

# 海外經濟戰略對策特別委員會

## 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29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

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、昨年度、海外経済戦略対策特別委員会を設置し、「みやざきグローバル戦略」に沿って所要の調査活動を行ってきましたが、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、「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る」との委員会報告を踏まえ、本年度も同委員会を設置しました。

当委員会では、昨年度の同委員会の調査活動も踏まえ、本県が抱える課題を絞り込み、①海外展開に向けた取組に関すること、②インバウンド及びアウトバウンド対策に関すること、③海外との交流促進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、意見交換会や県内・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、現状把握等に努めてきたところです。

意見交換会では、農業関連団体・企業及び海外展開企業を議会へお招きし、それぞれの海外展開に関する現状や取組、課題等についてお話を伺い、意見交換を行いました。

県内調査では、県の出先機関や自社製品の海外展開に取り組む企業を訪問し、調査事項に関連する取組や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、ベトナム社会主義共和国・ホーチミン市と台湾・台北市を訪れ、日本企業のベトナム進出に関する支援等を行う「日本貿易振興機構（以下「ジェトロ」という。）ホーチミン事務所」、他国・地域からベトナム南部への投資の促進を行う「ベトナム南部投資促進センター」、ベトナムのホーチミン市建設短期大学で日本の建設技術者養成等を行う「アース建設コンサルタント株式会社」、日系デパートの「ホーチミン高島屋」、日本台湾間の交流促進に取り組む「臺灣日本関係協會」、本県に国際定期航空路線を持つ「中華航空股份有限公司」でそれぞれ説明を受け、意見交換を行いました。

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 「みやざきグローバル戦略」について

## (1) 主な実績と取組状況

### ① 成果指標の実績値

みやざきグローバル戦略で設定する成果指標10項目の実績値を見てみると、戦略1の「輸出額」、「海外展開を行う中小企業数」、戦略2の「訪日外国人述べ宿泊者数」、「国外からのクルーズ船寄港回数」、「グローバルMICE開催件数」、戦略4の「世界の出来事に関心のある児童生徒」、「県内で雇用された外国人労働者数」、戦略5の「県民の出国数」の計8項目については、前年あるいは前年度と比較して増加しています。

特に、戦略4の「県内で雇用された外国人労働者数」については、外国技能実習生として県内で就職した外国人が増加したことで目標値を大きく上回っています。

戦略2の「立地認定している外資系企業数」については、横ばいとなっています。

戦略3の「県内港湾のコンテナ貨物取扱数」については、減少となっています。

### ② 主な実績と取組等

戦略別に見てみると、戦略1については、2016年度は県産牛肉輸出額が過去最高となったほか、2017年3月に県産キャビアの香港への初輸出が実現しました。県内生産品の開拓に向けて関係機関と連携し、県内輸出企業の支援や本県の主力製品の輸出拡大に向けたプロモーション等に取り組んでいます。

戦略2については、「MIYAZAKI FREE Wi-Fi」の整備により、このWi-Fiへの2016年度アクセス件数は前年度よりも大きく増加しました。また、2017年3月にはドイツ陸上競技連盟の東京オリンピック事前合宿が決定しました。海外の個人旅行者をターゲットにしたSNS（ソーシャルネットワーキングサービスの略）等を用いての認知度向上対策や、ラグビーワールドカップとオリンピック・パラリンピック事前合宿誘致に向けての取組を進めています。

戦略3については、国際定期航空路線の台北線が2016年10月から1便減の週2便となった一方、ソウル線は冬期増便となりました。知事のトップセールスや国際線の利用促進を目的としたイベントの実施等により、引き続き路線の維持・充実を図っています。

戦略4については、ジェトロ宮崎と連携して海外展開セミナーを多数開催したほか、大学生や高校生の留学支援にも努めてきました。グローバルな視点を持った人材を育成する海外インターンシップや「トビタテ！留学JAPAN」の実施、「ひなたMBA（みやざきビジネスアカデミー）」の一部講座をジェトロと連携しての実施、外国人留学生向けの就職採用相談等を行っています。

戦略5については、韓国・台湾との民間交流を後押しするほか、2017年に締結した台湾新竹県及び台湾桃園市との交流拡大に向けた連携協定をベースに、台湾自治体との交流促進、その他の国・地域に設定されている在外県人会や現地民間団体とも更なる人的ネットワークの構築に努めています。

2016年度は国の交付金事業等により多くの予算が交付されたため、ハード整備事業を除いた関連予算額は約10億7,000万円ほどありましたが、2017年度は約8億円となっています。

## (2) 県への提言

### ① みやざきグローバル戦略とその取組について

みやざき東アジア経済交流戦略の策定から現在まで5年間が経過し、県では、これまで全庁的に、また、市町村や関係機関等と連携していろいろなことに取り組み、その中で多くの課題も出てきたのではないかと思います。委員からは、「目標を立てて、その数字を追いかけていながら、どういう課題が出てきてどのように解決していくのか、それを積み重ねていかないと本当の戦略にならないのではないか」、「外国との間のつながりは時間を要し、人間関係もつくらなくともうまくいかない。そういうものを一つ一つの積み重ねていかないと戦略の成果は出てこないのではないか」との意見がありました。

交流協定も締結したところが終わりではなく、そこから本当の意味での交流が始まることとなります。前年並みのことをただ繰り返すのではなく、本県の各分野における強み・弱みをしっかり把握した上で、将来どのような成果が出るのかを考えて、全庁的にしっかりと取り組んでいくよう要望します。

また、当戦略については、委員会から「計画が大事ではなくて、動くことで変わっていったところを毎年見ていくことが大事」、「誰がきちんと把握して、次の取組に生かしていく、企画立案していくために動いているのかということところが一番大事」との意見がありました。戦略所管部におかれては、各部を取りまとめるだけでなく、取組をしっかりと把握し、それを生かした企画立案がなされるよう、主体的に取り組んでいくよう要望します。

## 2 海外展開に向けた取組について

### (1) 本県の取組

#### ① 県産品の輸出拡大に向けた取組等について

##### ア 県産品全般

##### (ア) 本県の現状

宮崎県貿易企業実態調査によると、2008年に発生したリーマンショックに起因する世界的経済不況の影響により、2009年の本県の輸出額は大きく落ち込みましたが、以後は増加に転じ、2015年の輸出額は約1,546億円（対前年比102.6%）となっています。輸出企業数については、2013年以降はほぼ横ばいの状態であり、2015年は157社（対前年比100.0%）となっています。

2015年の主な輸出品目は、電気機器等の「機械器具」（構成比30.7%）、繊維製品を主とする「原料別製品」（同28.3%）、プラスチック等の「化学製品」（同26.3%）となっています。肉類・魚介類等を主とする「食料品・飲料」（同1.7%）については、全体に占める割合は大きくありませんが、ここ数年順調に伸びてきています。

2015年の主な輸出国は、中国（構成比17.4%）、韓国（同12.5%）、アメリカ（同12.2%）、

台湾（同8.7%）、イタリア（同7.6%）となっています。

県内企業の海外進出状況については、2016年度に「県内企業景況調査」（宮崎県商工会議所連合会実施）及び「貿易企業実体調査」（県実施）の対象となる県内企業に対し、県で調査を実施しています。回答のあった企業のうち、本県に本社機能を有する企業を分析したところ、業種では「食料品・飲料」、産業分類では「製造業」、進出形態では「業務提携」がそれぞれ最多となっています。これらの企業の主な進出先は、香港、シンガポール、台湾などの東アジア・ASEAN地域となっています。

## （イ）本県の主な取組

### ㊦ 輸出に取り組みやすい環境づくり

県の海外拠点機能である上海及び香港事務所、輸出促進コーディネーター（香港、シンガポール、北米、EUに設置）、貿易アドバイザー（台湾に設置）等を活用して収集した現地情報を県内企業に提供しています。また、ジェトロ宮崎貿易情報センター（以下「ジェトロ宮崎」という。）と連携して、貿易関連セミナーの実施等による貿易知識の修得や輸出に取り組む意識の醸成、きっかけづくりを行うほか、県内企業の海外進出する際の支援も行っています。

### ㊧ マーケットインの商品づくり

輸出促進コーディネーターが来県して企業面談等を行う機会を活用し、現地のニーズに沿った商品開発に関する助言を行っています。また、県産品海外販路開拓活動支援補助金を活用し、輸出向け商品開発や国際認証取得等に要する経費に対する支援など、県内企業の海外展開を支援しています。

### ㊨ 県内生産品の認知度向上

知事トップセールスをはじめとするプロモーション活動や海外見本市等の情報提供、海外販路開拓活動支援補助金を活用しての県内企業の出展支援を行っています。また、タイにおける本県の医療機器の認知度向上のため、宮崎大学及び九州保健福祉大学が現地の大学と連携して、医療技術・機器のパッケージによるPR等を実施しています。

東九州メディカルバレー構想の中でタイを中心に人事交流も含めた支援を行っていることについて、委員から「ただ物を出すだけではなく、技術と人を一緒に育成して出していくというのはすばらしい取組だと思うから、ここを突破口に、そのノウハウをもって更にアジアの方にどんどん拡大していただければと思う」との意見がありました。

### ㊩ 海外拠点機能等を活用した企業の販路の開拓・拡大

県海外事務所や輸出促進コーディネーターによる販路拡大支援、県が連携協定を締結した現地商社との共同による新たな販路開拓、海外・国内商社バイヤー招聘による産地・加工施設等の視察や商談会の開催、九州各県と連携した現地商談会の開催等を行っています。

今年度、県産品の輸出拡大に海外の現地企業と連携する「みやざきフレンドリーパートナー」制度を創設し、これに認定された企業に県産品の情報を提供することで海外への広がりを図っています。

#### ④ 流通ネットワークの充実・強化

県内の空港・港湾を起点とした物流ルートの構築に向けた取組、県内商社等と連携した効率的な物流ルートの確保、物流関係企業が有する県内企業とのネットワークを活用した取組などを実施しています。

### イ 農水産物

#### (ア) 本県の現状

本県農水産物の輸出については、香港をはじめとする東アジアを主要なターゲットとしながら、北米やEU（欧州連合）等での輸出拡大に取り組んでおり、国内外の商社等とも連携しながら、産地の育成や新たな取引づくりに取り組んでいます。

2012年度に「みやざき「食と農」海外輸出促進協議会」を設置し、オール宮崎での推進体制を整備するとともに、県香港事務所（2013年設置）の開設やジェトロ宮崎（2015年設置）の誘致を進めてきました。また、輸出支援の専門家として輸出促進コーディネーターを配置するとともに、今年度は、県内の輸出産地の育成や商品の掘り起こしを行う輸出サポーターを新たに設置し、輸出促進コーディネーターと連携した活動を展開しています。

輸出実績は年々伸びており、2016年度の輸出額は、過去最高の約34億5,000万円（対前年比137%）となりました。品目別に見ると、農産物が約3億5,000万円（同132%）、畜産物が約26億2,000万円（同133%）、水産物が約4億7,000万円（同167%）となっています。農産物では、茶が高い伸びを示しています。

輸出先別に見ると、東アジアが約21億7,000万円（同163%）となっており、その中でも台湾は2億1,890万円（同428%）と大きく伸びています。アジア以外では、主にアメリカ・EUに輸出されています。

なお、台湾においては、牛海綿状脳症（BSE）問題を理由に、2001年から日本産牛肉の輸入を禁止していましたが、2017年9月に輸入解禁となりました。解禁直後に本県から輸出した宮崎牛は、最初に到着した日本産牛肉となり、現地でもメディアに多く取り上げられ、大きな反響となっています。

宮崎牛は、2017年9月に開催された第11回全国和牛能力共進会で史上初となる3大会連続で最高賞の内閣総理大臣賞を受賞したほか、同年12月には、農林水産物・食品を国が知的財産として保護する地理的表示（GI）保護制度に登録されました。これらにより、更なる輸出の拡大が期待されます。

輸出実績を更に上げていくために、委員から「それぞれの国別の成果が見えてきているところで、どこがまだ伸びしろがあるか、まだ他県が入ってきていない国・地域には、集中的にコーディネーターを増員して、他県が入ってくる前にどんどんすり込みをしていく

べき」、「1つの国に絞っていくのももちろんだが、アメリカという国の中でも何々州には他県よりもどんどん先駆けていくという、後追いではないところの実績に今後期待したい」との意見がありました。

また、水産物について、委員から「食べ方によっては、まだ宮崎の中でもいろんな魚が出荷できるのではないかと思うので、そのあたりの研究も更に進めていただきたい。魚は、単価の高い方だと思うので、ぜひ御尽力願いたい」との意見がありました。

## (イ) 本県の主な取組

### ㊦ 主な品目の対応状況

牛肉は、J Aグループと連携した海外での販促活動や県香港事務所のフロンティアオフィスに入居している畜産法人等の活動支援に取り組んでいます。

養殖ブリは、東日本大震災以降、輸出先国から求められている産地証明書の発行体制の構築や、養殖業の国際認証取得に必要な漁場環境調査の支援を行っています。

かんしょは、輸送中の腐敗抑制のため、産地調査や輸送試験等に取り組むとともに、料理愛好家やプロの料理人を対象とした料理教室を開催し、新しい食文化の提案による普及拡大に取り組んでいます。

茶は、国内需要が減少する一方、E U等への輸出が伸びており、特に有機農産物が求められることから、有機J A S認証取得を支援してきたところです。

### ㊧ 取引拡大の状況

東アジアでは、香港事務所や現地の輸出促進コーディネーターが核となり、食品見本市への出展やバイヤー招聘による商談会等と連携したきめ細やかなフォローアップを行った結果、茶や豚肉等の取引拡大に結び付いてきています。2017年3月には、香港直行便を利用し、日本初となる国産キャビア「宮崎キャビア1983」の輸出を行いました。キャビアに関しては、その生産の副産物であるチョウザメの肉も香港への輸出を同年4月から行っています。チョウザメの肉の輸出も国内初とのことです。

シンガポールについては、2017年2月に県と伊勢丹シンガポールが連携協定を締結したことを契機に、輸出促進コーディネーターがマッチングを進めたことで、継続的な取引にもつながっています。

ブルネイについては、現地の日本大使館主催イベント等を活用したマーケット調査や、シンガポール経由での商流・物流の構築に向けた調査等に取り組んでいます。

北米では、知事による宮崎牛トップセールや、ニューヨークを中心に展開してきたスイートピーの輸出をロサンゼルスにも拡大するためのプロモーションに取り組むことにより、輸出拡大につながってきています。

輸出前残留農薬検査体制の整備にも取り組んでおり、例えば、日本と台湾では残留農薬基準が異なるため、食の安全分析センターにおいて、台湾の基準311成分のうち281成分については、迅速に分析できる技術を開発しました。また、九州農水産物直販株式会社との連

携により、検査証明書を添付して輸出する実証事業にも取り組んでいるところです。

外国との取引において相手の国や商社等に信頼してもらうために、委員から「今、全国展開している「ひなた」などを使いながら、宮崎県が保証・推奨しているものだということを、基準も厳しくして示していかないといけないと思う」、「ほかの県よりも伸ばしていくためには、行政からの信用度を表すことに官民挙げてきちんと取り組んでいるということを示していく、あるいはそういう時期ではないか」との意見がありました。

## ㊦ 施設整備や人材育成の状況

輸出拠点の施設整備として、昨年度の国庫補助事業を活用し、株式会社くしまアオイファームの集出荷貯蔵施設や、株式会社ミヤチク及び宮崎くみあいチキンフーズ株式会社の畜産物処理加工施設の整備が進められているところです。

また、ジェットロ等と連携して開催するセミナーや海外商社との商談のフォロー等を通して輸出に取り組む人材を育成しているほか、輸出サポーターによる輸出事務の支援や輸出商品の掘り起こし、磨き上げ等にも取り組んでいます。

## ウ 林産物

### (ア) 本県の現状

近年、東アジアを中心とした木材需要の高まりや為替の円安基調を背景に、木材の輸出額が増加傾向にあります。2016年度は、丸太の輸出額の9割を中国と台湾で占めており、製品の輸出額の5割を韓国が占めています。

その輸出額の内訳としては、製品が約2億1,300万円（対前年比162.6%）で前年度を大きく上回っていますが、丸太は約2億6,900万円（同61.7%）で減少しており、木材合計は約4億8,200万円（同85.0%）と減少しています。丸太の輸出は、為替の影響を受けやすく、他国産材との価格競争も激しいため、より付加価値の高い製品輸出の拡大に取り組む必要があります。

なお、中国では「木構造設計規範」を改定し、2018年8月から日本産のスギなどが住宅用構造材として使用できるようになるとのことで、輸出拡大が期待されます。

スギ丸太生産量26年連続日本一である本県において、委員から、「業界や市町村などいろいろなものを巻き込みながらしっかりやっていると、他県に遅れをとるようじゃない。日本一になっているものは絶対海外に向けても輸出で日本一になるんだというぐらいの思いで取り組んでほしい」との意見がありました。

### (イ) 本県の主な取組

「みやざきスギ」販売戦略実践事業により、海外での建材展示会等への出展や木材建築技術者養成、トライアル輸出等への支援を行っています。

また、「県産材海外輸出トライアル推進事業」により、材料と建築技術をパッケージにした「材工一体」で輸出するため、輸出相手国の設計士・工務店等を対象に、木材軸組構



法の入門セミナーや実務研修のプログラム開発等を行っています。2016年度は、韓国で入門セミナーを5回開催し、約800名が参加されました。さらに、このセミナー参加者の中から本格的に軸組構法に取り組もうとする技術者に対し、県内で実務研修を3回開催し、約50名が受講されました。

これらの結果、2016年度に住宅・非住宅を合わせて30棟建築されたほか、新たに10棟程度の受注がありました。

また、2016年度は、ジェトロの公募事業「地域間交流支援（RIT）事業」の事前調査事業の採択を受けて台湾における木材産業の市場調査に取り組んできており、本年度は本体事業として採択を受け、県内の木製材企業7社が、台湾における内装材等の供給を目指して、台湾での商談会や台湾企業の本県招聘などによる企業間交流を実施しています。

## **（２）農業関連団体・企業における本県農畜産物の海外展開の取組**

当委員会では、農業関連団体・企業における本県農畜産物の海外展開の取組について、宮崎県経済農業協同組合連合会、宮崎くみあいチキンフーズ株式会社、株式会社ミヤチクと意見交換を行いました。

### **① 宮崎県経済農業協同組合連合会**

宮崎県経済農業協同組合連合会（所在地：宮崎市）は、2012年6月に香港事務所を開設したほか、2016年2月には海外事業に特化した部署を設置するなどして、海外展開に関する事業に取り組んでいます。

青果物については、約10年前から輸出に取り組んでおり、現在の取扱高は、香港・台湾を中心に年間約1億5,000万円となっています。ここ数年、価格競争が非常に激しく続いているとのことです。輸出品目の中心（出荷額の90%）はかんしょです。かんしょは、冬場腐敗や発芽など、品質の部分において一筋縄ではいかない現状もあるようです。

畜産物については、牛肉は高級部位中心の有利販売と優良飲食店向けのブランディング、豚肉は高級購買層向け飲食店にほぼ限定された取引となっているようです。豚肉加工品と卵パックは、小売店向けに今年度から輸出を開始しています。

輸出における今後のあるべき方向として、市場で伸びしろを見込める企業に絞り込み、その商流に注力して販売していくことが必要とのことです。また、これまでの取引先との効率的な取引のところは利用しつつ、オールジャパン・オール九州での一体的な取組に重点を置くとのことのほか、青果物のままではなく、加工品等によりJAや産地等に利益が残る形で、リスクの少ない輸出に注力していきたいとのことです。

意見交換では、「今後、アジアへの進出がどんどん広がっていくのに合わせて、登録商標の問題も出てこようかと思うが、そのあたりの対策はどう講じられているか」との委員からの質問に対して、「東アジアなど、どうしても食べ物が政策の交渉事に使われてしまう。また、東南アジアの地域は、日本の技術をもって自国で生産量を増やし、輸出を高めようという中で、日本のものが行きづらい状況になっている。JAグループの中では、い

かに国内で価値をとどめて、海外に半製品的に持っていくかというところを優先すべきと  
思っているのも、まだそこには行き着いていない」とのことでした。

このことについて、委員から「ブランディング力を持って進めていくほど、商標の問題  
が出てくると思う。いいように扱われることが宮崎県産品にないように、対策を早めに講  
じられるといいなと思う」との意見がありました。

## ② 宮崎くみあいチキンフーズ株式会社

宮崎くみあいチキンフーズ株式会社（本社：宮崎市）は、2008年に全農チキンフーズグ  
ループの傘下に移行したこともあり、全農チキンフーズと一体となって輸出事業にも取り  
組んでいこうと考えています。工場においてISO9001（品質マネジメントシステムに関  
する国際規格）及びISO22000（食品安全マネジメントシステムに関する国際規格）、直  
近では、佐土原食品工場と南部工場でFSSC22000（ISO22000を補強した食品安全マ  
ネジメントシステムに関する国際規格）も取得し、食の安全に積極的に取り組んでいます。

現状では、輸出は行っていませんが、今後、本県の鶏肉生産の基盤強化を進める上で、  
経済発展の著しい東アジアへの輸出拡大を図ることが重要との考えにより、2017年10月か  
ら国際基準に照らした高水準な処理・衛生レベルの新工場を建設しているところです。本  
工場では、グローバルスタンダードとなる可能性があるアメリカの処理基準等に準拠した  
国内最大級の鶏肉輸出拠点として整備されます。

新工場は、2019年7月から稼働予定であり、2022年には香港を中心に60トンの輸出を計  
画しているところです。なお、現時点において鶏肉が輸出できる国・地域は、香港、ベト  
ナム、カンボジアに限られているとのことです。

意見交換では、「会社の総売上げの中でどのぐらいのシェアを占められるようになれば、  
輸出戦略に取り組んできたことが会社をより強いものにし、生産者にも利益を直結してい  
けるか」との委員からの質問に対して、「鶏肉を輸出できる国が3か国だけに限られてい  
るので、ここの間口を広げてもらえるよう業界を挙げて、今、国に要請している。その間  
口がどのように広がるかは現時点ではわからず、明確な数字は申し上げられないが、ゼロ  
から始めて、まずはきっかけをつくりながら、順次拡大をしていきたい」とのことでした。

## ③ 株式会社ミヤチク

株式会社ミヤチク（本社：都城市）は、高崎工場と都農工場それぞれ12か国・地域の  
輸出認定を取得しています。2015年度の輸出実績は、高崎工場では、牛肉70.9トン、豚肉8.5  
トン、都農工場では、牛肉75.8トン、豚肉は輸出実績なしとなっています。

輸出拡大に向けて、都農工場では、牛肉については高い輸出実績のあるアメリカ・香港  
に次いで、EU向け輸出の施設認定を取得するために整備が必要であり、豚肉については  
輸出対応施設の整備が必要であるため、これらの課題解決に向けて国内最新鋭の衛生管理  
施設として都農工場敷地内に新工場を建設しているところです。国内最大級の牛肉・豚肉  
輸出拠点として強化することで、輸出能力を拡大するとともに、輸出解禁国の追加には即

座に対応していくとのことでした。

都農工場における2021年度輸出量は、牛肉・豚肉合計で100トンを計画しています。HACCP（国際的な食品衛生管理基準）対応型施設として整備し、EUをはじめ、アメリカ・東アジア等の輸出拡大を図るほか、多様な輸出関連会社と連携して、厳しい衛生基準をクリアした安全安心を武器に販路拡大を図っていきたいとしています。

意見交換では、「販路を開拓していく上で、皆さん方だけで解決できる問題なのか、行政のこういう部分があると開拓しやすいとか、何かそういう外国に向けての取組の中で、課題とか感じていることはないか」との質問に対し、「現地のシェフが肉の使いようがわからず、細かい筋肉の流れをどう分割するかなどの知識がないので、そういった技術等がもう少し海外で浸透してくれればと思う」、「今年は6月の半ばでアメリカへの輸出枠を超えてしまい、一番の売り先に思うように量が出せないのと、関税が26%までかかってくるので取引先が尻込みしてしまう」とのことでした。

「国内で販売競争をしているが、海外でも国内他県と価格競争をすることは本当の意味の競争になるのか。価格競争だけでなく付加価値を上げていかないと意味がないようにも思うが、どのようなやり方で対応した方がメリットが出るか」との委員からの質問に対しては、「海外でも多少競争してもらいながら、付加価値を付ける業者に出していく。農家所得を上げていく中では、宮崎牛というのを推していきたい」とのことでした。

海外への販路開拓については、委員から「どこかの処理会社に委託していれば、ルート開拓をしてくれない限りはお任せになってしまう。そうではなくて、牛、豚、鶏をブランド化していくためには、いろんなチャンネルを使いながら展開することも今後考えるべきじゃないかと思う」との意見がありました。

### （3）県内企業における海外展開の取組

当委員会では、自社製品の海外展開に取り組まれている県内企業（大山食品株式会社、株式会社黒木本店、黒瀬水産株式会社、株式会社くしまアオイファーム）から、海外展開の取組状況についてお話を伺い、意見交換を行いました。

#### ① 大山食品株式会社

大山食品株式会社（本社：国富町）は、農産加工品や食酢などの食品製造を行っている企業です。

約30年前、自社の有機酢をオーガニック系食材を輸出する国内商社を通じてヨーロッパ市場に出してもらった頃に輸出のピークを迎え、そこから2005年頃には輸出ゼロまで下がりました。その後、約10年前に県がアジア向けの取組をスタートし、一緒に香港等での海外市場の開拓に取り組んでこられました。展示会での反応は良かったが、実際の取引にはつながらず、取引に要するパートナーを探しても見つかることなく5年間が経過しました。

それを経て、2015年から欧米市場開拓に向けて展開を本格的に開始しました。ヨーロッパ輸出を担当された商社の方の配属先がアメリカに変わったタイミングで、その方からア

アメリカでの商談会出展の話があり、2016年1月にサンフランシスコの展示会に自社製の液体調味料を出展しました。そこから大口のスーパーマーケットとの商談を開始し、その1年後の2017年1月には全米販売につながったとのことでした。

ジェットロ宮崎が開設されたり、ジェットロの輸出有望案件企業として2年間の支援を受けることができたことなどもあり、力を入れて海外展開に取り組めるようになったそうですが、このアメリカでの展開を通して、「海外では日本食の安心・安全の意識の強さから人気はあるが、信頼できるパートナーとの方が持つ人脈・物流ラインがある国でないと海外展開は難しい」という思いを持たれたとのことでした。

アメリカで展開するためには、製造工場にISO22000が必要で、専門家に相談しながらかなり高いハードルをクリアし、6か月間で取得されました。アメリカは取扱いが非常に厳しく、外部認証を求められるのは必須に近いとのことでした。

国内ではあまりPRをしていない商品ですが、少しずつ販売が広まってきているようです。アメリカで人気の調味料だと聞いた国内大手企業から商談の話があり、国内での展開にもつながり、「海外で売れていると、案外日本の方も興味を持ってくれる」と感じたとのことでした。

意見交換では、海外との取引について「行政等が確実にバックアップした場合の信頼度は感じるものか。それとも、そういうものは関係なく、製品さえ良ければ相手はちゃんと受け入れてくれるのか」との委員からの質問に対し、「取引をする商社やパートナーと信頼関係を築けるかと、パートナーにうちの商品をどのぐらい気に入ってもらえるかが一番大事。うちの商品をものすごく気に入ってくれる担当者になると、商談も非常に進む」とのことでした。また、「外国に売る場合には、相手国の政府関係に紹介してもらおうというような活用の仕方も大事かという気がする」との委員からの意見に対して、「現地にいきなり行っても自分たちだけでは全くわからず、時間もかかり苦勞する。行政などからの紹介であれば、しっかりした現地の会社を紹介されると思う。それがないとたぶん難しい」とのことでした。

「世界に展開する上で、デザイン等についてはどのように考えているか」との委員からの質問に対して、「海外展開の時は、とにかくわかりやすくと言われる。デザインは大事で、まずは使ってもらえるためにどうするかを考える」とのことでした。

## ② 株式会社黒木本店

株式会社黒木本店（本社：高鍋町）は、地元の原料にこだわり、芋・麦・米の三種類の焼酎を造っている蔵元です。

宮崎の環境を美しく豊かに保っていかなくては素晴らしい焼酎は造れないとのこと、焼酎造りから発生する廃液や焼酎かすを自社プラントで肥料や飼料に変えています。その飼料は、利益は出ないが地元の牛・豚・鶏の生産者に販売し、牛の堆肥は焼酎の原料を有機栽培する土づくりに生かすという地域循環の取組が同社の強みであるとのことでした。

輸出について、主な国・地域は、アメリカ、カナダ、香港、シンガポール、韓国、フラ

ンス、イタリアであり、その数量は、会社の年間売上げの2%程度、4合瓶当たり7,000本程度となっています。国によっては出荷できない年もあったが、全体量は減っておらず、微増を続けています。

海外でのPR活動については、2017年2月に県と7つの蔵元と一緒にニューヨークでPR活動等を行ったが、あまり良い数字は残せなかったとのこと。同年7月、当社がフランスにグループ輸出をしている日本酒の蔵元と一緒にフランスでのPR活動を行った際には、焼酎が知られていなかったことで、逆に注目を浴びたほか、現地レストランのオーナーやソムリエには、食事とのペアリングについても提案を聞いていただいたとのこと。

意見交換では、「外国にアルコールを持っていくに当たり、その国々で壁にぶつかったことはないか」との委員からの質問に対し、「取組に関しては全く問題ない。日本酒は、温度変化に弱い、アジアでは、日本のような冷蔵設備が整っていない。焼酎は温度変化に強いので強みとしていける」、「日本酒は、糖質が多く、脂の多い和牛にはくどく感じる」との意見がある中で、自社提案の焼酎は、しっかりペアリングできるとソムリエからも意見をいただいている」とのことでした。

### ③ 黒瀬水産株式会社

黒瀬水産株式会社（本社：串間市）は、日本水産株式会社が100%出資のもと、ブリの養殖・加工を行っている企業です。当社の全国シェアは約9%を占めています。

養殖業にも食品の概念を植え付け、管理の仕組みを根付かせたいとのことから県からEU輸出認定を受けるとともに、養殖部門で日本初となるISO22000を取得し、更に条件が厳しいFSSC22000、ブリ養殖では世界初となるASC認証（環境・社会に配慮した養殖の国際認証）の取得も目指しています。

当社で扱うブリは、「宮崎県串間活じめ黒瀬ぶり」というブランディングで取り組んでいます。

現在では、15か国・地域に販売しており、今年度は8万尾から10万尾を目指して輸出に取り組まれています。製品ベースで年間300トン輸出しており、主な輸出国は、アジア地域では、香港、マレーシア、ベトナム、タイなどで、ヨーロッパ地域では、イギリス、オランダ、ドイツなどです。

香港への輸出は古く、一時期は香港シェアの6割を占めていたが、近年はいろんな地域から香港への輸出が多く、シェア率は下がってきています。ロンドンでは、高級料理店に刺身盛り合わせとして置かれているが、空輸のため、マグロよりも高額となっているようです。

輸出のターゲットとして、訪日外国人の楽しみは日本食で、その中でも寿司・刺身は上位にあり、帰国後にまた食べたいと思っているところを狙って市場開拓していきたいとのこと。

今後の海外販売の目標としては、冷凍を増やし、大きな市場であるアメリカと同規模の

市場をヨーロッパ、中国、東南アジアにも開拓したいとのことです。

意見交換では、「日本近海にしかないというブリと他国にいるカンパチでは値段差で勝負できるのか」との委員からの質問に対して、「カンパチよりもブリのほうが脂がのっていて好まれる人が多い。ブリの方が値段は下だが、それに輸送費が加わるので航空便より安い冷凍コンテナ船で運ぶことを考える」とのことです。

「海外の回転寿司でも使われているのか」との委員からの質問に対しては、「海外でも寿司が大変盛んで、寿司ネタとして使われている。マグロよりも高く、ウニ・イクラと同額ぐらいであり、富裕層が食べているのをみんな見ているので、みんなが食べたいと思っているところを狙いたい」とのことです。

「海外に向けて販売される上で、何か課題はないか」との委員からの質問に対しては、「問題だらけ。中国はいろんな書類を要し、ヨーロッパは放射能検査証明も要し、いろいろと弊害があった。ここ2、3年は規制緩和が進んできたが、中国では、放射能検査が続いており、製品を真っ二つにして検査サンプルに持って行かれるので商品にならないこともある」とのことです。

外国人技能実習生の受入れについて、同社から「養殖業は、カキ・ホタテ貝を除いて、外国人技能実習生の受入れができない。周囲の農業や林業とかにはベトナムの人たちがたくさん働いているので、ここを何とかしていただきたい」との意見がありました。外国人労働者も日本人と全く同じ条件の中で働いてもらいたいと考えており、国に相談したが、県や団体等を通してもらわないと対応できないという結果だったとのことです。

また、搬送のための道路などの物流インフラについて、「串間はどうしても弱い。温度が低いほど状態は長く保持できるのだが、超低温冷凍庫や輸送トラックが全く呼び込めず、余計な日数と費用がかかる。その整備がうまく進めば仕事もやりやすくなるので、改善されると非常にありがたい」という意見もありました。

#### ④ 株式会社くしまアオイファーム

株式会社くしまアオイファーム（本社：串間市）は、さつまいもの生産・加工・販売までを一貫して行っている企業です。2016年度には、「輸出に取り組む優良事業者表彰」（農林水産省実施）において、農林水産大臣賞を受賞しています。

海外輸出は、右肩上がりです。輸出先については、青果のほとんどは香港で、ほかにシンガポール、台湾、タイ、マレーシアとなっています。加工品は、シンガポール、オーストラリア、ニュージーランド、イギリス、フランスとなっています。

本県からの輸出が弱いマレーシアへの輸出拡大に取り組むほか、競争の激しい香港では、ローカルスーパー向けに営業等を行うなど、現状に満足することなく取り組まれています。

輸出は、海外の客が何を求めているかがわかった上で、低姿勢で要求に応じていくことが重要であり、80%はそれに答えることができるとのことです。

海外での営業で大事なことは、現地小売店との信頼関係の構築とのことです。現地の青果担当者が商品をどのくらい好きかで売り場が変わるため、現地で一緒に汗水流して販売

するなど、本気度をわかってもらえる営業活動を行っているとのことでした。

輸送については、地元油津港や宮崎港、細島港からチャーターで行いたいが、5日前後遅れ、運賃も高くなるため、ほとんどが福岡・神戸からとなっており、その際は、日本の商社を通して、他県産の野菜・果実と一緒に混載して輸出されています。香港には今期から当社が扱う分で満載にして輸出できるようになったとのことでした。

施設整備への投資としては、去年は高品質な状態で周年出荷できるキュアリング貯蔵庫等を建設したほか、本年度は、G-GAP（国際水準の農業生産工程管理）、FSSC（食品安全マネジメントシステムに関する国際規格）、HACCP（国際的な食品衛生管理基準）対応の集出荷貯蔵施設を建設しています。

今後の販売展開として、青果と加工品の売上げ比率は、現在の9対1のところを5対5にし、国内と海外の売上比率は、現在7対3のところを海外は5割以上にしたいとのことでした。アジアに近いことが宮崎の利点であると考えて、海外中心に営業していくとのことでした。

意見交換では、「契約農家からは高く買われているということだが、海外での小売価格は国内価格よりも高い設定になっても売れるという感じか」との委員からの質問に対し、「小売価格は、弊社はかなり高い状況だが、それでも国内卸価格とあまり変わらない。海外では、特に東南アジアの所得が上昇しているにも関わらず、まだ売り場の拡大がなされていないと考えているので、九州の野菜・果樹の味がわかる人たちが営業をすれば、もっと販売は広がると思う。そういった輸出商社を設立して、その中間マージンの部分で安く、生産者には高く還元できるような流通にしたい」とのことでした。

#### **（４）海外の状況等**

当委員会では、海外の現状を把握すべく、海外調査としてベトナム社会主義共和国及び台湾に所在の現地政府機関や企業等を訪問し、日本から現地への展開（企業進出・輸出）や経済交流、国際定期航空路線等について調査しました。

##### **① ジェトロホーチミン事務所**

ジェトロホーチミン事務所（所在地：ベトナム・ホーチミン市）は、日本企業のベトナム進出の支援、進出した日系企業の支援、日本企業の輸出支援、ベトナム企業の対日投資の支援等を行っています。

当事務所では、日本や他国からベトナム（南部）への企業進出・輸出入の状況等を調査しました。

意見交換では、「日本からの農畜産物の輸出を受け入れるニーズがどの程度あるのか」との委員からの質問に対して、「日本製品ということに関しては、農畜産物も含め、メイド・イン・ジャパンを非常に好む。信頼性、安全性、健康志向の面で日本食に対する期待は高い。ただ、そんなにお金持ちではなく、香港、台湾、シンガポールに比べると、全体のニーズがないというのが現状」とのことでした。また、「和牛のニーズはどれぐらいあ

るのか」との委員からの質問に対しては、「サシが入った肉が苦手。赤みの肉を食べるのが好きという調査結果がある。サシが入った肉が一番良い肉として浸透するまでに多少時間がかかる」とのことでした。

「対日投資についての情報はるか」との委員から質問に対しては、「あまり大きな投資は考えられていないのが現状。技能労働者は、中国人を抜いてベトナム人が今一番多く日本に行かれています。ただ、3年の技能労働の期間が終わって帰国した時に、ちゃんと就職できるかは難しい」とのことです。

## ② ベトナム南部投資促進センター

ベトナム南部投資促進センター（所在地：ベトナム・ホーチミン市）は、ベトナム計画投資省直轄でベトナム南部21省を担当する事務所です。南部の外国直接投資を管理する中心的な役割を担い、地方当局をサポートして地域の社会経済開発のための投資をアピールし、促進するためのプログラムや計画、主要プロジェクトを構築します。

当センターには、南部ジャパンデスクが設置されています。日本政府とベトナム政府の合意により、JICA（独立行政法人国際協力機構）から職員を1名派遣しており、ベトナム政府が日本からの投資を大変期待しているとのことで、コンサルティングチームとして結成しています。

当センターでは、ベトナムと本県・日本との経済交流や貿易の状況等について調査しました。

意見交換では、「ベトナム進出の日本企業は製造業が多いということだが、農作物加工なども日本から来ているか」との委員からの質問に対して、「ハイテク農業と呼ばれる最新の技術・研究結果を導入した農業開発が注目されている。税金も非常に優遇されるので、ぜひ検討していただきたい」とのことでした。また、「ベトナム南部は、農業開拓地としては生産性は高いが、簡単な加工しかできないので付加価値は高くない。付加価値を高めるような技術の投資があれば、これも優遇される」とのことです。

「人件費が安いのが魅力だったが、手先の器用さや勤勉さで付加価値が高くなっていくのでは」との委員からの質問に対しては、「ベトナム人は、高い給料は望んでいるが、それよりも会社に安定的に働ける環境をつくってくれるかどうか、福利関係・医療保険があるかどうかという部分を充実させたら、まず出ていくことはない」とのことでした。ただ、最低賃金がハイペースで上昇していることについて、「日本商工会も問題視しており、消費者物価指数よりも給与上昇率が高いことについて、ベトナム政府側に提言している」とのことです。

「通関のハードルの高さに対して、こちらの機関はどのような役割を果たすことができるか」との委員からの質問に対しては、「計画投資省の中にジャパンデスクを設け、各省の窓口になっている。中央レベルと各省レベルで定期的に企業との対話が行われており、企業から税金や通関についての煩雑さや難しいところを問題に上げてもらい、解決を考えている」とのことでした。



### ③ ホーチミン高島屋

ホーチミン高島屋（所在地：ベトナム・ホーチミン市）は、シンガポール高島屋が100%出資する子会社です。高島屋グループとしては、ベトナム初となるショッピングセンター「サイゴンセンター」と、その核テナントとして「ホーチミン高島屋」を2016年7月にオープンしました。

当社では、日本からの輸入品等の価格状況や消費者状況等について調査しました。

商業圏10キロメートル圏内に居住する約500万人のうち、ローワーミドル層（年収60万円から120万円）の約150万人、アッパーミドル層から富裕層（年収120万円以上）の約65万人をターゲット顧客としています。このほか、外国人居住者（日本人、韓国人等）もターゲットにしています。サムソンの大工場など韓国企業の進出により、韓国人が約10万人居住しており、至る所で韓国がベトナム経済を支えていることが見受けられるとのことです。

ベトナムでは、ディストリビューター（販売代理店）がラグジュアリーブランドのマネジメントをしているため、新ブランドを展開するのは容易ではないとのことです。また、野菜や果物の小売規制が非常に強いほか、書籍の輸入規制、外資系店舗の床面積に係る規制等もあり、ベトナムへの進出においては難しい面も多くあるようです。

意見交換では、「通関リスクはどのように回避しているか」との委員からの質問に対し、「生ものに関して規制があり、ダメな物は一切諦めている。加工品に関しては、基本的に全部オーケーで、事務手続きがすごく煩雑だが、時間をかければ販売できるようになる」とのことでした。一番煩雑なのは、原産地証明等のラベルを全てベトナム語に直すことであり、それを受ける輸入代行者がいるか否かにより大きく違ってきます。加工食品に関する物産展の提案を高島屋によく持ちかけられるようですが、一週間のイベントのうち担当者10人で何千品目の商標登録を行うのは厳しく、しっかりとした輸入元があり、そこが商標登録まで全部やってもらえるのであれば、いつでも対応は可能とのことです。

「これから経済成長していく上では、所得者層の人数が一番多いところが狙い目ではないのか」との委員からの質問に対しては、「中間所得層をどう上げていくかが一番の課題」とのことでした。この中間層は、外資系で働き、日本には行ったことがない人が多いとのことです。また、寿司と日本酒の飲食をステータスに感じており、安全性や信頼性などから、日本にあるようなスーパーマーケットで購入されているようです。

「毎月のイベント等は、どのように周知しているか」との委員からの質問に対しては、「日本であれば7割が新聞広告であるが、ベトナムでは完全にFacebookがすごい。高島屋としてもFacebookを管理する自社プロジェクトを持っており、毎日3回のインフォメーションをアップしている状態である。それとSNSでイベント情報を流していく」とのことでした。ただし、ベトナムでは個人情報保護に関する法律が存在しておらず、今後、法律ができた時にSNSの使い方がどうなっていくのかは疑問とのことです。

#### ④ 臺灣日本關係協會

臺灣日本關係協會（所在地：台湾・台北市）は、1972年9月の日本台湾間の国交断交直後に設立され、日台間の総合交流の場として、経済・貿易・文化の交流、技術協力など事務レベルで相互協力を維持してきた機関です。2017年5月に、「亞東關係協會」から名称が変更になっています。

意見交換では、「今の台湾の牛肉の消費事情、例えば和牛はどうなっているのか」との委員からの質問に対して、「台湾人は、牛肉が好きなのは間違いない。宮崎牛と比べるとオーストラリア産は固めでみずみずしいという感じはなく、宮崎牛の方がおいしいという情報がほとんどである」とのことでした。

「台湾で宮崎牛の消費量を増やしていくアドバイスがあれば教えてほしい」との委員からの質問に対しては、「台湾人は、輸入ルートはあまり知らず、貿易会社等の情報が不足していると思う」、「他国産和牛の台湾での販売量については、税関コード（CCCコード、HSコード）を教えてもらえれば調べることができる。販売ルートについては、あまりアドバイスはできないので、大型商社を通して宣伝PRをしてください」とのことでした。

「日本からの売り込みが積極的で、成功しているということがあれば教えていただきたい」との委員からの質問に対して、「日本食の販売など、台湾で何かチャレンジショップを設けようとするならば、デパート地下1階をおすすめする」、「台湾に県事務所があるのは4県ぐらい。県が事務所を設けてイベントをやらないとたぶんみんな知らない」とのことでした。また、宣伝イベント等については、「台北市にあるジェトロ事務所が持っている今までの日本各地の宣伝PRの資料を基に、どこでイベントをやる方が良いかを探してから宣伝した方が良い」、「知事が訪台の際は、県の人を率いて、一緒に台湾で大型デパートでブースを借りて物産展をやると良い」とのことでした。

#### (5) 県への提言

##### ① 県産品の輸出拡大に向けた取組について

本県の輸出企業数及び輸出額が伸びてきている中で、本県に本社機能を持つ企業の輸出による売上げや伸び等の状況について、委員から「そのデータが一番重要。これからの目標を立てていく上で、本社が宮崎にある企業がどれぐらいの売上げを伸ばしたり、どういう国等と付き合いをしているかを知りたい」との意見がありました。海外と取引をするには、人脈をつくり、その人脈から商社等のいろんなところとつながる方法を探っていくなくてはならず、そのために本県に本社機能をもつ海外展開企業の市場・販路の開拓状況を把握しておく必要があります。

企業が海外進出する際には、いろいろな手続き等が出てきます。また、海外フェアを実施した先の売上げを伸ばしていくには、ルートづくりをすることが必要ですが、県内の中小企業だけの力では開拓することは難しく、行政のフォローを要します。委員からは、「ジェトロ宮崎等と連携をとりながら、困っている企業をどうやって助けたり、情報を流したりしながら伸ばしていけるかを考えていかないと、企業が海外進出を計画してもなかなか

前に進まないのではないか」との意見もありました。

海外展開に取り組む県内企業の課題を聞き、期待に応えるよう、行政ができる部分と企業自身に行動してもらいべき部分をうまく選り分けて、その連携をとりながら輸出拡大につながる施策に取り組んでいくよう要望します。

また、本県には、3大会連続で内閣総理大臣賞を受賞した日本一の宮崎牛や3年連続本格焼酎出荷量日本一などの日本一の県産品がありますが、海外で一番多く扱ってもらえるよう取り組んでいく中で、商標登録の問題が生じてはなりません。宮崎の県産品名や地名等、いろいろなものの名称が使えず、利用料を請求されるということも可能性としてはあります。商標登録には怠りなく取り組むよう要望します。

### 3 インバウンド及びアウトバウンド対策について

#### (1) 経済交流基盤に関する取組について

##### ① 国際航空ネットワーク

##### 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）が運航しており、いずれも本県経済の活性化や「みやざきグローバル戦略」を推進する上で欠かせない重要な交通基盤となっています。

本県における国際定期路線の運航状況について、ソウル線は、アジアナ航空が冬期増便（2017年12月から2018年3月まで）となっているほか、韓国LCC（格安航空会社）のイースター航空が2017年12月に就航しています。LCCによる国際定期路線は本県初とのこと。

台北線は、2016年4月に発生した熊本地震の影響等により1便減便していましたが、今後、需要拡大が見込まれるとのことから、2018年3月から1便が増便され、再び週3便の運航となっています。

香港線は、前年同様の運航となっています。

各路線の維持・充実を図るために、インバウンド・アウトバウンド双方向で利用を促進していく必要があります。また、旺盛な訪日需要を取り込むためにも、インバウンドチャーター便の誘致等、新規路線の開拓にも取り組んでいく必要があります。

##### 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

航空会社や航空機内誌の編集者等を招請して、各路線の就航地に対する本県の認知度向上や旅行商品の造成支援等を行っています。

また、現地メディアやブロガー等の招請や旅行博への出展などを実施し、市場ごとにターゲットを定めた旅行会社招請やメディアプロモーションも行っています。

##### (イ) 県民への路線PRや利用促進

航空会社と連携した旅行商品割引、4つの海外渡航支援、各種メディアやイベント等を活用したPR等を行っています。

本年度は、海外渡航支援のうち、「グループ交流促進支援」と「パスポート取得支援」については、要件緩和や支援範囲の拡大により、更に利用しやすいように改善をしています。また、航空会社等と連携した台湾のPRイベントを実施し、県民による台北線の利用を推進しています。

県民向けの宣伝のあり方について、委員から「年代層などのターゲットを絞った宣伝の仕方やマスコミとの連携というのも必要と思う」との意見がありました。

また、県民の国際線利用について、委員から「日本人の利用が少ない理由の一つとして、航空便の時間帯があると思う。希望する時間帯の交渉は難しい問題と思うが、引き続きお願いしたい」との意見がありました。

#### **(ウ) 航空会社・旅行会社等に対する路線の維持・充実の要望活動**

国際定期路線を運航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・充実についての要望活動や意見交換を行っています。その結果、本年度もアジアナ航空が運航するソウル線で冬期増便（2017年12月から2018年3月まで）が実現しました。なお、通年では週3便のところ、昨年度は週4便、本年度は週5便に増便されています。

#### **(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**

新規路線の開拓につなげるために、中国やタイなどをターゲットに情報収集やセールスを実施しています。

### **② 国際海上ネットワーク**

#### **ア 本県の現状**

県内港湾の利用促進や航路の維持・充実を図るため、港湾機能の向上やファーストポート（外国から最初に入港する国内港）の実現に向けて取り組むこととしています。

#### **(ア) 取扱貨物**

本県の港湾で取り扱われる貨物は、輸入では、金属鉱や木材チップ等の原材料や石炭等の燃料等があります。輸出では、原木や合成樹脂、化学薬品等の工業製品があります。

重要港湾における輸出入貨物量は、2000年以降、年間280万トン前後で推移していましたが、2016年は金属鉱が原産国の輸出制限により減少したことから約243万トンに減少しています。

コンテナ貨物量は、順調に増加して、2015年は過去最大の3万9,839TEU（20フィートコンテナ換算単位）となっていました。2016年は3万6,890TEUに減少しています。

近年の船舶の大型化に対応した施設整備など、港湾におけるニーズの多様化を的確に捉えた物流機能の強化が必要です。また、本県港湾の地理的優位性を利用促進に生かすため

に、高速道路網の整備に伴って拡大する背後圏での集荷を行う必要があります。

### **(イ) コンテナ航路**

定期コンテナ船は、2017年9月現在、細島港では、韓国航路が週4便、中国航路が週1便、神戸フィーダー航路が週2便が就航しています。油津港では、韓国航路が週1便、神戸フィーダー航路が週1便就航しています。東アジアの主要国である中国や韓国をはじめ、世界各国との貿易に利用されています。

なお、2015年以降、世界的なコンテナ船社の経営状況の悪化等により、船社のグループを超えた再編・統廃合が続き、また、貨物量が減少していることなどから、南星海運の韓国航路での油津港への寄港は2017年10月より休止となりました。今後も再編に伴う航路見直しや使用船舶の大型化が進むと予想され、既存航路の維持・充実のために更なる集荷に向けたポートセールスが必要となってきました。

### **(ウ) クルーズ船対応**

油津港においては、2015年に16万トン級クルーズ船の受入れに対応した係船柱や防舷材の整備を行い、寄港回数は順調に伸びています。本年度は、世界最大級の22万トン級クルーズ船の受入れに対応した港湾整備を行いました。

2016年のクルーズ船寄港回数は、重要港湾全体で計30回（外国船21回、国内船9回）となっていますが、本県に寄港するクルーズ船は、小型船も含めて油津港に集中しています。利用する岸壁は、貨物船や定期コンテナ船等の共用であり、クルーズ船の受入れには日時の制限により限界があるため、クルーズ船社に対して、寄港船舶の大きさに応じたバランスの良い受入れ港を提案する必要があります。

### **(エ) ヒアリ対策**

全国でヒアリ確認が報告されています。港湾では、これまで様々な防疫体制をとっています。例えば、港湾事業者等に対し、チラシ・ポスターでの注意喚起等を行うほか、細島港と油津港では、国土交通省や環境省と連携を図りながら、日常的な目視点検やトラップ設置等を行っているところです。現在のところ、県内での確認の報告はされていませんが、国と連携して継続的に対応していく必要があります。

## **イ 本県の主な取組**

### **(ア) 港湾機能の強化による港の利便性の向上**

重要港湾の各港における主な整備状況等については、次のとおりです。

細島港においては、2015年6月に白浜地区で国際物流ターミナルの供用が開始されたほか、貨物船の大型化や用地不足に対応するため、白浜地区の岸壁や、2016年2月に港湾計画を改定して位置付けた工業地区における水深15メートルの大型岸壁及び工業用地造成等の早期事業化を図ることとしています。

宮崎港においては、航路埋塞対策として、今年度から一ツ葉地区に砂の流入を防ぐ防砂堤の整備事業に着手しています。

油津港においては、既存の東地区10号岸壁において、昨年度から耐震機能を付加するための改良事業に着手し、工事を進めているほか、昨年度は、安全・安心な荷役作業のための防波堤整備を完了しました。また、22万トン級クルーズ船の受入対策としての港湾設備の整備も今年度完了しました。

#### **(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として、官民連携で港湾セミナーや荷主・港運業者等への企業訪問等を実施し、本県の港湾機能や高速道路のネットワークの充実、助成制度等をPRすることにより、貨物集荷の促進に努めています。なお、港湾セミナーは、県内に限らず、東京でも実施しています。

また、「宮崎県物流競争力強化事業」により、貨物の集荷を図るため、荷主企業や運送事業者に対し、新規・増加貨物を対象にした輸送費の補助を行っています。

本県では、大企業による立地も決まり、大型工場の稼働に向けて準備が進められているところです。工場稼働に伴う製品等の県内港湾を利用した出荷について、委員から「物流という面では、船舶はモーダルシフトの一つとして非常に安く輸送できるので、ぜひとも今後もポートセールスを進めていただきたい」との意見がありました。

#### **(ウ) 重要港湾油津港における大型客船誘致等環境整備の取組状況**

当委員会では、現地調査により、油津港湾事務所及び油津港振興協会事務局から重要港湾油津港における大型客船誘致等環境整備の取組状況をお伺いしました。

油津港は、県南地域の物流拠点であり、最近では大型クルーズ船の就航港として知名度を上げています。貨物状況としては、日南市内の製紙業者関連のものが過半数を占めています。

16万トン級クルーズ船が寄港できる九州内の港湾は5か所あり、その一つが油津港です。そのうち、九州の東側は当港しかなく、関門海峡を通過できないこともあり、立地面でも大型クルーズ船のキーポイントとなっています。

港湾整備として、ハード面では、昨年610メートルの東沖防波堤が完成したほか、既存岸壁の耐震化工事を施工しているところです。さらに、16万トン級を含む大型クルーズ船の入港に対応するための着脱式係船柱・防舷材設置工事は、全国的に珍しい取組として、2015年度に「全建賞」（一般社団法人全日本建設技術協会実施）を受賞しています。現在は、22万トン級クルーズ船の対応に向けた施設整備にも取り組んでいるところです。また、テロ対策として、ゲートにより非解放エリアを設置し、ゲート通過時の本人確認や目的確認を行うとともに、クルーズ船寄港時には、一般開放エリアを設置し、100台近くのパスが待機するほか、ここで一時立入許可証の事務手続きや物産販売等を行っています。

外国クルーズ船の受入れのため、港湾整備以外にも、国への要望や日南市長トップセー

ルス、誘致活動等を行っています。誘致活動については、これまでは国内観光客を対象としていたが、人口減少等による市場縮小のため、海外をターゲットにすることで市場の成長が期待できるとして取り組んでいます。日南市の調査によると、2015年に4回寄港した外国クルーズ船関連の直接的な経済効果は1兆4,600万円、一人当たりになると1万円程度と試算されました。また、2016年に九州運輸局が実施した消費アンケート調査によると、一人当たり約3万7,000円の消費額という結果になりました。

地元住民等による取組として、地元高校生が積極的にクルーズ船客への英語での観光ガイドや観光アンケート調査を行ったり、高校生と地元店舗が共同開発した商品のマーケティングなどに自発的に取り組まれています。このほか、クルーズ船客と市民等との体験型地域交流イベントなど、地元の協力や創意工夫により寄港の増加に取り組まれています。

今後の課題として、クルーズ船寄港に対する物流港としての調整や道路・港湾の整備を図るほか、人の検疫体制の整備を図り、ファーストポート化していきたいとのことでした。

意見交換では、「観光は、食べる大きなポイントとなってきているが、大人数の食事の対応はどのような状況か」との委員からの質問に対して、「日南市には宮崎市内にある大型ショッピングセンター内のフードコートのようなものがなく、この現状に対応していくことになる」とのことでした。

また、「ツアー会社の予約した食事のドタキャンが結構あると聞くが、その対応はどうか」との委員の質問に対しては、「最近では、旅行会社が食事会場を押さえず、自由に食事させるほうにシフトしている。キャンセルはなくなった」とのことでした。

八代港においては、一泊二日のオーバーナイト・ステイによるクルーズ船受入れを始めていたとのことであり、委員から「県の経済のために工夫してみても」との意見がありました。

## (2) 海外からの誘客促進等の取組について

### ① 観光誘客の推進

#### ア 本県の現状

2016年の訪日外国人の延べ宿泊者数は、熊本地震の影響で一時的に落ち込んだものの、「九州ふっこう割」の実施や旺盛なインバウンド需要に支えられ、過去最高の24万5,180人を記録しました。引き続き、宮崎空港発着の国際定期路線の就航地（韓国、台湾、香港）を中心に、本県の認知度向上対策等を行うとともに、2019年開催のラグビーワールドカップや2020年開催の東京オリンピック・パラリンピックに向けて、欧米をはじめとする国々からの誘客促進にも取り組む必要があります。

また、クルーズ船の大型化に対応した港湾整備や地元市町村と連携した誘致セールス等も行っています。これにより、2016年の外国クルーズ船の寄港回数は、過去最多の21回を記録しました。委員からは「クルーズ船の規模等にもよるとは思うが、訪日外国人宿泊客数がさらに大きくなることを期待するとともに、より県内全域に行き渡るように市町村との連携を充実させてほしい」との意見がありました。

## イ 本県の主な取組

### (ア) ターゲットを明確にした情報発信と誘客促進

国際定期航空路線が就航する市場をターゲットとした新たな観光素材の磨き上げと海外の旅行会社やメディア、ブロガー等の招請によるプロモーションを実施しています。また、中国をはじめとする成長著しい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セールス強化にも取り組んでいます。

### (イ) 東京オリンピック・パラリンピック、ラグビーワールドカップを契機とした誘客促進

東京都と連携したホストタウン登録国のドイツからのメディア招請事業や、代表チームの事前キャンプの受入れが決定した国に対する情報発信の強化、新宿みやざき館KONN Eのリニューアルによる情報発信機能の強化等に取り組んでいます。

### (ウ) 広域連携による個人旅行者向けの誘客促進

今年度は、南九州3県で連携した台湾・香港向けのメディアプロモーション事業や、北九州市や大分県等の東九州自動車道沿線自治体と連携した周遊ルートの韓国向けPRに取り組んでいます。

### (エ) 受入環境の整備

外国人のニーズを的確に把握するためのアンケート調査、訪日外国人を受け入れる観光従事者等の人材育成、観光情報の多言語化、Wi-Fi環境整備の促進に取り組んでいます。

外国人も多数訪れる県内の有名な観光地においても、日本語のみのパンフレットしかなく、外国語でのアナウンスも全くないようです。このことについて、委員から「英語で書かれたパンフレットとかを使っただけであれば、来た時の満足感がリピーターの増加につながると思うのでよろしくお願ひしたい」、「職員の皆さん方も観光地でどのような対応をしているのかぜひ見ていただいて、そこでまたいろんな対応を考えていただきたい」との意見がありました。

また、観光動向の把握とその対応について、委員から「相手のニーズをつかんで本県の強みを他県と比較したり、弱みを他県の強いところとうまく組み合わせて広域で呼び込むことなどをしていかないと、相手のニーズをつかめないうちにこちらがいろんな手を出しても相手の満足度は広がらない。ぜひ相手のニーズをつかんでいくということに対しては、戦略にしっかり盛り込んでいただくようお願いしたい」との意見がありました。

## ② みやざきMICEの確立

### ア 本県の現状

誘致活動には積極的に取り組んでいます。全国各地で大型MICE施設の整備が進み、



地域間競争が激化しています。このため、MICEメニューの充実や本県の強みである農林業や環境分野に関する誘致活動を組織的・戦略的に進め、本県ならではのMICE誘致に取り組む必要があります。

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。

2018年5月には、アジア初開催となる「言語資源と評価に関する国際会議（LREC）」が宮崎市で開催されることになっており、述べ参加人数は約6,000人が見込まれます。

MICEが観光振興や地域経済の活性化に多大な効果を見込めるとされていることについて、委員から「観光振興、地域経済の活性化といっても、どうしても一極集中的な面で今まできている。全県的な展開という考え方に立つことが非常に大事じゃないか」との意見がありました。

また、MICE誘致に影響力があるとして任命される「宮崎県MICEアンバサダー」について、委員から「大学教授や学会等をイメージされていると思うが、もっと特異性というか宮崎ならではのMICE戦略というのを今後探してほしい」との意見がありました。

## イ 本県の主な取組

### （ア）MICEの誘致促進

宮崎空港発着の国際定期路線の就航地（韓国、台湾、香港）を主なターゲットにした海外の商談会への参加やキーパーソンの招請に積極的に取り組むほか、手厚い支援制度を活用して、大規模国際会議や海外インセンティブツアーの誘致強化を図っています。

また、専門分野に影響力のある5名のMICEアンバサダーを活用するほか、新たにアンバサダーを増員することによってMICE開催地としての認知度向上等に取り組むこととしています。

### （イ）オールみやざきでの受入体制強化

本県の強みである農林業や環境分野の産業視察メニューの追加について、地元企業や大学等と連携して取り組むとともに、新たなユニークメニュー（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）の開発等を行い、宮崎ならではのMICEメニューの充実を図っています。

## （3）海外の状況等

### ① 臺灣日本關係協會

調査した当機関とは、訪日観光についても意見交換を行いました。

「日本の女性はスイーツとかを食べたくて台湾を訪れる人も多いが、逆に台湾の若い女性は、何を期待して宮崎に来たいか、具体的なキーワードがあれば教えてほしい」との委

員からの質問に対して、「あまり宮崎県のことには知られていない。日本語のあまり話せない人は、旅行会社に頼っている。インターネットで調べると高千穂峡しか出てこないのも、ほかに3、4か所とか、おいしい物とか、宮崎牛を食べるツアーとか、旅行会社と組んでやれば面白くなるのではないか」とのことでした。

## ② 中華航空股份有限公司（チャイナエアライン）

チャイナエアライン（本社：台湾・桃園市）は、2010年1月から宮崎－台北間を運航しています。

当社では、本県との国際定期路線に関する事項について調査しました。

本県の運航については、2016年4月に発生した熊本地震の影響等により同年10月から1便減の週2便となっていました。調査先から「2018年3月から1便（火曜）増えて、週3便（火曜、水曜、土曜）の運航を決断した。今後、4便、5便と増やし、最終的な理想としては、毎日運航を目指していければと思う」との話がありました。

また、九州については、「鹿児島・宮崎をあわせて、南九州を一つのマーケットとして捉えている」、「中華航空グループは3つの航空会社を抱え、いずれも九州に飛んでおり、一つの重要なマーケットとなっている」とのことでした。そして、「将来に向けては、台北だけでなく、宮崎から台湾第二の都市の高雄に飛ばせる機会がないかというのを常に研究している」と話がありました。

意見交換では、宮崎空港を夕方または夜の離発着となっていることについて、「今のフライトタイムを、1便だけでも午前中に変えることは難しいか」との委員からの質問に対して、「この要素も検討させていただく。これは日本・台湾の双方にとって理想なので、優先課題として研究していく」とのことでした。

大人数での搭乗が予定される際に「2組に分かれないと搭乗できない時に、ある程度前もってわかっているならば、大型機への機種変更ができるとありがたいが、場合によっては、そういう可能性はあるか」との委員からの質問に対しては、「物理的にはできることだが、往復しなくてはいけないので、宮崎からの乗客がたくさんいても、台湾からの乗客がガラガラだと赤字になってしまう。もし、往復便ともに団体に埋まるような需要がある日には大型化する」とのことでした。

また、「宮崎のスポーツ団体が台湾の方とのイベントを計画しているが、土曜日に着くと翌日がいきなり本番になるので、曜日もぜひ検討してほしいとの要請があることも御理解いただきたい」との委員からのお願いに対して、「次回増便する時には、考慮させていただく」との回答がありました。

## （4）県への提言

### ① 国際航空ネットワークについて

国際定期路線の動向について、国土交通省が公表した「2017冬期スケジュール」によると、2017年10月25日付けの認可時点で、旅客及び貨物便の運航便数の合計が、過去最高の

5,287便／週を記録しています。その主な動向として、アジア方面では、韓国が大幅増、中国が微減、東南アジア方面は着実に増加、地方空港では近距離アジア路線の新規就航が加速、LCCは市場が堅調に拡大しているとのことです。

本県では、新規路線の開拓につなげるために、中国やタイなどをターゲットに情報収集やセールスを実施しているとのことです。委員からは、「新たなところだからこそチャンスがあるというふうに捉えて、新規路線の開拓には努力していただきたい」との意見がありました。誘致先のニーズを把握しながら、他県の就航状況も踏まえつつ、新規路線の開拓に向けて取り組むよう要望します。

## ② 国際海上ネットワークについて

世界的なコンテナ船社の経営状況の悪化と貨物量の減少の中、油津港でもコンテナの取扱貨物量が減少し、寄港していた南星海運の韓国航路は、2017年10月から寄港が休止となりました。同港に寄港しているOOCLの神戸フィーダー航路の取扱貨物量も減ってきているとのことです。

このことについて、委員から「航路がなくなると、利用者は遠いところから運んでくることでコスト高になる。荷が減っている状況であれば、利用しやすい状況をつくったり、利用をお願いしていかないと、航路がなくなってからでは遅い」との意見がありました。ポートセールス等により利用をお願いするなど、現行航路の存続には十分努力し、航路の維持・充実を図っていくよう要望します。

## ③ 海外からの誘客等の取組について

日本政府観光局（JNTO）が2018年1月に発表した「訪日外客数（2017年年間推計値）」によると、統計を取り始めた1964年以降、2017年の訪日外客数は、最多の約2,869万1,000人（対前年比19.3%増）となりました。国・地域別内訳は、多い順に中国（約735万6,000人）、韓国（約714万人）、台湾（約456万4,000人）、香港（約223万2,000人）となっており、東アジアが74.2%を占めています。航空路線の拡充やクルーズ船寄港数の増加、継続的な訪日プロモーション等の様々な要因が増加を後押ししたと考えられています。

また、観光庁が2018年1月に発表した「訪日外国人消費動向調査」によると、2017年の訪日外国人旅行消費額は、5年連続で過去最高額を更新し、初めて4兆円を突破しました。その国籍・地域別の割合は、多い順に中国（38.4%）、台湾（13.0%）、韓国（11.6%）、香港（7.7%）となっています。

本県に就航の国際航空便は、ソウル線、台北線、香港線で運航しており、また、本県港湾への外国クルーズ船寄港回数は、2016年においては21回（中国12回、台湾4回、欧米1回）となっています。本県が2018年1月に公表した「平成28年宮崎県観光入込客統計調査結果」によると、香港・台湾・韓国の方が県内外国人宿泊客数の約8割を占めており、本県に就航する国際定期航空路線や外国クルーズ船が起因しているものと推測されます。

委員からは、「国と国との関係で何か一つこじれると、一気にがらっと変わってしまう

部分がある。一国に偏りすぎると非常に心配な部分があるので、よろしくお願ひしたい」との意見がありました。リスクを減らすためにも、海外との付き合いを多方面に広げて誘客に取り組んでいくよう要望します。

## 4 海外との交流促進の取組について

### (1) 本県の取組

#### ① 海外との交流促進等について

##### ア 本県の現状

これまで、東アジアを対象とした交流事業を実施し、国際交流の促進や海外からの要人の受入れ、知事等の海外行政機関等への訪問により、海外における人的ネットワークの強化・拡大に取り組んできました。

世界市場もターゲットに、海外への展開促進や海外からの誘致推進を図っていくためには、経済分野だけでなく、幅広い分野において海外の自治体や民間企業等の多様な分野・主体との交流を促進し、これまで培ってきた海外の人的ネットワークを更に強化・拡大することにより、経済やグローバル人材の交流につなげていく必要があります。

##### イ 本県の主な取組

主な国・地域別の取組事例として、韓国においては、ソウル特別市との間で飲食店や宿泊施設等の対象施設の割引を相互に行う「観光交流推進キャンペーン事業」や、本県と韓国の小中高校生がホームステイ等による相互交流を行う「アンニョンハセヨ！少年少女国際交流事業」を行っています。

台湾においては、文化やスポーツ等の分野で活動する民間団体同士の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」のほか、2017年2月の新竹県、2017年10月の桃園市との友好交流協定の締結により、今後、更なる交流を進めていくこととしています。

香港においては、2015年7月に締結した現地有力商社との連携協定に基づく県産品フェアを実施するほか、現地財界の要人等をみやざき大使に委嘱し、本県をPRしていただいています。

シンガポールにおいては、2017年2月に締結した現地日系デパートとの連携協定に基づき、県産品フェアを実施するほか、本県産青果物の産地直送システムを2017年4月に確立しました。

ベトナムにおいては、農業技術指導や共同研究等を行う農業振興連携を実施しています。

タイにおいては、宮崎大学及び九州保健福祉大学が有するネットワークを生かして現地における医療人材の育成や本県の医療機器のPRを行っています。

アメリカにおいては、2017年8月に知事と県議会議長がロサンゼルスを訪問した機会を捉え、現地で日系人に大きな影響力のある日系文化団体との連携協定を締結しており、県産品のPR等に取り組んでいくこととしています。

## ② グローバル人材の育成・確保について

### ア 本県の現状

国際交流を担う人材育成の観点から、ジェトロ等の関係機関との連携により、国際セミナーや貿易実務研修など、グローバル人材の育成に向けた取組を進めています。国際ビジネスに対応できる企業内での人材育成や、大学や産業界等と連携した留学生の活用やグローバルな視点を持つ産業人財の育成・確保について、これまで以上に取り組んでいく必要があります。

また、学校においては、国際的な視野を持つ生徒の育成やコミュニケーション能力の向上など、グローバル化に対応した教育を推進しています。グローバルな視点で活躍できる人材の育成ができるように、外国語教育や国際理解教育等の日々の取組を一層充実させる必要があります。

### イ 本県の主な取組

#### (ア) グローバル産業人財の育成

県内企業のグローバル化を支援するため、県内外国人留学生等の県内企業への就職支援や県内企業との連携によるインターンシップ等を実施しています。

なお、九州地域戦略会議での議論を経て、2017年1月に九州全体で留学生と九州内企業をマッチングさせるシステムが作られました。それに合わせて、本県では県内外国人留学生と県内企業をマッチングさせる取組をスタートさせました。留学生が知識や語学力を生かして活躍できる場を作っていこうと考えています。

また、「みやざき産業人財育成プラットフォーム」（2016年4月設立）を基盤に、県内外の高等教育機関の学生に対し、海外展開に取り組む県内企業を知るとともに、海外から県内産業の状況を捉える機会を提供することなどにより、「みやざきで暮らし、みやざきで働く」機運を醸成し、産業人財の育成・確保を図ることを目的とした事業を展開しています。

一つは、「グローバル産業人財育成事業」です。2016年度から、シンガポール市場を対象に県内で輸出に取り組む企業の協力を得て、県内大学等の学生及び本県出身の県外の学生を対象に実施しています。もう一つは、「トビタテ！留学JAPAN」地域人材コース」です。2016年度から、県内大学等の学生及び本県出身の県外の学生を対象に、「みやざきグローバル人材育成協議会」（宮崎大学、県内企業、県で構成）が実施しています。ちなみに、グローバル人材とは、国際社会で通用する能力やグローバルな視点、経験をもって地域社会（ローカル）の発展等に貢献する人材のことです。

これらの取組により、宮崎から世界に挑戦する、グローバルな視点を有する人材の育成と確保を図ることで、県内産業の活性化につなげていきたいと考えています。

#### (イ) 国際ビジネスノウハウ等の習得支援

ジェトロ宮崎や県海外事務所、県輸出促進コーディネーター等の様々な専門家、関係者を活用し、県内の企業や個人を対象に、貿易や海外展開についての相談対応や、ジェトロの専門家を生かした経済国際化セミナー等を実施しています。

## (ウ) 国際理解の推進、海外留学の促進

国際交流員（CIR）や外国語指導助手（ALT）、地域在住の外国人、留学生等による国際理解講座等を実施しています。

県教育委員会では、学校教育における海外交流に関して、主に次のことに取り組んでいます。

一つ目は、短期派遣プログラムの実施です。県内高校生7名を台湾に15日間派遣し、現地の高校生等とホームステイ等を通してより深い交流を行うもので、本年度から実施しています。

二つ目は、「ワールドキャンプ in hinata」の実施です。県内の高校生40名が青島青少年自然の家で2泊3日、県内のALTや海外からの留学生等と様々な活動を通して、県内にいながら海外留学の雰囲気を体験できる取組を行っています。

三つ目は、海外への短期派遣費用の補助です。国庫補助を利用して、学校等が計画する海外研修プログラムに参加する生徒に対し、一人当たり6万円の補助金を交付しています。

四つ目は、スーパーグローバルハイスクール（SGH）及びスーパーサイエンスハイスクール（SSH）指定校における生徒の海外派遣です。国庫補助を利用して、SGH指定校の五ヶ瀬中等教育学校及び宮崎大宮高校、SSH指定校の宮崎北高校において、生徒を海外に派遣し、現地の高校生との交流を支援しています。

このSGH及びSSH指定校の取組について、委員から「県内全体の海外交流の裾野を広げていくという意味で、県内の高校全体に対する波及がこれからの段階で大事なところであるが、県教育委員会としてはどういうふうに考えているか」との確認があり、県当局からは「海外研修の成果を担当教員等に報告することで、また、各学校に持ち帰って生徒にその取組を伝えることで、裾野は確実に広がってきている」との答弁がありました。

各公立学校での海外交流に関する取組状況は、次のとおりとなっています。

海外修学旅行等は、2017年度では、中学校が1校、高校が10校で実施しています。

海外姉妹校の締結は、2016年度実績によると、中学校で4校、高校で4校となっています。学校単位で交流活動を行っています。

海外の学校の教育旅行等の受入れは、2016年度実績によると、小学校3校、中学校12校、高校4校となっています。教育旅行として本県を訪れた海外の児童生徒との文化交流活動を行っています。

県立高校における留学状況について、本県高校生の留学生（2週間以上）は、2016年度が16名、本年度（2017年9月現在）は33名となっています。2016年度から海外留学支援事業を実施し、生徒自身や進路指導におけるグローバル意識の向上を図ったことにより、増加傾向にあります。留学した生徒やその生徒の話を聞いた別の生徒たちの多くは、大きな

感化を受け、国内大学に進学してから、ずっと海外に目を向けて勉強されているようです。

また、海外の高校から本県高校への留学生は、2016年度が11名、本年度（2017年9月現在）は8名となっています。各校において継続的に受入れを行っています。

委員からは、韓国との国際定期航空路線の冬期増便等により「非常に利便性も高まっているので、韓国等からの修学旅行の受入れの対策もしっかりやっていただきたい」との意見がありました。

## （2）高校・大学における海外との交流促進等の取組

当委員会では、宮崎日本大学高等学校及び国立大学法人宮崎大学を訪問し、海外との交流促進等の取組について調査しました。

### ① 宮崎日本大学高等学校

宮崎日本大学高等学校（所在地：宮崎市）は、英語進学科を設置し、日本人の教員による大学受験に対応した指導とあわせて、ネイティブの教員による英会話学校的な授業も行うなど、いろいろな技能が身につくように取り組んでいます。

また、当校独自の海外研修として、英語進学科2学年の在籍生徒数3割から4割程度が、カナダの一般家庭において3週間のホームステイに参加しています。自立した形で体験してほしいとして一人一家庭配置になっていますが、近年のヨーロッパでのテロ事件等の影響により、全国的にホームステイの対象国がカナダ・オーストラリアに移行してきており、二人一家庭も一部実施せざるを得なかったとのこと。実施後、参加生徒にアンケートをとったところ、「日本人同士だとどうしても日本語を使ってしまうが、決して安くはない費用を親から出してもらっているのに日本語をつかっては意味がない」等の理由で、ほぼ全生徒が一人一家庭が良いとの結果だったそうです。ホームステイでは現地の言語・文化を学ぶ「受信」のみならず、日本の言語・文化を伝える「発信」の活動も行っています。

当校では交換留学制度を利用した1年留学が可能で、3年間での卒業と1年間休学して4年間での卒業の2種類で実施されています。また、海外からの交換留学の受入れも行っており、英語進学科2学年で1年間受け入れています。

海外の提携校については、以前はオーストラリア、中国、シンガポールにありましたが、国際的事業により現在のところはないとのこと。

意見交換では、「留学によりどういう効果が出ているか。また、大学進学後の就職の流れにどうつながっているか」との委員からの質問に対し、「効果は生徒個人によって大きくわかるが、いろいろな視野が広がるのは確かである。言語を習得するだけで直接就職に有利というのは、近年、企業の日も厳しく、プラスアルファの根本的な思考力の強さというのは重要になってくるのかなと思う」とのことでした。

また、「海外研修に行った生徒と行かなかった生徒が自分たちの中に差別的な部分があればいいが、やっぱり同じ土俵の上にみんなが上がっていく環境を大人社会がどうやってつくるかということに結するのかなと思う」との委員からの意見に対して、「どんなこと

でも直の体験が非常に人生に大きな影響を与えるので、そのチャンスが高校で得られなかった場合は、大学に行って自分でお金を稼いで短期で行くなりということでカバーしてほしいと思う」とのことでした。

## ② 国立大学法人宮崎大学

国立大学法人宮崎大学（所在地：宮崎市）は、ネイティブのアメリカ人と日本人の二人を国際コーディネーターとして配置しています。このことは、国立大学法人評価委員会からは高い評価を得ているとのことでした。

当大学では、海外との交流を通して本県の経済発展につなぐ取組を行っています。例えば、ミャンマーに関しては、ミャンマー政府の関係省庁と学術交流協定、IT関連企業との連携拡大等の産学官交流を行っています。また、バングラデシュに関しては、高度ICT外国人材受入プロジェクトとして、ダッカ大学等のITに関する優秀な卒業生等を受け入れており、それが地域の国際化による地方創生につながるものと期待されています。

大学間の学術・学生交流も行っています。大学間交流協定は、学術交流協定と学生間交流協定の二本立てで行い、2017年10月現在の協定数は100となっています。

外国人留学生の受入れも行っています。2016年度の受入数は、学位取得目的の229名と短期留学生の合計で384名（全学生の約7%）となっています。

留学生受入れは、主に修士・博士課程で行っている中、唯一の学部教育として、「グローバル人材育成学部教育プログラム」を実施しています。当大学に入学して教育を受けつつ、2年間で海外指定大学でも教育を受け、入学から4年後に宮崎大学を卒業するという日本でも珍しい取組で、文部科学省も注目しているとのことでした。

修士課程での留学生受入れとしては、「ダブルディグリープログラム」を工学部で実施しています。通常は2年課程で1つの修士号を取得する中、当大学と協定締結校において各1年間で1つずつ修士号を取得するもので、就職のターゲットがASEAN全体に広がるなど、留学生の就職に有利なようです。

日本人学生の海外派遣にも取り組んでおり、県教育委員会とともに「ワールドチャンピオン in ひなた」で海外への好奇心を引き出したり、県とともに実施する「トビタテ！留学JAPAN 地域人材コース」では、海外留学と県内企業へのインターンシップを組み合わせ、地域に根ざしたグローバル人材を育成します。

帰国した留学生においては、留学で学んだ技術等を自国で展開していたり、自国の大学で教員として着任されるなど、それぞれ活躍されているようです。また、医療技術や研究等で人材育成された方が自国等で将来活躍される際に一緒に仕事ができることを見越しての人材育成にも取り組んでいます。

当大学では、4か国5か所に海外拠点オフィスを設置しており、情報発信や同窓会の開催、進学説明の開催等を行っています。

意見交換では、「宮崎大学の卒業生とのネットワークをいかにつなげていくことができるか」との委員からの質問に対して、「各国で留学生の同窓会組織を作り、ネットワークを



構築している。ベトナムは、同窓会会長がベトナム農業大学の学長であることで、新たなプロジェクトが動きだそうとしている。そのように海外オフィスを拠点に同窓会を有効活用している」とのことでした。

また、「留学するのもいいが、中学・高校で留学生をもっと受け入れると、その影響を受けて生徒の意識も変わっていくんじゃないかと思う。留学生自体の県内中学生・高校生との触れ合いはあるか」との委員からの質問に対して、「宮崎大宮高校とは交流協定を結び、英語の発表会の採点や意見交換をやっている。宮崎北高校とはスーパーサイエンスハイスクールでやっている。どの高校にも送りたいが、大学だけで動くのにも限りがある。できるだけ地域の若い、次世代のためにもやっていかなければならないというのは、大学の重要な役割だとは認識している」とのことでした。

### (3) 海外の状況等

#### ① アース建設コンサルタント株式会社

アース建設コンサルタント株式会社（本社：宮崎市）は、測量設計部門や建設業部門等を持つ企業です。

日本の建設技術者不足を解消するために、ホーチミン市建設短期大学（所在地：ベトナム・ホーチミン市）と当社が提携して、2015年10月に日本建設技術コースを開設しました。

なお、ホーチミン市建設短期大学は、建設省傘下で1976年に設立され、建設分野での国家技能資格を発行できる唯一の教育機関であり、現在、国際機関と提携して、ベトナム人技術者を外国に送り出すことを進めています。

日本建設技術コースは、ホーチミン市建設短期大学2学年修了生及び卒業生、もしくは建設系大学卒業生を対象に、1年間のカリキュラムで日本の建設技術を座学・実技実習により習得します。日本語・日本文化も重点的に勉強し、訪日後に円滑に社会に馴染めるようにしています。毎年6月と10月に開講し、現在5期生が受講しています。

受講修了生の30名以上は、日本で就職しています。そのうち、半数近くが宮崎県内に配属されています。

意見交換では、「ベトナムで専門的に学んで、日本に行きたいという子どもたちが結構いると今後も考えてよいか」との委員からの質問に対して、「日本で技術を覚えたい、働きたいという強い思いを持っている。非常に親日家で、まじめで手先が器用。学校のレベルを見ても技術的なことは日本とほとんど変わりがない」とのことでした。

「1年間のコース後に日本に来て、非常に苦勞しているんじゃないか」との委員からの質問に対しては、「本人たちも、卒業しても勉強しようと一生懸命やっている。行ったことに対して苦勞はするが、頑張っている」とのことでした。

「日本で続かずに帰国した子はいないか」との委員からの質問に対しては、「今のところはいい。ある会社で仕事のさせ方が技術者としての扱いではなかったため、私たちが引き上げた子はいる。希望を持って行った子たちがかわいそうである」、「どこの企業も自分の言いたいことだけでしつけている。学生の気持ちになっとうまくコミュニケーション

を交わすことで、すごく良い感じで成長していくし、技術レベルも上がっていく」とのことでした。

「短大で勉強した時点で資格を持っているのか。ベトナムで取った資格は、そのまま日本で活かせるのか」との委員からの質問に対しては、「日本の資格は、一級建築士であろうがベトナムでは全く使えない。ベトナムで日本の資格を取ることもできない」とのことでした。

「帰国して会社を起こしたりしているというはあるのか」との委員からの質問に対しては、「作業員の中で、会社を立ち上げるというのは非常に難しい。日本で型枠の技能を学んで帰国しても型枠業がなく、結局ワーカーになってしまう。ワーカーになっても賃金は非常に安いので、そこを辞め、普通の会社員になるというパターンが結構あって、非常に残念」とのことでした。

「建設技術コースを使って日本に来て、更に磨いた技術をベトナムに帰国して活かせるようなコースの創設はできないか」との委員から質問に対して、「帰ってきた彼らをどう雇用していくかというのは課題。日本のスタンダードな建築方法を確立していきたいと考えており、日本の建設技術での建築需要が始まれば可能性はある。それだけの投資家が出てくるのを首を長くして待つことになる」とのことでした。

最後に、調査先から「県立高校の建築科などの修学旅行で、ベトナムの大学とコミュニケーションを持つプランを立てていただくと最高じゃないかと思う。宮崎の企業が一生懸命学生に教育している姿を見ながら、若い人たちの交流というのも良いのではないか。社長さん方ではなくて、高校などの若い人たちに来ていただくというのは素晴らしいと思う」との提案がありました。

#### (4) 県への提言

##### ① 海外との交流促進等の取組について

日本全国において、海外との交流等に向けて一生懸命取り組まれているところです。本県も知事トップセールス等により取り組んでいます。それぞれの担当がその役割をしっかりと果たしていかないと海外交流の促進は容易ではありません。また、県が相手国の行政機関と常に連携が取れるようにして、その情報を民間に流し、海外展開に取り組む企業を育てていく必要があります。行政が人脈をつながないと海外企業の誘致や本県企業の海外進出など、民間同士でのやりとりでは前に進まないことがあるかもしれません。委員からは、「3年後、5年後、10年後に向けて、どういうふうやっていくかということをしっかり決めて取り組まないとだめだと思う」、「本県が勝ち上がっていくためにどうするか、本気で本県の人や物、企業を売り込むのであれば、県の持つ能力や特徴あるものが何なのかをしっかりとつかんでいかないと、ただ流れていだけになってしまう」との意見がありました。

これまでの経験を生かし、今後に向けて、県と市町村、民間等のそれぞれがどういう役割でどうしたらいいか、どの国にどういう形で取り組んでいくのかをしっかりと決めて取り

組んでいくよう要望します。

また、多くの予算を費やしてきたことで、どういう結果や効果を求めていくか、課題を解決していくかを意識して取り組む必要があります。海外の姉妹校・姉妹都市等の交流協定は、締結したところからが本当の意味での交流の始まりであり、お互いがプラスになるいろんなものを深めていかななくてはなりません。委員からは、「ただ毎年同じような事業をすることが事業ではなく、将来どういう時代がやってくるかということを見据えた形で今取り組むべきことをやっていかななくてはいけない。今のうちから、どういう国とどういつながりをもっていくかまで想定しておかないと、現実にぶつかってからでは手遅れだと思う」との意見がありました。

例えば、本県でも企業のグローバル化や労働力不足に対応していくために、海外から多くの有能な人材を受け入れていく時代がやってきており、企業から必要があれば、そういう人材を紹介できるかということも想定しておかなくてはなりません。そのようなことまで考えて、どのような国とどのように連携をとるか、今のうちから検討していくよう要望します。

## ② 学校教育における海外交流に関する取組について

グローバル社会の中で子どもたちが生きていかななくてはならない時代になり、学校教育や社会教育の中で海外に関わる取組も進めていかななくてはなりません。委員からは、「インターネットなどを授業の中に取り入れて海外に興味を持たせる、あるいはそれを通じて学校同士の交流ができるようなことまで取り組んでいかないといけないのではないか」、「それぞれが行き来はしなくても、できる方法でまずは子どもたちに興味を持たせることなどにも目を向けて取り組まないと遅れると思う」との意見がありました。

海外について学校で教えることができる部分を教育の中に設けることで、小学校から高校まで海外への関心を積み上げていくような取組も進めていくよう要望します。

また、本当に国際交流等ができるような子どもたちを育てていくのであれば、校長先生などの先頭に立つ人たちの意識醸成も必要です。委員からは、「校長先生とかトップの人たちに外国と付き合うことの意識を持たせる、あるいは意識を持たせて行動できるような人を育てたりしていかないと、学校同士の交流というところに進まない」、「グローバル化する社会の中で子どもたちにいろんな体験をさせたり考えさせるとなれば、まずそういう考えを持つトップをちゃんと育てないとだめだと思う」との意見がありました。

海外の学校との交流につなげていくためにも、グローバル社会に対応する教育について学校間で関心や取組の度合いが大きく異ならないように、いろんな機会を通じて指導者等の意識醸成に取り組んでいくよう要望します。

## ③ 海外からの有能な人材の受入れに関する取組について

国立大学法人宮崎大学では、宮崎市等とともに「高度ICT外国人材受入プロジェクト」により、ダッカ大学等のITに関する優秀な卒業生等を受け入れて、地域の国際化による

地方創生につなげようとして取り組んでいます。ただ、宮崎で就職したいという外国人留学生は多いが、残念なことに受け皿がなく、東京・大阪等の都会に出てしまっているようです。

宮崎労働局が2018年1月に発表した「雇用失業情勢（平成29年12月分）」によると、2017年12月の有効求人倍率は1.45倍となり、集計開始以来の最高値となりました。また、九州財務局宮崎財務事務所が同月に発表した「宮崎県内経済情勢報告（平成30年1月）」によると、新規求人数は「サービス業（他に分類されないもの）」、「医療・福祉」、「建設業」などで前年を上回っているとのこと。

厚生労働省が2018年1月に発表した「外国人雇用状況」の届出状況まとめ（平成29年10月末現在）によると、外国人労働者数は2007年に届出が義務化されて以来、過去最高（前年同期比18.0%の増）を更新しています。国籍別では、最多の中国（外国人労働者全体の29.1%）に次いで、ベトナム（同18.8%）となっています。また、宮崎県は3,490人（都道府県全体の0.3%）となっており、前年（2,602人）から大きく増加しています。

当委員会によるベトナムでの調査では、県内企業であるアース建設コンサルタント株式会社がベトナムの建設省傘下のホーチミン市建設短期大学と教育協定を締結し、開設した日本の建設に関する専門コースの中で、日本の建設技術養成や言語・文化までも学ばせ、その卒業生のほとんどが日本で就職しているという話をお伺いしました。

県内企業では、人手が不足していることもあり、今回調査したこの企業の取組は、人材不足の解消や有能な人材の確保のために非常に有効なものと考えます。今後、海外から多くの人材を県内で受け入れていくような時期の到来を見据え、県としても積極的にこのような取組を推進していくよう要望します。

### 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。

当委員会では、自社製品の輸出等の海外展開に取り組む企業と意見交換を行い、活発な議論の中で、海外展開における課題や企業努力、積極的な取組等、貴重な御意見をお伺いしました。自社の事だけではなく、県全体で盛り上げていくために、「宮崎で海外展開を頑張ろうとしている会社がたくさんあり、悩みがそれぞれあると思うので、それを聞いていただいて、どうするかをまた考えていただけると本当にありがたい」、「宮崎の農業がこれから世界へ展開していくこととなった時には、いろんな民間企業・農業法人のアイデアも必要だと考える。皆様もそういった手助けと田舎にすごい人材も埋もれていると思うので、そういった発掘もぜひお願いしたい」という御意見をいただきました。世界で活躍する本県企業からそのような話をお伺いし、海外に挑戦し活躍されている、又は活躍が期待される方がまだまだ多くいらっしゃるのだと感じました。これらの方々を支え、後押しできるよう行政としても各種施策に取り組んでいかなければなりません。

海外調査で訪れたベトナムや台湾は、日本に対して友好的で、意見交換等を行った限りでは、本県が活躍のできる場は多くあると感じました。また、今回の調査の一つとして、本県企業がベトナムの現地短期大学で日本の建設技術養成等を行い、日本に就職をさせるという取組について話をお伺いし、また、生き生きと授業を受けている生徒の姿も拝見しました。日本では、海外からの技能実習生や留学生が増加しており、働き手不足の解消にも貢献されています。しかし、一方で、過酷な労働実態が問題視されており、そのようなことがないような労働環境を形成していかななくてはなりません。今回調査した企業では、日本に送り出した先の会社が卒業生を技術者として扱っていなかったため、自社で別の教育をさせるために引き上げたことがあったそうです。「希望を持っていった子たちがかわいそうである。そういう気持ちで送り出している」とのことで、日本に送り出された卒業生も安心して働くことができると思いますし、企業の責任感も感じさせられます。本県では、これからも技能者や働き手が不足していく中で、今回調査した企業の人材養成の取組は、参考とすべき事例だと考えます。

世界経済・貿易に関しては、T P P 11（アメリカを除く11か国による環太平洋パートナーシップ（T P P）協定）が2018年3月に正式合意され、新協定が発効される方向で進んでいます。また、日E U・E P A（日本とE Uとの経済連携協定）が2017年12月に最終合意されました。これらが発効した場合の本県農林水産物の生産額への影響について、本県が2018年1月に試算したところ、T P P 11では最大52億4,000円減、日E U・E P Aでは最大48億9,000万円減とのことです。農林水産業を基幹産業とする本県にとっては影響が大きく、その対策を講じていく必要があります。

また、T P Pに関してアメリカが復帰を検討する意向を表明しているほか、R C E P（東アジア地域包括的経済連携）交渉については、妥結に向けた会合が今後も行われる予定となっており、これらについても引き続き動向を注視していく必要があります。

「みやざきグローバル戦略」の推進期間は、2018年度までとなっており、来年度は集大成の年となります。戦略で定める成果指標の最終目標値が達成されるよう、引き続き努められるとともに、戦略の目的である「外貨の獲得、ビジネスチャンスの創出」が図られ、5年後、10年後に本当の意味での成果が出るよう、しっかりと取り組んでいただきたいと思います。

最後に、「みやざきグローバル戦略」を通して、世界に向けた様々な取組が本県及び県民にとってより実り多きものとなるよう、そして、引き続き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。