への支援

《取組内容》

- ・海外との県産品の取引拡大のため、新たに越境EC（インターネットを通じた国際的な電子商取引）等の活用に取り組む事業者に向けたイニシャルサポート（初期支援）の実施
- ・県産品の販路拡大に向け、SNSを活用した双方向の情報収集及び発信
- ・海外の県産品の情報発信拠点における、ICTを活用した県産品をはじめとする山形の魅力の情報発信や越境ECの活用等による販売機能の強化

●人的ネットワークを活用した情報発信強化と山形ファンの拡大

《取組内容》

- ・トップセールスにより現地キーマンとの人脈構築・強化を図るとともに、効果的な情報発信の推進
- ・海外活動拠点を中心に構築している現地の人的ネットワーク（フォロワー）に対するSNS等での本県や県産品の魅力ある情報の効果的発信によるネットワークの拡大と山形ファンへの深化の推進
- ・SNSを活用した情報発信をより効果的にするため、現地協力店と連携したイベント開催等によるSNSのフォロワー数の拡大
- ・情報発信のリソース発掘や山形ファン拡大に向けた、関係機関・団体が連携した取組みの推進

(3) ものづくり企業の海外取引等支援の充実

●ものづくり企業への情報提供や販路開拓に対する支援

《取組内容》

- ・現地企業との商談会の開催など、ビジネスマッチングの機会の創出
- ・ものづくりに精通する海外取引支援アドバイザーの設置による助言指導
- ・県内企業の海外現地調査のコーディネートの実施
- ・海外取引支援機関と連携した海外取引着手（スタートアップ）時等における関連情報の提供
- ・海外展示会の情報の提供や取引が期待される国・地域における現地企業等の情報の提供
- ・県内企業の海外販路拡大のため、海外取引支援機関や関係団体等が連携した各市場ニーズの情報収集の実施

●グローバル人材の育成・確保と県内企業における活用促進

《取組内容》

- ・県内・近県高等教育機関で学ぶ留学生と県内企業との接点形成のための取組みの充実
- ・本県産業の海外販路開拓等を担う高度外国人材の確保を図るため、外国人高度人材の育成の支援
- ・海外取引支援機関との連携による県内企業の海外取引を担う人材の育成支援

2-2 国際物流の推進

【基本的考え方】

- ・ 酒田港利用の伸びしろのある内陸地域の企業に重点をおいたポートセールスを官民一体となって展開するとともに、多様な媒体を通じた情報発信や県内の商工団体等と連携した周知活動を効果的に実施することにより、酒田港国際定期コンテナ航路の利用拡大を図る。
- ・ 酒田港に就航する海運会社に対して、酒田港の国際定期コンテナ貨物の増加に向けた取組みのPRや要望等の働きかけを実施することにより、増便などの航路利便性の向上を図る。
- ・ 酒田港においては、港湾機能の強化やアクセス道路の整備等による利便性の向上や、酒田港を拠点としたリサイクルネットワークの形成など、利用拡大に向けた取組みを推進し、国際物流の拡大および地域経済の活性化を図る。
- ・ 輸出品目等に応じ、空路・船舶・陸送を組み合わせた最適な国際物流の推進や、鮮度保持資材の効果検証支援等による鮮度保持技術の普及推進により、国際物流の合理化・効率化を図る。

(1) 酒田港を拠点とする国際物流ネットワークの強化

●新規荷主の掘り起こしなどによる酒田港の利用拡大

《取組内容》

- ・ 酒田港利用について、内陸地域の企業による利用割合が少ないことから、プロスパーポート酒田ポートセールス協議会を構成する、県、市、関係団体・企業等が連携し、内陸地域に立地する企業に重点を置いたポートセールスの展開による酒田港利用の促進
- ・ 物流に関する決定権限を有する本社や商社等に対し酒田港利用を促すための積極的なポートセールスの実施
- ・ 工業会などの県内の商工団体等と連携し、酒田港の利用拡大に向けたPRの強化
- ・ 酒田港利用拡大及び新規荷主掘り起こしのためのインセンティブとしてコンテナ貨物利用促進助成制度を活用したポートセールス、並びに効果的なポートセールスの展開のための企業ニーズの把握
- ・ ポートセミナーの開催による酒田港利用に向けたPRの実施

●酒田港の航路利便性の向上

《取組内容》

- ・ 酒田港のコンテナ貨物の増加に向けた取組みや海運会社の運航計画等の情報を共有等し、国際定期コンテナ航路の航路利便性の向上についての働きかけの実施
- ・ 酒田港の航路利便性向上に向けた、企業ニーズの情報収集の実施

●酒田港を活かした企業誘致による産業振興・貨物の創出

《取組内容》

- ・釜山港や上海港等に繋がる国際定期コンテナ航路を有する強みを活かした企業誘致を推進することによる新たな基幹貨物の創出

●酒田港利用拡大に向けた対岸貿易の振興

《取組内容》

- ・対岸諸国（ロシア、韓国、中国）の各市場ニーズの調査・把握
- ・アドバイザーや人的ネットワークを活用した新規取引先の開拓による需要の掘り起し

●酒田港の機能強化による利便性向上

《取組内容》

- ・大型船舶に対応する大水深岸壁や、安全な入出港や荷役作業のための防波堤等の整備促進
- ・県内陸部や太平洋側から酒田港までの貨物輸送の利便性・信頼性の向上を図るため、高速道路や国道47号等の物流道路の整備を促進

●酒田港を拠点とした広域的リサイクルネットワークの形成

《取組内容》

- ・リサイクル貨物輸出先の遠隔地化・多様化に対応するため、酒田港を拠点としたリサイクルポート間の連携による貨物の集約、船舶の大型化等による輸送の効率化を推進

(2) 国際物流の合理化・効率化

●物流行程の合理化・効率化の推進

《取組内容》

- ・輸出パートナー、海外バイヤーとの意見交換等を通して、産地から輸出先国までの物流行程の現状・課題を分析し、空路・船舶・陸送を組み合わせ、輸出品目・輸出数量・輸出先国に応じた最適な国際物流が展開されるよう、物流行程の合理化・効率化を推進

●鮮度保持技術の普及推進

《取組内容》

- ・果実を中心に着荷時に荷痛みが見られる現状を踏まえ、鮮度保持資材の効果検証を支援する等、鮮度保持技術の普及を推進

3 インバウンドの推進

【基本的考え方】

- ・ 国・地域毎の市場特性や成熟度を踏まえ、本県の強みである雪や美食・美酒、温泉、精神文化などの観光素材を組み合わせ、満足度の高い旅を提供し、誘客拡大を図る。
- ・ 個人旅行者増などの市場動向を見据え、近隣県・JNTOと連携したプロモーションの実施や、外国人目線に立った効果的な情報発信を推進する。
- ・ これまで重点的に取り組んできた台湾、中国、香港、ASEANからの誘客をさらに強化するとともに、滞在日数が長く、宿泊・飲食などの消費が期待できる欧米豪等の新たな市場からの誘客を促進する。
- ・ 山形空港は国際線が運航されている羽田空港と新千歳空港、庄内空港は羽田空港と成田空港、それぞれと結ばれていることを活かし、インバウンド誘客に結び付けていく。併せて、近隣県の仙台空港や新潟空港等からの誘客についても取り組んでいく。
- ・ 旅行者のゲートウェイとなる空港の機能強化や、空港からの二次交通の充実・情報発信等を図り、観光客の円滑で快適な周遊を促進する。
- ・ 将来的な視点として、現在空港機能の面から国際便が運航されていないASEANなど中・長距離の国・地域からのチャーター便の誘致についての取組みを検討する。

(1) 市場特性に応じた誘客拡大

●市場ごとの成果や特性を踏まえた誘客対策の充実

《取組内容》

- ・ 県海外事務所、観光コーディネーターによる、県内の最新情報の発信
- ・ 近隣県などとの広域連携による旅行博への出展やプロモーションの実施
- ・ 海外の旅行会社の招請などによる旅行商品の造成・販売に向けた働きかけ
- ・ 各国・地域で影響力を持つメディア等のファムツアー等による本県の魅力発信と認知度の向上
- ・ 海外商談会やバイヤー招聘などの機会を捉えた観光と経済の一体的プロモーションの展開

●新規有望市場（欧州・米国・豪州など）への取組み

《取組内容》

- ・ 本県の精神文化、食などの資源を活かした現地旅行会社へのセールス、JNTOと連携した商談会・旅行博への出展
- ・ 海外オンライン旅行予約サイトと連携したプロモーションの展開
- ・ ゴールデンルートを訪れている旅行者や訪日旅行に関心のある層をターゲットとした誘客PRの実施
- ・ 各国・地域で影響力を持つメディア等のファムツアー等による本県の魅力発信

信と認知度の向上

(2) 本県の強みを活かしたツーリズムの展開と受入環境の整備

●本県の強みとなる観光素材の活用（雪、美食・美酒、精神文化など）

《取組内容》

- ・市場特性や嗜好に応じ、精神文化、美食・美酒・温泉、山岳・森林、産業、スポーツ、カルチャー（生活文化）など、本県の豊富な観光資源を活用した各種ツーリズムについて、ターゲット（年代、客層、団体・個人など）を絞って展開
- ・インフラツーリズムや医療ツーリズム、アニメツーリズムなどの各種ツーリズムについても推進

●観光消費額拡大に向けた取組みの推進

《取組内容》

- ・免税店やカード決済、両替可能な施設の増加による、外国人が高い満足を得られる快適な環境の提供
- ・ナイトタイムエコノミーなど外国人観光客の宿泊・滞在につながる多彩なコンテンツの提供

●受入環境の整備

《取組内容》

- ・トイレの洋式化、W i - F i 等の通信環境整備など、快適に旅行できる環境の整備
- ・観光案内所やスマートフォン等の活用による現地における観光情報の提供の充実強化
- ・個人旅行者の増を受けた、多言語案内表記整備、観光ガイド育成、自動翻訳機導入促進などによる受入環境の充実
- ・災害時における避難情報などの提供や、医療対応に向けた取組みの強化

(3) 本県への移動手手段の確保・二次交通の充実

●国際チャーター便（定期便化）、外航クルーズ船の誘致

《取組内容》

- ・官民一体での現地航空会社へのチャーター便の誘致拡大、定期便の就航誘致に向けた働きかけ
- ・県海外事務所、観光コーディネーターを活用した、現地における航空会社への重層的な働きかけの実施
- ・官民一体での酒田港への外航クルーズ船の誘致促進に向けた働きかけ

●他県空港利用による誘客の推進

《取組内容》

- ・羽田空港・新千歳空港から山形空港、羽田空港・成田空港から庄内空港への乗継利便性等について、現地旅行博等のイベントにおけるPRや旅行会社への旅行商品（東京＋山形など）造成の働きかけを実施
- ・近隣の仙台空港や新潟空港等から本県へ誘客するため、各空港から直行バス等により本県を訪れ県内を周遊するなどの幅広い旅行商品造成の働きかけや、近隣県と相互連携し、観光パンフレットを空港に設置する等の啓発活動を実施

●空港・港湾の機能強化

《取組内容》

- ・国際チャーター便の定期便化を見据えた空港機能の強化
- ・年々大型化する外航クルーズ船の寄港に向けた港湾機能の強化
- ・駐車スペース、搭乗手続きや手荷物の受取りスペース、待合室等、空港機能を拡充する施設の整備・改善
- ・空港内の総合案内所での多言語による観光や二次交通の案内・予約対応機能の整備
- ・空港内のテナント、レストラン、レンタカー事業者等を対象とした、外国語での接客研修の実施
- ・ASEANなど、中・長距離の国からの国際線就航を見据え、滑走路延長等空港施設の整備に向けた検討

●二次交通への対応

《取組内容》

- ・観光地へのラストワンマイルをつなぐ二次交通の充実
- ・国内外の観光客の回遊性向上に向けた交通データの収集と共有化等のための態勢整備
- ・山形空港と各駅や観光地等を結ぶバスや予約制乗合タクシーの運行支援、多言語対応によるWeb予約システムの運用
- ・空港内の総合案内所での多言語による観光や二次交通の案内・予約対応（再掲）
- ・現地旅行博等のイベントや旅行会社訪問時などにおける交通アクセスのPR活動

(4) 個人旅行者増に対応した効果的な情報発信の強化

●デジタルマーケティングの推進

《取組内容》

- ・ICTを最大限活用した「旅マエ・旅ナカ・旅アト」での効果的なアプローチによる個人旅行者向けデジタルプロモーションの展開
- ・旅の状況を提供する観光案内所の機能と観光予約システムを兼ね備えた観光サイトの構築・運用

- ・外国人旅行者を海外・国内・東北から山形へ向ける仕掛けづくり

● SNSやメディア等を活用した戦略的な情報発信の充実

《取組内容》

- ・外国人目線に立った多言語ホームページやSNSなどを利用したタイムリーな情報の発信強化

VI 主な国・地域別の方向

重点地域

- 本戦略では、親日的であり本県の貿易・観光における最大のパートナーである台湾、香港、14億人の人口を擁する巨大市場である中国、近年高い経済成長を見せるASEANを、引き続き重点地域と位置付けて取り組みを進めていく。
- また、観光分野では、訪日旅行の滞在日数が長く、消費拡大に期待ができる欧州・米国・豪州を新たに重点地域と位置づけ、誘客拡大に向けた取り組みを進める。
- 対象とする国・地域については、本戦略期間中の情勢変化等に応じて柔軟に対応していく。

1 台湾

【基本的考え方】

(貿易の振興)

- ・台湾における県産品の情報発信拠点として、平成30年5月に設置した「山形閣」PRコーナーの機能強化を図るなど、同ホテルグループと連携しながら、県産品のPRと販路拡大に取り組む。
- ・果実など農産物を中心に輸出額が着実に増加していることから、産地間競争を勝ち抜くため、輸出パートナーとの連携を強化し、新規品目の提案を幅広く行い、農産物、県産酒、加工食品の輸出数量と品目の拡大を図る。
- ・伸びしろのある鉄瓶などの工芸品、工業製品（デザイン製品等）について、新規輸出パートナーの開拓及びマッチング支援などにより、販路開拓に取り組む。

【重点品目：農産物、県産酒、加工食品、工芸品、工業製品】

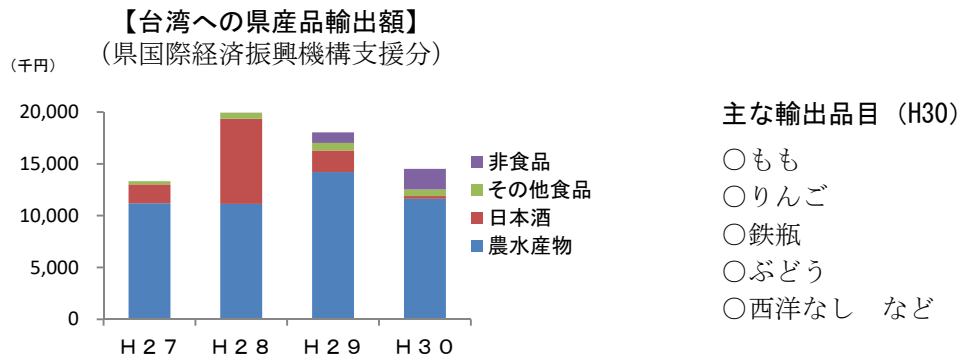
(インバウンドの推進)

- ・全国と比して本県への訪問の割合が高い冬期については、本県の強みとしてこれまでの取組みを継続するとともに、課題となる春から秋を含めた通年での観光需要の獲得を目指す。
- ・トップセールスや台湾自治体との覚書締結など官同士の関係強化に加え、定期チャーター便運航を契機とした現地商談会などを通して民間事業者同士のつながりも生まれてきており、民間主体のネットワーク構築を促進する。
- ・国際定期チャーター便の通年運航は、年間を通した観光需要の獲得に重要であることから、定期便化を見据えて誘致を継続する。

(貿易の振興)

○市場の概要

実績 (H27→H30)	国・地域の現状	これまでの本県の取組み
貿易実態調査(H27→H29) 6,022 百万円→6,311 百万円 (4.8%増) 定番化品目数 12 件→12 件 輸出品目数 16 件→22 件 国際機構支援の輸出実績 13,323 千円→14,508 千円(8.9% 増) 県産農産物輸出状況調査 87トン→269トン	○親日で所得水準が比較的高い地域であり、国際交流や観光交流などつながりが深く、インバウンドと県産品輸出・山形ファン拡大の好循環が期待 ○検疫や関税が障壁となるものの、比較的輸出しやすい地域であるため、産地間競争が激化	○信頼できる輸出パートナーとの連携強化のもと、農産物を中心に輸出拡大 ○鉄瓶など非食品の輸出も増加傾向 ○現地ホテルグループの協力を得て、宜蘭県のホテル「山形閣」に、本県のPRコーナーを設置(H30年5月～)



●現地ネットワークを活かした県産品の輸出拡大

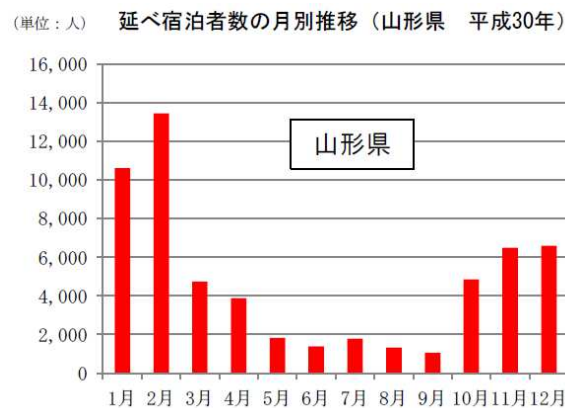
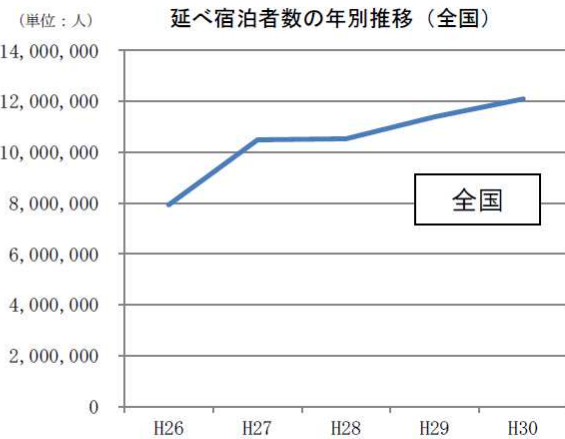
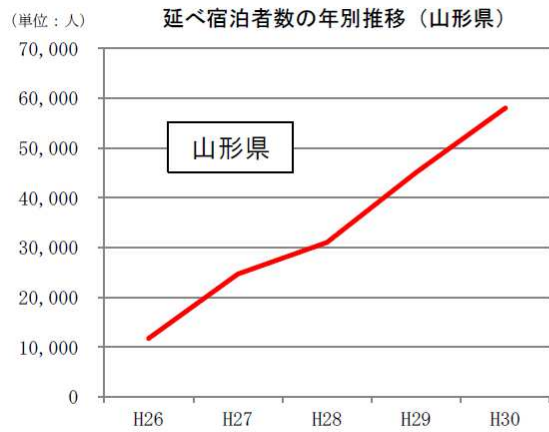
《取組内容》

- ・台湾における県産品の情報発信拠点として平成30年5月に設置した「山形閣」PRコーナーを活用した県産品の展示による情報発信や販売機能の強化、同ホテルグループとの連携強化
- ・人口の集積する台北市内の百貨店等での輸出パートナーと連携した農産物など県産品の輸出数量・品目の拡大に向けたプロモーションの実施
- ・台湾広域での県産品の認知度向上・販路拡大とともに、インバウンドとの好循環につなげていくため、台中市、高雄市などにおける新規輸出パートナーの発掘と販路開拓に向けた商談等の実施
- ・日本酒の輸出拡大に向けた新規輸出パートナーの開拓、飲食店等での県産酒プロモーションの実施による取引拡大
- ・工芸品やデザイン製品等の販路開拓に向けた現地バイヤーとのマッチング支援

(インバウンドの推進)

○市場の概要

県内受入実績 (H27→H30)	現状	これまでの 本県の取組み	山形との関係 (特記事項)
53,775人 →136,565人 (154.0%の増) ◎第1位	非常に親日的 で、国外旅行先 のトップが日本	<ul style="list-style-type: none"> ○台北に観光コーディネーターを配置 ○現地旅行博への参加 ○現地商談会の開催 ○旅行エージェント、メディア・インフルエンサー等の招請 ○街頭広告、雑誌・ウェブ広告の実施 	<ul style="list-style-type: none"> ○本県への国際定期チャーター便の運航が過去最高 ○高雄市(H28)、宜蘭県(H28)、台中市(H30)と経済・観光交流の覚書締結 ○現地商談会への参加により、個別に現地旅行会社とつながりを持つ民間事業者が出てきている



《参考：訪日旅行の有望な旅行者層》

有望な旅行者層	訴求ポイント	費用・日数等	効果的な宣伝方法
若年層の男女 (20～30代前半)	ショッピング、グルメ、テーマパーク、自然、温泉等	一人あたり5～20万円程度 団体旅行商品は、5日間が多い	ウェブサイトやSNS、一般公開イベント等
家族旅行 (30代後半～40代+子)	テーマパーク、温泉、グルメ、キャンプ、ショッピング	一人あたり8～15万円程度 4泊5日が多い	ウェブサイトやSNS、旅行博への出展等
高所得者 (30代以上)	伝統芸能、自然、温泉、グルメ、ショッピング、地域との交流等	一人あたり30万円以上 4泊5日から	高所得者向け旅行商品を扱う旅行会社の招請等

●民間との協働による誘客拡大

《取組内容》

- ・ 県内観光事業者と現地旅行会社等とのネットワークを強固なものとして民間主導による誘客促進

●定期便化を見据えた戦略的なチャーター便誘致

《取組内容》

- ・ チャーター便を活用した旅行商品における県内への長期滞在の働きかけ
- ・ アウトバウンドの需要拡大

●更なる冬の誘客と年間を通じた誘客拡大

《取組内容》

- ・ 現地コーディネーターを活用し、「おしん」、「樹氷」といった本県の観光素材の強みによる通年での誘客促進
- ・ 現地商談会の実施等による民間事業者間の連携強化
- ・ 果物狩りやサイクルツーリズムなど、「食」・「コト」と連動した春夏期の需要開拓に向けたプロモーションの強化
- ・ 年間を通して需要のある企業によるインセンティブツアー（社員向け報奨旅行）の誘致拡大
- ・ グリーンツーリズムや雪を活用した通年での教育旅行の誘致
- ・ 現地旅行会社の商品造成担当者等を招請してのファムツアーや商談会の実施
- ・ 現地インフルエンサーを活用した情報発信の強化
- ・ 体験型コンテンツの磨き上げ・発信による、滞在・周遊の拡大とリピーターの確保

2 中国

【基本的考え方】

(貿易の振興)

- ・ 輸出に伴う障壁は高いものの、人口約1.4億人と市場規模が巨大であるとともに、日中関係も改善し交流拡大が期待されることから、これまで培ってきた交流基盤をもとに、経済交流の促進や人的ネットワークの拡大に取り組む。
- ・ 黒龍江省とは、県ハルビン事務所を核とした長年の交流を通して人脈や信頼関係を築いており、同省を含む中国東北地域では、高速交通網等のインフラ整備や、大連－仙台便の7年ぶりの再開など交流基盤が形成されていることから、県産品の輸出拡大、情報発信の強化、山形ファンの拡大に取り組む。
- ・ 中国各地への商流を拡大するためには、上海等大消費地での取組みを強化する必要があることから、上海等でのコーディネート強化し、信頼できる輸出パートナーの発掘を進め、県産品の販路拡大を図る。

【重点品目：農産物、県産酒、加工食品、工芸品、工業製品】

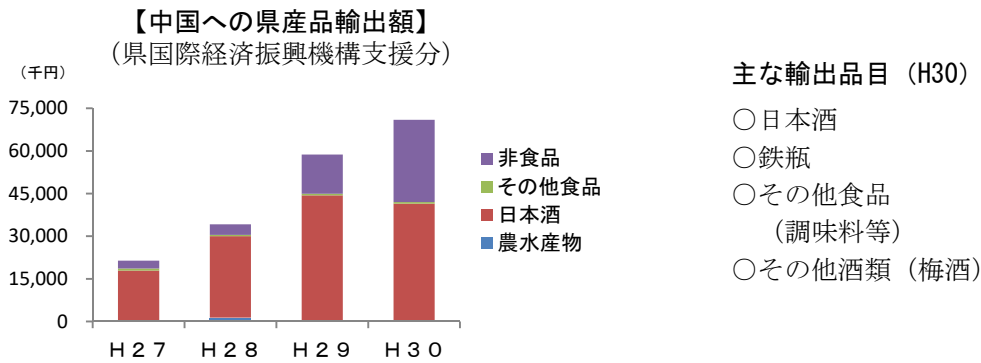
(インバウンドの推進)

- ・ 全国と比して本県への訪問の割合が高い冬期については、本県の強みとしてこれまでの取組みを継続するとともに、課題となる春から秋を含めた通年での観光需要の獲得を目指す。
- ・ トップセールスや北前船フォーラムの開催による大連とのネットワーク構築に加え、大連－仙台便の運航再開、上海－仙台便の増便等、中国とのアクセスが向上していることから、これを契機として更なる誘客拡大を目指す。
- ・ 2022北京冬季オリンピックに向け中国が国策としているスキー振興を、全国有数のスキー場を持つ本県における大きな好機と捉え、観光需要の更なる獲得を目指す。
- ・ 富裕層の多い沿岸部をはじめ、同国の旺盛な観光需要を取り込むべく、現地ニーズを的確に把握し、冬のアクティビティや「おしん」など本県の観光素材とのマッチングを図る。

(貿易の振興)

○市場の概要

実績 (H27→H30)	国・地域の現状	これまでの本県の取組み
貿易実態調査(H27→H29) 29,597百万円→46,082百万円 (55.7%増) 定番化品目数 18件→15件 輸出品目数 22件→30件 国際機構支援の輸出実績 21,380千円→70,979千円 (232.0%増) ◎第2位 県産農産物輸出状況調査 296トン→69トン	○これまでの経済発展と約14億の人口を背景とし、発展が進む大都市部は巨大な市場 ○日中関係は大きく改善され、良好な関係に戻り、中国側の経済交流への意欲が一層高まっている	○平成23年度よりハルビン事務所を設置し、現地に職員を派遣し、人的ネットワークなど交流基盤を構築 ○農産物の規制は依然として厳しいが、日本酒や加工食品、鉄瓶等農産物以外の輸出拡大に取り組んできており、特に日本酒と鉄瓶は近年大きく増加



●**県ハルビン事務所を核としたネットワークの拡大**

《取組内容》

- ・これまで協力関係を築いてきたハルビン市内の日本料理店や百貨店との連携による県産品の情報発信・販売拡大
- ・県ハルビン事務所におけるSNSの活用等による情報発信強化と山形ファンの深化・拡大
- ・ハルビン商談会等への出展や商談等の実施による企業間のマッチング支援
- ・友好県省締結25周年の覚書を踏まえた介護、環境、農業など新たな分野での経済交流の創出・支援
- ・海外取引支援機関とのテレビ会議等を用いた情報共有による機動的な事業の推進

●**大消費地における県産品の販路拡大**

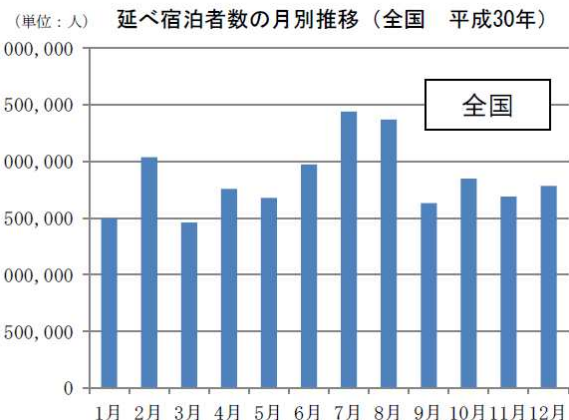
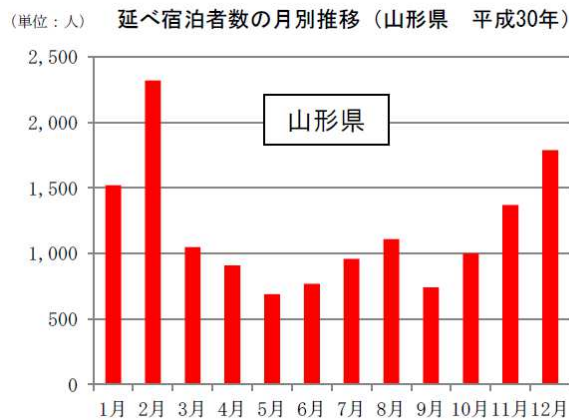
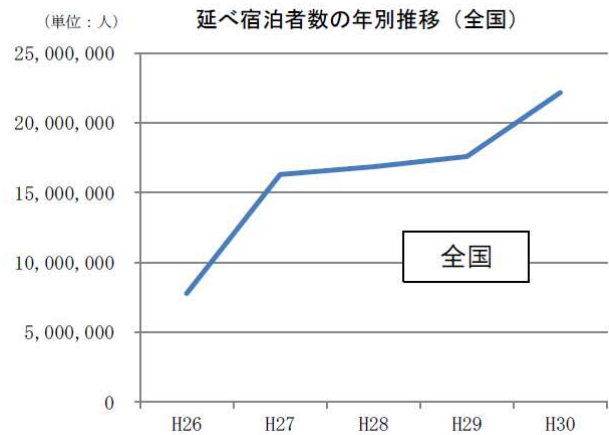
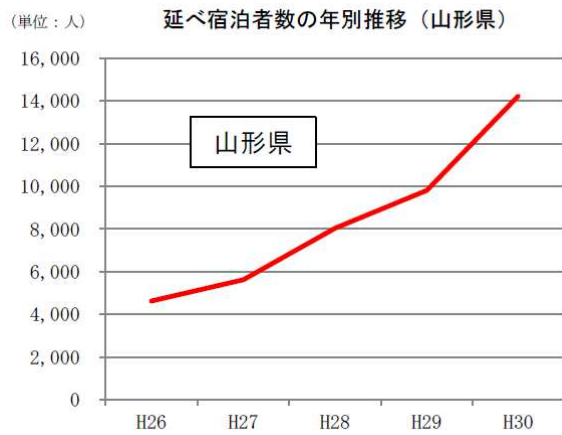
《取組内容》

- ・上海等でのコーディネート強化による大消費地における県産品の販路開拓と輸出拡大
- ・上海、北京、広州等で開催される商談会等への出展による新規輸出パートナーの発掘
- ・現地百貨店等における県産品の販売プロモーションの実施

(インバウンドの推進)

○**市場の概要**

県内受入実績 (H27→H30)	現状	これまでの本県の取組み	山形との関係 (特記事項)
6,958人 →16,422人 (136.0%の増) ◎第2位	大都市(北京、上海等)を中心に個人旅行の需要拡大	<ul style="list-style-type: none"> ○上海に観光コーディネーターを配置 ○現地旅行博への参加 ○ハルビン事務所との連携によるPR ○旅行エージェンツ、メディア・インフルエンサー等の招請 	<ul style="list-style-type: none"> ○11月に大連-仙台便が約7年ぶりに再開 ○北前船寄港地フォーラムにより大連市との関係強化 ○2022年に冬季北京オリンピックが開催(中国が国策としてスキー人口増に向けた取組み実施)



《参考：訪日旅行の有望な旅行者層》

有望な旅行者層	訴求ポイント	費用・日数等	効果的な宣伝方法
家族旅行・親子旅行 (20～40代の ホワイトカラー)	ショッピング、温泉、 自然、テーマパーク、 美食等	一人あたり11万円前後 5泊6日程度	ウェブサイトやSNS、 繁華街でのイベント等
若者層 (20～30代の男女、 大卒のホワイトカラー、 特に女性)	ファッション、美食、 美容、自然	ビザ・航空券、ホテルがセッ トになったパッケージ商品 (4日間、8万円から)	ウェブサイトやSNS、インフルエンサーを起 用した情報発信、旅行専門ポータルサイト への記事掲載、動画サイトへの広告掲載等

●冬期から通年型観光への拡大

《取組内容》

- ・2022 年北京冬季オリンピック開催を見据え、現地旅行会社等と連携したスキー客の誘客プロモーションの展開
- ・中国における日本との交流需要の高まりを捉え、現地旅行会社等と連携した教育旅行の開拓・定着
- ・現地のOTA等の旅行会社と連携し、人気のある桜、ショッピング、温泉など中国人観光客のニーズ、嗜好に合った観光素材を組み込んだ春夏期の誘客プロモーションの展開

●県ハルビン事務所・現地コーディネーターを活用した誘客事業の展開

《取組内容》

- ・これまで培ってきた旅行会社とのネットワークを強化するとともに、大連と

のつながりや再開した大連－仙台便などを活用し、現地旅行会社の商品造成担当者等を招請してのファームツアーや商談会等の実施

- ・個人旅行者増に向けた WeChat（微信）、Weibo（微博）を活用した情報発信

3 香港

【基本的考え方】

(貿易の振興)

- ・ 輸入規制が少なく、参入しやすい市場であるとともに、港珠澳大橋の開通など経済圏が拡大していることから、山形県国際経済振興機構やJETRO等との連携により、中国やアジア諸国へのゲートウェイとして県産品の販路拡大・新たに輸出に取り組む事業者への海外取引のスタートアップ支援に取り組む。
- ・ 参入しやすい反面、農産物等日本の他産地との競争が激しさを増していることから、継続した取引のある輸出パートナーとの連携強化を図りながら、県産品の輸出数量・品目の拡大を図る。
- ・ 中国やアジアを見据えた日本酒「G I 山形」のブランド定着促進とともに、県産酒等と組み合わせた工芸品の提案など、付加価値を高めたプロモーションの展開により販路開拓に取り組む。
- ・ 港珠澳大橋の開通等により情報発信力の高まるマカオへの県産品の販路開拓・情報発信に向けた市場調査の実施など、輸出拡大の可能性を探る。

【重点品目：農産物、県産酒、加工食品、工芸品】

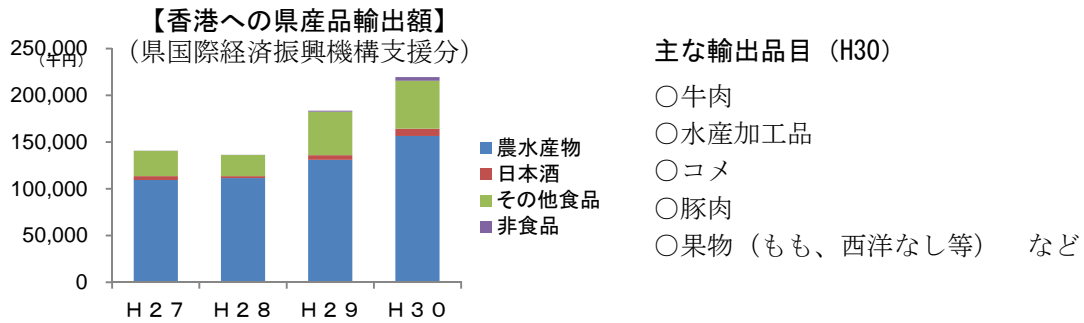
(インバウンドの推進)

- ・ 全国と比して本県への訪問の割合が高い冬期については、本県の強みとしてこれまでの取組みを継続するとともに、課題となる春から秋を含めた通年での観光需要の獲得を目指す。
- ・ トップセールスによる現地とのネットワークの構築や、県人会、JETRO 香港事務所等との連携体制を活かしながら、四季折々の自然や美食・美酒など現地のニーズとマッチする本県の素材を発信し、観光需要の更なる獲得を目指す。

(貿易の振興)

○市場の概要

実績 (H27→H30)	国・地域の現状	これまでの本県の取組み
貿易実態調査(H27→H29) 1,222 百万円→5,168 百万円 (322.9%増) 定番化品目数 27 件→35 件 輸出品目数 41 件→45 件 県産品輸出実績 140,615 千円→219,497 千円 (56.1%増) ◎第1位 県産農産物輸出状況調査 343トン→610トン	○中国やアジア諸国の富裕層が集まる地域であり、購買力が高く、ゲートウェイ機能あり ○輸入規制が少なく、関税ゼロのため参入しやすい。一方、日本産食品は種類・量ともに豊富であり、成熟市場で産地間競争が激しい	○農水産物や食品を中心に、輸出に取り組んできており、県産農産物や食品の最大の輸出先 ○H30 年度よりジェトロ香港事務所に職員派遣し、連携強化 ○初めて海外展開に取り組む事業者に対し、情報収集から現地プロモーションまで一貫した支援を実施



●アジアのゲートウェイとしての輸出拡大・海外取引スタートアップ支援

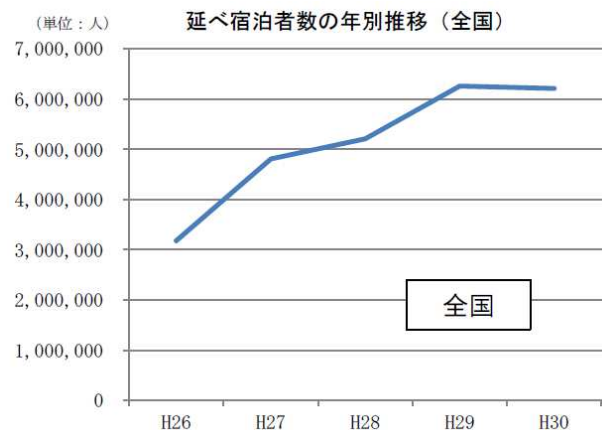
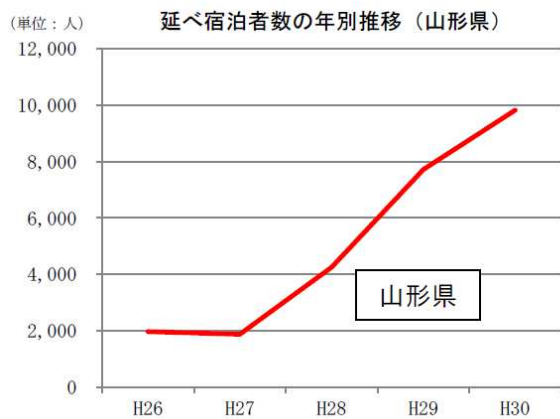
《取組内容》

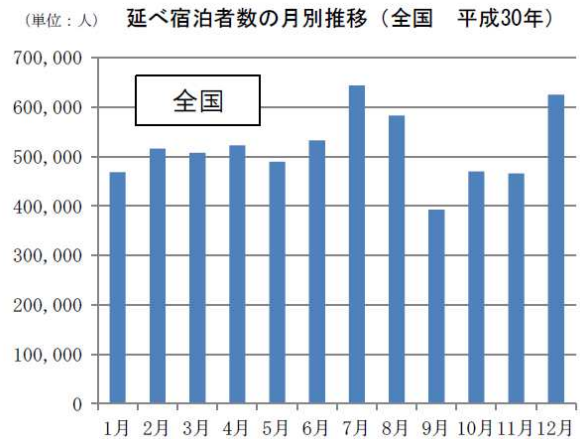
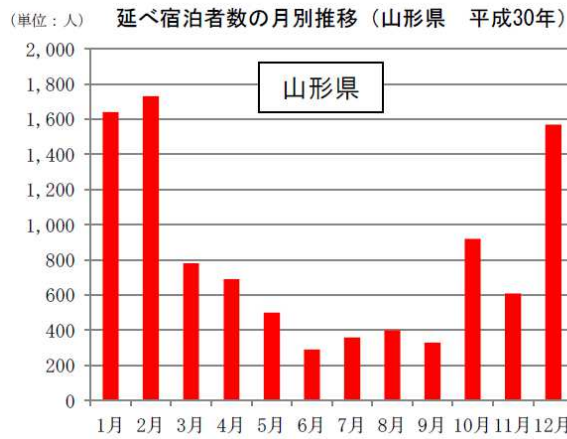
- ・ J E T R O との連携による若手経営者等に対する現地プロモーション実施や現地バイヤーとの商談等への支援
- ・ 「G I 山形」のブランド定着促進と県産酒の輸出拡大とともに、県産酒等と組み合わせた工芸品の販路開拓に向けたプロモーションの実施
- ・ 輸出パートナーと連携した高級スーパー等での県産品販売プロモーションや県産食品フェア開催による山形ブランドの定着及び取引の拡大を促進
- ・ マカオへの県産品の販路開拓・情報発信に向けた市場調査の実施

(インバウンドの推進)

○市場の概要

県内受入実績 (H27→H30)	現状	これまでの本県の取組み	山形との関係 (特記事項)
2,486人 →12,108人 (387.0%の増) ◎第4位	夏休みやクリスマス等の時期に需要増大	<ul style="list-style-type: none"> ○香港に観光コーディネーターを配置 ○現地旅行博への参加 ○旅行エージェント、メディア・インフルエンサー等の招請 	<ul style="list-style-type: none"> ○米沢牛や県産酒などの美食・美酒、アウトドア体験、雪・桜・紅葉など現地のニーズに合致した観光素材が豊富 ○香港－新潟チャーター便就航 (R1.10～R2.3)





《参考：訪日旅行の有望な旅行者層》

有望な旅行者層	訴求ポイント	費用・日数等	効果的な宣伝方法
20～40代の女性	グルメ、ショッピング、季節のフラワーツーリズム、写真映える場所 等	一人あたり6～9万円程度 3泊4日から4泊5日	女性向け旅行週刊誌への記事掲載・広告 等
訪日旅行未経験者の若者	テーマパーク、ショッピング、写真映える場所	一人あたり5～6万円程度 3泊4日から4泊5日	SNSやメディア、航空会社と提携したキャンペーン 等

● 「食」と連動した誘客事業の展開

《取組内容》

- ・ 現地コーディネーターを活用した通年での誘客促進
- ・ 訪日旅行取扱いの数が多い現地旅行会社等と連携し、美食・美酒など山形ならではの「食」と連動した通年での誘客プロモーションの展開
- ・ 現地旅行会社の商品造成担当者等を招請してのファムツアーや商談会等の実施
- ・ 現地インフルエンサーの活用とSNS等による情報発信
- ・ チャーター便誘致に向けた働きかけ

4 ASEAN

【基本的考え方】

(貿易の振興)

- ・ ASEANでは、輸出パートナーとの連携を強化してきたタイ、マレーシア、シンガポールや、県内企業を含む日系企業が多く進出するなど今後の販路開拓が期待できるベトナムの4か国を中心に取組みの重点化を図る。
- ・ タイでは、産地間競争が激しい中で、信頼できる輸出パートナーとの連携により農産物、日本酒、加工食品等を中心に着実に輸出額は増加していることから、取引品目の拡大とともに、新規品目の提案を積極的に行い輸出拡大に取り組む。
- ・ マレーシアでは、農産物を中心に輸出額が大きく伸びており、ASEANの中で最大の輸出先となっていることから、輸出パートナーとの連携強化を図りながら、更なる輸出拡大に取り組む。
- ・ シンガポールでは、日本酒を中心に販路開拓の取組みを進め、輸出額も増加していることから、展示会等への出展などにより、周辺国へのショーケース機能を活用し、輸出パートナーの拡大や県産品の輸出拡大に取り組む。
- ・ ベトナムは、ASEANの中で人口が3番目に多く、都市部への人口増加が進行し、今後GDPの伸びが期待できる市場であることから、輸出パートナーとの連携により農産物等の新たな販路開拓に取り組む。
- ・ 本県の進出企業が多いベトナムなどを中心に、海外取引拡大のための機会の創出など、県内ものづくり企業の海外事業展開等に対する支援に取り組む。

【重点品目：農産物、県産酒、加工食品、工芸品、工業製品】

(インバウンドの推進)

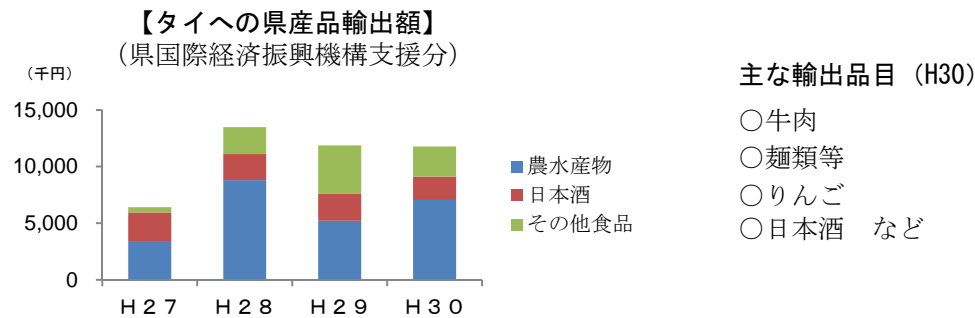
- ・ 全国と比して本県への訪問の割合が高い冬期については、本県の強みとしてこれまでの取組みを継続するとともに、課題となる春から秋を含めた通年での観光需要の獲得を目指す。
- ・ トップセールスによるタイとのネットワーク構築に加え、バンコクー仙台便の運航再開を契機として更なる誘客拡大を図る。
- ・ 県人会や本県ゆかりのキーパーソンとのつながりを活かしながら、スキー、雪、桜、パワースポットなど現地のニーズとマッチする本県の素材を発信し、高所得者層、中間層をターゲットに観光需要の更なる獲得を目指す。

《タイ》

(貿易の振興)

○市場の概要

実績 (H27→H30)	国・地域の現状	これまでの本県の取組み
貿易実態調査(H27→H29) 2,597 百万円→4,700 百万円(81.0%増) 定番化粧品目数 15 件→14 件 輸出品目数 20 件→22 件 国際機構支援の輸出実績 6,412 千円→11,766 千円(83.5%増) 県産農産物輸出状況調査 11トン→10トン	○日本産食品への認識が高く、市場としての成熟度は高い一方、競争が激しい ○訪日旅行者の増加により、中間所得層においても日本産食品に対し好印象を持つ人が増加。R元年 10 月仙台－バンコク便再開による好循環が期待	○ASEANの中では、早い時期から農産物を中心に販路拡大に取り組み、輸出パートナーとの信頼関係を構築



●輸出パートナーとの連携強化による県産品の輸出拡大

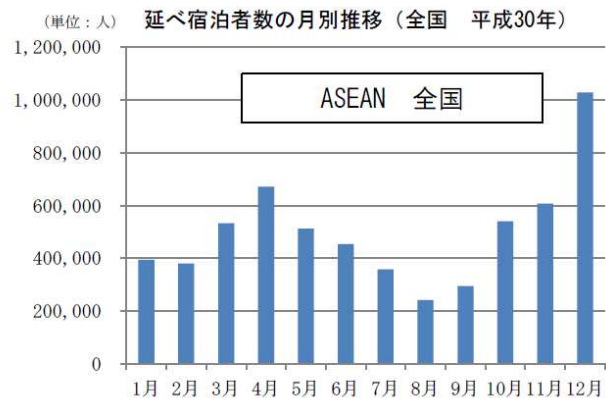
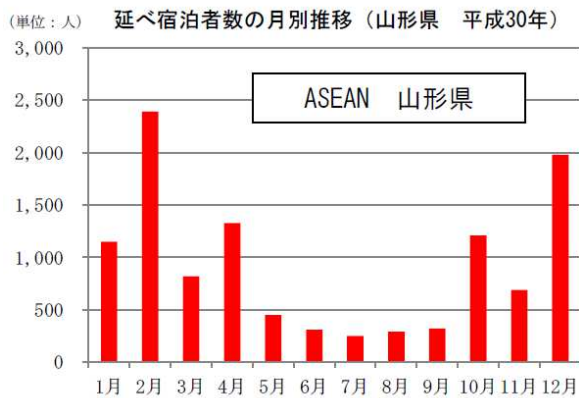
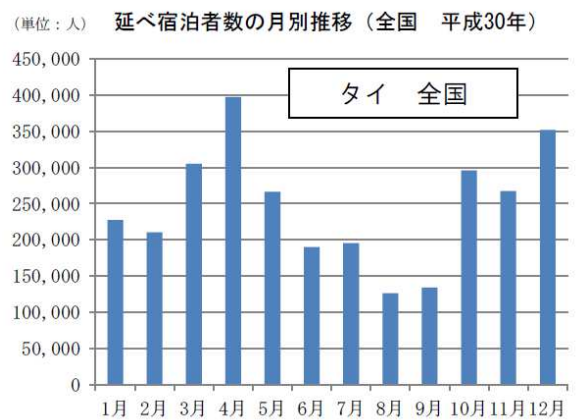
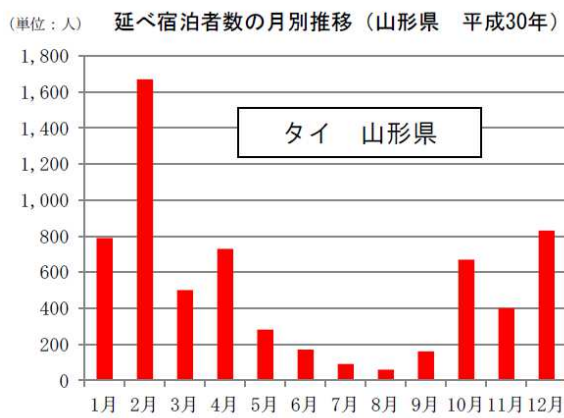
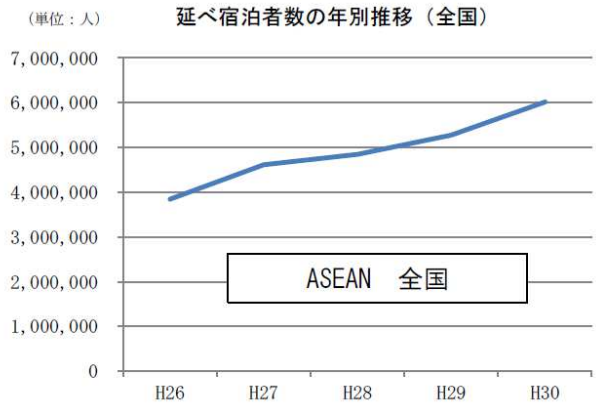
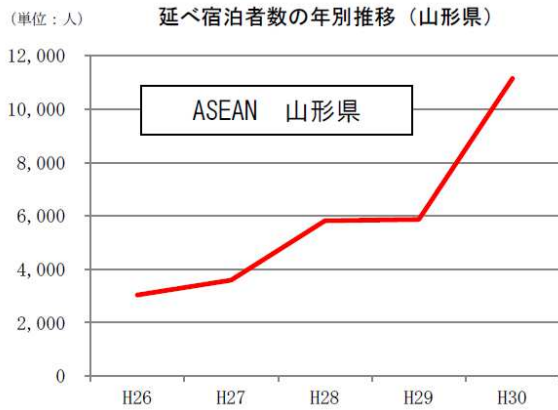
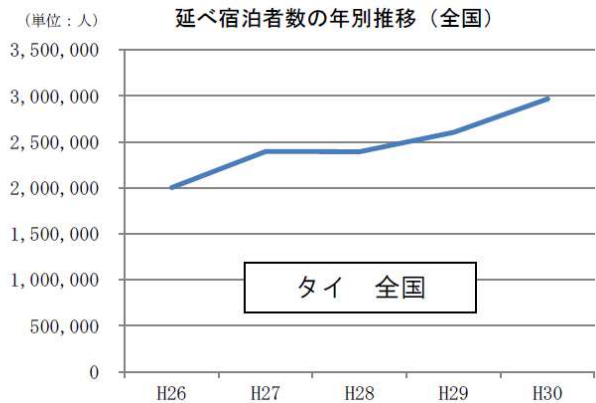
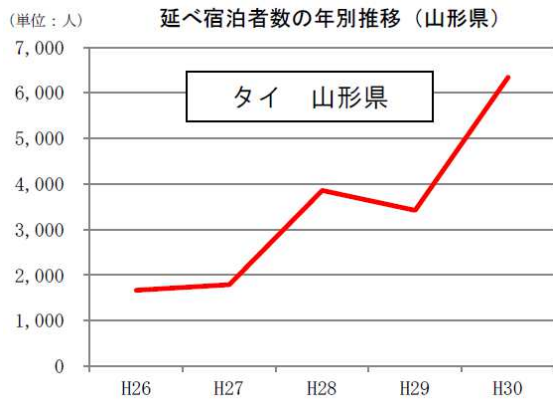
《取組内容》

- ・ 県産品の認知度向上に向けた百貨店、スーパー等での販売プロモーションの充実
- ・ 日本料理店での農産物、県産酒、加工食品など県産食材フェアの実施による業務用食材の取引数量・品目の拡大
- ・ 国際見本市等への出展による新規輸出パートナーの拡大など県産品の販路拡大と新たな輸出ルートづくり

(インバウンドの推進)

○市場の概要 (ASEAN全体及びタイ)

県内受入実績 (H27→H30)	現状	これまでの本県の取組み	山形との関係 (特記事項)
5,899 人 →16,997 人 (188.1%の増)	○訪日旅行者数は過去最高を記録 ○特にタイは東南アジア史上初の100万人を突破	○ASEAN戦略アドバイザーからの意見聴取 ○現地旅行博への参加 ○旅行エージェント、メディア・インフルエンサー等の招請	○10月末にバンコク－仙台便が約5年ぶりに再開 ○4月中旬のソクラーン祭は、タイ最大の旅行シーズンであり、人気の高い桜と雪(残雪)が山形では一緒に楽しめる ○タイで人気が高いパワースポット訪問が可能



《参考：訪日旅行の有望な旅行者層》

有望な旅行者層	訴求ポイント	費用・日数等	効果的な宣伝方法
【タイ】 首都圏在住の高・中所得者層 (30～40代女性)	果物、自然、伝統文化、地方での体験等	一人あたり14～24万円程度 3泊5日から5泊7日	旅行博への出展、旅行会社へのセールス、招へい等
【シンガポール】 ファミリー層 (30～40代)	自然、食	一人あたり20～24万円 5泊7日程度	新聞広告、記事広告の掲載、旅行博への出展等

●現地の嗜好等を反映した誘客事業の展開

《取組内容》

- ・ 現地旅行会社等と連携し、人気のある雪、桜、パワースポットなど、本県の強みである観光資源を中核とした通年での誘客プロモーションの展開
- ・ 仙台便利用による旅行商品の造成を現地旅行会社へ働きかけ
- ・ J N T O、旅行会社等、現地キーパーソンと連携したスキー需要の開拓・誘客
- ・ 現地旅行会社の商品造成担当者等を招請してのファムツアーや商談会等の実施
- ・ 現地インフルエンサーの活用とSNS等によるタイ語での情報発信
- ・ 将来的なチャーター便誘致に向けた検討

《マレーシア》

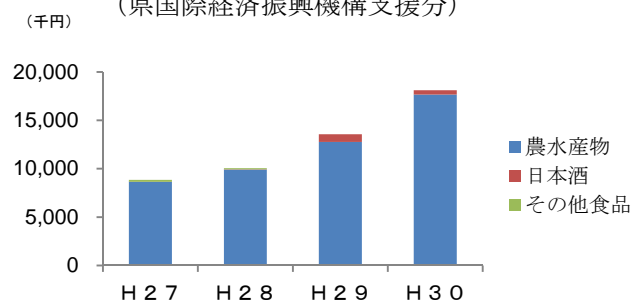
(貿易の振興)

○市場の概要

実績 (H27→H30)	国・地域の現状	これまでの本県の取組み
貿易実態調査(H27→H29) 590百万円→928百万円(57.3%増) 定番化品目数 10件→7件 輸出品目数 11件→10件 国際機構支援の輸出実績 8,851千円→18,105千円(104.6%増) 県産農産物輸出状況調査 26トン→52トン	○1人当たりのGDPは ASEAN 諸国の中で3番目に高い ○日本産青果物は人気が高く、富裕層を中心に浸透し始めている	○果物やコメを中心に輸出額が大きく伸びており、ASEAN の中で最大の輸出先

【マレーシアへの県産品輸出額】

(県国際経済振興機構支援分)



主な輸出品目 (H30)

- りんご
- コメ
- もも など

●輸出パートナーとの連携強化による県産品の輸出拡大

《取組内容》

- ・ 県産品の認知度向上に向けた高級百貨店等での販売プロモーションの充実
- ・ ハラル認証制度などイスラム圏特有の市場、商習慣に関する情報収集、県内事業者への情報提供や相談への対応

(インバウンドの推進)

●現地の嗜好等を反映した誘客事業の展開

《取組内容》

- ・ 現地旅行会社等と連携し、人気のある雪、桜など、本県の強みである観光資源を中核とした通年での誘客プロモーションの展開
- ・ 近隣県・JNTO等と連携した旅行博への出展やプロモーションの実施
- ・ バンコクー仙台便や台湾ー仙台便を活用した旅行商品造成を現地旅行会社へ働きかけ
- ・ 中華系富裕層の誘客促進に向けた情報発信
- ・ 現地旅行会社の商品造成担当者等を招請してのファムツアーや商談会等の実施
- ・ インフルエンサーを活用したSNS等での情報発信強化

●ムスリム層の誘客に向けた受入態勢の整備・情報発信

《取組内容》

- ・ ムスリム層の誘客に向けた、県内観光関係者へのハラル対応に関する情報提供
- ・ 近隣県・JNTO等と連携した現地へのムスリムフレンドリー情報の発信

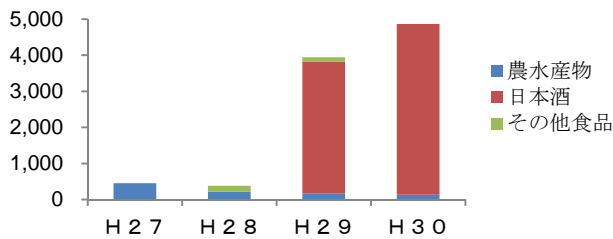
《シンガポール》

(貿易の振興)

○市場の概要

実績 (H27→H30)	国・地域の現状	これまでの本県の取組み
貿易実態調査(H27→H29) 3,788 百万円→4,097 百万円(8.2%増) 定番化品目数 4 件→4 件 輸出品目数 5 件→5 件 国際機構支援の輸出実績 452 千円→4,866 千円 (976.5%増) 県産農産物輸出状況調査 197トン→279トン	○国内での農業基盤・生産基盤がほとんどなく、食糧の調達は品目全般にわたって輸入依存 ○世界各国から食が集まり、競争が激しいマーケット。周辺国へのショーケース機能を持つ	○日本酒を中心に県産品の輸出拡大に取り組んでいる ○H27 年度に ASEAN 貿易コーデイナーを設置

【シンガポールへの県産品輸出額】
(県国際経済振興機構支援分)



主な輸出品目 (H30)

- 日本酒
- 花き
- 菓子
- りんご など

●輸出パートナーとの連携強化による県産品の輸出拡大

《取組内容》

- ・日本食レストランや飲食店等での県産酒、県産食材プロモーションの実施による業務用販路の開拓・拡大
- ・国際見本市等への出展による輸出パートナーの拡大など県産品の販路拡大と新たな輸出ルートづくり
- ・周辺国へのショーケース機能や現地コーディネーターを活用したASEAN市場の情報収集、工芸品や工業製品の販路開拓など輸出有望品目の提案

(インバウンドの推進)

●現地の嗜好等を反映した誘客事業の展開

《取組内容》

- ・個人旅行者の占める割合が高いことを踏まえ、更なる個人旅行者増に向けたOTAサイト及びSNS等による情報発信の強化
- ・現地旅行会社等と連携し、人気のある雪、桜など、本県の強みである観光資源を中核とした通年での誘客プロモーションの展開
- ・近隣県・JNTO等と連携した旅行博への出展やプロモーションの実施
- ・現地旅行会社の商品造成担当者やインフルエンサー、メディア等のファムツアーの実施

《ベトナム》

(貿易の振興)

○市場の概要

実績 (H27→H30)	国・地域の現状	これまでの本県の取組み
貿易実態調査(H27→H29) 5,167百万円→10,774百万円 (108.5%増) 本県の進出企業数 14社(R元年現在)	○ASEANの中で人口が3番目に多く、ハノイやホーチミン等都市部の人口増加が進み、今後GDPの伸びが期待 ○県内企業を含め、多くの日系企業が進出し、現地に生産拠点を持つ	○自動車部品をはじめとした工業製品を中心に、本県の貿易相手国としては輸出入ともに第3位

●輸出パートナーとの連携による新規販路開拓

《取組内容》

- ・輸出パートナーとの連携による県産品の新たな販路開拓と市場調査

●ものづくり企業の海外事業展開に対する支援

《取組内容》

- ・海外取引支援機関や関係団体等と連携した県内ものづくり企業の海外事業展開等に対する支援

(インバウンドの推進)

●調査分析の実施

《取組内容》

- ・今後の伸びが見込まれる市場について、好まれる観光素材等の調査分析を実施

●現地旅行会社との関係構築・誘客事業の展開

《取組内容》

- ・現地旅行会社へのセールスによる関係構築
- ・近隣県・J N T O等と連携した（近隣県への）チャーター便誘致及び本県を周遊する旅行商品造成の働きかけ
- ・現地旅行会社の商品造成担当者等を招請してのファムツアーや商談会等の実施
- ・ゴールデンルートを訪れている旅行者や訪日旅行に関心のある層をターゲットとした誘客プロモーションの実施
- ・インフルエンサーを活用したSNS等での情報発信

《その他ASEAN》

(貿易の振興)

●他産地に先行した山形ブランドの確立と販路拡大

《取組内容》

- ・フィリピン等における県産品の認知度向上に向けた高級百貨店等での販売プロモーションの実施

5 欧州、米国、豪州

【基本的考え方】

(貿易の振興)

- ・ 欧州では、ミラノ万国博覧会への出展やIWC2018「SAKE部門」審査会の山形開催等を契機に、日本酒の輸出が増加していることから、輸出パートナーとの連携により県産酒の輸出拡大に取り組む。
- ・ 本県が誇るものづくり技術を活かした工芸品やデザイン製品等のニーズが高い欧州や米国市場をターゲットとした海外バイヤーを招へいし、県内企業との商談機会の提供などにより、県産品の輸出拡大を図る。

(インバウンドの推進)

- ・ 東京2020オリンピック・パラリンピックなど日本が海外から大きな注目を集める機会を捉えて、現在ゴールデンルートを訪れている旅行者や訪日旅行に関心のある層をターゲットに、観光需要を獲得する。
- ・ 欧州は、他市場に比べて春夏期の来県も比較的多く、通年での誘客が課題となっている本県にとって有望な市場である。また、その土地ならではの食文化や精神文化体験への関心が高く、本県の持つ観光資源との相性が良いことから、新たな重点市場として観光需要の獲得に取り組む。
- ・ 事業の展開にあたっては、①出羽三山の修験道など本県の精神文化ツーリズムに関心が高く取組みが先行している「欧州」、②精神文化ツーリズムに加えスキー需要が期待できる「豪州」、③「米国」、の順とする。

(貿易の振興)

《欧州・米国》

●県産品の輸出拡大に向けた取組み

《取組内容》

- ・ 欧州の輸出パートナーとの連携による県産酒の輸出拡大
- ・ 欧州や米国市場をターゲットとした本県が誇るものづくり技術を活かし工芸品やデザイン製品等のバイヤー招へい等によるマッチング機会の創出

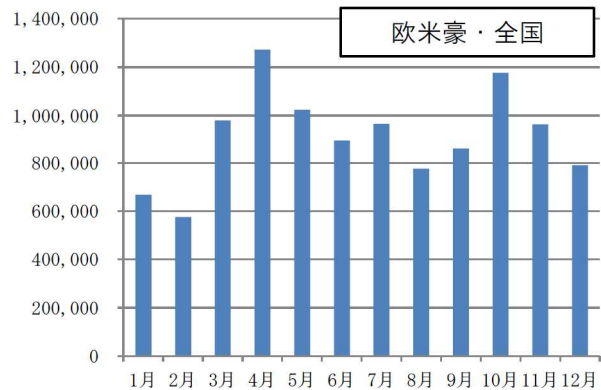
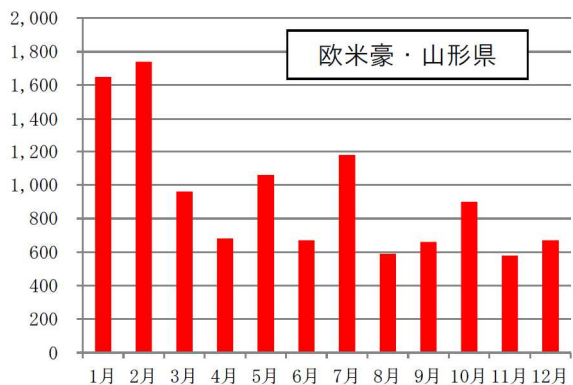
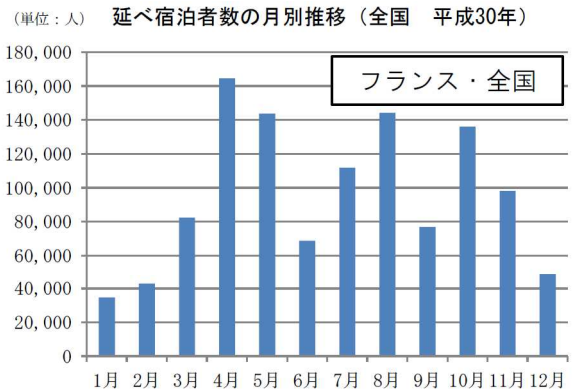
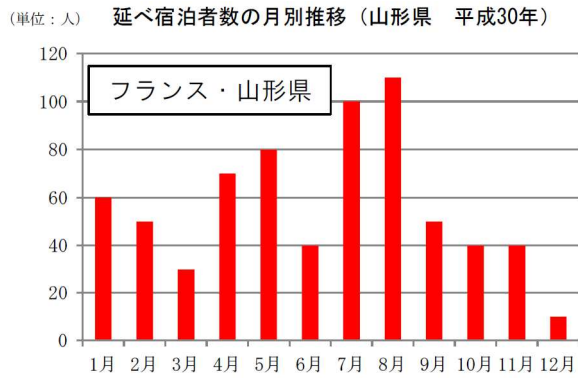
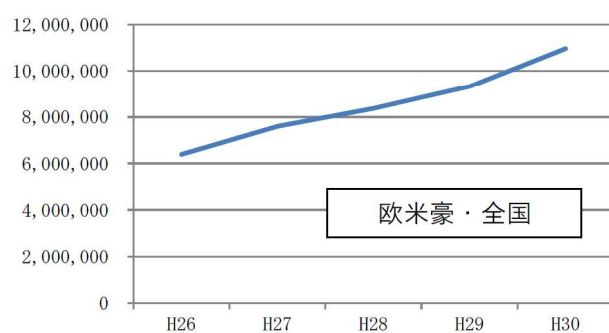
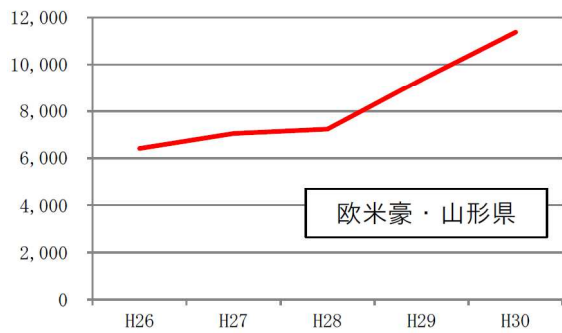
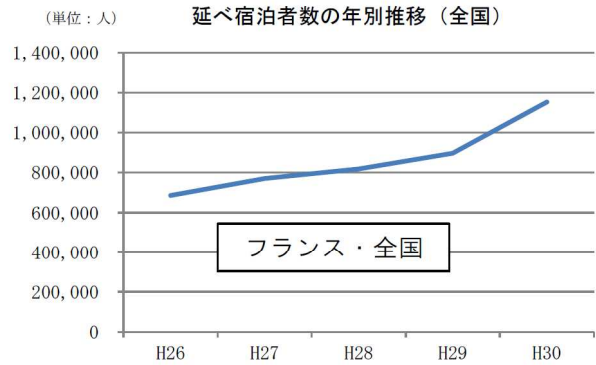
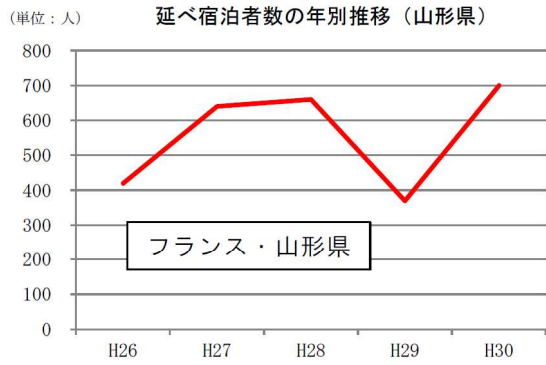
(インバウンドの推進)

《欧州（英・仏・独）・豪州・米国》

県内受入実績 (H27→H30)	現状	これまでの 本県の取組み	山形との関係 (特記事項)
6,288人 →15,745人 (150.4%増)	比較的長期 滞在が多い	○現地旅行博への参加 ○旅行エージェント、メディア・インフルエンサー等の招請	○外航クルーズ船の酒田港寄港増 ○【豪】雪質が良いとして、蔵王スキー場の認知度向上 ○【仏】人気の高い精神文化として、出羽三山の山伏体験など山形ならではのコンテンツ提供が可能

VI 主な国・地域別の方向

5 欧州、米国、豪州



《参考：訪日旅行の有望な旅行者層》

有望な旅行者層	訴求ポイント	費用・日数等	効果的な宣伝方法
【豪】 ウィンタースポーツ層	雪質の良さ、時差がないこと、ホスピタリティ等	一人あたり20～40万円 2週間程度	旅行博への出展、広告・記事掲載等
【仏】 中高年層 (50～60代)	神社仏閣など歴史的建造物、自然、温泉、旅館	一人あたり35万円前後 10日間程度（パッケージツアー）	メディアを通じた露出、旅行会社との連携
【英】 中高年層	歴史・文化、自然、食、神社仏閣等	一人あたり30～45万円 1週間から10日間程度	旅行専門誌や進運の記事掲載、旅行会社との連携

《欧州》

●現地の嗜好等を反映した誘客事業の展開

《取組内容》

- ・ 本県の精神文化、食などの資源を活かした現地旅行会社へのセールス、JNTOと連携した商談会・旅行博への出展
- ・ これまでの取組みにより本県と関わりの深い現地キーパーソンを活用した情報発信とプロモーションの展開
- ・ 海外オンライン旅行予約サイトと連携したプロモーションの展開及び旅行商品購入までのワンストップサービスの提供
- ・ ゴールデンルートを訪れている旅行者や訪日旅行に関心のある層をターゲットとした誘客PRの実施
- ・ インフルエンサーを活用した現地メディアでのPR
- ・ 現地旅行会社の商品造成担当者等を招請してのファミツアーや商談会等の実施
- ・ 外航クルーズ船の寄港拡大及びオプションツアーの造成・催行
- ・ 出羽三山巡礼の旅をフックとした精神文化へ興味のある層への働きかけ

《豪州》

●現地の嗜好等を反映した誘客事業の展開

《取組内容》

- ・ 訪日旅行のけん引役となっているスキーについて、本県スキー場の雪質の良さを活かした現地旅行会社へのセールス、JNTOと連携した商談会・旅行博への出展
- ・ 海外オンライン旅行予約サイトと連携したプロモーションの展開及び旅行商品購入までのワンストップサービスの提供
- ・ ゴールデンルートを訪れている旅行者や訪日旅行に関心のある層をターゲットとした誘客PRの実施
- ・ 現地旅行会社の商品造成担当者等を招請してのファミツアーや商談会等の実施
- ・ 外航クルーズ船の寄港拡大及びオプションツアーの造成・催行
- ・ 富裕層に向けた旅行商品の造成支援や商談会への参加担当者等を招請してのファミツアーや商談会等の実施

《米国》

●現地の嗜好等を反映した誘客事業の展開

《取組内容》

- ・ 富裕層に向けた旅行商品の造成支援や商談会への参加担当者等を招請してのファムツアーや商談会等の実施
- ・ 友好姉妹都市であるコロラド州のキーパーソンを活用した情報発信
- ・ 本県の食、精神文化などの資源を活かしたJNTOと連携したセミナーなどでのPR
- ・ 海外オンライン旅行予約サイトと連携したプロモーションの展開及び旅行商品購入までのワンストップサービスの提供
- ・ ゴールデンルートを訪れている旅行者や訪日旅行に関心のある層をターゲットとした誘客PRの実施
- ・ インフルエンサーを活用した現地メディアでのPR
- ・ 外航クルーズ船の寄港拡大及びオプションルツアーの造成・催行

6 韓国

【基本的考え方】

(貿易の振興)

- ・ 輸出パートナーとの連携により日本酒を中心に販路開拓に取り組み、輸出額は大きく伸びていることから、日本料理店等向けの県産酒や加工食品などの販路拡大に取り組む。
- ・ 酒田港を就航する海運会社に対し、国際定期コンテナ貨物の増加に向けた取組みのPR等を実施し、酒田港の航路利便性の向上を図る。

(インバウンドの推進)

- ・ 政治や災害等の外的要因により旅行需要が後退しやすい市場であることから、テーマ型や富裕層対象のツアーなど、比較的影響の受けにくい誘客を継続するとともに、日ごろから現地旅行会社との信頼関係を築きながら観光需要の獲得に取り組む。
- ・ 個人旅行の比率が高く、旅の情報を主にSNSやテレビ等から取得していることから、インフルエンサーやメディアによる情報発信を図る。

(貿易の振興)

●県産酒を中心とした販路拡大

《取組内容》

- ・ 輸出パートナーとの連携によるソウル、大田など主要都市における日本料理店等での業務用販路の拡大に向けた県産酒プロモーションの実施
- ・ 現地の大手ネット販売会社と連携した加工食品等の取引拡大

●酒田港の航路利便性の向上【再掲】

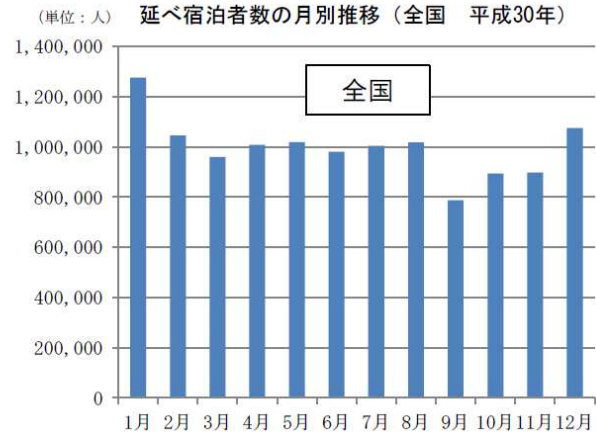
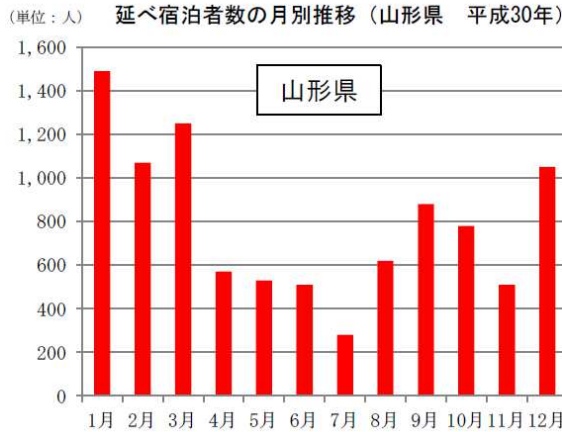
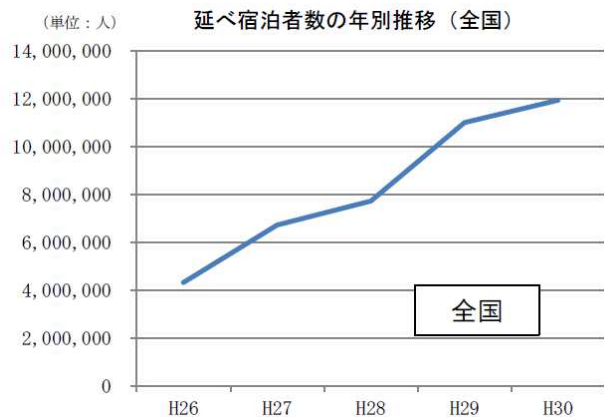
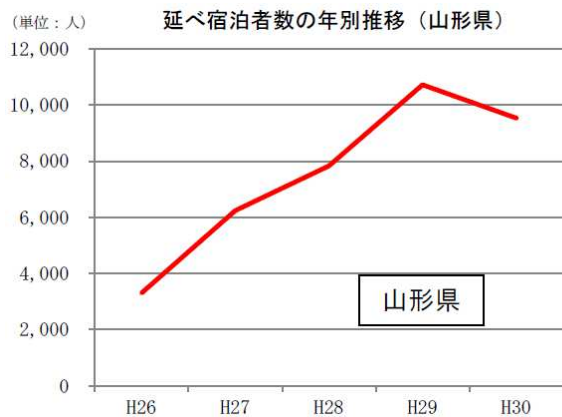
《取組内容》

- ・ 酒田港のコンテナ貨物の増加に向けた取組みや海運会社の運航計画等の情報を共有等し、国際定期コンテナ航路の航路利便性の向上についての働きかけの実施
- ・ 酒田港の航路利便性向上に向けた、企業ニーズの情報収集の実施

(インバウンドの推進)

○市場の概要

県内受入実績 (H27→H30)	現状	これまでの 本県の取組み	山形との関係 (特記事項)
7,568人 →13,494人 (78.3%増) ◎ 第3位	○短期の個人 旅行が多い ○災害等の風 評に敏感	○ソウルに観光コーディネーター及び戦略 的情報発信員を配置 ○現地旅行博への参加 ○旅行エージェント、メディア・インフルエ ンサー等の招請	○隣国で交流が活発であるが、風評や政 治動向等に影響を受けやすい ○7月にトップセールスを実施し、関係を 強化 ○仙台空港－蔵王間の直行バスの運行 (12～3月) ○月山でモーグルスキーの選手が合宿 (毎年)



《参考：訪日旅行の有望な旅行者層》

有望な旅行者層	訴求ポイント	費用・日数等	効果的な宣伝方法
若年層の男女 (20～30代)	食、温泉と美容、スキー、ショッピング、地方都市 等	全体的に旅費は抑え目 2泊3日から3泊4日	スマートフォンを用いたモバイル対策、SNS等
余裕層の男女 (40～60代)	温泉と旅館、休養、健康、地方都市、ゴルフ、トレッキング等	パッケージ商品を利用する傾向が強い 3泊4日から4泊5日程度	旅行会社等に対する商談会、視察旅行の実施等

●継続的な安全安心情報の発信

《取組内容》

- ・ 現地コーディネーター等を活用した通年での誘客促進
- ・ インフルエンサーを活用した現地メディアでのPR

●特定目的の旅行を中心とした誘客事業から通年型観光への拡大

《取組内容》

- ・ スキー、ゴルフ、トレッキング等、健康志向や趣味に合わせた観光素材のPRの促進
- ・ 現地旅行会社や航空会社と連携した個人客のニーズに応じた商品造成の促進
- ・ 現地旅行会社の商品造成担当者等を招請してのファムツアーや商談会等の実施

7 極東ロシア

【基本的考え方】

(貿易の振興)

- ・ 酒田港の利用拡大に向けた対岸貿易の振興を図る。通貨安や景気低迷により、輸出拡大には厳しい状況にあるが、将来を見据えた有望品目の調査、発掘等を図るため、情報収集及び継続取引のある輸出品目などを中心に取引支援に取り組む。

(貿易の振興)

● 県産品の輸出拡大に向けた取引支援、有望品目の調査、発掘

《取組内容》

- ・ 継続取引のある輸出品目を中心に、県産品の輸出拡大に向けた取引支援や有望品目の調査、発掘

● 酒田港の利用拡大に向けた極東ロシアにおける市場ニーズの調査・把握

《取組内容》

- ・ アドバイザーを活用した、酒田港からの極東ロシア向けコンテナ貨物量の拡大を図るための市場ニーズの調査・把握
- ・ 酒田港からの極東ロシア向けコンテナ貨物量の拡大を促進するための、アドバイザーによる人的ネットワークを活用した新規荷主の掘り起こし

Ⅶ 推進体制と手法

- 1 現地支援体制について
- 2 推進機関の連携
- 3 進行管理等

