

海外經濟戰略対策特別委員会

I 特別委員会の設置

海外経済戦略対策特別委員会は、平成28年4月臨時県議会において、海外経済戦略対策に関する所要の調査活動を行うことを目的として設置されたものです。

II 調査活動の概要

近年、国内では東京オリンピック・パラリンピックの開催決定や海外展開に向けた企業意識の高まりなど、経済交流を進める上での環境変化等が見られます。国においては、「世界に経済連携の網を張る」という考えの下、EPA（経済連携協定）やFTA（自由貿易協定）といった、世界各国・地域との経済連携に向けた交渉の強化など、国内企業の国際ビジネスチャンスの拡大に向けた事業環境を整備し、成長市場の獲得を推進するとともに、「対内直接投資の促進」のための、投資インセンティブや発掘・誘致・支援体制の強化等に取り組んでいるところです。

また、県内においても、東アジアに限らず、よりグローバルに事業展開を行う企業の動きがあります。さらには、多様な主体、多様な分野での国際交流により構築したネットワークを、経済交流分野に生かす取組など、自らが持つ強みや資源を生かし、創意工夫をしながら、世界で稼ごうとする動きが見られます。

本県では、近年の市場環境の変化や県内企業のターゲット国・地域の多様化等に対応するため、「みやざき東アジア経済交流戦略」（2012年3月策定）を発展的に継承し、東アジア市場に軸足を置きつつ、世界市場にも視野を広げた取組を推進し、海外との交流拡大を図るよう、2016年3月に「みやざきグローバル戦略」を策定し、取り組んでいるところです。

このような状況を踏まえ、当委員会では、戦略として本県が様々な分野で海外展開を進めていく中で、経済分野に絞り込み、課題を見いだしながら調査を行う必要があるという観点から、①本県の海外経済戦略に関すること、②インバウンド対策に関すること、③アジアとの交流促進に関すること、④輸出拡大に向けた取組に関することを調査事項として決定し、所要の調査活動を行ってきました。

調査に当たっては、関係部局に調査事項についての現状や課題、施策等について説明を求めるとともに、海外展開企業等との意見交換会や海外調査を実施するなど様々な委員会活動を積極的に行い、調査事項に関連する現状把握等に努めてきたところです。

意見交換会では、道本食品株式会社、宮崎ひでじビール株式会社、株式会社ニチワ、株式会社八興商事、独立行政法人日本貿易振興機構宮崎貿易情報センター（以下「ジェトロ宮崎」という。）、宮崎県輸出促進コーディネーターを議会へお招きし、それぞれの現状や取組、課題等

についてお話を伺い、意見交換を行いました。

海外調査では、中華人民共和国（香港特別行政区及び上海市）を訪れ、県香港事務所、在香港日本国総領事館、旭有機材閥門設備有限公司、上海高島屋では、日本の立場から見た海外の状況等について、また、香港貿易発展局、上海市国際貿易促進委員会では、地域内及び対日本の経済・貿易状況等について説明を伺い、意見交換を行いました。このほか、一田百貨^{ヤツタ}での市場調査も行いました。

これらの活動経過については資料のとおりですが、ここで総括して報告します。

1 本県の海外経済戦略について

(1) みやざきグローバル戦略について

冒頭に記述のとおり、県では、これまで2012年3月に策定した「みやざき東アジア経済交流戦略」に基づき、東アジアを中心に市場開拓に取り組んできましたが、近年、EUでの牛肉の輸入解禁や東京オリンピック・パラリンピックの開催決定など、市場環境が変化してきています。また、県内企業がターゲットとする国や地域が多様化していることなどにも対応するため、この戦略を発展的に継承し、世界市場にも視野を広げた取組を推進し、海外との交流拡大を図るため、2016年3月に「みやざきグローバル戦略」を策定しました。

戦略では、目指す姿を「世界に開かれ、世界とともに成長するみやざき」と定め、「外貨の獲得、ビジネスチャンスの創出」による本県経済・産業の活性化、経済のみならず、文化、スポーツなど多様な分野での海外との交流拡大を理念として掲げています。

計画期間については、市場環境の変化に応じて、より柔軟な対応を行っていくため、上位計画である県総合計画のアクションプランの終期に合わせ、2016年度から2018年度までの3年間としています。

戦略の推進に当たっては、5つの戦略の柱ごとに成果指標を定めて達成度を把握するとともに、庁内に知事を本部長とする「宮崎県グローバル戦略推進本部」（以下「県推進本部」という。）を設置し、毎年、指標の進捗管理を行いながら、独立行政法人日本貿易振興機構（以下「ジェトロ」という。）をはじめ、市町村、経済界など、産学金官がしっかりと連携し、オールみやざきの体制で実施することとしています。

「みやざきグローバル戦略」に取り組むに当たっては、委員から「知事を本部長とした県推進本部において、全体をしっかりと把握しながら進めていただきたい。」との意見がありました。また、別の委員からは、「積極的に海外の状況を見に行き、実態を把握すべき。」「相手国の視点や相手国が抱える日本の農畜水産物に対するイメージ等を含め、海外に行つて勉強し、課題解決などのいろいろな手法を考えることも重要。」との意見がありました。

(2) 県への提言

「みやざきグローバル戦略」の目的は、「外貨の獲得、ビジネスチャンスの創出」を図ることにより、本県の経済・産業を活性化させることにあります。戦略の推進に当たって

は、県推進本部において全体をしっかりと把握し、関係部局が十分連携・協力して、指標の進捗管理を行いながら全庁体制で取り組んでいただくよう要望します。

2 海外への展開促進の取組について

(1) 海外展開について

① 県内生産品の輸出について

ア 県内の現状

県では、これまで、東アジアを中心に県内生産品の認知度向上や販路開拓に取り組んできたところであり、近年、輸出に取り組む中小企業・団体数や、農水産物・加工食品・木材等をはじめとする県内生産品の輸出額は増加傾向にあります。

宮崎県貿易企業実態調査によると、本県の輸出額及び輸出企業数は、2008年のリーマン・ショックの影響等により、一時期落ち込みが見られたものの、近年は増加傾向にあります（2014年輸出額：1,507億4,900万円（対前年比107.7%）、同年輸出企業数：157社（対前年比103.3%））。

また、2014年の主な輸出品目は、電気機器等の「機械器具」（構成比40.4%）、繊維製品等の「原料別製品」（同28.4%）、プラスチック等の「化学製品」（同28.1%）となっています。この中で、「食料品・飲料」の構成比は1.2%ではありますが、近年大きく伸びてきています。

メディカル分野においては、タイを中心とするASEAN諸国に対し、東九州地域の産学官が連携し、血液・血管分野の医療技術と機器の海外展開に向けて、現地の医療人材の育成指導等の取組を行ってきた結果、九州保健福祉大学がタイの国立タマサート大学に人工透析を中心とした日本の医療技術と機器操作の指導を行う「トレーニングセンター」の開設を予定しているなど、着実に進展しています。このメディカル分野の連携について、委員から「トレーニングセンターの開設は、本県の医療機器の輸出にもつながる取組であるため、大学任せにするのではなく、例えば、現地に派遣される技術者の渡航費を補助するなど積極的な支援をお願いしたい。」との意見がありました。これに対し、県当局からは、「今後とも大学の交流についても支援していくとともに、このパイプを活用して産業界・行政も含めて連携して、本県の医療機器がより浸透するよう努めていきたい。」との答弁がありました。

(ア) 加工食品

宮崎県貿易企業実態調査によると、食品（同調査の「その他食料品」）、飲料（同調査の「飲料・アルコール」）ともに過去最高を更新しています（2014年輸出額：食品及び飲料合計約6億2,450万円（対前年比127.5%））。特に、食品は調味料・菓子類、飲料は焼酎が増加しています。

主な輸出先は、アメリカ、中国、台湾、シンガポール、香港となっています。

(イ) 林産物

山村・木材振興課調べによると、木材の輸出額が近年伸びてきています。特に木材は、中国や台湾等の東アジアを中心とした木材需要の増加や円安基調により伸びており、2015年度の県内企業・団体による木材輸出額は約5億6,700万円で、そのうち丸太が約8割（約4億3,600万円）を占めています。

主な輸出先は、丸太が中国、台湾で9割、製品が韓国で9割となっています。

なお、丸太は為替の影響を受けやすく、他国産材との価格競争が激しい状況にあるため、より付加価値の高い製品の輸出を拡大していくことが課題となっています。

乾しいたけも輸出量が近年増加傾向にあります。特に、台湾・香港向けの輸出量は、2014年度で63kgだったものが、2015年度では846kgとなっています。

(ウ) 農畜水産物

農業連携推進課ブランド・流通対策室調べによると、農産物、畜産物、水産物とも輸出額が増加しており、2015年度輸出額は約25億1,640万円、その対前年度比は143%となっています。そのうち、畜産物が8割近く（約19億6,620万円）を占めています。

主な品目は、農産物はかんしょや花き、畜産物は牛肉、水産物は養殖ブリとなっています。

主な輸出先は、香港、シンガポール、台湾などの東・東南アジアが、輸出額の半分以上（約13億3,260万円）を占めています。東・東南アジア以外では、アメリカ、EUとなっています。

イ 本県の主な取組

(ア) 加工食品

輸出しやすい環境づくりの取組として、ジェトロとの連携により各種セミナー等を開催するほか、香港、シンガポールに加え、新たにEU、北米に輸出促進コーディネーターを設置しています。

また、この輸出促進コーディネーターを活用した商品づくりの助言や県内企業の販路開拓支援、海外の食品見本市への出展による販路の開拓・拡大に取り組んでいます。

さらに、海外のバイヤーと県内企業を商物流面で橋渡しを行う「地域商社」の育成により、県内企業に有利な条件で販路開拓から商物流までを担う体制づくりを進めるなど、流通ネットワークの充実・強化に取り組んでいます。

輸出用の食料加工品等におけるハラール対応について、委員から「今後、大事な展開につながると思うので、ビジネス習慣や食品衛生等のガイドラインをしっかりと確認した上で対応をお願いしたい。」「他県に先駆けて受入体制をしっかりと構築していただきたい。」との意見がありました。

輸出促進コーディネーターについては、他県では、より専門化して出来高制で雇用しているところもあるようです。本県の輸出促進コーディネーターについて、委員から「他県

以上に実績を上げていただくためにも、成果主義的なコーディネーターの育成も必要。」「情報をとるだけでなく、報酬も実績主義にすべきだ。」との意見がありました。

(イ) 林産物

「みやざきスギ」販売戦略実践事業」において、建材展示会等への出展や木造建築技術者養成、トライアル輸出への支援等に取り組んでいます。

また、「県産材海外輸出トライアル推進事業」において、木造軸組構法入門セミナーの開催や海外実地調査等に取り組んでいます。

さらに、本年度、ジェトロの公募事業「地域間交流支援（RIT）事業」の採択を受けたことから、県内中小企業5社及びジェトロ宮崎と連携し、台湾における木材産業の市場調査に取り組んでいます。

乾しいたけについては、ミラノ国際博覧会・アヌーガ2015出展時の現地での反応を受けて、高級食材としての輸出を目指し、海外市場開拓に向けたニーズ調査を実施しています。

(ウ) 農畜水産物

2020年度における輸出目標を約44億円とし、生産者の所得の安定・向上を目指して、輸出拡大が図られるよう取り組んでいます。

具体的に、本年度は、国内における取組として、HACCP（国際的な食品衛生管理基準）等の海外輸出に対応したキャビア加工場の整備（2016年12月竣工）やきんかん実証圃の設置、有機栽培茶研究会の設置などを行っています。

また、県産食肉の輸出拠点としてEU等輸出基準（HACCP、動物福祉）に対応した最新鋭の食肉処理施設の整備を行っているところです。

東・東南アジアにおける取組としては、九州各県が連携した初の取組である海外フェアの開催や、豚肉・茶の食品見本市への出展支援、ブルネイ政府との意見交換や現地商社等を対象とする輸出可能性調査などを実施しています。

北米・EUにおける取組としては、北米の現地商社と連携した牛肉プロモーションや、EU輸出促進コーディネーターと連携した米・茶等のテスト輸出を実施しています。

このほか、食の安全分析センターと連携した台湾向け農産物の残留農薬事前分析や新規小売店でのフェア、新たな輸出品目の開発など、輸出への挑戦や輸出拡大に向けた様々な取組を進めています。

本県の農畜水産物の輸出国別状況を見ると、アメリカ・EUは金額ベースでは大きな割合を占めており、特にアメリカは東アジア戦略として取り組んでいる香港を上回っていることから、委員から「アメリカ、EU対策もぜひ必要だ。」との意見がありました。

輸出に向けたきんかんの生産について、ライバル県の鹿児島県にも対抗しようと取り組まれているところですが、委員から「鹿児島県よりも相当遅れて取り組んでいるので、先に出荷できるものをつくり上げないと勝負にならないのではないか。」との意見がありました。

新たな輸出品目としてテスト輸出を実施しているゆずについては、委員から「生産者・作付が減っており、国内市場だけでも足りていない状況の中、海外展開を図るといのは、生産者との連携をとれているのか。」「テスト輸出することはいいことだが、実際に海外市場への販路として成り立つことになったとしても、物が足りず、実がなるまでも数年かかるので、段階的な展開が必要。」との意見がありました。

また、30年間かけて作り上げてきたキャビアの輸出がよいよ本格的にスタートする中で、委員から「物ができて、輸出先・売り先がないというのは困るので、しっかりと対策を練っていただきたい。」「宮崎の大事なブランドなので、しっかり頑張ってください。」との意見がありました。

茶に関しては、農畜産物の中でも若手後継者が比較的が多く、また、オーガニック茶を自主流通で販路開拓されている方もいます。委員から「「プラスJ E T R Oで攻める輸出拡大産地育成事業」について、具体的な契約締結などの足がかりを着実につくる事業展開にしていきたい」との意見がありました。

ウ 県内企業における取組状況等

当委員会では、自社製品の輸出を行っている海外展開企業（道本食品株式会社、宮崎ひでじビール株式会社）との意見交換を行いました。

（ア）道本食品株式会社

道本食品株式会社（本社：宮崎市）は、干したくあん・缶詰・総菜を製造している企業です。宮崎県産100%にこだわり、生産者との直接契約により原料を仕入れ、大根を干してたくあんを作られています。製品は、国内販売のほか、アメリカや上海、台湾、香港、EUなど海外の多くの国・地域に輸出しています。

同社からは、海外展開に取り組んだきっかけについて、「日本の将来人口が減少し、国内市場が限りなく小さくなっていく中、アジア・東南アジアの主な国の平均年齢を見ると若い人が多いので、食べてもらえるチャンスはあると判断した。」との話がありました。

また、「海外に取り組み始めた頃は、流通のことなどは考えずに突撃で行っていたのでなかなか商談に結びつかなかったが、県からいろんな機会をもらって積極的に参加していく中で、徐々に海外の実績が積み上がってきている。」とのことです。

なお、「海外では各国により添加物等の規制が異なるので工夫が必要であるなど、海外展開は正直しんどいけれども、社員に海外を目指すぞと言うことは、士気を高める上でも非常に大きい意味がある。」とのことでした。

輸出手法としては、中小企業ではダイレクトに輸出を行うことは無理なため、輸出入業者を見つけ、そこを通じてお客様に届けるので、間にツークッション入るとのことです。

輸出拡大に向けて、商品（味・食べ方）の認知、日本製と思わせるパッケージ等で製造・販売している中国産や韓国産との差別化、グローバルスタンダードな製品づくり、取得の義務化に向けて国が動いているH A C C Pを認証取得することの4つの課題があり、解

決に向けて取り組まれています。

同社からは、「海外も市場の一つであり、輸出が特別なことではないことを、私たちのような小さい会社にも啓発していただけると、元気づくと思う。」「他県では海外への輸送に伴う優遇措置があるので、本県にも同様の支援制度があるとありがたい。」との意見がありました。

(イ) 宮崎ひでじビール株式会社

宮崎ひでじビール株式会社（本社：延岡市）は、自社ビールの製造をされている企業です。宮崎農園プロジェクトという社内プロジェクトを立ち上げ、宮崎の原料を生かした商品開発を進め、風土の多様性を商品の魅力として世界への発信に努められています。製品は、国内販売のほか、台湾、香港、アメリカ、EUなど、海外の多くの国・地域に輸出しています。

同社からは、「現在、輸出国・地域の中で一番本数の多い台湾について、国際見本市による商談会や高級スーパーでのプロモーションなど行ってきたが、価格面の折り合いなどで非常に苦戦し、代理店が決定するまでに4年かかった。」との話がありました。香港・EUについても、代理店を決定するまでに2年を要したとのこと。

アメリカへの輸出についても、何度も商談をしたが価格面で折り合いがつかず、一旦は商談を打ち切り、価格面に見合う商品開発に向けた社内研究のため、逆に、「自社が販売したい価格で通用する商品は何か。」と商談先に提案したとのこと。商談先からは、「日本らしさや日本の原材料、日本を感じさせるパッケージの商品だったらアメリカでも売れるだろう。」とのことで、その条件を満たすアメリカ独自の商品を開発し、現在では非常に好調で全米6都市に展開されています。

輸出手法については、日本の商社を通すと各国にはその他大勢として取り扱われてしまうため、独自の力で現地パートナー・代理店を見つけることにこだわられています。

海外展開をする理由として、「道本食品株式会社と同様に、人口減少で国内市場が縮小傾向にある中で、元気なうちに海外市場に風穴をあけておきたい。」ということで、「国内外は差別せずに取り組んでいきたい。」とのことでした。

同社からは、「他県では県単位で海外輸送を積極的に支援しているという話を聞いているので、輸送のコスト・仕組みについて県単位で何らかの支援をいただくと非常にありがたい。」との意見がありました。

エ 海外市場の状況

当委員会では、海外調査として香港特別行政区に所在する商業施設を訪問し、海外市場の現状を確認しました。

(ア) ^{ヤッタ}一田百貨（荃灣廣場）

一田百貨は、日本商品を多く取り扱う百貨店です。ファッションやグルメなど現代の日

本を味わうことができるよう品揃えされています。今回訪問した店舗は、地区内最大のオールインワンのショッピングモール「荃灣廣場」内の3フロア分を使用して営業されています。

今回の調査では、食料品コーナーを調査しました。

本県産の商品については、かんしょ、卵、乳製品飲料・ジュースが並べられており、数量も充実していました。店頭価格は、日本で販売されている価格の1.5倍から2倍程度のものが多く並んでいました。

食肉コーナーでは、鹿児島県ブランド牛肉や徳島県ブランド鶏肉が一面を設けて陳列されていました。そのほか、他県産の商品としては、広島県産の卵、愛媛県の企業の納豆、北海道・長野県の企業の味噌、徳島県産米、青森県産リンゴなどの一般的に日本で食される種類の商品が数多く並べられていました。

このほかにも、日本の大手企業のペットボトル飲料や酒類、冷凍食品、菓子等が数多く並べられていました。

② 県内企業の海外進出について

ア 県内の現状

県内企業の海外進出の状況等について、「宮崎県内企業景況調査」（宮崎県商工会議所連合会実施）及び「宮崎県貿易企業実態調査」（宮崎県実施）の対象企業を調査対象として、県で調査を行いました（調査基準日：2016年5月24日）。

これによると、進出形態については、多い順に業務提携（構成比60.2%）、現地法人（同29.6%）となっています。

業種については、多い順に製造業（構成比65.5%）、卸売業（同17.2%）となっています。

進出先の国・地域については、多い順に東アジア（構成比47.2%）、ASEAN（同35.2%）となっています。東アジアでは主に中国、香港、台湾、ASEANでは主にシンガポール、ベトナムとなっています。

進出先の雇用者数については、多い順に中国（構成比42.5%）、インドネシア（同16.5%）となっています。

進出理由については、多い順に「進出国・地域の市場開拓」（構成比40.2%）、「現地ニーズへの対応」（同19.7%）となっています。

今後の方針については、多い順に「拡大する」（構成比60.3%）、「現状維持」（同20.7%）となっています。

イ 企業における取組状況等

当委員会では、海外に現地法人を有する海外展開企業（株式会社ニチワ、株式会社八興商事）との意見交換を行いました。海外調査では、旭有機材株式会社の現地法人（旭有機材閥門設備有限公司）を訪問し、意見交換や施設見学等を行いました。

(ア) 株式会社ニチワ

株式会社ニチワ（本社：日南市）は、自動車用精密金属小物部品を製造し、国内大手の各自動車会社に納入されている企業です。日本国外では、中国（武漢、佛山）、タイ（バンコク）に工場・事務所を設立し、海外展開をしています。

同社からは、海外進出のリスクについて、「お客さんの多様なニーズに応えるよう投資をしても結局困ったらお客さんに迷惑をかけるため、対策としては、ドライになって判断し、投資を極力効率よく行うことが大切である。海外展開についてのリスクは失敗しても成功してもつきものであり、覚悟していかないといけない。」との話がありました。

また、「数年単位で日本からの駐在員をローテーションしているが、海外でオールマイティな判断ができる人材を育成することが課題であり、県には海外で通用する人材育成プログラムを考えてもらいたい。」との意見がありました。

(イ) 株式会社八興商事

株式会社八興商事（本社：日向市）は、農林産品・加工品等を海外へ輸出する貿易商社です。シンガポールでは、日本からの輸出のフォワーダー（荷主企業と実運送会社の間に入って輸送を手配するという利用運送事業者（混載業者、貨物取扱業者））の機能を持たせるために現地法人を設立されており、2015年からは伊勢丹シンガポールで行われる日本催事の物流を全て仕切るなど、受け荷主としての業務を行っています。

同社からは、海上輸送の航路について、「本社がある細島港が重点港湾に指定されたことから、当初は海上輸送による海外フードビジネスをやりたいと思って手がけたが、全国規模で扱うようになりローカルポートの細島港を利用すると全国の荷物を韓国・釜山港でトランシップ（中継港で貨物を積み替える輸送方法）してシンガポールに輸送するため、輸送日数が大体25日かかり、賞味期限も過ぎてしまうので、トランシップをせず輸送日数が15日で着くような京浜航路・神戸航路を利用しているのが実情。」との話がありました。

また、「シンガポールへの生鮮品輸送は航空貨物対応がほとんどであるが、コストがかかるので、付加価値があり値段が高くてもよいものでないと軌道に乗せられない。冷凍野菜もおもしろいが、現地業者等の冷凍の保管施設や食生活・習慣により難しい面がある。」「現地での日本産の食料品は、安全・安心で評価が高く、ニーズはあるので、このニーズにどう応えるかが課題。」とのことです。

販路開拓については、費用がかかるのと長期戦の駆け引きなので、相当の覚悟を持って取り組まないと難しいようです。宮崎の良いものを知ってもらうために、催事を設けて日本から売りに行くよりも、海外から観光を含めて食べに来てもらう方が一番良いとのこと。同社では日向夏のオーナー制度を設けて、実際に宮崎で収穫までしてもらう取組もされています。その際に、宮崎のスイーツにも歓喜して帰国されたとのこと。

海外でのフードビジネスは、各国の法律により規制があり、シンガポールのAVA（農食品・家畜庁）の検査対象である海産物等は、検査が厳しく、一つが引っかかると積み荷合わせの荷物の通関にまで影響し、一部が廃棄処分になったりするそうです。そのため、

輸出するには相当事前調査をする必要があるなど、様々な問題が控えているとのことです。

輸送リスクとしては、この輸入品検査に係る問題のほか、残留農薬問題による輸入規制のため、催事に人を派遣しても販売するものが届かないことや、国・地域によっては、スーパー・デパートでの売れ残りは現地輸入商社に返品されることがあるとのことです。

このほか、同社からは、「台湾や香港は中国の状況に左右されるから投資するのは怖いですが、商品開発を急いで、他にないようなものがあると売れると思う。何が当たるのかわからないので、実際に挑戦してみることが大事だけれども、小手先だけで行うのではなく、県などが一体となって農商工連携でやらないと難しい。」との意見がありました。

(ウ) 旭有機材閥門設備有限公司

旭有機材閥門設備有限公司（所在地：上海市）は、旭有機材株式会社（本社：延岡市、東京都）の海外事業所になります。合成樹脂配管材料の製造を行っています。なお、中国の法律上、仕入れ・製造・販売をまとめて行うことが認められなかったため、自動車向け鋳造材料販売を目的として設立した旭有機材商貿有限公司（所在地：上海市）が、配管材料の総合商社として、全てそこから中国市場や東南アジアに輸出しています。

調査先からは、「中国は日本の10倍強の人口があり、巨大なマーケットとして非常に魅力を感じている。」「今は、電子産業に特化しており、液晶・半導体については、前期に続いて、今期はそれを上回る売上げを更新し、今後は鉄鋼・ソーダ電解分野の品質・売上げをあげていきたい。」との話がありました。

中国のGDPは、一時の勢いはなくなってきたが、中国政府は余剰生産設備を有する5分野（鉄鋼・造船・ガラス・セメント・アルミニウム）の業界の統廃合を進めているようである。

事業を行う上で、日本と違う点は、施設の改修が難しいという点です。一部業界については、改修条件が厳しくなっており、改修が3か月で済んでいたところが半年間や1年間かかる条件を提示され、目前に需要があっても残念ながら手を出せずに見送ることもあったそうです。

旭有機材製品（バルブ）は、中国ローカルではコストパフォーマンスが優れており、オリジナルのバルブの組み合わせの部分で付加価値を付けて販売されています。メイドインジャパンの強みを出して、価格ではなくクオリティーで勝負していくとのことでした。

③ 貿易関連団体等の取組

当委員会では、本県企業等の海外展開を支援しているジェトロ宮崎及び宮崎県輸出促進コーディネーターから、海外展開の支援状況や海外マーケットの現状等について意見交換を行いました。

ア ジェトロ宮崎

ジェトロ宮崎は、2015年10月、宮崎市に設立し、貿易投資相談、海外ビジネス関連セミ

ナー、概括的な海外市場調査、専門家による個別支援等の支援業務を行っています。

貿易投資相談については、1日当たり5件程度の相談を受けており、輸入規制等の情報を提供しています。2015年度は、業種別では農林漁業・食料品、地域別では東・東南アジアが相談の大半を占めています。1日1件程度の新しい相談案件が入ってきており、開設当初から同じようなペースで相談を受けているとのことでした。

ジェットロ宮崎からは、「付加価値を高めて、相手にいかに伝えるかというところが日本企業ではまだ徹底されておらず、伝え方の工夫が課題である。」との話がありました。

また、「県内の、特に農林水産物・食品分野の企業の輸出の機運の高まりを非常に感じており、ジェットロや行政が事業者や生産者にアプローチをすることにより、輸出が増える余地はあると思われる。」とのことでした。

イ 宮崎県輸出促進コーディネーター

本県では、海外への販路開拓・拡大に取り組む企業の取引支援をこれまで以上に強化し、県産品輸出の更なる拡大を図るため、現地に輸出促進コーディネーターを配置しています。このコーディネーターは、輸出業務に精通し、現地流通業者等とのネットワークを有する外部専門人材を活用しています。

当委員会では、香港及びシンガポールに配置されている各コーディネーターとの意見交換を行いました。コーディネーターからは、「生産現場などをもっとクローズアップして、具体的に見せるだけで宮崎のPRになり、また、現地消費者も安心できるのでブランドという面でも必然的にリンクして輸出先にアプローチができ、海外市場に展開していく可能性は十分にある。」との話がありました。

また、「香港やシンガポールでは生産風景などを見たことがないことから、生産者の顔が見えること、そしてこだわりをアピールすることが大事である。」とのことでした。

さらに、「ファンの裾野を増やすために、定期的いきちっとアプローチしてあげることが非常に大事である。」とのことでした。

④ 海外の状況等について

当委員会では、海外の現状を把握すべく、海外調査として中華人民共和国（香港特別行政区及び上海市）に所在の本県事務所や調査地の政府関係機関等を訪問し、現地から見る日本・海外の状況等について意見交換を行いました。

ア 宮崎県香港事務所

宮崎県香港事務所は、県産品の輸出促進や本県への観光誘客等を推進するため、公益社団法人宮崎県物産貿易振興センターの香港事務所として2013年6月に開設しました。現地の経済・貿易・投資等の情報収集及び提供、県内企業の訪問時のアテンド、本県の物産・観光のPR及びイベントの実施等、幅広く業務を所管しています。

県内企業が同事務所を活用したことにより、スイートピーの輸出や宮崎ひでじビールの

現地業者との取引の開始につながった実績があるとのことでした。

2016年4月から9月までの6か月間において、事務所を活用した企業・組織数は、県内企業が44、香港内企業が72となっています。香港内の72企業は、香港の旅行会社や香港に事業所等が所在する企業（九州に本店のある金融機関等）となっています。

また、料理本の出版社と連携するなど、事務所開設当初から宮崎の食材を使用した料理教室を現地で継続的に実施しており、定着に向けて取り組まれています。

香港宮崎県人会との連携については、宮崎にゆかりのある方々の結束力を高めていくため、県人会を2か月に1回程度開催し、情報交換やネットワークの構築を行っています。

イ 在香港日本国総領事館

在香港日本国総領事館は、管轄区域を香港特別行政区政府及びマカオ特別行政区政府が管轄する地域とし、在留邦人の保護や通商問題の処理、政治・経済その他の情報収集、広報活動などの業務を行っています。

調査先からは、香港に関する視点や日本との密接な関係などについて、お話をお伺いしました。

2015年の香港の訪日旅行者は152万人、日本から香港への旅行者は約100万人であり、統計を取り始めてから初めて香港の訪日旅行者数の方が上回ったとのことでした。2016年は更に伸びており、日本に対する熱い視線は継続していくとのことでした。

香港人の訪日旅行のリピーターは非常に多く、5人に1人は10回以上日本を訪問しているとのことでした。日本を知れば知るほど日本の良さを堪能しており、表面的な日本の良さではなく、日本の今後の進化を体得したいということで評価されているとのことでした。

日本への定期直行便については、地方への就航が増えてきており、分散化が見られるとのことでした。

日本の農林水産物の輸出は、2015年までの11年間、香港が最大の輸出先となっており、日本から海外への輸出額の約4分の1を占めています。ただし、香港から見ると、食料品の輸入元としては世界第6位で、香港における食料品・食料加工品の輸入額全体の約5%を占めるに過ぎず、まだまだ伸びしろがあるとのことでした。

ウ 香港貿易発展局

香港貿易発展局は、香港の対外貿易・経済関係促進を目的として、香港政府によって1966年に設立された特殊法人です。世界40以上の主要経済都市に事務所を有し、香港の経済経営資源情報からアジア・太平洋地域における事業拠点として活用方法など世界の企業家に広く提供すると同時に、香港の製品・サービスの紹介、主に中小企業を対象としたビジネスチャンスの創出に向けた各種支援活動を行っています。

調査先からは、「アジアの新興国・途上国及び中国の平均年間成長率は先進国を上回り、ASEAN・中国とも人口が増え、消費者市場はますます拡大しており、中でも、中国は世界第2位の経済大国・世界最大の貿易国であり、最近では輸入と対外投資も上昇してい

る。」との説明がありました。

香港において、日本は第8位の外国直接投資国、第3位の輸出市場・輸入元となっており、輸入品の14%は中国へ再輸出されているとのこと。また、香港はアメリカを超え、日本食品の最大の輸入先となっているとのこと。

香港では食品をほぼ輸入しているため、食糧自給率は1%もないとのこと。

意見交換では、「宮崎は香港でのスタートラインに立つのが遅れ、他県を追いかけている形だが、農畜産物の品質に関しては日本一だという自負がある。香港で更に輸出を増やすために手法・ターゲット等があれば教えていただきたい。」との委員の質問に対し、調査先からは「香港は自由経済なので誰でも簡単に香港に来ることができ、輸出のスタートが遅れても関係がない。あくまでも物自体の質が良い、値段的にも良い、付加価値があるといった優れたところをお客さんにアピールすれば成功できる。質が良ければ勝負ができると思う。」との回答がありました。

また、「食べ物については、特に、香港が中国だけではなく、東南アジアの消費者向けの市場でもあるので、安全性が非常に大事。農産品自体が健康的で、オーガニックであることをアピールすれば、結構、消費者に受け入れやすい。」とのことでした。

エ 上海市国際貿易促進委員会

中国国際貿易促進委員会（本部：北京）は、1952年5月に設立された中国の非政府組織の経済貿易団体で、中国の経済・貿易界の代表者や企業、団体で構成される全国規模の対外経済貿易の民間機構です。

地方分会・支部は国内約600（うち地方部会50）あり、この地方部会の1つが今回訪問した上海市国際貿易促進委員会です。海外事務所は日本（東京）を含む16カ所に所在します。

上海市は製造業を重視している都市であり、その中で重要業種は鉄鋼業と化学工業となっています。現在は環境保護に力を入れ、技術重視、設備整備、環境保護の3つを向上させるよう取り組まれています。

調査先からは、「中国と日本は地理的に近く、東アジア、アジア地域で非常に重要な2つの国である。中国の文化大革命後の30年間に、中国・日本間の経済が著しく発展してきた。中国・日本との新しい課題・問題がある中で、今一番重要なことは、どうやって提携できるかである。それは、伝統的な貿易だけでなく、双方向の投資もその一つである。中日両国だけではなく、全世界での提携が必要。」との話がありました。

意見交換では、「中国側がイメージする新しい提携方式とはどういうものか。」との委員の質問に対し、調査先からは、「日本と中国は第3、第2の経済大国なので、アジア地域・全世界地域の中で提携していくところがあると思う。環境保護面や技術面についても、中日企業の提携できる分野は広い。従って、その新しい提携方式の中核は、勝ち負けだけではなく双方とも利益をもたらすことが重要である。」との回答がありました。

「上海の就職の実態はいかがか。」との委員の質問に対しては、「上海だけでも大学は50

から60あり、国民教育レベルの向上には非常に有意義。就職率には少し問題がある。昔の大学生は卒業すると政府から仕事を配分される方式だったが、今は市場経済の中で自分で探すことになる。」との回答がありました。

「農林水産分野で日本に期待しているものは。」との委員の質問に対しては、「日本米は非常に味わいが良い。中国は秋の稲は良いが、春の稲は出来ない。従って、中国は海外からの農業投資が非常に重要である。」との回答がありました。

「中国の視線はどこに広がりつつあるのか。また、日本の比重は下がっているのか否か。」との委員の質問に対し、「外国からの投資比重は段々と高まっており、中国は世界第1位の貿易大国である。海外との貿易・投資は中国経済発展の重要な牽引力であり、2014年からは初めて海外への投資の方が上回ってきた。2015年、オーストラリア・韓国とのFTAを調印したが、中国と日本の間でもそういう国家間協定の締結に向けて力を入れないといけない。」との回答がありました。

「九州・宮崎をどう見ているか。」との委員の質問に対し、「残念ながら九州については詳しくないのだが、九州の政府（行政）としては、どうやって企業の発展、地域振興をサポートするか。企業が発展すれば、その地域も発展する。」との回答がありました。

オ 上海高島屋

上海高島屋は、高島屋グループ中国国内第一号店として設立された大型デパート施設です。日本の独資企業（高島屋グループが100%出資）で、上海の高級住宅地である古北地区に立地しています。上海の顧客や関係者の意見を取り入れながら、継続して日本の食や生活の文化を伝えていくことに信念を持って取り組まれています。

中国の経済事情について、調査先からは、「中国はまだまだ伸びる。特に上海市の可能性は大きい。」との話がありました。

また、中国国内産の農林水産品については、「オーガニックやトレーサビリティ（生産履歴追跡が可能な状態）がはっきりした生鮮製品の取扱がますます進んでいき、日本のような6次産業化や道の駅的な販売方法なども増えていくだろう。」とのことです。

食については、「日本人以上に食欲であり、成長の伸びしろはたくさんあると実感している。やりたいことはたくさんあるが、輸入規制の問題等もあってなかなかできない。」とのことです。

意見交換では、「日本の質を生かして輸出しようと考えているが、質的には余り変わらないということか。」との委員の質問に対し、「中国でも日本のファンの方が日本の農法で作っているものも出てきており、日本産と質的にはあまり変わらないものもたくさんある。」との回答がありました。

また、「日本から上海には豚肉・牛肉は輸出できないが、そういう商品を望む人はいないのか。」との委員の質問に対し、「たくさんの方が日本に旅行に行き、それらがおいしいとおっしゃっている。」との回答がありました。

「中国人客と日本人客の割合は。」との委員の質問に対しては、「中国が95%、日本・欧

米が5%。食べ物の価格は高く、街場の3倍程度。きちんと証明があったり、良いものは値段が高いので中国のお金持ちの方しか買わない。日本人は少ない。」との回答がありました。

「日本のデパートとの営業の差は。」との委員の質問に対しては、「現地の商業施設はテナント料で儲けている。我々は日本館や地下スーパーなどを自営しているため、毎週様相を変えて商品を販売することができるという点で差別化を図っている。また、販売員が自分たちで勉強しているため、客がいつ来ても誰とでも日本ブランドについてやりとりできるという、自分たちで汗をかいて取り組む日本式の商売の仕方を中国で広めていくことで我々は伸びているのだと思う。」との回答がありました。

⑤ 成果指標について

みやざきグローバル戦略の中で、「輸出額」については、2014年度現況値1,507億円に対し、2018年度目標値を1,700億円と定めています。毎年度3%の伸びを見込んでいます。

また、「海外展開（輸出・進出）を行う中小企業数」については、2014年度現況値225社に対し、2018年度目標値を270社と定めています。

輸出額の目標数値については、委員から「現在の輸出額の具体的な内容を明確にして、それも基に対策を立てて毎年度3%ずつ伸びるといような説得力のある指標、試算を提示して欲しい。」との意見がありました。

また、輸出商品を梱包した段ボール等のパッケージが輸送の際に現地で潰れているため、強度を高めて欲しいという声が輸出先からあるとのことで、委員から「輸出における大変大きな要素だと聞いているので、ぜひ取り組んでいただきたい。」との意見がありました。この輸送の状況を輸出関連業者に伝えていくことも輸出を伸ばす要点だと考えます。

(2) 県への提言

① 輸出拡大に向けた取組について

海外への輸出をいかに伸ばすかということでは、県内生産品を取り扱っていただける貿易関連の中小企業・小規模企業を育成することは大切なことです。委員からは、隣県の鹿児島県の輸出が増えていることについて、「流通、販売の方法を調べて、勉強すべき。輸出の取組については、もう少し目先を変えて、県内の小さい輸出業者でもよいので、例えば販促費を補助して拡大するとか、実態を踏まえたやり方を考えて取り組んでいただきたい。」との意見がありました。

さらに、大手企業が機械器具や原材料等を海外に輸出することで県全体の数字を上げていくのはよいことではありますが、中小企業・小規模企業の輸出を支援し、より伸ばしていくことは特に大切であると思います。委員からは、「現状をよく把握して、輸出をしている中小企業をいかに育成していくか、しっかりと支援の方向付けをすべき。」との意見がありました。

また、輸出先となる国・地域については、委員から「近く人口が3億人を超えるインド

ネシアや日本企業がかなり進出しているタイなど、早めにターゲットとして取り組んで欲しい。」「今後も人口が増える東南アジアや東アジアに対する輸出拡大をどう進めるかは大きな課題だ。」との意見がありました。

本県が主力とする牛肉は、海外のスーパーやデパートで見かける機会が少なく、その理由としては、宮崎牛はJ A宮崎経済連が飲食店関係にスポット的に卸すことを戦略として取り組んできているからとのこと。委員から「中小企業・小規模企業の育成・支援を行うに当たっては、本県の食料品関係を多くの現地消費者に購入してもらえりような販売方法にも取り組んでもらいたい。」との意見がありました。

人口減少に伴い、国内市場の縮小が見込まれる中で、輸出拡大を進めていくために、貿易関連の中小企業・小規模企業の育成及び支援、輸出拡大が見込まれる国・地域の選定及びその展開、より多くの現地消費者に購入してもらえりような流通・販売の方策などについて、より戦略的に取り組んでいかれるよう要望します。

② 県内生産品の輸出について

本県の基幹産業である農林水産業において、一生懸命頑張っている農家等の所得が上がっていくことは本県の経済においても大切なことです。委員からは、「海外戦略は、宮崎県の経済波及効果を最終的に幾ら上げるかという話なので、地元の農業としての経済波及効果のことを頭に入れておくべき。」「生産者に反映されるような輸出であることを主眼に置いて取り組んで欲しい。」との意見がありました。

また、本県の農畜水産物に係る2020年度の輸出目標が44億円ということですが、2015年度時点で約25億円に達しているため、単純に考えると毎年5億円程度の伸びということになります。委員からは、「戦略としては少し弱い気がするので、ぜひ努力していただきたい。」との意見がありました。併せて、「海外戦略として目標を高くしても、実績が伴わなければ戦略という必要がないのではないか。日本一の牛肉というブランド名も使いながら、輸出拠点となる畜産物の処理加工施設が本年度から整備に着手されたので、畜産県、農業県としての宮崎県の地位向上に向けて強力に取り組むことによって、宮崎県の農業所得が増え、豊かな農業にもつながるので、海外戦略に本気で取り組んで欲しい。」との意見がありました。

アメリカがTPP離脱を正式に表明するなど、今後の貿易交渉の動向が不透明な状況がありますが、農業生産技術や日本一の残留農薬分析技術も本県の強みであり、世界に誇れる様々な県内生産品の輸出が促進され、そのことが生産者に反映されるような海外戦略が展開されることを要望します。

3 海外からの誘客促進の取組等について

(1) 観光誘客について

① 本県の現状

本県においては、国際定期航空路線が就航するなど外国人旅行者は増加傾向にありまし

たが、2016年4月の熊本地震の発生以降、その影響が出ています。復興対策にも対応しながら、引き続き、国際定期便のある韓国・台湾・香港を中心に、本県の認知度向上対策を行うとともに、首都圏等の空港からの乗り継ぎによる誘客促進に取り組んでいく必要があります。

② 本県の主な取組

ア 受入環境の整備

外国人のニーズを的確に把握するため、アンケート調査やW i - F i を活用したデータ収集・分析を行うとともに、世界農業遺産等を生かした外国人観光客受入れのための新たな素材の磨き上げや、観光従事者等の人材育成を行う「観光みやざき創生塾」等に取り組んでいます。「観光みやざき創生塾」については、基礎コース・中核人財コースとも本年度は2月までの講座でしたが、人材塾であることから毎年継続して開催する予定としています。

訪日外国人旅行者を増やすための取組として、委員から「外国語標記看板の設置を増やすなど、訪日外国人が安心して行動できるような気配りやおもてなしが強化されていくような受入環境の整備に取り組んで欲しい。」との意見がありました。

イ ターゲットを明確にした誘客促進

定期便が就航する国・地域の市場を中心に、旅行会社の招請やメディアプロモーションの実施、東アジアのクルーズ需要の取り込みを図るためのクルーズ船社等へのセールス強化等に取り組んでいます。

ウ 広域連携による誘客促進

九州各県や国等と連携し、海外の人気テレビ番組とタイアップしたPRの実施や、鹿児島県・熊本県・大分県等と連携した周遊ルートの開発等に取り組んでいるほか、九州観光推進機構とも連携して、福岡から南九州までの広域周遊ルートの開発や、タイ・シンガポールなどの直行便のない国・地域からの訪日客にも周遊してもらえる事業計画等にも取り組んでいます。

また、旅行形態がFIT (F o r e i g n I n d e p e n d e n t T o u r : 海外個人旅行) へと変化してきていることから、これに対応するため、レンタカーのナビを多言語対応にしているほか、乗り捨て料金の助成による利用促進の検討などにも取り組んでいるところです。

誘客促進について、委員から「宮崎だけで観光客を増やすのは限界があるので、福岡空港を利用した広域観光ルートを研究するなど、九州全体として広域連携を行うことが重要。」との意見がありました。

また、PRの方法について、委員から「観光地の様子をわかりやすく伝えるために様々な広告媒体を活用して、よりビジュアルな宣伝を行うこと、また、宣伝予算等も含め効率

的にPRするためにも南九州や九州全体が一体となって取り組むべき。」との意見がありました。

エ 熊本地震対策

九州各県等と連携し、風評被害対策のためのメディアプロモーションに取り組むほか、「九州ふっこう割」の活用により、定期便のある国を中心に観光誘客を推進しています。

③ 成果指標について

みやざきグローバル戦略の中で、「訪日外国人延べ宿泊者数」について、2014年現況値16万人に対し、2018年目標値を35万人と定めており、2015年実績は20万人となっています。

また、「国外からのクルーズ船寄港回数」については、2014年現況値4回に対し、2018年目標値を50回と定めており、2015年実績は6回、2016年実績は21回となっています。

委員からは、2018年の目標値について、「クルーズ船が寄港することで経済的な効果があるので、目標を高く設定したことは大変意義がある。目標達成に向けて努力していただきたい。」との要望がありました。

(2) みやざきMICEについて

① 本県の現状

近年、MICEの誘致は、都市間の競争が激化しており、これまでの施設やMICEメニューの紹介等だけではなく、本県の強みである農林業、環境分野などターゲットを絞った誘致活動を組織的・戦略的に進め、宮崎ならではのMICEの誘致・受入体制の強化を図る必要があります。

MICEとは、企業等の会議(Meeting)、企業等の行う報奨・研修旅行(Incentive Travel)、国際機関・団体、学会等が行う国際会議(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です。

なお、MICE誘致活動の結果、言語処理技術関連の国際会議である「第11回言語資源と評価に関する国際会議(LREC)」が2018年5月に宮崎市で開催されることが決定しています。期間中に最大で延べ約6,000人の参加者が見込まれ、本県においては過去最大級となる見通しであり、アジアが会場になるのは初めてのことです。

② 本県の主な取組

ア MICE推進体制の整備

2015年11月に設立された「みやざきMICE推進協議会」における会員拡大や会員同士の情報共有に向けた取組、みやざき観光コンベンション協会に海外との人脈やノウハウを備えた誘致専門の人財を継続的に配置するなどの体制整備を図っているところです。

イ オールみやざきでの受入体制強化

宮崎ならではのMICEメニューの充実を図るため、地元企業や大学、市町村等と連携した農林業・環境分野の産業視察メニューの整備、ユニークベニュー（歴史的建造物等で会議・レセプションを開催することにより特別感や地域特性を演出できる会場）の発掘等に取り組んでいます。

ウ MICEの誘致促進

本県にゆかりのある人や専門分野に精通している人で、MICE誘致に影響力があると思われる人を「宮崎県MICEアンバサダー」に任命し、MICE開催地としての存在感の向上を図ります。

2016年11月、県ゆかりの大学教授など5名に「宮崎県MICEアンバサダー」を初めて委嘱しました。今後、MICE誘致についての情報や助言などをいただきます。

このほか、宮崎から国際定期便がある国・地域を主要なターゲットに現地で行われる商談会への参加やMICE主催者、海外旅行会社等のキーパーソンを招請等に取り組んでいます。

③ 成果指標について

みやざきグローバル戦略の中で、「グローバルMICE開催件数」について、2014年現況値12件に対し、2018年目標値を30件と定めています。

(3) 経済交流の基盤整備について

① 国際航空ネットワークについて

ア 本県の現状

現在、宮崎空港発着の国際定期路線は、3路線（ソウル線、台北線、香港線）が就航しており、いずれも本県の産業振興やグローバル戦略を推進する上で欠かすことのできない重要な交通基盤となっています。

2015年3月に香港線が新たに就航したことや円安効果等により、宮崎空港の2015年度国際定期路線利用者数は9万9,950人（対前年度比134.0%）、国際チャーター便の年間利用者数を含めると10万302名となり、初めて年間10万人を超えました。

外国人利用者数が増加するなどにより3路線とも順調な利用状況にありましたが、2016年4月の熊本地震の影響により利用者数が減少し、台北線においては、同年10月末から週3便を週2便に減便して運航されています。

一方で、ゴルフ客を中心とした韓国からの誘客対策として、2016年12月から翌年3月の期間で、ソウル線が週3便を週4便に増便して運航されています。

イ 本県の主な取組

(ア) 韓国・台湾・香港での本県のPRや定期路線の利用促進

インバウンド（訪日外国人旅行）向けの取組として、国際定期路線の就航先である韓国・台湾・香港での本県の認知度向上対策や旅行商品の造成支援などによる利用促進対策を行うほか、市場ごとにターゲットを定めて旅行会社招請やメディアプロモーションを実施しています。

（イ）県民への路線PRや利用促進

アウトバウンド（日本人の海外旅行）向けの取組として、国際定期路線を活用した海外でのビジネス展開を図る事業者支援や修学旅行等の海外研修支援を行っています。このほか、経済団体等への積極的な利用促進の働きかけや、各種メディア等を活用した県民へのPR活動を行っています。

なお、国際航空路線の利用について、委員から「日本人の利用客を増やさなければ、国際航空路線の存続は容易ではないのではないか。」との意見がありました。国際航空路線の利用を促進するためには、訪日客と同程度に日本人の利用も増していかなければなりません。航空会社・旅行会社・関係機関と連携を取りながら、県民のパスポート取得支援や国際線グループ交流促進補助事業等の活用を広く県民にPRしながらアウトバウンド対策に取り組んでいくことが大切であると考えます。

（ウ）航空会社・旅行会社等に対する路線の維持・増便等の要望活動

定期路線を運行している航空会社や就航地の旅行会社に対し、路線の維持・充実に向けた要望活動を行っています。

委員から「香港航空だけが県内に常駐職員がいないため、旅行代理店とのつながりが希薄であることが搭乗率のダウンにつながったのではないかと指摘した上で、「航空会社任せにするのではなく、県がエスコートして営業活動をサポートする体制づくりをしたほうがよい。」との意見がありました。

（エ）航空会社・旅行会社等に対するインバウンドチャーター便等の要望活動

インバウンドチャーターの要望活動や情報収集を実施し、旅行ニーズ等に対応した運航や新規航空路線の開拓につなげる活動を行っています。

② 国際海上ネットワークについて

ア 本県の現状

県内を利用する外航船舶は、バルク貨物船や定期コンテナ船があります。本県の重要港湾（細島港、宮崎港、油津港）における輸出入取扱貨物量（バルク貨物船、コンテナ船の合計）は、年間280万トン前後で推移しています。

定期コンテナ船においては、細島港、油津港ともに東アジアの主要国である中国及び韓国をはじめ、世界各国との輸出入に利用されています。県全体のコンテナ貨物量（2015年）は3万9,839TEU（Twenty Foot Equivalent Unit：20フィ

ートコンテナ換算単位) となっており、年により変動はあるものの増加傾向にあります。

港湾が企業活動に重要な役割を担っている状況を踏まえ、これまで岸壁やふ頭などの港湾施設の整備を図ってきたところですが、今後、更に本県産業が国際競争力を強め、成長していくためには、近年の貨物船の大型化に対応した港湾施設整備等による物流機能の強化を図っていく必要があるとともに、既存のコンテナ航路の維持・充実のため、更なる取扱貨物の増加に努め、県内港湾の利用促進を図っていくことが必要です。

イ 本県の主な取組

(ア) 大型岸壁やふ頭用地整備等の港湾機能の強化による港の利便性の向上

本県の重要港湾において、工業製品、農産品、木材の輸出入の伸び等に対応した港湾施設整備を行っています。

細島港では、2015年6月に国際物流ターミナルを供用開始したほか、更なる貨物船の大型化や用地不足に対応するために2016年2月に港湾計画を改訂し、水深15メートル岸壁や工業用地の造成等の早期事業化に取り組んでいます。また、安全・安心な荷役作業のための防波堤整備にも取り組んでいます。

油津港においても、安全・安心な荷役作業のための防波堤整備に取り組むほか、既存岸壁の改良にも取り組んでいます。

委員から、細島港の整備について、「九州中央自動車道の整備と連動した中で、ストック効果を強く訴えながら予算獲得に取り組んでいただきたい。」との意見がありました。

また、油津港については、貨物を優先する関係上、クルーズ船を断る事例が多発していることに関して、「クルーズ船の寄港回数目標値が高いのはいいことだが、結局、キャパが足りないなどの理由で目標が達成できなかったということがないように、関係者が連携を密にとっていただきたい。」との意見がありました。県当局からは、「今年度、「官民連携基盤推進事業」が採択され、22万トン級の大型クルーズ船の入港に対応した施設整備等を検討する予定となっている。」との答弁がありました。

なお、クルーズ船による港の利用について、委員から「宮崎港は、地域的にも地勢的にも県の中心であり、大型ではないクルーズ船をいかに寄港させるかというのも大きなセールスのポイントにすべき。」との意見がありました。

(イ) 県内港湾の利用に向けた貨物集荷の促進

「宮崎県ポートセールス協議会」を主体に官民が連携し、港湾セミナーの実施や荷主企業・港運事業者等を訪問するなどして港湾機能・高速道路ネットワークの充実等のPR活動等を行っています。

また、助成制度として、貨物の集荷を図るため、荷主企業・運送事業者に対して、新規・増加貨物等を対象に輸送費の補助を行っています。

ウ 成果指標について

みやざきグローバル戦略の中で、「県内港湾におけるコンテナ貨物取扱数」について、2014年度現況値39,214 T E Uに対し、2018年度目標値を44,000 T E Uと定めています。

(4) 県への提言

① 海外からの観光誘客の取組について

本県が2016年12月に公表した「平成27年宮崎県観光入込客統計調査結果」によると、県内外国人宿泊客数における香港・台湾・韓国の方の割合は75.9%となっています。また、観光庁が2016年6月に公表した「宿泊旅行統計調査（平成27年・年間値（確定値）」における国籍（出身地）別外国人延べ宿泊者数構成比（従業者数10人以上の施設に対する調査）を見ると、香港・台湾・韓国の方が88%を占めており、本県との定期航空路線の就航によるものと考えます。

みやざきグローバル戦略では「訪日外国人延べ宿泊者数」を成果指標として定めていますが、2020年を見込んで多くの国からの誘客を増やしていくためには、まずは、ソウル線・台北線・香港線の3つの定期航空路線の外国人・日本人の双方の利用促進により、安定的な運航の維持や増便等による路線の充実を図るとともに、チャーター便の運航促進等により新規路線の開拓に取り組んでいくことを要望します。

また、上記のとおり、本県への訪日客は定期航空路線のある国・地域がほとんどを占めていることから、本県との直行便がない国・地域からの訪日客数を更に増加させるための誘客促進にも力を入れて取り組まれることを要望します。

② 港湾の整備及び利用について

国土交通省が2017年1月に公表した「2016年の訪日クルーズ旅客数とクルーズ船の寄港実績（速報値）」によると、我が国へクルーズ船で入国した外国人旅客数（訪日クルーズ旅客数）は、2015年に約111.6万人と初めて100万人を突破、2016年は199.2万人（対前年比178.5%）と更に大きく増加し、過去最高を記録しました。

外国船社のクルーズ船の我が国への寄港回数は、1,444回（対前年比149.6%）となり、3年連続で過去最高を更新しています。そのトップ10に九州4港湾が入っており、トップの博多港は312回と3年連続で全国1位、長崎港が190回で3年連続の2位、鹿児島港が80回（6位）、佐世保港が62回（7位）となっています。アジアに近い優位性を背景に、中国などから多くのクルーズ船が寄港しており、その中の1つである油津港も急増しています。

クルーズ船の寄港は地域活性化に大きな役割を果たします。本県の重要港湾である細島港・油津港・宮崎港は、それぞれの特徴を生かしながら、物流・観光誘客の重要な役割を担っています。国外からのクルーズ船寄港回数50回の目標を達成するためにも、油津港に入港する貨物船等との調整や宮崎港への小規模クルーズ船の誘致、油津港と細島港が連携した大型クルーズ船・貨物船等の受入れなどについて、関係者・関係部局が十分に連携を図っていただき、更なる充実につなげていただくよう要望します。

港湾の整備計画については、クルーズ船に対応するだけでなく、輸出港であれば、輸出を増やすためのストックヤードを確保することや、細島港においては、九州中央自動車道の整備促進と連動させてストック効果の最大化に努めるなど、全体的にどうあるべきか将来を展望した中で、充実した整備計画にさせていただくよう要望します。

4 グローバル人材の育成及び海外との交流促進の取組について

(1) グローバル人材の育成・確保について

① 企業や大学等と連携した人材の育成

ア 本県の現状

本格的な少子高齢・人口減少時代が到来し、県外への大学進学や就職なども要因に、地域や産業の担い手自体が不足することが懸念される中、グローバル人材の育成・確保に向けては、若者の県内への定着・確保への取組が課題となっています。このため、国際ビジネスに対応できる企業内での人材育成や留学生の活用に取り組むとともに、大学や産業界と連携しながら、県内経済・産業のグローバル化の推進に寄与できる人材の育成・確保に取り組む必要があります。

イ 本県の主な取組

(ア) みやざき産業人財育成プラットフォーム

県では、県内の産学金労官が一体となって、重点的・継続的に産業人財の育成に取り組む、若者の県内への定着・確保を図るため、2016年4月に「みやざき産業人財育成プラットフォーム」が設立されました。

「宮崎で働く」ことについて若者へ意識付けを図りつつ、「宮崎の高校・大学から優秀な人材を確保する」ことについて企業の意識を向上させることを目的として、産学金労官の役割を明確にし、緊密に連携を図りながら、宮崎の将来を担う産業人財の育成に向けた環境整備を図ることとされています。

なお、人材確保については、委員から「県民総力戦で宮崎を良くしよう、宮崎に就職しようという機運が高まらないといい人材が地元で定着しない。」、そのため、産学金労官のほか、「民（県民）や言（マスメディア）を抱き込まないとなかなか実績は上がらないと思う。」との意見がありました。

(イ) 産業界や大学等との連携による産業人財育成の取組

県では、現在、高校生、大学生、社会人の各段階に応じた産業人財育成の取組を進めています。本年度は主に次のような事業に取り組んでいます。

まず、高校・大学生の段階では、宮崎で学び働くことへの理解の醸成のため、「キャリア発見セミナー」や「コーディネート講座」を実施しています。

次に、県内就職の促進への取組として、海外展開に取り組む県内企業でのインターンシップと海外留学を組み合わせた「トビタテ留学 JAPAN 地域人材コース」事業など

のグローバル人材育成に取り組んでいます。

なお、インターンシップの取組については、県事業のほか大学でも独自に実施しており、多くの学生が県及び県内企業等でのインターンシップ体験を行っています。県では本年度から本格的に事前・事後研修会を開始し、学生の就職意識の醸成を図っています。

社会人の段階では、「ひなたMBA（みやざきビジネスアカデミー）」により、広い視野や戦略性などの実践的で高度な理念を持って地域経済を牽引することができる人材の育成を図る、多様で体系的な人材育成プログラムを展開しています。本年度は、44プログラム（うち県が実施するのは27プログラム）の展開とし、全体で1,500名程度の定員を募集しています。

この「ひなたMBA」について、委員から「プログラム数が多ければいいというものではなく、それが産業人財育成につながるようニーズにあったプログラムを継続して取り組んで欲しい。」との意見がありました。

② 学校教育による人材育成

ア 本県の現状

変化の激しい社会を児童生徒がたくましく生き抜くために、学校では自国の歴史や伝統文化等を十分に理解した上で、異文化を理解し、国際化に柔軟に対応できるグローバル人材の育成が求められています。

そのため、県教育委員会では、これまでにグローバルリーダーの育成を目指す「スーパーグローバルハイスクール（SGH）事業」の支援や、外国語指導助手（ALT）の活用による国際理解教育の推進や英語教員の研修による外国語教育の推進等に取り組んできていますが、今後はより広い視野を持ったグローバル人材やグローバルリーダーの育成を目指して取り組んでいく必要があります。

なお、SGH事業については、2014年度から開始され、指定期間は5年間となっており、本県では2014年度に県立五ヶ瀬中等教育学校、2015年度に県立宮崎大宮高等学校が指定を受けています。五ヶ瀬中等教育学校では、SGHに指定された後、在学中に高千穂郷・椎葉山地域の世界農業遺産の審査でプレゼンテーションを行ったり、海外留学等を行った生徒がいます。

学校教育におけるグローバル人材の育成について、委員から「育成した有能な人材が県内で能力を発揮してもらうストーリーはあるのか。」と質疑があり、県当局から「県外に出た学生をいかに県内に帰していくかという取組は「産業人財育成プラットフォーム」の中でしっかり検討を進めていきたい。」との答弁がありました。

イ 本県の主な取組

（ア）国際理解教育の推進

自国・地域への理解を深める学習としては、小中学校では、ふるさと学習を通して郷土の歴史や伝統文化等を理解し、高等学校では、地域の現状分析や課題解決を探求する活動

を行っています。

また、ALTについては、クラブ活動や学校行事等の授業以外で活用することにより、児童生徒が世界に目を向ける契機となるよう取り組んでいます。

なお、県立及び市町村立の学校では、JETプログラム（語学指導等を行う外国青年招致事業）を活用したALTが例年60名以上いるほか、地元の方や民間の斡旋等を受けて雇用されている方などが、2016年4月1日現在で67名おり、授業の補助（週12時間から18時間）のほかイベント的な行事にも参加してもらい、コミュニケーション中心の外部教育が図られるような取組を行っています。

また、SGH事業の取組をモデルとして、人材育成につながる課題研究等が各学校において効果的に実施できるよう成果のまとめと普及に取り組んでいるほか、海外からの留学生の受入れ及び校内における交流を奨励しています。

なお、本年度、県立高等学校に2か月以上留学している生徒数は11名となっています。

(イ) 外国語教育の推進

外国語活動の授業研修を通して、全ての小学校教員の指導力向上を図っていきます。

また、小中高それぞれに英語教育を推進するリーダーを育成し、共通理解を図る機会を設け、小中高が連携して英語によるコミュニケーション能力を育成する体制を構築することとしています。

(ウ) 海外留学の促進

県教育委員会では、国の事業に従いながら、在学中の留学促進に取り組んでいます。

例えば、全県立高等学校等に配置した留学支援担当者を通して、進路指導におけるグローバル意識を向上させるとともに、海外留学を促進しています。具体的には、留学支援担当者が生徒からの海外留学の相談を受ける中で、県が実施する短期留学支援等のシステムの説明等を行っています。なお、短期留学生の数はこの10年間は例年一桁程度となっています。留学支援担当者の研修会を年2回実施するなど、留学のメリット等を知ってもらい、留学生が増えるよう努めているところです。

また、県内の高校生が自分自身や自分の住む地域の良さを再確認しつつ、世界に目を向けることにつながるよう留学生やALTと交流・活動をする研修会（「ワールドキャンプ in hinata」）の内容や対象を検証し、海外への興味・関心の喚起及び留学への意識付けを図っています。

このほか、より多くの県内の高校生が参加できるよう国庫補助を活用した短期留学プログラムの開発に取り組むこととしています。

③ 成果指標について

みやざきグローバル戦略の中で、「県内で雇用されている外国人労働者数」について、2014年度現況値1,885人に対し、2018年度目標値を2,260人と定めています。

また、「世界の出来事について関心を持っている児童生徒の割合」について、2014年度現況値80.6%に対し、2018年度目標値を93.6%と定めています。

留学生等の県内就職の推進について、委員から「今後は少子高齢化に伴い、県内でも労働力不足が加速化していくことは明らかなので、外国からの労働力にも大いに期待をしたい。」「介護士、看護師の研修生の受入にも光を当てつつ、この雇用の拡大を図っていただきたい。」との意見がありました。

厚生労働省が2017年1月に公表した「外国人雇用状況」の届出状況まとめによると、2016年10月末現在の外国人労働者数は約108万人（対前年同期比119.4%）となり、届出義務化以来、過去最高を更新しているとのこと。本県の外国人労働者数も増加してきており、今後もその傾向が進んでいくのではないかとと思われるので、県としても受入体制の整備にしっかりと取り組んでほしいと考えます。

（２）海外との連携・多様な交流について

① 本県の現状

県では、これまで東アジアを中心とした交流事業の実施による国際交流の促進や、海外からの賓客の受入れなどによる人的ネットワークの強化・拡大に取り組んでいます。

また、県内企業の海外展開やこのような国際交流を担う人材の育成を図るため、関係機関等と連携して、経済国際化セミナーの開催等に取り組んでいるところです。

海外自治体との連携強化や多様な主体による交流促進は、県民の国際理解の促進はもとより、本県がアジアをはじめとする世界市場をターゲットに、海外への展開促進や海外からの誘致推進を図る上でも重要であるため、今後とも市町村や関係機関等と十分に連携しながら、海外との多様な交流・人的ネットワークの拡大等に取り組む必要があります。

② 本県の主な取組

ア 海外自治体や関係機関との連携強化

主な取組事例として、韓国ソウル特別市との「観光交流推進キャンペーン事業」の実施や、ベトナム国ナムディン省との農業振興連携、台湾・韓国の博物館との学術交流、宮交ボタニックガーデン青島とシンガポール植物園との姉妹提携など、海外自治体等と連携して各種事業等に取り組んでいます。

イ 多様な分野・主体による交流の促進

主な取組事例として、台湾との文化・スポーツ分野における相互交流のきっかけづくりを行う「東アジア民間交流促進事業」や、韓国との小中高校生の相互交流を行う「アンニョンハセヨ！少年少女国際交流事業」、宮崎空港発着の定期路線を活用した海外へのビジネス展開や修学旅行等の海外教育研修への支援など、多様な分野等での交流を促進しています。

交流の促進について、委員から「実質的にそのことが本県の経済の海外展開にどれだけ

寄与するかという視点を持ちながら、一過性のものにならないように実質的な成果を上げなければならない。」との意見がありました。

ウ 国際ビジネスや国際交流を担う人材の育成

主な取組事例として、ジェトロ宮崎との連携による貿易投資相談窓口の設置や経済国際化セミナー等の開催、本県の海外事務所や輸出促進コーディネーターによる県内企業の海外展開関連の相談対応、県国際交流協会等による県民への国際理解講座等の開催、在住外国人と県ホテル旅館生活衛生同業組合との意見交換の開催などに取り組んでいます。

エ ホストタウン構想の推進

この制度は、2020年東京オリンピック・パラリンピック大会を契機に、全国の地方公共団体と大会参加国・地域との人的・経済的・文化的な相互交流を図るとともに、地域の活性化等を推進していくことを目的とするものです。

ホストタウンとして登録を受けた地方公共団体においては、交流事業等の取組に対する特別交付税措置や、競技施設改修経費に係る地方債措置という地方財政措置が設けられています。

本県では、これまで市町村向け説明会や国の担当官を交えた個別相談会を実施するなど、参加国・地域との交流や事前合宿誘致の意向などを踏まえた助言等を行いながら、登録に向けた支援を実施するなど市町村等との連携・協力を行っています。

現時点では、第三次登録（2016年12月）までに、ドイツを相手国として県・宮崎市・延岡市・小林市、イタリアを相手国として県・宮崎市・西都市・日南市、イギリスを相手国として県・宮崎市、モンゴルを相手国として都城市が登録を受けています。

なお、このホストタウンへの登録について、委員から「本県の知名度を上げるため、オリンピックをうまく活用するという視点を持ち、市町村も支援するという県の積極的な対応も必要。また、いろいろなことで話題性をうまくつくることも必要なので、ぜひ努力して欲しい。」との意見がありました。

③ 成果指標について

みやざきグローバル戦略の中で、「県民の出国率」について、2014年現況値4.4%に対し、2018年目標値を5.0%と定めています。

この県民の出国率とは、「日本人出国者数のうち、本県での旅券を作成した者の延べ人数」を「宮崎県の人口（総務省統計局の人口推計値）」で除したもののことをいいます。

2015年の出国者数は2014年よりも5,435人少ない4万3,444人であり、出国率は3.9%でした。この2015年出国率は全国42位となっています。

このことに関して、委員からは、「多様な交流の促進は大事なことであり、外国からの誘客等を受け入れるためにも、宮崎県民のパスポートの取得率や出国率を高めていくことは重要。」との意見がありました。

(3) 県への提言

① 企業や大学等と連携した人財の育成・確保の取組について

インターンシップと雇用の関係について、企業によっては、採用後のミスマッチを防ぐためのインターンシップを受け入れる際、交通費等を負担しているところもあるようです。県においては、県内就職を促進するため、企業訪問等を行いながら事業の掘り起こしに努めているところですが、委員から「学校側もしっかりとした人材をインターンシップに参加させることも大事であるから、参考にすべき取組だと思う。」との意見がありました。学生がインターンシップをより受けやすいような環境づくりに努めていく必要があります。

また、雇用に積極的な企業がある一方、地元採用枠があっても良さそうな企業なのに採用がなかったり、企業説明会に肝心な企業が参加しなかったりすることもあるようです。このことについて、委員から「地方創生で雇用に重きを置いて取り組んでいる中、地元採用枠をある程度設ける姿勢を企業側も持って欲しい。」との意見がありました。

地元の有能な人材を確保するためにも、このような雇用への取組について、強く行政からも企業等にアプローチしていただくよう要望します。

② 学校教育におけるグローバル人材育成の推進の取組について

グローバル人材をしっかりと県内企業に定着させる取組を進める中で、県外に出た有能な人材が県内に帰ってきて能力を発揮してもらうことも大切なことだと思います。委員からは、「育成する最初の段階からこの方々に県の財産であることを意識付けさせ、また、その能力が十分に発揮してもらうような環境を準備しておくことも必要。」との意見がありました。

本県のグローバル人材育成事業とインターンシップ事業を連動させて取り組むなど、各部局等が連携して意識づくりや啓発等に取り組んでいかれるよう要望します。

③ 海外自治体等との連携強化や交流促進の取組について

多様な分野・主体による交流の促進について、委員から「海外の自治体との連携強化をどのように位置付けて、どこを重点的に交流・連携を強化していくのかという視点も持ちながら取り組まないと、広く浅くというような交流では県の経済的な発展はあまり見込めないのではないか。」との意見がありました。

経済的な交流も深めて、本県の発展に寄与する交流にターゲットを絞って取り組んでいくことも大切な視点であると考えます。これまで育ててきた成果が出ようとしているものについては、将来にわたり、重点的に交流を深めていくような視点を強く打ち出していかれるよう要望します。

Ⅲ 結 び

以上、当委員会の1年間の調査内容及び活動について総括して御報告申し上げます。

政府においては、人口急減・超高齢化という我が国が直面する大きな課題に対し政府一体となって取り組み、各地域がそれぞれの特徴を活かした自律的で持続的な社会を創生できるよう、2014年9月に「まち・ひと・しごと創生本部」（本部長：内閣総理大臣）が設置されました。その後、同年12月に「まち・ひと・しごと創生法」が施行、「まち・ひと・しごと創生総合戦略」が決定され、地方が成長する活力を取り戻し、人口減少を克服するための施策に取り組まれています。

また、地方でもさまざまな地方創生対策が施されています。本県では、2015年9月に「宮崎県まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定し、人口規模の確保と持続的で活力ある社会経済システムの構築に取り組んでいます。

これらの取組により、人口減少に歯止めをかけつつも、出生数の減少と死亡数の増加による長期的な人口減少過程は進んでいく見通しです。

我が国が本格的な人口減少社会を迎え、国内市場が縮小する中、世界人口はこれからも新興国を中心に増大が見込まれており、本県と地理的に近く、引き続き経済成長が見込まれる東・東南アジア市場をはじめ、世界市場にも視野を広げて海外の活力を取り込むことは、本県の経済や産業の活性化、地域の浮揚を図る上で欠かすことのできない取組だと考えます。

当委員会では、海外展開（輸出・進出）に取り組む本県企業等との意見交換を行いました。その中で、自社製品の輸出に取り組む地場企業の「社員に『海外を目指すぞ』と言うことは、士気を高める上でも非常に大きい意味がある。」、「海外も一市場であり、輸出は特別なことではない。」という言葉に、意欲と力強さを感じましたし、「価格面での折り合いなどで非常に苦戦し、代理店が決定するまで4年かかった。」、「人口減少で国内市場が縮小する中で、元気うちに海外市場に風穴を開けておきたい。」という言葉に、志の高さと情熱を感じました。私たちは、このような意欲のある企業を支援していかなければなりません。

また、海外調査では、現地を見て、現地の方々と意見交換を行い、現地から見た宮崎、今後の展開に関する貴重なアドバイスをいただくとともに、調査先の皆さんと交流することで県議会と海外が繋がる大きな一歩となったのではないかと考えています。

当委員会では、海外経済戦略対策に関する所要の調査活動を行ってきましたが、海外への展開促進のほか、海外からの誘客促進、グローバル人材の育成及び海外との交流促進など、本県が取り組むべき課題や委員会において調査すべき事項は数多くあります。TPP（環太平洋戦略的経済連携協定）やRCEP（東アジア地域包括的経済連携）交渉の動向など、世界経済・貿易等の国際情勢の変化を注視しながら、現状を踏まえつつ取り組んでいかななくてはなりません。当委員会の調査はいったん終了しますが、今回の調査が一過性

のもので終わらないよう、引き続き取り組んでいく必要があります。

「みやざきグローバル戦略」の目的は、「外貨の獲得、ビジネスチャンスの創出」を図ることにより、本県経済・産業の活性化を図ることにあります。この戦略を着実に進めることで県民生活が豊かで活力のあるものになること、そして、本県が世界とともに成長していくことを期待しまして、当委員会の報告といたします。